

PLANO DE DESENVOLVIMENTO
INTEGRADO DO TURISMO
SUSTENTÁVEL

PDITS

Polo Turístico de Curitiba, Região
Metropolitana e Campos Gerais

Após um ano e quatro meses de trabalho à frente da Secretaria de Turismo do Estado do Paraná, tenho a satisfação de entregar o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS deste importante Polo Turístico do Estado. A jornada que levou a este resultado foi longa, envolveu muito esforço e dedicação, e se iniciou muito antes de nossa administração.

O Ministério de Turismo, por meio do Departamento de Programas Regionais de Desenvolvimento do Turismo, pertencente à Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento de Turismo, teve um papel fundamental nesta realização, não somente pelo convênio firmado com o Estado do Paraná como também pela assessoria técnica ao longo da sua execução.

O processo de elaboração seguiu o princípio do planejamento participativo, com o envolvimento de empresários, secretários e funcionários municipais de turismo, mediante reuniões de atores locais e regionais em número sempre superior a cinquenta em cada Polo, o que permitiu que se alcançasse um trabalho tecnicamente consistente e de consenso para o desenvolvimento regional.

O documento aqui apresentado representa o primeiro e mais importante passo para o Governo do Estado buscar, através de contrato de empréstimo, recursos internacionais para serem aplicados em nosso território. Almeja-se conseguir um valor de aplicação superior a U\$ 100 milhões para os três Polos do Paraná, composto pelo empréstimo, de forma direta, bem como pela obtenção de investimentos da iniciativa privada.

Este trabalho, mediante a riqueza de informações e a objetividade das diretrizes nele contidas, deve se transformar em um marco estratégico para o planejamento e gestão do turismo deste Polo, independentemente do empréstimo do Governo do Estado. O PDITS já é parte deste processo, como um referencial a ser atualizado pelos municípios e instâncias de governança regional ao longo do tempo.

Diante disso, entregamos o PDITS colocando toda a equipe da Secretaria de Turismo à disposição para juntos trabalharmos rumo ao desenvolvimento turístico de nosso Estado.

Faisal Saleh

Secretário de Estado do Turismo

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Dilma Vana Rousseff - *Presidente*

Michel Miguel Elias Temer - *Vice-Presidente*

MINISTÉRIO DO TURISMO

Gastão Dias Vieira - *Ministro*

SECRETARIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Fábio Rios Mota - *Secretário*

DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Carlos Henrique Menezes Sobral - *Diretor*

COORDENAÇÃO GERAL DE PROGRAMAS REGIONAIS I

Claudio Corrêa Vasques – *Coordenador*

Ana Carla Fernandes Moura – *Técnica Nível Superior*

Marina Neiva Dias – *Técnica Nível Superior*

Miranice Lima Santos – *Técnica Nível Superior*

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Carlos Alberto Richa – *Governador*

Flávio Arns – *Vice-Governador*

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – SETU

Faisal Saleh - *Secretário*

Ary Talamini Junior- *Coordenador do PRODETUR/PR*

Gilce Zelinda Battistuz – *Coordenadora*

COMISSÃO DE ANÁLISE

Gilce Zelinda Battistuz – *Estatística - Presidente da Comissão*

Alessandra Giselle de Paula Xavier – *Turismóloga*

Ary Talamini Junior – *Engenheiro Civil*

Caren Nanci dos Santos – *Turismóloga*

Carlos Garmatter Netto – *Arquiteto e Urbanista*

Deise Maria Fernandes Bezerra – *Turismóloga*

Evandro Pinheiro – *Engenheiro Agrônomo e Turismólogo*

Kátia Pimentel Koti – *Arquiteta e Urbanista*

Marino Antonio Castillo de Lacay – *Economista*

Marta Yoshie Takahashi – *Turismóloga*

Milton de Chueri Karam – *Arquiteto e Urbanista*

FUNDAÇÃO DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL, CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO DA UNVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA – FAUEPG

Carlos Alberto Volpi - *Presidente*

EQUIPE TÉCNICA

Milton Xavier Brollo - *Supervisor geral*

Clovis Ultramarí - *Coordenador da equipe da consultora*

Aldemir Junglos - *Estatístico*

Amauri Domakoski - *Especialista em gestão pública*

Antonio Roberto Sartor - *Especialista em projetos de infraestrutura e em saneamento*

Christian Luiz da Silva - *Economista*

Eduardo Flavio Zardo - *Especialista em turismo*

Fabio Duarte de Araújo Silva - *Especialista em urbanismo*

Leonardo de Oliveira Leite - *Profissional em processamento de dados*

Lívia Mari Kohiyama - *Especialista em turismo*

Lucinei Gumy – *Especialista em turismo*

Marcio Luiz Bittencourt - *Especialista em gestão ambiental*

Maria Fernanda Incote Montanha Teixeira - *Especialista em geo-processamento*

Maria Luiza Marques Dias - *Especialista em patrimônio cultural*

Rafaela Zatti Libardi - *Arquiteta e urbanista*

EQUIPE TÉCNICO-OPERACIONAL

Débora Follador - *Geo-processamento*

Lia Ribeiro – *Assistente de turismo*

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	8
LISTA DE GRÁFICOS	9
LISTA DE MAPAS	9
LISTA DE QUADROS	9
LISTA DE TABELAS	12
LISTA DE SIGLAS	13
INTRODUÇÃO	17
1 FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS DO PDITS/CRMCG	21
1.1 OBJETIVO GERAL	21
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
1.3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	22
1.4 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS	24
1.5 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA	25
1.6 FORMULAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	25
1.7 ELABORAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO	25
1.8 DEFINIÇÃO DE MECANISMOS DE FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO DO PDITS	26
1.9 ETAPAS DA ELABORAÇÃO DO PDITS	26
1.10 PREVISÃO DE DATAS	29
1.11 SÍNTESE DAS ATIVIDADES DO PDITS	30
1.12 CRONOGRAMA DE TRABALHO	31
1.13 ORÇAMENTO ESTIMADO	32
1.14 IDENTIFICAÇÃO DOS INTEGRANTES DA EQUIPE TÉCNICA	33
2 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS	35
2.1 APRESENTAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA	35
2.2 DINÂMICA SOCIOECONÔMICA DA ÁREA TURÍSTICA	41
2.3 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO (DEMANDA E OFERTA) DA ÁREA TURÍSTICA	46
2.3.1 Pesquisa primária para análise da demanda turística atual	46
2.3.2 Pesquisa primária/secundária para a análise da demanda turística potencial	75
2.3.3 Pesquisa primária/secundária para análise da oferta turística da área turística	84
2.4 ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA	157
2.4.1 Acessibilidade	158
2.4.2 Sistema de abastecimento de água	186
2.4.3 Sistema de esgotamento sanitário	189
2.4.4 Sistema de limpeza urbana	193
2.4.5 Rede de drenagem pluvial	197
2.4.6 Condições dos sistemas de comunicação	199
2.4.7 Cobertura da iluminação pública	200
2.4.8 Atendimento nos serviços de saúde	201
2.4.9 Situação da segurança	202
2.4.10 Análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados nos atrativos turísticos destacados	209
2.5 ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL DA ÁREA TURÍSTICA	211
2.5.1 Estrutura institucional da área turística	212
2.5.2 Impactos e limitações das políticas públicas	221
2.5.3 Legislação pertinente ao turismo da área turística	224

2.5.4	Quadro dos incentivos para o investimento turístico	226
2.6	ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS DA ÁREA TURÍSTICA	229
2.6.1	Análise das condições socioambientais da área turística	229
2.7	CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	242
2.7.1	Valoração ponderada dos produtos ou tipos/segmentos turísticos atuais e potenciais, em relação aos mercados-meta	243
2.7.2	Identificação das áreas críticas de intervenção em cada linha de produto e dos atores locais que devem ser mobilizados	244
2.7.3	Posição atual da área no mercado turístico versus seu posicionamento potencial	244
2.7.4	Principais entraves e oportunidades da área turística	245
2.7.5	Estruturação da Matriz Swot	248
3	VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA	257
3.1	COMPONENTE 1 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO	258
3.2	COMPONENTE 2 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	260
3.3	COMPONENTE 3 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL	262
3.4	COMPONENTE 4 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS	266
3.5	COMPONENTE 5 - GESTÃO AMBIENTAL	268
3.6	RESULTADOS FINAIS DA HIERARQUIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS	269
3.7	VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA	274
4	ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	277
5	PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS.	283
5.1	VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS	283
5.1.1	Ações do Componente 1 – Estratégia de produto turístico	284
5.1.2	Ações do Componente 2 - Estratégia de comercialização	304
5.1.3	Ações do Componente 3 – Fortalecimento institucional	310
5.1.4	Ações do Componente 4 - Infraestrutura e serviços básicos	314
5.1.5	Ações do Componente 5 - Gestão ambiental	321
5.1.6	Ações por área de atuação	327
5.2	DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL	330
5.3	SELEÇÃO E PRIORIZAÇÃO DAS AÇÕES	335
5.4.	DESCRIÇÃO DAS AÇÕES A SEREM REALIZADAS NOS 18 PRIMEIROS MESES DE FINANCIAMENTO DO PRODETUR NACIONAL	341
5.4.1	Dimensionamento dos investimentos para dos 18 primeiros meses	348
5.5	AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS	351
6	FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	359
6.1	LINHA DE BASE	361
6.1.1	Outras variáveis importantes sobre a linha de base	362
7	PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PDITS	365
7.1	RELATÓRIO DA 1ª OFICINA DE APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA DE CURITIBA, DA REGIÃO METROPOLITANA E DOS CAMPOS GERAIS	365
7.1.1	Apresentação	365
7.1.2	Programação	365
7.1.3	Abertura dos trabalhos	366
7.1.4	apresentação da metodologia de trabalho	368
7.1.5	Apresentação do diagnóstico estratégico da área turística de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais	371
7.1.6	Apresentação da área prioritária	374
7.1.7	Questionamentos	375
7.1.8	Validação da área prioritária	376
7.1.9	Responsabilidade técnica	376

7.1.10 Lista de presença	377
7.1.11 Fotos da 1. ^a Oficina participativa do PDITS	383
7.1.12 Considerações finais	384
7.2 RELATÓRIO DA 2. ^a OFICINA PARTICIPATIVA DE APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS E DO PLANO DE AÇÃO E FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO PARA O POLO TURÍSTICO	385
7.2.1 Apresentação	385
7.2.2. Apresentação das ações PRODETUR nos primeiros 18 meses	392
7.2.3 Feedback: acompanhamento e avaliação	392
7.2.4 Considerações finais	392
7.2.5 Listas de presenças	393
7.2.6 Fotos da 2. ^a Oficina	397
7.3 RELATÓRIO DA 3. ^a OFICINA PARA APRESENTAÇÃO DO PRODUTO 5 - VERSÃO PRELIMINAR DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL (PDITS) DO POLO TURÍSTICO DE CURITIBA, DA REGIÃO METROPOLITANA E DOS CAMPOS GERAIS	398
7.3.1 Apresentação	398
7.3.2 Abertura da oficina	398
7.3.3 Oficina de apresentação da versão preliminar do produto 5 do PDITS	399
7.3.4 Listas de presenças	401
7.3.5 Fotos da 3. ^a Oficina	405
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	407
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	409
SITES CONSULTADOS	412
ANEXO 1 – CURRÍCULO DOS INTEGRANTES DA EQUIPE TÉCNICA	
ANEXO 2 – PRODUTO 1 – PLANO DE TRABALHO	
ANEXO 3 – RESUMO EXECUTIVO	
ANEXO 4 – FORMULÁRIO DE PESQUISA	

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Localização do Paraná.....	35
Figura 2 - Regiões turísticas do Paraná.....	36
Figura 3 - Marcas das regiões turísticas.....	68
Figura 4 - Araucária - Caminhos de Guajuvira.....	109
Figura 5 - Campo Largo - Feira da Louça.....	111
Figura 6: Carambeí- Parque Histórico de Carambeí.....	112
Figura 7 – Castro - Parque Estadual de Caxambu.....	113
Figura 8 - Castro - Museu do Tropeiro.....	115
Figura 9 – Curitiba - Passeio Público.....	116
Figura 10 – Curitiba - Largo da Ordem.....	117
Figura 11 – Lapa – Parque Estadual do Monge.....	119
Figura 12 - Lapa – Centro Histórico - Panteão dos Heroes.....	120
Figura 13 - Pinhais – Autódromo Internacional de Curitiba.....	121
Figura 14 – Piraí do Sul – Santuário Nossa Senhora das Brotas.....	122
Figura 15 – Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha.....	124
Figura 16 – Ponta Grossa - Münchenfest.....	125
Figura 17 – Quatro Barras – Parque Estadual do Pico do Marumbi.....	126
Figura 18 – Quatro Barras – Estrada da Graciosa.....	127
Figura 19 – São José dos Pinhais – Caminho do Vinho.....	128
Figura 20 – Telêmaco Borba – Parque Municipal do rio Tibagi.....	130
Figura 21 – Telêmaco Borba –Casa do Artesão.....	131
Figura 22 – Tibagi – Parque Estadual do Guartelá.....	132
Figura 23 – Tibagi – Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior.....	133
Figura 24 – Araucária.....	171
Figura 25 - Campo Largo.....	172
Figura 26 – Carambeí.....	173
Figura 27 – Castro.....	174
Figura 28 – Lapa.....	175
Figura 29- Pinhais.....	176
Figura 30 - Piraí do Sul.....	177
Figura 31 - Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha.....	178
Figura 32 - Ponta Grossa - München Fest.....	179
Figura 33 - Quatro Barras - Estrada da Graciosa.....	180
Figura 34- Quatro Barras - Parque Estadual do Pico do Marumbi.....	181
Figura 35 - São José dos Pinhais.....	182
Figura 36- Telêmaco Borba.....	183
Figura 37 - Tibagi - Parque Estadual do Guartelá.....	184
Figura 38 - Tibagi - Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior.....	185
Figura 39 - Organograma da estrutura operacional da Secretaria de Estado do Turismo.....	213
Figura 40 - Ciclo de Informações do PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais.....	360
Figura 41 - Estimativa dos impactos da Copa do Mundo.....	363
Figura 42 - Áreas turísticas do PRODETUR Paraná.....	367
Figura 43 - Dinâmica da atividade turística.....	369
Figura 44 - Estudo de competitividade da FGV.....	370

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Produto Interno Bruto per cápita - 2007 (R\$ 1,00).....	41
Gráfico 2 - Distribuição do Produto Interno Bruto a preços correntes - 2007 (R\$ 1.000,00)	42
Gráfico 3 - Participação doméstica no fluxo do Estado do Paraná.....	48
Gráfico 4 - Principais polos emissores internacionais para o Estado do Paraná.....	48
Gráfico 5 - Motivo de viagem dos turistas para Curitiba.....	55
Gráfico 6 - Visitação nos atrativos turísticos de Curitiba.....	57
Gráfico 7 - Visitação nos atrativos (Parques Estaduais – Unidades de Conservação) na Área Turística.....	57
Gráfico 8 - Desembarques de passageiros no aeroporto e rodoviária de Curitiba.....	59
Gráfico 9 - Meios de transporte utilizados pelos turistas de Curitiba.....	59
Gráfico 10 - Tipo de gasto do turista com hospedagem e total em Curitiba.....	63
Gráfico 11 - Disponibilização de material promocional pelos municípios da área turística	70
Gráfico 12 - Divulgação dos municípios da área turística nos sites das operadoras de turismo – que vendem algum destino paranaense.....	73
Gráfico 13 – Fontes de informações sobre viagens no Brasil.....	78
Gráfico 14 – Roteiros preferidos – média ponderada.....	79
Gráfico 15 - Comercialização dos pacotes de viagens no trade turístico do Brasil.....	81
Gráfico 16 - Número de destinos nos catálogos turísticos por região do Brasil.....	82
Gráfico 17 – Percentual de atrativos turísticos por segmentos da área turística.....	86

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Municípios da área turística.....	38
Mapa 2 – Pontos de congestionamento em entroncamentos rodoviários.....	61
Mapa 3 - Atrativos turísticos destacados nos municípios da área turística.....	108
Mapa 4 - Características turísticas dos municípios.....	151
Mapa 5 - Acessos rodoviários e localização do Aeroporto Internacional Afonso Pena...	159

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Previsão das datas das ações do PDITS.....	29
Quadro 2 - Síntese das atividades do PDITS.....	30
Quadro 3 - Cronograma das atividades do PDITS.....	31
Quadro 4 - Orçamento estimado do PDITS.....	32
Quadro 5 - Identificação dos integrantes da equipe técnica.....	33
Quadro 6 - Localização dos municípios da Área Turística.....	39
Quadro 7 - Segmentos de Turismo dos municípios da Área Turística, conforme levantamentos do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.....	56
Quadro 8 - Materiais promocionais dos municípios da Área Turística – 2010.....	71
Quadro 9 - Avaliação das atividades turísticas no Brasil.....	75
Quadro 10 - Identificação junto aos operadores sobre fatores que dificultam a venda.....	76
Quadro 11 - Análise com operadores de turismo sobre porque gostariam de vender mais Brasil.....	77
Quadro 12 - Identificação junto aos operadores sobre fatores limitantes do turismo interno	77
Quadro 13 – Unidades de Conservação e Áreas Protegidas quanto ao uso e funcionamento nos municípios da Área Turística - 2010.....	87
Quadro 14 - Principais Unidades de Conservação da Região dos Campos Gerais.....	91

Quadro 15 - Caracterização do Parque Nacional dos Campos Gerais.....	93
Quadro 16 - Áreas municipais e bacias hidrográficas inseridas na APA da Escarpa Devoniana	93
Quadro 17 - Patrimônio Cultural existente nos municípios da Área Turística	99
Quadro 18 – Análise e Hierarquização dos Atrativos Turísticos dos Municípios da Área Turística.....	100
Quadro 19 - Hierarquização dos Atrativos Turísticos dos Municípios da Área Turística.	104
Quadro 20 – Segmentos-meta quanto aos atrativos, motivações e tipologia turística da Área Turística	106
Quadro 21 – Atrativos Destacados da Área Turística.....	107
Quadro 22– Equipamentos de Meios de Hospedagem dos municípios da Área Turística	134
Quadro 23 - Cadeias hoteleiras presentes na Área Turística	135
Quadro 24 - Equipamentos de alimentação nos municípios da Área Turística.....	136
Quadro 25 - Análise do Padrão Turístico da oferta de alimentação	138
Quadro 26- Empresas de Transporte Turístico dos municípios da Área Turística.....	139
Quadro 27 – Oferta de equipamentos de agências de viagens e turismo nos municípios da Área Turística	140
Quadro 28 – Oferta de equipamentos de eventos nos municípios da Área Turística	141
Quadro 29 – Principais equipamentos de eventos nos municípios da Área Turística 2010	142
Quadro 30- Oferta de equipamentos de Centros de Atendimento ao Turista na Área Turística.....	143
Quadro 31- Roteiros turísticos nos municípios da Área Turística*.....	147
Quadro 32 - Análise da Sinalização Turística nas Rodovias da Área Turística	148
Quadro 33 - Distribuição dos municípios da Área Turística por características específicas	149
Quadro 34 – Capacidade empresarial nos municípios da Área Turística 2010	153
Quadro 35 - Identificação da estrutura para qualificação profissional nos municípios da Área Turística 2010	154
Quadro 36 – Ações de capacitação por segmento turístico	155
Quadro 37 – Demandas por qualificação profissional em turismo.....	156
Quadro 38 - Aeroporto Internacional de Curitiba – Affonso Pena. Movimentação de Passageiros.....	160
Quadro 39 - Principais destinos em voos nacionais diretos a partir de Curitiba	160
Quadro 40 - Destinos em voos regionais diretos a partir de Curitiba.....	161
Quadro 41- Distâncias do Aeroporto Internacional Afonso Pena e os municípios da Área Turística.....	162
Quadro 42 - Transporte coletivo urbano dos municípios	162
Quadro 43 - Municípios da RMC e integração com a RIT	164
Quadro 44 - Oferta de ônibus intermunicipais e urbanos a partir de Curitiba	164
Quadro 45 - Oferta de ônibus intermunicipais a partir de Ponta Grossa.....	165
Quadro 46 - Estrutura dos terminais rodoviários de passageiros da Área Turística 2010	166
Quadro 47 - Distâncias dos municípios da Área Turística até Curitiba	167
Quadro 48 - Distâncias até Ponta Grossa.....	168
Quadro 49 - Acesso urbano e rodoviário na Região Metropolitana de Curitiba a partir de Curitiba	168
Quadro 50 - Acesso rodoviário aos Campos Gerais a partir de Curitiba	169
Quadro 51 - Sinalização rodoviária	170
Quadro 52 - Cobertura urbana do abastecimento de água nos municípios da Área Turística - 2010.....	188
Quadro 53 – Capacidade de atendimento no abastecimento de água nos municípios da Área Turística - 2010	189
Quadro 54 - Cobertura urbana da coleta e tratamento de esgotos nos municípios da Área Turística – 2010	192

Quadro 55 - Produção de resíduos por município na RMC	193
Quadro 56 - Capacidade de atendimento na coleta e tratamento de resíduos sólidos nos municípios da Área Turística - 2010.....	196
Quadro 57- Iluminação pública dos principais atrativos turísticos dos municípios da Área Turística - 2010.....	201
Quadro 58 - Serviços de saúde nos municípios da Área Turística - 2010	202
Quadro 59 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007).....	205
Quadro 60 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007).....	206
Quadro 61 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007).....	206
Quadro 62 - Registros dos crimes consumados segundo as Áreas Integradas de Segurança Pública do Paraná - Período 1º de janeiro a 31 de março de 2011.....	208
Quadro 63 - Registros dos crimes consumados segundo os Municípios da Região Metropolitana de Curitiba Período 1.º de janeiro a 31 de março de 2011.....	208
Quadro 64 - Atrativos Turísticos destacados da Área Turística e observações quanto à infraestrutura e serviços básicos.....	209
Quadro 65 – Monitoramento da atividade turística na Área Turística	217
Quadro 66 – Quadro institucional dos municípios da Área Turística – 2010	218
Quadro 67 – Cooperação regional nos municípios da Área Turística 2010.....	220
Quadro 68 - Análise dos planos diretores municipais para o turismo	221
Quadro 69 - Fatores de degradação e impactos ambientais nos atrativos destacados ..	230
Quadro 70 - Existência de recursos dos atrativos destacados	231
Quadro 71 - Capacidade Institucional dos Municípios e das entidades estaduais para a Gestão Ambiental na Área Turística	235
Quadro 72 - Ilustração da Aplicação da Matriz Swot na Área Turística	248
Quadro 73 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Produto Turístico	250
Quadro 74 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Comercialização	252
Quadro 75 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Fortalecimento Institucional	253
Quadro 76 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Infraestrutura e Serviços Básicos	254
Quadro 77 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Gestão ambiental.....	255
Quadro 78 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente Estratégia de Produto Turístico.....	258
Quadro 79 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente - Estratégia de Comercialização	260
Quadro 80 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente Fortalecimento Institucional	263
Quadro 81 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente – Infraestrutura e Serviços Básicos.....	267
Quadro 82 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise da Gestão Ambiental ..	269
Quadro 83 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 1	278
Quadro 84 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 2	279
Quadro 85 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 3	280
Quadro 86 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 4.....	281
Quadro 87 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 5.....	282
Quadro 88 – Dimensionamento do investimento total.....	327
Quadro 89 – Dimensionamento do investimento total.....	329
Quadro 90 - Avaliação dos impactos socioambientais	352
Quadro 91 – Softwares para monitoramento da atividade turística	361
Quadro 92 – Linhas de Base para o PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.....	362
Quadro 93 – Ações Prioritárias	392

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Empregos formais na área turística CRMCG – 2008	43
Tabela 2 - Número de empregos da cadeia produtiva do turismo, do total de atividades e índice de coeficiente localizacional por região turística - Paraná - 2000/2006.....	43
Tabela 3 - Empregos formais em hospedagem, alimentação e agência de turismo da área turística de Curitiba e Campos Gerais – 2010.....	44
Tabela 4 - Demanda turística de Curitiba e Paraná, análise comparativa 2003 a 2008....	47
Tabela 5 - Coeficientes do modelo estatístico para estimar populações futuras em função do tempo.....	49
Tabela 6 - Estatísticas de regressão: grau de correlação e grau de determinação	49
Tabela 7- Significância do modelo de regressão.....	49
Tabela 8 - Projeções do número de turistas para Curitiba para os anos de 2011 até 2020, corrigidas nos anos da Copa do Mundo e Olimpíadas.....	50
Tabela 9 – Projeção da demanda turística para Curitiba, por motivo de viagem, 2011-2020.	50
Tabela 10 - Estimadas para o motivo da viagem e pernoites em Curitiba	51
Tabela 11 – Projeção da demanda turística segundo os cenários possíveis – pessimista, realista e otimista - dos 24 municípios da Área Turística, ano 2010.....	52
Tabela 12 – Demanda turística estimada para dos 24 municípios da área turística segundo o cenário otimista, anos 2011-2017.....	52
Tabela 13 – Projeção da demanda turística dos 24 municípios da área turística, segundo o cenário realista, anos 2011-2017	53
Tabela 14 – Projeção da demanda turística dos 24 municípios da área turística, segundo o cenário pessimista, anos 2011-2017.....	54
Tabela 15 - Visitantes em Curitiba, segundo tipo de gasto médio per cápita dia - 2007 ...	64
Tabela 16 - Opinião com relação a infraestrutura urbana de Curitiba	65
Tabela 17 - Turistas e excursionistas segundo frequência de visita a Curitiba, 2007	66
Tabela 18 – Definição de Curitiba pelos entrevistados segundo residência permanente .	79
Tabela 19 - Avaliação dos municípios da área turística pela atratividade - Plano Cores	144
Tabela 20 – Municípios brasileiros, municípios da região sul e estados da região sul com mecanismos de incentivo à implantação de empreendimentos por segmento econômico beneficiado nos últimos 24 meses, segundo as classes de tamanho da população dos municípios – 2009.....	227
Tabela 21 – Municípios brasileiros, municípios da região sul e estados da região sul com mecanismos de incentivo à implantação de empreendimentos por tipo de incentivo utilizado nos últimos 24 meses, segundo as classes de tamanho da população dos municípios – 2009.....	228
Tabela 22 – Pontuação final da hierarquização dos municípios da área turística.....	270
Tabela 23 - Pontuação final da hierarquização turística PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais.....	271
Tabela 24 – Dimensionamento do investimento total.....	331
Tabela 25 – Cronograma físico-financeiro	336
Tabela 26 – Dimensionamento do investimento dos 18 primeiros meses	349
Tabela 27 - Pontuação total da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais - 2010.....	374
Tabela 28 - Aplicação da média da pontuação da dimensão atrativos turísticos como primeiro critério de priorização dos municípios participantes do PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais - 2010.....	374
Tabela 29 - Aplicação da média da pontuação da dimensão políticas públicas como segundo critério de priorização dos municípios participantes do PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais - 2010.....	375
Tabela 30 - Municípios participantes da área turística priorizada do PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais - 2010.....	375

LISTA DE SIGLAS

ABAV	- Associação Brasileira dos Agentes de Viagem
ABCM	- Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade
ABEOC	- Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ABETA	- Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
ABGTUR	- Associação Brasileira dos Guias de Turismo
ABIH	- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABLA	- Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis
ABNT	- Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRACCEF	- Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
ABRAJET	- Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo
ABRASEL	- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ADRT	- Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros
AISP	- Áreas Integradas de Segurança Pública
AMCG	- Associação dos Municípios dos Campos Gerais
ANTT	- Agência Nacional de Transportes Terrestres
APA	- Área de Proteção Ambiental
APROAT	- Associação Pró-Arte Telemacoborbense
BCG	- Boston Consulting Group
BID	- Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES	- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BOU	- Boletim de Ocorrência Unificado
BR	- Brasil
BRDE	- Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CADASTUR	- Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo
CEPHA	- Conselho Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico
CICATUR	- Centro Interamericano de Capacitação Turística
CIMEC	- Centro Integrado de Monitoramento Eletrônico de Curitiba
CMT	- Conselho Municipal de Turismo
CODEFAT	- Conselho Deliberativo do FAT
COMEC	- Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
COPEL	- Companhia Paranaense de Energia
COSMO	- Corpo de Socorro em Montanha
CPC	- Coordenadoria do Patrimônio Cultural
CPI	- Comando de Policiamento do Interior
CRMCG	- Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais
DER	- Departamento de Estradas de Rodagem
DIEP	- Departamento de Inteligência do Estado do Paraná
DIRETRAN	- Diretoria de Trânsito
ECOPARANÁ	- Serviço Social Autônomo Ecoparaná
EE	- Estação Elevatória
EMATER	- Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRATUR	- Empresa Brasileira de Turismo
ETE	- Estação de Tratamento de Esgoto
FAUEPG	- Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico e Tecnológico da Universidade Estadual de Ponta Grossa
FCVB-PR	- Federação de Convention & Visitors Bureaux do Estado do Paraná
FETHEPAR	- Federação dos Empregados em Turismo e Hospitalidade do Estado do Paraná
FIEP	- Federação das Indústrias do Estado do Paraná
FIFA	- Fédération Internationale de Football Association
FMT	- Fundo Municipal de Turismo

FMT	- Fórum Metropolitano de Turismo
FUNASA	- Fundação Nacional da Saúde
FUNGETUR	- Fundo Geral de Turismo
GDE	- Grupo de Diligências Especiais
GVBS	- Grupo Voluntário de Busca e Salvamento
IAP	- Instituto Ambiental do Paraná
IBRAM	- Instituto Brasileiro de Museus
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	- Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
ICCA	- International Congress & Convention Association
ICMBio	- Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
ICMS	- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviço
ILS	- Instrument Landing System
IMT	- Instituto Municipal de Turismo
INFRAERO	- Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
IPEA	- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN	- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
IPTU	- Imposto Predial e Territorial Urbano
ISS	- Imposto Sobre Serviços
LDO	- Lei de Diretrizes Orçamentárias
LOA	- Lei Orçamentária Anual
LOB	- Lei de Organização Básica
MTur	- Ministério do Turismo
OEA	- Organização dos Estados Americanos
OMS	- Organização Mundial de Saúde
OMT	- Organização Mundial de Turismo.
PAC	- Programa de Aceleração do Crescimento
PDITS	- Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PIB	- Produto Interno Bruto
PE	- Parque Estadual
PHTLS	- Prehospital Trauma Life Support
PPA	- Plano Plurianual
PR	- Paraná
PRODETUR	- Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo
PROGER	- Programas de Geração de Emprego e Renda
RAIS	- Relação Anual de Informações Sociais
RIT	- Rede Integrada de Transportes
RMC	- Região Metropolitana de Curitiba
ROP	- Regulamento Operacional do PRODETUR
RPPN	- Reserva Particular do Patrimônio Natural
SAA	- Sistema de Abastecimento de Água
SAMAE	- Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto
SANEPAR	- Companhia de Saneamento do Paraná
SC	- Subdivisão de Comunicações
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDU	- Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano
SEEC	- Secretaria de Estado da Cultura do Paraná
SEMA	- Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos
SENAC	- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESC	- Serviço Social do Comércio
SETR	- Secretaria de Estado dos Transportes do Paraná
SETU	- Secretaria de Estado do Turismo do Paraná
SGA	- Sistema de Gestão Ambiental

SIATE	- Serviço Integrado de Atendimento ao Trauma em Emergência
SIGEP	- Comissão Brasileira dos Sítios Geológicos e Paleobiológicos
SO	- Subdivisão de Operações
SUDERHSA	- Instituto das Águas do Paraná
SUS	- Sistema Único de Saúde
SWOT	- Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
UC	- Unidade de Conservação
TR	- Termo de Referência
UNESCO	- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
URBS	- Urbanização de Curitiba S.A.
WTTC	- World Travel and Tourism Council
ZEE	- Zoneamento Ecológico-Econômico

INTRODUÇÃO

O presente documento do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais – CRMCG fundamenta-se no Termo de Referência, do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR Nacional, criado pelo Governo Federal no âmbito do Ministério do Turismo – MTur, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID.

A região inicialmente analisada é composta por 47 municípios, dos quais 25 foram selecionados para participar desta primeira fase do PRODETUR Nacional. São eles: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais, Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi.

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo do Estado do Paraná, estes municípios pertencem a duas regiões turísticas: Rotas do Pinhão (formada pela Região Metropolitana de Curitiba) e Região dos Campos Gerais do Paraná (formada pelos municípios dos chamados Campos Gerais paranaense).

A realidade e propostas apresentadas neste documento é contextualizada de forma dual, em meio a aspectos bastante positivos, mas também negativos e que podem reduzir os ganhos até então obtidos. Primeiramente, a realidade observada, pois, é a de uma dinâmica econômica e também turística com crescente dinamicidade revelada pela ocorrência de iniciativas privadas e governamentais isoladas de desenvolvimento, exemplos de avanços concretos na institucionalização das representações de classe, melhorias nas estruturas de governo locais e estaduais voltadas para o turismo, e incremento da renda da população, o que tem permitido a inclusão de classes até então marginalizadas de qualquer serviço turístico.

Essa mesma realidade ostensivamente positiva e observada em níveis diversos de sucesso, segundo os diferentes municípios estudados, convive com uma outra, já há muito conhecida, negativa e preocupante. Tal contexto negativo, confirmado pelo diagnóstico apresentado a seguir neste documento, revela uma baixa integração dos produtos turísticos ofertados, uma reduzida relação cooperativa entre as duas regiões turísticas estudadas, uma pressão de uso muitas vezes superior à capacidade de suporte dos recursos naturais e uma expansão da ocupação urbana sobre recursos de relevância e fragilidade paisagísticas, dentre outros.

Neste mesmo contexto dual, observa-se também, esperadamente, um ativo potencial bastante significativo. A situação econômica favorável, em uns municípios mais que em outros, tem gerado um contexto de ação pragmática, com resultados, mas que deve ser submetido a diretrizes regionais e estaduais capazes não apenas de ordenar intervenções mas também de otimizar esforços. É neste contexto de oportunidade, mas também de compromisso, que se entende o presente programa de desenvolvimento turístico. As representações de classe com envolvimento na atividade turística, hoje mais organizadas que no passado recente, são também potenciais que podem ser utilizados para a devida apropriação de um momento singular como o observado.

Este documento consolida os anteriores, apresentando informações que demonstram a importância dos investimentos a serem realizados no Polo Turístico possibilitando o cumprimento dos objetivos que norteiam o plano.

Está subdividido em capítulos que traduzem os compromissos exigidos no Termo de Referência citado acima e a metodologia adotada durante o processo de construção deste PDITS.

Metodologicamente, este documento foi construído por um processo de observação em campo, estudo por meio de informações secundárias, discussão entre a equipe técnica multidisciplinar contratada, submissão para análise junto à Secretaria de Estado de Turismo, debate com agentes atuantes na área turística (reuniões e oficinas) e revisão de versões preliminares de cada um dos cinco produtos até então (o sexto e último deve contar com o aval da audiência pública). Isso significa que os documentos técnicos elaborados pela equipe contratada antes de chegar em sua versão final, foram submetidos a um intenso processo de escrutínio técnico e operacional, o que, acredita-se, tenha lhe garantido a qualidade necessária e esperada para um programa como este que se trabalha aqui.

O Capítulo 1 trata dos objetivos do PDITS de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, permitindo entender como os estudos levaram à definição e à priorização das ações aqui apresentadas.

No Capítulo 2 é apresentado o Diagnóstico Estratégico da Área Turística com as análises realizadas nos diferentes âmbitos econômico e social, turístico, de infraestrutura, cultural e sócio ambiental. É neste capítulo que se evidencia a realidade dual acima descrita, com aspectos negativos já conhecidos de outros diagnósticos, mas também os positivos, já confirmados ou que constituem potencialidades transformadoras. Sua síntese pode ser encontrada na matriz *Swot*, a qual, metodologicamente, trabalha com pontos fortes e pontos fracos para o desenvolvimento turístico na Área.

No Capítulo 3 são apresentados a metodologia e os indicadores que foram considerados para a Validação da Seleção da Área Turística (reconhecida no documento como Polo Turístico) e a definição dos atrativos destacados que merecem receber investimentos pelo seu potencial de regionalização dos efeitos positivos do turismo. A metodologia se estrutura a partir dos cinco componentes já descritos acima e buscou selecionar os municípios participantes da Área Turística. Nesta etapa foram realizadas visitas a todos os municípios, ocasião em que diversos representantes do município foram convidados para mais uma oficina técnica de apresentação dos resultados dos trabalhos até então desenvolvidos. Segundo indicadores selecionados e de informações disponíveis no Diagnóstico Estratégico, foi possível pontuar os municípios de zero a 120. Com isso foi possível a hierarquização dos municípios da Área Turística. Da hierarquia resultante chama a atenção o posicionamento relativo extremamente positivo de Curitiba, o que confirma sua capacidade de competir no mercado regional e nacional, apresentando diferenciais como sua grande oferta de equipamentos e serviços voltados para sua vocação turística principal, turismo de negócios e eventos. Fica clara também, conforme já descrito, a possibilidade de se dividir os municípios em grupos distintos (os indutores do turismo; os que conseguem se beneficiar dos fluxos turísticos regionais; e aqueles cujos atrativos não são reconhecidos pelos turistas já presentes na Área Turística). A definição adotada para o Polo Turístico é que consiste em um conjunto de municípios que possuem condições geográficas e culturais com atrativos destacados e infraestruturas adequadas ao desenvolvimento de atividades turísticas e associadas e que por tais características deveriam formar o núcleo de investimentos do PRODETUR desta Área Turística. Essa assertiva é confirmada pela concentração, pelos municípios selecionados, de 77% dos equipamentos de hospedagem; 75% das empresas de ônibus intermunicipais; 95% dos restaurantes e outros serviços de alimentação; 97% das agências de viagens e turismo e 67% dos atrativos. Conforme metodologia participativa proposta para elaboração deste PDITS, os municípios do chamado Polo Turístico foram validados em oficina, onde poucos ajustes em relação ao apresentado pela equipe técnica foram necessários. Com isso a validação confirma o que havia sido demonstrado

no Diagnóstico e respeita os objetivos anteriormente estabelecidos a partir dos seguintes parâmetros de análise: proximidade geográfica entre os atrativos; portão de entrada único; existência de segmentação turística mais desenvolvida; homogeneidade do produto turístico; complementaridade das atividades turísticas; presença de Conselho de Turismo; integração entre os diversos agentes institucionais relacionados à atividade turística; presença de áreas discrepantes ou com impeditivos que impossibilitem sua participação no Polo; presença de áreas adjacentes que por suas características devem ser incluídas no Polo; percepção do visitante; e percepção dos gestores públicos e privados.

No Capítulo 4 são apresentadas as Estratégias de Desenvolvimento Turístico para o Polo Turístico determinadas pelos estudos realizados, permitindo melhor compreensão sobre a definição futura de ações e as medidas necessárias para o cumprimento dos objetivos do presente PDITS. A partir da matriz *Swot* foram, pois apresentadas diretrizes para cada um dos cinco componentes, respeitando-se uma evidente vinculação entre o que havia sido diagnosticado e o encaminhamento proposto para as soluções.

Já no Capítulo 5 é apresentado o Plano de Ação: seleção de procedimentos, ações e projetos para o Polo Turístico, com as principais ações necessárias para o cumprimento dos objetivos deste PDITS.

O Capítulo 6 apresenta o *Feedback* para o acompanhamento e a avaliação do PDITS e seus efeitos sobre o desenvolvimento e a consolidação da atividade turística no Polo Turístico. Ainda neste Capítulo são apresentados uma linha de base e os indicadores a partir dos quais as ações deste PDITS poderão ser acompanhadas e monitoradas.

O capítulo 7 apresenta os documentos comprobatórios da participação pública e a validação do cinco produtos do PDITS.

O capítulo 8 contém as Considerações Finais do PDITS, com uma visão integrada e sistêmica sobre o Programa e os efeitos esperados para o desenvolvimento do Turismo no Polo Turístico.

Faz parte ainda deste documento um anexo contendo os currículos da equipe técnica responsável pela elaboração do PDITS.

1 FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS DO PDITS CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS

A Área Turística será priorizada e contemplada com os recursos do PRODETUR a partir de estratégias e ações, determinando intervenções necessárias para que se alcancem os objetivos do turismo do Estado do Paraná e, principalmente, o objetivo geral do PDITS de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

O objetivo do PDITS foi elaborado a partir de discussões realizadas entre a equipe técnica, gestores públicos e empresários, atendendo aos anseios das comunidades impactadas. Como base bibliográfica foram analisados os documentos do planejamento estratégico para o turismo do Paraná, sobretudo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011, das duas regiões da Área Turística.

Dada a complexidade do planejamento do PDITS de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, o desenvolvimento deve contemplar uma visão estratégica de curto, médio e longo prazos.

No curto prazo, o desenvolvimento do polo recuperará os atrativos que apresentam algum grau de degradação do patrimônio, seja cultural ou natural, permitindo a inserção de um maior número de atrativos turísticos qualificados na oferta turística da Área Turística.

Após a qualificação dos atrativos turísticos espera-se que a médio prazo seja possível a consolidação de produtos turísticos competitivos, tornando a Área Turística melhor qualificada no mercado turístico nacional.

A longo prazo será possível posicionar e promover a Área Turística no mercado nacional e internacional de forma a ampliar sua competitividade internacional, agregando valor a seus produtos turísticos e facilitando sua operação no mercado turístico.

A seguir são apresentados os objetivos geral e específicos para o PDITS, considerando os princípios acima, assim como os aspectos temporais para sua devida consecução.

1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral é fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-metas principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos do PDITS foram formulados preliminarmente, e serão reformulados a partir do diagnóstico e das oficinas participativas. De forma geral, pode-se inferir como objetivos específicos:

- a) aumentar o tempo médio de permanência do turista no Polo Turístico, favorecendo maior circulação entre os atrativos turísticos existentes (longo prazo);

- b) ampliar o grau de satisfação do turista, possibilitando o atendimento às suas expectativas como turista-consumidor (longo prazo);
- c) consolidar e ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos, possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo (médio prazo);
- d) recuperar e proteger os recursos naturais e culturais utilizados pelo turismo, bem como sua gestão, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos (curto prazo);
- e) recuperar e valorizar o patrimônio cultural, mediante a estruturação e racionalização destes atrativos para o uso turístico (curto prazo);
- f) estruturar e adequar a acessibilidade do Polo Turístico, favorecendo e permitindo a distribuição do fluxo turístico, principalmente no modal rodoviário (médio prazo);
- g) desenvolver e fortalecer o setor público para a gestão da atividade turística, bem como das instâncias de governança (curto prazo).

1.3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

A elaboração do PDITS tem como fundamento o planejamento participativo. Serão envolvidos, no processo de elaboração, representantes do poder público e do setor privado que intervenham ou possam ser afetados pelo turismo, incluindo as organizações sociais. A elaboração do PDITS funda-se, também, no planejamento integrado, de modo a definir ações necessárias para melhorar a competitividade da área como destino turístico em um único plano, que seja integrado e com foco na sustentabilidade.

Os pressupostos teóricos que estão na base do Planejamento Estratégico-participativo surgem de uma abordagem cuja principal característica é a busca pela compreensão da realidade, modificando-a. Essa abordagem, baseada na concepção metodológica dialética, leva-nos a compreender a complexidade em que os acontecimentos estão situados e não admite leituras deterministas, embora considere que a estrutura da sociedade esteja demarcada por classes sociais diferentes e opostas.

Do ponto de vista filosófico, trata-se de uma compreensão que incorpora vários aspectos da realidade. Leva em conta o ser humano nas dimensões política, econômica, social, cultural e emocional.

Para essa concepção, a democracia dá-se em um processo permanente e nunca inteiramente acabado de construção da soberania popular. Em tal processo há a disputa sobre que modelo é mais adequado para o desenvolvimento dos direitos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Portanto, acredita-se que no processo de elaboração do PDITS a sociedade civil é parte integrante do processo. Tanto os partidos, os sindicatos, os movimentos sociais, bem como as organizações não-governamentais – ONG's estão na sociedade civil, exercendo papel para democratizá-lo. Desse modo, o fortalecimento da sociedade civil, a construção de espaços públicos e de um Estado permeável ao diálogo é central para a concretização de direitos e, portanto, do êxito do PRODETUR no Paraná.

O sentido estratégico do planejamento supõe formulação de objetivos e superação de dificuldades que outros atores sociais apresentam. Assim, o cálculo estratégico supõe uma relação com o outro “e isto coloca problemas psicológicos, éticos e afetivos numerosos e complexos” que dificilmente são tratados nos modelos matemáticos para abordar a estratégia (Matus, 1996, p. 36).

Não é possível prever comportamentos, mas apenas prever as relações interativas entre adversários e aliados a cada situação. Planejar é pactuar com um grupo de pessoas o que se pretende fazer. As forças sociais são o centro do plano. Como outros atores também planejam e opõem resistências a quem está planejando, é mais adequado falar em pode ser do que deve ser, em termos de futuro.

O PDITS será elaborado observando princípios do planejamento estratégico voltado ao mercado turístico e do desenvolvimento sustentável. Deve buscar a definição de produtos e mercados para a concentração de esforços, identificando-se os pontos fracos e fortes, as oportunidades e as ameaças, e analisando-se as medidas necessárias para a correção de rumo e a busca por maior competitividade; os investimentos devem buscar consolidar a posição da Área Turística prioritária no mercado turístico levando em conta a necessidade de diferenciação de destinos competidores.

O método empregado para a definição da Área Turística Prioritária é a hierarquização dos municípios de forma a permitir melhor compreensão dos níveis de desenvolvimento turístico dos municípios pertencentes a essa Área Turística. Para definição da metodologia, foram consideradas algumas metodologias e integradas suas variáveis de forma a permitir uma análise mais ampla e abrangente. Para essa análise foram utilizados como base da pesquisa alguns formulários, fichas utilizadas pela EMBRATUR e MTur no Programa de Inventariação Turística, a partir dos modelos da Organização dos Estados Americanos – OEA.

Por fim, foram adequados os formulários desenvolvidos pela empresa Consultur Assessoria em Projetos Ltda., para levantamentos de campo, que já foram aplicados na realização do PRODETUR Sul, para o Estado de Santa Catarina, em trabalhos realizados no PRODETUR II - Caminhos do Desenvolvimento, no nordeste brasileiro e no PROECOTUR na Amazônia Legal, tendo, portanto, uma avaliação de sua eficácia na captação de informações e a devida utilização nos diagnósticos das Áreas Turísticas prioritárias.

A partir dos levantamentos realizados, em base primária (in loco) e secundária (pesquisa bibliográfica), serão analisadas as potencialidades, definindo-se o grau de maturidade turística da Área Turística, levando-se em consideração a oferta e a demanda turística, a diversidade de atrativos e suas potencialidades, bem como a disponibilização de infraestrutura a médio e longo prazo.

Com o referendo dos envolvidos nesse processo (poder público e representantes de classe), através das Oficinas de Trabalho que levarão em conta o processo participativo, com instrumentos da metodologia Zopp, Metaplan, Marco Lógico e *Swot*, os municípios da Área Turística serão distribuídos em quatro categorias:

- a) Polos Turísticos: aqueles que reconhecidamente já representam atratividade intrínseca, dispersando o fluxo de visitantes entre seus municípios vizinhos;
- b) Centros Turísticos: aqueles que, embora não apresentem grande atratividade turística, possuem adequada estrutura para os visitantes, uma boa rede de comércio e serviços.
- c) Centros Distribuidores: aqueles que, embora não apresentem grande atratividade turística, possuem terminais de passageiros e portões de entrada para a Área Turística.
- d) Centros de Relevância: aqueles que não se enquadram nas categorias anteriores, mas apresentam atrativos turísticos ou oferta de equipamentos e serviços turísticos que servem como apoio ou são complementares entre si.

A partir da pontuação atingida pelos municípios com base nessas informações, é possível propor a hierarquização dos municípios da Área Turística.

Desta forma, espera-se que seja possível identificar as necessidades de qualificação, estruturação e organização da Área Turística, definindo-se ações que irão contribuir para o atendimento dos objetivos propostos e que, por isso, serão referendados nas Oficinas e na Audiência Pública.

Portanto, o PDITS deve buscar o atendimento aos turistas e benefícios aos residentes, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, mediante a geração de emprego e renda e a proteção dos recursos naturais e culturais; provisão de infra-estrutura e melhoria dos espaços urbanos disponíveis e utilizáveis; proteção e controle dos impactos estratégicos (oportunidades e riscos ambientais) decorrentes do desenvolvimento turístico.

O planejamento participativo permeará todas as etapas de elaboração do plano e será efetivado através de três oficinas e uma audiência pública. Além das oficinas e da audiência pública, os produtos elaborados serão submetidos à análise e à consideração pela equipe técnica da Secretaria de Estado do Turismo, demais órgãos governamentais envolvidos, trade turístico, conselhos ou órgãos vinculados ao turismo de cada município, outros setores econômicos interessados, associações civis e comunidades da Área Turística Prioritária.

1.4 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

O conhecimento da realidade da Área Turística será realizado por meio de pesquisa, entrevistas, questionários, mapeamentos, oficinas com os atores envolvidos (poder público das três esferas e representantes do setor), levantamento histórico e iconográfico, de tal modo a obter, entre outros aspectos:

- a) a avaliação da situação estrutural da atividade turística na área;
- b) a posição competitiva relativa da área no mercado turístico frente a consumidores e competidores.

A coleta e a análise das informações abrangerão desde a oferta e a demanda turística da Área Turística Prioritária, levando em consideração a capacidade da infraestrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas.

Também serão atualizadas as informações do inventário turístico dos municípios, pertinentes a este Plano de Trabalho, com uma avaliação quantitativa e qualitativa da oferta turística.

Na elaboração do diagnóstico, haverá a identificação dos segmentos turísticos prioritários e potenciais da Área Turística Prioritária, além da pesquisa e avaliação da inserção dos produtos e roteiros no mercado turístico local, regional, nacional e internacional.

Em seguida, será elaborada a matriz-resumo com as informações referentes a cada localidade da Área Turística Prioritária, para visualização do panorama geral e atual do turismo.

Ao final, será aplicada a matriz para hierarquização turística dos municípios da Área Turística Prioritária, permitindo uma comparação dos níveis de desenvolvimento turístico de cada município frente aos desafios atuais de competitividade turística, oportunizando

uma melhor visão sobre as necessidades de intervenção por meio das ações do PRODETUR.

1.5 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

A validação da seleção da Área Turística Prioritária dar-se-á a partir da primeira oficina com os envolvidos, em que serão apresentados os principais resultados do Diagnóstico Turístico e os critérios que levaram a priorização das localidades, destacando: a importância dos atrativos ou recursos turísticos; a acessibilidade e a conectividade com o mercado turístico; nível de uso atual ou potencial; condições físicas e serviços básicos; e quadro institucional e aspectos legais.

1.6 FORMULAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Esta etapa determinará as grandes linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos durante o período de vigência do PDITS. A partir do diagnóstico e das áreas críticas de intervenção identificadas, as estratégias determinarão as prioridades de desenvolvimento da atividade turística na área considerando:

- a) o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- b) os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do portfólio estratégico de produtos turísticos;
- c) a forma de valorização e de exploração dos atrativos turísticos da Área Turística Prioritária;
- d) a geração de mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos;
- e) as infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- f) o quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente local; e
- g) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da Área Turística Prioritária, durante o desenvolvimento da atividade turística.

1.7 ELABORAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO

O Plano de Ação apresentará uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimentos a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável; o dimensionamento do investimento total; a seleção e a priorização das ações; a descrição das ações a serem realizadas durante os 18 primeiros meses de financiamento do PRODETUR Nacional e a avaliação dos impactos socioambientais.

1.8 DEFINIÇÃO DE MECANISMOS DE FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO DO PDITS

O procedimento que consiste no provimento de informação para a gestão do turismo na Área Turística Prioritária e, portanto, sobre o desempenho da atividade turística e os efeitos das ações executadas pelo PRODETUR Nacional objetiva reprimir, reorientar e/ou estimular uma ou mais ações determinadas, executadas anteriormente no sentido de garantir a sustentabilidade do turismo.

Nesse processo de desenvolvimento do PRODETUR Nacional no Paraná, o *feedback* é um importante recurso porque permite, além da adequada gestão pública do setor, o controle social do turismo na Área Turística Prioritária. É ainda, uma atividade executada com a finalidade de maximizar o desempenho do PRODETUR Nacional. Processualmente, é oriundo de uma avaliação de monitoria que se pretende implementar.

Nessa etapa serão indicados os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do turismo na área, a avaliação dos resultados, bem como da revisão do plano.

1.9 ETAPAS DA ELABORAÇÃO DO PDITS

Elaboração do Plano de Trabalho / Formulação dos objetivos do PDITS		PRODUTO 1
Elaboração do Plano de Trabalho		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar e detalhar as etapas de elaboração do PDITS; • definir o cronograma de atividades a serem desenvolvidas. 	
Produto final:	documento contendo detalhamento da metodologia utilizada para desenvolver as etapas do PDITS, cronograma físico-financeiro e a identificação dos integrantes da Equipe Técnica de elaboração do PDITS.	

Elaboração do Plano de Trabalho / Formulação dos objetivos do PDITS		PRODUTO 1
Formulação dos objetivos do PDITS		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • definir objetivos gerais e específicos do PDITS e sua relação com as políticas de desenvolvimento turístico do País e do Estado. 	
Produto final:	relatório e material cartográfico contendo os objetivos gerais e específicos do PDITS.	

Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		PRODUTO 2
Diagnóstico estratégico		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • coletar as informações que permitam obter a avaliação da situação estrutural da atividade turística na área turística e a posição competitiva relativa da área no mercado turístico frente a consumidores e competidores. 	
Coleta de dados referentes a:	<ul style="list-style-type: none"> • análise do mercado turístico (demanda e oferta) da área turística (pesquisa para a análise da demanda turística atual; análise da demanda turística potencial da área; pesquisa para a análise da oferta turística da área turística); • análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados na área turística (rede viária de acesso à área; sistema de abastecimento de água; sistema de esgotamento sanitário; limpeza urbana; rede de drenagem pluvial; transporte urbano; sistemas de comunicação; iluminação pública; serviços de saúde; segurança); • análise do quadro institucional da área turística (órgãos e instituições; impactos e limitações das políticas públicas; organização e coordenação do processo de 	

	<p>planejamento turístico; legislação urbanística, ambiental e turística; quadro dos incentivos para o investimento turístico);</p> <ul style="list-style-type: none"> • análise dos aspectos socioambientais na área turística (identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas; gestão ambiental pública; gestão ambiental nas empresas privadas; instrumentos de planejamento e controle territorial; grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da área; entre outros).
Produto final:	documento contendo a consolidação do diagnóstico estratégico (valoração ponderada dos produtos ou tipos/segmentos turísticos atuais e potenciais em relação aos mercados-meta; identificação das áreas críticas de intervenção, em cada linha de produto, e dos atores locais que são necessários mobilizar; posição atual da área no mercado turístico <i>versus</i> seu posicionamento potencial; estruturação da matriz SWOT; entre outros).

Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		PRODUTO 2
1ª Oficina participativa		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar e discutir o resultado dos trabalhos realizados, além dos critérios para a definição da Área Turística Prioritária e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da Área Turística. 	

Validação da área turística / Formulação de estratégias		PRODUTO 3
Validação da área turística / 2.ª Oficina participativa		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • justificar a seleção da área no contexto da estratégia de desenvolvimento turístico estadual; • situar geograficamente a área selecionada em relação ao estado e à região; • mapear a área selecionada; • analisar os fatores que possuem influência crítica sobre a localização da atividade turística (importância dos atrativos ou recursos turísticos; acessibilidade e conectividade; nível de uso atual ou potencial; condições físicas e serviços básicos; quadro institucional e aspectos legais; validação da seleção da área turística). 	
Produto final:	documento contendo a análise geral da área turística selecionada, visando a validação da mesma como uma área turística prioritária e refletindo as vantagens do ponto de vista do visitante e dos gestores públicos e privados do turismo.	

Validação da área turística / Formulação de estratégias		PRODUTO 3
Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico / 2.ª Oficina participativa		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • determinar as linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos durante o período de vigência do PDITS, de forma participativa. 	
Produto final:	documento contendo as estratégias de desenvolvimento turístico.	

Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação		PRODUTO 4
Plano de Ação: Seleção de procedimentos, ações e projetos		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável; • dimensionar o investimento total; • selecionar e priorizar ações; • descrever as ações a serem realizadas durante os dezoito primeiros meses de financiamento do PRODETUR NACIONAL; • avaliar os impactos socioambientais. 	

Produto final:	documento contendo o Plano de Ação.	
Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação		PRODUTO 4
Definição de mecanismos de acompanhamento e avaliação do PDITS		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> indicar os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do turismo na área; a avaliação dos resultados e a revisão do plano. 	
Produto final:	documento contendo os mecanismos de acompanhamento e avaliação do PDITS.	
Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação		PRODUTO 4
Plano de Ação: 3.ª Oficina participativa		AÇÃO 3
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> apresentar o resultado dos trabalhos realizados e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da área turística. 	

Versão preliminar do PDITS		PRODUTO 5
Elaboração de documento consolidado das etapas anteriores		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> apresentar a versão preliminar do PDITS para revisão. 	
Produto final:	documento contendo a consolidação dos relatórios e materiais anteriores.	

Versão final do PDITS		PRODUTO 6
Realização de Audiência Pública		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> apresentar o resultado dos trabalhos realizados e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da área turística, de forma a garantir o controle social. 	
Produto final:	Validar o PDITS perante a comunidade.	

Versão final do PDITS		PRODUTO 6
Elaboração do documento final do PDITS		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> apresentar a versão final do PDITS. 	
Produto final:	documento final do PDITS, contendo o resumo executivo e o registro dos processos de participação pública e validação do PDITS.	

1.10 PREVISÃO DE DATAS

Quadro 1 - Previsão das datas das ações do PDITS

Produto	Ação	Descrição	Previsão
			Data
1	1	Plano de Trabalho: planejamento e cronograma dos trabalhos.	02/03/2010
	2	Formulação dos objetivos do PDITS.	02/03/2010
2	1	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas.	30/04/2010
	2	1. ^a Oficina participativa.	1. ^a quinzena de maio
3	1	Validação da seleção da área turística.	2. ^a quinzena de maio
	2	Estratégias de desenvolvimento turístico.	31/05/2010
	3	2. ^a Oficina participativa.	Final de Junho
4	1	Plano de ação.	30/06/2010
	2	<i>Feedback</i> : acompanhamento e avaliação.	30/06/2010
	3	3. ^a Oficina participativa.	1. ^a quinzena de julho
5	1	Versão preliminar do PDITS.	30/07/2010
6	1	Audiência pública.	2. ^a quinzena de agosto
	2	Versão final do PDITS.	31/08/2010

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.11 SÍNTESE DAS ATIVIDADES DO PDITS

Quadro 2 - Síntese das atividades do PDITS

Produto	Descrição	Atividades	Métodos e técnicas	Produto
1	PLANO DE TRABALHO / FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS DO PDITS	Elaboração do Plano de Trabalho	Conciliação e organização das atividades previstas no tempo disponível para realização do PDITS	Documento – Plano de Trabalho
		Formulação dos objetivos do PDITS	Definição de objetivos gerais e específicos	Documento – Objetivos do PDITS
2	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas	Pesquisa bibliográfica e de campo; análises temáticas	Documento – Diagnóstico estratégico
		1. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	1. ^a Oficina participativa realizada
3	VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA / ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	Validação da Área Turística	Análise dos fatores relevantes	Documento – Validação da Área Turística
		Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico	Definição das estratégias	Documento – Estratégias de desenvolvimento turístico
		2. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	2. ^a Oficina participativa realizada
4	PLANO DE AÇÃO / FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	Elaboração do Plano de Ação	Seleção de procedimentos, ações e projetos	Documento – Plano de Ação
		Mecanismos de acompanhamento e controle	Elaboração dos mecanismos de feedback	Documento – Mecanismos de acompanhamento e avaliação
		3. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	3. ^a Oficina participativa realizada
5	VERSÃO PRELIMINAR DO PDITS	Consolidação dos documentos anteriores	Consolidação dos documentos / alterações e correções sugeridas nas oficinas participativas	Documento – Versão preliminar do PDITS
6	VERSÃO FINAL DO PDITS	Audiência pública	Apresentação aos atores envolvidos para validação do PDITS	Versão final do PDITS validada
		Elaboração do produto final	Consolidação do PDITS	Documento – Versão final do PDITS

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.12 CRONOGRAMA DE TRABALHO

Quadro 3 - Cronograma das atividades do PDITS

Produto	Descrição	Atividades	Meses						
			fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago
1	PLANO DE TRABALHO / OBJETIVOS DO PDITS	Elaboração do Plano de Trabalho	■						
		Formulação dos objetivos do PDITS	■						
2	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		■	■				
		1.ª Oficina participativa				■			
3	VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA / ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	Validação da Área Turística				■			
		Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico				■			
		2.ª Oficina participativa				■			
4	PLANO DE AÇÃO / MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	Elaboração do Plano de Ação					■		
		Mecanismos de acompanhamento e controle					■		
		3.ª Oficina participativa					■		
5	VERSÃO PRELIMINAR DO PDITS	Consolidação dos documentos anteriores						■	
6	VERSÃO FINAL DO PDITS	Audiência pública / Elaboração do produto final							■

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.13 ORÇAMENTO ESTIMADO

Quadro 4 - Orçamento estimado do PDITS

Item	Especificação/discriminação	Unidade	Quantidade	Valor unitário	Valor total
A	EQUIPE TÉCNICA				
A1	PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR				
1.1	Supervisor geral	h/t	148	55,00	8.140,00
1.2	Coordenador da equipe	h/t	740	50,00	37.000,00
1.3	Especialista em urbanismo	h/t	180	50,00	9.000,00
1.4	Especialista em gestão ambiental	h/t	300	50,00	15.000,00
1.5	Especialista em turismo I	h/t	215	50,00	10.750,00
1.6	Especialista em turismo II	h/t	215	50,00	10.750,00
1.7	Especialista em turismo III	h/t	50	50,00	2.500,00
1.8	Especialista em projetos de infra-estrutura	h/t	150	30,00	4.500,00
1.9	Especialista em patrimônio histórico	h/t	150	40,00	6.000,00
1.10	Especialista em saneamento	h/t	150	30,00	4.500,00
1.11	Profissional em economia	h/t	200	30,00	6.000,00
1.12	Profissional em processamento de dados	h/t	200	30,00	6.000,00
1.13	Especialista em gestão pública I	h/t	40	30,00	1.200,00
1.13	Especialista em gestão pública II	h/t	160	30,00	4.800,00
1.14	Especialista em geoprocessamento	h/t	200	30,00	6.000,00
1.15	Profissional em estatística	h/t	100	30,00	3.000,00
	Subtotal				135.140,00
	Encargos sociais: INSS - 20%	contribuição	20%		27.028,00
	Subtotal (A1)				162.168,00
A2	PESSOAL AUXILIAR				
2.1	Auxiliar administrativo	mês	6	720,00	4.320,00
2.2	Encargos sociais e trabalhistas (65,17%)	encargos	65,17%		2.815,34
2.3	Desenhista/cadista	h/t	120	20,00	2.400,00
2.4	Revisor	h/t	80	35,00	2.800,00
2.5	Digitador	laudas	1.000	3,00	3.000,00
	INSS (20%)				1.640,00
	Subtotal (A2)				16.975,34
	TOTAL A				179.143,34
B	OUTRAS DESPESAS				
1.1	Hospedagem (diária completa)	diária	75	120,00	9.000,00
1.2	Refeições	unidade	400	18,00	7.200,00
1.3	Locação de veículo	diária	160	85,00	13.600,00
1.4	Combustível	litros	4200	2,56	10.752,00
1.5	Passagem aérea	uma	4	461,00	1.844,00
1.6	Passagem rodoviária	unidade	80	50,00	4.000,00
1.7	Transporte urbano: táxi	unidade	160	20,00	3.200,00
1.8	Serviços gráficos	unidade	1	5.200,00	5.200,00
1.9	Reprodução de material audiovisual	unidade	1	3.000,00	3.000,00
1.10	Locação equipam. digitais e audiovisuais	diária	6	120,00	720,00
1.11	Locação de equipamentos de informática	diária	120	40,00	4.800,00
1.12	Aluguel de sala	mês	6	1.000,00	6.000,00
1.13	Aluguel de auditórios, salas de convenção	diária	4	1.500,00	6.000,00
1.14	Palestrantes e debatedores eventos	participação	2	1.250,00	2.500,00
1.15	Material de expediente	unidade	1	6.000,00	6.000,00
1.16	Outras despesas de custeio				6.649,73
	TOTAL B				90.465,73
	TOTAL A+B				269.609,07
C	Remuneração Fundação (% subtotal A, B)	%	10%		26.960,91
	TOTAL GERAL (A+B+C)				296.569,98

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.14 IDENTIFICAÇÃO DOS INTEGRANTES DA EQUIPE TÉCNICA

Quadro 5 - Identificação dos integrantes da equipe técnica

Nome	Formação 3º grau	Responsabilidade pelos serviços
Milton Xavier Brollo	Ciências Econômicas	Supervisor geral do projeto
Clóvis Ultramari	Arquitetura e Urbanismo	Coordenador do projeto
Fábio Duarte	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em urbanismo
Rafaela Zatti Libardi	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em urbanismo
Marcio Bittencourt	Ciências Biológicas	Especialista em gestão ambiental
Eduardo Zardo	Turismo	Especialista em turismo
Lívia Kohiyama	Turismo	Especialista em turismo
Lucinei Gumy	Turismo	Especialista em turismo
Antonio Roberto Sartor	Engenharia Civil	Especialista em infraestrutura
Maria Luiza Marques Dias	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em patrimônio histórico
Antonio Roberto Sartor	Engenharia Civil	Especialista em saneamento
Christian Luiz da Silva	Ciências Econômicas	Economista
Leonardo Leite	Analista de Sistemas	Processamento de dados
Amauri Domakoski	Ciências Contábeis	Especialista em gestão pública
Clóvis Ultramari	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em gestão pública
Maria Fernanda Incote	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em geoprocessamento
Aldemir Junglos	Estatístico	Especialista em estatística

Fonte: FAUEPG, 2010.

No Anexo 1 estão os currículos dos integrantes da equipe técnica.

2 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

2.1 APRESENTAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

O Estado do Paraná, localizado na Região Sul do Brasil (Figura 1), ocupa uma área de 199.554 Km², que corresponde a 2,3% da superfície total do Brasil com 399 municípios instalados. São cinco as zonas naturais do Estado: o Litoral, a Serra do Mar, o Primeiro, Segundo e Terceiro Planaltos, todos reservando agradáveis surpresas, nos diversos segmentos do turismo.

Figura 1 – Localização do Paraná



Fonte: IBGE, 2011.

O Paraná é subdividido em duas principais bacias hidrográficas: as do Rio Paraná e o complexo de rios da bacia de drenagem do Atlântico. No litoral, com 98 km de extensão, está localizada a baía de Paranaguá com 300 Km² de área, uma das mais importantes do Sul do Brasil, onde se destacam os portos de Paranaguá e de Antonina.

A temperatura média do Estado é de 18,5° C, sendo que o clima é dividido em dois regimes: o tropical que domina o Norte, Oeste e Litoral com temperaturas médias de 22° C, e o subtropical ou temperado nas regiões do Centro-Sul, com temperaturas médias entre 10° C e 22° C. Seus indicadores econômicos o credenciam entre os maiores produtores do Brasil, participando com cerca de 23% da produção brasileira de grãos, com destaque para: trigo, milho, feijão, algodão, soja, café, mandioca, cana-de-açúcar e a erva-mate, além da avicultura, suinocultura e bovinocultura de leite e de corte. No setor industrial, sobressaem a agroindústria, a alimentícia, fertilizantes, cimento, eletroeletrônica e a metal mecânica, sendo um dos principais estados exportadores do país, com um PIB de R\$ 150.712 bilhões (Ipardes, 2007).

Atualmente, a malha rodoviária do Estado do Paraná possui 15.818,18 Km de rodovias, sendo que destes, 13.507,81 Km são de rodovias pavimentadas. No setor energético, a potência instalada é de aproximadamente 18.000 MW, gerados em 118 empreendimentos. Com uma população de 10.439 milhões de habitantes (IBGE, 2010), o Estado é formado predominantemente por descendentes de diversas etnias como: poloneses, italianos,

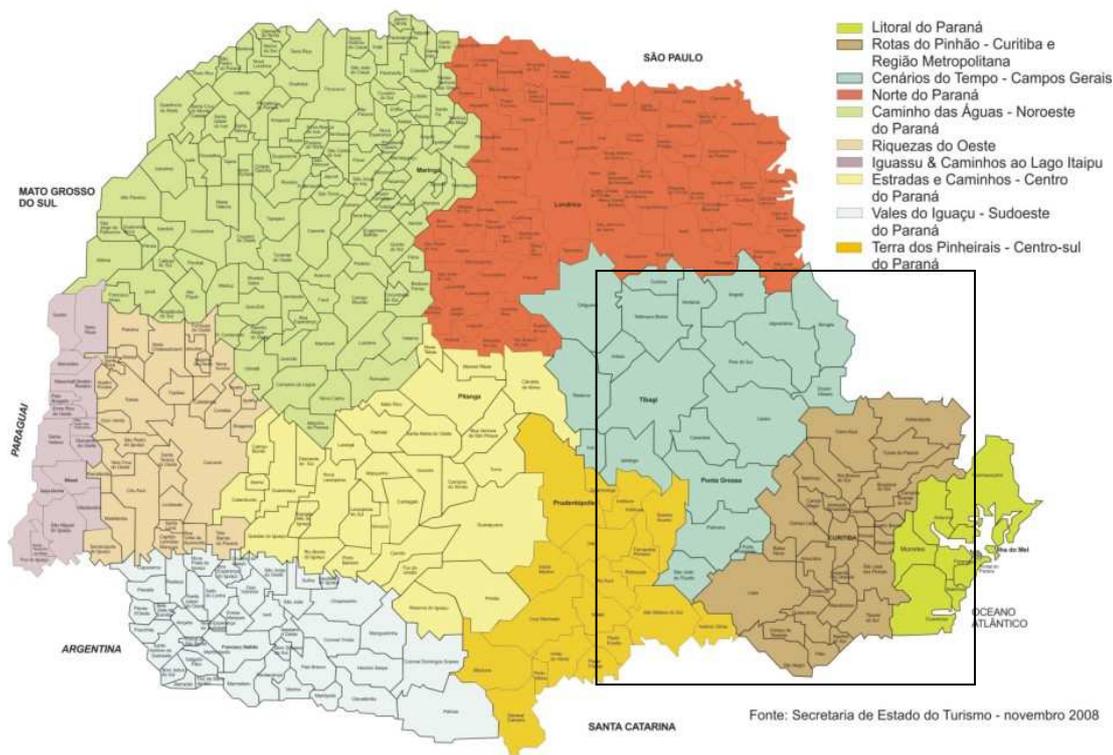
alemães, ucranianos, holandeses, espanhóis e japoneses que aqui se fixaram, juntando-se ao índio, ao português e ao negro, os três elementos básicos que formaram o povo e a cultura paranaense, fazendo com que o Paraná seja conhecido como a "Terra de Todas as Gentes"

Apresentando o maior avanço no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) entre os seis primeiros estados colocados no ranking nacional, o Paraná tem como principais cidades: Curitiba, Londrina, Cascavel, Ponta Grossa, Maringá, Guarapuava e Foz do Iguaçu.

A partir do Programa de Regionalização do Turismo, o Paraná é composto por dez regiões turísticas (Figura 2), o que lhe confere grande diversidade frente ao mercado turístico, tendo como um de seus principais produtos turísticos as Cataratas do Iguaçu.

Apresenta uma dinâmica complexa, se forem consideradas as três Áreas Turísticas para os quais estão sendo elaborados os PDITS. O Litoral, que apresenta uma sazonalidade acentuada, Foz do Iguaçu que apresenta um entorno em processo de consolidação e Curitiba que centraliza muito do fluxo da Região Metropolitana de Curitiba. Os Campos Gerais apresentam um fluxo intermediário entre as demais regiões e a capital. Desse cenário resultam dificuldades na comercialização do turismo de forma regionalizada.

Figura 2 - Regiões turísticas do Paraná



A região analisada é composta por 47 municípios, dos quais 25 foram selecionados para participar da primeira fase do PRODETUR Nacional. São eles: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais, Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi (Mapa 1)

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo do estado do Paraná, estes municípios pertencem a duas regiões turísticas distintas: Rotas do Pinhão (integrada por Curitiba e municípios da Região Metropolitana de Curitiba) e Região dos Campos Gerais do Paraná (integrada pelos municípios dos chamados Campos Gerais paranaense).

As áreas dos municípios são diversificadas, estendendo-se de 60 a 2.900 Km², ou seja, existem municípios como Pinhais, com uma área menor e um maior adensamento populacional e municípios, como Tibagi, com uma área maior e, baixa densidade populacional e grandes extensões de áreas verdes, destacando-se os seus recursos naturais.

Pertencem às áreas administrativas da Região Metropolitana de Curitiba e Campos Gerais, sendo que Campo Largo e Lapa estão justamente na área intermediária entre essas duas regiões.

Cabe notar ainda que a Área Turística localiza-se quase que integralmente no Anel de Integração. O Anel de Integração do Paraná consiste em uma malha de 2.493 Km de rodovias divididas em seis lotes interligados, administrados pela iniciativa privada e mantidos com a cobrança da tarifa de pedágio, que forma um polígono geométrico interligando Curitiba, Ponta Grossa, Guarapuava, Cascavel, Foz do Iguaçu, Campo Mourão, Maringá, Paranaíba, Londrina e Paranaguá no estado do Paraná.

O quadro 6 apresenta a localização dos municípios pertencentes a Área Turística, levando em consideração os aspectos geográficos e administrativos. Os municípios se localizam a uma distância máxima de 219 Km da capital o que representa um raio de abrangência de 2 horas e 30 minutos de distância-tempo.

Mapa 1 – Municípios da Área Turística



PDITS - PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL
CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS



LEGENDA

- Municípios da área turística
- Outros municípios do Paraná

ÁREA TURÍSTICA

FORTE: OS AUTORES, 2011.

**MUNICÍPIOS DA ÁREA
 TURÍSTICA**

01

ESCALA 1:1.500.000

Quadro 6 - Localização dos municípios da Área Turística

continua

Município	Região	Mesorregião	Municípios do entorno	Latitude	Longitude	Altitude	Extensão territorial	Distância da capital	Distância Aeroporto Afonso Pena	Distância Porto de Paranaguá	Rodovias de acesso
Almirante Tamandaré	RMC	Metropolitana	Campo Magro, Colombo, Curitiba, Rio Branco do Sul	25°18' 00" Sul	49°18' 00" W-GR	950 m	276,105 Km ²	14 Km	11 Km	108 Km	PR 092 PR 509
Arapoti	Campos Gerais	Centro-Oriental	Jaguariaíva, Pirai do Sul, Pinhalão, Ventania, São José da Boa Vista, Jaguariaíva, Sengés	25°15' 50" Sul	50°43' 24" W-GR	872 m	1.362,36 Km ²	166 Km	25 Km	344 Km	PR-531 PR-092 PR-239 BR-153
Araucária	RMC	Metropolitana	Balsa Nova, Campo Largo, Curitiba, Contenda, Fazenda Rio Grande	25°35' 36" Sul	49°24' 27" W-GR	897 m	466,096 Km ²	28 Km	25 Km	118 Km	PR 423 BR-376
Balsa Nova	Campos Gerais	Metropolitana	Palmeira, Lapa, Araucária, Campo Largo, Porto Amazonas, Contenda	25°34' 00" Sul	49°37' 28" W-G	856 m	408,273 Km ²	52 Km	68 Km	133 Km	PR-510 BR 277
Campina Grande do Sul	RMC	Metropolitana	Antonina, Bocaiúva do Sul, Quatro Barras, Colombo, Guaraqueçaba, Adrianópolis	25°19' 00" Sul	49°51' 00" W-GR	918 m	600,84 Km ²	33 Km	35 Km	105 Km	PR-506 PR-410 BR-116
Campo Largo	RMC e Campos Gerais	Metropolitana	Itaperuçu, Ponta Grossa, Castro, Balsa Nova, Curitiba	25°27' 34" Sul	49°31' 40" W-GR	956 m	1.191,9 Km ²	34 Km	28 Km	123 Km	BR-277 PR-090 PR-510
Campo Magro	RMC	Metropolitana	Almirante Tamandaré, Campo Largo, Itaperuçu, Curitiba	25°22' 12" Sul	49°25' 26" W-GR	990,3 m	274 Km ²	25 Km	10 Km	101 Km	PR-090 PR-510
Carambei	Campos Gerais	Centro-oriental	Tibagi, Castro, Ponta Grossa, Teixeira Soares	24°55' 00" Sul	50°05' 55" W-GR	1.020 m	647,02 Km ²	116 Km	158 Km	217 Km	PR-151
Castro	Campos Gerais	Centro-Oriental	Pirai do Sul, Tibagi, Carambei, Doutor Ulysses, Campo Largo	24°47' 25" Sul	50°00' 25" W-GR	988 m	2.674,607 Km ²	117 Km	155 Km	230 Km	PR-340 PR-090 PR-151
Cerro Azul	RMC	Metropolitana	Doutor Ulysses, Tunas do Paraná, Rio Branco do Sul, Castro	24°29' 25" Sul	49°15' 45" W-GR	393 m	1.193,244 Km ²	80 Km	123 Km	178 Km	PR-092 PR-340
Colombo	RMC	Metropolitana	Quatro Barras, Pinhais, Almirante Tamandaré, Rio Branco do Sul, Bocaiúva do Sul	25°17' 00" Sul	49°15' 00" W-GR	950 m	198,7 Km ²	19 Km	10 Km	110 Km	PR-417 PR-509 BR-476
Curitiba	RMC	Metropolitana	Pinhais, Colombo, Almirante Tamandaré, Araucária, Fazenda Rio Grande, São José dos Pinhais	25°25' 48" Sul	49°16' 15" W-GR	908 m	432,418 Km ²	-	18 Km	91 Km	BR-376 BR-116 BR-277
Jaguariaíva	Campos Gerais	Centro-oriental	Arapoti, São José da Boa Vista, Sengés, Pirai do Sul	24°14' 49" Sul	49°42' 23" W-GR	840 m	1.748,422 Km ²	150 Km	220 Km	327 Km	PR-151 PR-092

conclusão

Município	Região	Mesorregião	Municípios do entorno	Latitude	Longitude	Altitude	Extensão territorial	Distância da capital	Distância Aeroporto Afonso Pena	Distância Porto de Paranaguá	Rodovias de acesso
Lapa	RMC e Campos Gerais	Metropolitana	Contenda, Balsa Nova, Porto Amazonas, Palmeira, Antônio Olinto, Rio Negro	25°46' 02" Sul	49°43' 10" W-GR	907 m	2.145,352 Km ²	74 Km	69 Km	162 Km	PR-427 BR-476 PR-433 PR-512
Palmeira	Campos Gerais	Centro-oriental	Teixeira Soares, Ponta Grossa, Campo Largo, Porto Amazonas, São João do Triunfo	25°25' 02" Sul	49°59' 57" W-GR	864 m	1.449,608 Km ²	97 Km	104 Km	176 Km	BR-376 BR-277 PR-151
Pinhais	RMC	Metropolitana	Curitiba, Piraquara, Quatro Barras, Colombo	25°26' 00" Sul	49°11' 00" W-GR	893 m	60,796	11 Km	19 Km	93 Km	BR-116 BR-476 PR-415
Piraí do Sul	Campos Gerais	Centro-oriental	Jaguariaíva, Arapoti, Castro, Doutor Ulysses, Ventania	24°32' 00" Sul	49°57' 00" W-GR	1.000 m	1.437,37 Km ²	135 Km	170 Km	283 Km	PR-090 PR-151
Piraquara	RMC	Metropolitana	Quatro Barras, Pinhais, Morretes, S. José Pinhais	25°29' 42" Sul	49°03' 29" W-GR	897 m	224,85 Km ²	28 Km	19 Km	83 Km	BR-116 BR-277 PR-506
Ponta Grossa	Campos Gerais	Centro-oriental	Carambeí, Castro, Campo Largo, Teixeira Soares, Tibagi	25°05' 58" Sul	50°09' 30" W-GR	975 m	1.947,504 Km ²	114 Km	142 Km	209 Km	BR-373 BR-376 PR-151 PR-438
Quatro Barras	RMC	Metropolitana	Campina Grande do Sul, Morretes, Piraquara, Pinhais, Colombo	25°22' 00" Sul	49°04' 10" W-GR	936 m	169,466 Km ²	27 Km	13 Km	95 Km	BR-116 PR-506
Rio Negro	Campos Gerais	Metropolitana	Lapa, Campo do Tenente, Piên	26°25' 50" Sul	49°47' 30" W-GR	775 m	629,347 Km ²	103 Km	104 Km	200 Km	BR-116 PR-427
São José dos Pinhais	RMC	Metropolitana	Mandirituba, Tijucas do Sul, Fazenda Rio Grande, Piraquara, Guaratuba	25°32' 00" Sul	49°12' 00" W-GR	906 m	899,133 Km ²	17 Km	-	80 Km	BR-376 BR-277 BR-116
Sengés	Campos Gerais	Centro-oriental	Jaguariaíva, São José da Boa Vista, Doutor Ulysses, Arapoti	24°06' 38" Sul	49°27' 55" W-GR	591 m	1.357,808 Km ²	159 Km	170 Km	365 Km	PR-151 PR-239 PR-092
Telêmaco Borba	Campos Gerais	Centro-oriental	Ventania, Tibagi, Imbaú, Ortigueira, Curiúva	24°19' 30" Sul	50°37' 00" W-GR	760 m	1.508,384 Km ²	219 Km	267 Km	337 Km	PR-090 PR-160 PR-340
Tibagi	Campos Gerais	Centro-oriental	Reserva, Ipiranga, Ponta Grossa, Carambeí, Castro, Piraí do Sul, Ventania, Telêmaco Borba, Imbaú	24°30' 34" Sul	50°24' 55" W-GR	730 m	2.926,238 Km ²	176 Km	230 Km	305 Km	BR-376 BR-153 PR-441 PR-340

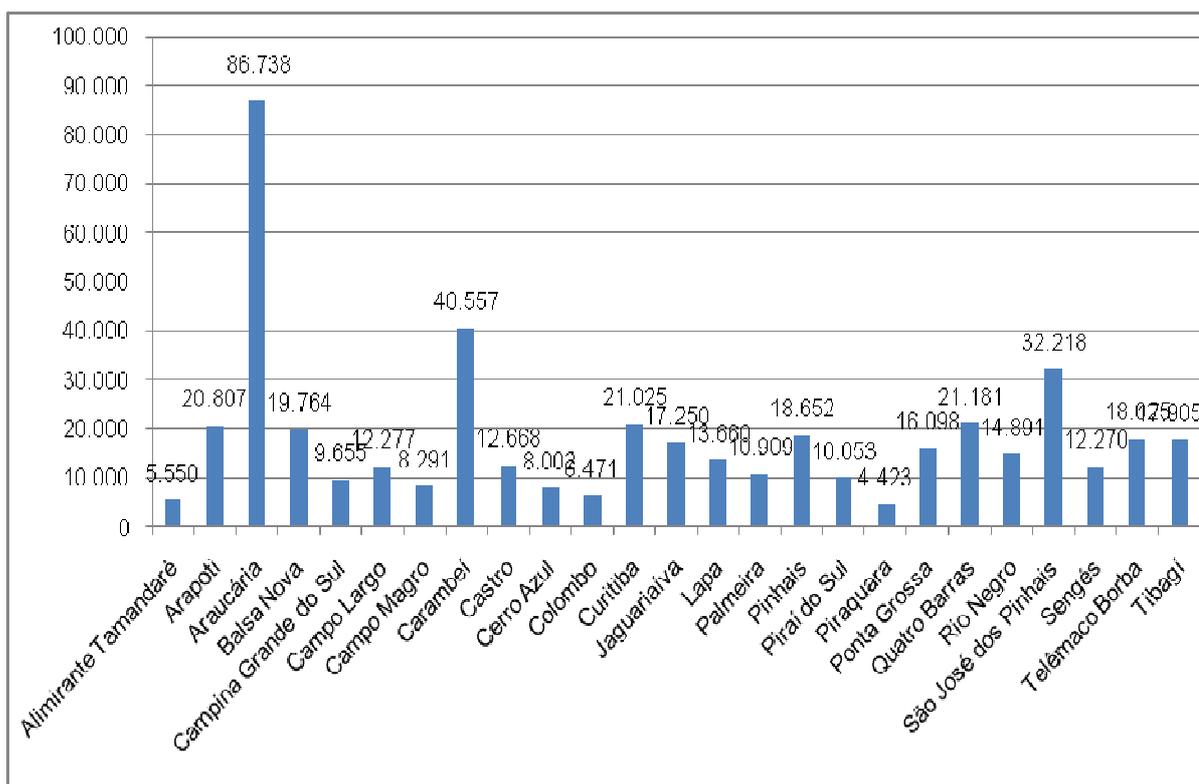
Fonte: Paranacidade, 2010.

2.2 DINÂMICA SOCIOECONÔMICA DA ÁREA TURÍSTICA

O crescimento econômico e populacional verificado a partir da década de 1990 foi descentralizado da cidade polo, Curitiba, e direcionou-se para Araucária, Campo Largo, Colombo, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais. Em contrapartida, o crescimento populacional nos Campos Gerais diferenciou-se apenas pelo crescimento de Carambeí. O crescimento populacional entre 2009 (estimado) e 2020 (projetado) é de aproximadamente 15%, enquanto a região metropolitana tende a crescer ainda mais que os Campos Gerais (16%).

O produto interno bruto (PIB) per capita da Área Turística é de R\$ 19,7 mil, sendo ligeiramente menor que dos municípios da Região Metropolitana de Curitiba (RMC) (R\$ 20,45 mil) e de Curitiba (R\$ 21,03 mil), principal município da região. Alguns municípios como Araucária, onde se localiza a refinaria da Petrobrás, se destacam pelo PIB per capita de R\$ 86,7 mil. Outros destaques são Carambeí, com a produção de leite e alimentos industrializados, e São José dos Pinhais, que recebeu investimentos da indústria automobilística na década de 1990, conforme pode ser visualizado no Gráfico 1.

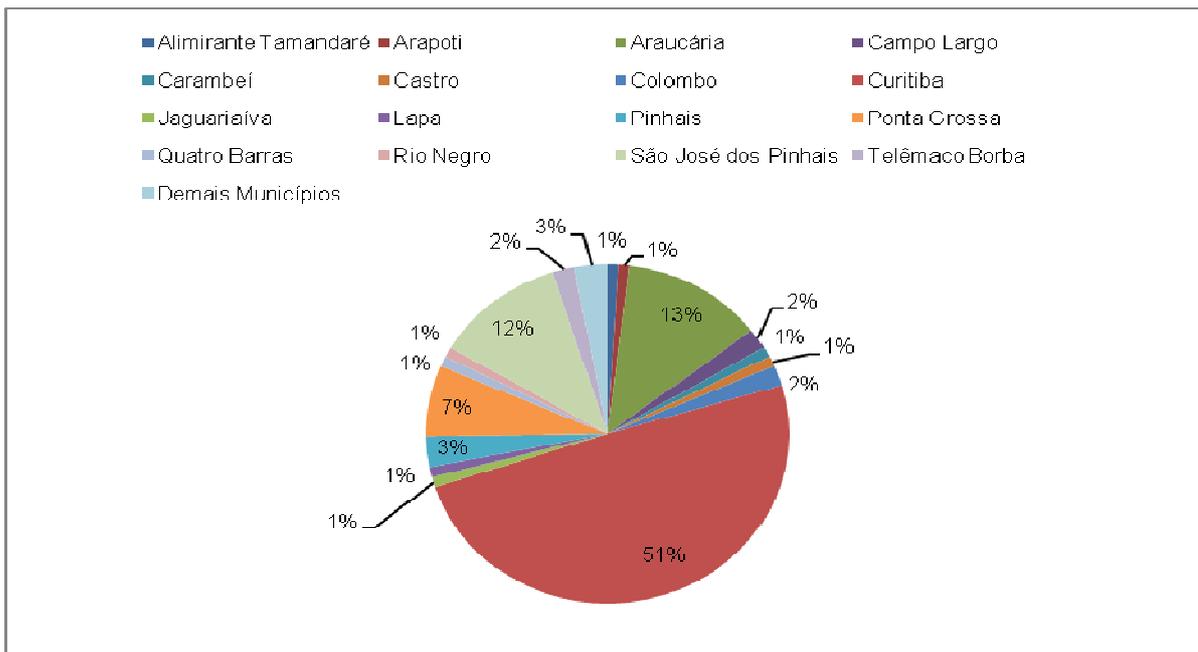
Gráfico 1 - Produto Interno Bruto per Capita - 2007 (R\$ 1,00)



Fonte: Ipardes,2007.

Essas diferenças mostram distintos vetores econômicos de desenvolvimento na região, sendo o turismo uma atividade importante, mas não a principal para a dinâmica regional. Curitiba representa 51% do PIB regional, seguido de Araucária (13%), São José dos Pinhais (12%) e Ponta Grossa (7%), totalizando 83% do PIB concentrado em quatro dos 25 municípios da Área Turística (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Distribuição do Produto Interno Bruto a preços correntes - 2007 (R\$ 1.000,00)



Fonte: Ipardes (2007)

A Área Turística emprega formalmente¹ 1,17 milhões de pessoas, sendo 629 mil em serviços e administração pública e 251 mil na indústria. Destes empregos, dois terços são de Curitiba, concentrando 45% dos empregos da indústria e 77% de serviços e administração pública. São José dos Pinhais, Araucária e Carambeí concentram empregos na indústria e Ponta Grossa e Colombo em serviços (Tabela 1). Isso reforça possíveis segmentos de turismo para se explorar em cada região, uma vez que se pode inferir que uma parte das ocupações em turismo ainda são informais.

Municípios como Curitiba e São José dos Pinhais concentram-se no turismo de negócios e eventos. Os municípios dos Campos Gerais estão mais vinculadas ao turismo de lazer, ecoturismo e turismo rural. Alguns municípios da região metropolitana desenvolveram roteiros gastronômicos e rurais, com a finalidade de aproveitar as raízes regionais da colonização. Isso torna a Área Turística muito diversificada em termos de potencial turístico e incremento de atividades vinculadas, especialmente, o comércio e serviços.

A cadeia produtiva do turismo é relativamente extensa, como descreve Ipardes (2008). A partir de dados levantados sobre emprego na base da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), para 2000 e 2006, no estudo da cadeia do turismo do Ipardes e SETU/PR, pode-se observar que a região oeste, onde se localiza Foz do Iguaçu, concentra a maior parte dos empregos relativos ao turismo. Entre 2000 e 2006, porém, perdeu importância relativa. A Tabela 2 apresenta o cálculo do coeficiente de localização, que mostra a concentração de empregados de uma atividade em uma determinada região. Normalmente, considera-se o coeficiente maior que 1,2 como uma aglomeração de empregos daquela atividade naquela região. Pode-se observar que a única região com índice acima de 1,2 na atividade turística, em 2000, era a região oeste, ou seja, uma forte concentração e especialização deste tipo de atividade quando comparado com o restante do Estado.

¹ Empregos Formais: ocupações ou postos de trabalhos que atendem a legislação trabalhista em vigor no que tange às garantias do trabalhador, impostos e previdência. Diferenciam-se das ocupações informais, uma vez que essas não garantem aos trabalhadores direitos fundamentais da legislação trabalhista brasileira.

Tabela 1 - Empregos formais na Área Turística CRMCG – 2008

Município de Localização do estabelecimento	Indústria	Construção Civil	Comércio	Serviços e Administração Pública	Agropecuária, extração Vegetal, caça e pesca	Total
Almirante Tamandaré	4.032	651	1.999	3.879	42	10.630
Arapoti	925	62	1.104	1.707	1.025	4.823
Araucária	15.164	3.289	5.384	12.054	557	36.448
Balsa Nova	989	20	218	718	117	2.062
Campina Grande do Sul	1.673	380	1.339	2.857	51	6.300
Campo Largo	9.838	654	4.308	6.978	235	22.013
Campo Magro	784	174	399	1.460	54	2.871
Carambeí	4.254	115	871	1.900	1.615	8.755
Castro	2.208	352	2.465	3.898	3.123	12.046
Cerro Azul	165	4	257	898	274	1.598
Colombo	10.047	2.512	6.851	13.266	2.200	34.876
Curitiba	114.415	28.662	140.325	486.917	1.479	771.798
Jaguariaíva	2.290	173	1.174	2.828	551	7.016
Lapa	2.414	242	1.520	2.355	1.186	7.717
Palmeira	1.271	43	1.468	1.876	675	5.333
Pinhais	12.804	3.471	7.080	11.008	31	34.394
Piraí do Sul	1.474	63	583	818	540	3.478
Piraquara	1.277	362	1.167	3.191	108	6.105
Ponta Grossa	14.686	4.198	18.027	31.750	1.849	70.510
Quatro Barras	3.920	133	541	2.550	31	7.175
Rio Negro	3.116	93	1.639	1.929	310	7.087
São José dos Pinhais	36.760	5.416	13.452	26.043	566	82.237
Sengés	1.703	60	726	1.108	475	4.072
Telêmaco Borba	5.534	796	2.958	6.483	216	15.987
Tibagi	214	58	452	899	981	2.604
Área Turística	251.957	51983	216.307	629.370	18.291	1.167.935

Fonte: Iparades, 2008.

A cadeia produtiva do turismo no Paraná representava 72 mil empregos formais em 2000 e aumentou para 96 mil em 2006, crescendo 34% contra 36% do total da atividade do Estado. Estas mudanças reforçam a perda de participação econômica relativa da região oeste no Estado, e o relativo crescimento da RMC, região que se especializa na atividade turística, principalmente de negócios. Campos Gerais possui outras atividades regionalmente mais relevantes que as relacionadas diretamente ao turismo, além disso não se observa evolução em relação às outras regiões entre 2000 e 2006 para os Campos Gerais.

Tabela 2 - Número de empregos da cadeia produtiva do turismo, do total de atividades e índice de coeficiente localizacional por região turística - Paraná - 2000/2006

Região	2000		2006		Coeficiente localizacional		Crescimento emprego 2000-2006 (%)	
	Turismo	Total	Turismo	Total	2000	2006	Turismo	Total
Litoral	1.820	35.150	2.721	42.956	1,19	1,48	50,0	22,0
RMC	36.058	738.155	47.453	967.542	1,12	1,15	32,0	31,0
Campos Gerais	3.378	96.809	4.638	136.945	0,80	0,79	37,0	41,0
Norte	10.226	261.310	13.513	349.705	0,90	0,90	32,0	34,0
Noroeste	6.548	231.993	9.162	326.108	0,65	0,66	40,0	41,0
Oeste	10.502	48.085	13.490	224.944	1,63	1,40	28,0	52,0
Centro	1.248	46.708	1.893	63.036	0,61	0,70	52,0	35,0
Sudoeste	1.399	57.270	2.063	91.669	0,56	0,53	47,0	60,0
Centro-sul	881	37.955	1.438	48.385	0,53	0,69	63,0	27,0
Paraná	72.060	1.653.435	96.371	2.251.290			34,0	36,0

Fonte dos Dados Brutos: Iparades, 2008; Ministério do Trabalho e Emprego / Rais, 2006

Em 2008, a atividade do turismo na Área Turística gerava em torno de 46 mil empregos formais (agências, hotéis e alimentação), sendo cerca de 33 mil em Curitiba (Tabela 3). Desses trabalhadores, 76% possuíam ensino fundamental e médio completo e 86% recebiam menos de três salários mínimos. Há uma tendência de remuneração de 1 a 1,5 salários mínimos até o ensino fundamental, incrementando com o ensino médio para

intervalo entre 1,51 a 2 salários mínimos e com o ensino superior para 2,1 a 3 salários mínimos. Contudo, ressalta-se a baixa remuneração da atividade, como ocorre em outros locais do Brasil. Outra importante característica é a concentração dos empregos em Curitiba. Aproximadamente 70% dos empregados em hotéis estão em Curitiba e há uma concentração dos empregados no turismo no setor de alimentação em Araucária (96% dos empregos do município) e Ponta Grossa (77%), São José dos Pinhais (92%). Outro ponto é a importância relativa da hospedagem na geração de emprego formal, pois representa 84% dos empregos, conforme a Tabela 3.

Tabela 3 - Empregos formais em hospedagem, alimentação e agência de turismo da Área Turística de Curitiba e Campos Gerais – 2010

Município de Localização do estabelecimento	Hotéis e similares	Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente	Restaurante e outros serviços de alimentação	Serviços de catering, bufê e outros serviços	Agências de viagens e Turismo	Total
Almirante Tamandaré	166	15	79	21	0	281
Arapoti	31	0	73	0	0	104
Araucária	286	40	504	2.513	16	3.359
Balsa Nova	5	3	77	12	0	97
Campina Grande do Sul	60	1	309	4	0	374
Campo Largo	93	13	409	147	3	665
Campo Magro	10	0	38	5	0	53
Carambeí	17	0	72	27	2	118
Castro	72	0	211	9	10	302
Cerro Azul	2	0	4	0	0	6
Colombo	146	2	459	1.294	13	1.914
Curitiba	3.769	323	24.383	5.037	1.766	35.278
Jaguariaíva	58	0	102	126	1	287
Lapa	12	0	213	2	5	232
Palmeira	13	8	216	20	0	257
Pinhais	69	2	548	190	1	810
Piraí do Sul	5	0	35	13	0	53
Piraquara	13	0	103	8	0	124
Ponta Grossa	413	8	1.658	177	40	2.296
Quatro Barras	31	0	100	17	0	148
Rio Negro	24	0	108	30	0	162
São José dos Pinhais	371	5	1.842	1.160	65	3.443
Sengés	6	0	26	0	0	32
Telêmaco Borba	127	2	132	64	10	335
Tibagi	51	0	56	0	3	110
Total	5.850	422	31.757	10.876	1.935	50.840

Fonte: Rais, 2010.

O Índice Paranaense de Desenvolvimento Municipal (Ipdm) envolve três variáveis: emprego e geração de renda, educação e saúde. Quanto mais próximo este índice está de um, mais o município está se desenvolvendo. Com este indicador pode-se observar que a realidade dos municípios da região é bastante distinta e vem se transformando também de maneira diversa. Segundo Ipardes (2007) alguns municípios estavam em 2002 abaixo da linha 0,5 (50% do total do índice) e conseguiram evoluir neste período, como Almirante Tamandaré, Arapoti, Castro, Cerro Azul, Lapa, Piraí do Sul, Piraquara, Sengés e Tibagi. Ou seja, dos 25 municípios, nove estavam com índice menor que 0,5, sendo cinco dos Campos Gerais e quatro da RMC.

Entre 2002 e 2007, a evolução do índice foi significativa na educação. Pouco se evoluiu na questão emprego e renda e, para alguns, na saúde (Ipardes, 2007). Cerro Azul, por exemplo, que era o único abaixo da linha de 0,4 cresceu significativamente entre 2005 e 2007 por conta do crescimento na educação e saúde (37% na educação entre 2005 e 2007), mas ainda permanece abaixo da linha de 0,5.

Curitiba alcança índice acima de 0,8, mas o crescimento percentual entre 2002 e 2007 ocorreu principalmente na educação. Apesar de Araucária ter o maior PIB per cápita, o maior Ipdm é de Curitiba. Entre 2005 e 2007, Araucária cresceu 4% contra 2% do índice de Curitiba, mas basicamente com relação à renda e à geração de emprego (3% contra -1% no período), minimizada pela melhora da educação em Curitiba (6%) contra 4% de Araucária.

Apesar da evolução do Ipdm de alguns municípios, muitos ainda se encontram abaixo da média na área turística em questão. Almirante Tamandaré, Campo Magro, Castro, Cerro Azul, Lapa, Piraí do Sul e Tibagi tem problemas em todas as áreas, comparativamente à Área Turística. Alguns ainda não conseguem estabelecer alternativas para incrementar a renda, como Colombo, Balsa Nova e Campina Grande do Sul, Jaguariaíva e Piraquara (Ipardes, 2000).

Tais indicadores demonstram que ainda há muito por fazer para diminuir as desigualdades regionais na Área Turística e mesmo dentro de cada município. O fortalecimento de atividades, como o turismo, pode ser alternativa interessante para maior inclusão da comunidade e melhora da condição de vida. Esse fortalecimento, contudo, demanda um projeto turístico que viabilize uma estrutura básica de segmentação e atração do turista para região. Com isso há o desenvolvimento de atividades no comércio e serviços que permitem a maior inclusão da população local em atividades que explorem, inclusive, as suas habilidades manuais ou suas características culturais para se tornarem atrativos turísticos locais e regionais, por exemplo. Essa característica do turismo torna a atividade importante para a inclusão produtiva e exige uma especialização na atividade, acompanhada de uma educação básica formal. Essa educação é impulsionada à medida que se desenvolve a atividade econômica na região.

Cabe ressaltar que problemas relativos à saúde, como controle de epidemias, acesso aos serviços de saúde de qualidade e condição de saneamento e higiene básica, são elementos considerados pelo turista para definição do seu próximo local a visitar. Assim, os municípios com problemas na área da saúde, que refletem na expectativa de vida, devem observar a relevância disso para inclusão do município no roteiro turístico. Exemplifica-se com os municípios da Lapa e Tibagi. O primeiro possui problemas em todas as áreas e tem potencial para o turismo gastronômico e cultural, com ênfase no patrimônio histórico. O segundo tem potencial para o turismo rural e de aventura, pelas paisagens naturais. Esses dois municípios demandam não apenas um plano turístico, mas uma visão integrada que minimize seus problemas, com melhora nas áreas da educação básica e saúde. O incremento da renda poderá resultar no aumento da atratividade turística a partir da melhora da condição básica de vida (saúde e educação), inserida em um plano de turismo segmentado, que proporcionará a inclusão de roteiros desses municípios para um potencial turista que já visita a capital paranaense, por exemplo.

Os municípios que formam o núcleo de Curitiba, limítrofes a capital paranaense, deveriam vincular e segmentar mais suas atividades turísticas, com atrações distintas, que ajudem a aumentar o tempo e gasto médio na estadia dos turistas que visitam a capital. Isso poderia causar incremento da renda, como por exemplo o roteiro gastronômico e cultural de Colombo, o turismo rural em Balsa Nova, entre outras alternativas que deveriam ser analisadas como alternativas possíveis. Tais alternativas desses municípios são ainda mais importantes se forem observados os Índices de Desenvolvimento Humano (IDH), relativamente altos se tomados no contexto da Área, mas que guardam disparidades regionais consideráveis.

2.3 ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO (DEMANDA E OFERTA) DA ÁREA TURÍSTICA

Não foi possível realizar a pesquisa primária para a análise da demanda turística atual da Área Turística. Acredita-se, porém, que os dados secundários disponibilizados pela SETU e pelos municípios da Área Turística foram adequados para se conhecer a caracterização de tendências, hábitos de consumo, campanhas promocionais e a identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais.

Embora não tenha sido realizada a pesquisa primária para identificação da demanda turística, pode-se identificar as principais características da demanda turística atual por meio das pesquisas da demanda realizadas pela SETU, entre os anos de 2001 e 2007; os estudos da demanda realizados pelo Instituto Municipal de Turismo – IMT (Curitiba Turismo) realizados entre 2007 e 2010 e outras fontes de informações secundárias (Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná, 2007; Plano de Desenvolvimento do Turismo do Paraná 2008-2011; Plano de Desenvolvimento Turístico para as duas regiões turísticas), além de projeções estatísticas que permitiram medir as principais tendências e o perfil quantitativo e qualitativo da demanda turística.

2.3.1 Pesquisa primária para análise da demanda turística atual

A coleta de dados para elaboração deste estudo foi iniciada com a apresentação individual do documento a cada um dos 25 municípios participantes, quando foi solicitado o apoio para a obtenção das informações por parte da equipe técnica. Foram realizadas visitas a todos os municípios da Área Turística, quando foram convidados representantes dos municípios para reunião técnica de apresentação do PRODETUR e PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais em cada um dos municípios.

Estas reuniões contaram, muitas vezes, com representantes do poder público (área de turismo, educação, meio ambiente, cultura, saúde, obras públicas, saneamento e urbanismo), iniciativa privada (empresas de turismo), instituições de ensino (técnico e superior) e sociedade civil organizada (representantes dos conselhos municipais de turismo e meio ambiente, associações em geral na área de turismo). A presença desses representantes foi sugerida para que fossem apresentados de forma uniforme os assuntos relacionados ao projeto, além de detalhar aos representantes, a necessidade de informações sobre cada área e explicar sua relação com a atividade turística.

Durante as reuniões foram apresentadas as necessidades de informações e orientação para a busca de outras informações relativas ao município. Como o PDITS é multidisciplinar, exigindo uma avaliação geral da Área Turística, todas as áreas do município deveriam contribuir com informações.

Além das informações obtidas por meio dos formulários, foram realizados levantamentos em fontes secundárias para complementar as informações, em fontes como: IBGE, Iparde, Secretarias Estaduais, Urbs, Ministério dos Transportes, Anac, Cadastur, entre outros.

A pesquisa da demanda turística de Curitiba foi utilizada como uma referência para os demais municípios da Área Turística, porque apenas Curitiba possui este estudo com série histórica. A seguir, apresenta-se a análise sobre a demanda turística atual da Área Turística.

- **Tendências no perfil quantitativo dos visitantes atuais da Área Turística**

Curitiba gera a demanda turística regional a partir de seus moradores e da distribuição do fluxo turístico que recebe por sua atratividade. O perfil dos visitantes de Curitiba difere do perfil dos visitantes dos demais municípios da Área Turística, dadas as características das atividades realizadas na capital.

Embora a Área Turística apresente características semelhantes em relação ao perfil do turismo, possui algumas situações distintas, uma vez que Curitiba concentra grande parte da oferta e da demanda turística intrarregional, doméstica e internacional, caracterizando-se como o grande centro turístico regional, semelhante a um *hub*².

Considerando os fluxos de turistas ao Paraná entre os anos de 2003 e 2008, observa-se que a demanda cresce em torno de 27% (Tabela 4). Este crescimento coincide com a criação da Secretaria de Estado do Turismo e com a implantação dos programas promocionais. Curitiba participa com uma média de 24% do fluxo estadual, demonstrando sua importância para a Área Turística e confirmando sua posição como Centro Turístico.

Quanto à demanda turística de Curitiba, houve crescimento entre 2005 e 2008 (Tabela 4). As iniciativas da Prefeitura Municipal de Curitiba quanto aos aspectos da melhoria e qualificação da oferta turística, com a implantação da Linha Turismo, a Linha Natal (exclusiva para o período de Natal) e a ampliação das ferramentas de comunicação e promoção turística (portal na internet, vídeos, aplicativos para telefones celulares etc.) contribuem significativamente para esse aumento do fluxo.

Tabela 4 - Demanda Turística de Curitiba e Paraná, análise comparativa 2003 a 2008

Variáveis	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Turistas Curitiba (visitantes)	2.409.569	2.364.151	2.235.378	2.624.001	2.903.059	3.029.950
Participação Curitiba/Estado (%)	25	24	22	25	24	25
Turistas Paraná (visitantes)	9.601.891	9.931.447	9.972.843	10.328.714	11.936.056	12.250.785
Estadual (%)	55,6	56,2	53,7	54,4	52,5	53,4
Estadual (visitantes)	5.338.651	5.581.473	5.355.417	5.618.820	6.266.429	6.541.919
Interestadual (%)	36,0	35,4	37,7	37,6	39,3	38,5
Interestadual (visitantes)	3.459.123	3.520.002	3.755.963	3.882.367	4.689.384	4.721.499
Exterior (%)	8,4	8,4	8,6	8,0	8,2	8,1
Exterior (visitantes)	809.917	835.282	861.862	827.187	979.363	986.404
Permanência (dias)	3,8	3,3	3,7	3,8	3,9	4,0
Gasto Médio Diário (US\$)	47,8	47,5	60,0	61,6	63,1	63,1
Receita Gerada (US\$ x 1.000)	1.124,00	1.067,92	1.462,83	1.508,96	1.508,96	2.939,03

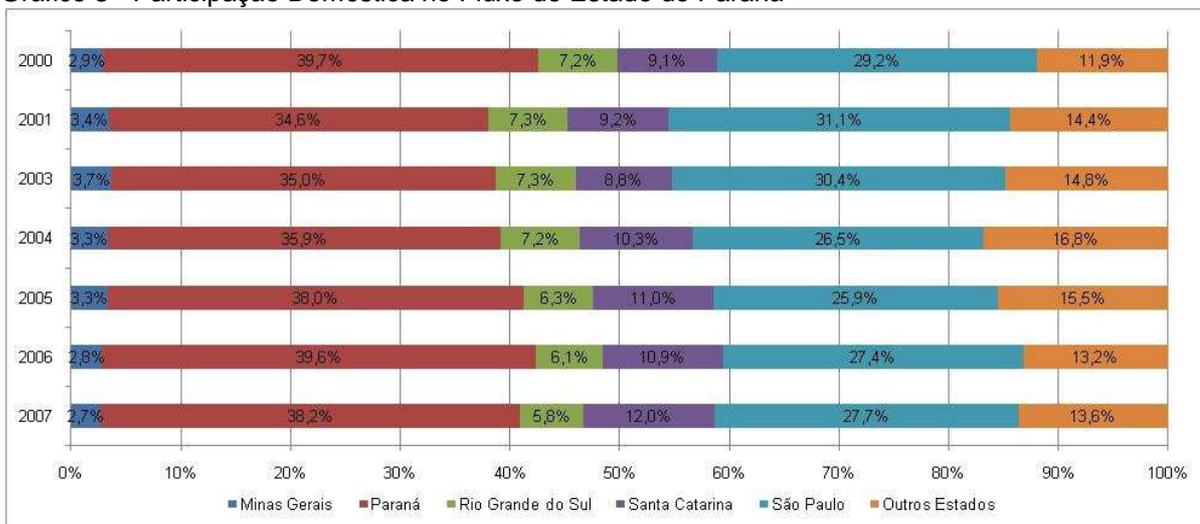
Fonte: SETU, 2010.

Em relação ao gasto médio diário, no período de 2003 a 2008, percebe-se um incremento de 32%. Essa tendência é reforçada pela estabilidade da moeda e sua valorização.

O volume de turistas que visita Curitiba tem aumentado nos últimos dez anos. Percebe-se uma tendência de incremento dos fluxos de Santa Catarina. No mesmo período, percebe-se uma diminuição da participação dos principais centros emissores, São Paulo e Rio Grande do Sul.

² Em uma rede, o Hub funciona como a peça central, que recebe os sinais transmitidos pelas estações e os retransmite para todas as demais. Foi utilizada essa terminologia para identificar Curitiba como um polo regional administrativo, estrutural e turístico.

Gráfico 3 - Participação Doméstica no Fluxo do Estado do Paraná

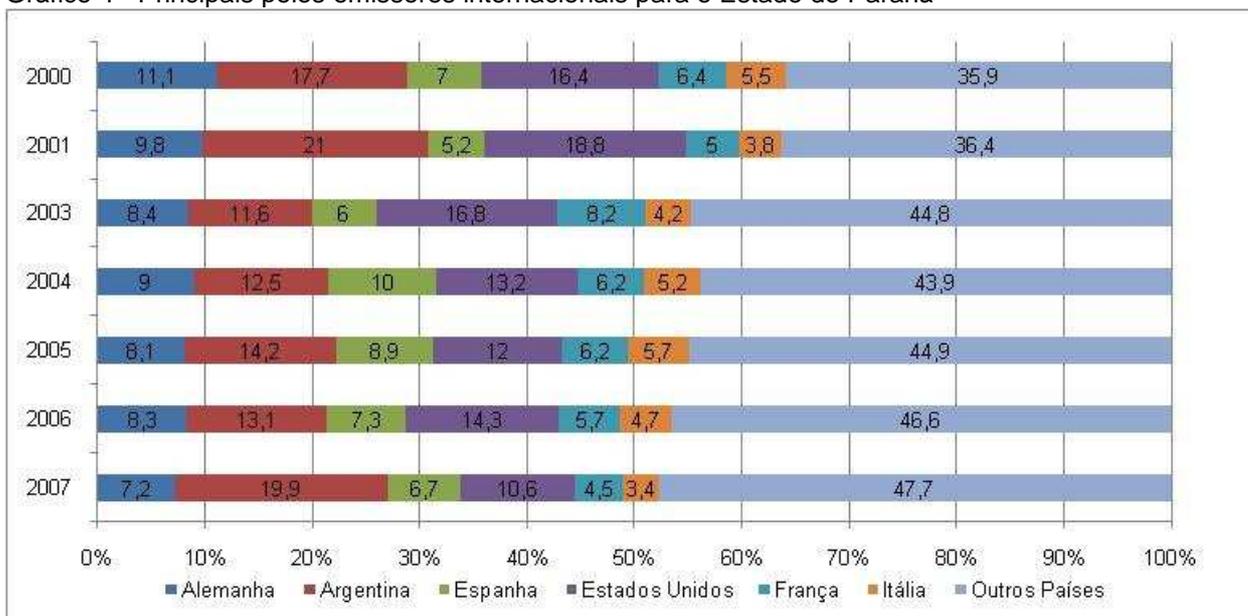


Fonte: SETU, 2008.

Dentre os principais polos emissores de consumidores dos produtos e destinos turísticos paranaenses, destacam-se fluxos originários dos Estados de São Paulo e Santa Catarina, ou seja, o entorno da Área Turística, até uma distância rodoviária de 500 Km ou uma distância-tempo de 1 hora e 30 minutos de voo (Gráfico 3).

Percebe-se a constância do consumo interno, ou seja, do fluxo de paranaenses consumindo o turismo no próprio Estado. A captação de recursos (exportação do turismo) somente ocorrerá quando a Área Turística demonstrar capacidade de atração de turistas de outras regiões e polos emissores, além do próprio Estado, representando a maioria da demanda e consumo do turismo na Área.

Gráfico 4 - Principais polos emissores internacionais para o Estado do Paraná



Fonte: SETU, 2008.

Quando analisados os principais polos emissores internacionais, (Gráfico 4) segundo levantamento feito pela SETU através dos meios de hospedagens, observou-se acréscimo no fluxo turístico argentino, aproximando-se do índice alcançado em 2001. Países tradicionais, como Estados Unidos, Alemanha, França, Espanha e Itália apresentaram queda. No mesmo período, no entanto, o fluxo de outros países ascendeu. A diversificação dos polos emissores representa uma oportunidade de novo direcionamento no mercado por parte dos produtos da Área Turística.

Projeções futuras da demanda turística

a) Construção do modelo estatístico da demanda em função do tempo

Para a estimativa de fluxo de turistas para a Área Turística foi construído um modelo estatístico para colaborar nas projeções necessárias para a compreensão da dinâmica turística. O modelo apresentou alto grau de determinação $R^2=96,57\%$, o que demonstra a elevada probabilidade de acerto nas inferências. Além disso, o modelo foi altamente significativo ($p<0,001$), o que nos garante que as projeções sejam bem ajustadas.

Nos anos de 2014 e 2016, período em que serão realizadas a Copa do Mundo e as Olimpíadas no Brasil, os fluxos turísticos foram corrigidos respectivamente em 7% e 4%, conforme previsto para grandes eventos, retomando-se o fluxo normal nos demais anos. Os percentuais levam em consideração o potencial de interferência desses eventos para a elevação dos fluxos turísticos na Área Turística.

Tabela 5 - Coeficientes do Modelo Estatístico para estimar populações futuras em função do tempo

	Coeficientes	Erro padrão	Stat t	valor-P
Interseção	-456717414,3	28822556	-15,8458	7E-08
ano	228859,1909	14375,32	15,92028	6,72E-08

Fonte: FAUEPG, 2011

Tabela 6 - Estatísticas de Regressão: Grau de Correlação e Grau de Determinação

R múltiplo	0,982704667
R-Quadrado	0,965708462

Fonte: FAUEPG, 2011

Tabela 7- Significância do Modelo de Regressão

ANOVA	gl	SQ	MQ	F	F de significação
Regressão	1	5,76E+12	5,76E+12	253,4554	0,000000067
Resíduo	9	2,05E+11	2,27E+10		
Total	10	5,97E+12			

Fonte: Spss

b) Projeção da demanda turística para a Área Turística 2011-2020

A partir dos estudos de demanda turística de Curitiba, foram realizadas as projeções para os próximos dez anos, considerando, como já dito, os efeitos positivos para os anos de 2014 e 2016, provocados pelos eventos mundiais. Desta forma, percebe-se o crescimento

equilibrado e sustentável do fluxo de turistas até 2020, o que demanda a implementação de infraestruturas para suportar tal crescimento e a consequente qualificação dos prestadores de serviços.

Tabela 8 - Projeções do número de turistas para Curitiba para os anos de 2011 até 2020, corrigidas nos anos da Copa do Mundo e Olimpíadas.

Ano	Projeção da demanda turismo total	Projeção corrigida da demanda turismo total
2011	3.518.419	3.518.419
2012	3.747.278	3.747.278
2013	3.976.137	3.976.137
2014	4.204.996	4.499.346
2015	4.433.855	4.522.532
2016	4.662.715	4.849.223
2017	4.891.574	4.940.489
2018	5.120.433	5.120.433
2019	5.349.292	5.349.292
2020	5.578.151	5.578.151

Fonte: FAUEPG, 2011

As projeções para a demanda turística de Curitiba, quanto aos segmentos turísticos demonstra que existe claramente uma necessidade de integração dos segmentos para ampliar o potencial de atração da Área Turística, uma vez que se demonstrará posteriormente o conjunto da oferta turística que irá corroborar para essa integração e a ampliação de estratégias para ampliação dos fluxos turísticos regionais.

Tabela 9 – Projeção da demanda turística para Curitiba, por motivo de viagem, 2011-2020.

Ano	Projeção total	Cultural	Rural	Aventura	Ecoturismo	Religião	Gastronomia	Outros
2011	3.518.419	964.047	819.792	239.252	193.513	193.513	49.258	432.766
2012	3.747.278	1.026.754	873.116	254.815	206.100	206.100	52.462	460.915
2013	3.976.137	1.089.462	926.440	270.377	218.688	218.688	55.666	489.065
2014	4.499.346	1.232.821	1.048.348	305.956	247.464	247.464	62.991	553.420
2015	4.522.532	1.239.174	1.053.750	307.532	248.739	248.739	63.315	556.271
2016	4.849.223	1.328.687	1.129.869	329.747	266.707	266.707	67.889	596.454
2017	4.940.489	1.353.694	1.151.134	335.953	271.727	271.727	69.167	607.680
2018	5.120.433	1.402.999	1.193.061	348.189	281.624	281.624	71.686	629.813
2019	5.349.292	1.465.706	1.246.385	363.752	294.211	294.211	74.890	657.963
2020	5.578.151	1.528.413	1.299.709	379.314	306.798	306.798	78.094	686.113

Fonte: FAUEPG, 2011

Os dados referentes à demanda turística estão disponíveis, de forma mais consistente, apenas para o município de Curitiba. A realização de uma práxis desses dados para outros municípios, ainda que integrantes de uma mesma Área Turística, pode ser feita, porém com certas limitações. No presente estudo, adotou-se o procedimento metodológico descrito a seguir.

Primeiramente, a partir dos totais anuais para Curitiba (2009 e 2010), projetou-se para os próximos 20 anos. Neste caso, vale notar que foram inseridos parâmetros de correção, como o caso da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016, eventos que certamente implicarão em maior demanda turística. Os dados referentes à pesquisa sobre a demanda em Curitiba foram então abertos segundo o motivo da viagem. Esses dados foram

igualmente projetados para os próximos 20 anos, guardando as mesmas razões observadas quando da pesquisa em 2009 e 2010.

Para a apreensão de uma potencial demanda aos demais municípios da Área Turística, adotaram-se alguns critérios. Partiu-se da idéia de que apenas uma parcela do total de turistas que visitam Curitiba teriam condições para estender a visita a algum atrativo da Área. Considerando que o turista que procura Curitiba deva primeiramente dispor de tempo e de perfil para essa extensão, filtrou-se o total de turistas primeiro pelo número de dias (aqueles que permanecem na capital por três dias ou mais) e, na sequência, pelo motivo da viagem (lazer ou visita a amigos e familiares). Esse recorte indica uma demanda potencial de aproximadamente 23,5%. Vale notar que esse percentual é uma demanda potencial, o que significa que, em princípio, esse seria o universo com perfil de buscar atrativos fora de Curitiba. Essa demanda ainda sofreria com a concorrência da Área Turística do Litoral, considerando aqui passeios de um dia, apenas. De qualquer maneira, essa demanda potencial não considera ações a serem empreendidas pela própria Área Turística em questão, ou seja, acredita-se que medidas diversas de atração implicariam em acréscimos nesse percentual.

Tabela 10 - Estimadas para o motivo da viagem e pernoites em Curitiba

Nº de Pernoites	Eventos	Negócios	Visita	Compras	Lazer	Saúde	Outros	Total
Uma	2,60%	10,60%	3,80%	0,20%	4,80%	1,70%	2,20%	25,80%
Duas	1,70%	7,80%	5,10%	0,20%	5,40%	2,00%	0,60%	22,80%
Três	2,20%	5,60%	3,50%	0,10%	3,70%	0,80%	0,10%	16,00%
Quatro	0,10%	2,30%	2,10%	0,10%	1,30%	0,60%	0,20%	6,70%
Cinco +	1,00%	11,90%	8,50%	0,40%	4,30%	2,00%	0,60%	28,70%
Total	7,60%	38,10%	23,00%	1,00%	19,50%	7,10%	3,70%	100,00%

Fonte: IMT, 2011

Nota: 23,5% visitam Curitiba para visita ou lazer permanecendo na cidade por pelo menos três dias.

Para o cálculo da distribuição do percentual de 23,5% entre os municípios da Área Turística, adotaram-se outros filtros, basicamente o de capacidade de atrair turistas segundo a qualidade e a importância de seus atrativos. Para tanto, foram utilizadas as pontuações da hierarquização dos atrativos turísticos (Quadro 18) para se obter os pesos estimados (Tabela 11).

Uma vez obtida a demanda potencial futura de turistas na Área Turística para os próximos anos (feita a partir da projeção dos valores de Curitiba), adotaram-se três cenários possíveis: um otimista, que acredita que 100% dessa parcela da demanda a Curitiba se dirigirá aos demais municípios da Área; um realista, que trabalha com 75% desse total; e um pessimista, que trabalha com apenas 50% desse mesmo total. Esses resultados estão apresentados nas tabelas a seguir.

Para se realizar as projeções da demanda turística para os próximos seis anos, houve a necessidade de se calcular a demanda de todos os 25 municípios para o período de 2010, que serviu de base de cálculo para as projeções nos três cenários – otimista, realista e pessimista. A estratégia foi mostrar quanto desta demanda (2010) visitaria os demais municípios da Área Turística.

Tabela 11 – Projeção da demanda turística segundo os cenários possíveis – pessimista, realista e otimista - dos 24 municípios da Área Turística, ano 2010

Municípios	Pesos Estimados	Demanda Turística Estimada 2010 - Pessimista	Demanda Turística Estimada 2010 - Realista	Demanda Turística Estimada 2010 - Otimista
Almirante Tamandaré	0,95%	1.899	3.798	7.596
Arapoti	1,14%	2.279	4.558	9.115
Araucária	3,41%	6.837	13.673	27.346
Balsa Nova	1,80%	3.608	7.216	14.433
Campina Grande do Sul	1,71%	3.418	6.837	13.673
Campo Largo	5,59%	11.204	22.409	44.818
Campo Magro	1,52%	3.038	6.077	12.154
Carambeí	2,18%	4.368	8.736	17.471
Castro	10,71%	21.459	42.919	85.837
Cerro Azul	1,04%	2.089	4.178	8.356
Colombo	4,74%	9.495	18.991	37.981
Jaguariaiva	1,61%	3.228	6.457	12.914
Lapa	11,85%	23.738	47.476	94.953
Palmeira	1,33%	2.659	5.317	10.635
Pinhais	1,90%	3.798	7.596	15.192
Piraí do Sul	3,32%	6.647	13.293	26.587
Piraquara	4,64%	9.305	18.611	37.221
Ponta Grossa	12,70%	25.447	50.895	101.789
Quatro Barras	7,96%	15.952	31.904	63.808
Rio Negro	1,80%	3.608	7.216	14.433
São José dos Pinhais	6,92%	13.863	27.726	55.452
Sengés	0,76%	1.519	3.038	6.077
Telêmaco Borba	4,93%	9.875	19.750	39.500
Tibagi	5,50%	11.015	22.029	44.058
Total	100,00%	200.350	400.701	801.401

Fonte: Pesquisa SETU junto aos municípios e FAUEPG, 2011

Para o cenário otimista foi adotado como critério a hipótese da totalidade daqueles 23,5% da demanda potencial que permanecem por pelo menos três dias em Curitiba para os segmentos de negócios ou lazer, também visitem os demais municípios da Área Turística. Para o cálculo da projeção de cada município foram utilizados os potenciais atrativos de cada localidade.

Tabela 12 – Demanda turística estimada para dos 24 municípios da Área Turística segundo o cenário otimista, anos 2011-2017

Municípios	Demanda Turística Estimada						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Almirante Tamandaré	7.837	8.347	8.857	10.022	10.074	10.802	11.005
Arapoti	9.405	10.016	10.628	12.027	12.089	12.962	13.206
Araucária	28.214	30.049	31.884	36.080	36.266	38.886	39.618
Balsa Nova	14.891	15.859	16.828	19.042	19.140	20.523	20.909
Campina Grande do Sul	14.107	15.025	15.942	18.040	18.133	19.443	19.809
Campo Largo	46.240	49.247	52.255	59.131	59.436	63.729	64.929
Campo Magro	12.540	13.355	14.171	16.036	16.118	17.283	17.608
Carambeí	18.026	19.198	20.371	23.051	23.170	24.844	25.311
Castro	88.561	94.321	100.082	113.251	113.835	122.058	124.355
Cerro Azul	8.621	9.182	9.742	11.024	11.081	11.882	12.105
Colombo	39.186	41.735	44.284	50.111	50.369	54.008	55.024
Jaguariaiva	13.323	14.190	15.057	17.038	17.126	18.363	18.708
Lapa	97.965	104.338	110.710	125.278	125.924	135.020	137.561
Palmeira	10.972	11.686	12.400	14.031	14.103	15.122	15.407
Pinhais	15.674	16.694	17.714	20.044	20.148	21.603	22.010
Piraí do Sul	27.430	29.215	30.999	35.078	35.259	37.806	38.517
Piraquara	38.402	40.900	43.398	49.109	49.362	52.928	53.924

continua

Municípios	Demanda Turística Estimada	conclusão Demanda Turística Estimada					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ponta Grossa	105.019	111.850	118.681	134.298	134.990	144.741	147.465
Quatro Barras	65.833	70.115	74.397	84.187	84.621	90.733	92.441
Rio Negro	14.891	15.859	16.828	19.042	19.140	20.523	20.909
São José dos Pinhais	57.212	60.933	64.655	73.162	73.539	78.852	80.336
Sengés	6.270	6.678	7.085	8.018	8.059	8.641	8.804
Telêmaco Borba	40.754	43.404	46.055	52.116	52.384	56.168	57.225
Tibagi	45.456	48.413	51.369	58.129	58.429	62.649	63.828
Total	826.828	880.610	934.392	1.057.346	1.062.795	1.139.567	1.161.015

Fonte: FAUEPG, 2011

Para o cenário realista, o critério adotado foi de que o segundo quartil (50%) dos 23,5% da demanda potencial que permanecem por pelo menos três dias em Curitiba, também visitem os municípios da Área Turística.

Tabela 13 – Projeção da demanda turística dos 24 municípios da Área Turística, segundo o cenário realista, anos 2011-2017

Municípios	Demanda Turística Estimada 2011	Demanda Turística Estimada 2012	Demanda Turística Estimada 2013	Demanda Turística Estimada 2014	Demanda Turística Estimada 2015	Demanda Turística Estimada 2016	Demanda Turística Estimada 2017
Almirante Tamandaré	3.919	4.174	4.428	5.011	5.037	5.401	5.502
Arapoti	4.702	5.008	5.314	6.013	6.044	6.481	6.603
Araucária	14.107	15.025	15.942	18.040	18.133	19.443	19.809
Balsa Nova	7.445	7.930	8.414	9.521	9.570	10.262	10.455
Campina Grande do Sul	7.054	7.512	7.971	9.020	9.066	9.721	9.904
Campo Largo	23.120	24.624	26.128	29.566	29.718	31.865	32.464
Campo Magro	6.270	6.678	7.085	8.018	8.059	8.641	8.804
Carambeí	9.013	9.599	10.185	11.526	11.585	12.422	12.656
Castro	44.280	47.161	50.041	56.626	56.917	61.029	62.178
Cerro Azul	4.310	4.591	4.871	5.512	5.541	5.941	6.053
Colombo	19.593	20.868	22.142	25.056	25.185	27.004	27.512
Jaguariaíva	6.662	7.095	7.528	8.519	8.563	9.181	9.354
Lapa	48.983	52.169	55.355	62.639	62.962	67.510	68.781
Palmeira	5.486	5.843	6.200	7.016	7.052	7.561	7.703
Pinhais	7.837	8.347	8.857	10.022	10.074	10.802	11.005
Piraí do Sul	13.715	14.607	15.499	17.539	17.629	18.903	19.259
Piraquara	19.201	20.450	21.699	24.554	24.681	26.464	26.962
Ponta Grossa	52.509	55.925	59.341	67.149	67.495	72.371	73.733
Quatro Barras	32.916	35.057	37.199	42.093	42.310	45.367	46.220
Rio Negro	7.445	7.930	8.414	9.521	9.570	10.262	10.455
São José dos Pinhais	28.606	30.467	32.327	36.581	36.770	39.426	40.168
Sengés	3.135	3.339	3.543	4.009	4.030	4.321	4.402
Telêmaco Borba	20.377	21.702	23.028	26.058	26.192	28.084	28.613
Tibagi	22.728	24.206	25.685	29.064	29.214	31.325	31.914
Total	413.414	440.305	467.196	528.673	531.398	569.784	580.507

Fonte: FAUEPG, 2011

Nesse cenário pessimista o critério adotado foi o de que o primeiro quartil (25%) dos 23,5% da demanda potencial que permanecem por pelo menos três dias em Curitiba, também visitem os municípios da Área Turística.

Tabela 14 – Projeção da demanda turística dos 24 municípios da Área Turística, segundo o cenário pessimista, anos 2011-2017

MUNICÍPIOS	Demanda Turística Estimada 2011	Demanda Turística Estimada 2012	Demanda Turística Estimada 2013	Demanda Turística Estimada 2014	Demanda Turística Estimada 2015	Demanda Turística Estimada 2016	Demanda Turística Estimada 2017
Almirante Tamandaré	1.959	2.087	2.214	2.506	2.518	2.700	2.751
Arapoti	2.351	2.504	2.657	3.007	3.022	3.240	3.301
Araucária	7.054	7.512	7.971	9.020	9.066	9.721	9.904
Balsa Nova	3.723	3.965	4.207	4.761	4.785	5.131	5.227
Campina Grande do Sul	3.527	3.756	3.986	4.510	4.533	4.861	4.952
Campo Largo	11.560	12.312	13.064	14.783	14.859	15.932	16.232
Campo Magro	3.135	3.339	3.543	4.009	4.030	4.321	4.402
Carambeí	4.506	4.800	5.093	5.763	5.792	6.211	6.328
Castro	22.140	23.580	25.020	28.313	28.459	30.514	31.089
Cerro Azul	2.155	2.295	2.436	2.756	2.770	2.970	3.026
Colombo	9.797	10.434	11.071	12.528	12.592	13.502	13.756
Jaguariaíva	3.331	3.547	3.764	4.259	4.281	4.591	4.677
Lapa	24.491	26.084	27.677	31.319	31.481	33.755	34.390
Palmeira	2.743	2.921	3.100	3.508	3.526	3.781	3.852
Pinhais	3.919	4.174	4.428	5.011	5.037	5.401	5.502
Piraí do Sul	6.858	7.304	7.750	8.769	8.815	9.451	9.629
Piraquara	9.601	10.225	10.850	12.277	12.341	13.232	13.481
Ponta Grossa	26.255	27.963	29.670	33.575	33.748	36.185	36.866
Quatro Barras	16.458	17.529	18.599	21.047	21.155	22.683	23.110
Rio Negro	3.723	3.965	4.207	4.761	4.785	5.131	5.227
São José dos Pinhais	14.303	15.233	16.164	18.291	18.385	19.713	20.084
Sengés	1.567	1.669	1.771	2.004	2.015	2.160	2.201
Telêmaco Borba	10.188	10.851	11.514	13.029	13.096	14.042	14.306
Tibagi	11.364	12.103	12.842	14.532	14.607	15.662	15.957
Total	206.707	220.153	233.598	264.337	265.699	284.892	290.254

Fonte: FAUEPG, 2011

- **Caracterização do perfil qualitativo dos segmentos atuais da Área Turística**

a) Motivação da viagem

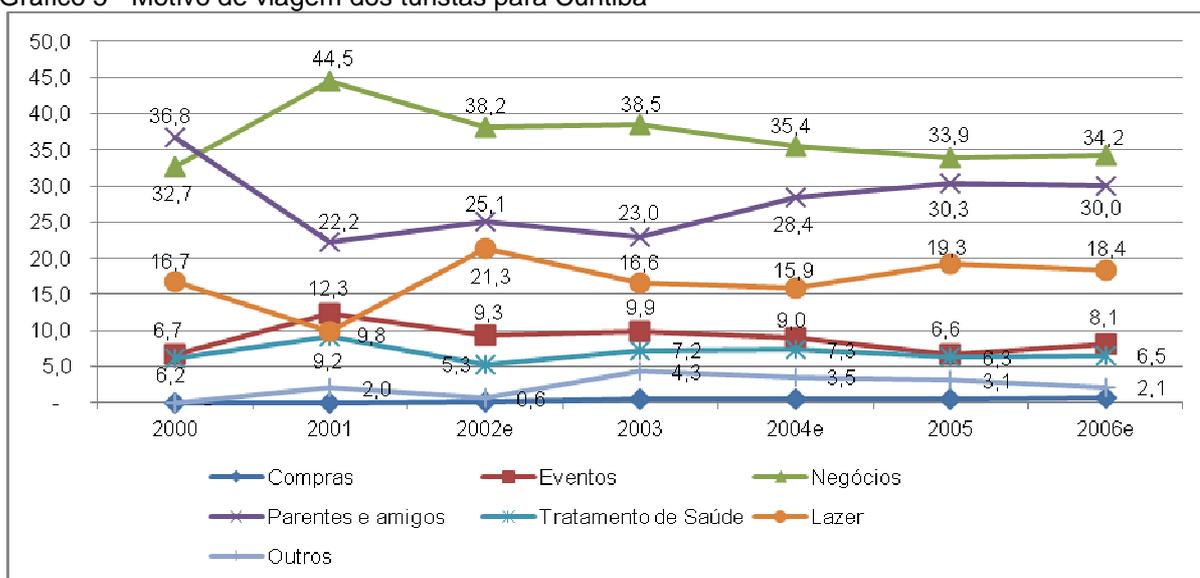
Embora as atividades econômicas (negócios) já tenham representado o motivo de quase metade do fluxo de turistas de Curitiba, atualmente representam aproximadamente 34% do fluxo; percebe-se crescimento desde o início da série histórica analisada, demonstrando a vocação de Curitiba para esse segmento de mercado (Gráfico 5). No entanto, o maior crescimento registrado, 10% no período, mostra que o lazer é uma opção viável, bastando que para isso se integrem as propostas para esse segmento na Área Turística e se estabeleça um processo integrado de comercialização, de dois segmentos que podem ser complementares.

Pesquisas de mercado³ recentes, realizadas em Curitiba para implantação de parque temático, demonstram uma tendência de lazer agregado ao turismo de negócios, quando a viagem é realizada em família ou grupo de amigos (jovens profissionais liberais) que estendem suas viagens por mais um ou dois dias para conhecer o destino e seu entorno.

Neste caso, a Área Turística não demonstrou ter se apropriado dessas oportunidades, uma vez que não apresentou durante a realização das pesquisas do PDITS as ferramentas de marketing necessárias à integração dos segmentos negócios e lazer.

³ Consultur Assessoria em Projetos Ltda. Pesquisa no Mercado de Curitiba para implantação de complexo turístico hoteleiro no município de Cornélio Procopio. Curitiba: 2008.

Gráfico 5 - Motivo de viagem dos turistas para Curitiba



Fonte:SETU. Estatísticas do Turismo/Edição 2007. Curitiba, SETU (2007)

Vale lembrar que enquanto a motivação é a análise do turismo levando-se em conta o que leva o turista a viajar, os segmentos de turismo são os recursos da oferta turística disponíveis para o turista.

b) Atitudes e preferências de cada segmento uma vez no destino, em termos dos atrativos mais valorizados/visitados

A análise dos municípios segundo a segmentação turística classifica os tipos de turismo em potencial ou real. Todavia, vale ressaltar, muitos municípios apresentam-se em estágio inicial de desenvolvimento turístico e, nesses casos, o segmento é identificado como potencial (Quadro 7).

Os segmentos foram relacionados a partir dos atrativos e da oferta de equipamentos e serviços, além dos estudos da demanda turística, conforme as principais motivações de viagem. Para a classificação, considera-se que um ou mais equipamentos não necessariamente consolidam um determinado segmento, que somente será considerado real se houver fortes evidências de fluxos motivados por um determinado tipo de turismo.

Para essa análise foi considerado como segmento potencial aquele que, embora apresente características para desenvolvimento, ainda está em fase de estruturação e, portanto, não pode ser comercializado no mercado turístico. Como segmento real, é considerado aquele que já possui estrutura de atendimento, equipamentos e serviços condizentes com as necessidades de mercado, e portanto está apto para comercialização.

Quadro 7 - Segmentos de Turismo dos municípios da Área Turística, conforme levantamentos do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais

Município	Turismo de lazer	Turismo de saúde	Ecoturismo	Turismo de aventura	Turismo cultural	Turismo rural	Turismo gastronômico	Turismo religioso	Turismo de negócios e eventos
1	Almirante Tamandaré					P	P		
2	Arapoti		P			P			P
3	Araucária	P	P			R	P		R
4	Balsa Nova	R	P	P		R	P		
5	Campina Grande do Sul	R		R	P				
6	Campo Largo	R			P	P	P	P	P
7	Campo Magro	R			P	R			
8	Carambeí			P		R	P		R
9	Castro	R		P	P	R	P		
10	Cerro Azul			P	R				
11	Colombo	R		P	P	R	R	P	
12	Curitiba	R	R	P		R	R	R	R
13	Jaguariaíva	R		P	R	P	P	P	P
14	Lapa	R	R	R	P	R	P	R	
15	Palmeira	P	P	P	P	R	P	P	
16	Pinhais	R		P					R
17	Pirai do Sul	P		P		P	P	R	P
18	Piraquara	R		R	R	P	P		
19	Ponta Grossa	R	P	R	R	R	P	P	R
20	Quatro Barras	P		R	R	P	P		
21	Rio Negro	R		P		R	P	P	P
22	São José dos Pinhais	P		P	P	R	R	P	R
23	Sengés			P	P	P			
24	Telêmaco Borba	R		P	P	R	P		R
25	Tibagi	R		R	R	R	P		

Fonte: FAUEPG, 2010

Nota: R: Real.

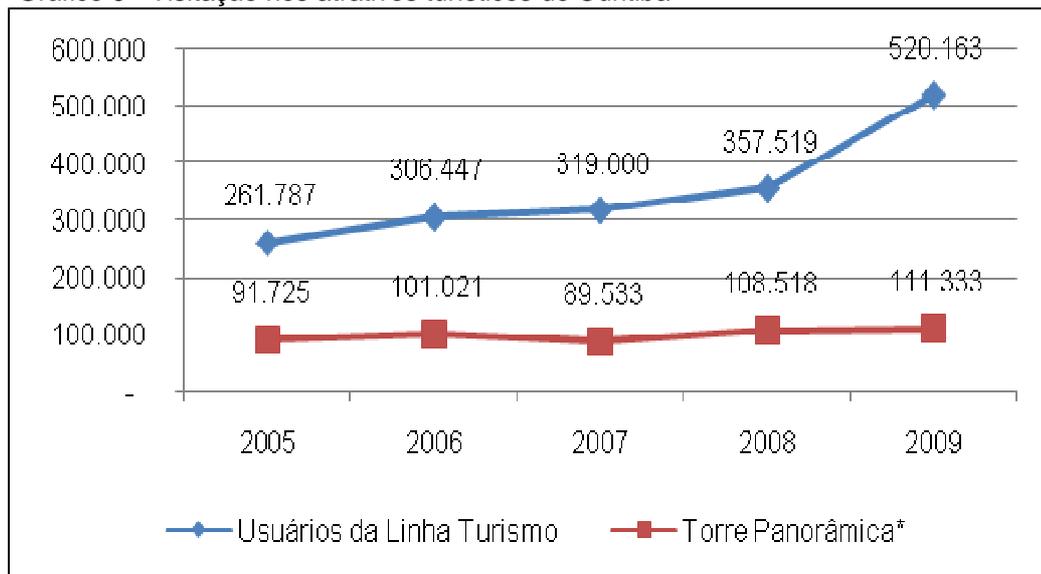
P: Potencial.

Os segmentos principais da Área Turística são, em ordem de importância, o turismo de lazer (60%), turismo cultural (40%), turismo de negócios e eventos (28%), ecoturismo, turismo de aventura e turismo rural (24%), turismo religioso (12%) e gastronômico (8%).

O turismo de negócios ocorre de forma espontânea, impulsionado pela dinâmica econômica, e o turismo de eventos é influenciado pela existência de equipamentos destinados a esse fim (centros de eventos) e entidades responsáveis pela atração de eventos, em sua maioria de iniciativa privada. Em razão disso, tais segmentos não serão foco principal do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, uma vez que dependem muito mais de ações da iniciativa privada do que de ações do poder público.

Quanto ao turismo de lazer praticado em Curitiba, tem-se números de visitantes que utilizam a Linha Turismo e que visitam a Torre Panorâmica (Gráfico 6). Observa-se que no ano de 2008, quando as tradicionais jardineiras da Linha Turismo foram substituídas pelos modernos *doubledeck*, houve um aumento da demanda para a Linha Turismo acima de 40%. Já a Torre Panorâmica, que é um dos atrativos integrados à Linha, manteve a média de visitação.

Gráfico 6 - Visitação nos atrativos turísticos de Curitiba

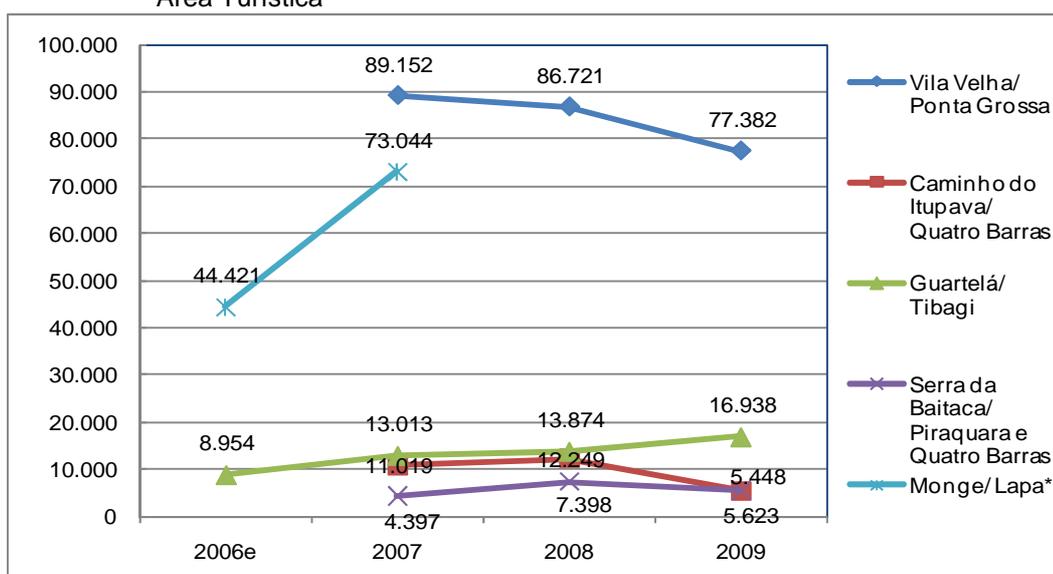


Fonte: SETU - Atrativos Turísticos do Paraná, 2009

Considerando que é possível quatro desembarques dentre os 23 atrativos da Linha Turismo e há um volume significativo de turistas, conclui-se que há a necessidade de permanente revitalização dos atrativos que justifique o desembarque e o pagamento de ingresso para a sua visita.

Em relação ao segmento ecoturismo, pode-se afirmar que o volume de visitantes nas áreas naturais, principalmente nas Unidades de Conservação (Gráfico 7), que possuem controle, é significativamente menor que os atrativos destinados ao lazer dos turistas. Os atrativos ecoturísticos são sensíveis às campanhas promocionais e a revitalização de suas estruturas.

Gráfico 7 - Visitação nos atrativos (Parques Estaduais – Unidades de Conservação) na Área Turística



Fontes: Sema 2009; IAP, 2009; SETU - Atrativos Turísticos do Paraná, 2009.

* O Parque do Monge encontra-se fechado para reforma da estrutura de visitação.

A partir da avaliação da presença dos segmentos da Área Turística, constata-se a inexistência de corredores turísticos operados de forma integrada e assim percebidos pelo mercado. Nesse contexto também não se verifica na Área Turística a necessária sinalização turística específica ou temática, além de pontos de apoio aos visitantes como postos de informações turísticas nas rodovias ou paradas rodoviárias. A estruturação da Área Turística por meio de postos de informações, mirantes e outros equipamentos ainda é um desafio a ser superado que permitirá a integração efetiva das regiões turísticas e dos roteiros municipais com a Área Turística.

c) Época de realização de viagem

Segundo a pesquisa de hábitos de consumo do turismo brasileiro (MTur, 2009), os 77,1% dos turistas curitibanos têm realizado suas viagens em períodos de férias; 35,7% nos feriados, fins de semana prolongados e recessos e 12,9% nos finais de semana normais.

d) Equipamentos e serviços turísticos preferidos

Meios de hospedagem

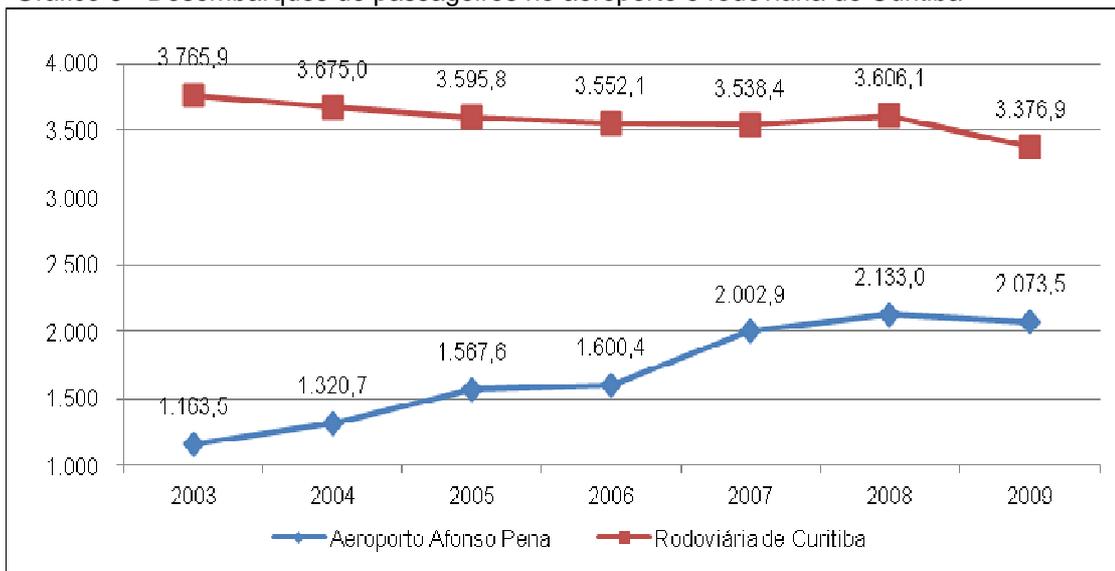
O meio de hospedagem utilizado pelos turistas paranaenses quando visitam a cidade de Curitiba tem sido em sua maioria (51,0%) em casa de parentes e amigos, contra 32,1% em hotel, dados de 2010 (IMT, 2011). O turista cuja motivação é negócios e eventos busca os meios de hospedagens; quanto maior a renda do visitante, melhor são os meios de hospedagens contratados, assim como o meio de transporte, cuja preferência para esse tipo de público é o aéreo.

Meios de transporte

As informações disponíveis para análise do fluxo de passageiros referem-se ao município de Curitiba, considerando tanto o terminal aéreo Aeroporto Internacional Afonso Pena, em São José dos Pinhais quanto o terminal rodoviário de Curitiba, os dois principais portões de entrada da Área Turística.

Na primeira metade da última década, houve um aumento sustentado do número de desembarques no Aeroporto Internacional Afonso Pena, ao contrário do movimento da rodoviária de Curitiba. O aumento de desembarques no aeroporto explica a queda dos desembarques na rodoviária, no período em que surgem companhias aéreas econômicas, com uma proposta de mercado de baixo custo e transporte regional, operando nos aeroportos regionais, atingindo diretamente o mercado do transporte rodoviário (Gráfico 8).

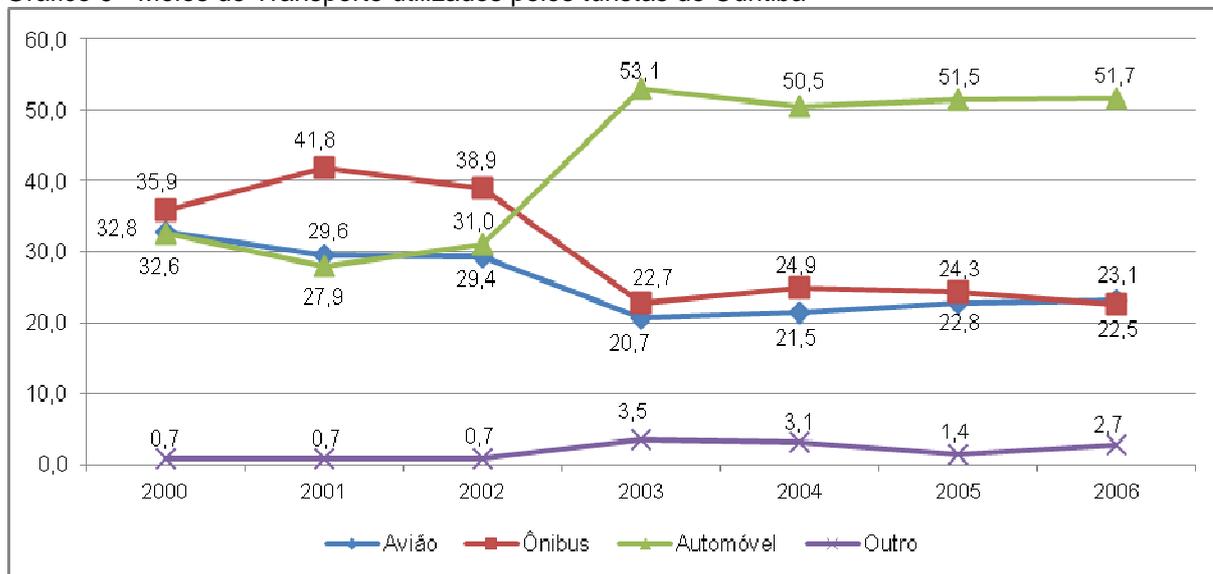
Gráfico 8 - Desembarques de passageiros no aeroporto e rodoviária de Curitiba



Fonte: SETU. Indicadores de Turismo do Paraná, 2007.
Nota: valores por mil.

A partir dos dados do Estudo da Demanda (SETU, 2007), observa-se um número significativo de turistas de Curitiba, a partir de 2003, que considera o transporte rodoviário (automóvel) uma alternativa para o turismo (Gráfico 9).

Gráfico 9 - Meios de Transporte utilizados pelos turistas de Curitiba



Fonte: SETU, 2007.

Este crescimento provoca entraves no deslocamento dentro da Área Turística, uma vez que não há integração dos modais, de forma a permitir melhor circulação dos turistas a partir do Aeroporto Internacional Afonso Pena para os principais corredores rodoviários, seja pelo contorno (rodovia que interliga as BRs 277, 376 e 116), seja na melhoria dos fluxos do trânsito urbano em São José dos Pinhais, Campo Largo e Pinhais, nas proximidades de Curitiba, conforme Mapa 2.

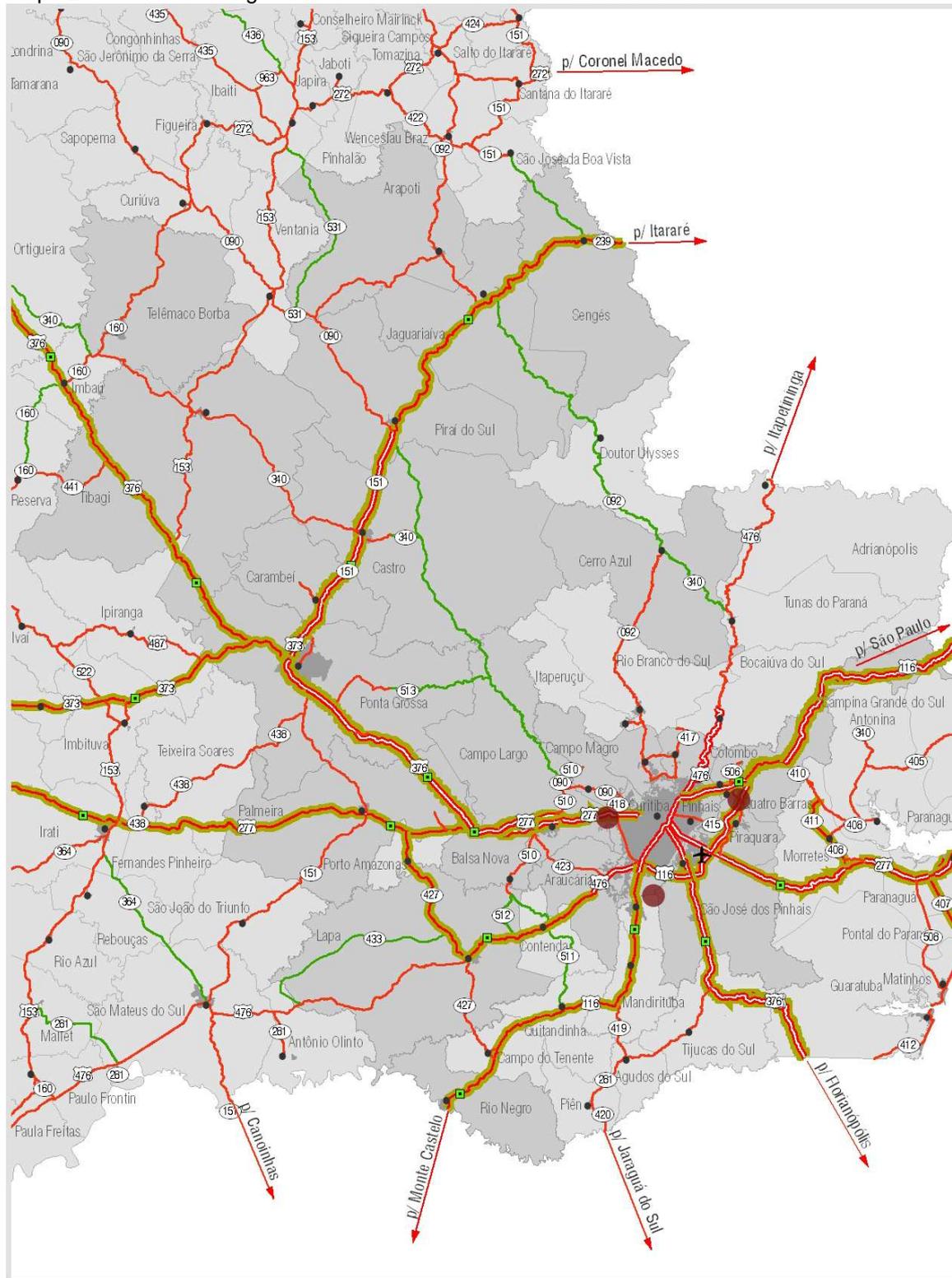
Nesse sentido, o estudo da Euromonitor Internacional indica que as cidades que se destacam no turismo internacional como Londres, Paris e Nova Iorque, possuem estratégias aliadas à indústria da aviação e a melhoria da mobilidade urbana, o que não se percebe na Área Turística, com exceção de Curitiba.

Percebe-se dificuldades quanto à acessibilidade regional, em relação à integração do acesso aéreo a outros modais. Há alternativas à disposição dos turistas que interligam o Aeroporto Internacional Afonso Pena à rodoferroviária - táxi (valor aproximado de R\$60,00); ônibus executivo (com frequência a cada 20 minutos e valor de R\$8,00) e ônibus ligeirinho da Rede Integrada de Transporte (RIT) (com frequência de 26 minutos e valor de R\$2,50).

No entanto, a dificuldade encontra-se na integração dos horários e na necessidade do deslocamento até a rodoferroviária, que serve como hub às linhas de ônibus intermunicipais. Quanto à integração com os municípios da Região Metropolitana de Curitiba, se dá a partir do Terminal Guadalupe situado a um quilômetro da rodoferroviária.

Embora a Área Turística tenha um dos maiores entroncamentos rodoviários do Brasil, com uma malha rodoviária ampla e de boa qualidade, há dificuldades estruturais de integrá-lo à oferta turística, sobretudo quando analisados os municípios mais distantes de Curitiba, nos quais há carência de integração entre sistemas modais que atendam a demanda, ou seja, que possibilitem acesso facilitado e a oferta de terminais de passageiros adequados para o uso turístico.

Mapa 2 – Pontos de congestionamento em entroncamentos rodoviários



PDITS - PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL
 CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS



LEGENDA

- Rodovia pavim. duplicada
- Rodovia pavimentada
- Rodovia não pavimentada
- Rodovia concessionada
- Pontos de Congestionamento
- Praça de pedágio
- Rodovia Federal
- Rodovia Estadual
- ✈ Aeroporto internacional

CONVENÇÕES

- Área turística
- Outros Municípios PR
- Área urbana
- Sede municipal

ESCALA 1:1.500.000

ÁREA TURÍSTICA

FONTE: OS AUTORES, 2011.
 BASE CARTOGRÁFICA: PARANACIDADE, SEMA, IPARDES, DER-PR 2008.

**PONTOS DE CONGESTIONAMENTO
 EM ENTROCAMENTOS RODOVIÁRIOS**

02

e) Modo de viajar

Segundo a pesquisa de hábitos de consumo do turismo brasileiro (MTur, 2009), o hábito de viajar do turista curitibano está distribuído da seguinte forma: com cônjuge (23,3%), cônjuge e filhos (34,9%), outros parentes (14,7%), amigos (15,5%), sozinho (7%), em grupo (4,7%).

As informações da pesquisa de demanda 2010 (IMT, 2011) apresentam que 57,1% dos turistas paranaenses que vêm a Curitiba têm preferência por viajar sozinho, 31,1% viajar em família e 11% em viajar em grupo.

- **Tendências de comportamento e hábitos de informação e compra da viagem**

a) Canais de informação e distribuição empregados pelos visitantes atuais

Segundo a pesquisa de hábitos de consumo do turismo brasileiro (MTur, 2009), para a escolha do destino, os turistas que vêm a Curitiba recebem a indicação de parentes e amigos (41,5%), considerando o canal de informação “boca a boca” importante e confiável. Para a busca de informações sobre o destino, esses turistas realizam sua pesquisa pela Internet (39,1%), canal facilitador de disseminação de informações. Para tanto, é importante que a Área Turística tenha as informações disponibilizadas na rede mundial. As demais fontes de consulta (agências de viagem, revistas especializadas, jornais, televisão) somam 19,3%.

b) Destinos competidores contra os quais se compara a Área Turística

A percepção quanto aos destinos competidores é de que nos períodos em que os turistas curitibanos têm maior propensão em realizar as viagens (férias), os destinos mais buscados são o litoral paranaense e catarinense. Os demais períodos em que os turistas têm disponibilidade de viajar – feriados e finais de semana – são utilizados para viagens de curta distância, favorecendo a circulação na Área Turística.

Aos turistas que buscam o ecoturismo, o Brasil dispõe de inúmeros destinos que oferecem melhores estruturas e facilidades, tais como os biomas da Amazônia e Pantanal e as regiões da Chapada Diamantina e Lençóis Maranhenses, além do Parque Nacional do Iguaçu e Fernando de Noronha que são ícones nacionais.

Para o turismo de lazer, há um número ainda maior de destinos competidores, mesmo dentro do próprio Estado do Paraná. Destacam-se os municípios do litoral catarinense e o circuito europeu no interior desse Estado, a Serra Gaúcha e os municípios do litoral nordestino, além de São Paulo e Rio de Janeiro que são grandes destinos receptivos nacionais e estão muito próximos da Área Turística.

c) Tempo médio de planejamento previamente à viagem

Segundo a pesquisa de hábitos de consumo do turismo brasileiro (MTur, 2009), o turista brasileiro planeja sua viagem num tempo médio de 100 dias antes de sua realização. O turista curitibano segue o seguinte perfil: não planeja a viagem com antecedência (35,7%); planeja com até 15 dias (5,4%); de 16 a 30 dias (17,8%); de 31 a 60 dias (6,2%); de 61 a 90 dias (9,3%); de 91 a 180 dias (17,1%); mais de 181 dias (7,8%); obtendo uma média de 111,34 dias de planejamento anterior à viagem.

A Pesquisa de Demanda de Curitiba não questiona os turistas quanto ao tempo médio de planejamento da viagem, não permitindo identificar um perfil específico da demanda atual

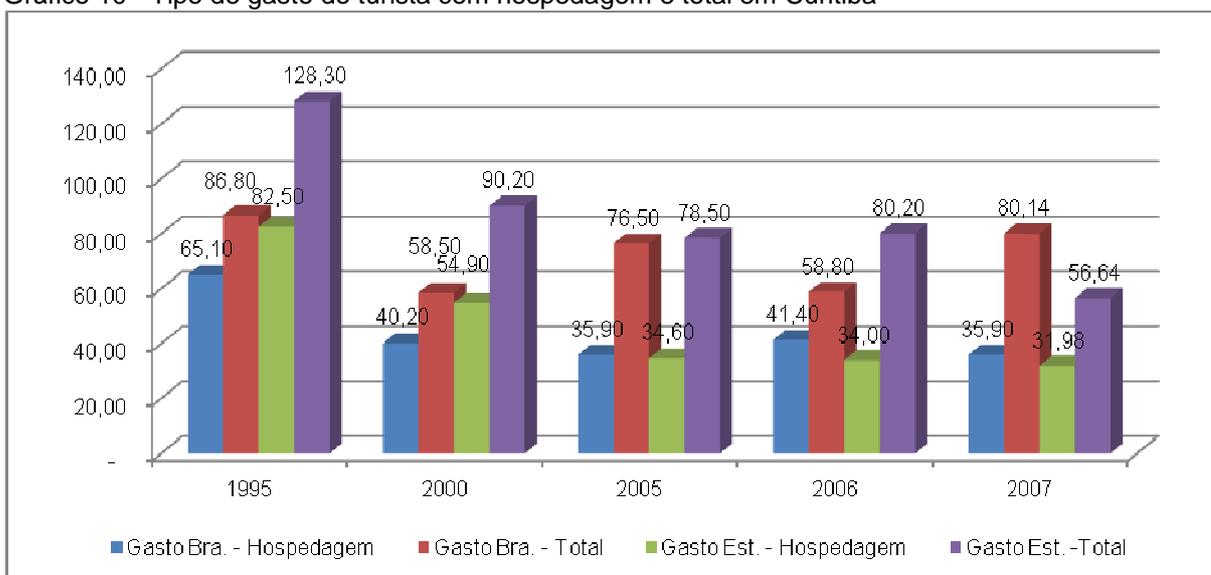
para a região sobre o tempo de planejamento de viagens, no entanto, infere-se que seja semelhante aos dados do estudo do MTur.

Considerando o tempo médio de planejamento de viagem do turista brasileiro, percebe-se que não há na Área Turística esforços promocionais de produtos e destinos turísticos com essa antecedência, merecendo destacar que as estratégias estão voltadas a eventos profissionais e não, necessariamente, ao consumidor final.

- **Tendências da estruturação (composição) do gasto turístico**

Na análise do gasto turístico verifica-se que a entrada das classes C e D no mercado de viagens e turismo, forçou os preços para baixo, de forma a diminuir o gasto diário per capita. Paradoxalmente o aumento de pessoas consumindo eleva a receita total do setor. Segundo dados disponibilizados pela SETU em seu site, a receita gerada pelo turismo no Estado em 2000 era de US\$ 554 milhões e em 2007 chegou a mais de US\$ 2,2 bilhões. Certamente esse crescimento da receita total se aplica à Área Turística.

Gráfico 10 - Tipo de gasto do turista com hospedagem e total em Curitiba



Fonte: SETU. Estudo da Demanda Turística, 2007.

Nota: Valores em US\$ - dólar americano.

Comparando-se o gasto com hospedagem em relação ao gasto total, nota-se que o gasto total dos estrangeiros vem diminuindo significativamente (Gráfico 10). Observa-se uma considerável queda do seu gasto com hotelaria, aproximadamente 35% menor sobre o gasto médio registrado no início da série histórica. Se ampliada a série histórica, ou seja, 1995 a 2007, percebe-se uma queda no gasto total de estrangeiros superior a 50%, passando de US\$ 128,30 para US\$ 56,64.

A renda média individual entre os brasileiros que visitam a cidade em 2007 foi de US\$ 2.337,44, a maior desde 2000. Em contrapartida a dos estrangeiros, que esteve sempre acima de US\$ 3 mil desde 1995, foi de US\$ 2.598,21 em 2007.

Os dados referentes aos visitantes em Curitiba mostram que, na composição dos gastos diários, 39,37% estão relacionados à hospedagem, enquanto que a alimentação representa

20,65% e o restante para outros gastos. Quando se analisa o gasto total no período, as compras representam 42,71%, ou seja, quase metade dos gastos está relacionada ao comércio e à economia de varejo local, demonstrando a importância do turismo para o comércio de Curitiba e região (Tabela 15).

Quando se analisa a composição dos gastos por tipo de turismo ou segmento de mercado, percebe-se que o maior gasto está relacionado ao turismo de compras, negócios e tratamento de saúde, nesta ordem. Desta forma, reforça-se a idéia de que a própria dinâmica econômica e social da cidade de Curitiba, com a pujança de seu comércio e conjunto empresarial, atrelados à qualidade de vida (serviços de saúde, urbanismo e transporte) colaboram significativamente para a atração de turistas.

Contudo, há de se valorizar o entorno metropolitano e as potencialidades da Área Turística, voltadas aos atrativos naturais e ao patrimônio cultural, que somente agora começam a ser explorados como produtos turísticos, tendo ainda muito a se desenvolver e se qualificar. Compreendendo que o turismo de negócios, o centro comercial e os serviços de saúde apresentam-se como formas espontâneas de turismo, ou seja, independem de investimentos significativos do setor público, o turismo cultural e o ecoturismo ainda demandam investimentos em infraestrutura de acesso e de uso turístico, bem como de promoção, uma vez que esse patrimônio é muito maior em relação aos produtos turísticos operados no mercado.

Tabela 15 - Visitantes em Curitiba, segundo tipo de gasto médio per capita dia - 2007

PROCEDÊNCIA / MOTIVO DA VIAGEM	GASTOS EM DOLAR (US\$)						
	Gasto Médio Diário por Pessoa			Gasto Médio no Período por Pessoa			Gasto Médio por Entrevistado
	Total	Hotel	Alimentação	Eventos	Compras	Lazer	Combustível
Paraná	64,05	25,22	13,23	48,35	115,06	40,21	65,76
Brasil	80,14	35,91	18,80	67,48	88,47	52,96	69,58
Países	56,64	31,98	13,22	71,00	89,55	95,77	63,21
TOTAL	73,95	33,69	16,97	62,06	96,82	51,71	68,21
MOTIVO DA VIAGEM							
Negócios	108,87	41,85	22,52	61,81	124,94	56,05	68,81
Parentes/Amigos	41,81	26,30	11,58	54,47	68,55	40,06	71,12
Compras	129,78	...	7,08	...	471,70	...	33,02
Tratamento de Saúde	60,01	20,17	10,09	...	152,07	74,93	73,45
Eventos	80,00	30,70	17,20	90,75	59,07	59,73	54,38
Lazer	63,00	22,54	15,12	55,00	94,03	57,87	69,24
Outro	43,16	28,05	13,66	9,43	68,97	33,15	47,51
TURISTAS	73,95	33,69	16,97	62,06	96,82	51,71	68,21
PROCEDÊNCIA							
Paraná	67,34	..	12,15	75,47	100,95	20,44	41,80
Brasil	100,49	..	17,46	106,13	129,55	41,37	44,93
Países	91,24	..	14,45	...	47,17	7,08	-
TOTAL	85,30	..	15,09	95,91	112,83	29,95	43,84
MOTIVO DA VIAGEM							
Negócios	108,00	..	17,73	106,13	204,93	48,35	43,73
Parentes/Amigos	82,71	..	12,62	...	21,70	8,23	60,75
Compras	204,40	..	14,15	...	371,86	...	31,84
Tratamento de Saúde	43,07	..	15,39	...	24,04	9,43	41,26
Eventos	81,13	..	16,98	75,47	...	66,04	...
Lazer	44,84	..	11,32	...	30,84	9,70	43,24
Outro	42,82	..	8,86	...	49,62	...	18,28
EXCURSIONISTAS	85,30	..	15,09	95,91	112,83	29,95	43,84

Fonte: SETU. Estudo da Demanda Turística, 2007.

- **Tendências de valorização da qualidade da oferta atual e determinação da imagem percebida da Área Turística**

Não existe uma única imagem percebida da Área Turística, tendo em vista que é formada por duas regiões turísticas distintas quanto à caracterização e à oferta de atrativos turísticos. A imagem percebida de Curitiba se sobrepõe a todos os demais municípios da Área Turística, dificultando a consolidação de uma imagem única.

A imagem atual da cidade de Curitiba, relacionada diretamente a sua qualidade de vida, referência em planejamento urbano e grandes parques urbanos, é decorrente de investimentos públicos em sua estruturação, principalmente urbana. Já a Região Metropolitana de Curitiba apresenta imagem de cidades satélites dependentes da capital com iniciativas pontuais em turismo, sem qualquer integração com o turismo de Curitiba.

Quanto à imagem da Região dos Campos Gerais permanece ligada à intensa atividade agrícola e também pelas principais Unidades de Conservação existentes em seu território.

Na avaliação da infraestrutura urbana e turística realizada pelos turistas que visitam Curitiba (Tabela 16), observa-se que mais de 70% tem os serviços conceituados como bom ou ótimo. Na análise comparativa entre os anos 2009 e 2010, quando a pesquisa de demanda da capital passou a ser de responsabilidade do Instituto Municipal de Turismo, verifica-se que a média de aprovação permanece.

Tabela 16 - Opinião com relação a infraestrutura urbana de Curitiba

Infraestrutura	Ruim		Regular		Bom		Ótimo	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Atendimento médico	6,1	6,5	9,8	11,1	53,1	57,3	31,0	25,1
Limpeza pública	1,6	2,0	12,8	11,2	62,3	63,4	23,3	23,3
Segurança pública	8,2	7,8	24,5	24,4	57,3	56,1	10,0	11,7
Serviços de táxi	1,3	4,9	8,0	11,1	66,2	63,1	24,5	20,9
Sinalização urbana	2,4	3,9	12,1	14,1	63,3	62,5	22,2	19,5
Telefonia	3,7	12,8	12,0	17,1	65,9	58,5	18,4	11,6
Transporte coletivo	3,0	4,4	11,7	12,0	53,3	56,8	32,0	26,8
Vias urbanas	1,9	4,6	15,0	18,9	64,9	61,4	18,2	15,0
Infraestrutura urbana	3,3	5,6	13,7	15,5	61,6	60,2	21,4	18,7
Atendimento na rodoviária	2,7	2,2	8,9	7,7	69,2	70,8	19,2	19,3
Atendimento no aeroporto	0,9	2,0	4,3	7,8	56,1	60,3	38,7	30,0
Comércio	0,6	0,7	7,2	6,3	65,8	69,8	26,4	23,3
Informações turísticas	4,0	3,3	13,2	10,5	57,2	58,3	25,6	27,9
Restaurantes	0,4	0,3	4,4	4,2	54,7	54,9	40,5	40,7
Serviços de agências	0,6	0,3	14,7	10,0	54,7	65,7	30,0	24,7
Serviços de hotel	2,0	2,8	24,5	18,7	50,2	58,5	23,3	20,0
Sinalização turística	3,1	4,2	12,7	15,9	59,9	57,0	24,3	23,0
Infraestrutura turística	1,6	1,8	8,8	8,7	60,3	61,6	29,3	27,9

Fonte: IMT, 2009 e 2010.

Não existem estudos detalhados sobre a avaliação dos destinos da Área Turística, sobretudo que apontem para indicadores específicos que devam ser melhorados quanto ao atendimento do turista ou serviços que melhorem a percepção sobre a Área Turística. Destaca-se na pesquisa do IMT que no setor privado os serviços de taxi tiveram uma avaliação pior. Já no setor público, as vias urbanas apresentaram também piora na avaliação no período.

Sabe-se que quando o turista gosta do destino turístico, ele o recomenda a outras pessoas e a probabilidade de seu retorno também aumenta. O grau de fidelização ao destino Curitiba chega a 86,2% (IMT, 2011), taxa considerada boa, decorrente do alto índice de satisfação dos turistas e excursionistas (Tabela 17).

Em relação ao motivo de viagem, percebe-se que o comportamento social é a principal influência da fidelização uma vez que visita a parentes e amigos e tratamento de saúde apresentam os mais altos índices de retorno. O turismo de lazer, com um índice de retorno superior a 77%, ainda é o índice mais baixo.

Tabela 17 - Turistas e excursionistas segundo frequência de visita à Curitiba, 2007

Procedência	Tipo (%)					
	Turista		Excursionista		Total	
	1ª Vez	Não era a 1ª vez	1ª Vez	Não era a 1ª vez	1ª Vez	Não era a 1ª vez
Campos Gerais	5,9	94,1	4,5	95,5	5,5	94,5
Centro	9,1	90,9	20,0	80,0	10,2	89,8
Litoral	11,4	88,6	...	100,0	7,9	92,1
Noroeste	12,8	87,2	...	100,0	10,8	89,2
Norte	6,0	94,0	6,7	93,3	6,1	93,9
Oeste	10,8	89,2	14,3	85,7	11,6	88,4
RMC	50,0	50,0	...	100,0	25,0	75,0
Sudoeste	10,0	90,0	...	100,0	8,1	91,9
Terra dos Pinheirais	16,2	83,8	9,1	90,9	13,6	86,4
Paraná	9,6	90,4	5,9	94,1	8,7	91,3
Centro Oeste-BR	16,5	83,5	36,4	63,6	18,8	81,2
Nordeste-BR	27,3	72,7	60,0	40,0	31,6	68,4
Norte-BR	18,5	81,5	...	100,0	17,2	82,8
Sudeste-BR	20,6	79,4	20,3	79,7	20,6	79,4
Sul-BR	11,9	88,1	9,5	90,5	11,3	88,7
Brasil	17,7	82,3	15,9	84,1	17,4	82,6
Países	39,7	60,3	50,0	50,0	41,0	59,0
Motivo da viagem						
Negócios	14,8	85,2	7,7	92,3	13,2	86,8
Parentes/Amigos	14,7	85,3	19,0	81,0	15,1	84,9
Compras	18,2	81,8	11,1	88,9	15,0	85,0
Tratamento de Saúde	5,3	94,7	5,7	94,3	5,4	94,6
Eventos	15,3	84,7	22,2	77,8	16,0	84,0
Lazer	22,3	77,7	24,3	75,7	22,5	77,5
Outro	11,7	88,3	23,5	76,5	15,3	84,7
TOTAL	16,0	84,0	12,9	87,1	15,5	84,5

Fonte: SETU, 2008.

- **Balanco das campanhas de promoção da Área Turística⁴**

A promoção da Área Turística tem sido objeto de esforços do Governo do Estado, visando a integração entre poderes públicos e iniciativa privada. Pretendendo complementar esses esforços, foi desenvolvido, de forma participativa, o Plano de Marketing Turístico para o Estado do Paraná, com referência na Política Estadual de Turismo, bem como no Plano Nacional de Turismo. A elaboração teve o apoio das entidades do Conselho Consultivo de

⁴ Este item serve-se do Plano de Marketing Turístico do Estado do Paraná (2009). Vale notar que a utilização de estudos prévios e reconhecidos como referência importante nas suas áreas se fez devido à impossibilidade e/ou à inadequabilidade de determinados levantamentos para esse diagnóstico.

Turismo do Paraná e das entidades que fazem parte da Câmara Temática de Promoção e Divulgação do Produto Turístico Paranaense.

O plano de marketing identifica a necessidade de fortalecimento e integração de ações promocionais entre as diversas entidades que compõem o trade turístico paranaense, uma vez que estas ações estão ocorrendo de maneira fragmentada, por meio de iniciativas municipais, estaduais e de entidades representativas, com alvo nos mesmos mercados.

A dificuldade em trabalhar uma imagem turística forte e única do destino como um todo para sua comercialização no mercado e a integração de ações poderia resultar na utilização mais racional dos recursos disponíveis e favorecer a atratividade dos produtos oferecidos. Inclusive empresas privadas poderiam auxiliar financeiramente a realização dos projetos de promoção. Certamente, no mercado nacional, os produtos turísticos paranaenses, se promovidos em conjunto, terão mais apelo e atratividade.

Em 2007 e 2008, a Paraná Turismo participou de ações promocionais nos mercados argentino, chileno, paraguaio, uruguaio, espanhol, italiano e alemão, com resultados bastante positivos.

As metas apresentadas no plano de marketing foram definidas em 2007, para serem alcançadas até o final do ano de 2011. Estes indicadores estão baseados na Política Estadual de Turismo 2007-2011 e foram tomados como base para definir o objetivo das ações de promoção do Estado, adiante especificadas.

- Aumentar o fluxo de turistas em 25%. O fluxo de turistas em 2006 no Paraná foi de 7.319.475 demandantes.
- Aumentar a permanência média em 15%. A permanência média em 2006 no Paraná foi de 3,8 dias.
- Aumentar o gasto médio per capita / dia em 15%. Em 2006 o gasto médio per capita no Paraná foi de US\$ 61,6.
- Aumentar a receita gerada em 30%. O valor de 2006 foi de US\$ 1 bilhão quinhentos e nove mil dólares.
- Aumentar o número de destinos turísticos em 70%. Em 2006, através de um trabalho de inventariação foram levantados 47 destinos paranaenses que têm algum tipo de produto sendo comercializado, pretendendo-se um acréscimo neste número de 70% atingindo uma marca de 80 destinos.
- Aumentar o número de empreendimentos cadastrados no MTur em 25%. Em 2006 encontravam-se cadastrados 724 meios de hospedagem, 1.149 agências de turismo, 114 organizadoras de eventos e 677 transportadoras turísticas dentro do Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no setor de Turismo/Cadastur.
- Aumentar a taxa de ocupação hoteleira nas unidades habitacionais em 15%. Em 2006 a taxa de ocupação hoteleira registrada em função do número de unidades habitacionais oriundas dos empreendimentos cadastrados no MTur foi de 38,8%.
- Diminuir o índice de insatisfação dos turistas em 30%. Em 2006 o índice de insatisfação do turista foi de 23,3%.
- Aumentar em 25% o número de eventos captados para o Estado. Em 2007 os cinco *convention & visitors bureaux* paranaenses captaram aproximadamente 70 eventos.
- Aumentar em 50% a participação dos produtos turísticos paranaenses nos catálogos de operadoras de turismo nacionais e internacionais.

Para atingir essas metas foram definidos os vetores estratégicos com o objetivo de promover os destinos e os produtos turísticos e aumentar a sua presença nos canais de distribuição e comercialização, por meio de ações de marketing, a seguir discriminadas.

- Incentivo à formatação de novos produtos e renovação dos existentes.
- Prospecção de novos mercados emissores com a intensificação de campanhas de divulgação e promoção nos âmbitos nacional e internacional, visando ao aumento do fluxo turístico.
- Promoção de novos produtos turísticos competitivos nos mercados interno e externo.
- Identificação e qualificação de agências e operadoras para a comercialização do produto turístico paranaense.
- Qualificação da cadeia produtiva para a promoção dos produtos turísticos paranaenses.
- Obtenção de dados que permitam à iniciativa pública e privada tomar as decisões estratégicas necessárias.

Uma vez definidas essas estratégias pela SETU/Paraná Turismo, considerando as particularidades apresentadas e a necessidade do direcionamento da linguagem das peças e publicações, determinou-se que a divulgação do turismo paranaense se dirija a três públicos principais, adiante citados.

- **Profissionais** - agentes e operadores de turismo nacionais e internacionais, promotores e organizadores de eventos – para este público a divulgação precisa ser bastante cognitiva, incluindo entre as ações de promoção o conhecimento de alguns produtos e destinos turísticos do Estado que já estejam formatados. Esse público é importante por ter forte poder de formar a opinião do setor.
- **Público final** – interessado em viajar por motivos diversos e de diferentes faixas etárias. Segundo pesquisas, 80% desse público viaja sem a orientação de agentes de viagem.
- **Investidores** – grupos de investimento e empreendedores nacionais e internacionais que possam ter interesse em investir no Estado através da construção de hotéis, parques, centros de convenções ou outros empreendimentos turísticos. A divulgação voltada para esse público precisa apresentar dados técnicos sobre as particularidades da região onde se pretende fomentar o investimento.

Como um dos objetivos do plano de marketing, cada uma das regiões turísticas foi contemplada com uma marca institucional (Figura 3), para ser utilizada com fins comerciais e promocionais, como ícones de identificação das regiões, possibilitando, inclusive, sua apropriação por parte dos envolvidos com o turismo nas regiões.

Figura 3 - Marcas das Regiões Turísticas



Fonte: Secretaria de Estado do Turismo, 2010.

Embora as duas regiões da Área Turística apresentem alguma relação com a temática proposta nas logomarcas, não se observou um processo de comercialização dessas temáticas e tampouco um esforço estratégico de venda de produtos turísticos tematizados. Observa-se, portanto, que o sistema do turismo ainda não está adequadamente integrado ao processo de comercialização, estando nos eventos de turismo muito mais uma representação institucional, do que o trade turístico realizando o necessário esforço de distribuição e comercialização.

Os empreendimentos turísticos ainda não se apropriaram dessas marcas. Fato é que nas entrevistas realizadas com empresários do setor na Área Turística, poucos conseguiram identificar as marcas regionais e, no caso da região Campos Gerais, houve confusão com a marca Rota dos Tropeiros. Evidencia-se, neste contexto, que a Área Turística apresenta-se em processo de adquirir habilidades na utilização das ferramentas de marketing disponíveis para a promoção, distribuição e comercialização turística.

Há um esforço mercadológico referente à promoção dos produtos turísticos da Área Turística⁵, especialmente para a Rota dos Tropeiros e os roteiros municipais do Caminho do Vinho (São José dos Pinhais), Rodovia da Uva (Colombo), Caminhos do Guajuvira (Araucária), além da Colônia Witmarsum (Palmeira) e Distrito de São Luiz do Purunã (Balsa Nova), com a realização da Mostra das Regiões Turísticas do Paraná no Salão Profissional de Turismo, as rodadas de negócios e *roadshow*. No entanto, verifica-se a operação de roteiros ou pacotes turísticos de maneira fragmentada e ainda direcionados para o mercado regional, tornando esta iniciativa muito mais uma intenção do que um produto turístico consolidado. Novamente chama-se a atenção sobre as oportunidades para a inserção competitiva dos produtos turísticos de forma estratégica, ampliando a notoriedade da Área Turística e modificando seu posicionamento atual no mercado doméstico e internacional.

Cabe ressaltar que, mesmo com a integração internacional existente nas áreas agrícolas e industriais com Alemanha, Holanda, França, Itália, Portugal, Japão e Estados Unidos, dentre outras, através das Câmaras de Comércio e outras iniciativas, percebe-se pouco avanço na agregação de ações de promoção turística da Área Turística.

Campanhas publicitárias com marcas e mensagens objetivas, com adequado sistema de distribuição e comercialização por meio de agências de viagens, operadores turísticos e outros canais de distribuição, ainda não participam de forma significativa na comercialização turística, permanecendo em uma margem entre 6% e 11%, entre os turistas entrevistados nas pesquisas de demanda.

Nas rodadas de negócios, *famtour* e em entrevistas realizadas para a elaboração do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, com micro e pequenos empresários observou-se que estes não sabiam definir os tarifários adequados nos processos de distribuição e comercialização (comissões para operadores e agências de viagem e turismo), motivo de descontentamento de alguns operadores que informaram que o preço que o empreendimento praticava com o cliente final (turista) era até mais baixo do que o que era repassado às agências, ou seja, para calcular o valor da agência, o empresário sobrepuja o comissionamento. Essa realidade é diferente em empresas de médio e grande porte, em que existe setor de reservas e marketing qualificado para essas negociações.

Como já mencionado anteriormente, verificam-se problemas no processo de comercialização do turismo, na capacitação dos empresários para a formatação de pacotes

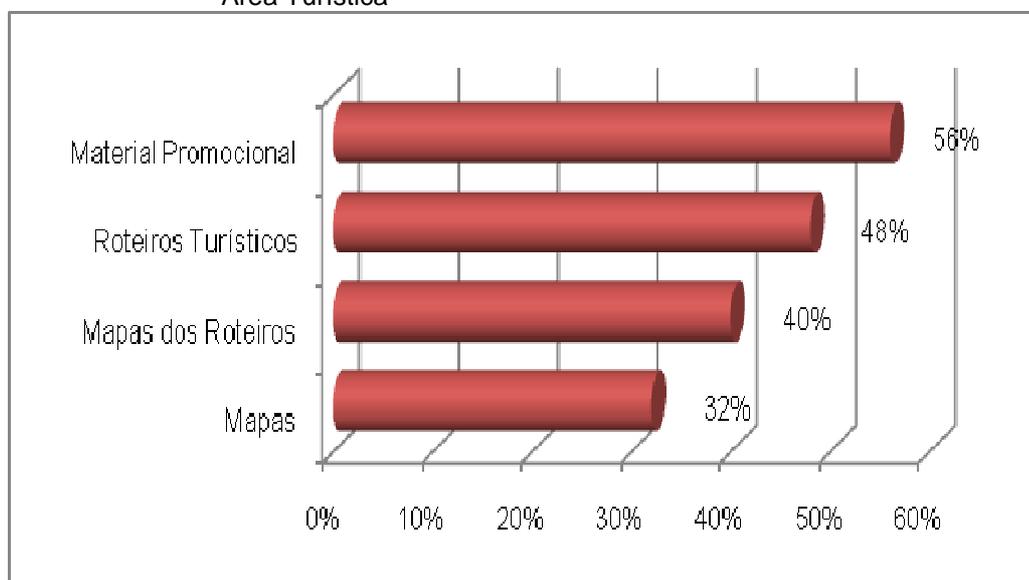
⁵ Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/roteiros_turisticos.pdf>. Acesso em: 4 maio 2010.

turísticos e de planilhas financeiras adequadas às negociações entre os agentes interessados nesta cadeia turística.

Analisando-se o marketing turístico realizado na Área Turística, percebe-se que a promoção dos destinos é realizada, prioritariamente, por meio de folheteria (Quadro 8), sem articulação com outras mídias que poderiam ser exploradas, tais como a Internet, audiovisual, mídia digital e parcerias. Também não se observa, na elaboração do material gráfico um alinhamento com o Programa de regionalização do Turismo do MTur.

A participação em eventos profissionais, dado o orçamento disponibilizado para os órgãos de turismo, é aquém da necessidade do marketing estratégico, conforme indicado pelos municípios nos levantamentos realizados para o PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Gráfico 11 - Disponibilização de material promocional pelos municípios da Área Turística



Fonte: FAUEPG, 2010.

Quando analisada a disponibilidade de material promocional pelos municípios, percebe-se que não existe integração das mídias utilizadas e tampouco o planejamento da comunicação visual. Corroboram esta análise o baixo índice de formatação e operação de produtos turísticos para a Área Turística, além da dificuldade de integração entre a iniciativa privada e o poder público nas ações promocionais.

Cabe ainda ressaltar que não apenas o material promocional é necessário para fomentar o desenvolvimento do turismo, mas um arcabouço de estratégias e atitudes tanto do poder público, quanto da iniciativa privada. Essa integração oportuniza o reposicionamento dos municípios no mercado regional e nacional e a integração dos esforços na promoção turística de forma geral – formação da imagem da Área Turística e a qualidade da oferta turística, canais de distribuição e acessibilidade pelo consumidor final (turista).

Quadro 8 - Materiais promocionais dos municípios da Área Turística – 2010

Municípios	Mapas dos roteiros	Folheteria	Material Técnico de comercialização	Marcas utilizadas	Sites de turismo*
Almirante Tamandaré	x	-	-	-	x
Arapoti	-	-	-	-	x
Araucária	x	x	-	x	x
Balsa Nova	-	x	-	-	x
Campina Grande do Sul	-	x	-	-	x
Campo Largo	x	x	-	x	x
Campo Magro	x	x	-	-	x
Carambeí	x	x	-	x	x
Castro	x	x	-	x	x
Cerro Azul	-	-	-	-	-
Colombo	x	x	-	x	x
Curitiba	x	x	-	x	x
Jaguariaíva	-	x	-	-	x
Lapa	-	x	-	x	x
Palmeira	-	-	-	-	x
Pinhais	x	x	-	x	x
Piraí do Sul	-	x	-	x	-
Piraquara	x	x	-	x	x
Ponta Grossa	x	x	-	x	x
Quatro Barras	x	x	-	x	x
Rio Negro	-	x	-	-	x
São José dos Pinhais	x	x	-	x	x
Sengés	-	-	-	-	x
Telêmaco Borba	-	x	-	-	x
Tibagi	x	x	-	-	x

Fonte: FAUEPG, 2010. Sobre material promocional disponibilizado pelos municípios, 2010.

*: Os sites foram considerados como existentes, porém não foram avaliados qualitativamente.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

- **Identificação do portfólio estratégico de produtos turísticos/segmentos atuais de demanda⁶**

Segundo estudos da EMBRATUR, o Paraná ocupou, em 2006, o 4.º lugar como portão de entrada de turistas estrangeiros no Brasil, registrando 535.531 passageiros, com variação de 45,5% de crescimento no período de 2003 a 2006.

Tais pesquisas mostram Curitiba em 4.º lugar pela motivação Negócios & Eventos. Curitiba destacou-se por dois anos consecutivos no ranking *International Congress & Convention Association* (Icca), entre as dez cidades brasileiras que mais recebem eventos internacionais. Em 2007, Curitiba, ocupou o 8.º lugar. Esses resultados favoreceram a Área Turística para aplicação de quatro edições da Pesquisa de Impacto Econômico de Eventos Internacionais no Brasil 2007/2008 pela EMBRATUR.

No entanto, entre os mais de 60 produtos/destinos brasileiros identificados pela EMBRATUR nos catálogos de operadoras de turismo internacionais, Foz do Iguaçu é o único destino paranaense (Plano Aquarela 2007-2011). Essa constatação, embora não se assemelhe aos

⁶Este item serve-se do Plano de Marketing Turístico do Estado do Paraná (2009). Vale notar que a utilização de estudos prévios e reconhecidos como referência importante nas suas áreas se fez devido à impossibilidade e/ou inadequabilidade de determinados levantamentos para este diagnóstico

levantamentos realizados pela equipe do PDITS para a Área Turística, apresenta um panorama preocupante em relação ao posicionamento da Área Turística no mercado nacional e internacional.

O Plano Aquarela 2007-2011 destaca entre os destinos paranaenses para promoção no exterior: Curitiba, como destino de turismo de negócios e eventos, mercado em aberto. Além disso, o destaque fica com Foz do Iguaçu como destino de ecoturismo e aventura, cujos principais mercados emissores seriam Estados Unidos, Canadá, Japão, Alemanha, Inglaterra e Holanda; Foz do Iguaçu como destino para prática do golfe, cujo mercado emissor são os Estados Unidos; Foz do Iguaçu como destino para turismo de negócios, eventos e incentivos, mercados em aberto, destacando Portugal e Itália para viagens de incentivos; Foz do Iguaçu para mochileiros, cujos principais mercados emissores são Inglaterra, Alemanha, França, Argentina e Estados Unidos.

Além disso, o Plano Aquarela identifica segmentos potenciais para o Brasil: viagens motivadas para prática ou observação de competições, a exemplo do futebol, pesca esportiva, vôlei de praia; intercâmbio, cujos principais mercados emissores, são os Estados Unidos, Canadá, Alemanha e Reino Unido.

O Paraná ainda está em processo inicial de investimento no mercado turístico nacional, conseqüentemente a Área Turística também apresenta a mesma situação estratégica. Para isto o Estado está desenvolvendo novos produtos e qualificando os existentes como forma de se destacar no mercado nacional. Entre os produtos já apresentados ao mercado, com relação à Área Turística, apresenta opções competitivas como Foz do Iguaçu e Curitiba, comercializadas de forma integrada, Ilha do Mel e Curitiba também comercializadas de forma integrada, Rota dos Tropeiros e Passeio de Trem pela Serra do Mar a partir de Curitiba.

Com base em nove segmentos, a SETU indica que a Área Turística conta com atrativos reais que já apresentam condições de motivar fluxos turísticos. A baixa formatação e operação profissionalizada destes atrativos e dos serviços turísticos não permitem que seja agregado valor à cadeia produtiva do turismo.

A inexistência de uma base de informações, que o Invtur⁷, através da inventariação contínua da Área Turística pretende solucionar, torna qualquer hipótese sobre a dinâmica de mercado superficial e descontextualizada, uma vez que fatores externos poderão contribuir para a modificação deste panorama.

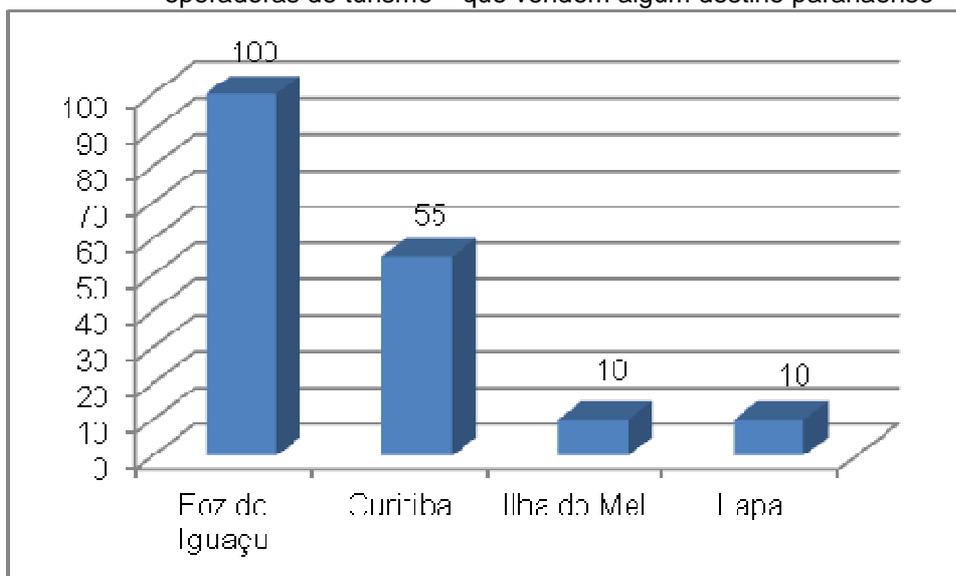
Outra questão, já observada através dos catálogos das operadoras de turismo e na pesquisa realizada para este PDITS, é a integração entre as regiões turísticas do Paraná e de roteiros interestaduais que ligam Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Foz do Iguaçu, com municípios do interior do estado, como Maringá, Cornélio Procópio, Castro, Campo Mourão e Cascavel.

Na pesquisa realizada durante os meses de abril e maio de 2010, para o PDITS, observou-se nas principais operadoras de turismo do país que comercializam pacotes para o Paraná, que são destinos indutores Foz do Iguaçu, destacando-se como maior atrativo as Cataratas do Iguaçu e Curitiba como um centro de distribuição regional/estadual.

Cabe ressaltar que não foram consideradas neste estudo as empresas (operadores e agências) que não comercializam destinos turísticos paranaenses, ao contrário da pesquisa apresentada anteriormente realizada pelo Plano Cores.

⁷ Sistema de Inventariação Turística organizado pela SETU em conjunto com o Ministério do Turismo.

Gráfico 12 - Divulgação dos municípios da Área Turística nos sites das operadoras de turismo – que vendem algum destino paranaense



Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: a) Pesquisa realizada para a elaboração do PDITS da Área Turística CRMCG, através de levantamento dos pacotes turísticos disponibilizado nos sítios da internet, no dia 12 de maio de 2010. b) A Ilha do Mel foi citada devido a forma recorrente com que aparece integrada em pacotes com Curitiba. c) Foz do Iguaçu é apresentada devido a sua citação em todos os sites pesquisados.

A Área Turística ainda apresenta dificuldade em se posicionar no mercado nacional. Apenas Curitiba e Lapa, conforme demonstra o Gráfico 12, são apontados nos sites das operadoras. Os demais municípios da Área Turística não apresentam produtos formatados, ou seja, perde-se competitividade uma vez que não há uma operação turística pró-ativa dos destinos.

Foz do Iguaçu é apresentado como destino, em todos os pacotes turísticos analisados, e Curitiba aparece como um Centro Turístico importante para a Área Turística e até mesmo para o Estado. No entanto, quando se analisa o processo de comercialização nas empresas de turismo, percebe-se que existe um forte apelo, ainda, por produtos de sol e praia, e quando se divulga Foz do Iguaçu, as Cataratas do Iguaçu são destaque, sobre outros potenciais atrativos regionais.

Na Área Turística os parques estaduais de Vila Velha e Guartelá e os Centros Históricos de Castro e Lapa apresentam condições de atrair turistas. Como não há corredores turísticos consolidados, esses atrativos isoladamente não apresentam capacidade de ser operados comercialmente.

A diversidade de opções de segmentos ofertada pelos destinos indutores paranaenses oportunizam a esta Área Turística trabalhar com diversas características de público e diminuir a sazonalidade de seus produtos; no entanto não se verificam esforços integrados que desenvolvam ferramentas para esta integração com as demais Áreas Turísticas do Estado.

A maioria dos produtos turísticos analisados contam com uma razoável infraestrutura, estão localizados dentro ou próximos à grandes centros e o acesso, seja por via rodoviária ou aérea, oferece uma gama de opções. Desta forma, percebe-se que quanto maior e mais urbanizado o município da Área Turística, melhor é a sua potencialidade turística no mercado nacional.

A proximidade com São Paulo , que fica a 400 Km de Curitiba, principal mercado emissor do turismo no país é um ponto forte, mas que ainda não é adequadamente aproveitado pela Área Turística, tampouco são adotadas estratégias comerciais a esse respeito. A região Sul e Sudeste também representam mercados importantes para o Polo, em primeiro lugar devido ao poder aquisitivo da população e segundo, pela proximidade com a Área, que está estrategicamente disposta no território do Estado.

A Área Turística tem produtos desenvolvidos com potencial e qualidade para o mercado nacional. Existem também produtos que estão sendo desenvolvidos e qualificados para este mercado, através das oficinas de sensibilização e treinamento da iniciativa privada, e cujo resultado se observa na proposta apresentada para o desenvolvimento dos produtos contidos no Plano Estadual de Turismo e pela celebração de parcerias entre o Estado e entidades de fomento de negócios.

Atualmente a Área tem oferta diversificada de produtos, o que proporciona um bom potencial competitivo, pois consegue atingir vários públicos e, até certo ponto, quebrar a sazonalidade. O turismo de negócios e eventos representa uma grande força da Área Turística, com destaque para Curitiba e seu entorno direto, sobretudo Araucária e São José dos Pinhais e este fluxo pode ser aproveitado de maneira mais eficiente se utilizado para gerar interesse dos visitantes também pelos roteiros voltados ao lazer e à cultura.

Potencialidades no mercado

Este item serve-se do Plano de Marketing do Estado e demonstra que a proximidade com São Paulo e Rio de Janeiro, considerados os principais portões de entrada para o país, facilita o fluxo de estrangeiros a partir do momento que estão no país. As fronteiras estaduais com Argentina e Paraguai e a proximidade dos demais países da América do Sul é uma grande vantagem e permite que a Área Turística receba turistas de toda esta região, uma vez que a BR 277 corta boa parte da região.

A Área Turística possui produtos desenvolvidos com potencial para atingir o mercado internacional, dentre eles Foz do Iguaçu integrada a Curitiba e Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba que atendem muito bem este mercado. Existem outros produtos que estão sendo desenvolvidos para este mercado, prioritariamente a Ilha do Mel, que tem avançado consideravelmente nos últimos anos. Tais produtos são selecionados por ter um grande apelo ao público internacional e já apresentarem uma estrutura mínima para receber este público, aparecendo como opções nas ofertas das operadoras analisadas pela equipe do PDITS para a Área Turística.

A partir dos estudos realizados pelo Governo do Estado e levando-se em consideração o posicionamento da Área Turística no Mercado Nacional, tendo como base os dados observados nas pesquisas de demanda realizada pela SETU e também de acordo com as experiências apresentadas em reuniões pelas entidades que compõem o trade turístico paranaense foram verificadas as prioridades de promoção para a Área Turística para o próprio Paraná.

Apresentam ainda considerável demanda regional para a Área Turística os estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

2.3.2 Pesquisa primária/secundária para a análise da demanda turística potencial

Segundo a pesquisa de demanda de Curitiba, a projeção da demanda potencial indica que a maioria dos turistas (89,7%) não viajaria por agência de viagens e turismo, 43,9% viajariam sozinhos e 38,9% com a família. Viagens de negócios e eventos, turismo de lazer e visita a parentes e amigos estão distribuídos uniformemente. Em torno de 44% dos turistas ficaria em hotel e 45% em casa de parentes ou amigos, exceto em eventos como por exemplo a Copa do Mundo em 2014, na qual Curitiba sediará quatro delegações de atletas, quando certamente haverá um aumento expressivo da taxa de ocupação hoteleira.

- **Estimativa quantitativa aproximada e caracterização do perfil qualitativo dos segmentos potenciais**

Para basear as estimativas para os segmentos potenciais foram utilizadas algumas informações dos estudos realizados pelo MTur. Estes estudos basearam-se em informações fornecidas pelos estados, em conjunto com o Programa de Regionalização do Turismo. Embora esta avaliação considere viagens realizadas no período de fevereiro a setembro de 2005 e que o resultado das avaliações reflita a situação no momento da visita técnica "in situ", e ainda que alguns roteiros, alterados posteriormente, possam não ter sido considerados na sua totalidade, a representação destas análises foi atualizada pelas avaliações realizadas para o PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, e alvo de reflexão técnica a partir de comparações com informações atualizadas e estudos de demanda disponibilizados pela SETU.

A avaliação das atividades turísticas no Brasil, apresentada no Quadro 9, mostra que a qualidade do produto turístico nacional tem avaliações significativas com nível razoável, precário e inadequado. Destes resultados em nível nacional, pode-se inferir uma situação similar no Paraná e na Área Turística.

Como não há estudos estatísticos relativos ao monitoramento do fluxo de visitantes nos municípios da Área Turística além de Curitiba, não se pode verificar adequadamente a dinâmica dos fluxos intrarregionais, mas observa-se um movimento rodoviário pendular entre Curitiba e os demais municípios da Área Turística a partir da oferta e itinerários das empresas de transporte rodoviário e o movimento dos terminais intermunicipais de passageiros dos municípios que apresentaram este controle.

Quadro 9 - Avaliação das atividades turísticas no Brasil

Área	Qualificação (%)				
	Excelente	Bom	Razoável	Precário	Inadequado
Visitar	8,62	37,07	40,52	10,34	3,45
Comprar	3,45	20,69	36,21	25,00	14,66
Dormir	13,79	36,21	37,07	12,07	0,86
Comer	6,90	34,48	38,79	16,38	3,45
Acessibilidade geral	1,72	26,72	51,72	18,97	0,86
Sinalização turística	-	13,79	39,66	35,34	11,21

Fonte: Ministério do Turismo. Plano Cores, 2006.

O processo de comercialização e a própria dinâmica do mercado turístico nacional impedem um avanço nas vendas de pacotes domésticos por parte da Área Turística, tanto de forma isolada, quanto de forma integrada com outros destinos ou mesmo outras Áreas Turísticas relevantes no Estado, tais como Litoral e Foz do Iguaçu, conforme o Quadro 10. A situação econômica brasileira, com a valorização da moeda nacional (real) frente a outras moedas,

(tais como o dólar americano), amplia a concorrência com destinos internacionais, sobretudo na América Latina.

Quadro 10 - Identificação junto aos operadores sobre fatores que dificultam a venda

Fator	%
Preço	27,60
Falta de divulgação	11,10
Qualidade no atendimento	10,10
Falta de infraestrutura dos destinos e acessos	9,60
Disponibilidade de voos	8,60
Segurança	7,60
Problemas com operadoras	4,60
Falta de preparo dos receptivos	4,00
Cambio baixo, facilidades e ofertas internacionais	3,60
Concorrências entre operadores e agências de viagens	2,00
Pouca oferta	2,00
Situação econômica dos brasileiros	2,00

Fonte: Ministério do Turismo. Plano Cores, 2006.

Em análises e diagnósticos empresariais realizados por entidades do Estado, tais como o SEBRAE, a FIEP e outros programas de empreendedorismo, nota-se que há acentuada dificuldade dos empresários no que tange ao gerenciamento dos empreendimentos, sobretudo o conhecimento da legislação vigente, os controles administrativos e contábeis e a própria operação dos serviços.

Muitos empresários apresentaram dificuldades em compreender e informar o processo utilizado para a definição de preços de venda ao consumidor e aos agentes intermediários. Isso reforça a necessidade de estímulo à qualificação da gestão privada e a consequente melhoria dos processos de comercialização.

Observou-se que os principais canais de informação e distribuição utilizados pelos visitantes atuais são as buscas pelos sites dos atrativos, assim como sites que oferecem comparativos de preços e condições, tanto para meios de transporte como para hospedagem nos destinos, e em menor escala, os portais dos municípios na internet.

- **Identificação de elementos críticos que influem no processo de tomada de decisões de compra da viagem dos segmentos potenciais**

Pode-se inferir que as tendências de comportamento e hábitos de informação e compra da viagem por parte da demanda atual está bastante ligada à motivação principal do deslocamento.

No caso de viagens a negócios e eventos para Curitiba, há preferência por viagens organizadas por agências de viagens; nas viagens de lazer para o restante da Área Turística, há preferência por viagens organizadas por internet, catálogos, revistas, compras fragmentadas, etc.

No Quadro 11, que mostra a intenção de agências de viagens e turismo e operadoras de vender os produtos nacionais, percebe-se que, além das potencialidades ainda pouco exploradas no Brasil de forma comercial, existe a visão sobre as oportunidades de novos negócios.

Quadro 11 - Análise com operadores de turismo sobre porque gostariam de vender mais Brasil

Motivação	%
Potencial turístico	15,80
Sem justificativa	15,80
Beleza natural	14,90
Aumentar a economia brasileira	11,90
Divulgação e especialização da agência	6,90
Processo de venda simplificado	6,90
Diversidade de atrativos	4,00
Credibilidade nos produtos	3,00
Diversidade cultural	3,00
Clima favorável	2,00
Povo receptivo	2,00
Satisfação do cliente	2,00

Fonte: Ministério do Turismo. Plano Cores, 2006.

Na análise do Plano Cores, complementada por pesquisa realizada com operadores do Paraná (mercado regional) e operadores do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Salvador (mercado nacional), pôde-se identificar que os operadores conhecem o potencial turístico da Área Turística, tanto assim que sugerem Curitiba, Estrada da Graciosa, Vila Velha e Cânion do Guartelá; e do Paraná citam a Ilha do Mel e Foz do Iguaçu. Percebe-se então que a inexistência de estruturas de comercialização para o atendimento às demandas turísticas representa um desafio e dificulta a formação de processos comerciais de exploração turística, além da estruturação de alguns atrativos da Área Turística como a própria Estrada da Graciosa, os parques naturais estaduais, os centros históricos e a sinalização turística dos principais “corredores turísticos”.

Por outro lado, o mercado turístico nacional carece de avanços estruturais. Empresários do setor, quando motivados a analisar os entraves para a consolidação do turismo, mencionam claramente problemas estruturais no processo de operação, promoção e comercialização. A existência de atrativos turísticos não é suficiente para a formatação e operação de produtos, pois é necessário um complexo sistema que envolve os aspectos de planejamento das políticas públicas, aspectos de planejamento da iniciativa privada e outros aspectos socioambientais tais como clima, paisagem e relevo (Quadro 12).

Quadro 12 - Identificação junto aos operadores sobre fatores limitantes do turismo interno

Fator	%
Deficiência do destino	23,7
Falta de divulgação	23,2
Deficiência de pacotes	18,6
Falta de opções de pacotes	11,9
Desconhecimento do cliente	11,3
Desconhecimento pela equipe de vendas	7,2
Outros	4,6

Fonte: Ministério do Turismo. Plano Cores, 2006.

Os materiais impressos sinalizam o esforço da oferta turística para a divulgação dos atrativos turísticos, com uma expectativa de venda para o público final por meio dessa estratégia. No entanto, esta iniciativa não está acompanhada de um processo similar de operação dos produtos turísticos, que envolve o marketing integrado e a estruturação dos próprios atrativos.

- **Nível de expectativa dos diferentes segmentos potenciais**

A expectativa em relação a Área Turística diferencia-se para os vários segmentos que são observados. Enquanto para o Turismo de Negócios é buscada a qualidade dos serviços de receptivo tais como locações de automóveis, taxi, traslados, meios de hospedagem e serviços de alimentação, dentro de um padrão executivo e empresarial de consumo (4 a 5 estrelas).

Para os demais tipos de turismo a expectativa está voltada para a qualidade do material dos atrativos (guias turísticos, catálogos) informações turísticas e estrutura física nos atrativos turísticos. É importante ressaltar que o turismo cultural e o ecoturismo representam maior oportunidade de interação com o meio, ou seja, nos atrativos culturais e naturais, a expectativa é voltada às sensações e a própria experiência de consumo do produto. Isso requer que se agregue qualidade e atributos ao produto turístico.

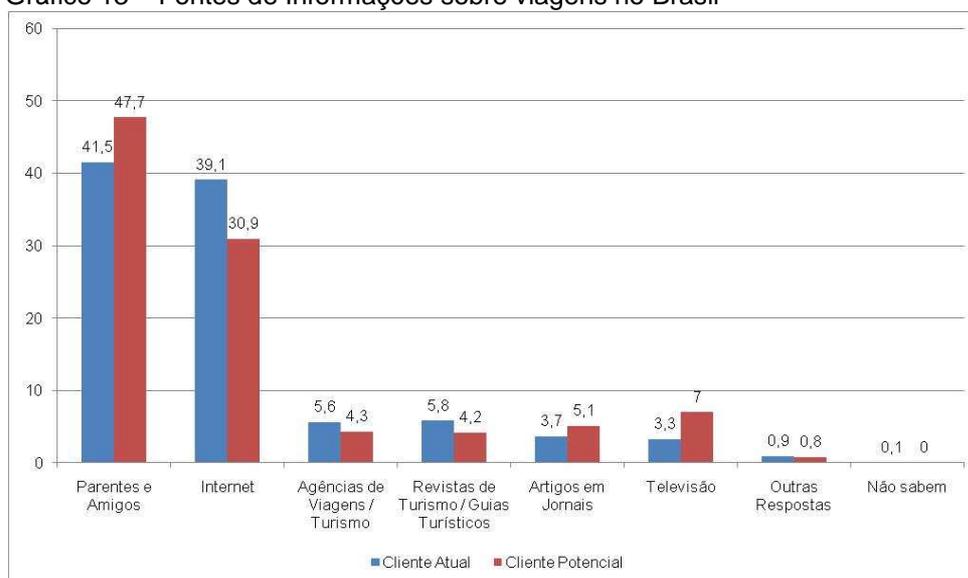
- **Hábitos de informação e compra dos diferentes segmentos potenciais**

A partir das informações contidas na pesquisa MTur Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, realizada em 2009, apresenta-se o Gráfico 13, no qual se pode observar que parentes e amigos são uma importante ferramenta promocional para os destinos.

Isso demonstra a necessidade de se proporcionar boas experiências ao turista que visita a Área Turística em tela, visto que, mais de 40% das pessoas que viajam, o fazem por indicação do destino por parente ou amigo, como resultado da satisfação obtida quando da realização da sua viagem.

A internet, como fonte de informação sobre viagens aparece também com significativo destaque. Neste aspecto, cabe ressaltar que a tendência maior para os próximos anos é a abertura de novos e ampliação dos atuais canais virtuais de consumo, ou seja, sites, clubes de compras e a mídia social, que deverão ser estudados em conjunto com a iniciativa privada de forma a ampliar as formas de promoção e comercialização da oferta turística.

Gráfico 13 – Fontes de Informações sobre viagens no Brasil



Fontes: MTur. Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009.

- **Graus de conhecimento e interesse da demanda potencial**

Curitiba é reconhecida no mercado nacional e internacional como uma cidade com excepcional planejamento urbano e qualidade de vida. A Tabela 18 apresenta a notoriedade de Curitiba no mercado, a partir da definição realizada pelos entrevistados na pesquisa de demanda do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba em 2010.

Segundo os visitantes, a definição que se encaixa melhor para Curitiba é cidade com qualidade de vida, com 38,5%. Cidade ecológica aparece na segunda colocação com 16,6%. A terceira colocada é cidade cultural com 12,5%, na sequência aparece a cidade turística com 11,7% e com 4,2% está cidade universitária. Outras definições ficaram com 16,5%.

Tabela 18 – Definição de Curitiba pelos entrevistados segundo residência permanente

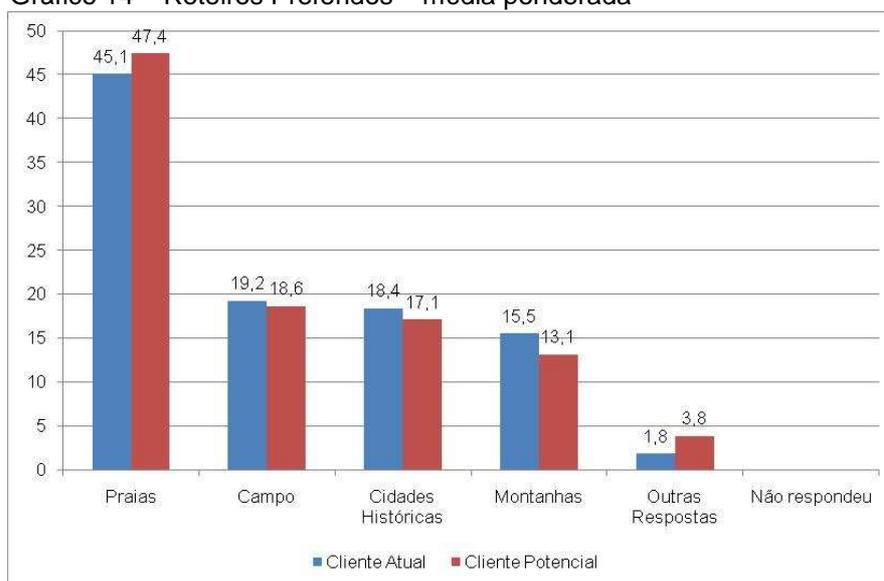
Definição de Curitiba	Tipo (%)					
	Residente	Excursionista		Turista		
		Paraná	Brasil	Paraná	Brasil	Países
Cidade com qualidade de vida	37,2	24,6	41,3	33,4	43,0	37,4
Cidade cultural	11,0	16,7	9,9	15,2	10,7	11,8
Cidade ecológica	20,7	19,3	14,9	17,5	15,7	26,7
Cidade turística	12,1	12,3	11,6	11,4	11,6	16,0
Cidade universitária	5,9	8,8	4,1	6,8	2,0	2,7
Outra	12,9	18,4	18,2	15,7	16,9	5,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: IMT. Pesquisa de Demanda Turística, Perfil e Opinião. Curitiba 2010.

Alguns produtos paranaenses da Área Turística são conhecidos como destinos de passagem, ou seja, aqueles utilizados quando de uma conexão aérea ou rodoviária, ou ainda em casos de pernoite durante um itinerário. São eles Curitiba para alguns segmentos de mercado como os de lazer, sol e praia, Ponta Grossa e São José dos Pinhais.

De acordo com o MTur, aproximadamente metade dos turistas brasileiros busca praias como destinos ou roteiros turísticos, sendo o campo o segundo roteiro mais procurado e em terceiro lugar as cidades históricas (Gráfico 14).

Gráfico 14 – Roteiros Preferidos – média ponderada

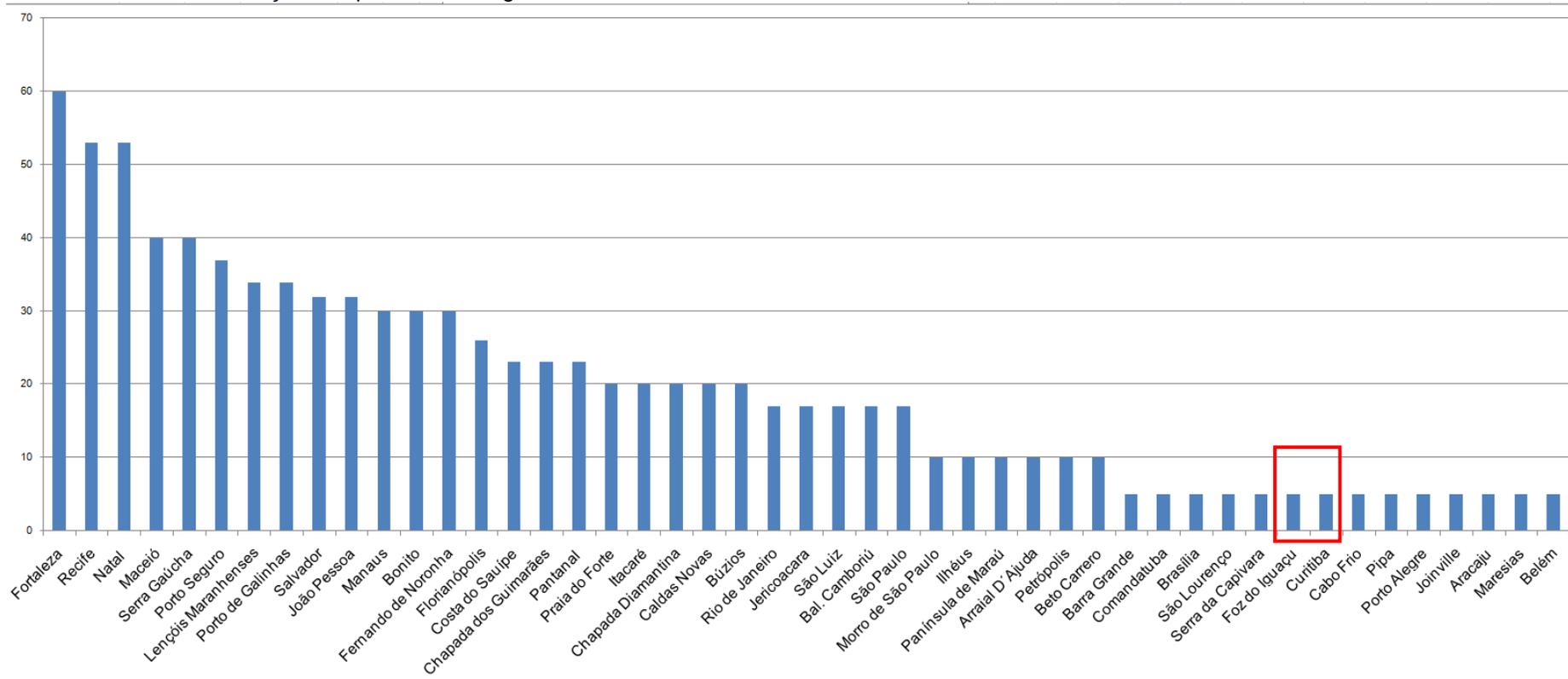


Fontes: MTur. Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, 2009.

Quanto aos segmentos de turismo, o de lazer sol e praia é o que apresenta menor capacidade de identificação e notoriedade na Área Turística, uma vez que esta não apresenta atrativos de sol e praia.

Isso reflete os dados do Plano Cores que comparou os destinos nacionais em relação à intenção de venda dos operadores e aos pacotes turísticos formatados. Verifica-se a dificuldade de posicionamento da Área Turística, uma vez que, dos municípios da Área Turística em análise, apenas Curitiba aparece na pesquisa, conforme Gráfico 15 apresentado a seguir.

Gráfico 15 - Comercialização dos pacotes de viagens no trade turístico do Brasil



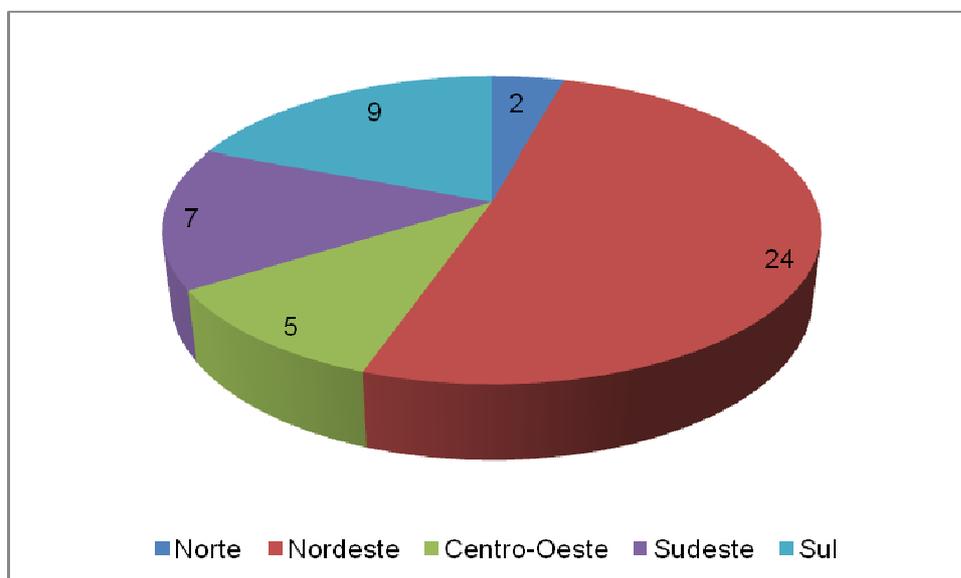
Fonte: Ministério do Turismo, Plano Cores: Os produtos turísticos nos catálogos do trade do Brasil. Levantamento de informações nos 30 maiores operadores do BRASIL (2005).

Quando apresentados apenas os destinos turísticos brasileiros, por região, percebe-se a supremacia da região Nordeste, com 50% dos destinos comercializados nas agências de turismo (Gráfico 16).

Na Área Turística, existem outros destinos sendo comercializados, além de Curitiba. Trata-se de pacotes turísticos de receptivo, servindo mais como opção para aqueles turistas que já estão no destino e buscam outras opções no entorno da capital, nos roteiros de turismo rural, sobretudo Colombo e São José dos Pinhais, ou então mais ao interior, nos Campos Gerais, no Distrito de São Luiz do Purunã, municípios de Balsa Nova, Castro e Tibagi. No entanto, cabe ressaltar que os destinos variam em função do tipo de turismo praticado, o que será melhor detalhado quando da análise da tipologia destes municípios, conforme seus segmentos mais característicos.

Daí a importância de se definir os principais destinos competidores para a Área Turística, oportunizando a definição de novas estratégias de posicionamento e notoriedade no mercado para, então, se definir a realização de esforços competitivos.

Gráfico 16 - Número de Destinos nos Catálogos Turísticos por região do Brasil



Fonte: Ministério do Turismo, Plano Cores: Os produtos turísticos nos catálogos do trade do Brasil. Levantamento de informações nos 30 maiores operadores do Brasil, 2005.

- **Identificação de destinos competidores**

As pesquisas realizadas junto a sites de turismo e operadores mostram que o Paraná apresenta dificuldade de posicionamento e notoriedade; tomando como base o total dos pacotes divulgados pelas operadoras de turismo, o Estado participa com menos de 3% do total. Quando analisados apenas os municípios da Área Turística, essa taxa de participação não é superior a 0,5%, demonstrando a fragilidade de posicionamento da Área Turística no contexto da comercialização.

A partir desta constatação percebe-se a deficiência nos processos integrados de marketing turístico para o Paraná, em especial para a Área Turística, dificultando o posicionamento mercadológico e a operação da cadeia produtiva do turismo. Não se percebe, à exceção de

Curitiba, um impacto significativo da atividade turística nas economias locais, tanto na geração de riqueza para a região, quanto na geração de empregos e postos de trabalhos.

Os principais destinos competidores ainda estão no nordeste brasileiro, que se apresentam com imensa notoriedade e apelo de consumo, destacando-se os produtos ligados ao segmento lazer sol e praia. No entanto, destinos internacionais no Mercosul, como Argentina, Uruguai, Peru e Chile vem ganhando mercado.

A partir de estudos realizados para o Plano de Marketing (SETU), percebe-se que os concorrentes dos produtos turísticos paranaenses segundo os principais segmentos, no mercado nacional são identificados.

- **Santa Catarina, para o segmento de sol e praia** – O investimento da concorrência em promoção é muito significativo o que resulta em um destaque dos produtos oferecidos pelo Estado vizinho.
- **São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e demais estados da região Centro-Oeste para o segmento negócios e eventos** – São Paulo justifica-se por ser o grande polo do turismo de negócios e eventos nacional, enquanto que os demais estados justificam-se por deterem características semelhantes quanto à infraestrutura e qualificação dos serviços. Além disso, por serem Estados com aspectos econômicos e com setores referências de projeção (áreas científicas, médicas, tecnológicas) similares além do destaque no cenário nacional. Diferencia-se, neste contexto, a cidade de Foz do Iguaçu, que conta com forte atratividade turística e se relaciona de forma intensa com Curitiba, a partir das análises do Polo Turístico. Foz do Iguaçu atende grandes eventos corporativos, ao contrário das demais cidades paranaenses que atendem mais eventos associativos e por isto a relevância dos setores econômicos e referenciais desses destinos, como diferenciais no momento de captação de eventos.
- **Minas Gerais e Mato Grosso no segmento ecoturismo** – A Chapada Diamantina e o Pantanal são destinos muito procurados pelo público consumidor do destino de Ecoturismo, e são concorrentes diretos dos produtos paranaenses da Serra do Mar e Foz do Iguaçu, conforme a Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta).
- **Santa Catarina e São Paulo no segmento turismo de aventura** – Os concorrentes trabalham mais com divulgação. O Estado do Paraná tem produtos competitivos neste mercado, como Prudentópolis, Tibagi, Serra do Mar e Foz do Iguaçu.

A partir da concorrência identificada no Plano de Marketing (SETU), percebe-se que os mercados concorrentes assemelham-se aos mercados consumidores, ou seja, existe um potencial de troca muito grande de fluxos turísticos, o que deverá gerar estratégias competitivas diretas para estes mercados, agregando-se ações de atração de outros mercados complementares.

O Paraná e conseqüentemente a Área Turística está em processo inicial de investimentos no mercado turístico. Superficialmente, considerando apenas a atratividade, o Estado do Paraná compete com destinos africanos, com países detentores de reservas naturais (países latino-americanos, do sul da Ásia e da Oceania); para o público internacional os destinos turísticos paranaenses concorrem também com outros destinos brasileiros de ecoturismo e aventura. Para o segmento de negócios e eventos, a situação competitiva é ainda mais difícil de mensurar, pois cada disputa por um evento é bastante peculiar, podendo ou não competir entre si, cidades de mesmo porte, índices econômicos ou sociais, entre outros.

2.3.3 Pesquisa primária/secundária para análise da oferta turística da Área Turística

A análise do mercado da Área Turística considerou duas das regiões turísticas do Paraná, sendo a dos Campos Gerais do Paraná, ligada territorialmente aos Campos Gerais e a Rotas do Pinhão, ligada territorialmente a Curitiba e Região Metropolitana.

A análise da oferta turística observou os aspectos da cadeia produtiva, uma vez que os serviços, quando trabalhados de forma isolada, têm pouca força competitiva. Desta forma, a SETU desenvolveu esforços no sentido de elaborar um estudo aprofundado sobre a cadeia produtiva do Paraná (Ipardes, 2008), no qual considera:

O conceito de Cadeia Produtiva no Turismo pressupõe a existência de um produto ou de um atrativo turístico que, em determinado território, atua como elemento indutor para gerar uma dinâmica integradora entre as diferentes atividades que compõem o setor. Isto é, o produto ou o atrativo funciona como multiplicador de uma rede de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infraestrutura local e regional, cuja dinâmica pode promover o incremento dos fluxos de informação, produção, distribuição e consumo, que, adequadamente geridos, permitem ao turismo atuar como vetor da economia dentro de parâmetros de sustentabilidade. Conhecer a Cadeia Produtiva do Turismo, portanto, implica compreender a dinâmica de cada atividade envolvida no processo de desenvolvimento regional, além de entender como essas atividades veem a si próprias e como se relacionam com outros setores da economia.

O estudo da Cadeia Produtiva⁸ apresenta uma análise em relação ao setor do turismo no Estado e tem a intenção de subsidiar as políticas públicas do setor. O turismo destacou-se como área de interesse fundamental no Plano Plurianual (PPA) de 2004 a 2007 do Governo do Estado. Tais políticas passaram por um período de revisão e ajustes de estratégias e programas para o PPA 2008 - 2011 que traz como novidade a implantação de sistemas de monitoramento e avaliação da atividade turística a partir de indicadores.

Observa-se, portanto, que a sinergia entre os diversos agentes interessados no desenvolvimento do turismo é fator fundamental para que a atividade turística possa gerar os benefícios econômicos e sociais, considerando ainda seus aspectos de sustentabilidade, quando conduzida por políticas públicas que reforcem esta perspectiva, o que é observado na Área Turística, ainda que demande melhor articulação entre os agentes interessados.

No entanto, o estudo apresentou em suas conclusões que:

O turismo, embora seja uma atividade induzida pelo conjunto da economia regional, destaca-se no setor terciário do Estado do Paraná por duas situações específicas. Em primeiro lugar, porque reproduz a complexa heterogeneidade do Setor, que se caracteriza pela coexistência de atividades de alta produtividade e qualificação de mão de obra com atividades de baixa produtividade e de grande informalidade na contratação de mão de obra e, em segundo lugar, porque, em determinadas atividades, cumpre a função de amortecedor de crises econômicas cíclicas, pela capacidade de absorver mão de obra e de criar empregos autônomos ou de menor qualificação e produtividade para a população economicamente liberada por outros setores.

⁸ IPARDES. **Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná - cadernos estatísticos região turística Rotas do Pinhão (RMC)**. Curitiba: IPARDES, 2009. e
_____. **Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná - cadernos estatísticos região turística Campos Gerais**. Curitiba: IPARDES, 2009.

Percebe-se que quando aplicado o conceito de Cadeia Produtiva, descrito acima, aos estudos dos atrativos turísticos por segmento no Gráfico 17, percebe-se a carência de planos estratégicos e investimentos em infraestrutura, apoio empresarial e promoção dos destinos que oportunizem e consolidem os esforços para o incremento do fluxo de visitantes e a agregação de valor aos produtos e destinos e à própria importância econômica do setor para o Estado.

- **Avaliação dos recursos ou atrativos turísticos**

A Área Turística é formada pela região turística Rotas do Pinhão Curitiba que é composta pelos municípios de Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais e pela Região Turística dos Campos Gerais do Paraná que é composta pelos municípios de Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi.

Região Turística Campos Gerais

Conforme o Governo do Estado, a região oferece atrativos turísticos reais, que já apresentam amplitude de mercado estadual e nacional, enquadrados dentro de nove segmentos de oferta turística: ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo gastronômico, turismo religioso, turismo de lazer, sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo rural e turismo de saúde.

Conforme o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011 da Região dos Campos Gerais, o maior destaque é o segmento do turismo cultural, que detém 32,8% dos atrativos, relacionado com a riqueza da identidade histórica e cultural, representado pelo ciclo do tropeirismo e a diversidade étnica dos imigrantes; em seguida aparece o Ecoturismo (17,9%) e o Turismo de Aventura (10,4%), dada a grande oferta de atrativos turísticos naturais aliados à estruturação de produtos ligados aos esportes de aventura e ao aproveitamento da riqueza natural da região.

No segmento de Turismo Religioso (10,4%) destacam-se as manifestações religiosas que ocorrem em Piraí do Sul, no Santuário Nossa Senhora das Brotas, na Serra Velha, com a Santa do Paredão, em Jaguariaíva, no Mosteiro da Ressurreição, em Palmeira no Santuário Bom Jesus do Monte. Já o Turismo Rural (7,5%) está relacionado à ocorrência de diversos equipamentos temáticos como pousadas, hotéis fazenda e áreas rurais já estruturadas para receber o turista.

Outros segmentos aparecem em proporções menores como o Turismo de Lazer (6%), o Turismo Gastronômico (4,5%); neste caso a região ainda carece de uma melhor exploração de sua culinária típica, tanto a tropeira quanto aquela ligada às etnias que a colonizaram. Por último aparece o Turismo Náutico (1,5%), que ocorre tanto no rio Iguaçu quanto em algumas represas d'água.

Região Turística Rotas do Pinhão

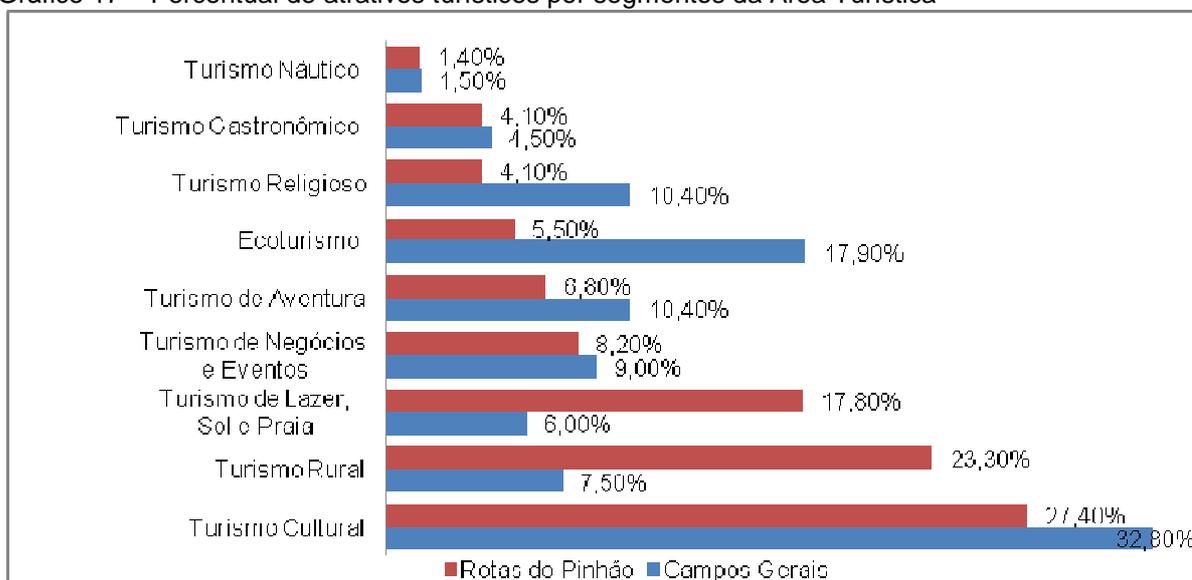
A região turística Rotas do Pinhão conta com atrativos reais enquadrados nos nove segmentos turísticos, com predominância do turismo cultural (27,4%), seguido pelo rural (23,3%) e pelo lazer (17,8%), conforme pode ser visualizado no Gráfico 17.

O turismo de negócios é mais evidente em Curitiba, Araucária, Ponta Grossa e São José dos Pinhais, municípios com áreas industriais ou com um número significativo de empresas de grande porte. Nesses municípios, a utilização dos serviços de hospedagem se dá, principalmente por profissionais liberais, empresários, vendedores e representantes comerciais.

O Gráfico 17 apresenta as duas regiões turísticas, Rotas do Pinhão e Campos Gerais, praticamente iguais em relação aos segmentos. Merece destaque, no entanto, o Ecoturismo nos Campos Gerais, com os municípios de Tibagi, Castro e Ponta Grossa, que possuem Unidades de Conservação referenciais no Estado.

O Turismo Religioso se destaca nos Campos Gerais com o Santuário Nossa Senhora das Brotas em Pirai do Sul; na região Rotas do Pinhão o destaque fica para o Turismo de Lazer notadamente para Curitiba e suas inúmeras opções de lazer cultural e o Turismo Rural, no entorno da capital, que oferece roteiros em São José dos Pinhais, Colombo, Pinhais e Quatro Barras, além de Balsa Nova.

Gráfico 17 – Percentual de atrativos turísticos por segmentos da Área Turística



Fonte: SETU, Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011. Região Turística Campos Gerais e Rotas do Pinhão - Paraná/Brasil.

Análise do uso turístico das Unidades de Conservação

Em relação às análises realizadas sobre a atividade turística nas Unidades de Conservação, embora a oferta deste tipo de atrativo apresente-se com considerável densidade, como é o caso de Curitiba, as atividades realizadas nesses atrativos não necessariamente são de ecoturismo, estando voltadas para o lazer e eventos. Os parques de Curitiba, são unidades de conservação localizadas em áreas urbanas da cidade, diferentemente de outras Unidades de Conservação na Área Turística, afastadas das áreas urbanas, que se caracterizam pela atividade de Ecoturismo.

Nos demais municípios da Área Turística, percebe-se a carência de estruturas adequadas à visitação turística e, por consequência, os melhores índices de visitação encontram-se naquelas UCs que possuem melhor estrutura ou estão em processo de estruturação, conforme demonstram as análises da demanda turística às UCs, apresentadas neste documento.

No Quadro 13 é apresentado o resultado da pesquisa sobre as unidades de conservação e outras áreas protegidas, considerando a existência de planos de manejo, as estruturas de atendimento, de atividades econômicas, de conselho gestor e facilidade de acesso.

Quadro 13 – Unidades de Conservação e Áreas Protegidas quanto ao uso e funcionamento nos municípios da Área Turística - 2010

continua

Município	Unidades de Conservação e Parques	Existência de planos de manejo	Existência de atividades econômicas	Estrutura de atendimento ⁹	Existência de conselho gestor	Acesso facilitado
Almirante Tamandaré	Parque Ambiental Aníbal Khury	-	x	x	-	x
	Parque Ambiental Jardim Mônica	-	-	x	-	-
	Recanto dos Padres	-	x	x	-	x
Arapoti	Parque Florestal IMPACEL - RPPN	-	-	x	-	-
	Reserva Ecológica Poty	-	-	x	-	-
Araucária	Parque Ambiental do Passaúna	-	-	-	-	-
	Parque da Cachoeira	x	x	x	-	x
	Parque das Pontes	-	-	-	-	x
	Parque do Passinho	-	-	x	-	-
	Parque Estadual Prof. José Wachowicz	-	-	-	-	x
Balsa Nova	Parque Municipal de Balsa Nova	-	-	x	-	x
	Recanto Monteiro Tourinho	-	-	x	-	x
	Recanto Vale do Sol	-	x	x	-	x
Campina Grande do Sul	Parque Estadual do Pico do Paraná	-	x	-	-	-
	Parque Mun. Ary Coutinho Bandeira	-	x	x	-	x
Campo Largo	Estância Hidromineral Ouro Fino	-	x	x	x	x
	Floresta Nacional do Açungui	-	-	x	-	-
	Parque da Lagoa Grande	-	-	x	-	x
	Parque Histórico do Mate	-	-	x	-	x
	Parque Municipal do Cambuí	x	-	x	-	x
Castro	Parque Estadual do Caxambu	x	-	x	-	x
	RPPN Estadual Fazenda Maracanã	-	x	x	-	x
	RPPN Estadual São Francisco de Assis	-	x	x	-	-
	RPPN Cercado Grande	-	x	-	-	-
	Parque Mun. Dr. Libânio E. Cardoso	-	x	x	-	x
	Parque Mun. Pref. Dr. Ronie Cardoso – Parque Lacustre	-	-	x	-	x
Cerro Azul	Parque Estadual de Campinhos	x	-	x	x	x

⁹ Pode ser considerado como estrutura de atendimento desde uma porteira, guarita, estacionamento, quanto um centro de atendimento ao turista.

continua

Município	Unidades de Conservação e Parques	Existência de planos de manejo	Existência de atividades econômicas	Estrutura de atendimento ¹⁰	Existência de conselho gestor	Acesso facilitado
Curitiba	Bosque Alemão	-	-	x	-	x
	Bosque Capão da Imbuia	-	-	x	-	x
	Bosque de Portugal	-	-	x	-	x
	Bosque Italiano	-	-	x	-	x
	Jardim Botânico	-	-	x	-	x
	Parque Bacacheri	x	-	x	-	x
	Parque da Barreirinha	-	-	x	-	x
	Parque das Pedreiras	-	-	-	-	x
	Parque João Paulo II	-	x	x	-	x
	Parque Municipal do Barigui	x	x	x	-	x
	Parque Municipal do Passaúna	-	x	x	-	x
	Parque Regional do Iguaçu	-	-	-	-	x
	Parque São Lourenço	x	-	x	-	x
	Parque Tanguá	x	x	x	-	x
	Parque Tingui	x	x	x	-	x
Jaguariaíva	Parque Estadual do Vale do Codó	-	-	-	-	x
	Parque Estadual do Cerrado	x	-	x	-	x
	Parque Municipal Lago Azul	-	-	-	-	x
Lapa	Parque Estadual do Monge	x	-	x	x	x
Palmeira	RPPN Federal Papagaios Velhos	-	-	-	-	x
	RPPN Estadual Tarumã	-	x	-	-	-
	RPPN Estadual Fazenda Santa Rita I	-	x	-	-	-
	RPPN Estadual Fazenda Santa Rita II	-	x	-	-	-
	Parque Municipal de Palmeira	-	-	-	-	x
Piraí do Sul	Floresta Nacional de Piraí do Sul	x	-	-	x	x
Piraquara	Floresta Estadual Metropolitana	x	-	x	-	x
	Parque Estadual do Pico Marumbi	x	x	x	x	x
	Parque Estadual Serra da Baitaca	-	-	-	-	-
Ponta Grossa	Parque Estadual de Vila Velha	x	x	x	x	x
	Parque Mun. Mata Boca da Ronda	-	-	-	-	x
	RPPN Estadual Fazenda Paiquerê	x	x	-	-	-
	RPPN Estadual Invernada Barreiro	x	x	-	-	-
	Parque Municipal Chácara Dantas	x	-	x	x	-
	Parque Municipal Margherita Masini	-	-	-	-	x

¹⁰ Pode ser considerado como estrutura de atendimento desde uma porteira, guarita, estacionamento, quanto um centro de atendimento ao turista.

conclusão

Município	Unidades de Conservação e Parques	Existência de planos de manejo	Existência de atividades econômicas	Estrutura de atendimento ¹¹	Existência de conselho gestor	Acesso facilitado
Quatro Barras	Parque Estadual do Pico Marumbi	x	x	x	x	x
	Parque Estadual Serra da Baitaca	-	-	-	-	-
Rio Negro	Parque Ecot. Mun. São Luis Tolosa	-	x	-	-	x
Telêmaco Borba	RPPN Estadual Monte Alegre	-	x	-	-	-
	Parque Ecológico Klabin (RPPN)	x	-	x	-	x
	Parque Municipal do rio Tibagi	-	-	-	-	x
Tibagi	Parque Estadual do Guartelá	x	-	x	x	x
	RPPN Estadual Ytatyba	x	x	x	-	x
	RPPN Estadual da Fazenda Mocambo	-	x	-	-	-
	RPPN Federal Primavera	-	x	-	-	-
	RPPN Estadual Rancho Sonho Meu I	-	x	-	-	-
	RPPN Estadual Rancho Sonho Meu II	-	x	-	-	-
	Parque Municipal São Domingos	-	-	-	-	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Das 73 Unidades de Conservação e Áreas Protegidas existentes na Área Turística, 65,8% oferecem acesso facilitado permitindo sua visitação. No entanto, destas apenas 30% possuem Plano de Manejo instituído e 42,5% possuem algum tipo de atividade econômica em seu entorno imediato, o que demonstra a situação de vulnerabilidade da maior parte destas Unidades.

O fato de 59% das Unidades de Conserva o possuir alguma estrutura de atendimento, não significa que apresentem condições adequadas de uso turístico, tanto para a conserva o de seus recursos, quanto para o atendimento ao visitante.

A análise demonstrou que os parques municipais em áreas urbanas apresentam melhores condições de atendimento ao turista do que outros localizados em áreas mais afastadas das cidades dada a sua estrutura de sede administrativa, banheiros, portaria e mobiliário. Em rela o aos parques afastados dos centros urbanos o Parque Estadual de Vila Velha e o Parque Estadual do Guartelá apresentaram melhores estruturas em rela o aos demais. No entanto, todos necessitam de melhorias em suas estruturas e a maior carência   na constru o de centros de visitantes adequados   temática de cada Unidade de Conserva o (cânions, arenitos, vegeta o etc.), banheiros, estacionamento, acessibilidade às áreas de visita o, mobiliário adequado   observa o da flora e fauna.

A rodovia PR 340, que d  acesso ao Parque Estadual do Guartelá apresenta beleza cênica em seu entorno, no entanto não possui estrutura adequada para contempla o, uma vez que não dispõe de locais para estacionamento e parada de veículos, mirantes, belvederes que possam ser utilizados em roteiros e produtos turísticos.

¹¹ Pode ser considerado como estrutura de atendimento desde uma porteira, guarita, estacionamento, quanto um centro de atendimento ao turista.

Unidades de Conservação de Curitiba e Região Metropolitana

Aproximadamente 41% do território dos municípios na RMC abrigam mananciais para abastecimento público atual e potencial, os quais estão constantemente sob forte pressão pela ocupação urbana e industrial. A preservação dos mananciais desempenha um papel relevante na formulação das estratégias de desenvolvimento para a RMC (Comec, 1999). Neste sentido a maioria das Unidades de Conservação Estaduais existentes na Região Metropolitana de Curitiba estão voltadas à conservação e à proteção de recursos hídricos, principalmente as Áreas de Proteção Ambiental, determinando que as mesmas não tenham uso turístico.

Por outro lado, todos os parques possuem alguma infraestrutura de atendimento e usos múltiplos voltados ao público.

a) Unidades de Proteção Integral

- Parque Estadual das Lauráceas – Decreto Estadual n.º 729/79.
- Parque Estadual de Campinhos – Decreto Estadual n.º 31.013/60.
- Parque Estadual do Pico do Paraná – Decreto Estadual n.º 5.769/02.
- Parque Estadual do Monge – Lei Estadual n.º 4.170/60.
- Parque João Paulo II – Decreto Estadual n.º 8.299/86.
- Parque Estadual Prof. José Wachowicz – Decreto Estadual n.º 5.766/02.
- Parque Estadual da Serra da Baitaca – Decreto Estadual n.º 5.765/02.
- Parque Estadual do Marumbi – Decreto Estadual n.º 7.919/84.

b) Unidades de Uso Sustentável

- Tombamento da Serra do Mar - Edital de Tombamento da Serra do Mar (publicado DOE n.º 2.290/96).
- Floresta Nacional do Açungui - Portaria n.º 5.59/68.
- Floresta Estadual do Passa Dois - Decreto Estadual n.º 6.594/90.
- Floresta Estadual Metropolitana - Decreto Estadual n.º 4.404/88.
- APA de Guaratuba - Decreto Estadual n.º 1.234/92.
- APA Federal de Guaraqueçaba - Decreto Federal n.º 90.883/85.
- APA da Escarpa Devoniana - Decreto Estadual n.º 1.231/92 (15).
- APA do Rio Verde - Decreto Estadual n.º 2.375/00 (16).
- APA do Passaúna - Decreto Estadual n.º 458/91 (17).
- APA do Iraí - Decreto Estadual n.º 1.753/96 (18).
- APA do Piraquara - Decreto Estadual n.º 1.754/96 (19).
- APA do Pequeno - Decreto Estadual n.º 1.752/96 (20).
- APA Municipal do Iguaçu (Curitiba) - Decreto Municipal n.º 192/00 (21).

Em relação aos parques afastados dos centros urbanos, o Parque Estadual do Monge e o Parque Estadual do Marumbi representam os maiores atrativos deste segmento na Região Metropolitana e contam com alguma estrutura de atendimento ao turista. No entanto, ambos necessitam de melhorias em suas estruturas e a maior necessidade é a construção de centros de visitantes adequados à temática para cada Unidade de Conservação (mata atlântica, arenitos, vegetação etc.), banheiros, estacionamento e nas áreas de visitação, mobiliário adequado à observação da flora e fauna.

Unidades de Conservação de Curitiba

A preocupação com a qualidade ambiental reflete-se na adoção de uma política de áreas verdes em Curitiba, que busca a utilização máxima dos benefícios ecológicos, econômicos e sociais que a vegetação incorporada ao meio urbano pode proporcionar.

Essa preocupação, observada desde o início da década de setenta, confere a Curitiba especial distinção no que se refere a áreas verdes urbanas e unidades de conservação, seja pela instituição de uma legislação municipal adequada, seja pelo planejamento de áreas

naturais protegidas, ou ainda pela excepcional qualidade de arborização de seus logradouros. A preservação das áreas verdes é um dos instrumentos importantes da política municipal de meio ambiente e saneamento.

Um dos aspectos fundamentais da política de áreas verdes urbanas de Curitiba é, justamente, a afirmação da recreação e do lazer como fatores indispensáveis ao equilíbrio físico e mental do ser humano e seu desenvolvimento. Curitiba possui 26 parques e cerca de 81 milhões m² de área verde preservada. São 55m² de área verde por habitante, três vezes superior ao índice recomendado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), que é de 16m²/habitante. No Brasil, é a cidade onde a Mata Atlântica é melhor preservada. Além desses parques, existem inúmeros bosques de preservação e unidades em implantação.

Unidades de Conservação dos Campos Gerais

As UCs existentes na Área Turística proporcionam vocação para o ecoturismo, prontamente reconhecida nos parques estaduais de Vila Velha e do Guartelá e no Parque Nacional dos Campos Gerais e em diversos outros locais, muitos incluídos na APA da Escarpa Devoniana. Os municípios, através do poder público e iniciativa privada e em parceria com entidades governamentais, tem investido de forma consistente no potencial natural local para o turismo (cânions, cachoeiras, cavernas e grutas, formas de relevo etc.). Existem nos Campos Gerais sete unidades de conservação de proteção integral, sendo seis parques estaduais, um nacional e 27 de uso sustentável, incluindo 24 Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN) e a APA da Escarpa Devoniana, excluindo-se as de âmbito municipal. As principais UCs da região são apresentadas no Quadro 14.

Quadro 14 - Principais Unidades de Conservação da Região dos Campos Gerais

Grupo de Manejo	Categoria da Unidade de Conservação	Unidade de Conservação	Área (ha)	Município
Proteção Integral	Parque Estadual	Vila Velha	3.803,00	Ponta Grossa
		Guartelá	790,00	Tibagi
		Cerrado	420,00	Jaguariaíva
		Gruta do Monge	298,00	Lapa
		Caxambu	1.040,22	Castro
		Córrego da Biquinha	23,22	Tibagi
		Estadual Floresta do Saltinho	9,10	Imbaú*
	Parque Nacional Reserva Biológica (Nacional)	Campos Gerais	21.288,00	Ponta Grossa, Castro e Carambeí
		Araucárias	14.920,00	Teixeira Soares, Imbituva e Ipiranga*
	Parque Municipal	Palmeira	45,90	Palmeira
		São Domingos	54,45	Tibagi
		Lago Azul	11,97	Jaguariaíva
		Mata Boca da Ronda	3,81	Ponta Grossa
Margherita Masini		5,86	Ponta Grossa	
Pirai do Sul		276,00	Pirai do Sul	
Uso Sustentável	Floresta Nacional	Irati	3.495,00	Teixeira Soares e Fernandes Pinheiro*
		Passa Dois	171,00	Lapa
	Floresta Estadual	Floresta Estadual Córrego da Biquinha	23,22	Tibagi
		Área de Proteção Ambiental (Estadual)	Escarpa Devoniana	392.336,00
	Horto Florestal	Horto Florestal Geraldo Russi	130,80	Tibagi
	Reserva Florestal	Reserva Florestal de Saltinho	9,10	Telêmaco Borba
Área Total			439.154,65	

Fonte: IAP, 2008.

* Municípios que não pertencem à Área Turística.

Parque Estadual de Vila Velha (Ponta Grossa)

Criado em 12/10/1953, pela Lei nº 2.192, o conjunto Arenitos, Furnas e Lagoa Dourada conta com uma área de 3.803 hectares e é coberto, na sua maior parte, por campos naturais. Tombado pelo Departamento do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado em 1966, abriga uma fauna variada: lobos-guará (já raros), jaguatiricas, quatis, gatos-do-mato, cachorros-do-mato, iraras, furão, catetos, veados, tatus, pica-paus, pombas, perdizes, tamanduás-bandeira e mirins, diversos tipos de aves, entre outros. A responsabilidade administrativa do parque é do IAP.

Possui relevo ruiforme, sendo uma área há muito tempo visitada por turistas. É o primeiro parque criado no Paraná e recebia, antes do seu fechamento para revitalização em janeiro de 2002, mais de 120.000 turistas por ano, sendo a segunda UC mais visitada do Estado. Além disso, a região onde está a UC destaca-se como um centro de visitação de escolas superiores de geologia, geografia e biologia de todo Brasil, que ali encontram coexistência de ecossistemas diferentes (campos, floresta com araucária, refúgios do cerrado), relevos de exceção (Arenitos e Furnas) e excelentes exposições de unidades geológicas sedimentares siluro-devonianas da Bacia do Paraná, com jazigos fossilíferos únicos e afloramentos-tipo consagrados na literatura.

A vegetação natural do Parque é basicamente composta por capões de mata, matas de galeria, depressões brejosas, plantas rupícolas e, na sua maioria, campo limpo e seco. No que diz respeito aos aspectos turísticos, apresenta boa infraestrutura e o Plano de Manejo do Parque possui o Programa de Uso Público, composto por subprogramas de Recreação e Interpretação Ambiental, de Educação Ambiental e de Divulgação.

Parque Estadual do Guartelá (Tibagi)

O Parque Estadual do Guartelá está situado dentro do território de Tibagi (PR). Foi criado em 1992 e é administrado pelo IAP. Constitui-se pelo Cânion formado pelo rio Iapó, destacando-se a Cachoeira e a Ponte de Pedra, os Painéis e as Pinturas Rupestres. O horário de funcionamento é de quarta a domingo e feriados nacionais das 8h às 18h. O acesso é gratuito e o parque tem visitação limitada para grupos acima de 15 pessoas. Possui centro de visitantes, infraestrutura de atendimento e Plano de Manejo instituído.

O Parque foi criado com o objetivo preservar o Cânion do Rio Iapó, e como sua maior parte está localizada na localidade do Guartelá em Tibagi, é conhecido como Cânion Guartelá. O parque tem duas trilhas: Trilha Básica e Trilha das Pinturas Rupestres. A Trilha Básica tem aproximadamente 5.000 metros de extensão (ida e volta), grau de dificuldade médio, com acesso às piscinas naturais do Arroio Pedregulho (banho permitido), ao mirante do cânion do Rio Iapó e à cachoeira Ponte de Pedra (banho proibido).

Parque Nacional dos Campos Gerais

Localizado na região oeste, abrangendo os municípios de Ponta Grossa, Castro e Carambeí, o Parque Nacional dos Campos Gerais, com 21.288 hectares, foi criado em março de 2006 com o objetivo de proteger nascentes, campos, remanescentes de araucárias e ainda barrar o avanço das áreas agricultáveis que crescem rapidamente.

A paisagem é caracterizada não só pela presença de araucárias, mas também por ter 30% de toda a sua área coberta por campos naturais, um ecossistema bastante ameaçado. Paisagem típica da associação entre a Floresta com Araucárias e os campos naturais, de grande beleza cênica, combina uma área expressiva da floresta com os últimos remanescentes de campos. Abriga sítios arqueológicos importantes e formações geológicas singulares. Guarda a memória do tropeirismo, período importante da história regional. Protege nascentes de rios importantes como o Tibagi e o Ribeira. Oferece a possibilidade de conexão com unidades de conservação já existentes na região, como o Parque Estadual de Vila Velha e a APA da Escarpa Devoniana. Esta UC não possui Plano de Manejo.

Quadro 15 - Caracterização do Parque Nacional dos Campos Gerais.

Município	Área (ha)		%	
	Do município	Da UC	Do município	Da UC
Ponta Grossa	206.755	13.058	6,32	60,04
Castro	253.150	6.826	2,70	31,39
Carambeí	64.968	1.865	2,87	8,57

Fonte: IAP, 2010.

Parque Estadual de Caxambu (Castro)

Localiza-se a 17 km do centro de Castro, no distrito de Morro Azul. Possui como bioma uma Floresta com Araucária e campos rupestres. Sua área é de 1.040,22 hectares. É uma Unidade de Proteção Integral administrada pelo IAP .

O Parque Estadual do Caxambú criado pelo Decreto Estadual n.º 6.531 de 1.979, apresenta como vegetação predominante a Floresta Ombrófila Mista e altitudes de 900 a 1.170 metros relevo basicamente plano, com leves ondulações.

Parque Estadual do Monge (Lapa)

Ainda que apresente áreas de mata alteradas e reflorestamentos, abrange uma região de campos limpos, os chamados Campos da Lapa, com capões associados a florestas de galeria profundamente antropizados. Entretanto, em sua criação também foram considerados os atrativos naturais da Gruta do Monge e da cachoeira da Pedra Partida. Recentemente a análise da água que brota da gruta do Monge foi analisada como adequada ao consumo, representando novamente um potencial atrativo a essa Unidade de Conservação administrado pelo IAP.

APA da Escarpa Devoniana

A APA da Escarpa Devoniana foi criada através do Decreto Estadual n.º 1.231, de 27 de março de 1992, com o objetivo de "assegurar a proteção do limite natural entre o Primeiro e o Segundo Planaltos Paranaenses, inclusive faixa de Campos Gerais, que se constituem em ecossistema peculiar que alterna capões da floresta de araucária, matas de galerias, campos naturais e afloramentos rochosos, além de locais de beleza cênica como os cânions e de vestígios arqueológicos, paleontológicos e pré-históricos. Os 392.363,38 hectares distribuídos em treze municípios, bem como a multiplicidade de situações ambientais, aliado ao pouco conhecimento da dinâmica ambiental no uso da terra, vem ocasionando processos de degradação, como a queima do campo, a implantação de pastagem artificial em substituição aos campos naturais, o reflorestamento com espécies exóticas, a agricultura inadequada, a exploração mineral, a especulação imobiliária e o turismo desordenado. O Quadro 16 apresenta as áreas municipais e bacias hidrográficas abrangidas pela APA da Escarpa Devoniana.

Quadro 16 - Áreas municipais e bacias hidrográficas inseridas na APA da Escarpa Devoniana

Município	Área Municipal Inclusa na APA (%)	Município	Área Municipal Inclusa na APA (%)
Balsa Nova	71,30	Lapa	11,23
Jaguariaíva	53,54	Campo Largo	10,42
Piraí do Sul	47,85	Porto Amazonas	9,76
Carambeí	36,89	Palmeira	7,36
Tibagi	27,93	Castro	3,19
Ponta Grossa	21,64	Arapoti	2,04
Sengés	21,22		

Fonte: IAP,2010.

Todos os 13 municípios da APA da Escarpa Devoniana integram o Projeto de Desenvolvimento Turístico Integrado denominado Rota dos Tropeiros, que se propõe a

transformar a região da Escarpa Devoniana em um imenso parque multitemático que terá como atrativos a exuberante natureza, as cidades históricas e os costumes das várias etnias que formam a região. O Roteiro faz referência a um dos mais importantes ciclos econômicos da vida brasileira, o Ciclo do Tropeirismo, que criou um imenso corredor cultural, influenciando nos usos, costumes e tradições da época, através da incorporação de influências oriundas do povo português, espanhol, de negros, do povo guarani, tupi, kaingang, araucanos, quíchuas, astecas e incas.

O Zoneamento Ecológico-Econômico- ZEE proposto para a APA da Escarpa Devoniana divide o território em 25 zonas classificadas de acordo com o "Roteiro Metodológico para a Gestão da Área de Proteção Ambiental" do Ibama (2000), a seguir especificadas.

- Zonas de Proteção Ambiental (total: três) – tem como função a preservação de espaços para proteger a biodiversidade, sistemas naturais ou patrimônio cultural existentes, embora possa admitir um nível de utilização em setores já alterados do território, com normas de controle bastante rigorosas.
- Zonas de Conservação Ambiental (total: 12) – nestas áreas admite-se a ocupação do território sob condições adequadas de manejo e de utilização sustentada dos recursos naturais. Nelas predominam recursos e fatores ambientais alterados pelo processo de uso e ocupação do solo. Apresentam níveis diferenciados de fragilidade, conservação e alteração. Devem, portanto, ser correlacionados com objetivos e necessidades específicas de conservação ambiental. As normas de uso e ocupação do solo devem estabelecer condições de manejo dos recursos e fatores ambientais para as atividades socioeconômicas. Devem também refletir medidas rigorosas de conservação aplicadas a peculiaridades ambientais frágeis ou de valor relevante, presentes na área.
- Zonas de Usos Especiais (total de oito) – são assim consideradas as unidades de conservação existentes na área: Parque Estadual do Guartelá, Parque Estadual de Vila Velha, RPPN Vale do Corisco, RPPN Fazenda Mocambo, RPPN Itaytyba, RPPN São Francisco de Assis, RPPN Fazenda Paiquerê e RPPN Tarumã. Como categorias mais restritivas de unidades de conservação, são regidas por normas próprias, apresentadas em seus respectivos planos de manejo.
- Zonas de Proteção Especial (total de três) – são áreas que correspondem a situações específicas que foram mapeadas como de grande fragilidade ambiental.

Outras Unidades de Conservação.

- Parque Estadual Córrego da Biquinha (Tibagi) Predomínio absoluto da floresta ombrófila mista e mata secundária (75%).
- Parque Estadual Floresta do Saltinho (Imbaú). A formação vegetal predominante é composta de capoeira remanescente da floresta com araucária.
- Parque Estadual do Cerrado (Jaguariaíva). Uma das poucas áreas de preservação da região formada predominantemente por formas savânicas que variam do campo limpo a campo sujo, passando pelo campo cerrado, cerrado sensu stricto até o cerradão.
- Parque Municipal de Palmeira (Palmeira). A área pertence ao bioma de floresta com araucária.
- Parque Municipal São Domingos (Tibagi). Domínio da floresta com Araucária.
- Parque Municipal Lago Azul (Jaguariaíva). Domínio da floresta estacional semidecidual.
- Parque Municipal Mata Boca da Ronda (Ponta Grossa). Localizado na área urbana do município, a cobertura vegetal caracteriza-se por uma associação secundária de Floresta Ombrófila Mista com capoeiras.
- Parque Municipal Margherita Masini (Ponta Grossa). Igualmente localizado na área urbana de Ponta Grossa e constituída pela associação secundária da floresta ombrófila mista com a introdução de espécies exóticas.

- Horto Florestal Geraldo Russi (Tibagi). A formação vegetal é constituída basicamente de vegetação natural composta de capoeira muito pobre e reflorestamento com *pinus elliotii* que substituem a floresta primitiva e floresta pluvial subtropical de araucária.

Análise do uso turístico do Patrimônio Cultural

O patrimônio cultural é a forma mais genuína de identificar um território por suas características naturais ou por suas manifestações materiais ou imateriais. Desta forma, constitui-se num importante elemento de caracterização de uma região ou de um grupo social e de diferentes formas revela-se, nessa diversidade, o elemento catalisador daquilo que se usa chamar identidade cultural.

Os elementos marcantes da geografia mostram-se por meio de paisagens próprias em que geologia, hidrografia, vegetação e fauna configuram de maneira ímpar o território estudado. Por outro lado os elementos construídos e artefatos (arquitetura, obras de arte, documentos etc.) e as manifestações populares (festas, feiras, danças, gastronomia etc.) são fruto da ação humana e nas suas características próprias são depositários da memória coletiva carregando, assim, uma grande carga afetiva.

Por essas razões, por concentrar de forma tão emblemática paisagens, arquitetura e manifestações populares, o patrimônio cultural constitui-se num dos elementos mais importantes e vigorosos para a atividade turística por concentrar elementos únicos com forte apelo ao turista.

A valorização do patrimônio cultural do Paraná deve se valer da sua importância para a definição de uma "identidade" paranaense, e procurar entender e agrupar os grandes conjuntos patrimoniais que se consolidaram no Estado ao longo do processo de ocupação, entendendo que há um conjunto de bens e saberes que se caracterizam como identitários de uma "cultura paranaense" formada também por grupos étnicos que colonizaram as áreas rurais, como os ucranianos, holandeses, italianos, japoneses, poloneses, alemães e russos, cujas colônias caracterizam-se como depositários de tradições e práticas que podem ser valorizadas em ações turísticas.

Os caminhos do patrimônio assentam-se sobre os caminhos da ocupação e colonização e vem desde o Paraná pré-cabralino. Esse entendimento é importante, pois considera o patrimônio do Paraná desde muito antes da colonização portuguesa e permite entendê-lo em toda a sua abrangência. Assim, a identificação desses grandes conjuntos patrimoniais, dá-se pelo conhecimento desses fluxos de ocupação.

Assim, para entender o Patrimônio Cultural do Paraná e valorizá-lo nas suas diferentes manifestações, há que se considerar.

- a) O patrimônio arqueológico encontrado: nos sambaquis do litoral, nas áreas de reduções jesuítas, ao sul do estado nas barrancas do rio Iguaçu, nas cavernas com inscrições rupestres no Norte Velho, e em uma infinidade de outros locais que são parte de um quadro importante na construção da genealogia do Estado.
- b) O patrimônio artístico e histórico, notadamente importante uma vez que nas áreas urbanas é onde se encontram de maneira mais intensa e relevante as manifestações culturais, fruto das relações dos grupos sociais, da sedimentação das tradições e da transmissão dos saberes. Estas manifestações são visíveis no traçado urbano, na arquitetura, nos monumentos, nos modos de vida expressos em tecnologias próprias, em formas particulares de estabelecer interação entre a paisagem e o território, entendido este como o espaço ocupado.
- c) Há ainda uma categoria de patrimônio, que permeia todas essas e que tem sido tratada como patrimônio imaterial ou intangível. Neste trabalho, procurar-se-á chamá-la de

patrimônio simbólico por se entender que esta denominação tem uma abrangência maior e procura justamente caracterizar as particularidades das relações dos grupos sociais entre si e com a paisagem, bem como privilegiar os saberes que se estabelecem no processo contínuo das relações sociais de mudança e de apropriação do território.

Não é possível a consideração de cada uma dessas manifestações do patrimônio sem perceber a imbricação que apresentam entre si e a importância de um tratamento integrado entre elas. Assim, a relação do Patrimônio com o Planejamento do território deve ser entendida como complementar.

O modo de ocupação rural do território paranaense determina certas tipologias arquitetônicas que muitas vezes são consideradas marcos referenciais, mas só subsistem porque são representativas de uma ação de ocupação com um modo de produção, vinculado a saberes transmitidos pela tradição e consolidados por estruturas que tem a função de valorizar e disseminar esse conhecimento.

São marcos de identificação que tem materialidade no espaço rural, urbano, na arquitetura, tanto quanto no modo de vida. No Paraná são os saberes trazidos pelos diferentes povos, que em momentos distintos ocuparam o território e se mesclaram com os saberes dos indígenas que aqui habitavam, deixando marcas muito além da toponímia dos rios e das cidades.

Não se percebe uma ação governamental que incorpore a prática da compreensão e da valorização do patrimônio, como elemento fundamental de caracterização das diferentes identidades e raízes que dão corpo e vida ao espaço ocupado, como um dos mais importantes elementos de alavancagem e sustentação da importante atividade econômica que é o turismo. O que se observa é a falta de uma linha condutora que consolide os bens patrimoniais como integrantes de um conjunto.

Com base nessas considerações e sobre a divisão político-administrativa dos municípios e regiões do Paraná, é possível caracterizar, não bens isoladamente, mas espaços de identificação patrimonial. Essa forma de abordar o Patrimônio requer estudo da questão e forma de intervenção integrados. Há evidentemente uma superposição de espaços patrimoniais, mas há uma preponderância de uma determinada marca de identificação de um sobre as demais, no espaço onde diferentes modos de ocupação se cruzam em períodos distintos.

Há também um conjunto de bens que isoladamente tem um valor que transcende o espaço patrimonial: esses bens, via de regra, são tombados e tem sua valorização e proteção garantidas por legislação específica.

Nesse quesito é importante frisar que o Paraná apresenta uma legislação consistente, a mais antiga do país na esfera local e foi pioneiro na construção de um arcabouço legal que garante a preservação do seu Patrimônio.

A Área Turística objeto deste estudo têm, como em todo o estado, um rico patrimônio natural e por estar entre as de ocupação mais antiga tem, ainda, a característica de abrigar um importante patrimônio construído e consolidado.

Configuração atual do patrimônio cultural no Paraná

Com a ocupação de todas as fronteiras, o Paraná apresenta hoje, do ponto de vista do seu patrimônio cultural, uma situação de consolidação dos marcos identitários ou das regiões de identidade existentes.

O Paraná conta hoje com uma estrutura formal de identificação, valorização, gerenciamento e fiscalização do seu Patrimônio Cultural, alicerçada em uma sólida legislação. No âmbito estadual a Lei nº 1.211, em vigor desde 1953, garante a proteção dos bens de interesse. Cabe à Coordenadoria do Patrimônio Cultural (CPC), vinculada à Secretaria de Estado da Cultura o cumprimento da lei bem como o estabelecimento das diretrizes para a valorização do Patrimônio Cultural do Estado e o assessoramento aos municípios no que diz respeito às questões pertinentes à área.

A estrutura de proteção e valorização do Patrimônio Cultural conta ainda, com o Conselho Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (Cepha), que tem função consultiva e deliberativa para aprovar os processos de tombamento que são encaminhados à Secretaria e instruídos pela CPC. O Cepha, cuja origem remonta a 1938, é composto por especialistas da área vinculados a Instituições e representantes da Sociedade Civil, nomeados pelo chefe do executivo pelo período de dois anos, podendo ser reconduzidos.

No âmbito federal, o 10.º Escritório Regional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) vinculado ao Ministério da Cultura, é o responsável pelas ações em todo o território estadual, promovendo tombamentos, e estabelecendo diretrizes para a atuação desse órgão no Estado, bem como a responsabilidade, estabelecida na legislação federal, pela proteção de todo o patrimônio arqueológico.

A atividade turística tem, como poucas, condições de criar mecanismos de valorização desse rico patrimônio por meio de políticas de incentivo ao uso e especialmente de atividades que deem condições de restaurar e manter as estruturas, muitas delas desgastadas e descaracterizadas pela ação do tempo e da atividade predatória.

O que se verifica é que cerca de 80% do patrimônio tombado no Estado localiza-se na região compreendida pela RMC no Primeiro Planalto, e a região do Tropeirismo localizada sobre parte do Segundo Planalto. A Região dos Campos Gerais tem hoje 28 bens tombados e a Região Rotas do Pinhão 79 bens tombados pelo Estado, entre áreas naturais, conjuntos urbanos, edifícios, monumentos, documentos e obras de arte dando conta assim, de valorizar a diversidade do seu patrimônio. No âmbito federal, o Paraná tem 15 bens tombados pelo Iphan, dos quais dez encontram-se nessa área¹². Alguns desses bens patrimoniados apresentam importantes graus de deterioração.

Alguns municípios da Área Turística possuem legislação urbana própria para proteção do patrimônio cultural e seu entorno, situação essa que tem sido estimulada para permitir que o controle esteja próximo do patrimônio, podendo desta forma o município exercer uma ação de proteção e valorização mais eficaz e duradoura. A possibilidade de identificar e valorizar localmente um conjunto de bens e associá-los ao panorama do Estado, possibilita o envolvimento da comunidade e permite torná-la partícipe do processo de construção de uma política estadual de proteção do patrimônio. Essa legislação nos municípios, embora existente, é ainda incipiente e deve ser estimulada, de modo a promover novas formas de

¹²Informações de acordo com o site da Coordenadoria do Patrimônio Cultural do Estado do Paraná e do IPHAN em maio de 2010.

uso de bens que se encontram muitas vezes subutilizados ou deteriorados, bem como proteger o entorno dos bens de interesse.

Há ainda outra instância, internacional, de valorização e proteção do Patrimônio, que é a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). No Brasil, existem 17 bens considerados Patrimônio Mundial sendo dois no Paraná: o Parque Nacional do Iguaçu, em Foz do Iguaçu, e a Reserva de Floresta Atlântica, considerada ainda Reserva da Biosfera. Há estudos para incluir o Complexo de Vila Velha como Patrimônio da Humanidade.

Esse conjunto de ações sobre o patrimônio, nas diferentes esferas – municipal, estadual, federal e mesmo internacional – e instâncias – legislativa, executiva e deliberativa, dá respaldo a uma ação efetiva que muitas vezes não pode ser concretizada pela carência de recursos, tanto financeiros como humanos. Embora essa carência seja uma tônica para toda a área cultural, no que diz respeito ao patrimônio, a falta de financiamento muitas vezes contribui e acelera a destruição de bens, cujo valor não se restringe à sua própria materialidade, mas que possuem a importante função de preservar a memória coletiva construída sobre a tradição e que, ao se perder, levam consigo traços de relações sociais e de trabalho impossíveis de serem refeitos, empobrecendo culturalmente toda a sociedade. Toma-se como exemplo o conjunto do patrimônio histórico dos centros da Lapa e de Castro, em que a rede aérea de energia e telefonia comprometem a paisagem urbana tombada, diminuindo o impacto visual desses importantes patrimônios históricos da Área Turística.

É nesse contexto que a atividade turística sustentável tem importante função de valorização do patrimônio cultural auxiliando na ampliação do interesse sobre a região e alicerçando novas formas de uso de bens, que se encontram muitas vezes subutilizados. As instituições de pesquisa e ensino em especial as Universidades, apresentam-se com grande potencialidade na valorização e preservação desse patrimônio, integrando-os nas suas linhas de pesquisa para a reprodução de referenciais de identidade, subsidiando de maneira científica o interesse turístico sobre esses bens.

A concentração dos bens na Região dos Campos Gerais dá-se, principalmente, nos municípios assentados sobre o eixo caracterizado como Caminho das Tropas. No século XVII, a Região do Ouro das Minas Gerais, demandava tropas de muare para o transporte da produção aos portos de exportação para a Metrópole. Esses animais, oriundos do Rio Grande do Sul, eram trazidos em longas viagens, durante as quais eram feitas paragens para descanso e alimentação do gado, chamadas as invernadas. Vindos do Rio Grande do Sul em direção à feira de Sorocaba em São Paulo, onde eram comercializados, esses animais adentravam o território paranaense em dois locais: o mais importante e com maior volume de tropas, vinha de Viamão e Vacaria e na sua passagem propiciou o surgimento dos municípios da Lapa, Ponta Grossa, Jaguariaíva, Castro, Sengés, dentre outros.

A Área Turística possui um conjunto bastante expressivo desse período e na área rural, ainda são encontradas sedes de fazenda que mostram uma implantação espacial e uma técnica construtiva de grande importância para a identificação deste momento e a construção de um marco patrimonial referencial do Paraná. Castro, por exemplo, tem um Centro Histórico de grande valor que atualmente passa por estudos para proceder ao seu tombamento. Na área rural, há um importante patrimônio das sedes de fazenda alguns dos quais tombados. São relevantes nesse caso tanto as manifestações materiais (arquitetura, urbanismo, monumentos, etc.) como as imateriais, especialmente festas e gastronomia. Vale ressaltar que neste caso específico o Município da Lapa assenta-se sobre esse eixo e é um importante local de concentração dos referenciais dos tropeiros, embora esteja politicamente, no território da RMC. Além disso, a Lapa foi palco da resistência das tropas governamentais na Revolução Federalista e deste modo tem importância histórica nacional. Assim, a preservação do seu centro histórico assegurada pelo tombamento dá condições de garantir não apenas a preservação do patrimônio urbano e arquitetônico, por si só de grande

valor, mas e principalmente, da memória histórica desses acontecimentos. No Paraná, é na cidade da Lapa que se encontra ainda preservada a tradição da congada, dança de origem africana em homenagem ao Rei Congo e que tem diferentes manifestações pelo Brasil.

No município de Rio Negro, encontra-se o artesanato em palha de milho, que teve origem no trabalho do artesão alemão Meinrad Horn, que produziu um dos maiores presépios em palha de milho do mundo, a Cidade de Belém, com 1.700 personagens, ocupando uma área de 50 m². Também produziu passagens da vida de Cristo, trabalho em palha composto de 40 espaços, aos quais chamou Oratórios, compreendendo 800 personagens. Atualmente essas duas obras se encontram em exposição permanente no Seminário Seráfico São Luis de Tolosa, no município de Rio Negro.

Na Rotas do Pinhão destaca-se a capital, Curitiba, com uma alta concentração de bens de interesse patrimonial.

Quadro 17 - Patrimônio Cultural existente nos municípios da Área Turística

Município	Patrimônio imaterial	Patrimônio artístico	Patrimônio arqueológico	Patrimônio histórico	Uso turístico
Almirante Tamandaré	-	-	-	x	-
Arapoti	x	-	-	x	-
Araucária	x	x	-	x	x
Balsa Nova	x	-	x	x	x
Campina Grande do Sul	x	-	-	x	-
Campo Largo	x	x	x	x	x
Campo Magro	x	x	-	-	-
Carambeí	x	x	-	x	x
Castro	x	x	-	x	x
Cerro Azul	x	x	-	x	x
Colombo	x	-	-	x	x
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	x	-	x	x
Lapa	x	x	x	x	x
Palmeira	x	x	-	x	x
Pinhais	-	x	-	x	x
Piraí do Sul	x	-	x	x	x
Piraquara	x	-	-	x	x
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	-	x	x	x	x
Rio Negro	x	x	-	x	x
São José dos Pinhais	x	x	-	x	x
Sengés	-	-	-	x	-
Telêmaco Borba	-	x	-	x	x
Tibagi	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente

- não identificado.

Ressalta-se que o patrimônio natural está presente em grande parte dos municípios, que será considerado na dimensão referente aos aspectos ambientais da Área Turística.

Hierarquização dos atrativos da Área Turística

Para delimitar a potencialidade e a atratividade da Área Turística, fez-se o levantamento de todos os atrativos turísticos a partir dos inventários turísticos fornecidos pelos municípios e outras fontes de informações, tais como os levantamentos da SETU, catálogos de turismo, sites, etc., além da visita *in loco* para se determinar quais atrativos (ou recursos) poderiam

ser considerados para a avaliação da atratividade. Foram levantados mais de 400 atrativos turísticos, considerando a seguinte classificação.

- Natural.
- Cultural.
- Acontecimentos programados.
- Realizações técnicas e científicas.
- Atividades econômicas.
- Equipamento turístico.

A partir desse levantamento, adotou-se o método sugerido pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (Cicatur)¹³ para avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos, considerando para isso os seguintes elementos.

- Potencial de atratividade.
- Grau de uso atual.
- Representatividade.
- Apoio local e comunitário.
- Estado de conservação da paisagem circundante.
- Infraestrutura.
- Acesso.

A metodologia é aplicada por meio de uma avaliação de 0 a 3 pontos para cada um dos elementos, sendo que o Potencial de Atratividade e a Representatividade possuem peso 2 e os demais elementos possuem peso 1. O resultado da hierarquização dos atrativos é igual a somatória de todos os elementos.

Quando o atrativo recebeu valor igual a zero no potencial de atratividade, foi retirado do quadro por não contar, neste estágio, com condições de hierarquização mínima para receber investimentos do PRODETUR.

Os atrativos privados, por não estarem enquadrados no escopo do PRODETUR, não foram considerados para a pontuação, embora componham a oferta turística local ou regional, sendo, portanto, enquadrados no conjunto de atrativos de um local e não de forma isolada.

A partir dos valores obtidos, foi aplicada a metodologia adotada pela SETU, que divide os atrativos em três categoria que são: promoção, qualificação e desenvolvimento. Para identificar estas categorias, foram utilizadas três cores, de acordo com a pontuação obtida pelo atrativo, apresentada no Quadro 18.

Quadro 18 – Análise e Hierarquização dos Atrativos Turísticos dos Municípios da Área Turística continua

Município	Atrativos	Categoria	Hierarquização							Total
			a	b	c	d	e	f	g	
Almirante Tamandaré	Circuito da Natureza	E	1	2	1	2	1	2	2	13
	Parque Ambiental Aníbal Khury	C	1	1	1	1	2	3	2	13
	Parque Ambiental Jardim Mônica	C	1	1	1	1	1	1	2	10
Arapoti	Casa da Cultura – Estação Ferroviária	C	1	1	1	2	2	2	3	14
	Moinho Holandês	C	1	1	1	2	2	2	3	14
	Cooperativa Agropecuária Arapoti – Capal	E	1	1	1	2	2	2	3	14
	Reserva Ecológica Poty	N	1	1	1	1	2	2	2	12

¹³ Fonte: SETU. Orientação para Gestão Municipal do Turismo Guia Prático para Dirigentes Públicos Municipais de Turismo. Curitiba Dezembro/2008 (Documento Preliminar). A metodologia é uma adaptação da utilizada pela Organização Mundial do Turismo – OMT e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística – CICATUR para hierarquização de atrativos turísticos.

continua

Araucária	Festa do Pêssego	A	2	2	2	2	2	1	3	18
	Caminhos de Guajuvira	E	2	2	2	2	2	2	2	18
	FESTCAR – Festival da Canção de Araucária	A	2	2	1	1	2	2	2	15
	Pontes Metálicas	C	1	0	2	1	2	1	3	13
	Parque da Cachoeira	C	1	1	1	2	1	2	2	12
Balsa Nova	Distrito de São Luiz do Purunã	E	2	2	2	2	2	2	3	19
	Parque Manancial	N	1	2	1	1	2	2	2	13
	Recanto dos Papagaios	N	1	1	1	1	2	1	2	11
	Cachoeira do Escorregão	N	1	1	1	1	2	2	1	11
	Cachoeira do Alemão	N	1	1	1	1	2	2	1	11
	Capela Nossa Senhora Conceição do Tamanduá	C	1	1	1	1	1	1	2	10
	Morro do Cristo	C	1	1	1	1	1	0	2	9
Campina Grande do Sul	Parque Estadual do Pico do Paraná	N	3	2	3	2	1	0	1	18
	KakiFest	A	1	2	1	2	1	2	2	13
	AEIT do Marumbi/ APA da Serra do Mar	N	2	1	2	2	1	0	0	12
Campo Largo	Feira da Louça	A	3	3	3	2	2	2	2	23
	Parque Histórico do Mate	C	2	1	2	3	2	2	2	18
	Rota da Louça	E	2	2	2	2	2	2	2	18
	Parque Ecológico Ouro Fino (Fontes hidrominerais)	N	2	2	1	1	2	2	2	15
	Roteiro de Turismo Rural nas Colônias Polonesas	E	2	1	1	1	2	1	2	13
	Rio Açungui	N	1	1	1	1	2	2	2	12
Campo Magro	Cachoeiras Gêmeas	N	2	1	2	2	2	1	2	16
	Circuito Verde que te Quero Verde	E	2	1	1	2	1	1	2	13
	Morro da Palha	N	2	1	1	2	1	1	2	13
	Trilha do ouro	C	2	1	1	1	2	1	2	13
	Museu do Lixo que não é Lixo	R	1	0	1	2	2	2	2	12
	Cascata do Macaco	N	1	1	1	1	1	1	1	9
	Cascata da Professorinha	N	1	1	1	1	1	1	1	9
	Cascata Olho D'água	N	1	1	1	1	1	1	1	9
	Cachoeira do Patek 1	N	1	1	1	1	1	1	1	9
	Cavernas dos Laras	N	2	0	2	1	0	0	0	9
Cachoeira do Patek 2	N	1	0	1	1	1	1	1	8	
Carambeí	Parque Histórico de Carambeí	C	3	3	3	2	2	2	2	23
	Casa da Memória	C	1	1	1	2	2	2	3	14
	Cooperativa Batavo	E	1	2	1	1	2	3	2	14
	Avenida dos Pioneiros	C	1	1	1	2	2	2	3	14
	Expocarambeí	A	1	2	1	2	2	2	2	14
	Represa dos Alagados	N	2	1	1	2	2	1	1	13
Castro	Colônia e Cooperativa Castrolanda	E	3	2	3	3	3	3	3	26
	Parque Estadual de Caxambu	N	3	2	3	2	2	2	2	22
	Museu do Tropeiro	C	2	2	2	2	1	1	3	17
	Casa do Imigrante (Colônia Castrolanda)	C	1	1	2	3	2	2	2	16
	Fazenda Capão Alto	C	2	1	2	2	2	1	2	16
	Casa da Cultura Emília Erichsen	C	1	1	2	3	2	2	2	16
	Parque Lacustre	N	2	1	1	3	1	2	2	15
	Rio Iapó/ Ponte	C	1	1	2	2	2	1	2	14
	Casa da Praça	C	1	1	1	3	2	2	2	14
	Casa do Colono (Colônia Terra Nova)	C	1	1	2	2	2	1	2	14
	Caverna Olhos d'Água	N	2	1	1	1	2	1	1	12
	Casa da Sinhara	C	1	1	1	2	2	1	2	12
	Morro do Cristo	C	1	1	1	2	1	2	2	12
Cerro Azul	Rio Ribeira	N	2	1	2	1	2	1	2	15
	Casa da Cultura de Cerro Azul	C	1	1	1	2	2	2	3	14
	Festa da Laranja/ Exponkan	A	1	2	1	2	1	2	2	13
	Centro histórico	C	1	1	1	2	2	1	3	13
	Palacete Basseti - artesanato	E	1	1	1	1	1	1	3	11
Colombo	Circuito Italiano de Turismo Rural	E	3	2	2	1	1	1	2	17
	Parque Municipal Gruta de Bacaetava	N	2	2	2	2	1	2	17	
	Festa da Uva e do Vinho	A	2	3	1	2	2	1	2	16
	Casa da Cultura	C	1	1	2	1	1	2	2	13
	Festa de Nossa Senhora do Caravagio	A	2	1	1	1	2	1	2	13
	Rodeio Crioulo interestadual da Cidade de Colombo	A	2	1	1	2	1	1	2	13
	Parque Municipal da Uva	R	1	1	1	1	2	2	2	12

continua

Município	Atrativos	Categoria	Hierarquização							Total
			a	b	c	d	e	f	g	
Curitiba	Festival de Curitiba	A	3	3	3	2	2	2	3	26
	Largo da Ordem/ Setor Histórico	C	3	3	3	3	2	2	3	25
	Linha Turismo	Eq	3	3	2	2	3	3	3	24
	Ópera de Arame/ Pedreira Paulo Leminski	C	3	2	3	3	2	2	3	24
	Santa Felicidade (turismo gastronômico)	E	2	3	3	3	3	2	3	24
	Jardim Botânico	R	3	3	2	3	3	2	3	24
	Universidade Livre do Meio Ambiente - UNILIVRE	R	2	2	3	3	3	3	3	24
	Museu Oscar Niemeyer	C	3	2	3	3	2	2	3	24
	Teatro Guaíra	C	3	3	2	3	2	2	3	23
	Bosque do Papa	C	2	2	3	3	2	2	3	22
	Parque Tanguá	N	2	2	2	3	2	2	3	20
	Feira do Largo da Ordem	C	3	3	2	2	2	1	2	20
	Universidade Federal do Paraná	C	2	2	2	3	1	2	3	19
	Torre Panorâmica das Mercês	C	2	2	2	2	2	2	3	19
	Bosque do Alemão	N	2	2	1	3	2	2	3	18
	Mesquita Iman Ali	C	1	1	2	3	2	2	3	17
	Catedral Basílica Menor	C	2	1	1	3	2	2	3	17
	Santuário de Schoenstatt	C	1	1	2	3	2	2	3	17
	Parque Barigui	N	1	2	1	3	2	2	3	16
	Parque Regional do Iguazu - Zoológico	R	2	1	1	2	1	2	3	15
Mercado Municipal	E	1	2	1	1	2	2	2	13	
Jaguariaíva	Museu Histórico Municipal Conde Francisco Matarazzo	C	2	2	1	2	2	2	3	17
	Parque Linear do Rio Capivari	N	1	2	1	1	3	1	3	14
	Parque Estadual do Vale do Codó	N	2	1	1	1	3	1	1	13
	Parque Estadual do Cerrado	N	2	1	1	1	3	1	1	13
	Parque Municipal do Lago Azul	N	2	1	1	1	2	1	1	12
	Escarpa Devoniana (Santa do Paredão)	N	1	1	1	2	2	1	2	12
Lapa	Centro Histórico	C	3	2	3	2	2	1	2	21
	Parque Estadual do Monge	N	2	2	3	3	2	2	2	21
	Pantheon dos Heróis	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Theatro São João	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Casa Vermelha/ Museu do Tropeiro	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Casa da Câmara e Cadeia - Museu das Armas	C	1	2	2	3	1	2	2	16
	Casa Lacerda	C	1	2	2	3	1	2	2	16
Palmeira	Colônia Witmarsum	E	1	2	2	2	1	1	2	14
	Museu Histórico de Witmarsum	C	1	2	2	3	1	1	1	14
	Colônia Santa Bárbara	C	1	2	2	3	1	1	1	14
	Estrias Glacias de Witmarsum	N	1	2	2	2	1	1	1	13
	Espaço Cultural Sítio Minguinho	C	1	2	1	3	1	1	2	13
	Museu Histórico e Geográfico de Palmeira	C	1	2	1	2	1	1	2	12
Pinhais	Autódromo	Eq	3	3	2	2	1	3	1	20
	Parque Newton Freire Maia	C	1	1	0	2	3	2	3	13
	Roteiro Estrada Ecológica	E	2	1	1	1	1	0	1	10
	Centro Cultural Wanda dos Santos Mallmann	R	1	0	0	1	2	2	3	10
	Moinho Rio Negro	C	1	0	0	1	1	2	3	9
	Barragem do Irai	R	1	0	0	1	1	2	2	8
	Artesanato - União das Mulheres de Pinhais	E	1	0	0	2	0	0	3	7
Piraí do Sul	Santuário de Nossa Senhora das Brotas	C	3	2	3	1	1	1	2	19
	Monumento ao Tropeiro	C	2	2	2	2	1	1	2	16
Piraquara	Pico do Marumbi	N	2	2	1	2	3	2	2	17
	Colônia Santa Maria do Novo Tirol	E	2	2	1	2	2	2	2	16
	Festa do Carneiro no Rolete	A	2	1	1	3	2	2	2	16
	Centro de Educação Ambiental Mananciais da Serra	C	1	1	1	3	2	3	2	15
	Centro Histórico	C	1	1	1	3	2	2	2	14
	Morro do Canal	N	1	1	1	2	3	2	2	14
Ponta Grossa	Caminho Trentino	E	1	1	1	1	2	2	1	11
	Parque Estadual de Vila Velha	N	3	2	3	3	3	3	3	26
	MunchenFest	A	2	3	3	2	1	2	3	21
	Buraco do Padre	N	2	2	3	2	2	2	2	20
	Mosteiro da Ressurreição	C	1	2	2	3	2	3	2	18
	EFAPI - Exposição e Feira Agropecuária, Comercial e Industrial	A	2	2	2	2	1	2	2	17
	Complexo Ferroviário - Estação Saudade	R	1	2	1	3	1	3	3	16
	Cânion do Rio São Jorge	N	2	1	2	1	3	2	1	16
	Museu Campos Gerais	C	1	2	1	2	1	3	3	15
	Museu Época	C	1	2	1	2	1	3	3	15

conclusão

Município	Atrativos	Categoria	Hierarquização							Total
			a	b	c	d	e	f	g	
Quatro Barras	Estrada da Graciosa	N	3	2	3	2	1	3	3	23
	Morro do Anhangava	N	3	2	3	2	2	1	2	21
	Parque Estadual do Pico do Marumbi	N	3	2	3	2	2	0	2	20
	Caminho do Itupava	N	3	2	3	2	2	0	2	20
Rio Negro	Parque Ecoturístico Municipal S.Luiz de Tolosa	N	2	1	3	3	2	1	2	19
	Fórum de Justiça / Coral Natalino	C	2	1	1	1	2	1	2	13
	Museu Bucovino	C	2	1	1	1	2	1	2	13
	Menor Cemitério do Mundo	C	2	1	1	1	2	1	2	13
	Festa Tropeira	A	1	1	1	2	2	1	2	12
	BucovinaFest	A	1	1	1	2	2	1	2	12
	Festa do Frango	A	1	1	1	2	2	1	2	12
	Festa da Colonização	A	1	1	1	2	2	1	2	12
São José dos Pinhais	Caminho do Vinho	E	3	2	2	2	2	3	2	21
	Colônia Mergulhão	E	2	1	2	2	2	3	2	18
	Colônia Muricy	E	2	1	2	2	2	3	2	18
	Museu dos bonecos	C	2	1	3	3	3	2	2	16
	Festa do Vinho	A	1	1	1	3	2	2	2	14
	Casa do Papai Noel	C	1	1	1	3	2	2	2	14
Sengés	Cânion do Jaguaricatu	N	2	1	1	0	2	0	0	9
	Cachoeira do Corisco	N	1	1	1	0	2	0	1	8
Telêmaco Borba	Parque do Rio Tibagi	N	2	2	2	2	3	2	3	20
	Casa do Artesão	C	1	3	1	3	1	2	3	16
	Bonde Aéreo	R	2	2	2	2	1	1	2	16
Tibagi	Parque Estadual do Guartelá	N	3	2	3	2	2	2	2	22
	Rio Tibagi	N	2	2	3	2	2	1	3	20
	Museu Histórico Des. Edmundo Mercer Jr.	C	2	1	2	2	1	2	2	16
	Centro Histórico	C	2	1	2	1	1	1	2	14
	Parque de Aventura São Damásio	N	2	1	1	1	2	2	1	13
	Casa da Memória - Nhá Tota	C	1	2	1	1	1	2	2	12
	Casa de Artesanato Atiart	C	1	2	1	1	1	2	2	12
	Morro do Jacaré	N	1	1	1	1	3	0	1	10
	Salto Santa Rosa	N	1	1	1	1	2	0	1	9
	Salto Puxa Nervos	N	1	1	1	1	2	0	1	9

Fonte: FAUEPG, 2010.

Legenda das Categorias.

(N) Natural.

(C) Cultural .

(A) Acontecimentos programados .

(R) Realizações técnicas e científicas.

(E) Atividades econômicas.

(EQ) Equipamento turístico.

Legenda da Hierarquização.

(a) Potencial de atratividade .

(b) Grau de uso atual.

(c) Representatividade .

(d) Apoio local e comunitário.

(e) Estado de conservação da paisagem circundante .

(f) Infraestrutura.

(g) Acesso.

Legenda de Cores

	Grupo 1 - 16 a 27 pontos – promoção.
	Grupo 2 – 10 a 15 pontos- qualificação.
	Grupo 3 – inferior a 10 pontos – desenvolvimento.

Alguns equipamentos turísticos, como é o caso da Linha Turismo, em Curitiba, foram incluídos nas análises por suas características específicas e singulares, considerados atrativos pela sua relevância no conjunto de atrativos dos municípios analisados.

Por outro lado, alguns municípios apresentaram atrativos de menor pontuação, mas que se complementam, criando um conjunto singular que contextualiza um ciclo histórico ou um segmento de mercado turístico, o que também eleva a avaliação desses municípios, por proporcionar maior atratividade no conjunto da Área Turística.

A partir da avaliação realizada e considerando os objetivos do PRODETUR, foi elaborada uma linha de corte das pontuações obtidas, definindo-se um novo grupo de atrativos relevantes, conforme a metodologia a seguir:

- a) 22 a 27 - pontuação máxima do atrativo: apresenta condições e potencial de atratividade internacional.
- b) 16 a 21 - pontuação superior do atrativo: apresenta condições e potencial de atratividade nacional.
- c) 11 a 15 - pontuação regular do atrativo: apresenta condições e potencial de atratividade regional.
- d) 5 a 10 - pontuação mínima do atrativo: apresenta condições e potencial de atratividade local, podendo ser utilizado para complementar roteiros regionais de excursão.
- e) 0 a 4 - pontuação para recursos turísticos: não apresentam condições de atratividade.

O agrupamento e o mapeamento dos atrativos turísticos que apresentam maior potencial, ou seja, aqueles com pontuação superior a 16 pontos, são apresentados no Quadro 19.

Quadro 19 - Hierarquização dos Atrativos Turísticos dos Municípios da Área Turística

continua

Município	Atrativos	Categoria	Hierarquização							Total
			a	b	c	d	e	f	g	
Araucária	Festa do Pêssego	A	2	2	2	2	2	1	3	18
	Caminhos do Guajuvira	E	2	2	2	2	2	2	2	18
Balsa Nova	Distrito de São Luiz do Purunã	E	2	2	2	2	2	2	3	19
Campina Grande do Sul	Parque Estadual do Pico do Paraná	N	3	2	3	2	1	0	1	18
Campo Largo	Feira da Louça	A	3	3	3	2	2	2	2	23
	Parque Histórico do Mate	C	2	1	2	3	2	2	2	18
	Rota da Louça	E	2	2	2	2	2	2	2	18
Campo Magro	Cachoeiras Gêmeas	N	2	1	2	2	2	1	2	16
Carambeí	Parque Histórico de Carambeí	C	3	3	3	2	2	2	2	23
Castro	Colônia e Cooperativa Castrolanda	E	3	2	3	3	3	3	3	26
	Parque Estadual de Caxambu	N	3	2	3	2	2	2	2	22
	Museu do Tropeiro	C	2	2	2	2	1	1	3	17
	Casa da Cultura Emília Erichsen	C	1	1	2	3	2	2	2	16
	Casa do Imigrante (Colônia Castrolanda)	C	1	1	2	3	2	2	2	16
Fazenda Capão Alto	C	2	1	2	2	2	1	2	16	
Colombo	Circuito Italiano de Turismo Rural	E	3	2	2	1	1	1	2	17
	Parque Municipal Gruta de Bacaetava	N	2	2	2	2	2	1	2	17
	Festa da Uva e do Vinho	A	2	3	1	2	2	1	2	16
Curitiba	Festival de Curitiba	A	3	3	3	2	2	2	3	26
	Largo da Ordem/ Setor Histórico	C	3	3	3	3	2	2	3	25
	Linha Turismo	Eq	3	3	2	2	3	3	3	24
	Ópera de Arame/ Pedreira Paulo Leminski	C	3	2	3	3	2	2	3	24
	Santa Felicidade (turismo gastronômico)	E	2	3	3	3	3	2	3	24
	Jardim Botânico	R	3	3	2	3	3	2	3	24
	Universidade Livre do Meio Ambiente - UNILIVRE	R	2	2	3	3	3	3	3	24
	Museu Oscar Niemeyer	C	3	2	3	3	2	2	3	24
	Teatro Guaíra	C	3	3	2	3	2	2	3	23
	Bosque do Papa	C	2	2	3	3	2	2	3	22
	Parque Tanguá	N	2	2	2	3	2	2	3	20
	Feira do Largo da Ordem	C	3	3	2	2	2	1	2	20
	Universidade Federal do Paraná	C	2	2	2	3	1	2	3	19
	Torre Panorâmica das Mercês	C	2	2	2	2	2	2	3	19
	Bosque do Alemão	N	2	2	1	3	2	2	3	18
	Mesquita Iman Ali	C	1	1	2	3	2	2	3	17
	Catedral Basílica Menor	C	2	1	1	3	2	2	3	17
	Santuário de Schoenstatt	C	1	1	2	3	2	2	3	17
Parque Barigui	N	1	2	1	3	2	2	3	16	
Jaguariaíva	Museu Histórico Municipal Conde Francisco Matarazzo	C	2	2	1	2	2	2	3	17

conclusão

Município	Atrativos	Categoria	Hierarquização							Total
			a	b	c	d	e	f	g	
Lapa	Centro Histórico	C	3	2	3	2	2	1	2	21
	Parque Estadual do Monge	N	2	2	3	3	2	2	2	21
	Pantheon dos Heróis	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Theatro São João	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Casa Vermelha/ Museu do Tropeiro	C	1	2	2	3	2	2	2	17
	Casa da Câmara e Cadeia - Museu das Armas	C	1	2	2	3	1	2	2	16
	Casa Lacerda	C	1	2	2	3	1	2	2	16
Pinhais	Autódromo	Eq	3	3	2	2	1	3	1	20
Piraí do Sul	Santuário de Nossa Senhora das Brotas	C	3	2	3	1	1	1	2	19
	Monumento ao Tropeiro	C	2	2	2	2	1	1	2	16
Piraquara	Pico do Marumbi	N	2	2	1	2	3	2	2	17
	Colônia Santa Maria do Novo Tirol	E	2	2	1	2	2	2	2	16
	Festa do Carneiro no Rolete	A	2	1	1	3	2	2	2	16
Ponta Grossa	Parque Estadual de Vila Velha	N	3	2	3	3	3	3	3	26
	MunchenFest	A	2	3	3	2	1	2	3	21
	Buraco do Padre	N	2	2	3	2	2	2	2	20
	Mosteiro da Ressurreição	C	1	2	2	3	2	3	2	18
	EFAPI - Exposição e Feira Agropecuária, Comercial e Industrial	A	2	2	2	2	1	2	2	17
	Complexo Ferroviário - Estação Saudade	R	1	2	1	3	1	3	3	16
	Cânion do Rio São Jorge	N	2	1	2	1	3	2	1	16
Quatro Barras	Estrada da Graciosa	N	3	2	3	2	1	3	3	23
	Morro do Anhangava	N	3	2	3	2	2	1	2	21
	Caminho do Itupava	N	3	2	3	2	2	0	2	20
	Parque Estadual do Pico do Marumbi	N	3	2	3	2	2	0	2	20
Rio Negro	Parque Ecoturístico Municipal São Luiz de Tolosa	N	2	1	3	3	2	1	2	19
São José dos Pinhais	Caminho do Vinho	E	3	2	2	2	2	3	2	21
	Colônia Mergulhão	E	2	1	2	2	2	3	2	18
	Colônia Muricy	E	2	1	2	2	2	3	2	18
	Museu dos bonecos	C	2	1	3	3	3	2	2	16
Telêmaco Borba	Parque do Rio Tibagi	N	2	2	2	2	3	2	3	20
	do Artesão	C	1	3	1	3	1	2	3	16
	Bonde Aéreo	R	2	2	2	2	1	1	2	16
Tibagi	Parque Estadual do Guartelá	N	3	2	3	2	2	2	2	22
	Rio Tibagi	N	2	2	3	2	2	1	3	20
	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Jr.	C	2	1	2	2	1	2	2	16

Fonte: FAUEPG, 2010.

Legenda das Categorias.

(N) Natural.

(C) Cultural.

(A) Acontecimentos programados.

(R) Realizações técnicas e científicas.

(E) Atividades econômicas.

(EQ) Equipamento turístico.

Legenda da Hierarquização.

(a) Potencial de atratividade.

(b) Grau de uso atual.

(c) Representatividade.

(d) Apoio local e comunitário.

(e) Estado de conservação da paisagem circundante.

(f) Infraestrutura.

(g) Acesso.

A partir desta nova priorização dos atrativos, ressalta-se a importância de se definir estratégias específicas junto aos municípios para a melhoria do potencial de atratividade e a integração em roteiros turísticos e nas ações efetivas de comercialização.

Percebe-se que a avaliação final dos atrativos demonstra maior força competitiva para os segmentos mercadológicos ligados à natureza e cultura. Destaca-se um viés para o segmento de negócios e eventos na região de Curitiba e seu entorno direto, dado o polo industrial aí instalado, no entanto é justamente no aspecto industrial e empresarial que estão os atrativos propriamente ditos.

Percebe-se duas grandes temáticas da Área Turística, ou seja, o Turismo de Lazer baseado nos atrativos culturais dos núcleos urbanos e na exuberância dos atrativos ligados a natureza que além do lazer, oportunizam a prática de esportes de aventura e o ecoturismo. Verifica-se portanto, a necessidade de integração efetiva entre os municípios para valorização das peculiaridades locais. Deve-se integrar os atrativos analisados para se

evidenciar os segmentos que merecem investimentos do PRODETUR e que atendem aos objetivos do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, permitindo maior notoriedade da Área Turística no mercado nacional e internacional.

Na elaboração do Diagnóstico Estratégico, observou-se que a Área Turística destaca-se em dois segmentos turísticos: ecoturismo e turismo cultural, que apresentam potencial de desenvolvimento junto aos mercados emissores, dentro do perfil já apresentado da Área. Com o que foi observado na Área Turística, pressupõe-se a determinação de estratégias de consolidação do destino turístico com ênfase nos segmentos-meta, conforme entendido a seguir:

- a) **Ecoturismo:** segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambiental, através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações.
- b) **Turismo Cultural:** segmento da atividade turística que compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Certas características, segmentos complementares e até mesmo os entroncamentos rodoviários presentes na Área Turística auxiliam a criação de “corredores turísticos”, que podem ser percebidos pelo mercado, por meio da sinalização turística específica e com pontos de apoio aos visitantes, como postos de informações, mirantes e outros equipamentos e instalações, visando promover a estruturação turística da Área e o desenvolvimento de produtos integrados e competitivos.

O Quadro 20 mostra a visão estratégica formada a partir da confirmação dos segmentos-meta, motivações turísticas e a tipologia de turismo existente, que forma a demanda da Área Turística. Incluem-se neste quadro todas as tipologias de turismo existentes e observadas na Área Turística, com maior ou menor participação, dependendo dos atrativos turísticos de cada município e outras variáveis como sazonalidade, notoriedade, infraestrutura e acessibilidade de mercado.

Neste quadro, as duas primeiras colunas representam as características da Área Turística voltadas ao Turismo Cultural e a terceira coluna as características voltadas ao Ecoturismo.

Quadro 20 – Segmentos-meta quanto aos atrativos, motivações e tipologia turística da Área Turística

SEGMENTOS META DA ÁREA TURÍSTICA		
Turismo Cultural		Ecoturismo
ELEMENTOS TURÍSTICOS DA ÁREA TURÍSTICA		
Empreendimentos turísticos, cidades históricas, shoppings centers, equipamentos esportivos (autódromos, centros aquáticos, campos de futebol, ginásios esportivos).	Igrejas e santuários, festas folclóricas, centros de meditação e centros esotéricos, museus e centros históricos.	Unidades de conservação, recantos naturais, rios e acidentes geográficos relevantes (escarpa devoniana e cânions).
MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS		
Lazer ou Descanso	Religiosas e Culturais	Contato com a Natureza
TIPOS DE TURISMO		
Turismo Social Turismo Desportivo Turismo Sócio familiar Turismo da Melhor Idade Turismo de Megaeventos Turismo de Saúde Turismo de Recreação Segunda Residência	Turismo Cultural Turismo Religioso Turismo Étnico Turismo Urbano Turismo Esotérico Turismo Rural Agroturismo Turismo Gastronômico Turismo Cívico-Institucional	Ecoturismo Turismo de Aventura Turismo Ecológico Turismo de Observação de Flora e Fauna Turismo Alternativo

Fonte: FAUEPG, 2010; ZARDO, E. F. Apostila de Planejamento e Gestão do Turismo, Consultur Assessoria em Projetos Ltda. Curitiba: 2006.

Embora importante para a Área Turística, o Turismo de Negócios e Eventos, historicamente ligado à pujança econômica de um destino não foi considerado como segmento-meta por depender de uma outra estrutura de oferta, ligada aos polos industriais e aspectos econômicos das cidades e não necessariamente a estruturação de atrativos turísticos (naturais ou culturais). O Turismo de Negócios e Eventos merecerá esforços na melhoria do acesso aéreo e rodoviário, mas é pouco afetado pelos investimentos que poderão ser realizados nos atrativos turísticos.

A partir do levantamento dos atrativos realizados anteriormente e dos segmentos-meta identificados, foi elaborado um quadro complementar com os atrativos destacados que foram elencados em função de sua maior estrutura turística ou maior atratividade, compondo um rol de elementos prioritários para eventuais investimentos (Quadro 21). Cabe ressaltar que tais atrativos recebem atualmente a maior parte do fluxo turístico e são os que mais contribuem para a atração de fluxos turísticos regionais, nacionais e internacionais, destacando-se ainda que, grande parte destes está inserida nas categorias Natural e Cultural. Tem-se como princípio que o investimento direcionado a esses atrativos tem maior possibilidade de fomentar o desenvolvimento da atividade na região e, portanto, foram denominados atrativos destacados.

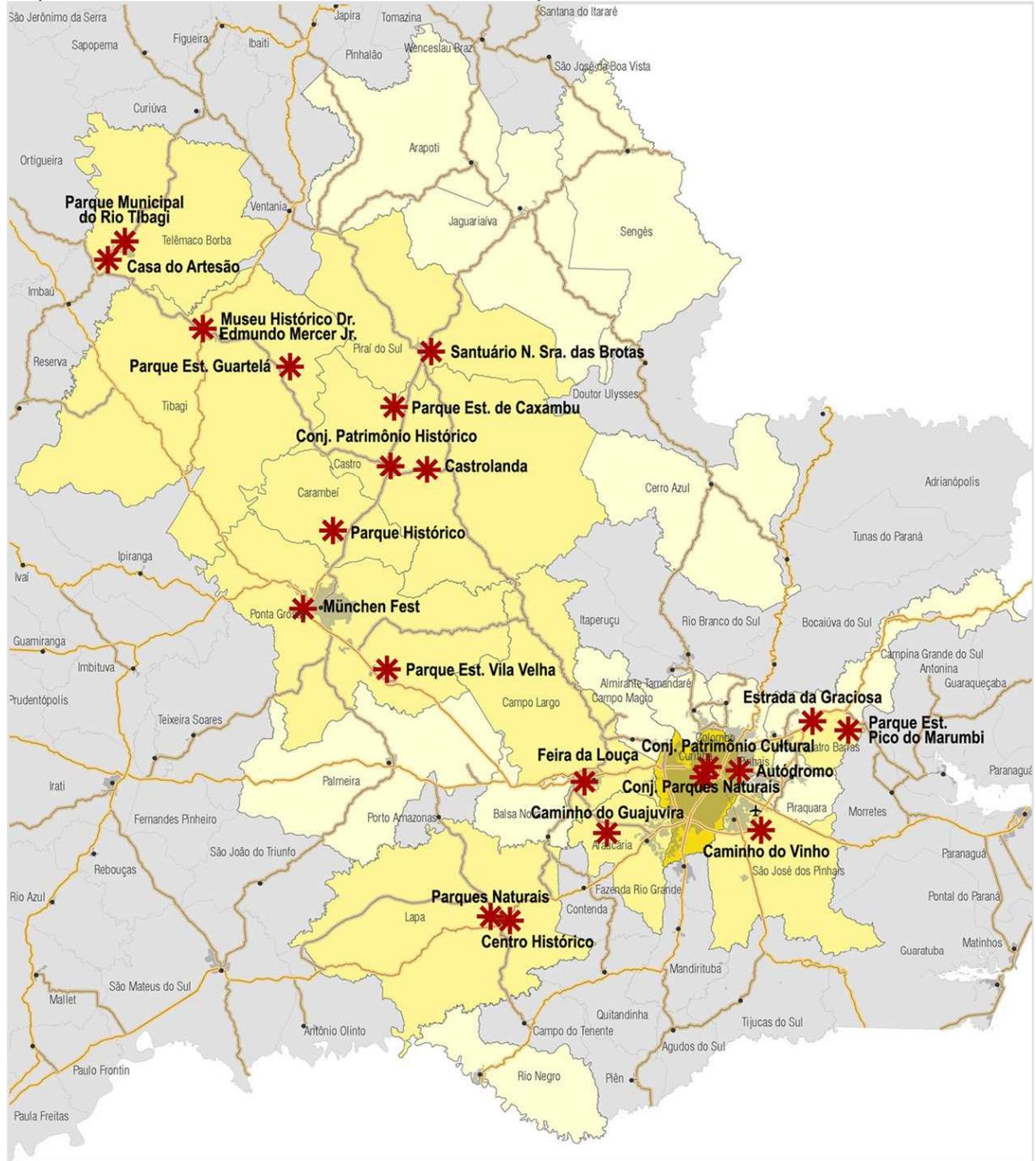
Quadro 21 – Atrativos Destacados da Área Turística

Município	Atrativos	
	Natural	Cultural
Araucária	-	Caminhos de Guajuvira
Campo Largo	-	Feira da Louça
Carambeí	-	Parque Histórico de Carambeí
Castro	Parque Estadual de Caxambu	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico e Castrolanda
Curitiba	Conjunto dos Parques Naturais	Conjunto do Patrimônio Cultural
Lapa	Parque Estadual do Monge	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico
Pinhais	-	Autódromo Internacional de Curitiba
Piraí do Sul	-	Santuário de Nossa Senhora das Brotas
Ponta Grossa	Parque Estadual de Vila Velha	Munchen Fest
Quatro Barras	Parque Estadual do Pico do Marumbi	Estrada da Graciosa
São José dos Pinhais	-	Caminho do Vinho
Telêmaco Borba	Parque Municipal do Rio Tibagi	Casa do Artesão
Tibagi	Parque Estadual do Guartelá	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior

Fonte: FAUEPG, 2011.

O Mapa 3 apresenta a espacialização dos atrativos destacados geograficamente distribuídos ao longo da Área Turística e, a seguir são apresentadas fotos de cada um dos atrativos.

Mapa 3 - Atrativos Turísticos Destacados nos municípios da Área Turística



PDITS - PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL
 CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS



LEGENDA

- Portões de entrada
- Municípios Priorizados
- Área turística
- Área urbana
- Outros Municípios PR
- Sede municipal
- Rodovia Federal
- Rodovia Estadual
- * Atrativos

ESCALA 1:1.500.000

ÁREA TURÍSTICA

FONTE: OS AUTORES, 2011.
 BASE CARTOGRÁFICA: PARANACIDADE, DER-PR 2008.

ATRATIVOS TURÍSTICOS DESTACADOS

03

Avaliação dos Atrativos Destacados

Município: Araucária

Atrativo destacado: Caminhos de Guajuvira

Descrição: É um roteiro turístico municipal que oferece ao turista a oportunidade de ter contato com a vida no campo e a diversidade cultural das famílias descendentes de imigrantes, principalmente poloneses. São 42 quilômetros de extensão e dez pontos para visitação. A paisagem é formada por aspectos de ruralidade, rios, horto florestal, chácara com produção de flores, artesanato rural e gastronomia, incluindo o tradicional café rural típico polonês, com broa caseira e cuque com farofa doce. O roteiro funciona todos os sábados, por meio de um ônibus que leva os visitantes a todos os pontos do Roteiro de Turismo Rural “Caminhos de Guajuvira”.

Figura 4 - Araucária - Caminhos de Guajuvira



Foto: Sebrae-PR, 2011.

- Condição de visita atual x potencial

As atuais condições de visitação ao roteiro são boas; mesmo nas estradas rurais a pavimentação em saibro permite o deslocamento regular dos visitantes. Em relação às condições potenciais, há de se levar em consideração a necessidade de implantação de infraestrutura para mitigar eventuais impactos ambientais, ampliar o controle e acesso dos visitantes e permitir o desenvolvimento do roteiro turístico.

- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos

O controle dos fluxos turísticos é realizado de forma empírica, mas ainda sem embasamento estatístico. Por se tratar de rodovia de grande tráfego de veículos (BR476 Curitiba – Lapa) em seu trecho asfaltado, torna-se importante implementar sistemas adequados de gestão de fluxos de visitantes por meio de tecnologia para controle de velocidade dos veículos no trecho asfaltado e postos de controle e de informação turística no decorrer do caminho.

- Sinalização informativa e interpretativa

A sinalização do roteiro turístico ainda carece de melhorias, sobretudo a sinalização de direção e informação, para facilitar o deslocamento dos visitantes nas vias de acesso. Por se tratar de um conjunto de empreendimentos de lazer e alimentação, não há necessidade de sinalização interpretativa na maioria dos atrativos do roteiro. Os edifícios públicos tais como a Igreja Senhor Bom Jesus, o Centrinho Histórico de Guajuvira, o Horto Florestal Municipal de Guajuvira e o Museu Tingüi-Cuera devem receber uma sinalização interpretativa exclusiva.

- Recursos humanos

Os recursos humanos para o atrativo estão baseados na iniciativa privada, uma vez que o roteiro é formado por estabelecimentos familiares, que prestam serviços relacionados ao turismo (alimentos, transporte, hospedagem). Por se tratar de estabelecimentos rurais, os recursos humanos disponíveis alternam entre a produção rural e o atendimento nos estabelecimentos, caracterizados pela administração familiar. Há de se verificar a necessidade futura de qualificação profissional nas áreas de boas práticas, atendimento ao turista, gestão empresarial, gestão socioambiental para ampliação do aproveitamento do potencial turístico.

- Nível de segurança

O nível de segurança para o roteiro turístico é satisfatório, não apresentando registros notáveis de incidentes na área de segurança envolvendo turistas. Por se tratar de um roteiro no espaço rural e considerando as distâncias entre os estabelecimentos e atrativos, devem ser implementadas ações de segurança que contemplem sinalização de trânsito, definição de limites de velocidade, áreas adequadas e protegidas para estacionamento e desembarque de passageiros.

- Tipo de gestão requerida

A gestão requerida para o atrativo é voltada aos aspectos de integração da iniciativa privada com as ações do governo municipal e vice-versa. Enquanto a prefeitura municipal realiza a gestão dos logradouros públicos, a iniciativa privada e as organizações sociais envolvidas cuidam da recepção e prestação dos serviços aos visitantes. Além disso, a gestão do roteiro deve promover ações de integração entre os demais roteiros turísticos municipais da Rotas do Pinhão.

Município: Campo Largo

Atrativo destacado: Feira da Louça

Descrição: Em cada edição realizada da Feira da Louça, o público participante é de aproximadamente 65.000 pessoas, formado por vendedores, lojistas, expositores e consumidores de todo o Brasil, principalmente do Paraná e Santa Catarina.

A mostra é uma organização do Sindilouça/PR e do Arranjo Produtivo Local (APL) da Louça, com o patrocínio da Prefeitura Municipal de Campo Largo, Federação das Indústrias do Paraná (Fiep), Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio) e Compagas. Recebe também o apoio da Incepa, Cocel, Sicoob, Cervejas Klein e Rádio 98,3 FM Onda Livre.

O município de Campo Largo tornou-se a Capital Nacional da Louça por sediar as maiores empresas de porcelana da América Latina. Líder de produção, seus produtos são exportados para a Europa, EUA, Austrália, entre outros países. Vale ressaltar que 90% da porcelana, 50% da cerâmica eletroeletrônica e 30% da cerâmica branca consumidas no território brasileiro são produzidos em Campo Largo.

O evento é realizado no Ginásio da Rondinha (Polentão) ao lado da Igreja São Sebastião, localizado no Km 20 da BR 277, sentido Ponta Grossa-Curitiba e conta com praça de alimentação durante a feira. O acesso por carro ou ônibus a partir de Curitiba é pelas Rodovias BR 376 e 277. A linha Curitiba-Campo Largo faz o percurso de cerca de 20km em aproximadamente 40 minutos.

Figura 5 - Campo Largo - Feira da Louça



Foto: Sebrae-PR, 2011

- **Condição de visita atual x potencial**
A atual condição de visitação pode ser considerada regular, uma vez que ainda é realizada em um ginásio de esportes. Considerando o crescimento da feira, torna-se importante sua realização em um espaço próprio para eventos, que também poderá comportar outros eventos ligados à cadeia produtiva da louça.
- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle do fluxo turístico é realizado tão somente pela bilheteria do ginásio, em termos quantitativos. Não é realizada pesquisa qualitativa junto aos visitantes para se dimensionar as demandas dos turistas e seu perfil, o que seria desejável para o planejamento e crescimento do evento.
- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização de acesso ao ginásio é regular, ampliada na época do evento. Existe uma forte promoção por meio de outdoors e placas no município, assim como na BR277 que dá acesso ao município, no Aeroporto Internacional Afonso Pena e em Curitiba, por representar um fluxo importante para o evento.
- **Recursos humanos**
Os recursos humanos para o evento são disponibilizados pelas próprias empresas produtoras do polo cerâmico, ou seja, técnicos, vendedores e recepcionistas que trabalham nos stands do evento, além de mão de obra auxiliar para os serviços específicos como segurança, montagem, limpeza. Os serviços de policiamento, informações turísticas e outras áreas ficam a cargo da Prefeitura Municipal e do Governo do Estado.
- **Nível de segurança**
O nível de segurança para o evento pode ser considerado satisfatório, uma vez que no período do evento existe o reforço do policiamento militar no entorno do ginásio, não sendo verificadas ocorrências significativas. No entanto, a segurança no trânsito deve ser melhorada, em razão da proximidade do local do evento com a BR277.
- **Tipo de gestão requerida**
A gestão requerida para o evento deve contemplar as potencialidades do evento enquanto produto turístico regional, e integrado a roteiros já existentes, produtos e serviços. O evento, deve também servir não apenas para divulgação e promoção do polo cerâmico mas igualmente para a Área Turística como um todo. Por isso torna-se importante uma maior interação entre o poder público municipal e estadual com o Ministério do Turismo e as empresas que compõem o polo.

Município: Carambeí

Atrativo destacado: Parque Histórico de Carambeí

Descrição: O Parque Histórico de Carambeí é um atrativo turístico que divulga a cultura e a história dos pioneiros holandeses. Instalado em um terreno de 100 mil metros quadrados através de parceria entre a Associação do Parque Histórico de Carambeí e a Cooperativa Agroindustrial Batavo, possui equipamentos culturais integrados, retratando temáticas ambientadas na cultura holandesa, no cooperativismo, na agroindústria, meio ambiente e turismo. É um memorial da presença holandesa nesta região, e também espaço de memória do desenvolvimento da agroindústria através do cooperativismo e do empreendedorismo dos pioneiros. Conta com milhares de itens utilizados pelos imigrantes, desde utensílios domésticos, equipamentos, fragmentos, representações imagéticas, livros, ferramentas, etc. Esse acervo guarda, ainda, artefatos da cultura indígena, tropeira e, especialmente dos colonizadores, permitindo ao visitante visão em perspectiva da história de perseverança e sucesso.

Figura 6: Carambeí- Parque Histórico de Carambeí



Fonte: PMC, 2009.

- Condição de visita atual x potencial

O empreendimento reúne boas condições de visitação. Apresenta condições de ampliar o número de visitantes sem, necessariamente, ampliar a sua atual estrutura.

- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos

O controle dos fluxos turísticos é realizado pela instituição responsável pela sua manutenção, A Associação do Parque Histórico de Carambeí e ainda não há um sistema de avaliação do perfil do público visitante, o que é desejável e necessário para seu efetivo planejamento.

- Sinalização informativa e interpretativa

A sinalização de direção para o atrativo ainda apresenta deficiências. Já em relação a placas promocionais, existem várias localizadas na Rodovia PR151 e na BR 376 que divulgam o atrativo de Carambeí. Internamente, por se tratar de instalações diversas e relativamente novas, possuem sinalização interpretativa adequada.

- Recursos humanos

Os recursos humanos para o atrativo são disponibilizados pela Associação do Parque Histórico de Carambeí, por meio de voluntários da comunidade para atendimento ao público. De maneira geral apresentam boa condição de capacitação.

- Nível de segurança

O nível de segurança para o atrativo é adequado e não são registrados incidentes no atrativo. No acesso, há problemas de segurança de trânsito verificados em períodos de grande fluxo para o parque, uma vez que a via de acesso é bastante longa e o tráfego se dá em mão dupla.

- Tipo de gestão requerida

A gestão do atrativo é realizada por uma instituição privada sem fins lucrativos, a Associação do Parque Histórico de Carambeí e está adequada ao propósito e necessidades do atrativo, pois se relaciona consideravelmente bem com a Prefeitura Municipal, mas não apresenta dependência em relação ao governo, buscando recursos nas empresas da região e via Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet). A gestão do atrativo deve promover ações de integração entre os demais roteiros turísticos municipais da Rota dos Tropeiros.

Município: Castro

Atrativo destacado: Parque Estadual de Caxambu

Descrição: O Parque Estadual do Caxambu foi criado pelo Decreto Estadual nº 6.531 de 1.979, com uma área total de 1.040,22 hectares; sua vegetação predominante é a Floresta Ombrófila Mista e situa-se na altitude de 900 a 1.170 metros, com relevo basicamente plano, e leves ondulações. Localiza-se a 17 km do centro da cidade de Castro, no distrito de Morro Azul. Apresenta em seu bioma uma floresta com araucária e campos rupestres, sendo uma Unidade de Proteção Integral. O acesso principal a Castro se dá pela BR 277 (pedagiada e duplicada) entre Curitiba e Ponta Grossa e depois, pela 376 (pedagiada e duplicada) e PR 151 (pedagiada e duplicada). Há ônibus partindo de Curitiba para Ponta Grossa e de lá a Castro, em intervalos de uma hora.

Figura 7 – Castro - Parque Estadual de Caxambu



Fonte: SMMA Castro, 2011.

- Condição de visita atual x potencial

Atualmente não há visitação aberta ao público neste atrativo por não apresentar condições adequadas para esta atividade e tampouco estrutura de visitação. Com a implantação de infraestrutura, estima-se que haverá uma grande demanda para o atrativo, uma vez que ele

se localiza próximo da rota entre o Parque Estadual de Vila Velha e o Parque Estadual do Guartelá, dois importantes atrativos da Área Turística.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

Atualmente o parque recebe visitas técnicas previamente agendadas de pesquisadores e estudantes. A gestão ambiental é realizada pelo Instituto Ambiental do Paraná (IAP) em parceria com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Castro. Deverá ser implantado um sistema de avaliação do perfil do público visitante para o efetivo planejamento do atrativo. O Parque possui um Plano de Manejo que deve ser revisado dada a sua abertura para visitação.

- **Sinalização informativa e interpretativa**

Não há sinalização para o atrativo. Existe placa indicando a entrada e a lei de criação do parque. Há de se prever a adequação de sinalização informativa, de direção e interpretativa quando de sua abertura ao público.

- **Recursos humanos**

Os recursos humanos para o atrativo restringem-se a manutenção e segurança de sua área a cargo do IAP. Há de se prever a adequação dos recursos humanos quando de sua abertura ao público e da estruturação da Unidade.

- **Nível de segurança**

O nível de segurança para o atrativo é adequado uma vez que não existe visitação, sendo realizada pela Polícia Militar Ambiental do governo do estado e pelos funcionários do IAP.

- **Tipo de gestão requerida**

Por se tratar de uma Unidade de Conservação, a gestão requerida para o atrativo obedece a legislação ambiental brasileira e do estado e também do Plano de Manejo do parque.

Município: Castro

Atrativo destacado: Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico e Castrolanda

Descrição: O centro histórico possui inúmeros edifícios históricos, entre os quais se destacam as igrejas e o primeiro Museu do Tropeiro do Brasil. Outra edificação histórica importante é a fazenda Capão Alto, localizada no distrito de Castrolanda. Por ser a terceira cidade mais antiga do estado, sua fundação ocorreu em 1778, Castro possui muitos casarios e ruas antigas e históricas, caminho obrigatório para os tropeiros que iam de Viamão até Sorocaba. Castro é conhecida também, como "Cidade Mãe", porque foi a primeira cidade fundada no estado do Paraná, quando da emancipação de São Paulo. Também no distrito de Castrolanda está o Moinho e Memorial da Imigração Holandesa, popularmente chamado de "O Moinho", inaugurado no dia 30 de novembro de 2001, na ocasião do cinquentenário da criação da Colônia Castrolanda. A visitação pode ser realizada de sexta a domingo e feriados, das 14h às 18h. É chamado oficialmente de "De Immigrant" (O Imigrante), contém uma biblioteca comunitária, a loja Artelanda, uma réplica de um "Kroeg", bar típico holandês e um salão de festas. O acesso principal a Castro se dá pela BR 277 (pedagiada e duplicada) entre Curitiba e Ponta Grossa e depois, pela 376 (pedagiada e duplicada) e PR 151 (pedagiada e duplicada). Há ônibus partindo de Curitiba para Ponta Grossa e de lá a Castro, em intervalos de uma hora.

Figura 8 - Castro - Museu do Tropeiro



Fonte: PMC, 2010.

- **Condição de visita atual x potencial**

As atuais condições de visitação ao centro histórico de Castro são parcialmente adequadas. Com o crescimento da visitação há de se pensar em alternativas para o fluxo de visitantes. Pode-se ter um melhor aproveitamento do cenário do centro histórico por meio de iluminação cênica e sistema de audioguia. As visitas à Fazenda Capão Alto devem ser agendadas com o proprietário.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos ao centro histórico é realizado pela Prefeitura Municipal apenas em dias de eventos, quando é necessário o controle do acesso de veículos ao centro histórico. Não há espaços suficientes para estacionamentos de veículos, o que deve ser implementado. Alguns atrativos do centro histórico realizam controles quantitativos, como o Museu do Tropeiro.

- **Sinalização informativa e interpretativa**

A sinalização do centro histórico é reduzida e apresenta necessidade de implementação, sobretudo a sinalização interpretativa. É recomendável a implementação de sinalização que permita a circulação de pedestres por um roteiro urbano histórico dos atrativos que compõem o conjunto.

- **Recursos humanos**

Não existem guias de turismo no centro histórico, mas existe a indicação destes profissionais no Centro de Informações Turísticas na entrada da cidade. O atendimento aos visitantes nos atrativos do centro histórico e em Castrolanda é responsabilidade dos próprios empreendimentos e estão mais direcionados à recepção dos visitantes e à prestação de serviços. Há necessidade de qualificação profissional em turismo, como técnicas de atendimento ao turista.

- **Nível de segurança**

O nível de segurança para o atrativo é considerado adequado. Por se tratar de um roteiro urbano com potencial para circulação de pedestres, devem ser implementadas ações de segurança que contemplem sinalização de trânsito (faixa de pedestres, semáforo para pedestres), acessibilidade (guias rebaixadas, sinalização sonora), definição de limites de velocidade, áreas adequadas e protegidas para estacionamento.

- **Tipo de gestão requerida**

A gestão requerida para o conjunto de atrativos do centro histórico de Castro deve ser integrada uma vez que tanto o poder público, que é responsável pela manutenção dos acessos e de alguns edifícios históricos, quanto a iniciativa privada, que é responsável por

alguns atrativos turísticos e estabelecimentos comerciais podem, em conjunto, determinar normas, ações e a operacionalização do sistema de visitação ao local.

Município: Curitiba

Atrativo destacado: Conjunto dos Parques Naturais

Descrição: Curitiba possui 26 parques e cerca de 81 milhões de m² de área verde preservada. São 55m² de área verde por habitante, três vezes superior ao índice recomendado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) que é de 16m². No Brasil, Curitiba é a cidade onde a Mata Atlântica é melhor preservada. A qualidade dos parques municipais, junto com os programas de educação ambiental e de reciclagem conferiram a Curitiba o título de Capital Ecológica do Brasil. O mais antigo dos parques naturais de Curitiba é o Passeio Público, que faz limite com a região do centro histórico. Atrativo histórico, o Passeio Público precisa ser adequado às tendências do mercado turístico, integrado à vida da cidade. Neste sentido, seus atrativos e estruturas devem ser revitalizados.

Figura 9 – Curitiba - Passeio Público



Fonte: PMC, 2010

- **Condição de visita atual x potencial**

As atuais condições de visitação aos parques de Curitiba são muito boas. Há uma Linha Turismo, feita por ônibus *doubledeck* que passa por muitos deles. Todos os parques possuem infraestrutura adequada para visitação, com estacionamento para veículos, áreas de lazer e prática de esportes e alguns com área para eventos. No entanto, percebe-se ainda nos finais de semana ou quando da realização de eventos, uma grande quantidade de lixo deixado pelos visitantes, o que demanda esforços na implementação da educação ambiental e na disponibilização de mais lixeiras. Com relação ao atrativo Passeio Público, observa-se a necessidade de revitalização dos equipamentos existentes, remodelação de áreas de recreação e criação de novos atrativos.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos é realizado pela Prefeitura Municipal por meio da Guarda Municipal, mas por se tratar de áreas abertas não há necessidade de um controle intenso do fluxo de visitantes. A URBS efetua o direcionamento de tráfego de veículos nos finais de semana em alguns parques, devido ao grande volume de veículos em ruas no entorno destes atrativos, sobretudo no Parque Barigui e no Zoológico.

- **Sinalização informativa e interpretativa**

A sinalização dos atrativos é relativamente boa, tanto de acesso quanto de interpretação para os moradores locais. No entanto, percebe-se que os turistas apresentam dificuldade de acesso aos parques e outros atrativos da cidade, o que demanda a ampliação do número de placas de direção e orientação, bem como a utilização de outros idiomas.

- Recursos humanos

A estrutura de recursos humanos para os atrativos é formada por funcionários da prefeitura de Curitiba, que realizam a segurança e manutenção dos atrativos e por funcionários dos empreendimentos concessionados nos atrativos. Percebe-se, nos finais de semana, a presença de grande número de trabalhadores informais (ambulantes).

- Nível de segurança

O nível de segurança para os atrativos é satisfatório uma vez que se trata de grandes áreas públicas. As ocorrências verificadas estão voltadas ao vandalismo e algumas ocorrências de furtos. Nos dias de maior fluxo de visitante, há reforço da Guarda Municipal, do Batalhão de Trânsito e da Polícia Militar nos parques da cidade.

- Tipo de gestão requerida

A gestão requerida por se tratar de patrimônio público municipal, obedece à legislação municipal vigente e é feita pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente, por meio da Diretoria de Parques e Praças. Poder-se-ia se integrar as normas de gestão entre os órgãos de turismo, cultura, esportes e meio ambiente da prefeitura municipal com o objetivo de incrementar promoção deste conjunto.

Município: Curitiba

Atrativo destacado: Conjunto do Patrimônio Cultural

Descrição: O conjunto do patrimônio cultural de Curitiba está presente no Centro Histórico, no bairro São Francisco, onde estão as edificações mais antigas da cidade, como a Casa Romário Martins (século 18), a Igreja da Ordem Terceira de São Francisco (1737), a Casa Vermelha e construções da segunda metade do século 19. O setor histórico é cenário da tradicional Feira de Arte e Artesanato, que acontece aos domingos desde 1973. Complementam o patrimônio cultural, a Torre Panorâmica, inaugurada em 1991 com 109,5m, no bairro das Mercês, que abriga o museu do telefone e um mirante de 360° que permite visualizar praticamente toda a cidade, com visitas das 10h às 19h. Merecem destaque também os museus, teatros e espaços culturais no entorno do Largo da Ordem, que necessitam implementações quanto a acessibilidade.

Figura 10 – Curitiba - Largo da Ordem



Fonte: PMC, 2010

- **Condição de visita atual x potencial**

As atuais condições de visitação podem ser consideradas adequadas, embora a Feira do Largo apresente limitações em dias de chuva, uma vez que acontece a céu aberto. Com a implementação de estruturas que melhorem a acessibilidade e a mobilidade urbana na cidade há de se estimar uma gradativa ampliação da visitação dado seu potencial de crescimento. Hoje a visitação à Torre Panorâmica não está adequada às novas tecnologias e deve oferecer maior segurança aos visitantes.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos poderá ser implementado por meio da implantação de novos sistemas de mobilidade urbana e da ampliação da acessibilidade aos museus, parques e teatros. A sinalização turística também se faz necessária e colabora na gestão dos fluxos uma vez que permite melhor deslocamento de veículos e orienta o uso de transportes alternativos,

- **Sinalização informativa e interpretativa**

A sinalização aos atrativos foi ampliada a partir da realização de eventos de grande porte em Curitiba há alguns anos. No entanto, com as modificações de acessibilidade urbana, percebe-se a necessidade de manutenção e ampliação da sinalização turística, uma vez que os atrativos encontram-se espalhados em toda a cidade, dificultando o deslocamento de visitantes.

- **Recursos humanos**

Não existem guias de turismo no Centro Histórico, mas existe a indicação destes profissionais nos postos de Informações Turísticas da cidade e serviços de apoio ao turista. O atendimento aos visitantes nos atrativos do centro histórico e nos museus e teatros é responsabilidade dos próprios empreendimentos e estão mais direcionados à recepção dos visitantes e à prestação de serviços. Há necessidade de qualificação profissional em turismo, como técnicas de atendimento ao turista.

- **Nível de segurança**

O nível de segurança para os atrativo pode ser considerada adequado, embora existam registros de casos de furtos em veículos e assalto aos visitantes, embora isso seja considerado exceção. Todos os atrativos contam com a presença da guarda municipal ou de segurança privada, o que confere maior segurança ao visitante.

- **Tipo de gestão requerida**

A gestão requerida para o conjunto de atrativos do Centro Histórico de Curitiba deve ser integrada uma vez que tanto o poder público, que é responsável pela manutenção dos acessos e de alguns edifícios históricos, quanto à iniciativa privada, que é responsável por alguns atrativos turísticos e estabelecimentos comerciais podem, em conjunto, determinar normas, ações e a operacionalização do sistema de visitação ao local.

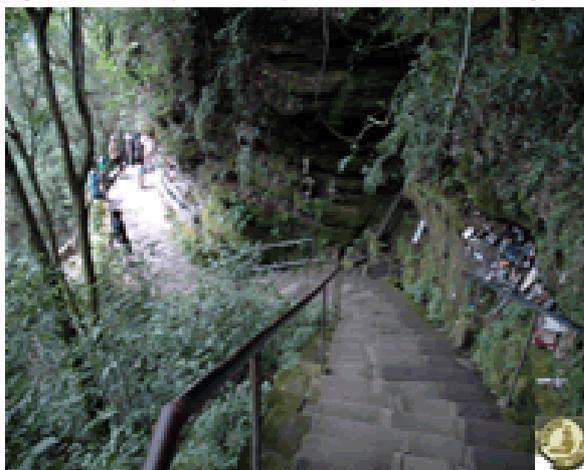
Município: Lapa

Atrativo destacado: Parque Estadual do Monge

Descrição: Foi criado pela lei n.º 4170, de 1960 e pelo decreto n.º 8575, de 1962. Possui uma área de 371,6 há, de mata atlântica sendo considerado uma reserva de patrimônio natural de significativo valor para o município da Lapa. Pela sua localização geomorfológica de divisor de águas em região escarpada, o Parque representa um importante corredor de fauna onde se observam inúmeras espécies da fauna original como gato-do-mato, veado, paca, serelepe, gralha azul, cachorro do mato e mesmo alguns mamíferos de grande porte como onças, jaguatiricas entre outros. Uma das principais atrações do parque é a Gruta do Monge, que atrai grande número de fiéis e visitantes. Chega-se a ela por uma extensa escada de pedra que desce a uma fonte de água pura e um local de ex-votos. Próximo a essa escada encontra-se o mirante, que proporciona ampla visão da cidade. Ainda nesse

espaço há inúmeras churrasqueiras, canchas de futebol e voleibol, restaurantes, lanchonetes, sanitários, estacionamento para ônibus e várias trilhas com trechos íngremes. Uma delas leva à "Pedra Partida", enorme salão feito de pedra com uma fenda, desgastada na pedra ao longo de milhares de anos. O parque é assistido por um grupo do Batalhão da Polícia Florestal, que faz a sua vigilância. O Parque Estadual do Monge está localizado a uma distância de aproximadamente 3 km da sede do município, acesso através da Avenida Getúlio Vargas. A partir de Curitiba até a cidade da Lapa, são 62,8 km através das rodovias BR 116/BR 476, ambas em pista simples, a BR 476 pedagiada e posteriormente até a sede do Parque. A partir de Ponta Grossa o acesso de carro se dá pela BR 376/PR 151/BR 277/PR 427, num percurso de 104,8km. A partir de São José dos Pinhais são 69,70km pela BR 376/BR476. Não há acesso através de ônibus coletivo até o atrativo. O Parque encontra-se fechado para reforma e ampliação da sua estrutura.

Figura 11 – Lapa – Parque Estadual do Monge



Fonte: PML, 2011.

- **Condição de visita atual x potencial**
As atuais condições de visitação são inexistente dado o fechamento do parque para reformas. Com a abertura prevista para o final de 2011 e com a nova estrutura espera-se que as condições de visitação estejam totalmente adequadas aos visitantes.
- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle dos fluxos turísticos deverá ser realizado pela Prefeitura Municipal em parceria com a Secretaria de Estado do Turismo e o Instituto Ambiental do Paraná, tanto para controle dos visitantes, quanto para proteção da unidade de conservação.
- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização do atrativo ainda é bastante deficiente, merecendo intervenção para adequação tanto da sinalização informativa, quanto da sinalização interpretativa do atrativo.
- **Recursos humanos**
Os recursos humanos necessários para o atendimento aos visitantes do atrativo devem ser capacitados para a sua reabertura, levando-se em consideração que devem ser obedecidos os padrões preconizados também pelas empresas que irão explorar o atrativo.
- **Nível de segurança**
O nível de segurança para o atrativo será adequado até sua reabertura, com a presença do batalhão de polícia florestal e a contratação de segurança privada no atrativo.

- Tipo de gestão requerida

A gestão requerida para o atrativo obedece à legislação ambiental em vigor e será implementada por meio de acordo entre o IAP e a Prefeitura Municipal. O Parque possui Plano de Manejo que prevê capacidade de carga e usos permitidos.

Município: Lapa

Atrativo destacado: Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico

Descrição: A cidade de Lapa possui importante patrimônio histórico, distribuído em 14 quarteirões com 235 imóveis, que contam os fatos da história paranaense, como o Tropeirismo e a Revolução Federalista de 1894. O principal acesso se dá pelas BR 476 (Curitiba- São Mateus do Sul) com trecho Araucária - Lapa pedagiado. Pela BR 116, acesso em Campo do Tenente, pela PR 427. A partir de Ponta Grossa, pela PR 427 passando por Porto Amazonas. Acesso de ônibus: há linhas de ônibus partindo de Curitiba para Lapa a cada duas horas de 2.a a sábado e aos domingos em oito horários.

Figura 12 - Lapa – Centro Histórico- Panteão dos Heróis



Fonte: PAULER, F. 2009.

- Condição de visita atual x potencial

As atuais condições de visitação ao centro histórico são parcialmente adequadas. Com o crescimento da visitação há de se pensar em alternativas para o fluxo de visitantes. Pode-se ter um melhor aproveitamento do cenário do centro histórico com iluminação cênica e sistema de audioguia bem como o cabeamento subterrâneo da rede elétrica..

- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos

O controle dos fluxos turísticos é realizado pela Prefeitura Municipal apenas em dias de eventos, quando se torna necessário o controle de acesso de veículos a alguns locais do centro histórico. Não há espaços suficientes para estacionamentos de veículos, o que deve ser implementado. Alguns atrativos do Centro Histórico realizam controles quantitativos.

- Sinalização informativa e interpretativa

A sinalização do centro histórico é reduzida e apresenta necessidade de melhoria, sobretudo em relação à sinalização interpretativa. É recomendável a implementação de sinalização que permita a circulação de pedestres por um roteiro urbano histórico dos atrativos que compõem o conjunto.

- Recursos humanos

Não existem guias de turismo no Centro Histórico. O atendimento aos visitantes nos atrativos do centro histórico é responsabilidade dos próprios empreendimentos e estão mais direcionados à recepção dos visitantes e à prestação de serviços. Há necessidade de qualificação profissional em turismo, como técnicas de atendimento ao turista.

- **Nível de segurança**

O nível de segurança para o atrativo é considerado adequado. Por se tratar de um roteiro urbano com potencial para circulação de pedestres, devem ser implementadas ações de segurança que contemplem sinalização de trânsito (faixa de pedestres, semáforo para pedestres), acessibilidade (guias rebaixadas, sinalização sonora), definição de limites de velocidade, áreas adequadas e protegidas para estacionamento.

- **Tipo de gestão requerida**

A gestão requerida para o conjunto de atrativos do Centro Histórico da Lapa deve ser integrada uma vez que tanto o poder público municipal, que é responsável pela manutenção dos acessos e de alguns edifícios históricos, quanto a iniciativa privada, que é responsável por alguns atrativos turísticos e estabelecimentos comerciais podem, em conjunto, determinar normas, ações e a operacionalização do sistema de visitação ao local.

Município: Pinhais

Atrativo destacado: Autódromo Internacional de Curitiba

Descrição: O Autódromo iniciou suas atividades em 1967, com provas de automobilismo, motociclismo, ciclismo, e eventos promocionais filantrópicos. Seguindo normas e padrões de segurança, funcionalidade e qualidade preconizados pela Federação Internacional de Automobilismo (FIA), é homologado pela Confederação Brasileira de Automobilismo (CBA), estando apto a receber eventos das mais variadas categorias do automobilismo mundial. O Autódromo está situado a cerca de 10km de Curitiba, na Avenida Iraí n.º 16, município de Pinhais. O acesso a partir de Curitiba pode ser feito de carro ou ônibus, através da Avenida Victor Ferreira do Amaral. Possui estacionamento próprio e sinalização turística.

Figura 13 - Pinhais – Autódromo Internacional de Curitiba



Fonte: PMC, 2010.

- **Condição de visita atual x potencial**

As atuais condições de visitação são regulares, merecendo melhorias nas arquibancadas e, sobretudo, no acesso de veículos com a ampliação da área de estacionamento. Com a programação atual do calendário de eventos no local, percebe-se a necessidade de melhoria da acessibilidade e da sinalização ao local.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos é realizado em dias de eventos, sendo que nos demais dias não há necessidade de organização de fluxo de pedestres ou veículos. Existe uma portaria que faz o controle e segurança do local.

- Sinalização informativa e interpretativa

A sinalização do autódromo é direcionada ao acesso ao local a partir de Curitiba e também realizada por meio de outdoors nos períodos de eventos. Percebe-se a necessidade de melhoria da quantidade de placas de direção e orientação e a sinalização interna do autódromo.

- Recursos humanos

Os recursos humanos para o atrativo devem ser organizados de forma a atender a demanda em dias de eventos, para os quais se observa um número excessivo de ambulantes. Na área interna, os trabalhadores obedecem às normas específicas para cada ocupação.

- Nível de segurança

O nível de segurança para o atrativo atende ao objetivo; nos dias de eventos existe reforço na Polícia Militar do Paraná.

- Tipo de gestão requerida

A gestão requerida para o atrativo obedece às normas da Federação de Automobilismo, sendo realizada de forma integrada entre o poder público municipal e a iniciativa privada.

Município: Piraí do Sul

Atrativo destacado: Santuário de Nossa Senhora das Brotas

Descrição: O culto à Nossa Senhora das Brotas, funde-se com a história do município desde o ano de 1881. A edificação atual, em formato de coroa, foi construída em 1985 e sagrada santuário pelo bispo Dom Sérgio Arthur Braschi, como marco religioso do Caminho das Tropas. Em 2004, Nossa Senhora das Brotas foi conclamada padroeira da Rota dos Tropeiros. O Santuário sedia, no dia 27 de dezembro, a festa de confraternização entre a população e visitantes, que acampam nos arredores da igreja. Missas, novenas, procissão, barracas e música ao vivo fazem parte dos festejos populares. Ao lado da edificação há um bosque, equipado com churrasqueiras, banheiros e estacionamento. O Santuário localiza-se a 5,5 km da sede do município, com acesso pelo trevo da PR 151, na cidade de Piraí do Sul, Paraná, a 150 km de Curitiba. O acesso principal a partir de Curitiba se dá pela BR 277 e pela PR 151, com distância de 176 km (rodovias pedagiadas).

Figura 14 – Piraí do Sul – Santuário Nossa Senhora das Brotas



Fonte: DOLATO, M. C. 2009.

- Condição de visita atual x potencial

As atuais condições de visitação são limitadas por dois fatores: dificuldade no acesso e falta de área para estacionamento. A estrutura atual de sanitários é insuficiente para os períodos de eventos.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle dos fluxos turísticos deverá ser realizado pela prefeitura municipal, em parceria com a igreja administradora da área, tanto para controle dos visitantes, quanto para proteção e segurança de seu entorno.

- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização informativa e interpretativa do atrativo ainda é bastante deficiente, merecendo intervenção para sua melhoria.

- **Recursos humanos**
O atrativo conta com o trabalho voluntário da comunidade da igreja para o atendimento de visitantes, serviços de alimentação, segurança e limpeza do local.

- **Nível de segurança**
O serviço de segurança para o atrativo é privado, reforçado em dias de procissões e eventos pela Polícia Militar.

- **Tipo de gestão requerida**
Para que o atrativo se torne um produto turístico, sua gestão requer planejamento e definição de estratégias de curto, médio e longo prazos para sua promoção e comercialização. A qualificação dos gestores atuais é imprescindível para a consecução desses objetivos.

Município: Ponta Grossa

Atrativo destacado: Parque Estadual de Vila Velha

Descrição: O Parque Estadual de Vila Velha é um sítio geológico tombado pelo Departamento do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Paraná em 1966. Foi criado para proteger os 18 km² de formações rochosas classificadas como um dos sítios geológicos brasileiros pela Comissão Brasileira dos Sítios Geológicos e Paleobiológicos (Sigep), graças às esculturas naturais originadas pela erosão nos arenitos do Grupo Itararé. O parque é composto de três sítios : arenitos, furnas e lagoa dourada. Enquanto os arenitos são uma enorme coleção de grandes blocos de arenitos esculpidos em formas exóticas, as Furnas são três crateras com paredes verticais, erodidas no solo, a maior delas com cerca de 100 metros de profundidade, sendo a metade coberta de água, todas interligadas e ligadas à Lagoa Dourada, assim chamada pelo efeito criado pela água cristalina e coloração de suas areias nos poentes. O acesso principal é pela BR 277 (pedagiada e duplicada) entre Curitiba e Ponta Grossa. Situado a 80 km da capital e a 22 km de Ponta Grossa, conta com acesso sinalizado ao longo da rodovia, portal de acesso (pagante) em via asfaltada, com revitalização de sua infraestrutura em 2002/2004. O maior volume de visitas se dá por automóvel particular ou ônibus/vans de turismo. Todavia, há transporte coletivo para o parque a partir do Terminal de Oficinas, em Ponta Grossa. Para usuários de ônibus a partir de Curitiba é possível descer na BR, junto ao acesso e ali o percurso é feito a pé, por cerca de 600m, até o atrativo.

Figura 15 – Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha



Fonte: RAICOSKI, 2009

- **Condição de visita atual x potencial**
A condição atual de visitação ao parque é boa. O IAP implantou por meio de projeto da Ecoparaná, infraestrutura adequada para visitação, com estacionamento para veículos e áreas de lazer. No entanto, há necessidade de implementação na educação ambiental. Há potencial para a exploração de atividades de aventura dentro do parque (caminhadas, rapel, tirolesa, escalada, observação de fauna e flora, entre outros) permitidas pelo Plano de Manejo vigente. O material promocional e informativo é desatualizado.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle dos fluxos turísticos é realizado pela prefeitura municipal por meio de registro na guarita da entrada do Parque. Obedece ao Plano de Manejo quanto à limitação diária de visitantes.

- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização informativa e interpretativa do atrativo merece intervenção no sentido de adequar-se às normas internacionais.

- **Recursos humanos**
Os recursos humanos para o atrativo devem ser capacitados para melhorar a qualidade do atendimento ao visitante.

- **Nível de segurança**
O nível de segurança para o atrativo estará adequado com a instalação do batalhão de polícia florestal.

- **Tipo de gestão requerida**
O Parque é administrado pelo IAP cujo foco é a questão ambiental. A gestão do atrativo, já consolidado como produto turístico, deve ser permanentemente qualificada para a gestão do produto – gestão promocional e comercial, gestão financeira, gestão de marketing (relacionamento com o cliente).

Município: Ponta Grossa

Atrativo destacado: Münchenfest

Descrição: A Festa Nacional do Chope Escuro, Münchenfest, é uma festa popular promovida pela Prefeitura de Ponta Grossa, com apoio da iniciativa privada. O evento, que tem duração de dez dias, realiza-se entre os meses de novembro e dezembro. É a maior festa no segmento gastronômico do Paraná e está entre as maiores da região Sul, com média de público de mais de cem mil pessoas por edição.

O evento é realizado no Centro de Eventos, localizado na Colônia Tavares Bastos, com área de estacionamento. O acesso se faz pelo viaduto que cruza a via de contorno de Ponta Grossa. A partir de Curitiba, num trajeto de 115km, o acesso se dá pela BR 376 até o viaduto Santa Paula.

Figura 16 – Ponta Grossa - Münchenfest



Fonte: Assessoria de Imprensa PMPG, 2011.

- Condição de visita atual x potencial

O centro de eventos foi construído para a realização da Münchenfest e é utilizado para outros eventos durante o ano. O espaço necessita melhorias para maior conforto dos usuários. Para o acesso de veículos, é necessária a ampliação da área de estacionamento. Com a programação atual do calendário de eventos no local, percebe-se a necessidade de adequação de estrutura para acessibilidade e da sinalização de acesso ao local.

- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos

O controle dos fluxos turísticos é realizado em dias de eventos, período em que há necessidade de organização de fluxo de pedestres e veículos. Existe uma portaria que faz o controle e segurança do local.

- Sinalização informativa e interpretativa

Há sinalização de direção e orientação ao centro de eventos a partir de Curitiba e Ponta Grossa, nos dois sentidos da rodovia BR 376. Dadas as características do evento, não há necessidade de sinalização interpretativa.

- Recursos humanos

Os recursos humanos para o evento estão a cargo das empresas licitadas pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa em cada edição.

- Nível de segurança

A segurança durante o evento é realizada pela Polícia Militar do Paraná.

- Tipo de gestão requerida

A gestão requerida para o evento deve obedecer as exigências do edital de licitação para a realização do evento. Também, há um departamento na estrutura da Prefeitura responsável pela coordenação e fiscalização do evento.

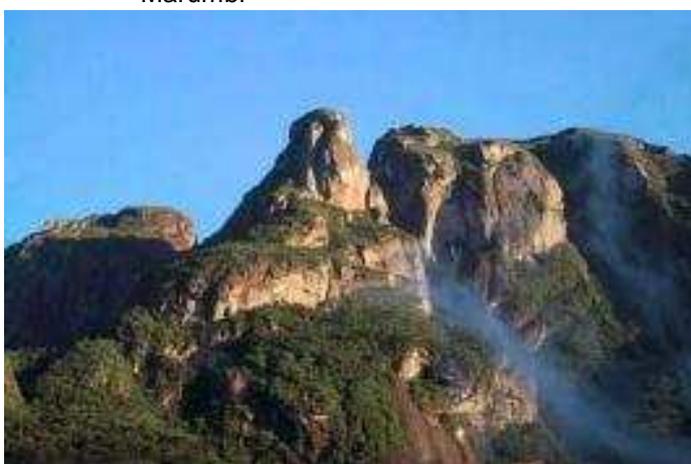
Município: Quatro Barras

Atrativo destacado: Parque Estadual do Pico do Marumbi

Descrição: O Parque Estadual Pico do Marumbi foi criado em 1990, através do Decreto n.º 7.300, possuindo originalmente uma área de 2.340 hectares; posteriormente a área foi

ampliada e há projeto de ampliação em andamento. A unidade preserva os aspectos significativos da floresta atlântica brasileira, abrigando em seu território o Conjunto Marumbi, tendo como ponto culminante o Olimpo (1.539 metros de altitude. A beleza natural do local faz do Marumbi um dos principais atrativos turísticos do Paraná, além de estimular a prática de esportes de aventura como o montanhismo técnico e caminhadas. O parque possui um centro de visitantes com museu, polícia florestal, camping e a sede do grupo Corpo de Socorro em Montanha (Cosmo). O acesso ao parque é possível somente através da Estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá e por trilhas através da serra do mar. O acesso principal é feito de trem, que sai, diariamente, às 8h15, da Rodoferroviária. Após duas horas de viagem chega-se à sede do Parque Estadual do Marumbi. Preço: R\$ 25,00 adulto (ida) e R\$ 18,00 (volta). Os moradores da Região Metropolitana de Curitiba têm 30% de desconto e o serviço é operado pela empresa Serra Verde Express. Pelo vilarejo de Porto de Cima, em Morretes, pode-se ir de carro até Engenheiro Langué, a um quilômetro do parque.

Figura 17 – Quatro Barras – Parque Estadual do Pico do Marumbi



Fonte: Paraná Press, 2010

- **Condição de visita atual x potencial**
A estrutura de recepção ao visitante é direcionada aos praticantes do montanhismo, uma vez que o atrativo não se presta ao lazer como outros parques urbanos da Área Turística. Considerando-se esse perfil de visitantes, as atuais condições de visita são satisfatórias.
- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle dos fluxos de visitantes é realizado pelo IAP por meio de registro na guarita de entrada e saída do parque, obedecendo à limitação diária de visitantes, prevista no Plano de Manejo.
- **Sinalização informativa e interpretativa**
As sinalizações informativa e interpretativa do atrativo merecem intervenção para sua melhoria, principalmente nas trilhas.
- **Recursos humanos**
A gestão do parque é feita pelo IAP, com apoio dos “marumbinistas”, que são montanhistas voluntários que realizam ações de manutenção de trilhas, reparos em equipamentos de segurança e orientação aos visitantes. O grupo Cosmo, grupo voluntário de busca e salvamento, atende a área do PE Pico do Marumbi e seu entorno.
- **Nível de segurança**
Apesar da disponibilização de orientações bastante claras sobre o nível de dificuldade e o comportamento esperado dos frequentadores do parque, ainda há um grande número de ocorrências de turistas que se perdem nas trilhas. Tais situações são atendidas pelo grupo

Cosmo, corpo de bombeiros e, eventualmente, pela Polícia Militar do Paraná com apoio de helicópteros.

- Tipo de gestão requerida
A atual gestão do parque está adequada ao seu uso.

Município: Quatro Barras

Atrativo destacado: Estrada da Graciosa

Descrição: A Estrada da Graciosa (PR-410 ou Caminho da Graciosa) é um dos cinco caminhos coloniais, em território paranaense que atravessa a barreira natural da Serra do Mar, integrando o litoral e o planalto curitibano. As primeiras notícias deste caminho datam de 1721 e a estrada levou vinte anos para ser construída, sendo concluída em 1873. Trinta anos depois, foi reconstruída em pouco mais de dois anos, marcando os primeiros ensaios de pavimentação. Foi por ela que se transportou o mate, um dos principais produtos de exportação que saía dos Campos Gerais e Guarapuava, passava por Curitiba e seguia pela Graciosa em direção aos portos de embarque.

O acesso à Estrada da Graciosa pode ser feito a partir de Curitiba (37 km) via BR 116 até o portal de acesso, onde inicia o trajeto de maior interesse turístico, com extensão de 28,5 km, em pista simples e com curvas sinuosas. Outro acesso possível é pelo bairro do Atuba, em Curitiba, porém, com o crescimento da malha urbana, a identificação da Estrada da Graciosa é dificultada. No caso de acesso de carro, o trânsito é livre e não pedagiado. No caso de ônibus, não se conta com linha especial que faça paradas nos pontos de interesse e sim ligando Curitiba à cidade de Morretes: saída pela manhã da capital e retorno à tarde a um custo R\$ 15,00 por trecho.

Figura 18 – Quatro Barras – Estrada da Graciosa



Fonte: ELIAS, M./Gazeta do Povo, 2009.

- Condição de visita atual x potencial
A atual condição de visitação ao atrativo é boa. O governo do estado implantou, por meio de projeto da Ecoparaná, infraestruturas adequadas para visitação, com estacionamentos para veículos, áreas de lazer, sanitários e lanchonetes.
- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos
Não há controle de fluxos turísticos no atrativo e não há necessidade de tal controle.
- Sinalização informativa e interpretativa
A sinalização do atrativo está adequada.

- Recursos humanos

O atrativo consiste em uma estrada, controlada a partir de um posto de polícia rodoviária instalado no início do percurso (Quatro Barras).

- Nível de segurança

Nos finais de semana e feriados, a Estrada da Graciosa recebe um fluxo intenso de visitantes que se deslocam por meio de automóveis, bicicletas, motocicletas e a pé. Considerando-se a pavimentação de paralelepípedos, as condições de trafegabilidade e segurança exigem cuidados redobrados por parte dos usuários. Em dias de chuva ou com baixa visibilidade (neblina), a Polícia Rodoviária impede a passagem dos usuários pela estrada.

- Tipo de gestão requerida

Considerando-se que a Estrada da Graciosa é uma rodovia estadual, sua gestão está a cargo do Departamento Estadual de Estradas de Rodagem (DER). Há o apoio da Polícia Rodoviária que realiza a fiscalização em todo trajeto da estrada.

Município: São José dos Pinhais

Atrativo destacado: Caminho do Vinho

Descrição: O Programa Caminho do Vinho, instituído e coordenado pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo do município, abrange a Colônia Mergulhão e arredores, fomentando ações de desenvolvimento, divulgando o folclore, artesanato, comidas típicas, valorização do patrimônio histórico-cultural, por meio do estímulo à preservação e conservação das casas históricas, qualidade dos produtos comercializados como o vinho, suco, graspa e licores, produtos coloniais (salames, queijos, compotas, bolachas, conservas, entre outros) e agrícolas, transformando a região em um produto turístico diferenciado. Atualmente a Rota de Turismo Rural Caminho do Vinho possui 30 propriedades rurais envolvidas nas mais diversas atividades como cantinas e adegas, restaurantes e cafés coloniais, chácaras de lazer, minhocário, pesque-pague, pousada, entre outras e, mantém ainda hoje edificações típicas da colonização italiana, bem como de outras influências, consideradas de valor histórico, utilizadas como residências das famílias Bortolan, Hungaro, Daldin, Juliatto e Pissaia.

Figura 19 – São José dos Pinhais – Caminho do Vinho



Fonte: PISSAIA, R. 2011

- Condição de visita atual x potencial

As atuais condições de visita ao roteiro são boas; mesmo nas estradas rurais a pavimentação em saibro permite o deslocamento regular dos visitantes. Em relação às condições potenciais, há de se levar em consideração a necessidade de implantação de

infraestrutura para mitigar eventuais impactos ambientais, ampliar o controle e acesso dos visitantes e permitir o desenvolvimento do roteiro turístico.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos é realizado de forma empírica, mas ainda sem embasamento estatístico. Por se tratar de rodovia de grande tráfego de veículos (via de contorno de Curitiba e BR 376) em seu trecho asfaltado, torna-se importante implementar sistemas adequados de gestão de fluxos de visitantes por meio de tecnologia para controle de velocidade dos veículos no trecho asfaltado e postos de controle e de informação turística no decorrer do roteiro.

- **Sinalização informativa e interpretativa**

A sinalização do roteiro turístico ainda carece de melhorias, sobretudo de sinalização de direção e informação para facilitar o deslocamento dos visitantes nas vias de acesso. Por se tratar de um conjunto de empreendimentos de lazer e alimentação, não há necessidade de sinalização interpretativa na maioria dos atrativos do roteiro. Os edifícios públicos tais como as Igrejas e o Portal poderiam ter uma sinalização interpretativa exclusiva.

- **Recursos humanos**

Os recursos humanos para o atrativo estão baseados na iniciativa privada, uma vez que se trata de estabelecimentos familiares que prestam serviços relacionados ao turismo (alimentos, transporte, hospedagem). Por se tratar de estabelecimentos rurais, os recursos humanos disponíveis alternam entre a produção rural e o atendimento nos estabelecimentos, caracterizando-se por ser uma administração familiar. Há de se verificar a necessidade futura de qualificação profissional nas áreas de boas práticas, atendimento ao turista, gestão empresarial, gestão socioambiental, para ampliação do aproveitamento do potencial turístico.

- **Nível de segurança**

O nível de segurança para o roteiro turístico é satisfatório, não apresenta registros notáveis de incidentes na área de segurança envolvendo turistas. Por se tratar de um roteiro no espaço rural e considerando as distâncias entre os estabelecimentos e atrativos, devem ser implementadas ações de segurança que contemplem sinalização de trânsito, definição de limites de velocidade, áreas adequadas e protegidas para estacionamento.

- **Tipo de gestão requerida**

A gestão requerida para o atrativo é voltada aos aspectos de integração da iniciativa privada com as ações do governo municipal e vice-versa. Enquanto a prefeitura municipal realiza a gestão dos logradouros públicos, a iniciativa privada e as organizações sociais envolvidas cuidam da recepção e prestação dos serviços aos visitantes. Além disso, a gestão do roteiro deve promover ações de integração entre os demais roteiros turísticos municipais da Rotas do Pinhão.

Município: Telêmaco Borba

Atrativo destacado: Parque Municipal do rio Tibagi

Descrição: Inaugurado dia 22 de abril de 2000, o Parque Municipal do rio Tibagi está à margem do rio Tibagi, próximo da Ponte que liga Telêmaco Borba ao bairro Harmonia. Neste local foi replantada a mata nativa da margem do rio e construído um portal em madeira rústica e dois mirantes, que oferecem ao visitante a possibilidade de contemplar o cenário. O parque possui uma trilha ecológica com uma ponte sobre a Rodovia do Papel, dando acesso à parte alta do parque, com vista para o rio Tibagi, o bonde aéreo e para as Indústrias Klabin de papel e celulose. Há quadras de areia para prática esportiva, bicicletário, churrasqueiras, estacionamento e sala de administração. O acesso ao Parque pode ser feito através das rodovias BR 277, BR 376 e PR 160.

Figura 20 – Telêmaco Borba – Parque Municipal do rio Tibagi



Fonte: PMTB, 2010

- **Condição de visita atual x potencial**
O parque possui infraestrutura adequada para visitação, com estacionamento para veículos, áreas de lazer e prática de esportes. No entanto, percebe-se ainda nos finais de semana ou quando da realização de eventos, uma grande quantidade de lixo deixado pelos visitantes, o que demanda esforços na implementação da educação ambiental e na disponibilização de mais lixeiras. Observa-se a necessidade de revitalização dos equipamentos existentes, remodelação de áreas de recreação e criação de novos atrativos.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
O controle dos fluxos turísticos é realizado pela prefeitura municipal.

- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização dos atrativos é satisfatória, tanto de acesso quanto de interpretação. No entanto, percebe-se que os turistas têm dificuldade de acesso ao parque, que deve ampliar a disponibilização de placas de direção e orientação, bem como a utilização de outros idiomas.

- **Recursos humanos**
A estrutura de recursos humanos para o atrativo é fornecida pela prefeitura municipal, responsável pela segurança e manutenção do atrativo.

- **Nível de segurança**
O nível de segurança para o atrativo é satisfatório.

- **Tipo de gestão requerida**
A gestão requerida contempla os aspectos ambientais e de turismo em áreas naturais, que devem ser desempenhadas por órgãos afetos às duas áreas.

Município: Telêmaco Borba

Atrativo destacado: Casa do Artesão

Descrição: A Casa do Artesão de Telêmaco Borba foi inaugurada em 1º de maio de 2001. É sede da Assessoria Especial da Indústria Artesanal, Comércio e Turismo e também da Associação Pró-Arte Telemacoborbense (Aproat). No espaço são expostos aproximadamente 5 mil peças de artesanato, de mais de 600 artesãos cadastrados. A Casa do Artesão está localizada na Avenida Samuel Klabin, 725, a 100m do Centro de Telêmaco Borba. Funciona de domingo a domingo. Nos dias de semana das 9h às 18h, aos sábados

das 9h às 16h e domingos das 15h às 18h. Entrada gratuita. É possível chegar até lá de ônibus.

Figura 21 – Telêmaco Borba –Casa do Artesão



Fonte: PMTB, 2010

- **Condição de visita atual x potencial**
As atuais condições de visitação são boas, merecendo melhoria no acesso de veículos com a ampliação da área de estacionamento.
- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**
Não há controle de fluxo turístico, tendo em vista que é um estabelecimento comercial.
- **Sinalização informativa e interpretativa**
A sinalização da Casa do Artesão poderá ser ampliada para facilitar o acesso. Internamente há necessidade de melhoria da sinalização interpretativa.
- **Recursos humanos**
Os atendentes da Casa do Artesão são monitores de turismo que trabalham sob a supervisão da Assessoria Especial da Indústria Artesanal, Comércio e Turismo.
- **Nível de segurança**
O nível de segurança para o atrativo atende ao objetivo.
- **Tipo de gestão requerida**
A gestão requerida para o atrativo se dá por meio de articulação do poder público local e a associação de artesãos, para a criação diferenciada do artesanato local, a participação em eventos da área e a capacitação dos atores envolvidos.

Município: Tibagi

Atrativo destacado: Parque Estadual do Guartelá

Descrição: Criado em 1992 com o objetivo de assegurar a preservação dos ecossistemas típicos, oferecendo aos visitantes um cenário com os “canyons”, cachoeiras e formações rochosas, o Parque abriga o canyon do Rio Iapó ou Canyon Guartelá, considerado o 6.º maior canyon do mundo em extensão, além de ser o único com vegetação nativa, conforme consta no Guinness, Livro dos Recordes. Caminhar por suas trilhas ladeadas de vegetações rupestres, onde brotam em abundância plantas exóticas ou ainda pelas sinuosas trilhas entre os campos nativos, revela belezas como a cachoeira da Ponte de Pedra, com cerca de 200 metros de altura, que apresenta a formação de uma ponte cortando a cachoeira e sob a qual corre a água e o rio Iapó que corta o desfiladeiro com corredeiras. Considerando o acesso via Curitiba, o usuário de ônibus de linha intermunicipal, viaja aproximadamente 4

horas para acessar o Portal do Parque, que está situado no km 42 da rodovia PR 340 e a 18 km do Terminal Rodoviário de Tibagi. O município não conta com serviço de aluguel de veículos. O usuário que acessa Curitiba por avião, poderá alugar carro neste portão de acesso. Empresas municipais oferecem serviço de van ao atrativo, que deve ser contratado diretamente na agência de turismo. Uma vez acessado o atrativo, a visita deve ser feita a pé; o parque conta com estrutura para turistas com alguma restrição motora, como trilha de acesso para cadeirantes até o mirante e veículo do parque para transporte interno. O parque conta com estacionamento de veículos, ônibus e vans e é administrado pelo IAP.

Figura 22 – Tibagi – Parque Estadual do Guartelá



Fonte: PMT, 2010

- Condição de visita atuais x potenciais

A condição atual de visitação é inadequada pela insuficiência de espaço físico no Centro de Atendimento ao Visitante, inadequação do número e instalações dos sanitários e material promocional e informativo desatualizados. O acompanhamento de condutores locais é opcional.

- Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos

O controle dos fluxos turísticos é realizado pelo IAP, no Centro de Atendimento ao Visitante, mediante preenchimento de fichas com dados pessoais de cada visitante, com orientações sobre comportamento no ambiente do parque.

- Sinalização informativa e interpretativa

A sinalização informativa do atrativo merece intervenção no sentido de proporcionar melhor orientação aos visitantes.

- Recursos humanos

A administração do parque é realizada pelos funcionários do IAP apoiados por monitores voluntários que atuam nos finais de semana, selecionados em universidades. Os monitores são capacitados pelos funcionários do IAP. A prefeitura municipal mantém parceria para a coleta do lixo produzido no parque até a usina de beneficiamento localizado no distrito industrial de Tibagi.

- Nível de segurança

O nível de segurança para o atrativo está adequado.

- Tipo de gestão requerida

O Parque é administrado pelo IAP cujo foco é a questão ambiental. A gestão do atrativo, já consolidado como produto turístico, deve ser permanentemente qualificada para a gestão do produto, gestão promocional e comercial, gestão financeira e gestão de marketing (relacionamento com o cliente).

Município: Tibagi

Atrativo destacado: Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior (Museu do Garimpo)

Descrição: O Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior possui um acervo de aproximadamente 5.400 peças. Está instalado no prédio do antigo Fórum Municipal que ali funcionou até o ano de 1983. Em 1985 passou a abrigar as instalações do Museu Histórico por meio de termo de comodato do município com o estado. O prédio foi restaurado, conservando suas características originais. São nove salas que contam um pouco sobre a colonização, os personagens e os fatos mais curiosos da cidade e da região. As salas estão distribuídas em hall de entrada, onde há uma homenagem ao Desembargador Edmundo Mercer Júnior, Bibliotáfio, que conta com coleção de livros raros e documentos, sala do garimpo, salão de fotografias, sala histórica, sala dos talentos musicais, sala indígena, sala fatos do passado, sala usos e costumes. O museu histórico Desembargador Edmundo Mercer Jr, mais conhecido como Museu do Garimpo, está localizado na área central da cidade de Tibagi, à Praça Edmundo Mercer 52, ao lado da Igreja Matriz O horário de visitação é de terça à sexta feira, das 8h às 11:30h e das 13:00h às 17:30h. Aos sábados e domingos das 9h às 11:30h e das 13h30h às 17h. É possível agendar visitas por telefone. A entrada é franca.

Figura 23 - Tibagi – Museu Histórico Des.
Edmundo Mercer Junior



Fonte: ROORDA, C. 2011

- **Condição de visita atual x potencial**

As atuais condições de visitação são boas. Há necessidade de melhoria no acesso de veículos com a ampliação da área de estacionamento. O atrativo conta com fácil acesso e visibilidade, por estar situado no centro da cidade.

- **Sistemas necessários para a gestão dos fluxos turísticos**

O controle dos fluxos turísticos é realizado pela Secretaria Municipal de Turismo por meio de livro de registro de visitantes no local.

- **Sinalização informativa e interpretativa**

Há sinalização nas ruas da cidade indicando a direção do museu. Tal sinalização poderá ser ampliada para facilitar o acesso. Internamente também se percebe a necessidade de melhoria da sinalização informativa.

- **Recursos humanos**

A prefeitura disponibiliza os recursos humanos para o museu, de forma a atender a demanda de recepção aos visitantes.

- Nível de segurança
O nível de segurança para o atrativo atende ao objetivo.

- Tipo de gestão requerida
A gestão requerida para o atrativo deve estar de acordo com a normas do Ibram e pode ser implementada de modo a contemplar a política nacional para manutenção dos acervos e ampliação dos programas socioeducativos, permitindo a ampliação dos processos associados ao turismo.

- **Avaliação dos equipamentos turísticos**

Análise da oferta de meios de hospedagem na Área Turística

A Área Turística apresenta uma oferta de meios de hospedagem bastante densa; no entanto, a capital ainda é a grande agregadora da oferta, com mais da metade da oferta total.

O Quadro 22 apresenta a concentração de hotéis urbanos no entorno de Curitiba e nas cidades de maior população da Área Turística, cuja permanência média varia entre dois e três dias.

No aspecto de geração de emprego e postos de trabalho, a concentração dá-se na capital também. É importante mencionar que a fonte de informações Rais divulga apenas os empregos formais gerados pelo setor. Os postos de trabalho informais não são considerados por falta de informação quantitativa. Sabe-se que, exceto em Curitiba, nos demais municípios, os equipamentos de hospedagem possuem funcionários sem a adequada formalização.

Quadro 22– Equipamentos de Meios de Hospedagem dos municípios da Área Turística

continua

Município	Equipamentos hoteleiros						
	N.º leitos	N.º meios de hospedagem	N.º equipamentos Cadastur	% Equipamentos Cadastur	Taxa média de ocupação anual (%)	Nºde empregos em hotéis e similares	Nºde empregos outros tipos de alojamento
Almirante Tamandaré	216	8	-	-	60	128	15
Arapoti	NI	11	1	9	NI	27	-
Araucária	469	18	4	22	80	72	1
Balsa Nova	216	9	2	22	30	3	4
Campina Grande do Sul	470	9	1	11	50	4	5
Campo Largo	416	6	3	50	36,5	43	8
Campo Magro	120	6	-	-	40	51	-
Carambeí	203	2	1	50	90	10	-
Castro	810	11	4	36	50	68	-
Cerro Azul	492	5	-	-	50	2	-
Colombo	175	10	1	10	30	149	2
Curitiba	18034	138	107	78	48,4	3706	299
Jaguariaíva	500	17	4	24	30	36	-
Lapa	450	8	3	38	45	15	-
Palmeira	200	8	4	50	30	9	3
Pinhais	180	2	1	50	65	65	6
Piraí do Sul	205	5	1	20	80	9	-
Piraquara	60	6	-	-	30	2	-
Ponta Grossa	4213	54	12	22	50	413	9

conclusão

Município	Equipamentos hoteleiros						
	N.º leitos	N.º meios de hospedagem	N.º equipamentos Cadastur	% Equipamentos Cadastur	Taxa média de ocupação anual (%)	Nºde empregos em hotéis e similares	Nºde empregos outros tipos de alojamento
Quatro Barras	400	5	2	40	70	11	-
Rio Negro	160	4	-	-	60	28	-
São José dos Pinhais	2506	20	6	30	98	297	5
Sengés	50	1	1	100	50	7	-
Telêmaco Borba	1180	28	6	21	60	128	4
Tibagi	480	17	5	29	40	36	-

Fonte: FAUEPG, 2010; Cadastur, 2011; Rais, 2008.

Nota: – Nenhum equipamento cadastrado.

NI – Não informado.

A concentração da oferta de meios de hospedagem em Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais e Telêmaco Borba sugere que existam melhores estruturas de receptivo ao turista, com comércio mais diversificado e maior amplitude do setor de serviços, o que pode ser verificado com uma análise comparativa do PIB desses municípios, apresentado no capítulo da análise socioeconômica.

Considerando então que são municípios que apresentam melhor competitividade turística, infere-se que os atrativos de maior relevância acabam se beneficiam da integração com estes municípios, devendo o Polo Turístico criar “corredores turísticos” estruturados entre os municípios com maior potencial de atratividade e os municípios mais competitivos, que serão alavancadores do desenvolvimento regional.

Alguns grupos internacionais estabeleceram-se em Curitiba e nos municípios da Região Metropolitana, com cadeias hoteleiras. Dentre elas, destacam-se a rede Tulip Inn que opera em Curitiba e Campo Largo e a rede Accor (Mercure, Ibis e Formule 1) que opera em Curitiba e São José dos Pinhais. Das redes hoteleiras nacionais destacam-se a rede Bristol, que opera em Curitiba, Campina Grande do Sul e São José dos Pinhais, e a rede Slaviero que opera em Curitiba, Pinhais e Ponta Grossa, conforme o Quadro 23.

Quadro 23 - Cadeias hoteleiras presentes na Área Turística

continua

Município	Redes hoteleiras	
	Nacionais	Internacionais
Almirante Tamandaré	-	-
Arapoti	-	-
Araucária	-	-
Balsa Nova	-	-
Campina Grande do Sul	Bristol	-
Campo Largo	-	Tulip Inn
Campo Magro	-	-
Carambei	-	-
Castro	-	-
Cerro Azul	-	-
Colombo	-	-
Curitiba	Bourbon, Deville, Slaviero, Bristol, Hotel 10, Harbor, Blue Tree, Mabu, San Juan, Transamérica, Elo, Paraná Sùites, Harbor	Accor (Mercure, Ibis, Formule 1), Radisson, Crowne, Pestana, Sharaton, Tulip Inn
Jaguariaíva	San Juan	-
Lapa	-	-
Palmeira	-	-
Pinhais	Slaviero	-
Piraí do Sul	-	-
Piraquara	-	-

Município	Redes hoteleiras	
	Nacionais	Internacionais
Ponta Grossa	Slaviero	-
Quatro Barras	Harbor	-
Rio Negro	-	-
São José dos Pinhais	Bristol, Paraná Suítes	Accor, Howard Johnson
Sengés	-	-
Telêmaco Borba	-	-
Tibagi	-	-

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: - Inexistente.

Análise da oferta dos equipamentos e serviços de alimentação na Área Turística

Embora não esteja disponível um referencial estatístico atualizado dos serviços de alimentação, através da inventariação ou cadastramento no programa do MTur/Cadastur, infere-se que a oferta, concentrada em Curitiba, apresenta ainda grande oportunidade de expansão, assim como nos municípios que se localizam nos principais entroncamentos rodoviários da Área Turística, ou seja, aquelas rodovias que poderão ser utilizadas de forma estratégica para se tornarem “corredores turísticos”.

Quando se analisa o tipo de especialidade, percebe-se que na Região dos Campos Gerais destacam-se a cozinha regional e as churrascarias, e na Rotas do Pinhão merecem destaque a cozinha internacional e serviços de refeição rápida.

Portanto, a Área Turística apresenta em seu conjunto uma boa oferta de serviços de alimentação (Quadro 24) onde também se informa o percentual de estabelecimentos participantes do Programa Alimento Seguro (PAS), programa desenvolvido por entidades do Sistema “S” que tem o objetivo de reduzir os riscos de contaminação dos alimentos. Atua no desenvolvimento de metodologias, conteúdos e na formação e capacitação de técnicos para disseminar, implantar e certificar ferramentas de controle em segurança de alimentos, como as Boas Práticas, o Sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (Appcc) e NBR - ISO 22.000, nas empresas integrantes da cadeia dos alimentos.

Quanto ao valor agregado da atividade, foram pesquisados junto aos municípios da Área Turística a participação dos equipamentos de alimentação em roteiros turísticos, bem como a existência de ações de fortalecimento da gastronomia local, como a realização de festivais gastronômicos, apoio institucional à abertura de novos empreendimentos, iniciativas de qualificação profissional e definição de padrão de qualidade concedido ao estabelecimento atenda aos requisitos necessários.

Quadro 24 - Equipamentos de alimentação nos municípios da Área Turística

continua

Municípios	Número de equipamento de alimentação	Número de empregos em restaurante e outros serviços de alimentação	Número de empregos em serviços de catering, bufê e outros serviços	Participante do PAS	Participação em roteiros	Ações para o fortalecimento da gastronomia local
Almirante Tamandaré	10	64	22	Acima de 50%	participa	Festivais gastronômicos
Arapoti	6	70	2	Acima de 50%	participa	Inexistentes
Araucária	27	352	2.129	Menos de 50%	participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos
Balsa Nova	10	71	8	Menos de 50%	participa	Inexistentes
Campina Grande do Sul	17	229	-	Inexistente	Não participa	Apoio a abertura de novas empresas, qualificação profissional.

						conclusão
Municípios	Número de equipamento de alimentação	Número de empregos em restaurante e outros serviços de alimentação	Número de empregos em serviços de catering, bufê e outros serviços	Participante do PAS	Participação em roteiros	Ações para o fortalecimento da gastronomia local
Campo Largo	16	329	106	Inexistente	Não participa	Inexistentes
Campo Magro	15	29	3	Acima de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, qualificação profissional.
Carambeí	11	99	18	Menos de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos, qualificação profissional.
Castro	20	177	17	Manos de 50%	Participa	Festivais gastronômicos, qualificação profissional.
Cerro Azul	5	2	-	Inexistente	Participa	Qualificação profissional.
Colombo	5	374	223	Menos de 50%	Participa	Inexistente
Curitiba	15000	22.744	4.557	Menos de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos e qualificação profissional.
Jaguariaíva	12	91	165	Inexistente	Não participa	Inexistentes
Lapa	7	164	2	Inexistente	Não participa	Inexistentes
Palmeira	12	155	17	Inexistente	Participa	Inexistentes
Pinhais	58	399	209	Abaixo de 50%	Não participa	Festivais gastronômicos.
Piraí do Sul	38	34	-	Acima de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos.
Piraquara	22	83	11	Inexistente	Participa	Selo de qualidade e qualificação profissional.
Ponta Grossa	130	1.475	151	Acima de 50%	Participa	Festivais Gastronômicos, selo de qualidade e participação profissional
Quatro Barras	6	114	28	Inexistente	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos.
Rio Negro	18	82	33	Abaixo de 50%	Não participa	Apoio a abertura de novas empresas.
São José dos Pinhais	70	1.621	2.180	Acima de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas e qualificação profissional.
Sengés	4	30	-	Inexistente	Não participa	Inexistentes
Telêmaco Borba	37	160	47	Abaixo de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, e qualificação profissional
Tibagi	12	56	-	Abaixo de 50%	Participa	Apoio a abertura de novas empresas, festivais gastronômicos e qualificação profissional

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: – Inexistente.

Considerando que os equipamentos de alimentação podem estar voltados ao consumidor local, buscou-se levantar a existência de estabelecimentos que apresentam a capacidade de atendimento ao turista e, portanto, com funcionamento aos finais de semana, cardápios com pratos típicos ou regionais, tenham capacidade para atendimento a grupos, aceitação de cartões, cardápios e atendimento em idioma estrangeiro.

Quadro 25 - Análise do Padrão Turístico da oferta de alimentação

Municípios	Funcionamento em finais de semana e feriados	Cardápios com pratos típicos ou regionais	Capacidade de atendimento a grupos em excursão	Aceitação de cartões	Cardápios em idioma estrangeiro	Funcionário com domínio de língua estrangeira
Almirante Tamandaré	x	x	-	-	-	-
Arapoti	x	x	x	x	-	X
Araucária	x	x	x	x	-	-
Balsa Nova	x	x	x	x	-	-
Campina Grande do Sul	x	x	x	x	-	-
Campo Largo	x	x	x	x	x	-
Campo Magro	x	x	x	x	-	-
Carambeí	x	x	x	x	x	-
Castro	x	x	x	x	-	-
Cerro Azul	x	-	x	-	-	-
Colombo	x	x	x	x	-	-
Curitiba	x	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	-	-	x	-	-
Lapa	x	x	x	x	-	-
Palmeira	x	x	x	x	-	-
Pinhais	x	x	x	x	-	-
Piraí do Sul	x	x	x	x	-	-
Piraquara	x	x	x	x	x	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	-	-
Quatro Barras	x	x	-	x	-	-
Rio Negro	x	x	x	x	-	-
São José dos Pinhais	x	x	x	x	-	-
Sengés	-	-	-	-	-	-
Telêmaco Borba	x	x	x	x	-	-
Tibagi	x	x	x	x	-	-

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Análise da oferta de equipamentos e serviços de transporte turístico na Área Turística

Em relação aos transportes, os serviços regulares rodoviários eram operados por 41 empresas em abril de 2010, as quais possuíam uma frota de 1.840 veículos cadastrados no DER-PR, com idade média de 7,3 anos, e 508 linhas e serviços em funcionamento.

No período de janeiro a dezembro de 2009 foram realizadas 515.607 viagens rodoviárias, percorridos 91.567.111 Km e transportados 18.211.707 passageiros. A execução dos serviços regulares rodoviários, no período de janeiro a dezembro de 2009, resultou na arrecadação para o Estado de R\$ 30.605.650,25 de Icms.

Os empresários de transportes turísticos apresentam como principais problemas para a Área Turística, a qualificação da mão de obra e a política fiscal, além do pouco apoio na busca por crédito para novos investimentos. Tais problemas afetam diretamente a oferta de preços competitivos e qualidade nos serviços oferecidos.

Em relação à oferta de transporte turístico, segundo informações dos municípios, há falta desses serviços, que se concentram naqueles municípios já consolidados, como pode ser observado no Quadro 26.

Quadro 26- Empresas de Transporte Turístico dos municípios da Área Turística

Município	Empresas de ônibus - linhas intermunicipais	Locadoras de Automóveis	Número de locadoras de automóveis no Cadastur	Número de transportadoras turísticas no Cadastur	Serviço de táxi	Transporte público próximo aos atrativos	Ônibus de turismo
Almirante Tamandaré	3	-	-	1	x	x	-
Arapoti	5	-	-	1	-	-	-
Araucária	6	5	-	6	x	x	x
Balsa Nova	1	-	-	-	-	-	-
Campina Grande do Sul	1	-	-	2	-	-	-
Campo Largo	1	1	-	8	x	-	-
Campo Magro	2	-	-	-	-	-	-
Carambeí	2	-	-	5	x	-	-
Castro	20	-	-	3	x	-	-
Cerro Azul	2	-	-	-	x	-	-
Colombo	2	-	-	4	x	-	-
Curitiba	35	42	1	118	x	x	x
Jaguariaíva	6	1	-	1	x	-	-
Lapa	1	-	-	7	x	-	-
Palmeira	3	-	-	-	x	-	-
Pinhais	3	1	-	8	x	-	x
Piraí do Sul	5	-	-	1	x	-	-
Piraquara	3	-	-	2	x	-	-
Ponta Grossa	20	3	-	30	x	-	-
Quatro Barras	1	1	-	2	x	-	-
Rio Negro	3	-	-	2	x	x	-
São José dos Pinhais	NI	6	-	14	x	-	x
Sengés	6	-	-	-	-	-	-
Telêmaco Borba	10	-	-	5	x	-	-
Tibagi	4	-	-	-	x	-	-

Fonte: FAUEPG, 2010; Cadastur, 2011.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Não há informações referentes ao número de empregos gerados pela atividade de transporte turístico. Observa-se discrepância entre o número de locadoras de automóveis informados pelos municípios e o número destes estabelecimentos no Cadastur. Pode-se inferir que o número de transportadoras turísticas na Área Turística seja muito maior do que informa o Cadastur.

Análise da oferta de equipamentos e serviços de Agências de Viagens e Turismo na Área Turística

Em relação ao serviço de agenciamento turístico, a Área Turística demonstrou pouca capacidade de articular os serviços denominados de receptivo turístico, ou seja, agências de

viagens e turismo ou operadores que formatem, operem e agenciem pacotes e serviços turísticos para os turistas que demandam a Área Turística.

O Quadro 27 mostra a existência das agências de viagens, número de empregos gerados, valor agregado à atividade, oferta de passeios na Área Turística e disponibilização de guias e condutores de turismo. As avaliações apresentadas quanto a valor agregado à atividade, oferta de passeios na Área Turística e disponibilização de guias e condutores de turismo foram feitas pelos municípios.

O item valor agregado à atividade representa a capacidade das agências em realizar atendimento ao turismo receptivo, disponibilizando serviços específicos aos turistas em seus municípios, como oferta de city tour, atendimento em língua estrangeira, serviços de transfer, passeios diversos.

Quadro 27 – Oferta de equipamentos de agências de viagens e turismo nos municípios da Área Turística

Municípios	Número de agências	Número de empregos	Valor agregado à atividade*	Oferta de passeios na Área Turística*	Guias e condutores cadastrados
Almirante Tamandaré	0	-	-	-	1 condutor
Arapoti	0	-	-	-	-
Araucária	2	8	insuficiente	insuficiente	1 guia 1 condutor
Balsa Nova	0	-	-	-	1 condutor
Campina Grande do Sul	0	-	-	-	25 condutores
Campo Largo	4	1	inexistente	inexistente	-
Campo Magro	0	-	-	-	-
Carambeí	0	-	-	-	3 condutores
Castro	5	11	insuficiente	insuficiente	12 guias 5 condutores
Cerro Azul	0	-	-	-	2 guias
Colombo	4	16	inexistente	inexistente	5 guias
Curitiba	429	1.549	insuficiente	insuficiente	207 guias
Jaguariaíva	2	-	inexistente	insuficiente	1 condutor local
Lapa	1	-	inexistente	insuficiente	6 guias 4 condutores
Palmeira	2	-	insuficiente	insuficiente	1 condutor
Pinhais	6	1	inexistente	inexistente	7 condutores
Piraí do Sul	0	-	-	-	1 guia 5 condutores
Piraquara	3	-	insuficiente	insuficiente	4 guias 3 condutores
Ponta Grossa	14	44	insuficiente	suficiente	3 guias 6 condutores
Quatro Barras	0	-	-	-	-
Rio Negro	2	3	insuficiente	insuficiente	2 condutores
São José dos Pinhais	18	62	insuficiente	suficiente	1 guia 1 condutor
Sengés	0	-	-	-	2 condutores
Telêmaco Borba	1	7	insuficiente	insuficiente	4 guias 4 condutores
Tibagi	4	1	insuficiente	insuficiente	2 guias 5 condutores

Fonte: FAUEPG, 2011; Cadastur, 2011

*Avaliação do gestor.

Nota: - Não se aplica.

De acordo com o Quadro 27, Curitiba apresenta um número maior de agências de viagem e turismo em relação aos demais municípios da Área Turística, o que reforça seu papel de centro turístico regional. Cabe salientar que embora apresente algumas centenas de

agências de turismo; essas trabalham preponderantemente com serviços de emissão de passagens e serviços de emissivo. Algumas destas empresas prestam serviços exclusivos para empresas, denominados “conta corrente” e outras são escritórios de representação ou franquias de grandes corporações.

Ainda em Curitiba, sete operadoras e agências de turismo formam o Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba, uma iniciativa importante para ampliar a oferta de serviços, agregando valor aos serviços que são realizados de forma integrada, tanto no esforço promocional e comercial, como na abrangência de serviços.

É importante que os gestores da Área Turística fortaleçam e estimulem os serviços de receptivo para que adotem estratégias comerciais adequadas à competitividade de mercado.

Análise da oferta da estrutura de eventos na Área Turística

Para a análise sobre a estrutura de eventos, uma vez que não há inventário completo, os levantamentos basearam-se nas informações disponibilizadas pelos municípios.

Curitiba, Pinhais e Ponta Grossa possuem quantidade e diversidade de equipamentos, bem como fluxo turístico para eventos. A Lapa possui diversidade de equipamentos, no entanto não apresenta fluxo significativo no segmento de eventos e negócios.

Quadro 28 – Oferta de equipamentos de eventos nos municípios da Área Turística

Municípios	Centro de convenções	Centro de eventos	Centro de eventos em hotel	Centro de exposições	Auditório	Restaurante	Teatro
Almirante Tamandaré	-	-	-	-	-	x	-
Arapoti	-	-	-	x	x	x	-
Araucária	-	-	x	-	x	x	x
Balsa Nova	-	x	x	-	-	x	-
Campina Grande do Sul	-	x	-	-	-	x	x
Campo Largo	-	-	x	-	x	-	-
Campo Magro	-	x	-	x	x	x	-
Carambeí	-	-	x	x	x	x	-
Castro	-	x	x	x	x	-	x
Cerro Azul	-	x	-	-	-	x	-
Colombo	-	x	x	-	x	x	-
Curitiba	x	x	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	x	x	x	-	-	-
Lapa	-	x	x	x	x	x	x
Palmeira	-	-	-	x	-	x	x
Pinhais	x	x	x	x	x	x	-
Piraí do Sul	-	-	-	-	x	x	-
Piraquara	-	x	-	-	x	x	-
Ponta Grossa	-	x	x	x	x	x	x
Quatro Barras	-	x	x	-	x	x	-
Rio Negro	-	-	-	-	x	x	x
São José dos Pinhais	-	-	-	-	x	x	x
Sengés	-	-	-	-	-	-	-
Telêmaco Borba	-	x	x	x	x	x	x
Tibagi	-	x	x	-	x	x	x
	2	15	14	11	18	21	11

Fonte: Cadastur, 2011

Nota: x Existente.

- Inexistente.

O Quadro 29 mostra que a integração da cadeia produtiva do turismo está bastante consolidada. O segmento de negócios e eventos na Área Turística está consolidado nos polos industriais e comerciais, sendo uma consequência da demanda de empresas e organizações nas atividades de negócios, encontros técnicos, feiras e exposições.

Quadro 29 – Principais equipamentos de eventos nos municípios da Área Turística 2010

Município/Espaço	N.º de equipamentos	Capacidade total	Área total de exposições (m ²)
Curitiba	13	80.905	27.338
Castelo do Batel Eventos		1.586	1.000
Centro de Convenções Curitiba		3.359	2.330
Centro de Eventos do Sistema FIEP		1.430	3.374
Estação Convention Center		1.500	2.000
Expo Unimed - Universidade Positivo		2.000	NI
Marumbi Expo Center		NI	6.400
Memorial de Curitiba		744	2.000
Ópera de Arame		1.604	NI
Paraná Clube		2.500	1.034
Pavilhão de Exposições Parque Barigui		NI	8.500
Villa Batel Espaço de Eventos		850	NI
Estádio Joaquim Américo Guimarães(Arena)		25.000	NA
Estádio Couto Pereira		37.182	NA
Campo Magro	1	400	60.000
Chácara Minas D'Água		400	60.000
Colombo	1	800	NI
Associação Banestado - sede campestre		800	NI
Pinhais	1	12.180	23.000
Expotrade Convention e Exhibition Center		12.180	23.000
São José dos Pinhais	4	1.355	NI
Calu Recepções		300	NI
Clube Aliança		300	NI
Hotel Paraná Golf		505	NI
Las Palmas Golf e Country Club		250	NI
Ponta Grossa	5	13.163	3.000
Centro de Convenções Bristol Vila Velha Hotel		1.080	NI
Centro de Convenções Palladium		2.500	NI
Centro de Eventos		8.000	3.000
Cine Teatro Pax UEPG		650	NI
Cine Teatro Ópera		933	NI

Fonte: Calendário Oficial de Eventos do Paraná, 2010.

Nota: NI – não informado.

NA – não se aplica.

Análise da oferta de equipamentos de atendimento ao turista na Área Turística

A análise da oferta de equipamentos de atendimento ao turista nos municípios da Área Turística revelou que 60% deles possuem, pelo menos, uma estrutura para este fim. As cidades pólo ou centros de distribuição possuem mais de uma estrutura. Cerca de 24% dos equipamentos oferecem atendimento em outras línguas e 40% disponibilizam passeios aos visitantes. A maioria dos equipamentos, 56% disponibilizam material promocional sobre os atrativos existentes, conforme apresentado no Quadro 30:

Quadro 30- Oferta de equipamentos de Centros de Atendimento ao Turista na Área Turística

Municípios	Quantidade	Localização	Capacidade de atendimento em língua estrangeira	Facilidades aos turistas
Almirante Tamandaré	0	-	-	-
Arapoti	0	-	-	-
Araucária	1	Portal de acesso	Inglês/espanhol	Passeios,material.
Balsa Nova	1	Portal de acesso	Inexistente	Material promocional
Campina Grande do Sul	0	-	-	-
Campo Largo	0	-	-	-
Campo Magro	1	Portal de acesso	Inexistente	Passeios,material promocional.
Carambeí	0	-	-	-
Castro	1	Rodovia PR 151	Inexistente	Passeio e material promocional
Cerro Azul	1	Centro	Inexistente	Passeios e material promocional.
Colombo	1	Centro	Inexistente	Material promocional.
Curitiba	5	Aeroporto, Rodoferroviária e principais atrativos.	Inglês/espanhol	Passeios e material promocional.
Jaguariaíva	0	-	-	-
Lapa	1	Centro	Espanhol	Passeios.
Palmeira	0	-	-	-
Pinhais	0	-	-	-
Piraí do Sul	0	-	-	-
Piraquara	1	Centro	Inglês/espanhol	Passeios e material promocional.
Ponta Grossa	3	Rodoviária e Centro	Inglês/espanhol	Material promocional
Quatro Barras	1	Centro	Inexistente	Material promocional
Rio Negro	1	Principal atrativo	Inexistente	Material promocional
São José dos Pinhais	2	Aeroporto e centro	Inglês/espanhol	Passeios e material promocional
Sengés	0	-	-	-
Telêmaco Borba	1	Centro	Inexistente	Passeio e material promocional
Tibagi	1	Portal de acesso	Inglês/espanhol	Passeio e material promocional

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: – Inexistente.

- **Sistemas de promoção e comercialização**

A Área Turística foi avaliada seguindo critérios objetivos semelhantes aos adotados nas análises do Plano Cores (MTur). Além destes critérios, foi também levada em consideração uma metodologia semelhante, desenvolvida no projeto Rota dos Tropeiros no ano de 2001, para a definição dos municípios que participariam daquele roteiro regional.

Foram considerados os critérios de potencialidade (atratividade para o turismo potencial) e mercado turístico (atratividade para o turismo real), para os quais foram atribuídos critérios objetivos, que permitiram a análise dos 25 municípios da Área Turística. Para melhor compreensão, detalham-se os critérios adotados:

- a) análise da potencialidade ou atratividade para o turismo potencial dos municípios pertencentes à Área Turística; e
- b) análise do mercado turístico dos municípios, levando-se em consideração a atratividade para o turismo real que ocorre no município, conforme sua participação nos produtos turísticos comercializados ou seu posicionamento na intenção de viagem dos turistas reais ou potenciais.

A partir dos critérios de avaliação, foi atribuída uma pontuação a cada município a partir dos cinco indicadores do mercado potencial e real, em uma matriz integral, levando-se em consideração metodologia previamente desenvolvida e testada aleatoriamente em cinco municípios.

Com os resultados da matriz, foi realizada uma reunião da equipe técnica para nivelamento dos critérios subjetivos; a partir desse evento a matriz foi aplicada nos 25 municípios da Área Turística, em oficinas de meio período (quatro horas), nas quais foi possível, inclusive, debater os resultados através de argumentação técnica, determinando as notas atribuídas para cada item analisado.

Essas oficinas oportunizaram a criação de uma matriz, com as médias de cada avaliação individual, que geraram uma pontuação para cada município em cada indicador. Por fim, na última coluna é apresentada a média de cada município, a partir de cada indicador.

Importante ressaltar que essa primeira avaliação apresentada, embora objetiva, avalia apenas alguns aspectos dos municípios, tais como atratividade e oferta turística relativa a partir da potencialidade, não levando em consideração a disponibilização de infraestrutura, serviços e outros atributos necessários à ocorrência do turismo como fenômeno social e ambiental e atividade econômica.

Na análise da Tabela 19, a capital do Estado confirma-se como polo indutor do turismo na região, uma vez que alcançou uma pontuação média igual a 4,47 de um total de 5,00 pontos possíveis. Cabe salientar que a menor pontuação foi 1,00 e a média dentre todos os municípios avaliados foi de 2,38 pontos.

Tabela 19 - Avaliação dos Municípios da Área Turística pela Atratividade - Plano Cores

Município	Itens avaliados					Média
	Singularidade	Valor Intrínseco	Caráter Paranaense	Notoriedade	Concentração da Oferta	
Curitiba	3,67	4,00	4,67	5,00	5,00	4,47
Ponta Grossa	4,00	4,00	4,00	4,33	4,00	4,07
Tibagi	4,00	3,33	4,00	4,00	2,67	3,60
Lapa	4,00	3,00	4,33	3,67	2,33	3,47
Quatro Barras	3,33	3,33	4,00	3,00	2,00	3,13
Piraquara	3,33	3,33	4,00	3,33	1,33	3,07
Castro	2,33	3,00	3,00	3,00	3,33	2,93
Telêmaco Borba	3,00	3,00	2,67	2,67	3,00	2,87
Jaguariaíva	3,00	2,67	3,33	2,00	2,33	2,67
Rio Negro	3,00	2,67	2,33	3,00	2,00	2,60
São José dos Pinhais	2,00	2,00	2,00	2,67	4,00	2,53
Campo Largo	2,33	2,00	2,67	2,67	2,33	2,40
Campina Grande do Sul	3,00	2,67	3,00	1,67	1,00	2,27
Balsa Nova	2,33	1,67	2,67	2,67	2,00	2,27
Pinhais	2,33	1,00	1,67	3,00	2,33	2,07
Palmeira	2,33	1,67	2,00	2,67	1,33	2,00
Piraí do Sul	2,33	1,67	2,00	2,33	1,33	1,93
Araucária	2,67	1,00	1,33	2,33	2,00	1,87
Carambeí	1,67	2,00	2,00	2,00	1,33	1,80
Colombo	1,33	1,00	1,67	2,00	2,33	1,67
Cerro Azul	2,00	1,33	2,00	1,00	1,00	1,47
Campo Magro	2,00	1,00	1,00	1,00	1,33	1,27
Sengés	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,20
Almirante Tamandaré	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Arapoti	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Fonte: FAUEPG, 2010

Em relação à concentração da oferta, além de Curitiba, percebe-se dois importantes centros urbanos, Ponta Grossa e São José dos Pinhais, que por suas características tornam-se importantes centros de distribuição de fluxos regionais. No entanto, quando comparados os indicadores de valor real, ou seja, notoriedade e concentração da oferta, percebe-se que os municípios em geral apresentam maior notoriedade do que oferta turística, o que significa que possuem atrativos turísticos significativos, mas que não possuem maturidade nos processos de marketing, sobretudo na comercialização dos produtos turísticos e há deficiência na formatação e operação de roteiros ou produtos turísticos.

Fato interessante são alguns municípios que apresentaram uma oferta mais consolidada que o seu posicionamento no mercado, ou seja, atingiram maior pontuação na concentração da oferta turística. Tais municípios apresentam dificuldades em consolidar produtos turísticos competitivos pelo fato de sua imagem turística ainda não apresentar notoriedade no mercado, como alguns atributos significativos, tais como monumentos, edifícios ou características arquitetônicas relevantes ou empreendimentos turísticos de porte internacional. São eles São José dos Pinhais, Castro, Telêmaco Borba, Colombo, Jaguariaíva e Campo Magro.

Quando se analisa a potencialidade turística dos municípios, percebe-se que o caráter paranaense apresenta grande interferência na potencialidade dos municípios; aqueles que apresentaram maior pontuação neste indicador, são, em geral, os que apresentam maior singularidade, seja nos aspectos naturais, como o Pico Paraná no município de Campina Grande do Sul, ou o tropeirismo em Castro e Balsa Nova, o Cânion do Guartelá em Tibagi ou ainda a Lapa com o centro histórico.

Portanto, a hierarquização destes municípios em relação a sua atratividade está vinculada a sua capacidade de transformar seus diferenciais da caracterização paranaense em produtos turísticos notáveis pelo mercado turístico.

A capacidade de se estruturar e de se organizar as atividades para prover um valor único para os consumidores do destino é que permitirá que os municípios com maior atratividade venham a ocupar espaço no concorrido mercado turístico. A estratégia para alcançar tais vantagens competitivas deverá ser representada, primeiramente, em políticas públicas claras e objetivas acerca do tema de turismo; da união dos esforços do poder público, iniciativa privada e do terceiro setor para o desenvolvimento e consolidação do turismo em cada município, dado os diferentes níveis de desenvolvimento da atividade na Área Turística; em terceiro lugar pelo uso de novas tecnologias como por exemplo, as mídias sociais. Logicamente, a consequência da implantação de tais estratégias para o turismo será a atração de investimentos e a geração de riqueza, o que por sua vez torna os municípios mais competitivos.

De forma geral os sistemas de promoção e comercialização da oferta turística ainda são dependentes das ações da SETU, ou são realizadas pelas empresas de maior porte, que possuem, sobretudo, condições financeiras e técnicas para realizar a promoção individual e implantam sistemas de comercialização utilizando-se de ferramentas como sites e sistemas de reservas.

Na maioria das empresas (micro e pequenas) os sistemas de comercialização são manuais e tradicionais, usando tecnologias como *e-mail* e *fax*. Há uso insuficiente de mídias sociais e incorporação de novas tecnologias como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos.

- **Grau de integração da oferta e cadeia de valor turística na Área Turística**

- a) **Potencialidades do turismo na Área Turística**

As potencialidades no turismo são representadas por um conjunto de recursos que podem se converter em atrativos turísticos. É importante destacar que a constatação das potencialidades da Área Turística, por sua extensão e conteúdos diversos – não é um processo que tenha relação direta com propostas de marketing.

Ao se determinar as potencialidades, não se faz mais do que identificar os recursos que, posteriormente, podem ou não se converter em atrativos turísticos. Mesmo chegando à fase de atrativos turísticos, há todo um processo de articulação do próprio atrativo e de seu entorno territorial para chegar a produto e consequente processo mercadológico.

- b) **Eixos básicos das potencialidades da Área Turística**

A análise sobre os principais temas ou atrativos que podem ser explorados pela Área Turística não é simples visão geográfica ou de produtos, e sim a intenção de dar uma visão ampla de suas potencialidades. Com uma visão específica para a Área Turística, além das evidentes potencialidades de negócios e eventos (Curitiba, São José dos Pinhais e Araucária) e de natureza (municípios da escarpa devoniana e serra do mar), os municípios apresentam rico enredo cultural e histórico, que são nichos potenciais de mercado a serem explorados.

As cidades também articulam o território a partir do seu núcleo central até um entorno periférico, cuja dimensão depende do volume da cidade e de sua importância econômica. As potencialidades dos eixos das cidades são plantadas em uma dupla perspectiva simbiótica: a perspectiva do entorno periférico da cidade, que enriquece a oferta global dessa; e a perspectiva do entorno como destino turístico dos habitantes da área urbana. Em primeiro lugar o produto turístico final da cidade não é resultado tão somente de suas potencialidades urbanas, mas também das potencialidades de seu entorno próximo. Em segundo lugar, percebe-se a potencialidade do entorno metropolitano como destino de viagens de curta duração para seus habitantes. Isso vem comprovar a necessidade de integração e dinamização do fluxo turístico, tanto em relação aos seus municípios, num processo de excursão intraturística, quanto da troca de fluxos ou de movimentos pendulares com outras regiões turísticas do Paraná e dos Estados próximos.

Dentro da Área Turística, são exemplos deste caso a ligação entre Telêmaco Borba, Tibagi e Castro, de Quatro Barras e Morretes, ou ainda de Piraí do Sul e Jaguariaíva, considerando também o entorno metropolitano de Curitiba e de Ponta Grossa.

As cidades são, estatisticamente, os atrativos mais importantes tanto para o turismo internacional como para o doméstico. Ainda assim, suas potencialidades são maiores que os usos reais que o turista faz delas, como se mostrou nas análises da notoriedade e da concentração da oferta. Dessa forma, há que se levar em conta que a cidade, nos modelos turísticos mais convencionais, tende a atrair o turista para suas áreas mais centrais ou consolidadas, esquecendo, por exemplo, a enorme possibilidade de diversificação e complementaridade oferecida pelo entorno rural da mesma cidade ou de suas cidades vizinhas, como é o caso de Curitiba em relação à Colombo, Balsa Nova, Campo Largo, Almirante Tamandaré, Araucária e São José dos Pinhais.

Dessa forma, é fundamental a articulação das cidades da Área Turística com produtos localizados em seu entorno para dar dimensão turística ao destino, como acontece, por exemplo, com o turismo no Rio de Janeiro, articulado com a região serrana e as praias, tanto ao norte quanto ao sul da cidade. Essa capacidade de articulação das instâncias regionais é ainda incipiente na área, sobretudo na integração dos aspectos culturais,

especificamente no Turismo Rural, que demonstra força inter-regional, uma vez que praticamente todos os municípios demonstram potencial para esse segmento. Essa abordagem da articulação das instâncias de governança será melhor tratada na análise do quadro institucional.

Roteiros Turísticos

Os roteiros turísticos informados pelos municípios e analisados no PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais são detalhados no Quadro 31 e apresentam uma realidade distante em relação ao mercado, uma vez que 52% não apresentaram sistemas de comercialização, 36% não estão integrados, dificultando o posicionamento de mercado da Área Turística e 44% não apresentaram ferramentas de promoção adequadas.

Quadro 31- Roteiros turísticos nos municípios da Área Turística*

Município	Roteiros	Roteiros Regionais Comercializados	Roteiros Locais Comercializados	Roteiros implantados, sem comercialização	Roteiros em processo de implantação	Roteiros Potenciais
Almirante Tamandaré	Caminhos da Natureza	-	-	x	x	x
Arapoti	Linha Verde	-	-	-	x	x
Araucária	Caminhos do Guajuvira	-	x	x	x	x
Balsa Nova	Rota dos Tropeiros	-	-	-	-	x
Campina Grande do Sul	Inexistente	-	-	-	-	-
Campo Largo	Rota da Louça, Turismo rural das colônias polonesas.	x	x	x	x	x
Campo Magro	Verde que te Quero Verde, Turismo rural das colônias polonesas.	x	x	x	x	x
Carambeí	Roteiro dos Imigrantes	x	x	x	x	x
Castro	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x
Cerro Azul	inexistente	-	-	-	-	-
Colombo	Circuito Italiano	-	-	x	x	x
Curitiba	Linha Turismo	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	Rota dos Tropeiros	-	-	x	x	x
Lapa	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x
Palmeira	Rota dos Tropeiros, Roteiro dos Imigrantes, Eslavo Germânica	x	x	-	x	x
Pinhais	Estrada Ecológica	-	x	x	x	x
Piraí do Sul	Rota dos Tropeiros	-	-	x	x	x
Piraquara	Caminho Trentino	x	x	x	x	x
Ponta Grossa	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x
Quatro Barras	Caminhos Históricos da Serra (Itupava)	x	x	x	x	x
Rio Negro	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	Caminho do Vinho	x	x	x	x	x
Sengés	Rota dos Tropeiros	-	-	x	x	x
Telêmaco Borba	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x
Tibagi	Rota dos Tropeiros	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

* Foi utilizado como referência para análise o Roteiro Turístico de maior destaque no município que possui mais de um roteiro.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Conclui-se que a Área Turística apresenta dificuldades em consolidar os roteiros locais e os roteiros regionais, tanto nos aspectos de marketing, como na integração e estruturação dos mesmos. Em especial a Rota dos Tropeiros já mais consolidada, e a Rotas do Pinhão,

citada por vários municípios, apresentam dificuldades de avançar na integração de seus produtos, mesmo com inúmeras ações realizadas pelo Governo do Estado, municípios e outros organismos.

Alguns atrativos e seus segmentos despertaram o interesse de agentes e operadores de turismo para composição de roteiros integrados entre os municípios da Área Turística, de outras regiões do estado e também países vizinhos. Atualmente somente a Região Rotas do Pinhão dispõe de 49 roteiros, sendo 73,5% ligados ao ecoturismo, 63,3% ligados ao turismo cultural e 46,9% ligados ao turismo náutico. A Região dos Campos Gerais dispõe de 11 roteiros formatados e concentrados da seguinte maneira: 81,8% atendendo ao segmento de turismo cultural, 72,7% ligado ao turismo rural e ecoturismo, 27,3% no segmento de turismo de aventura, 18,2% turismo náutico e 9,1% dentro do turismo de lazer, sol e praia.

Sinalização turística

Considerando que a sinalização turística é uma importante ferramenta de integração regional, foram analisadas as ações de sinalização na Área Turística, uma vez que a ausência de sinalização turística nas rodovias pode representar um entrave ao deslocamento. Das rodovias concessionadas pesquisadas para elaboração do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, as que apresentam boa sinalização de trânsito, ainda carecem de um sistema adequado de sinalização turística, que contemple os roteiros municipais e intermunicipais, os destinos indutores e, sobretudo, as regiões turísticas do Estado.

Percebe-se que ainda não há uma integração entre as ações de sinalização promovidas pelas concessionárias de rodovias e o Programa de Regionalização do Turismo além de outras políticas públicas do setor. Embora o Governo do Estado tenha definido dez regiões turísticas no Paraná através de políticas públicas e, em especial, as duas da Área Turística, não se verificou a espacialização de corredores turísticos e a existência de um sistema de informação turística adequado à divulgação dessas regiões.

O Quadro 32 apresenta um resumo da sinalização viária e turística encontrada nas rodovias da Área Turística.

Quadro 32 - Análise da Sinalização Turística nas Rodovias da Área Turística

Rodovia	Administração	Trecho	Sinalização	
			Viária	Turística
BR 376	Concessionada	Curitiba - São José dos Pinhais	Ótimo	Ruim
BR116	Concessionada	Rio Negro - Campina Grande do Sul	Ótimo	Ruim
BR153	DNIT	Ponta Grossa - Tibagi	Regular	Ruim
BR277	Concessionada	Curitiba - São José dos Pinhais	Ótimo	Regular
BR376	Concessionada	Curitiba - Ponta Grossa	Ótimo	Regular
BR476	DNIT	São José dos Pinhais - Quatro Barras	Regular	Ruim
PR090	DER	Campo Largo - Campo Magro	Bom	Ruim
PR092	DER	Curitiba - Almirante Tamandaré	Regular	Ruim
PR151	Concessionada	Ponta Grossa - Castro	Ótimo	Regular
PR160	DER	Ponta Grossa - Telêmaco Borba	Regular	Regular
PR410	DER	Quatro Barras - Morretes	Bom	Ruim
PR418	DER	Contorno Curitiba	Bom	Ruim
PR423	DER	Campo Largo - Araucária	Regular	Ruim
PR427	DER	Rio Negro - Lapa	Regular	Ruim
BR476	Concessionada	Curitiba - Lapa	Bom	Ruim

Fonte: FAUEPG, 2010.

Caracterização da Área Turística quanto ao perfil da Oferta Turística

Foi necessária uma avaliação da dinâmica social, política e administrativa da Área Turística, uma vez que a integração dos municípios se dá pela interferência econômica, administrativa, social e política exercida por um município ou mais sobre o seu entorno, a partir de uma análise específica do espaço turístico da Área Turística.

O espaço turístico regional pode ser representado da seguinte forma.

- a) **Centro Turístico:** formado por municípios que apresentam características de interferência clara no processo indutor regional, com influência representativa na oferta regional de serviços e produtos turísticos e na demanda turística regional; apresenta como principal característica o movimento pendular dos fluxos turísticos entre o polo e a região de entorno.
- b) **Centros de Distribuição:** formados por municípios que apresentam boa malha viária e terminais de passageiros (aéreo, rodoviário etc.) com itinerários diversificados e que, por esta característica, complementam a oferta regional proporcionando a acessibilidade interregional, dinamizando-se nos três tipos de viagens.
- c) **Centros de Excursão:** formados por municípios que apresentam um considerável agrupamento de atrativos turísticos, mas que, por não terem estrutura adequada, são demandados em curtos períodos, normalmente não superior a oito horas, dinamizando-se entre as excursões e as viagens rotineiras.
- d) **Centros de Apoio:** formados por municípios que apresentam adequada estrutura de apoio turístico, tais como comércio, serviços bancários, serviços de apoio logístico, indústrias e outras empresas fornecedoras, dinamizando-se entre as excursões e as viagens rotineiras.
- e) **Centros de Relevância Complementar:** formados por municípios que apresentam características de complementação a outros destinos, servindo como passagem rodoviária, ou apresentando uma oferta reduzida de atrativos turísticos, preponderantemente naturais, dinamizando-se prioritariamente para excursões.

O Quadro 33 apresenta a caracterização dos municípios da Área Turística de acordo com as diferentes categorias de espaços turísticos.

Quadro 33 - Distribuição dos municípios da Área Turística por características específicas

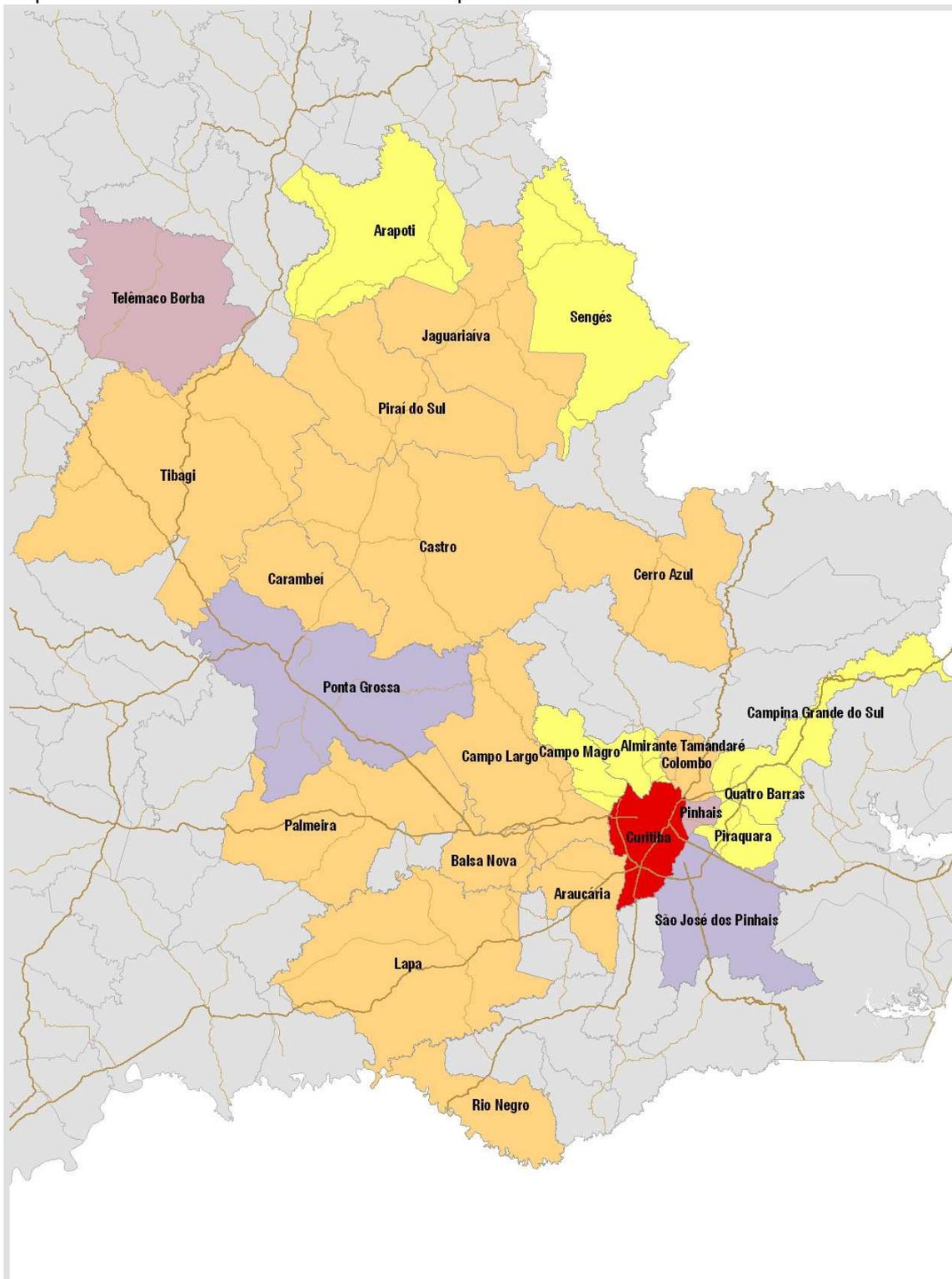
Centro Turístico	Centros de Distribuição	Centros de Excursão	Centros de Apoio	Centros de Relevância Complementar
Curitiba	Ponta Grossa São José dos Pinhais	Araucária Balsa Nova Campo Largo Carambeí Castro Cerro Azul Colombo Jaguariaíva Lapa Palmeira Piraí do Sul Rio Negro Quatro Barras Tibagi	Pinhais Telêmaco Borba	Almirante Tamandaré Arapoti Campina Grande do Sul Campo Magro Piraquara Sengés

Fonte: FAUEPG, 2010.

O Mapa 4 espacializa as informações do Quadro 33 e evidencia as relações intermunicipais e regionais dos municípios que compõem o território onde está localizada a Área Turística.

Pode-se perceber que, naturalmente, estão se criando corredores turísticos similares aos acessos rodoviários, reforçando a tese da necessidade de melhor estruturação turística desses corredores, de modo a fomentar a integração entre os atrativos, os principais polos e centros de distribuição.

Mapa 4 - Características turísticas dos municípios



PDITS - PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL
CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS



LEGENDA

- Pólo turístico
- Centro de excursão
- Centro de relevância complementar
- Centro de apoio
- Centro de distribuição

CONVENÇÕES

- Municípios
 - Municípios PDITS
 - Rodovia Federal
 - Rodovia Estadual
- ESCALA 1:1.500.000

ÁREA TURÍSTICA

FONTE: OS AUTORES, 2011.
 BASE CARTOGRÁFICA: PARANACIDADE, DER-PR 2008.

**CARACTERÍSTICAS
 TURÍSTICAS DOS
 MUNICÍPIOS**

04

Curitiba é considerada um centro turístico por não apresentar grande dependência em relação aos demais municípios da Área Turística, salvo o Aeroporto Internacional Afonso Pena, que se localiza na cidade de São José dos Pinhais. Curitiba apresenta, no entanto, uma demanda de intervenções urbanas em relação ao trânsito, e além disso, os aspectos de qualificação profissional e profissionalização dos empresários também mostraram ser um desafio na capital.

Os municípios enquadrados como centros de distribuição apresentaram maior demanda na infraestrutura de acesso, como a ampliação da estrutura aeroportuária ampliação do sistema rodoviário e melhoria da sinalização turística.

Os municípios enquadrados como centros de excursão apresentaram demanda de investimentos na estruturação dos atrativos turísticos, incluindo nos esforços e investimentos a qualificação empresarial para a melhoria do sistema de distribuição e comercialização turística.

Os municípios considerados como centros de apoio demandam investimentos na estrutura viária interna, além de sinalização turística que considere os aspectos regionais, como roteiros integrados etc.

Por fim, os municípios que se enquadram na categoria de centros de relevância complementar são os que mais demandam investimentos em infraestrutura básica, permitindo que se integrem aos municípios vizinhos nos processos de promoção e comercialização do turismo.

Percebe-se a partir da análise realizada que, em relação à oferta da Área Turística, há pouca articulação entre as instâncias de governança e a iniciativa privada para a melhoria do posicionamento competitivo dos produtos turísticos regionais.

Tanto os municípios já citados, quanto os demais municípios da Área Turística não desempenham papel reativo sobre as adversidades, pois não há um plano de ação que permita rápida resposta aos problemas encontrados. Embora as duas regiões turísticas tenham apresentado seus planos estratégicos para o turismo, não se verificou a factibilidade das ações propostas, o que contribui para uma reação lenta sobre situações de competitividade. Para atender a demanda na origem do visitante, o sistema de turismo deve oferecer serviços emissivos, que incluam as condições de transporte e podem se estender para a oferta de traslados locais, hospedagem, atrativos, passeios, compras ou alimentação, dependendo da natureza do turista e da característica do produto turístico.

- **Tipos de investimento turístico**

Percebe-se que a capacidade empresarial dos municípios analisados está mais relacionada ao perfil econômico e demográfico do que ao perfil turístico.

Neste caso, adotou-se como diferencial para os municípios a existência de empresas de grande porte (Quadro 34). Geralmente a diferença é baseada na quantidade de empregados ou faturamento da empresa. O IBGE utiliza como critério de classificação o porte das empresas¹⁴

¹⁴Indústria (Micro: com até 19 empregados, Pequena: de 20 a 99 empregados, Média: 100 a 499 empregados, Grande: mais de 500 empregados)

Quadro 34 – Capacidade empresarial nos municípios da Área Turística 2010

Município	Locadoras de veículos	Hotéis	Restaurantes	Existência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias*.	Grupos nacionais ou internacionais de turismo
Almirante Tamandaré	-	-	-	x	-
Arapoti	-	-	-	x	-
Araucária	-	-	-	x	x
Balsa Nova	-	-	-	x	-
Campina Grande do Sul	-	-	-	x	-
Campo Largo	x	x	-	x	-
Campo Magro	-	-	-	x	-
Carambeí	-	-	-	x	-
Castro	-	-	-	x	-
Cerro Azul	-	-	-	-	-
Colombo	-	-	-	x	-
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	-	-	x	-
Lapa	-	-	-	x	-
Palmeira	-	-	-	x	-
Pinhais	-	x	x	x	x
Piraí do Sul	-	-	-	x	-
Piraquara	-	-	-	-	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	-	x	-	x	-
Rio Negro	-	-	-	x	-
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	-	-	-	-	-
Telêmaco Borba	-	-	-	x	x
Tibagi	-	-	-	x	-

Fonte: FAUEPG, 2010 sobre dados do Cadastur, 2010

* Empresas de grande porte ou grandes empresa recebem tratamento diferenciado por alguns governos, por possuírem estrutura com maior capacidade de produção.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Dinâmica da economia local

Quanto à dinâmica da economia local, tem-se um cenário bastante homogêneo, com uma quase universalidade em termos de oferta dos serviços analisados. Todavia, vale lembrar que tais serviços são considerados básicos, e sua cobertura, para o contexto do estado do Paraná ou mesmo da Região Sul, não constitui diferencial competitivo.

As atividades econômicas são relevantes para que a área seja competitiva. São consideradas as indústrias com tecnologias capazes de atrair pessoas, a agropecuária, que atrai turistas para a visita a fazendas, para a contemplação ou aprendizado relativo a determinado cultivo de plantas e a criação de animais. Vale destacar algumas colônias de etnias na área turística em estudo, com representatividade na categoria de atrativos e onde já existe fluxo turístico de visitas técnicas nas respectivas cooperativas agropecuárias.

Como atividades econômicas, destacam-se os municípios que apresentam grande quantidade de empresas e que tem importância regional e até nacional, como a cidade de Curitiba com inúmeras empresas que atraem fluxo turístico significativo; a cidade de Telêmaco Borba, com a empresa Klabin, de importância significativa e Pinhais, que iniciou o trabalho de turismo industrial, criando roteiros de visita às fábricas.

Comércio e Serviços (Micro : até 9 empregados, Pequena: de 10 a 49 empregados, Média: de 50 a 99 empregados, Grande: mais de 100 empregados).

- **Análise da necessidade de capacitação de mão de obra para o turismo**

Em termos de qualificação para mão de obra na Área Turística há uma baixa representação das escolas técnicas e dos cursos superiores de turismo, fato mais relacionado à rede hierarquizada de cidades do que às iniciativas locais de desenvolvimento turístico (Quadro 35).

Quadro 35 - Identificação da estrutura para qualificação profissional nos municípios da Área Turística 2010

Município	Escolas técnicas	Curso superior em turismo	Unidade do Sistema S	Oferta de cursos de graduação	Escola de línguas estrangeiras
Almirante Tamandaré	-	-	-	-	-
Arapoti	-	-	-	x	x
Araucária	-	-	x	x	x
Balsa Nova	-	-	x	-	x
Campina Grande do Sul	-	-	-	x	x
Campo Largo	-	-	x	x	x
Campo Magro	-	-	-	-	x
Carambeí	-	-	-	-	x
Castro	x	-	x	x	x
Cerro Azul	-	-	-	x	-
Colombo	-	-	x	x	x
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	-	x	x	x
Lapa	x	-	-	x	x
Palmeira	-	-	-	x	x
Pinhais	x	-	x	x	x
Piraí do Sul	-	-	x	-	x
Piraquara	-	-	-	-	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	-	-	x	-	x
Rio Negro	-	-	x	x	x
São José dos Pinhais	x	-	x	x	x
Sengés	-	-	-	-	-
Telêmaco Borba	-	x	x	x	x
Tibagi	-	-	-	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.
- Inexistente.

Dos 25 municípios da Área Turística, 56% possuem unidades do Sistema S, presente na maioria dos municípios de Curitiba e Região Metropolitana, justamente onde se concentram as grandes indústrias, especialmente, as montadoras de automóveis.

Apenas 24% dos municípios têm escolas técnicas, sendo que nos Campos Gerais, as escolas estão em Ponta Grossa e Castro. Considerando-se a necessidade do aprendizado de outras línguas para os serviços em turismo, constata-se uma oferta considerável de escola de línguas, presentes em 84% dos municípios da Área Turística.

Quanto às ações de capacitação e qualificação de turismo na Área Turística, estas são comumente realizadas pelas entidades de classe de cada segmento turístico, conforme Quadro 36. As prefeituras dos 25 municípios apresentam carência na estrutura física e humana para tais ações. A exceção fica por conta de Curitiba, que possui setor específico de capacitação de seus servidores, Instituto Municipal de Administração Pública – IMAP. No entanto, a oferta de cursos específicos de qualificação para o turismo é escassa.

Quadro 36 – Ações de capacitação por segmento turístico

Entidade	Segmento	Público	Ações de capacitação próprias	Ações de capacitação em parceria	Nível de capacitação
ABIH	Meios de hospedagem	Associados	Não possui ações próprias	Parceria com instituições de ensino e empresas, seus associados têm descontos	Livre (idioma, cursos do Senac e programas do MTur)
Sindotel	Alimentação	Público em geral	Tem calendário próprio de cursos	Participante de programas do governo federal (Olá Turista e Bom de Copa)	Livre
Abrasel	Alimentação	Associados	Programas da entidade nacional (Restaurante Inteligente, Brasil Sabor)	Participante de programas do governo federal (Bem Receber Copa Bares e Restaurantes)	Livre
Abav	Agenciamento	Associados	Tem calendário próprio de cursos	-	Livre (palestras)
Abeoc	Eventos	Associados	Convênio com IES, associados têm inscrição gratuita	-	Livre e de extensão universitária

Fonte: site das entidades, 2011.

Nota: - Inexistente.

A prefeitura de Curitiba, por meio do Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo disponibiliza uma equipe para ministrar um mini-curso sobre “Turismo em Curitiba”, em que apresenta a oferta turística da cidade, os dados estatísticos de turismo e um passeio com a Linha Turismo. Esse curso é ofertado aos profissionais de turismo, mediante solicitação das entidades de classe existentes na capital.

Há ações de qualificação realizadas pela Secretaria de Trabalho e Emprego de Curitiba, dentro do Programa Pró-Jovem do governo federal, com oferta de cursos nas áreas de: organizador de eventos, cummin (auxiliar de garçom), recepcionista de hotéis e guia de turismo local. Não foram identificadas ações de qualificação em convênio com o governo federal nos demais municípios da Área Turística.

As entidades de classe de turismo manifestam que a necessidade de qualificação profissional é constante e difícil de atender. A dificuldade está ligada diretamente à escassez de recursos financeiros, capacidade técnica para ministrar os cursos e uma organização regional para tais ações. Quando uma entidade possui ações de qualificação, estas são setoriais e de abrangência aos municípios em que seus escritórios se localizam, restringindo-se muitas vezes à capital. Para se organizar uma ação de qualificação integrada e regionalizada na Área Turística, deve-se reconhecer as demandas existentes para essa qualificação, que estão apresentadas no Quadro 37.

Quadro 37 – Demandas por qualificação profissional em turismo

Segmento	Demanda atual	Demanda futura
Meio de hospedagem	Recepção, camareira, gestão empresarial, gestão comercial, idioma estrangeiro	Atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.
Alimentação	Manipulação de alimentos, segurança alimentar, elaboração de cardápios, gestão comercial, gestão empresarial, cozinha, auxiliar de cozinha, garçom, idioma estrangeiro.	Decoração de ambiente, atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.
Transporte	Atendimento a clientes, direção defensiva, informações turísticas.	Idioma estrangeiro, atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.
Agências de viagem	Atendimento a clientes, gestão empresarial, gestão de vendas e promoção, elaboração de roteiros regionais e locais, receptivo local, técnicas de negociação, idiomas estrangeiros.	Atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.
Eventos	Gestão empresarial, gestão de logística, cerimonial, trabalho em equipe.	Organização de eventos esportivos, culturais e artísticos, captação de recursos por leis de incentivo, atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.
Atendimento ao turista	Atendimento ao turista, informações turísticas, primeiros-socorros, artesanato, gestão comercial, formação de condutores de turismo, formação de guias de turismo.	Formação de condutor de turismo de aventura (trekking, montanhismo, rafting, escala/rapel, voo livre, paraquedismo), resgate em áreas remotas, informações sobre patrimônio cultural, primeiros socorros avançado, e-commerce, produção de lembranças, redes sociais, marketing digital, design para artesanatos, atendimento ao turista com mobilidade reduzida (Braille e Libras), técnicas avançadas de negociação, gestão sustentável do empreendimento.

Fonte: FAUEPG, 2011

- **Existência de sistemas de certificação de qualidade da oferta turística**

A sociedade atribui importância cada vez maior à sustentabilidade da atividade turística, o que demanda a implementação de diversas medidas de racionalização no uso de recursos, dentre as quais, programas de certificação, com parâmetros ambientais, sociais e econômicos.

Dentre as vantagens dos programas de Certificação em Turismo, atualmente disponibilizados no Brasil, podemos citar:

- a) melhoria da imagem corporativa perante a opinião pública;
- b) melhoria da posição competitiva frente aos concorrentes não certificados;
- c) otimização dos processos tecnológicos e operacionais das empresas de turismo;
- d) diminuição do consumo, tais como energia, matérias-primas e recursos naturais;
- e) minimização do impacto ambiental das atividades da empresa no meio ambiente e comunidade de entorno;
- f) acesso a determinados mercados em que a certificação ambiental é obrigatória;
- g) melhoria da organização interna da empresa e de seus funcionários;
- h) aumento da motivação e envolvimento dos colaboradores internos, inclusive multiplicando os ensinamentos na comunidade.

No entanto, como a Área Turística apresenta-se com um grande número de micro e pequenas empresas de turismo, existem algumas dificuldades de implementação da certificação, embora já tenham havido inúmeras tentativas, sobretudo do Programa Bem Receber (MTur), com uma empresa capacitada em Tibagi, e o Programa de Certificação em turismo de aventura, com inúmeras empresas capacitadas na região de Curitiba e Tibagi.

Dentre as dificuldades para a certificação, podemos incluir:

- a) cumprimento dos requisitos legais e operacionais;
- b) sensibilização (empresários, gerentes e funcionários) e formação interna (auditores internos e técnicos de certificação) para a necessidade de alterar hábitos (desde a gestão da direção às bases da organização);
- c) questões que não dependem das próprias empresas: formalização e celeridade dos licenciamentos;
- d) estrutura e custos operacionais para a certificação.

Ou seja, sem o adequado apoio do governo, com subsídios para os custos de certificação, dificilmente as micro e pequenas empresas poderão conquistar a certificação e, caso consigam, manter os padrões adequados a validação da certificação, devido aos custos operacionais e a estrutura necessária para a organização dos processos de certificação.

Dessa forma o SEBRAE em conjunto com o Instituto de Hospitalidade implementaram o programa Bem Receber do (MTur) no Paraná, para o qual um empreendimento de hospedagem recebeu a capacitação da norma ABNT NBR 15.401 (Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão de Sustentabilidade), atualmente sob gestão do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade –IBQP.

Outro programa em implementação no Paraná pelo MTur e o SEBRAE Nacional, em parceria com a Abeta, é o programa Aventura Segura que atua para que o segmento de turismo de aventura se consolide no país como atividade segura para turistas brasileiros e estrangeiros.

São ao todo 24 Normas Técnicas criadas e publicadas no âmbito da ABNT específicas sobre Turismo de Aventura e mais de 100 municípios mobilizados nas ações, sendo 4.838 pessoas qualificadas nos cursos a distância e presenciais (Gestão Empresarial; Sistema de Gestão da Segurança e Competências Mínimas do Condutor; Primeiros Socorros e Curso de Qualificação para voluntários do Grupo Voluntário de Busca e Salvamento).

Já aderiram ao programa cinco empresas paranaenses, sendo uma de Curitiba e outra de Quatro Barras.

2.4 ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA

A análise de infraestrutura básica e serviços gerais dos 25 municípios selecionados da Área Turística teve como foco os seguintes temas:

- a) acessibilidade: neste tema foram analisadas a macroacessibilidade (aeroporto e rotas nacionais e internacionais); a microacessibilidade, onde são analisados diferentes meios de transporte e sistema viário de acesso e sinalização turística;
- b) infraestrutura urbana básica: neste tema foram avaliados os sistemas de abastecimento de água e de esgotamento sanitário;
- c) serviços e equipamentos urbanos e comunitários: neste tema foram avaliados os, sistema de limpeza urbana, drenagem de águas pluviais sistemas de comunicações; iluminação pública, serviços de saúde e a situação da segurança.

A análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais baseou-se em dados primários e secundários, com visitas de campo aos municípios, bem como levantamento de informações junto a cada prefeitura.

2.4.1 Acessibilidade

Rede Viária de Acesso

Para a acessibilidade de turistas às cidades da Área Turística foram consideradas a macroacessibilidade (aeroporto) e microacessibilidade (acesso rodoviário). O acesso ferroviário não foi considerado. Quanto à acessibilidade rodoviária foram considerados os transportes coletivos (ônibus urbanos e intermunicipais) e individuais (locação de carro e rodovias de acesso aos municípios).

Aeroporto – macroacessibilidade

O Estado do Paraná possui a 4.^a melhor infraestrutura aeroportuária do país. Conta atualmente com 40 aeroportos públicos, sendo 36 asfaltados, 18 com operação noturna, oito utilizando instrumentos e cinco com linhas aéreas regulares. São eles: José dos Pinhais, Londrina, Maringá, Foz do Iguaçu e Cascavel.

Segundo dados da Secretaria de Infraestrutura e Logística - SETR, dos 40 aeroportos públicos, 35 são administrados pelas respectivas prefeituras municipais, por meio de convênio com a Autoridade Aeronáutica e com a interveniência da SETR; quatro deles, o Aeroporto Internacional Afonso Pena, Bacacheri, Londrina e Foz do Iguaçu, são operados pela Infraero, também por meio de convênio com a Aeronáutica.

Na Área Turística há aeroportos em Arapoti, o Aeroporto Avelino Vieira, administrado pela prefeitura, com pista asfaltada de 1.400x23m, sem vôos regulares; em Castro, o aeroporto Maj. Aer. Neudo S. Pereira, administrado pela Prefeitura Municipal, com pista de terra, de 1.420x30m, sem voos regulares; em Curitiba, o Aeroporto do Bacacheri, administrado pela Infraero, com pista asfaltada de 1390x30m, sem voos regulares; em Ponta Grossa, denominado Aeroporto Com. Antonio Amilton Beraldo, administrado pela prefeitura, com pista asfaltada de 1.430x30m, sem vôos regulares; em Telêmaco Borba, o Aeroporto Telêmaco Borba, administrado pelas Indústrias Klabin S.A., com pista asfaltada de 1.800x30m e sem vôos regulares. Ainda de acordo com a Infraero, o único aeroporto com voos regulares comerciais da Área Turística, é o Aeroporto Internacional Afonso Pena, localizado em São José dos Pinhais, na RMC, que representa o principal portão de entrada do Estado.

- **Passageiros anuais**

Comparando a movimentação de passageiros em voos nacionais e internacionais no Aeroporto Internacional Afonso Pena, entre 2004 e 2010, observa-se um aumento significativo, principalmente nos voos domésticos, que mais do que dobraram no período, como se observa no Quadro 38.

Quadro 38 - Aeroporto Internacional de Curitiba – Afonso Pena. Movimentação de Passageiros

	2004	2006	2008	2010
Voos domésticos	2.754.620	3.463.344	4.202.078	5.671.273
Voos internacionais	85.729	69.535	79.276	103.342

Fonte: INFRAERO, 2011.

Esse aumento na demanda, porém, não se reflete na qualidade da oferta da infraestrutura. Conforme relatório do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA sobre a situação aeroportuária no país, a situação do Aeroporto Internacional Afonso Pena é preocupante, com taxa média de ocupação ultrapassando os 90% da capacidade instalada. Em média, para cada 18 pedidos de pouso e decolagem, o pátio suporta 14 operações, o que sinaliza que o terminal funciona no limite de sua capacidade operacional. Mesmo considerado o cenário da Copa do Mundo da Fifa de 2014, a previsão do IPEA é de um movimento de 8,4 milhões de passageiros para uma capacidade, já com as reformas previstas, de atendimento de apenas 8 milhões de passageiros. O governo federal, através do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), disponibilizará recursos para obras de expansão da estrutura com a finalidade de atender à demanda da Copa de 2014, conforme se verá no Capítulo 5, referente ao Plano de Ação. As obras consistem na ampliação do terminal de passageiros, implantação da terceira pista e instalação do ILS3.

- **Rotas domésticas**

Pela malha aeroportuária nacional, é possível a interligação entre quaisquer aeroportos comerciais operados pela Infraero. Dentro desta análise pode-se considerar que há rotas para os principais nós aeroportuários do Brasil que fazem voos de escala nacional.

As principais rotas domésticas em escala nacional operadas no Aeroporto Internacional Afonso Pena, com voos diretos, segundo as companhias aqui instaladas são apresentadas no Quadro 39.

Quadro 39 - Principais destinos em voos nacionais diretos a partir de Curitiba

Destino	TAM	GOL	Azul	Web Jet	Ocean Air	Trip
São Paulo (CGH)	9	10				1
São Paulo (GRU)	6	3		3		
Rio de Janeiro (SDU)	2					2
Rio de Janeiro (GIG)	2	4		2		
Porto Alegre (POA)	4	5		3	1	
Campinas (VCP)	2	2	3			2
Brasília (BSB)	3	3				

Fonte: Empresas aéreas, 2010.

No Aeroporto Internacional Afonso Pena também são operados voos regionais, tendo como destinos municípios dos estados do Paraná, Santa Catarina e São Paulo, sem necessidade de troca de aeronave, apresentados no Quadro 40.

Quadro 40 - Destinos em voos regionais diretos a partir de Curitiba

Estado	Cidades
Paraná	Cascavel, Guarapuava, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá
Santa Catarina	Florianópolis, Caçador, Chapecó, Joaçaba
São Paulo	Ribeirão Preto

Fonte: Empresas aéreas, 2010.

Os voos regionais mais consolidados são operados pelas empresas TAM e Gol – como Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá e Florianópolis (este com número de voos mais reduzido) – e Trip (Cascavel). Os outros destinos são operados por empresas menores, como NHT (Guarapuava, Caçador, Chapecó e Joaçaba), Passaredo (Ribeirão Preto), e Sol (Cascavel). A empresa Sol prevê a operação de voos para outros municípios paranaenses ainda em 2010, como Francisco Beltrão, Guarapuava, Pato Branco, Telêmaco Borba e Umuarama, após homologação do órgão competente, o que ampliará a abrangência dos voos operados no Aeroporto Internacional Afonso Pena. O Aeródromo de Telêmaco Borba pertencente a Área Turística apresenta condições regulares de operação, uma vez que atende a aviação privada de pequeno porte.

- **Rotas internacionais**

Considerando voos que não necessitam de mudança de aeronave, há duas companhias aéreas que operam três voos internacionais a partir do Aeroporto Internacional Afonso Pena. São elas: Pluna (Montevideu) e Gol (Assunção e Buenos Aires).

Da macroacessibilidade à microacessibilidade

Do Aeroporto Internacional Afonso Pena, o acesso rodoviário a Curitiba pode ser feito através de:

- a) táxis: os táxis que servem o aeroporto são da Cooperativa Aerotáxi. Uma corrida do Aeroporto à Rodoferroviária de Curitiba custa entre R\$ 40,00 e R\$ 60,00, dependendo do trânsito, dia da semana, e horário;
- b) carros alugados: segundo a Infraero, há seis locadoras de automóveis operando no aeroporto: Movida, Avis, Localiza, Localalpha, Trifty e Unidas; o valor da locação é variável de acordo com o modelo do automóvel; para o modelo econômico o valor é de R\$ 80,00 a diária – e no total de diárias acrescentam-se R\$ 30,00 do seguro;
- c) ônibus executivo: com circulação a cada 20 minutos, servindo pontos de referência como: Teatro Guairá, Shopping Estação e hotéis da região central de Curitiba, é operado pela empresa Viação São José dos Pinhais, em microônibus, a um custo de R\$ 9,00.
- d) ônibus da Rede Integrada de Transportes – RIT: há uma linha Aeroporto, gerenciada pela Urbanização de Curitiba S. A. (Urbs), que faz o trajeto aeroporto ao Centro Cívico da capital, com valor de passagem no valor de R\$ 2,50.

As distâncias entre o Aeroporto Internacional Afonso Pena e os municípios da Área Turística estão no Quadro 41.

Quadro 41- Distâncias do Aeroporto Internacional Afonso Pena e os municípios da Área Turística

Município	Distância (km)	Município	Distância (km)
Almirante Tamandaré	36,2	Lapa	77,8
Arapoti	235,0	Palmeira	108,0
Araucária	35,6	Pinhais	21,5
Balsa Nova	71,6	Piraí do Sul	174,0
Campina Grande do Sul	38,4	Piraquara	25,3
Campo Largo	56,2	Ponta Grossa	141,0
Campo Magro	52,7	Quatro Barras	29,2
Carambeí	162,0	Rio Negro	119,0
Castro	159,0	São José dos Pinhais	4,7
Cerro Azul	122,0	Sengés	256,0
Colombo	42,7	Telêmaco Borba	271,0
Curitiba	20,1	Tibagi	227,0
Jaguariaíva	224,0		

Fonte: FAUEPG, 2010.

Acesso rodoviário – microacessibilidade

A microacessibilidade considera a possibilidade de um turista se deslocar de um centro urbano principal a cidades menores e a mobilidade intraurbana em cada uma das cidades. Como centros urbanos principais foram consideradas as cidades de Curitiba e Ponta Grossa. O acesso rodoviário foi dividido em três modalidades: ônibus urbano, ônibus intermunicipal e carros. Esse cenário é importante para o objetivo do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, que é o fomento ao acesso rodoviário entre os principais polos de turismo e demais municípios.

a) Ônibus Urbano

Aproximadamente 70% dos municípios da Área Turística conta com transporte coletivo urbano e 60% oferece serviço de táxi. As cidades de Curitiba e Ponta Grossa contam com sistemas de transporte coletivo com frequência e qualidade satisfatórias.

Quadro 42 - Transporte coletivo urbano dos municípios

Município	Transporte coletivo urbano	Táxi
Almirante Tamandaré	sim	sim
Arapoti	-	-
Araucária	sim	sim
Balsa Nova	-	-
Campina Grande do Sul	sim	sim
Campo Largo	sim	sim
Campo Magro	sim	-
Carambeí	sim	sim
Castro	sim	sim
Cerro Azul	-	sim
Colombo	sim	-
Curitiba	sim	sim
Jaguariaíva	-	-
Lapa	-	-
Palmeira	sim	sim
Pinhais	sim	-
Piraí do Sul	-	sim
Piraquara	sim	-
Ponta Grossa	sim	sim
Quatro Barras	sim	-
Rio Negro	sim	sim
São José dos Pinhais	sim	sim
Sengés	-	-
Telêmaco Borba	sim	sim
Tibagi	-	sim

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: - Inexistente.

Em relação ao transporte urbano em Curitiba, a Rede Integrada de Transportes (RIT) oferece diversas alternativas. Há uma grande oferta de linhas na zona urbana da capital, atendendo todos os bairros e, conseqüentemente, atrativos turísticos. É disponibilizada uma linha exclusiva para o turismo (Linha Turismo) e atendimento telefônico gratuito e via Internet com informações sobre itinerários e horários dos ônibus da RIT.

As características do transporte coletivo urbano da RIT não são direcionadas para o transporte de turistas. No entanto, como não há outra opção de transporte, aqueles turistas que desejam conhecer os municípios da Região Metropolitana de Curitiba mediante transporte público urbano, precisam utilizar algum dos ônibus disponibilizados pela RIT.

Diferentemente de outras regiões brasileiras, não há outros modais motorizados de transportes, coletivos e/ou públicos regulamentados, nas zonas urbanas dessa Área Turística, como seriam os casos de moto-táxis, vans, lotações. Mesmo em sua forma irregular, é um fenômeno raro de se notar na Área Turística.

Quanto ao incremento da atividade turística na Área Turística, esta suposição depende da natureza do evento – um concerto das dimensões do Rock'n'Rio e jogos da Copa do Mundo da FIFA afetam as cidades de maneira diversa. No caso da Copa do Mundo, que de fato ocorrerá em Curitiba em 2014, afetará o sistema de transporte urbano em 3 aspectos:

- a) a ligação entre o Aeroporto Internacional Afonso Pena, localizado no município de São José dos Pinhais, com a cidade polo não comportaria, na sua configuração atual, o aumento previsto do tráfego durante o período da competição – principalmente se consideradas as exigências da Fifa, como faixas exclusivas, por todo o período, para as delegações e convidados *VIP*. Também não há transporte público adequado para o volume esperado de turistas – a previsão do IPEA é de que atinja 8,4 milhões de passageiros em 2014, contra os atuais 5,6 milhões;
- b) no meio intraurbano, as áreas especificamente demarcadas pela Fifa para os jogos, necessitarão de um plano de contingência, uma vez que, pela experiência em outras edições do evento, são zonas de exclusão de qualquer tipo de transporte motorizado; como, no caso de Curitiba, o Estádio Joaquim Américo Guimarães, que sediará jogos da Copa do Mundo, fica em região central, o que afetará os transportes públicos de centenas de milhares de pessoas durante os jogos;
- c) o sistema do transporte público de Curitiba encontra-se próximo da saturação em algumas linhas; as dezenas de milhares de turistas esperadas para o evento trarão uma possível superlotação no sistema, além de acarretarem maior congestionamento, para o que planos de contingência em nível municipal deverão ser feitos.

Quinze municípios da RMC fazem parte da RIT e são apresentados no Quadro 43. A passagem para qualquer trajeto na RIT custa a partir de R\$ 2,50.

Quadro 43 - Municípios da RMC e integração com a RIT

Município	RIT
Curitiba	x
Almirante Tamandaré	x
Araucária	x
Balsa Nova	x ⁽¹⁾
Campina Grande do Sul	x ⁽¹⁾
Campo Largo	x
Campo Magro	x
Cerro Azul	x ⁽²⁾
Colombo	x
Lapa	x ⁽²⁾
Pinhais	x
Piraquara	x ⁽³⁾
Quatro Barras	x ⁽¹⁾
Rio Negro	x ⁽²⁾
São José dos Pinhais	x

Fonte: Urbs, 2010.

- (1) Sistema de transporte não integrados, porém gerenciados pela URBS (URBS, 2010).
- (2) Sem vinculação com o sistema de transporte de Curitiba (URBS, 2010).
- (3) Sistema integrado indiretamente com Curitiba, cuja polarização é feita através de municípios limítrofes (URBS, 2010).

Quanto aos terminais urbanos da RIT (Terminal Guadalupe, em Curitiba, principalmente) não são adaptados aos serviços turísticos, não apresentam estrutura adequada como sinalização turística, posto de informações, entre outros. Caso haja um aumento no uso e fluxo de turistas neste transporte urbano, serão necessárias adequações, como informações turísticas dos destinos, proximidade com os roteiros turísticos da RMC, entre outros serviços e estruturas.

b) Ônibus Intermunicipal

Para análise das possibilidades de acesso a cada município por ônibus intermunicipais, foram consideradas duas principais origens: de Curitiba, tanto para a RMC quanto para os Campos Gerais, e de Ponta Grossa para os Campos Gerais.

A partir dessas duas origens foram consideradas as seguintes informações: a existência de linhas regulares de transporte intermunicipal para cada município de sua área de abrangência, o número de empresas que prestam este serviço e o número de viagens diárias (Quadro 44).

Quadro 44 - Oferta de ônibus intermunicipais e urbanos a partir de Curitiba

continua

Município	Oferta de Transportes			
	Rede Integrada de Transporte	Linhas Interurbanas (de Curitiba)	Viagens	Empresas
Almirante Tamandaré	x	-	80/dia	URBS
Arapoti	-	-	5/dia	Princesa do Norte
Araucária	x	-	57/dia	URBS
Balsa Nova	-	x	4/dia	Empresa Cerro Azul
Campina Grande do Sul	x	-	71/dia	URBS
Campo Largo	x	-	98/dia	URBS

Município	Oferta de Transportes			
	Rede Integrada de Transporte	Linhas Interurbanas (de Curitiba)	Viagens	Empresas
Campo Magro	x	-	46/dia	URBS
Carambeí	-	-	1/dia	Princesa dos Campos -
Castro	-	x	5/dia	Princesa do Norte
Cerro Azul	-	x	2/dia	Empresa Cerro Azul
Colombo	x	-	176/dia	URBS
Jaguariaíva	-	x	5/dia	Princesa do Norte
Lapa	-	x	4/dia	Maringá
Palmeira	-	x	4/dia	Princesa dos Campos
Pinhais	x	-	139/dia	URBS
Piraí do Sul	-	x	1/dia	Princesa dos Campos
Piraquara	x	-	53/dia	URBS
Ponta Grossa	-	x	16/dia	Graciosa e Princesa dos Campos
Quatro Barras	-	x	35/dia	Viação Castelo Branco
Rio Negro	-	x	7/dia	Empresa Reunidas SA
São José dos Pinhais	x	-	79/dia	URBS
Sengés	-	x	4/dia	Tranfada
Telêmaco Borba	-	x	7/dia	Princesa dos Campos
Tibagi	-	x	1/semana	Princesa do Norte

Fonte: Urbs - Rodoviária de Curitiba e empresas, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Dos municípios da Região Metropolitana de Curitiba, treze estão integrados à RIT; os municípios de Balsa Nova, Cerro Azul e Lapa são servidos por linhas regulares de transporte intermunicipal saindo de Curitiba; Balsa Nova e Lapa oferecem o maior número de viagens diárias, quatro por sentido.

Entre os dez municípios dos Campos Gerais que integram este estudo, quatro são servidos por linhas regulares de transporte intermunicipal com Curitiba, sendo Ponta Grossa o que apresenta o maior número de viagens diárias, 16 por sentido.

A partir de Ponta Grossa, para Curitiba e municípios dos Campos Gerais, a oferta de linhas de ônibus apresentada no Quadro 45, mostra a ausência de integração das diferentes linhas oferecidas. A maior oferta de viagens se dá entre os municípios de Ponta Grossa, Carambeí, Castro e Telêmaco Borba, além de Curitiba.

Quadro 45 - Oferta de ônibus intermunicipais a partir de Ponta Grossa

Município	Oferta de Transporte		
	Linhas Interurbanas (de Ponta Grossa)	Viagem/ dia	Empresas
Curitiba	sim	16	Graciosa e Princesa dos Campos
Arapoti	sim	5	Princesa do Norte
Carambeí	sim	11	Iapó
Castro	sim	15	Iapó (14), Princesa dos Campos (1)
Jaguariaíva	sim	5	Princesa do Norte
Palmeira	sim	7	Princesa dos Campos
Piraí do Sul	sim	1	Princesa dos Campos
Sengés	sim	6	Transpen (2), Transfada(4)
Telêmaco Borba	sim	10	Iapó (3), Princesa dos Campos (7)
Tibagi	sim	3	Iapó (3)

Fonte: Rodoviária de Ponta Grossa e empresas, 2010.

Depois da ligação entre Ponta Grossa e a capital, feita por duas empresas em 16 viagens diárias por sentido, a segunda cidade mais bem servida por linhas regulares de transporte intermunicipal com Ponta Grossa é Castro, com 15 viagens diárias, seguida por Carambeí, com 11 viagens diárias e Telêmaco Borba, com dez viagens diárias.

Não há estudos ou pesquisas que subsidiem uma avaliação mais detalhada do transporte rodoviário, via ônibus intermunicipal, dentro da Área Turística. Sabe-se apenas da existência das linhas intermunicipais, sem qualquer informação sobre sua suficiência e adequação ao turismo da região. As informações referentes a esta modalidade de transporte são fornecidas pela Setr, empresas de transporte intermunicipal e terminais rodoviários, restritas a informações sobre os itinerários e horários.

Apesar da falta de informações quanto ao sistema de transporte rodoviário, percebe-se que ele não atende plenamente três municípios da Área Turística – Arapoti, Jaguariaíva e Sengés, com linhas diretas de Curitiba e Ponta Grossa, segundo informações da Urbs e rodoviárias.

No Quadro 46 é apresentada a estrutura de serviços e facilidades nos terminais de passageiros dos municípios pertencentes à Área Turística.

Em relação à capacidade de atendimento dos terminais rodoviários, observou-se que os municípios de Balsa Nova, Castro, Cerro Azul, Lapa, Quatro Barras e Tibagi possuem terminais rodoviários com deficiência de atendimento aos usuários, especialmente nas questões de acessibilidade para pessoas com mobilidade reduzida, oferta de serviços de alimentação e facilidades como sanitários, telefones públicos, acesso a Internet, fatores que comprometem o conforto dos usuários, bem como seu uso turístico.

Quadro 46 - Estrutura dos terminais rodoviários de passageiros da Área Turística 2010

Município	Acesso por linhas de ônibus	Disponibilidade de transporte público ao centro do destino	Lojas, restaurantes e lanchonetes	Serviços de táxi	Facilidade para portadores de necessidades especiais
Almirante Tamandaré	x	x	x	x	x
Arapoti	x	-	x	x	x
Araucária	x	x	x	x	x
Balsa Nova	x	-	-	-	-
Campina Grande do Sul	x	x	x	x	x
Campo Largo	x	x	x	x	-
Campo Magro	x	x	x	x	-
Carambeí	x	x	x	x	x
Castro	x	x	-	x	-
Cerro Azul	x	-	x	x	x
Colombo	x	x	x	x	-
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	-	x	x	-
Lapa	x	-	-	x	-
Palmeira	x	x	x	x	-
Pinhais	x	x	x	x	x
Piraí do Sul	x	x	-	x	-
Piraquara	x	x	x	x	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	x	-	x	-
Rio Negro	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	x	-	-	-	x
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	-	-	x	-

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

c) Carro

A análise da acessibilidade por carro levou em consideração os seguintes aspectos: locação de veículos, distância dos principais centros e principais rodovias, considerando pedágios.

Locadoras

Com referência às locadoras, foram consultadas aquelas localizadas no Aeroporto Internacional Afonso Pena, que atendem a demanda atual. Segundo dados da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis – ABLA, em seu Anuário 2010, o setor de locação de automóveis cresce anualmente, tendo em 2009 uma frota, no Paraná, de mais de 26.000 automóveis, em 116 locadoras. Também pela entidade, o grande desafio enfrentado pelo setor é a qualificação da mão de obra e dos serviços, além de se tornar um grande facilitador entre os diversos modais que o turista pode utilizar durante sua estada na área.

Distâncias

Foram considerados dois deslocamentos: a) dos municípios à capital (Quadro 47); e b) de Ponta Grossa às cidades dos Campos Gerais (Quadro 48). Consideram-se as distâncias entre os centros de cada município.

Em relação à capital, as distâncias são:

Quadro 47 - Distâncias dos municípios da Área Turística até Curitiba

Município	Distância (km)	Município	Distância (km)
Almirante Tamandaré	10	São José dos Pinhais	19
Araucária	28	Arapoti	237
Balsa Nova	52	Carambeí	120
Campina Grande do Sul	33	Castro	131
Campo Largo	37	Jaguariaíva	233
Campo Magro	25	Palmeira	97
Cerro Azul	80	Piraí do Sul	198
Colombo	15	Ponta Grossa	118
Lapa	72	Sengés	263
Pinhais	10	Telêmaco Borba	241
Piraquara	22	Tibagi	202
Quatro Barras	27		
Rio Negro	103		

Fonte: DER, 2010.

A marca de 100 Km favorece o uso do acesso rodoviário, no modal veículo, por parte dos turistas. Segundo estudos da Organização dos Estados Americanos – OEA, dentro de um raio de 100 Km, o turismo rodoviário de passeio de um dia é favorecido, pois representa um deslocamento máximo ideal. A partir desse limite, a distância-tempo passa a favorecer o pernoite no local de destino.

A distância entre a capital e Ponta Grossa, polo da região de Campos Gerais, é de 118 Km, o que caracteriza uma mudança de base para o turista que vai conhecer outras cidades dos Campos Gerais. A distância existente entre os municípios da RMC apresentam valores abaixo de 100 Km, salvo Rio Negro, que ultrapassa esse limite por 3 Km.

Quadro 48 - Distâncias até Ponta Grossa

Município	Distância (km)
Arapoti	119
Carambeí	25
Castro	43
Jaguariaíva	115
Palmeira	49
Piraí do Sul	80
Sengés	145
Telêmaco Borba	107
Tibagi	84

Fonte: Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias, 2010.

Tomando como referência a distância que separa Ponta Grossa da capital, as distâncias entre os municípios da Região dos Campos Gerais podem ser consideradas relativamente curtas, um fator positivo, facilitando a integração entre os mesmos. O município que mais se distancia de Ponta Grossa é Sengés com 145 km, pela PR 151, que se encontra em bom estado de conservação.

Rodovias

O acesso de Curitiba à maioria dos municípios da RMC dá-se por vias urbanas e em alguns casos por rodovias estaduais e federais.

O Quadro 49 mostra os acessos urbanos e rodoviários entre os municípios da região metropolitana e a capital; destaca-se que no acesso ao município da Lapa há uma praça de pedágio, na BR 476, administrada pela concessionária Caminhos do Paraná.

Quadro 49 - Acesso urbano e rodoviário na Região Metropolitana de Curitiba a partir de Curitiba.

Destino	Acesso Urbano	Acesso Rodoviário	Pedágios (R\$)
Almirante Tamandaré	Sim	PR 092	
Araucária	Sim	BR 476 (Rod. do Xisto) e PR 421(Rod. das Araucárias)	
Balsa Nova		BR 277 e PR 510 (Est. para Balsa Nova)	
Campina Grande do Sul		BR 116 e PR 506 (Rod. do Caqui)	
Campo Largo		BR 277/BR 376	
Campo Magro		PR 090 (Est. do Cerne)	
Cerro Azul		PR 092	
Colombo	Sim	PR 417 (Rod. da Uva)	
Lapa		BR 476, passando por Araucária e Contenda.	7,60
Pinhais	Sim		
Piraquara	Sim		
Quatro Barras	Sim	Estrada da Graciosa, ou BR 116	
Rio Negro		BR 116, passando por Fazenda Rio Grande	
São José dos Pinhais	Sim		

Fonte: Mapa rodoviário e apontador, 2010. Disponível em: <www.apontador.com.br>

Quando se trata do trajeto entre Curitiba e os municípios dos Campos Gerais, o acesso é feito por rodovias federais e estaduais. O acesso a todas as cidades é pedagiado. No Quadro 50, as cidades dos Campos Gerais aparecem agrupadas segundo as rodovias de acesso.

Quadro 50 - Acesso rodoviário aos Campos Gerais a partir de Curitiba

Destino	Rodovias						Pedágios	
	BR 277	BR 376	PR 151	PR 092	BR 153	PR 160	Pedágios	Custo Pedágio (R\$)
Arapoti	x	x	x	x			4	25,40
Carambeí	x	x	x				3	13,60
Castro	x	x	x				3	20,40
Jaguariaíva	x	x	x	x			4	25,40
Palmeira	x						1	5,60
Piraí do Sul	x	x	x				3	20,40
Ponta Grossa	x	x					2	13,60
Sengés	x	x	x	x			4	25,40
Telêmaco Borba	x	x				x	3	21,00
Tibagi	x	x			x		3	21,00

Fontes: DER-PR. Mapa de Concessão de Rodovias (disponível em www.der.pr.gov.br/arquivos/File/conc_Mapas.pdf); DER-PR. Tarifas por Praça de Pedágio, 2010 (disponível em www.der.pr.gov.br/arquivos/File/precosetarifas/Tarifas_2009_2010.pdf); Guia 4 Rodas (Disponível em <http://viajeaquibril.com.br/g4r>).

Há dois aspectos que merecem considerações em relação às estradas pedagiadas. De um lado o valor do pedágio, que pode ser um inibidor do turismo rodoviário, por exemplo para Ponta Grossa, a 118 km de Curitiba, paga-se tarifa de R\$ 13,60, considerado alto em relação à distância entre as cidades. Por outro lado, as estradas pedagiadas oferecem pistas de boa qualidade e serviços de apoio, praticamente inexistentes nas rodovias geridas pelo Estado ou União.

Há também casos em que a própria rodovia se constitui em atrativo, como é o caso da Estrada da Graciosa, da rodovia do Cerne e da estrada que liga Castro a Tibagi, cujos trajetos são um passeio turístico em si, devido à rara beleza cênica.

Observa-se que os municípios da região dos Campos Gerais, selecionados para este estudo, distribuem-se principalmente ao longo da rodovia PR 151, com acesso a partir de Curitiba pelas rodovias BR 277 e BR 376, cujas praças de pedágio são as do lote 5, administrado pela Concessionária Rodonorte (BR 277, BR 376 e PR 151) e lote 4, administrado pela Concessionária Caminhos do Paraná (BR 277, para quem segue para Palmeira).

Para algumas dessas cidades há rotas alternativas, não pedagiadas, como para Ponta Grossa pela BR 277 até Campo Largo, seguindo para o Norte pela PR 090 e ao Oeste pela PR 513.

Além das rodovias que ligam os municípios da Área Turística, a região tem acesso a importantes rodovias nacionais e estaduais que a ligam a outras regiões do país, como a BR 116, ligando o sul do país com São Paulo; a BR 376 para Santa Catarina; BR 376 no sentido Norte; a BR 277 para Foz do Iguaçu; e mesmo a PR 151 sentido Jacarezinho.

De acordo com dados do Ministério dos Transportes, as viagens realizadas entre a RMC e os CG, nos acessos principais, se dão da seguinte maneira: 48% em estradas pavimentadas e com pista simples em cada sentido; 32% em estradas pavimentadas e duplicadas.

É importante salientar que apesar das estradas apresentarem boas condições de circulação, em grande parte por serem concessionadas, há nas rodovias alguns pontos críticos, que interferem no deslocamento dos turistas na Área Turística, conforme dados das empresas concessionárias e do DER. Esses entraves se dão, principalmente, em momentos de grande fluxo de veículos, como em feriados e férias, quando os pontos de estrangulamento causam congestionamentos e riscos de acidentes. São os casos da rodovia BR 376, em São José dos Pinhais (principalmente no sentido Santa Catarina para a capital), no trecho urbano da cidade, que apresenta redutores de velocidade e pavimentação irregular. Outra situação

ocorre em Balsa Nova, na praça de pedágio de São Luiz do Purunã, que não possui estrutura para dar vazão à quantidade de veículos em alta temporada. O terceiro entrave rodoviário ocorre em Campo Largo, com trecho da rodovia BR 277 em área urbana com diversos redutores de velocidade e semáforos, que geram congestionamentos.

Tal cenário dificulta o desenvolvimento do turismo rodoviário, que necessita de acessos alternativos ou mesmo de elementos que minimizem os congestionamentos nesses pontos específicos.

Sinalização Turística

A análise da sinalização turística (Quadro 51) considerou a existência de sinalização turística no município, sua cobertura aos atrativos, equipamentos e acessos, e, principalmente, sua adequação aos padrões estabelecidos pelo Ministério do Turismo, além de sua conservação e uso do idioma estrangeiro. Aproveitou-se também para analisar a existência da sinalização informativa nos atrativos turísticos, sua cobertura e uso de idiomas estrangeiros.

Quadro 51 - Sinalização rodoviária

Município	Sinalização turística	Adequação aos padrões do MTur	Placas de sinalização em bom estado	Utilização de idioma estrangeiro	Existência de sinalização informativa nos atrativos
Almirante Tamandaré	x	-	-	-	-
Arapoti	x	-	x	-	-
Araucária	x	x	x	-	x
Balsa Nova	x	x	x	-	x
Campina Grande do Sul	x	-	x	-	x
Campo Largo	x	-	x	-	-
Campo Magro	x	x	x	-	-
Carambeí	x	-	x	-	-
Castro	x	x	x	-	x
Cerro Azul	-	-	-	-	-
Colombo	x	-	-	-	x
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	-	-	-	-
Lapa	x	-	-	-	-
Palmeira	x	-	-	-	-
Pinhais	x	x	x	-	-
Piraí do Sul	x	x	x	-	x
Piraquara	x	x	-	-	x
Ponta Grossa	x	-	x	-	x
Quatro Barras	x	x	-	-	-
Rio Negro	x	x	x	-	x
São José dos Pinhais	x	x	x	-	x
Sengés	x	-	x	-	x
Telêmaco Borba	x	x	x	-	x
Tibagi	x	x	x	-	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

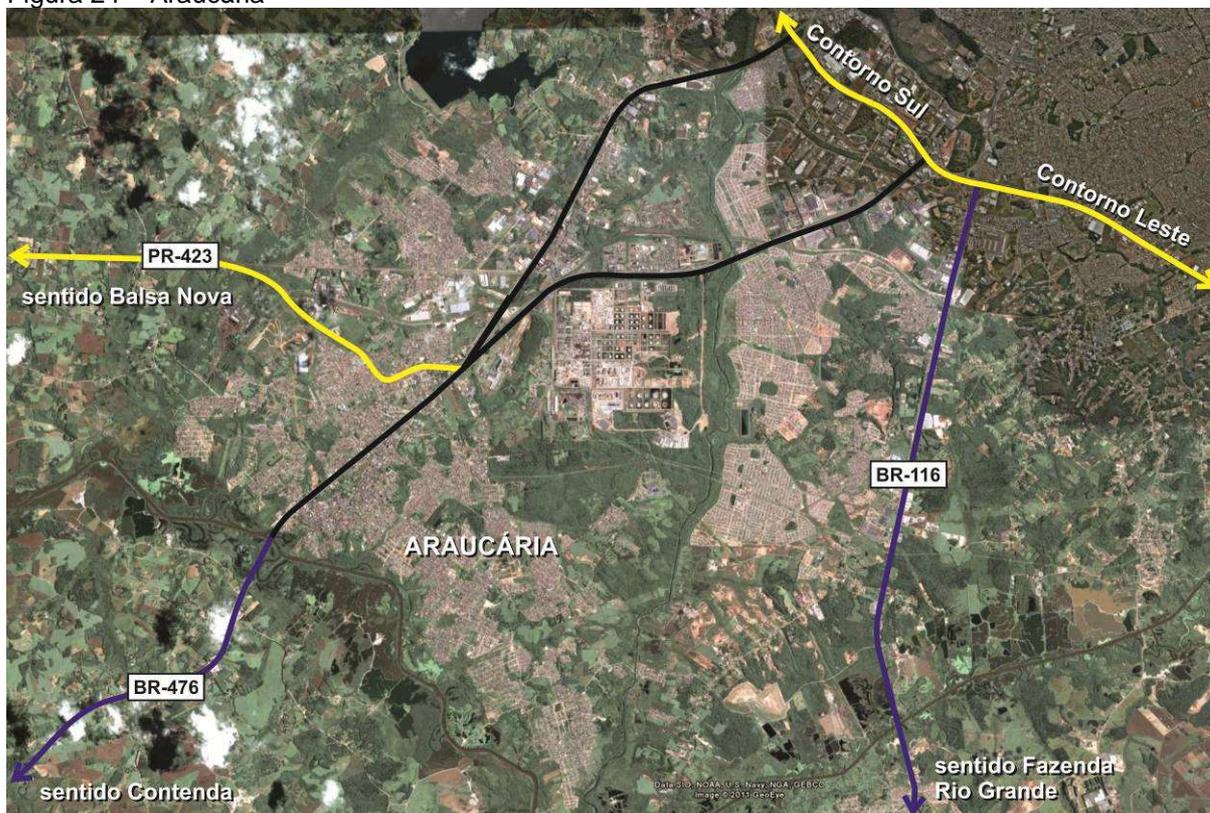
- Inexistente.

Detalhamento quanto à acessibilidade dos atrativos destacados

a) Araucária - Caminhos de Guajuvira

O acesso a Araucária é feito pela rodovia BR 116 e BR 476 num percurso de aproximadamente 30 km, em estradas não pedagiadas com pista simples em alguns trechos. O acesso ao Caminhos de Guajuvira se dá por estradas rurais até as propriedades, através de ônibus turístico local que funciona uma vez na semana (sábado) ou de carro.

Figura 24 – Araucária



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

b) Campo Largo – Feira da Louça

O evento Feira da Louça é realizado no Ginásio da Rondinha (Polentão) ao lado da Igreja São Sebastião, localizado no Km 20 da BR 277, sentido Ponta Grossa/Curitiba. O acesso por carro ou ônibus a partir de Curitiba é pelas Rodovias BR 376 e 277. A linha de ônibus Curitiba/Campo Largo faz o percurso de cerca de 20km em aproximadamente 20 minutos, com grande frequência e boa qualidade, tanto durante a semana como nos finais de semana. Não há linha especial durante a realização da Feira da Louça. Há sinalização turística do atrativo.

Figura 25 - Campo Largo

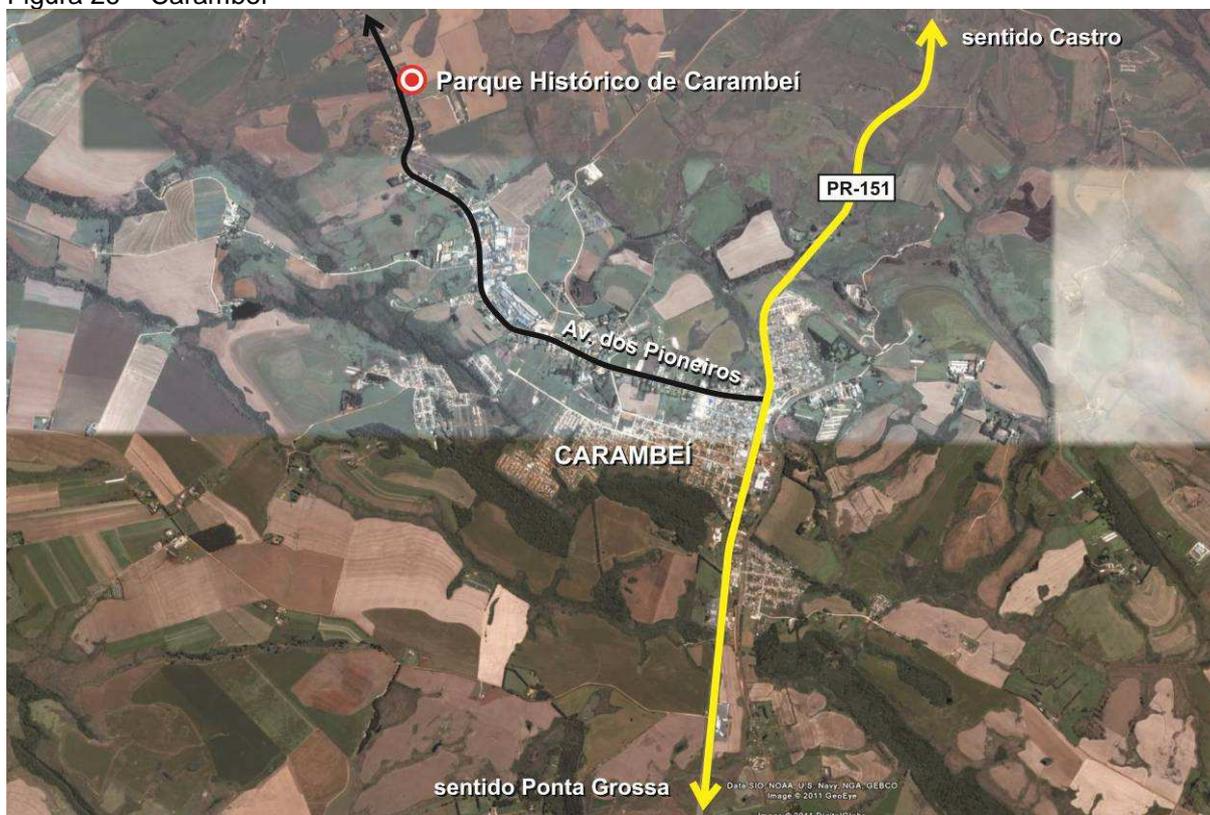


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

c) Carambeí - Parque Histórico de Carambeí

O Parque Histórico de Carambeí está localizado na Avenida dos Pioneiros, 4050. De Curitiba, o acesso é feito pela BR 277/376, passando por Ponta Grossa e seguindo até Carambeí, em estrada pedagiada, em pista dupla. Há sinalização turística do atrativo. É possível acessar o atrativo por meio do transporte urbano e interurbano.

Figura 26 – Carambeí



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

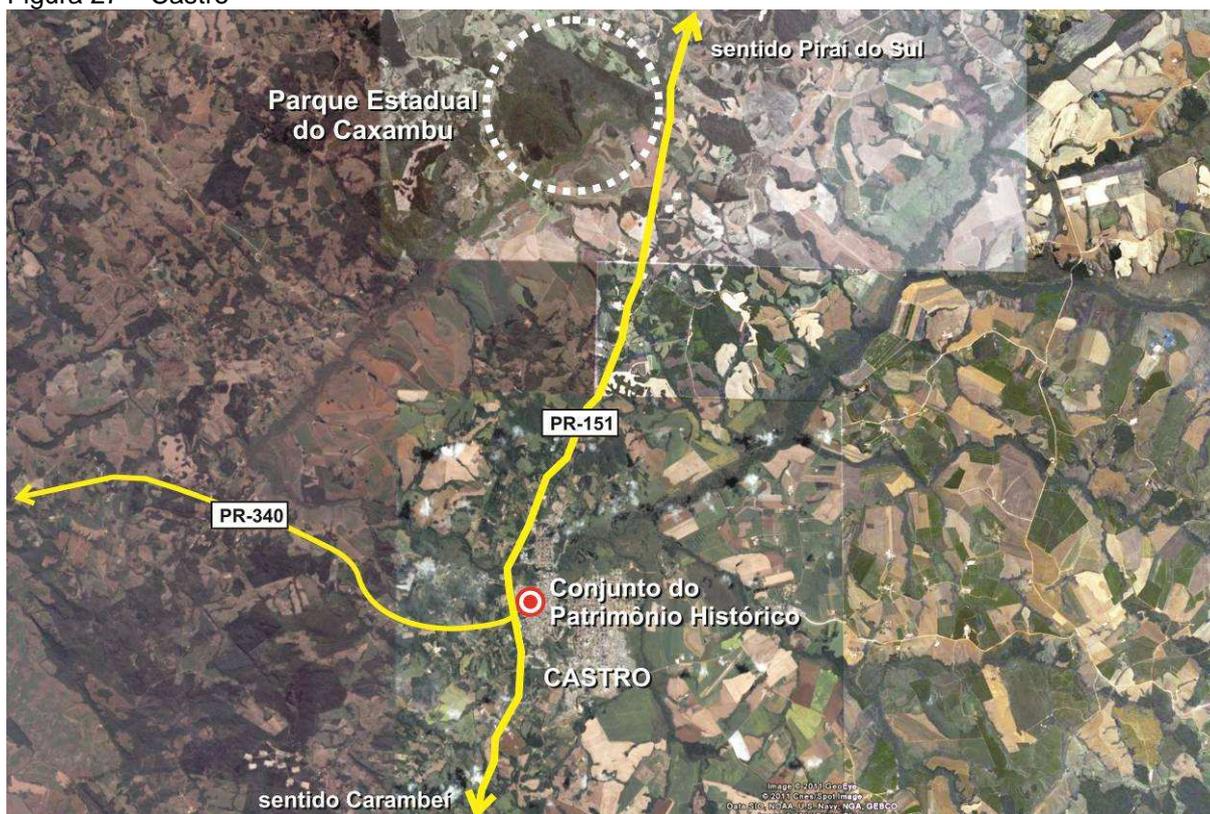
d) Castro - Centro Histórico (Museu do Tropeiro)

Acesso principal à cidade de Castro se dá pela BR 277 (pedagiada e duplicada) entre Curitiba e Ponta Grossa e depois, pela BR 376 (pedagiada e duplicada) e PR 151 (pedagiada e duplicada). Há ônibus de Curitiba a Ponta Grossa e de lá a Castro em intervalos de uma hora. É possível acessar o Museu do Tropeiro por linha urbana de ônibus.

e) Castro - Parque Estadual de Caxambu

Localizado a 17 km da sede do município de Castro, no distrito Morro Azul. O acesso principal se dá pela Rodovia PR151. Não é possível acessar o parque por meio de ônibus urbano.

Figura 27 – Castro



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

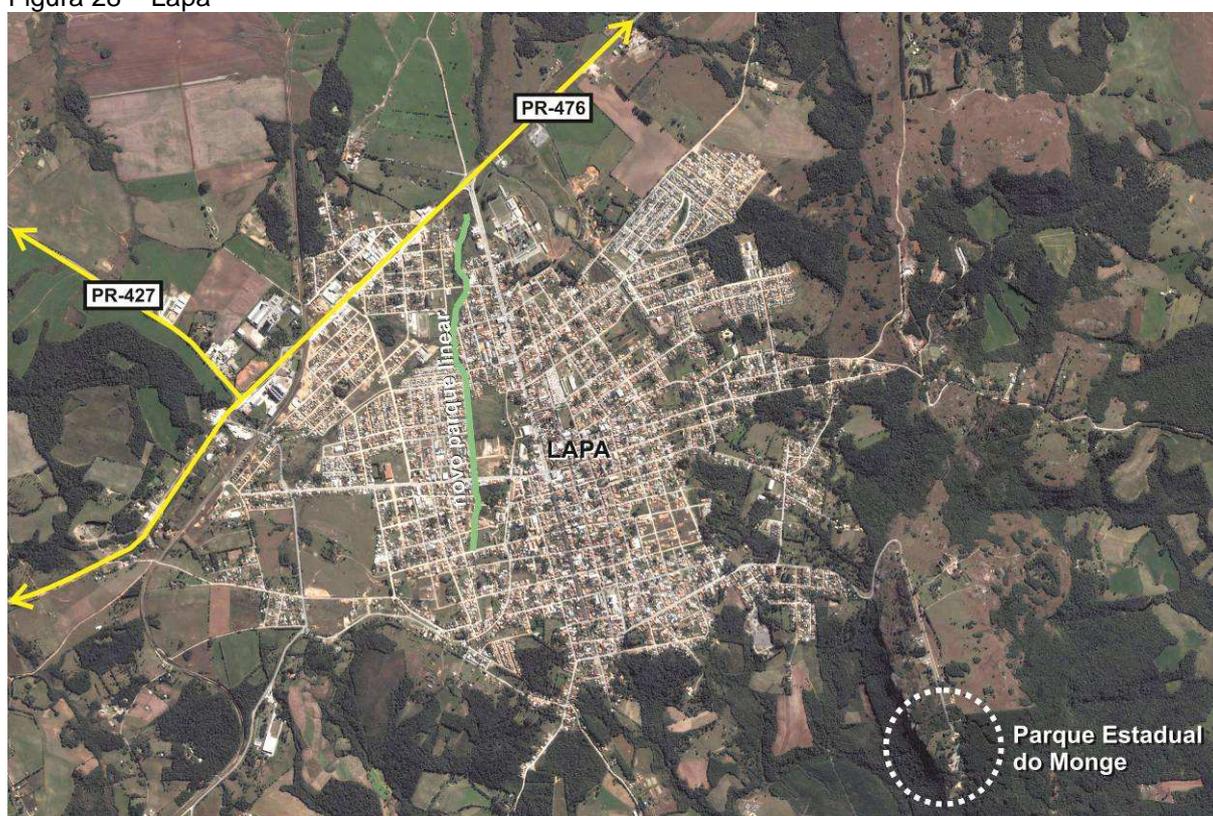
f) Lapa - Centro Histórico

O principal acesso à cidade da Lapa se dá pela BR 476 (Curitiba- São Mateus do Sul) com trecho Araucária - Lapa pedagiado. Pela BR 116, acesso em Campo do Tenente. A partir de Ponta Grossa, pela PR 427 passando por Porto Amazonas. Para o acesso de ônibus, há linhas partindo de Curitiba para Lapa a cada duas horas de segunda a sábado e aos domingos em oito horários. O terminal de ônibus está localizado próximo ao atrativo.

g) Lapa - Parques Naturais

O Parque Estadual do Monge está localizado a uma distância de aproximadamente 3 km da sede do município, acesso através da Avenida Getúlio Vargas. A partir de Curitiba até a cidade da Lapa, são 62,8 km através das rodovias BR 116/BR 476, ambas em pista simples, sendo a BR 476 pedagiada. A partir de Ponta Grossa o acesso de carro se dá pela BR 376/PR 151/BR 277/PR 427, num percurso de 104,8km. A partir de São José dos Pinhais são 69,70km pela BR 376/BR476. Não há acesso por meio de ônibus urbano do centro da Lapa até o atrativo.

Figura 28 – Lapa

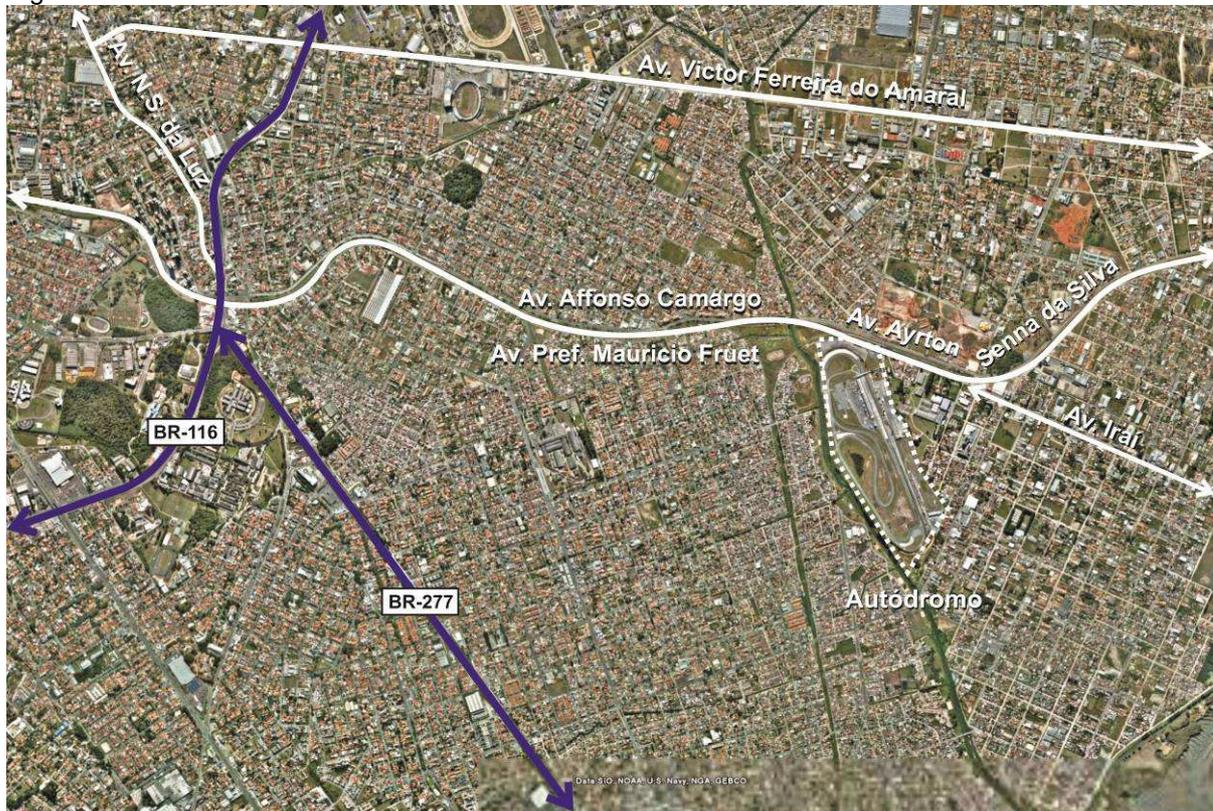


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

h) Pinhais - Autódromo Internacional de Curitiba

O Autódromo está situado a cerca de 10km de Curitiba, na Avenida Iraí n.º 16, no município de Pinhais. O acesso a partir de Curitiba pode ser feito de carro ou ônibus urbano, através da Avenida Victor Ferreira do Amaral. Possui estacionamento próprio e sinalização turística.

Figura 29- Pinhais



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

i) Pirai do Sul - Santuário de Nossa Senhora das Brotas

O Santuário de Nossa Senhora das Brotas está localizado na cidade de Pirai do Sul, a 150 km de Curitiba. O acesso principal a partir de Curitiba se dá pela BR 277, passando pelos municípios de Ponta Grossa e Castro e pela PR 151, com distância de 176 km (rodovias pedagiadas). O entroncamento da entrada à cidade dá acesso ao caminho do Santuário, através de estrada pavimentada, que fica a 5,5 km de distância. Não há linha de ônibus urbano entre o centro da cidade e o atrativo.

Figura 30 - Pirai do Sul



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

j) Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha

Acesso principal ao Parque Estadual de Vila Velha é feito pela BR 277 (pedagiada e duplicada) entre Curitiba e Ponta Grossa. A 80 km da capital e a 22 km de Ponta Grossa, conta com acesso sinalizado ao longo da rodovia, portal de acesso (pagante) em via asfaltada, com infraestrutura revitalizada em 2002/2004. O maior volume de visitas se dá por automóvel particular ou ônibus/vans de turismo. Todavia, há transporte coletivo para o Parque a partir do Terminal de Oficinas, em Ponta Grossa. Para usuários de ônibus de linha a partir de Curitiba é possível descer na BR, junto ao acesso e ali o percurso é feito a pé, por cerca de 600m até o atrativo.

Figura 31 - Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

k) Ponta Grossa - Münchenfest

A Münchenfest é realizada anualmente no Centro de Eventos, localizado na Colônia Tavares Bastos. O acesso ao atrativo pode ser realizado por meio de transporte coletivo a partir do centro da cidade. Há ônibus extras nos dias de evento. Há estacionamento no local. A partir de Curitiba, num trajeto de 115km, o acesso se dá pela BR 376.

Figura 32 - Ponta Grossa - München Fest

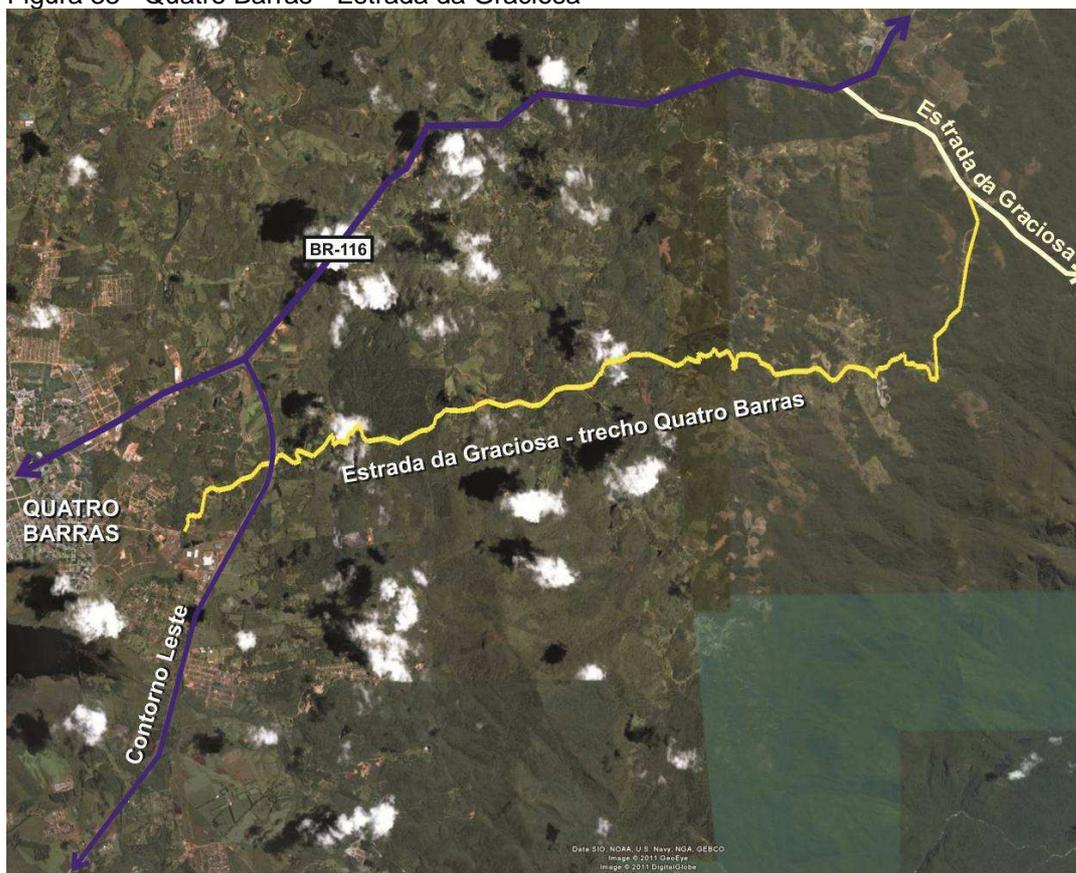


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

I) Quatro Barras - Estrada da Graciosa

A Estrada da Graciosa é um caminho histórico que liga Curitiba às cidades de Morretes e Antonina, no litoral paranaense. A partir de Curitiba, o traçado da estrada é paralelo à rodovia BR 116, atravessando os municípios de Pinhais e Quatro Barras. A partir da área central do município de Quatro Barras, a estrada se desenvolve em direção ao norte até encontrar a ligação viária vindo da BR 116, seguindo então ao longo do trecho mais conhecido e mais utilizado pelos turistas, a descida da Serra do Mar. O trecho compreendido entre a cidade de Quatro Barras e o entroncamento com o acesso viário da BR 116 tem aproximadamente 15 Km de extensão

Figura 33 - Quatro Barras - Estrada da Graciosa

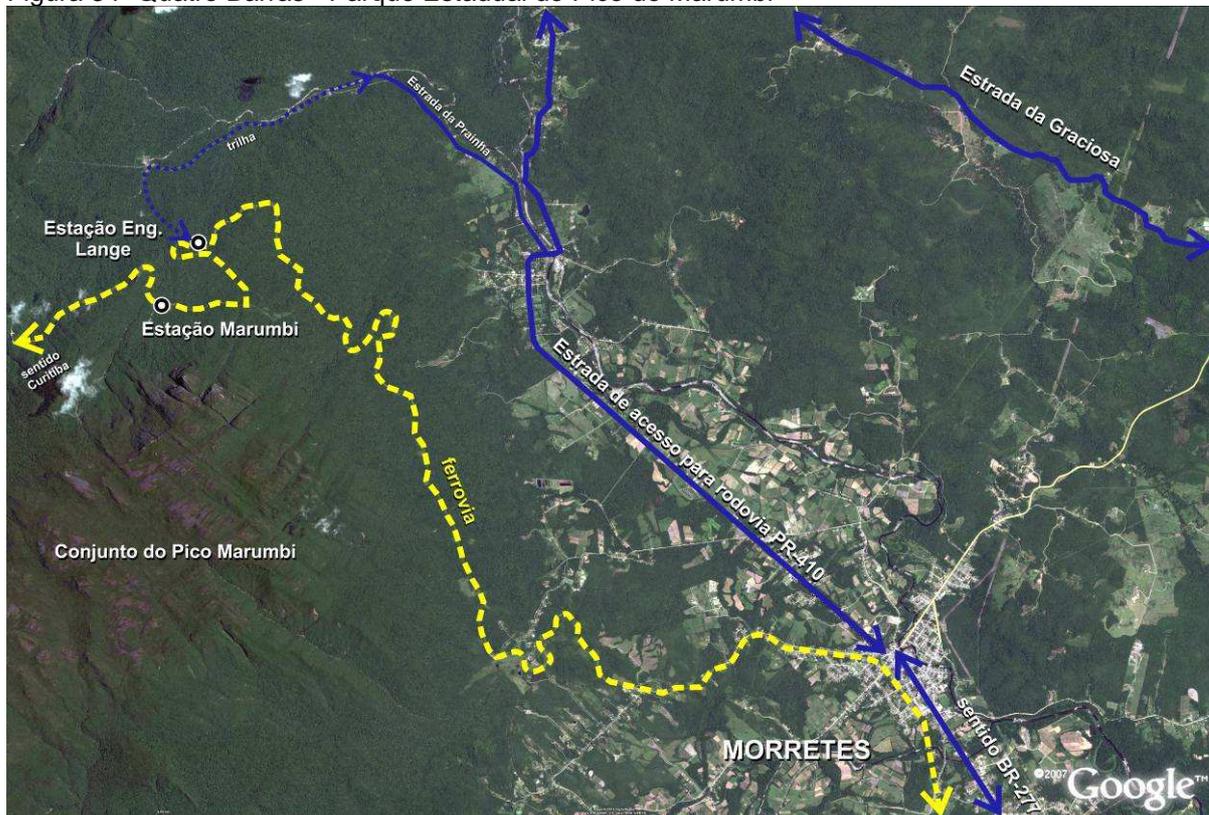


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

m) Quatro Barras - Parque Estadual do Pico do Marumbi

O acesso principal é feito por trem, que sai, diariamente, às 8h15, da Rodoferroviária, com duração de duas horas até a chegada à sede do Parque Estadual do Marumbi. Preço: R\$ 25,00 adulto (ida) e R\$ 18,00 (volta). Moradores da RMC têm 30% de desconto. Pelo Vilarejo de Porto de Cima, em Morretes, também se pode ir de carro até Engenheiro Lange, que fica a um quilômetro do parque. O restante do trajeto deve ser feito a pé ou de bicicleta.

Figura 34- Quatro Barras - Parque Estadual do Pico do Marumbi

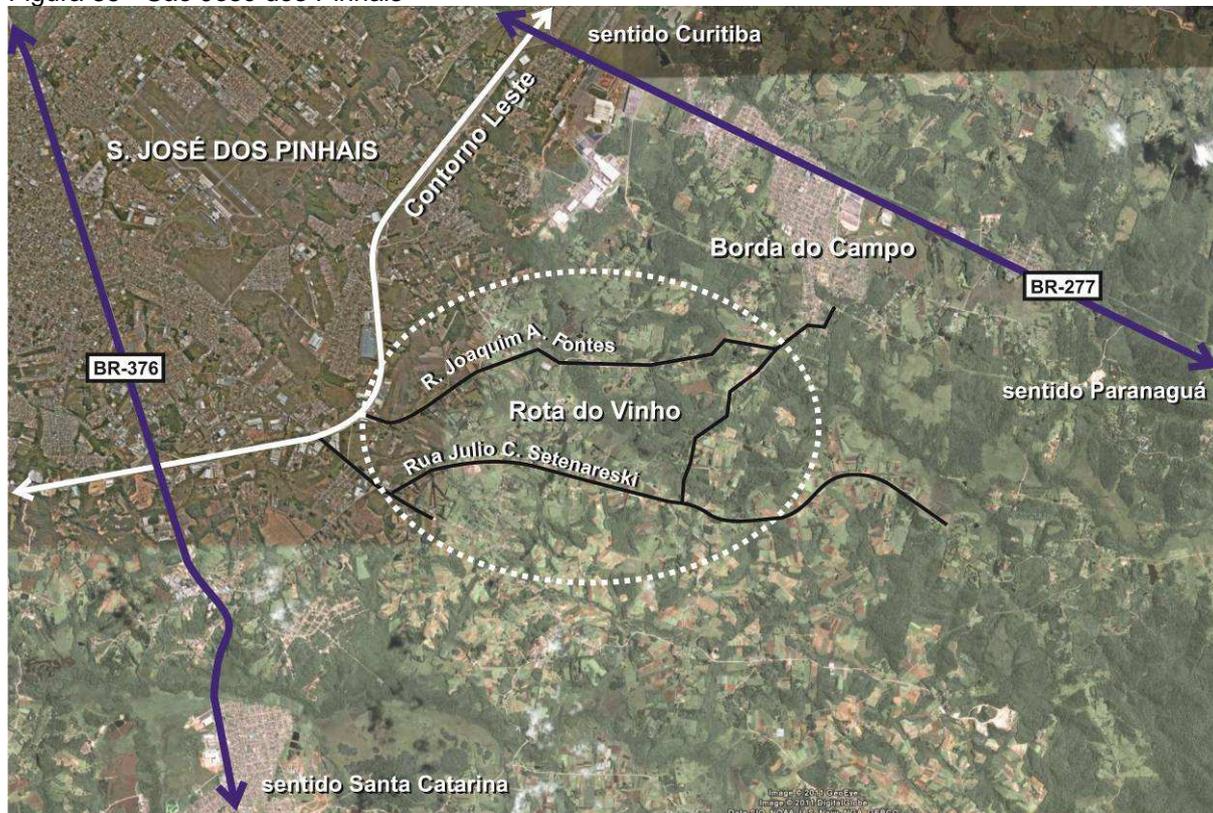


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

n) São José dos Pinhais - Caminho do Vinho

O acesso ao Caminho do Vinho se dá a partir de Curitiba pela BR 376 (sentido Joinville/SC), estrada pavimentada, não pedagiada neste trecho, distante cerca de 30km do centro de Curitiba. Há sinalização turística ao atrativo. Há uma linha especial com funcionamento aos sábados, saída do centro de São José dos Pinhais às 13h30 e retorno às 18h30.

Figura 35 - São José dos Pinhais



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

o) Telêmaco Borba - Parque Municipal do Rio Tibagi

O Parque Municipal do Rio Tibagi está localizado na Rodovia do Papel, às margens do Rio Tibagi, próximo à ponte que liga a cidade de Telêmaco Borba ao bairro Harmonia, sede da Fazenda Monte Alegre. O acesso ao Parque pode ser feito através das rodovias BR 277, 376 e PR 160. A partir do centro da cidade não há linha de ônibus urbano para o atrativo.

p) Telêmaco Borba - Casa do Artesão

A Casa do Artesão está localizada na Avenida Samuel Klabin, 725, a 100m do Centro de Telêmaco Borba. Funciona de domingo a domingo. Nos dias de semana das 9h às 18h, aos sábados das 9h às 16h e domingos das 15h às 18h. É possível chegar ao atrativo por meio de ônibus urbano.

Figura 36- Telêmaco Borba



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

Tibagi - Parque Estadual do Guartelá

Para acesso ao Parque Estadual do Guartelá a partir de Curitiba, o usuário de ônibus de linha intermunicipal viaja aproximadamente quatro horas até o Portal do Parque, que está situado no Km 42 da rodovia PR 340 e a 18 Km do Terminal Rodoviário de Tibagi. O município não conta com serviço de aluguel de veículos. Empresas municipais oferecem serviço de van ao atrativo, que deve ser contratado diretamente na agência de turismo. Uma vez acessado o atrativo, a visita deve ser feita a pé; o parque conta com estrutura para turistas com alguma restrição motora, como trilha de acesso para cadeirantes até o mirante e veículo do parque para transporte interno. O parque conta com estacionamento de veículos particulares, ônibus e vans.

Figura 37 - Tibagi - Parque Estadual do Guartelá

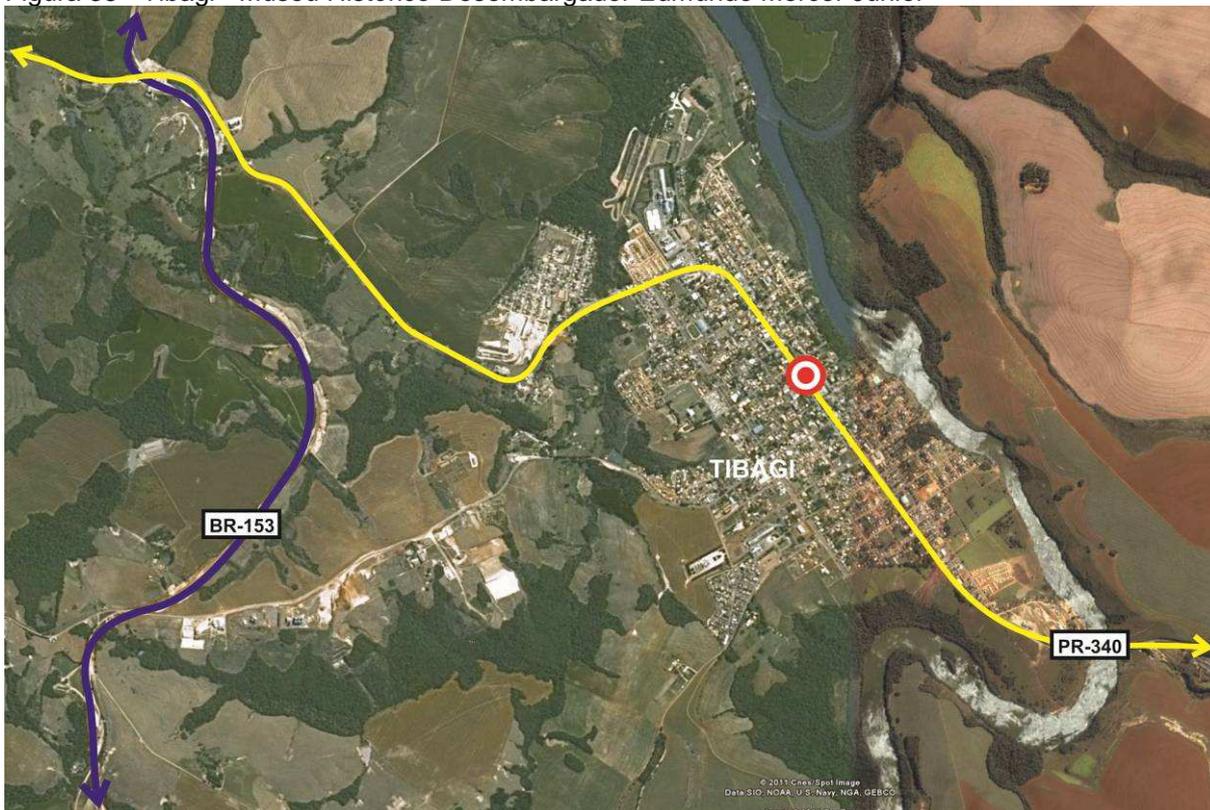


Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

q) Tibagi - Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior

O museu histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior, mais conhecido como Museu do Garimpo, está localizado na área central da cidade de Tibagi, à Praça Edmundo Mercer n.º 52, ao lado da Igreja Matriz e conta com um acervo de aproximadamente 5.200 peças distribuídas em nove salas. O horário de visitação é de terça à sexta feira, das 8h às 11:30h e das 13:00h às 17:30h. Aos sábados e domingos das 9h às 11:30h e das 13h30h às 17h. É possível agendar visitas pelo telefone 42 3916-2189. A entrada é franca. Não há transporte coletivo na cidade. Há sinalização turística indicando o atrativo.

Figura 38 - Tibagi - Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior



Fonte: FAUEPG sobre foto de satélite do Google Earth 2010.

2.4.2 Sistema de Abastecimento de Água

O abastecimento de água potável na Área Turística é concessionado à Companhia de Saneamento do Paraná (Sanepar), empresa estatal de economia mista, cujo maior acionista é o Governo do Estado do Paraná.

Dos municípios da Área Turística pertencentes a Região Rotas do Pinhão, nove são atendidos pela Sanepar, são eles: Almirante Tamandaré, Araucária, Campina Grande do Sul, Colombo, Curitiba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais. Os demais, Balsa Nova, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Lapa e Rio Negro, dispõem de sistemas próprios ou independentes.

Na Região dos Campos Gerais todos os municípios são atendidos pela Sanepar, com exceção do município de Jaguariaíva que é servida pelo Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae) vinculado à administração municipal, com assistência técnica da Fundação Nacional da Saúde (Funasa).

a) Sistema Integrado de Abastecimento de Água

O Sistema Integrado é composto por cinco sistemas de produção de água, entendidos como captação e tratamento, sendo que um deles utiliza o aquífero subterrâneo – Sistema Karst – e os demais aproveitam mananciais superficiais – Iraí, Passaúna, Miringuava, Pequeno e Cotia.

Dado que todos os rios que pertencem à rede hidrográfica da região estão praticamente no início de sua formação, decorrendo pequenos caudais, a construção de barragens se tornou compulsória para atender a demanda de forma constante. Assim, dos sistemas de captação superficiais, três deles – Iraí, Passaúna e Miringuava – contam com reservatórios de regularização de vazão. Os sistemas Pequeno e Cotia, que atendem exclusivamente as montadoras de automóveis Renault e Audi, localizadas no município de São José dos Pinhais, respectivamente, têm captação a fio d'água.

O sistema de Produção Karst faz uso de um manancial subterrâneo que se estende ao norte da região no sentido leste-oeste, aproveitado através de poços tubulares. Esse sistema, originalmente previsto para produzir $0,6\text{m}^3/\text{s}$, incluindo o tratamento de abrandamento, está fornecendo atualmente em torno de $0,1\text{m}^3/\text{s}$, sem a remoção da dureza da água.

Em relação a possíveis sistemas de produção futuros, a Sanepar dispõe de um Plano Diretor no qual são quantificados os mananciais disponíveis em nível de vazões regularizadas, que pressupõe a construção de reservatórios/barragens, e cuja hierarquia de implantação está associada também ao avanço da urbanização. Dentre esses mananciais encontram-se o rio Pequeno, a leste e os rios Cotia, Despique, Faxinal, Pinduva e Várzea, todos ao sul de Curitiba.

b) Sistemas independentes

- **Balsa Nova:** com captação superficial simples, reforçada pelo aproveitamento do aquífero subterrâneo via poço profundo.
- **Campo Largo:** aproveita atualmente tanto o manancial superficial, através dos rios Itaquí e Verde, como o aquífero cárstico por meio de poços profundos.
- **Campo Magro:** localizada sobre a região geohidrológica do aquífero Karst. Um poço de profundidade média e uma mina surgente (mina Frei) aproveitam aquele manancial subterrâneo, com a captação conjunta de 23 l/s.
- **Cerro Azul:** aproveita o arroio Três Barras como manancial para o abastecimento de água da cidade, curso d'água que se desenvolve ao sul do quadro urbano. O arroio é afluente do rio Ponta Grossa, bacia do Ribeira.

- **Lapa:** aproveita tanto o aquífero subterrâneo, através de dois poços profundos, como também os mananciais superficiais: rio Stinglin e rio Peripau, sendo que este é somente operado em situações emergenciais. Os mananciais superficiais eventualmente apresentam proliferação de algas e macrófitas e assoreamento junto às barragens, condições que são resolvidas na estação de tratamento.
- **Rio Negro:** o manancial aproveitado é o Rio Negro, afluente de grande porte da margem esquerda do rio Iguaçu, que serve de limite municipal e urbano com o município de Mafra/SC.
- **Arapoti:** o abastecimento de água é feito a partir do aquífero subterrâneo, aproveitado através de seis poços profundos e de quatro minas surgentes, que produzem em conjunto aproximadamente 134m³/h.
- **Carambeí:** um conjunto de três poços profundos localizados no quadro urbano de Carambeí, com capacidade de fornecer 20,6 l/s e mais o rio São João que passa ao norte da comunidade, com 23,5 l/s são os mananciais que atendem o município.
- **Castro:** conta com três mananciais superficiais: a Mina Santa Leopoldina com vazão média de exploração de 18 l/s. A água desse manancial é de boa qualidade, com baixos índices de turbidez, alterada somente nos períodos de chuvas intensas; o rio São Cristóvão com vazão média de exploração de 64,2 l/s; e o rio Iapó, cuja vazão explorada é de 63,9 l/s.
- **Jaguariaíva:** gerenciado pelo Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto, vinculado a administração municipal, e que conta com assistência técnica da Funasa. O sistema produtor aproveita três mananciais superficiais – rio Capivari, rio Matarazzo e rio Três Bocas, todos afluentes do rio Jaguariaíva, bacia do Itararé.
- **Palmeira:** aproveita o aquífero subterrâneo Serra Geral, através de um poço tubular profundo e também o rio Pugas, que passa a leste do centro da cidade, sentido sul, como mananciais abastecedores.
- **Piraí do Sul:** o sistema conta com dois mananciais de abastecimento: mina Córrego das Brotas com vazão média de exploração de 16,9 l/s. A água desse manancial é considerada de boa qualidade, com baixo índice de turbidez, apenas alterada quando há fortes chuvas; e o rio Piraizinho com vazão média de exploração de 15,6 l/s.
- **Ponta Grossa:** a cidade dispõe de um dos maiores sistemas de abastecimento de água do estado do Paraná, com mais de 104 mil economias totais, das quais 95,5 mil da classe residencial. O sistema produtor aproveita o rio Pitanguí, através de duas captações, sendo a mais antiga no lago formado pela Barragem Alagados, junto ao vertedor respectivo, e a segunda, a fio d'água 7 km à jusante.
- **Sengés:** aproveita o manancial subterrâneo através de uma mina surgente e quatro poços profundos, que produzem em conjunto 34 l/s, cuja operação conjunta alcança, em média, 16h/d.
- **Telêmaco Borba:** o manancial do sistema de abastecimento é o rio Tibagi, um dos maiores rios do estado do Paraná, cuja bacia hidrográfica à montante do ponto de captação é de 13.700 Km². Nessa área há intensas atividades de agricultura e pecuária e extração de areia.
- **Tibagi:** aproveita o rio homônimo como principal manancial abastecedor, além do aquífero subterrâneo através do poço profundo denominado Poço 1.

Cobertura urbana

Praticamente a totalidade da população urbana da Área Turística é atendida pelos respectivos sistemas de abastecimento de água, segundo informação da SANEPAR (Quadro 52). Cabe observar que não há como confirmar tais dados, tendo em vista que o número de habitantes totais (no caso o número de domicílios totais ocupados), é recenseado pelo Ibge decenalmente. Outro aspecto é que há interesse da concessionária do serviço em ter mais consumidores/pagadores, além da tarifa social que universaliza o serviço.

Quadro 52 - Cobertura urbana do abastecimento de água nos municípios da Área Turística - 2010

Municípios	N.º economias residenciais ⁽¹⁾	Ocupação domiciliar ⁽²⁾ (hab./dom.)	População atendida ⁽⁴⁾ hab.
Almirante Tamandaré	25.960	3,76	97.610
Arapoti	6.383	3,63	23.170
Araucária	31.692	3,72	117.894
Balsa Nova	1.780	3,54	6.301
Campina Grande do Sul	8.886	3,63	32.256
Campo Largo	27.149	3,63	98.551
Campo Magro	1.503	3,83	5.756
Carambei	4.163	3,68	15.320
Castro	13.664	3,65	49.874
Cerro Azul	2.302	3,50	8.057
Colombo	57.422	3,70	212.461
Curitiba	596.574	3,31	1.974.660
Jaguariaíva	10.623	⁽³⁾ 3,50	37.181
Lapa	8.019	3,58	28.708
Palmeira	5.683	3,75	21.311
Pinhais	34.644	3,56	123.333
Piraí do Sul	5.053	3,45	17.433
Piraquara	22.285	3,66	81.563
Ponta Grossa	95.453	3,54	337.904
Quatro Barras	5.133	3,64	18.684
Rio Negro	7.573	3,64	27.566
São José dos Pinhais	68.687	3,62	248.647
Sengés	3.903	3,80	14.831
Telêmaco Borba	20.236	3,46	70.017
Tibagi	3.111	3,69	11.480

Fontes: SAMAE (Dados de Jaguariaíva) e SANEPAR (Dados das demais cidades) - 2010

(1) Dados relativos a janeiro de 2010.

(2) De acordo com o Censo 2000 do IBGE.

(3) Taxa estimada.

(4) Produto número de economias domésticas x taxa de ocupação doméstica.

A qualidade da água é avaliada com frequência diária em todos os sistemas e segue as Portarias 518 de 25.03.2004 e 1469 de 29.12.2000 do Ministério da Saúde. A Sanepar disponibiliza os resultados das análises da água de todos os sistemas em seu sítio na Internet (www.sanepar.com.br). Não há informe sobre problemas na qualidade da água distribuída nos sistemas, considerada excelente.

Há eventualmente problemas de qualidade das águas dos mananciais, antes da captação e, portanto, antes do tratamento. Como parte desses problemas tem origem em despejos domésticos, cujo serviço de coleta também é de responsabilidade da Sanepar, há a confusão entre água bruta e água tratada/distribuída (E.g.: algas no reservatório do Iraí).

Não há carência no abastecimento de água nas cidades da Área Turística, salvo em períodos de estiagens importantes que reduzam drasticamente a capacidade dos mananciais (não do sistema) ou em caso de emergências pontuais.

Com relação ao atendimento aos turistas atuais e potenciais deve-se fazer a distinção entre o "produto turístico" estar ou não inserido geograficamente na área coberta pelo sistema. Se o "produto turístico" estiver inserido na (ou próximo da) área atendida pelo Sistema de Abastecimento de Água – SAA (Quadro 53) não haverá carência no fornecimento de água. Se não for próximo, haverá a necessidade de dotar o local deste serviço através da extensão do sistema existente (ramal) ou de um novo sistema a ser construído. Por exemplo, as UCs de Curitiba inseridas na área urbana são facilmente atendidas pelo sistema respectivo; idem ocorre com as edificações históricas de Tibagi; a Gruta do Monge na Lapa é atendida por um ramal do SAA; o sítio da formação arenítica Vila Velha, longe de áreas urbanas, tem sistema próprio e as cachoeiras de Jaguariaíva, ainda não exploradas turisticamente, não possuem sistema algum, necessitando futuramente de projetos específicos.

Quadro 53 – Capacidade de atendimento no abastecimento de água nos municípios da Área Turística - 2010

Município	Capacidade				
	Distribuição de água no município	Abrangência de atendimento à população	Abrangência de atendimento aos equipamentos turísticos	Existência de reservatório ou manancial de água no território	Estrutura para tratamento de água
Almirante Tamandaré	x	x	x	-	-
Arapoti	x	x	-	x	x
Araucária	x	-	x	x	x
Balsa Nova	-	-	-	x	x
Campina Grande do Sul	x	x	x	x	-
Campo Largo	x	x	x	x	-
Campo Magro	-	-	-	x	-
Carambeí	x	x	x	x	x
Castro	x	x	x	x	x
Cerro Azul	-	-	-	x	-
Colombo	-	x	x	x	x
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	x	x	x	x
Lapa	x	x	x	x	x
Palmeira	x	x	x	x	x
Pinhais	x	x	x	x	-
Piraí do Sul	x	x	x	x	x
Piraquara	x	x	x	x	x
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	x	x	x	x
Rio Negro	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	x	x	-	x	x
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

2.4.3 Sistema de Esgotamento Sanitário

Da mesma forma que o abastecimento de água potável, o serviço de coleta, afastamento e tratamento de esgotos sanitários da Área Turística é concessionado à Sanepar, à exceção do município de Jaguariaíva, que dispõe de serviços do Samae vinculado a administração municipal, com assistência técnica da Funasa, para o sistema de abastecimento de água e esgotamento sanitário.

Os municípios de Almirante Tamandaré, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais pertencem à bacia hidrográfica denominada Alto Iguaçu, e tem seus sistemas interligados. Os demais, Araucária, Arapoti, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Carambeí, Castro, Cerro Azul, Jaguariaíva, Lapa, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Rio Negro, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi dispõem de sistemas independentes. As regiões de Campo Largo que são conurbadas com Curitiba (bairro Ferraria), bacia do Passaúna, e áreas de Campina Grande do Sul, conurbadas com Colombo, tem suas contribuições transpostas por bombeamento ao sistema integrado.

a) Sistema Integrado de Esgotos Sanitários

A integração das respectivas áreas municipais ao sistema de esgotamento sanitário tem como base as vertentes dos cursos d'água que formam as cabeceiras do rio Iguaçu e a composição planialtimétrica correspondente resulta na divisão das seguintes **vertentes**:

- do rio Atuba: envolve as bacias hidrográficas dos rios Piraquara, Iraizinho, Iraí, Palmital e o próprio Atuba, onde estão assentadas partes dos quadros urbanos de Piraquara, Quatro Barras, Colombo, Campina Grande do Sul e Curitiba; o esgoto gerado nessas áreas é coletado e transportado por elevatórias e/ou interceptores até a estação de tratamento de esgotos denominada Atuba Sul;
- do rio Belém: dentro do perímetro urbano de Curitiba, a maior bacia hidrográfica é a do rio Belém; engloba a parte mais adensada da capital do Estado e praticamente todo o efluente gerado é afastado por gravidade através de interceptores ribeirinhos até a estação de tratamento de esgoto (ETE) Belém; também converge para essa estação parte dos efluentes gerados em São José dos Pinhais, das bacias Ressaca e Pequeno;
- do rio Barigui: envolve parte dos municípios de Almirante Tamandaré e de Curitiba. Indiretamente estão envolvidos também setores urbanos de Campo Magro, Campo Largo e de Araucária que estão assentados na bacia hidrográfica do rio Passaúna, cuja preservação implica na transposição dos efluentes respectivos para a bacia do Barigui, via bombeamento;
- do ribeirão dos Padilha: a bacia hidrográfica desse ribeirão ocupa uma pequena área ao sul de Curitiba, e dispõe de rede coletora em praticamente toda a área e um sistema de afastamento composto por conjuntos de interceptores e duas estações de bombeamento que atendem bairros mais afastados como o Ponta Grossa e o Pompeia;
- de outras bacias hidrográficas: há pequenas áreas que pelas características topográficas ou de ocupação urbana, apresentam dificuldades de integração, seja com o sistema coletor, seja com o sistema de interceptação; enquadram-se nessas características as bacias do Itaquí – ETE Martinópolis, 30 l/s, do próprio Barigui – ETEs Monte Verde, 4,5 l/s e ETE Bracatinga, 1,7 l/s; o processo empregado nessas estações, o anaeróbico, remove cerca de 70% da carga orgânica carbonácea.

b) Sistemas independentes

- Arapoti: conta com sistema de esgotamento sanitário que atende a 7,8 mil pessoas, 34% da população total urbana, através de 2.170 economias domiciliares ligadas a 26 km de rede coletora. A área urbana da cidade divide-se em duas vertentes – rio Invernadinha e rio Pisa, sendo que a contribuição da segunda é revertida por elevatórias de transposição para a primeira, visando o tratamento conjunto na EE Invernadinha.
- Araucária: o sistema de esgotos sanitários de Araucária é composto de 150 km de rede coletora e conjuntos de interceptores que conduzem a contribuição de 80 l/s, gerada por 44 mil habitantes, que representam aproximadamente 38% da população urbana total local.

- Balsa Nova: dispõe de um pequeno sistema de esgotos sanitários, atendendo a 38% da população total. A vazão média de contribuição é de 4 l/s.
- Campina Grande do Sul: parte do esgoto sanitário gerado nas áreas urbanas é transposta para a bacia do rio Iraí, município de Colombo para tratamento na ETE Menino Deus. Esta estação será desativada tão logo seja posta em carga a elevatória/linha de recalque, ora em obras, que conduzirá o efluente a ETE Atuba Sul.
- Campo Largo: o sistema de coleta, transporte e tratamento de esgotos da cidade se restringe ao centro da cidade, atendendo a 37% da população residente na área urbana. Toda a parte norte do quadro urbano que segue o eixo da Rodovia BR 277 e mais a área a oeste, da bacia hidrográfica do rio Itaquí, não dispõe de cobertura do serviço.
- Carambeí: o quadro urbano está assentado em três bacias hidrográficas – arroio Boqueirão, arroio Carambeí e arroio Caçador – e há rede coletora de esgotos em grande parte das respectivas áreas.
- Castro: o sistema de esgotos sanitários atende 37 mil pessoas que representam 73% da população urbana da sede municipal. São 10.032 economias domiciliares ligadas a 140 km de rede coletora. Todo o sistema de coleta e afastamento converge para a bacia do rio Iapó, curso d'água de grande porte que contorna a cidade ao sul e a oeste.
- Cerro Azul: não conta com um sistema completo de coleta, afastamento e tratamento dos esgotos gerados no local. Está em fase de projeto um sistema que deverá atender boa parte da comunidade.
- Jaguariaíva: o sistema de esgotos sanitários é composto de 46 km de rede coletora que conduz a contribuição de 14 l/s, gerada por 7,5 mil habitantes, que representam aproximadamente 20% da população urbana total local. A rede está distribuída na bacia hidrográfica do rio Jaguariaíva que corta a cidade, de forma que o esgoto gerado é encaminhado à estação de tratamento através do conjunto de coletores tronco e três elevatórias de recuperação de nível.
- Lapa: o sistema de esgotos sanitários da Lapa é composto por 78 km de rede coletora, conjunto de tubulações interceptoras que fazem o afastamento, duas pequenas elevatórias de recuperação de nível de regiões baixas – Estação Elevatória (EE) Monge e Estação Elevatória (EE) H.Guimarães, com capacidade de 2,3 L/s e 1,5 L/s respectivamente – e a ETE Capivari.
- Palmeira: a malha coletora de esgotos desenvolveu-se ao longo das bacias naturais de drenagem, formadas pelos rios Monjolo, Forquilha e Pugas. O rio Forquilha margeia a cidade a oeste, o rio Monjolo corta a cidade no sentido sul-norte e o rio Pugas, com pouca área urbanizada, passa mais a leste.
- Piraí do Sul: o sistema de esgotos sanitários é composto por 40 km de rede coletora, conjunto de tubulações interceptoras que fazem o afastamento, uma pequena elevatória de recuperação de nível e a EE 1
- Ponta Grossa: o sistema de esgotos é um dos maiores entre seus pares no estado do Paraná. Da população urbana da sede do município, estimada em 338 mil habitantes, 240 mil são atendidos pelo sistema, o que representa uma relação de 72%, ressaltando que a cobertura do serviço inclui, além da coleta, transporte e tratamento dos efluentes correspondentes. O sistema coletor está distribuído em nove bacias hidrográficas, vertentes dos rios Verde, Pitanguí, Congonhas/Grande, Taquari, Gertrudes, Ronda, Tibagi, Olaria e Cará-Cará.
- Sengés: o sistema de esgotos sanitários atende 8 mil pessoas que representam 58% da população urbana da sede municipal. São 2.276 economias domiciliares ligadas a 27 km de rede coletora. Todo o sistema de coleta e afastamento converge para a bacia do rio Jaguaricatú, curso d'água que corta a cidade no sentido sul-norte.
- Rio Negro: conta com um sistema de esgoto sanitário que atende 45% da população urbana total, que é de 27,5 mil habitantes. A vazão média do esgoto coletado é de aproximadamente 23 L/s.

- Telêmaco Borba: apresenta um relevo bastante acidentado, combinado com uma barreira natural que é o rio Tibagi; destas condições decorre um sistema de esgotos sanitários que apresenta um número alto de estações elevatórias de transposição de bacia e de polos de tratamento. No caso são três elevatórias e cinco estações de tratamento.
- Tibagi: o sistema de esgotos sanitários atende 8,5 mil pessoas que representam 74% da população urbana da sede municipal. São 2.317 economias domiciliares ligadas a 30 km de rede coletora. Todo o sistema de coleta e afastamento converge para a bacia do rio Tibagi que margeia a cidade, assim como ao arroio São Domingos, afluente daquele. A exemplo de cidades ribeirinhas do chamado norte velho do estado, a área urbana de Tibagi é topograficamente acidentada, apresentando malhas habitacionais esparsas, envolvendo o concurso de três elevatórias de transposição de bacia.

Cobertura urbana

Considera-se como desejável que 80% da população seja atendida pelo serviço de coleta e tratamento de esgoto. Observa-se que apenas 16% dos municípios da Área Turística tem acima de 80% da população atendida pelo sistema de esgotamento sanitário. Os demais 84% apresentam carência deste serviço. Conclui-se que a população atendida pelo serviço na Área Turística é relativamente baixa, extensivo aos turistas. Destacam-se os municípios de Ponta Grossa, Carambeí, Castro e Tibagi que tem uma abrangência maior de atendimento.

Quadro 54 - Cobertura urbana da coleta e tratamento de esgotos nos municípios da Área Turística – 2010

Município	Cobertura da Coleta e Tratamento			
	N.º economias residenciais ⁽¹⁾	Ocupação domiciliar ⁽²⁾ (hab./dom.)	População atendida ⁽⁴⁾ (hab.)	Cobertura esgoto ⁽⁵⁾ (%)
Almirante Tamandaré	3.532	3,76	13.280	14
Arapoti	2.170	3,63	7.877	34
Araucária	11.895	3,72	44.249	38
Balsa Nova	676	3,54	2.393	38
Campina Grande do Sul	7.283	3,63	26.437	82
Campo Largo	9.981	3,63	36.231	37
Campo Magro	-	3,83	-	-
Carambeí	3.097	3,68	11.397	74
Castro	10.032	3,65	36.617	73
Cerro Azul	56	3,50	196	2
Colombo	17.822	3,70	65.941	31
Curitiba	524.306	3,31	1.735.453	88
Jaguariaíva	2.150	3,50	7.525	20
Lapa	6.533	3,58	23.388	81
Palmeira	5.169	3,75	19.384	91
Pinhais	20.240	3,56	72.054	58
Piraí do Sul	3.267	3,45	11.271	65
Piraquara	14.604	3,66	53.451	66
Ponta Grossa	68.608	3,54	242.872	72
Quatro Barras	3.208	3,64	11.677	62
Rio Negro	3.435	3,64	12.503	45
São José dos Pinhais	38.304	3,62	138.660	56
Sengés	2.276	3,80	8.649	58
Telêmaco Borba	13.602	3,46	47.063	67
Tibagi	2.317	3,69	8.550	74

Fontes: SAMAE (Dados de Jaguariaíva) e SANEPAR (Dados das demais cidades) – 2010

(1) Dados relativos a janeiro de 2010.

- (2) De acordo com o Censo 2000 do IBGE.
- (3) Taxa estimada.
- (4) Produto: número de economia domiciliar x taxa de ocupação domiciliar.
- (5) Relação economia esgoto/economia de água.

2.4.4 Sistema de Limpeza Urbana

A gestão dos resíduos sólidos urbanos da RMC é feita pelo Consórcio Intermunicipal para a Gestão de Resíduos Sólidos Urbanos, associação pública sem fins lucrativos e concessionado a Cavo Serviços de Meio Ambiente S.A.

Os municípios de Almirante Tamandaré, Araucária, Campo Largo, Campo Magro, Campina Grande do Sul, Colombo, Curitiba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais tem seus resíduos coletados, segregados, transportados e dispostos de forma integrada. Balsa Nova, Cerro Azul, Lapa e Rio Negro, assim como todos os municípios localizados na Região dos Campos Gerais, dispõem de sistemas próprios do serviço.

Sistema integrado de resíduos sólidos

Na RMC o sistema atende uma área de mais de 500 km² e 2,2 milhões de pessoas e envolve a coleta geral e seletiva, o transporte setorizado e final, os transbordos, a segregação a deposição no Aterro da Caximba e o tratamento correspondente.

A quantidade dos resíduos produzidos na área do sistema integrado é da ordem de 2,4 t/d, dos quais, 0,7 t/d são coletados seletivamente visando sua reciclagem ou reaproveitamento direto.

Dados de 2007 indicam que os 11 municípios que compõem o sistema integrado de resíduos sólidos geraram 650,3 mil toneladas, 73% dos quais, produzidos na capital do estado do Paraná.

No Quadro 55 é apresentada a produção de resíduos sólidos nos municípios que compõem o sistema integrado da RMC.

Quadro 55 - Produção de resíduos por município na RMC

Município	Geração de resíduos sólidos	
	Toneladas/Ano	%
Almirante Tamandaré	12.710	2,0
Araucária	18.051	2,8
Campo Largo	15.226	2,3
Campo Magro	3.018	0,5
Campina Grande do Sul	4.316	0,7
Colombo	32.150	4,9
Curitiba	477.295	73,4
Pinhais	21.501	3,3
Piraquara	10.134	1,6
Quatro Barras	2.372	0,4
São José dos Pinhais	53.508	8,2

Fonte: IAP (2009)

a) Programas de coleta/serviços especiais

Praticamente em todos os municípios integrados são realizadas ações de coleta seletiva e alguns serviços especiais; pode-se afirmar que na capital esse serviço é realizado de forma mais ampla.

O sistema integrado conta com vários programas que visam a participação efetiva da sociedade na coleta dos resíduos, como o programa Câmbio Verde que atende 86 comunidades, no qual a população troca o lixo reciclável, incluindo óleo vegetal já utilizado, por produtos hortigranjeiros; o programa Compra do Lixo que atende 16 mil pessoas por mês, destinado a remoção dos resíduos em áreas de difícil acesso aos caminhões e/ou de áreas onde não há acondicionamento do material, e o programa Lixo Tóxico, cujo objetivo é recolher materiais que contenham produtos contaminantes.

Dentre os serviços especiais há a limpeza de feiras livres e a varrição mecanizada, feita através de veículos dotados de equipamentos para tal.

b) Frequência das coletas

Os resíduos orgânicos domiciliares são coletados com frequência diária ou em dias alternados, em 86 setores urbanos, no período diurno. Com a mesma frequência, são coletados os resíduos domiciliares de outros 64 setores no período noturno.

A coleta de resíduos sólidos recicláveis é realizada de uma a três vezes por semana, cobrindo 72 setores no período diurno e outros 35 setores no período noturno.

c) Disposição final e processo de tratamento

A disposição final é feita no Aterro da Caximba, localizado ao sul do município de Curitiba, nas margens da várzea do rio Iguaçu, distante 20 km do centro de coleta.

O aterro sanitário da Caximba está no limite de sua capacidade e as administrações dos municípios envolvidos no sistema integrado, estão desenvolvendo ações no sentido de viabilizar técnica, econômica e ambientalmente, um novo sítio para a disposição final e tratamento dos resíduos sólidos urbanos não recicláveis.

Sistemas independentes

Os demais municípios, que não participam do Consórcio intermunicipal para Gestão de Resíduos Sólidos Urbanos tem sistemas de coleta e disposição final independentes, descritos a seguir:

- Arapoti: o sistema de resíduos sólidos é coordenado pela administração pública municipal, e o serviço de coleta, transporte, disposição e tratamento respectivo é concessionado à empresa Inova Ambiental Ltda.; a coleta dos resíduos é realizada três vezes por semana e não há separação do material reciclável, prevista para iniciar no ano corrente; a deposição do lixo e o tratamento são feitos em aterro sanitário, localizado no bairro Cerrado das Cinzas, através de processo convencional;
- Balsa Nova: a gestão dos resíduos sólidos é feita pela administração municipal local, e os serviços de coleta, transporte, disposição final e tratamento do lixo orgânico e hospitalar, são concessionados à empresa Sanetran Ltda.; a frequência da coleta é de três vezes por semana e o material é transportado ao Aterro Sanitário localizado no bairro Campo de Dentro;
- Carambeí: a gestão dos resíduos é feita pela administração pública municipal, sendo o serviço relativo à coleta, transporte, disposição e tratamento correspondente é concessionado à Inova Ambiental Ltda.; todo o resíduo orgânico coletado, estimado

- em 10 t/d, é transportado, deposto e tratado no Aterro Sanitário Botuquara, em Ponta Grossa;
- Castro: os resíduos, da ordem de 20 t/d, são coletados, transportados e tratados em aterro sanitário pela empresa Inova Ambiental Ltda, concessionária dos serviços; a coleta é realizada diariamente na área central e três vezes por semana nos bairros periféricos; o material coletado é conduzido ao aterro sanitário situado a nordeste do quadro urbano, na bacia hidrográfica do rio Iapó, margem esquerda, em local denominado Nhoaíva;
 - Cerro Azul: a coleta dos resíduos sólidos urbanos é gerenciada pela administração pública municipal; os resíduos são coletados seletivamente, sendo a parcela orgânica de segunda a sexta-feira no período diurno e o material reciclável com frequência semanal; não há tratamento dos resíduos e a deposição se faz em valas, utilizando-se o respectivo material de escavação para a selagem do material depositado;
 - Jaguariaíva: todo o resíduo gerado é coletado pela prefeitura local, através de estrutura própria, duas a três vezes por semana dependendo da localização do bairro; não há coleta seletiva, assim como não há tratamento do material depositado; atualmente os resíduos são transportados e depostos em área distante 10 km do centro da cidade, sentido norte, próximo a Rodovia PR 151;
 - Lapa: coordenado pela administração pública municipal, o serviço relativo à coleta, transporte, disposição e tratamento da parcela orgânica é concessionado à empresa Transresíduos Ltda.; a parte reciclável é gerenciada pela Associação de Catadores local com o apoio logístico da Prefeitura; a coleta dos resíduos orgânicos é realizada de segunda a sexta-feira na área central, três vezes por semana no anel urbano externo e duas vezes por semana nas comunidades rurais o material orgânico coletado é transportado ao Aterro Municipal, localizado a cerca de 4 km a oeste da cidade, no bairro Passa Dois;
 - Palmeira: a gestão dos resíduos é realizada pela administração pública local, que utiliza estruturas próprias para a coleta, transporte e deposição do material; o lixo orgânico é coletado todos os dias no centro da cidade e duas vezes por semana nos bairros, transportado para a localidade Faxinal do Silva, distante 30 km da sede urbana, onde está instalado o aterro sanitário, com tratamento do tipo convencional;
 - Piraí do Sul: o sistema é coordenado pela Prefeitura Municipal, e o serviço relativo à coleta, ao transporte e à disposição da parcela orgânica é concessionado à empresa Inova Ambiental Ltda.; o tratamento é feito em aterro sanitário localizado no município de Castro, distante 29 km ao sul de Piraí, para onde, ambas as municipalidades enviam seus resíduos; a operação do aterro é compartilhada através de Consórcio Intermunicipal e o processo empregado é do tipo convencional; a coleta do lixo orgânico é realizada com a frequência de duas ou três vezes semanais, abrangendo toda a área urbana e quatro locais na zona rural;
 - Ponta Grossa: a gestão é feita através da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, e os serviços de coleta, transporte, disposição final e tratamento correspondentes, concessionados à empresa Ponta Grossa Ambiental; o serviço de coleta dos resíduos urbanos domiciliares é diário, englobando os períodos diurno e noturno e a quantidade recolhida em 75 mil pontos é da ordem de 170 t/d; os resíduos domiciliares são conduzidos ao Aterro Sanitário Botuquara, localizado a sudeste do quadro urbano; o tratamento empregado é do tipo convencional, envolvendo espalhamento, compactação, selamento por solo em camadas sobrepostas;
 - Rio Negro: os serviços de coleta, transporte e deposição/tratamento da parcela orgânica dos resíduos sólidos urbanos são concessionados pela administração pública local à empresa Serrana Engenharia; esta concessionária presta o mesmo serviço para a cidade de Mafra/SC, conurbada com Rio Negro, para a qual são transportados os resíduos para o tratamento; a coleta dos resíduos orgânicos é feita diariamente na área central da cidade, duas a três vezes por semana nos bairros periféricos e duas vezes por mês na zona rural do município;

- Sengés: a administração pública local utiliza estruturas próprias para a coleta, o transporte e a deposição do material; o lixo orgânico é coletado de segunda a sexta feira no centro da cidade e duas vezes semanais na área rural e transportado para a área de deposição, 3 km ao norte do quadro urbano; o material é depositado no terreno, sem tratamento e não há coleta seletiva do lixo reciclável;
- Telêmaco Borba: os serviços de coleta, transporte, disposição final e tratamento do lixo orgânico gerado são realizados por estrutura própria vinculada à administração municipal; a coleta do lixo orgânico doméstico é realizada cinco dias por semana no centro da cidade e duas ou três vezes semanais nos bairros periféricos; depois de coletado o material é transportado e deposto no aterro sanitário local para o tratamento; o sítio do aterro está localizado 8 km ao sul do centro da cidade, junto ao distrito industrial, e o tratamento empregado é do tipo convencional;
- Tibagi: coordenado pela Prefeitura, os serviços de coleta, transporte e disposição final realizados por estrutura própria da administração municipal; a população local é orientada no sentido da separação do material reciclável do orgânico; o serviço de coleta é concomitante, através de veículos que dispõem de dois compartimentos para essa finalidade; o remanescente orgânico é transportado a uma área localizada junto ao distrito industrial local, situado a 3 km do centro da cidade.

No Quadro 56 é apresentada a capacidade dos municípios para atender às demandas de coleta e tratamento de resíduos sólidos.

Quadro 56 - Capacidade de atendimento na coleta e tratamento de resíduos sólidos nos municípios da Área Turística - 2010

Município	Coleta domiciliar	Limpeza pública nas áreas turísticas	Coleta seletiva de resíduos	Campanha educativa sobre a destinação dos resíduos	Capacidade operacional dos depósitos de resíduos
Almirante Tamandaré	x	x	-	-	-
Arapoti	x	x	x	x	x
Araucária	x	x	x	x	x
Balsa Nova	x	-	x	x	x
Campina Grande do Sul	x	x	x	x	x
Campo Largo	x	x	x	x	x
Campo Magro	x	-	x	x	x
Carambeí	x	x	x	x	x
Castro	x	x	x	x	x
Cerro Azul	x	-	x	x	-
Colombo	x	-	x	x	-
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	-	x	x	x
Lapa	x	-	x	x	-
Palmeira	x	x	x	x	
Pinhais	x	x	x	x	x
Piraí do Sul	x	x	x	x	
Piraquara	x	-	-	x	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	x	x	x	x
Rio Negro	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	x	-	-	-	-
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010

Nota: x Existente.

- Inexistente.

A análise da capacidade de atendimento dos municípios na coleta e disposição final dos resíduos sólidos nos atrativos turísticos revela que 32% dos municípios da Área Turística não possuem este serviço.

2.4.5 Rede de Drenagem Pluvial

Almirante Tamandaré, Araucária, Campina Grande do Sul, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais tem suas respectivas malhas urbanas interligadas e sobrepostas à bacia hidrográfica do Alto Rio Iguaçu, e nessa condição apresentam problemas comuns e/ou similares associados à drenagem pluvial.

Os municípios de Balsa Nova e Campo Largo, ainda que assentados também no Alto Iguaçu, não são efetivamente conurbados, e as respectivas condições de drenagem pluvial tem características próprias. Cerro Azul, na bacia do Itararé e Lapa e Rio Negro, na bacia do Médio Iguaçu.

Todas as cidades, sem exceção, tem áreas urbanas edificadas, que são inundadas com maior ou menor frequência, associadas em geral a ocupações irregulares, e onde os alagamentos ocorreriam naturalmente, diante da conformação topogeológica dos locais e da hidrologia regional.

No caso dos municípios do Alto Iguaçu há planos e programas que visam tanto a desocupação de áreas e/ou a definição de medidas mitigadoras pertinentes como também a minimização dos efeitos das grandes chuvas. Um destes estudos é o Plano das Bacias do Alto Iguaçu, do Instituto das Águas do Paraná (Suderhsa), instrumento de planejamento para a atuação integrada daqueles municípios.

A construção de barramentos visando o abastecimento de água potável serviu também para reduzir as inundações, seja pelo amortecimento de cheias que os reservatórios respectivos propiciam, seja pela captação da água para atendimento da população.

A construção de um canal paralelo, à esquerda da calha natural do rio Iguaçu, no seu estirão que vai desde a travessia da Rodovia BR 277 até dois km à jusante da Rodovia BR 101, desviando toda a contribuição dos arroios com nascentes em São José dos Pinhais, reduziu a possibilidade de alagamento dos Jardins Independência, Ipê, Cidade Jardim, Aristocrata e demais bairros da região oeste da cidade, próximos do vale, além de aliviar o próprio rio Iguaçu.

A faixa de um km de largura que compreende as margens do rio Iguaçu, ao longo de mais de 35 km no trecho que vai desde o município de Pinhais ao de Araucária, e que forma sua várzea original, foi alterada pela extração de areia, resultando em cavas disseminadas. A impossibilidade de ocupação dessas áreas, combinada com os reservatórios de amortecimento em que se transformaram tais depressões, é uma condição fundamental que contribui para a redução dos alagamentos.

Há locais de alagamento em Almirante Tamandaré, as margens do rio Barigui ao sul da área urbana, em Araucária em invasões próximas do rio Cachoeira, em Campina Grande do Sul nos bairros Jaguatirica e Eugênia Maria e em Campo Magro, junto ao ribeirão Bambera, bairro Boa Vista, cabeceiras do rio Passaúna.

São frequentes os alagamentos de áreas urbanas de Colombo, próximas ao rio Atuba como o bairro do Olaria, e em Curitiba em diversos locais como a Vila Hauer às margens do rio

Belém e bairros e ocupações irregulares ao longo do rio Barigui à jusante do parque homônimo. Em Pinhais há alagamentos junto ao rio Iraí, em parte dos Jardins Tropical e Palmital, assim como em Piraquara, às margens do mesmo rio no bairro Maria Antonieta.

Em Quatro Barras nos arroios que formam o rio Iraí, à montante do lago, atingindo bairros populosos como o Menino Deus e Borda do Campo, e em São José dos Pinhais, nas cabeceiras do rio Ressaca, nos bairros Afonso Pena e Aeroporto além de áreas de invasão.

A cidade de Balsa Nova é ribeirinha do Iguaçu e grande parte de seu quadro urbano está assentada em terras planas que se alagam sob chuvas intensas ou prolongadas.

Em Campo Largo a região central da cidade, bacia do rio Cambuí, está a salvo de inundações, seja pelas condições topográficas favoráveis, seja pela estrutura existente de galerias pluviais. As regiões norte e oeste do quadro urbano, bacias hidrográficas do rio Guabiroba e do rio Itaquí, apresentam pontos de alagamento, com destaque aos bairros Itaquí e São Caetano.

Mesmo tendo como limite urbano o rio Ponta Grossa, curso d'água de porte, afluente do Ribeira, Cerro Azul não apresenta inundações frequentes. Houve em 1998 alagamento na área central junto ao arroio da margem direita daquele rio. Já na Lapa há sete locais urbanos que alagam em períodos de chuvas intensas, e que se recuperam rapidamente sem prejuízos de monta. A cidade tem topografia favorável e conta com mais de 62 km de galerias pluviais.

Rio Negro não apresenta com frequência problemas de alagamentos, porém, em eventos especiais de precipitações prolongadas nas cabeceiras do rio, cujo nível pode subir 15 m acima da lâmina média, as inundações dentro do perímetro urbano e em áreas rurais ribeirinhas são de grande extensão, provocando prejuízos elevados à população. Os eventos históricos de 1983 e 1992 refletem estas condições.

As chuvas de fevereiro de 2010, ocorridas no Estado do Paraná, provocaram inundações em municípios da Região dos Campos Gerais. Dentre os mais afetados estão Jaguariaíva, Piraí do Sul e Sengés, sendo que neste último houve alagamentos em praticamente toda sua área urbana, resultando em enormes prejuízos.

Embora precipitações intensas e de longa duração como as havidas não sejam comuns, a proximidade daquelas cidades com rios de porte – rios Jaguariaíva, Piraí e Jaguaricatú respectivamente – combinada com áreas baixas e planas propiciam alagamentos constantes em áreas habitadas regularmente.

Em Arapoti, Palmeira, Piraí do Sul, Telêmaco Borba e Tibagi não há áreas que apresentam alagamentos frequentes, mesmo que os dois últimos tenham as respectivas áreas urbanas adjacentes ao rio Tibagi. Os quadros urbanos de ambos municípios estão assentes em áreas altas em relação ao nível dos cursos d'água e as margens desses, com taludes acentuados, inibem a ocupação.

As áreas urbanas próximas ao rio Iapó em Castro são alagadas com alguma regularidade, embora com curta duração e sem impactos importantes. Os locais atingidos são o Parque Iapó e os bairros a nordeste do quadro urbano.

Carambeí não é sujeita a alagamentos sob chuvas normais, até pela topografia favorável dentro dos limites urbanos, onde os cursos d'água estão no início de sua formação.

Por fim, a cidade de Ponta Grossa, a maior cidade dos Campos Gerais e a quinta mais populosa do estado do Paraná, a despeito de ter um relevo acidentado que sugere drenagem facilitada, apresenta pontos de alagamento em praticamente todas as sub-bacias

hidrográficas, com destaque àquelas que vertem ao sul como a do Olaria, do Cará-Cará e do Ronda. Contribuem para esta situação, as ocupações irregulares em parte dos respectivos vales, em algumas áreas sobre a própria calha dos arroios e o assoreamento dos leitos.

2.4.6 Condições dos Sistemas de Comunicação

A infraestrutura de comunicação da Área Turística contempla a situação atual dos sistemas de comunicação considerando telefonia fixa, telefonia móvel, acesso a jornais, revistas, radio, televisão comercial, correios e disponibilidade de serviços de Internet banda larga, nas sedes dos 25 municípios.

Todas as sedes dos municípios da Área Turística tem cobertura de telefonia fixa para ligações locais, de longa distância nacional e longa distância internacional, por meio das operadoras Oi, GVT Telecom, Intelig Telecom, Embratel, Telemar. Da mesma forma, todas as sedes de municípios tem cobertura de telefonia móvel operada pelas quatro principais operadoras que são: Oi, Vivo, Tim e Claro.

As áreas rurais, especialmente as Unidades de Conservação, apresentam restrições quanto à cobertura de telefonia móvel e fixa. As administrações das Unidades de Conservação possuem sistemas próprios de comunicação com as sedes dos municípios. A cobertura de telefonia móvel apresenta extensas áreas de sombra em trajetos de deslocamento pelas principais rodovias que interligam os municípios da Área Turística.

Todas as sedes de municípios da Área turística têm acesso à Internet banda larga com velocidade de 1 ou 2 mb. As cidade de Araucária, Balsa Nova, Campo Largo, Castro, Colombo, Curitiba, Pinhais, Ponta Grossa, São José dos Pinhais e Telêmaco Borba tem acesso a rede banda larga com velocidade superior a 2mb. As áreas rurais, onde se encontram as Unidades de Conservação, tem acesso à Internet banda larga via radio.

Todas as sedes de municípios da Área Turística tem acesso a jornais, sendo a Gazeta do Povo, pertencente ao grupo da RPC, com frequência diária, o jornal de maior circulação no estado, alcançando os 399 municípios do Paraná. Destacam-se ainda, entre os jornais editados em Curitiba, O Estado do Paraná, Tribuna do Paraná, Diário Popular, Hora H News, Jornal do Estado e Jornal do Comércio, que circulam em Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Dos jornais publicados em Ponta Grossa, destacam-se entre os de maior tiragem, o Diário dos Campos, Diário da Manhã e Jornal da Manhã, distribuídos nos municípios de Arapoti, Castro, Carambeí, Palmeira, Piraí do Sul, Telêmaco Borba e Tibagi.

Os jornais diários de circulação nacional como Folha de São Paulo, O Globo, Estado de São Paulo, Gazeta Mercantil, chegam às sedes dos municípios de Araucária, Campo Largo, Curitiba, São José dos Pinhais, Pinhais, Ponta Grossa, Castro e Telêmaco Borba.

Revistas de circulação nacional e periodicidade semanal como Veja e Isto É, estão disponíveis nas sedes dos municípios de Almirante Tamandaré, Arapoti, Araucária, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Carambeí, Castro, Colombo, Curitiba, Jaguaíva, Lapa, Palmeira, Pinhais, Piraí do Sul, Piraquara, Ponta Grossa, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi.

Jornais e revistas internacionais como Le monde Diplomatic, Time, Newsweek, podem ser adquiridos no Aeroporto Internacional Afonso Pena, em São José dos Pinhais e em diversas bancas de jornais no centro da cidade de Curitiba.

Quanto ao acesso à rádio e à televisão, em termos de bens duráveis existentes nos domicílios, o estado segue a média nacional, com índices um pouco acima, sendo 94,07% de domicílios com aparelhos de TV, 92,88% de domicílios com rádio e 27,73% com microcomputadores (Pnad, 2006).

Três grupos empresariais de comunicações se destacam no estado: a Rede Paranaense de Comunicação – RPC, que possui 11 veículos, afiliada à Rede Globo, atua tanto na TV, como em rádio FM e jornal; o Grupo RIC - Petrelli de Comunicação, que possui 7 veículos, afiliado a Rede Record, atua na TV e no rádio FM, e o Grupo Massa, que também possui 7 veículos, afiliado ao SBT, atuante na TV, e também em rádios OM e FM.

Ainda no Estado, há um número grande de rádios OM, maior que o número que rádios FM. O número de rádios comunitárias acompanha o número dos outros estados do Sul do Brasil, número bem abaixo em relação ao número de rádios OM e FM. Dos 25 municípios da Área Turística, 16 contam com rádios comunitárias. São eles: Arapoti, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Carambeí, Curitiba, Lapa, Palmeira, Pinhais, Piraí do Sul, Piraquara, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi.

Quanto ao acesso à televisão comercial, o Estado possui um número expressivo de geradoras, 37 ao todo, e conta com 488 retransmissoras que distribuem o sinal das 22 redes de TV para todo o estado. Na Área Turística, destaca-se a cobertura das emissoras de televisão TV Paranaense, TV Esplanada, TV Iguazu, RIC TV, Paraná Educativa (do Governo do Estado), TV Curitiba (Band) e CNT.

Todos os municípios da Área Turística tem agências dos Correios, assim distribuídas: Curitiba, com 63 agências, sendo 15 com Banco Postal; Lapa com 30 agências, sendo uma com Banco Postal; Ponta Grossa com 11 agências, sendo duas com Banco Postal; São José dos Pinhais com 7 agências, sendo três com Banco Postal; Balsa Nova com 6 agências, sendo 1 com Banco Postal; Campina Grande do Sul, Castro, Palmeira e Rio Negro com 5 agências cada, sendo uma com Banco Postal; Araucária e Campo Magro com 4 agências cada, sendo uma com Banco Postal; Almirante Tamandaré, Arapoti, Campo Largo, Tibagi e Sengés com 3 agências cada, sendo uma Banco Postal; Cerro Azul, Colombo, Jaguariaíva, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Telêmaco Borba com 2 agências cada, sendo uma com Banco Postal, e Carambeí e Piraí do Sul, com uma agência cada, que também funciona como Banco Postal.

2.4.7 Cobertura da Iluminação Pública

A iluminação pública foi analisada considerando o município quanto à sua área urbana, onde estão localizados os equipamentos e serviços que atendem a turistas – hotéis, restaurantes, hospitais, etc. e quanto à iluminação e ao fornecimento de energia em cada atrativo turístico em especial.

De acordo com a Copel, todos os 25 municípios estudados têm fornecimento de iluminação pública em suas áreas urbanas e rurais. Quanto à disponibilidade de iluminação pública específica nas áreas frequentadas pelos turistas, realizou-se um levantamento junto às prefeituras, apresentado a seguir.

Quadro 57- Iluminação pública dos principais atrativos turísticos dos municípios da Área Turística - 2010

Municípios	Iluminação pública x atrativo (%)	Municípios	Iluminação pública x atrativo (%)
Arapoti	100,00	Lapa	83,00
Araucária	50,00	Palmeira	44,00
Campo Largo	83,00	Pinhais	100,00
Campo Magro	50,00	Piraquara	100,00
Carambeí	100,00	Piraí do Sul	50,00
Castro	100,00	Ponta Grossa	66,00
Cerro Azul	0,00 (existe rede elétrica implantada, mas não possui iluminação)	Quatro Barras	66,00
Colombo	100,00	São José dos Pinhais	100,00
Curitiba	100,00	Telêmaco Borba	100,00
Jaguariaíva	50,00	Tibagi	27,00

Fonte: FAUEPG, 2010

A poluição visual tem atingido as áreas de valor arquitetônico de modo ostensivo. A poluição visual produzida pelos cabos de energia elétrica e de comunicação é justificada pela necessidade dos serviços e a impossibilidade dos municípios de arcarem com o alto custo de cabeamento subterrâneo. Em áreas de importância cênica e histórica esses custos se mostram reduzidos frente aos ganhos na qualidade do atrativo, são os casos dos Centros Históricos de Castro e Lapa.

Não há indicativos da necessidade de ampliação da capacidade instalada, mesmo com a previsão de ampliação da demanda turística. As eventuais sobrecargas que ocorrem no sistema de geração, transmissão e distribuição são problemas localizados e não são objeto deste Programa.

2.4.8 Atendimento nos Serviços de Saúde

A análise de saúde para o mercado de turismo consistiu na verificação da estrutura dos municípios para atender residentes e turistas. Não se trata, portanto, da análise do perfil de saúde municipal.

Foram considerados: atendimento médico existente no município, se há serviço médico 24h, existência de serviço de resgate e atendimento pelo sistema público de saúde (SUS) e aos planos de saúde privados. Os planos pesquisados foram Amil e Unimed, por representarem as maiores carteiras de clientes no Brasil.

Quadro 58 - Serviços de saúde nos municípios da Área Turística - 2010

Município	Serviços de saúde oferecidos				
	Atendimento médico	Serviço médico 24h	Serviço de resgate	Plano de saúde público	Plano de saúde privado
Almirante Tamandaré	x	-	x	x	x
Arapoti	x	x	x	x	x
Araucária	x	x	x	x	x
Balsa Nova	x	x	x	x	-
Campina Grande do Sul	x	x	x	x	x
Campo Largo	x	x	x	x	x
Campo Magro	x	-	x	x	-
Carambeí	x	x	x	x	x
Castro	x	x	x	x	x
Cerro Azul	x	x	x	x	-
Colombo	x	x	x	x	x
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	x	x	x	x	x
Lapa	x	x	x	x	x
Palmeira	x	x	x	x	x
Pinhais	x	x	x	x	x
Piraí do Sul	x	x	x	x	x
Piraquara	x	x	x	x	x
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	-	x	x	x
Rio Negro	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	x	x	x	x	x
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

Todos os municípios apresentam algum tipo de atendimento médico e serviço de resgate. Salienta-se que Almirante Tamandaré, Campo Magro e Quatro Barras não possuem atendimento emergencial do SUS, tendo apenas estabelecimentos de unidade básica de saúde. Os municípios de Balsa Nova, Campo Magro e Cerro Azul não têm estabelecimento conveniado aos planos de saúde privados.

Curitiba possui três serviços de referência no atendimento ao trauma integrados ao sistema SIATE, que são: Pronto-Socorro do Cajuru, Hospital do Trabalhador e Hospital Evangélico.

A cidade de Campina Grande do Sul possui um dos principais centros hospitalares da RMC – Hospital Angelina Caron, referência no atendimento ao trauma e procedimentos eletivos. Na Região dos Campos Gerais, o destaque é para a cidade de Ponta Grossa, que apresenta as melhores e mais completas estruturas hospitalares da região.

2.4.9 Situação da Segurança

A relação entre segurança e violência no país e no estado está longe de ser equacionada, como se pode verificar através da mídia em geral e nos dados oficiais disponíveis. O que se observa é o aumento da violência em todas as suas modalidades e a incapacidade das instituições de segurança pública de corresponder na mesma medida.

Embora a violência esteja situada entre as principais preocupações dos habitantes das regiões metropolitanas brasileiras há pelo menos duas décadas e tenha se tornado um problema de gravidade crescente em muitas cidades, só no final dos anos 1990 se observa o surgimento das primeiras experiências de segurança pública baseadas em diagnósticos de criminalidade, planejamento e avaliação das ações de segurança pública.

Com relação às competências das forças de segurança na Área Turística, a Polícia Civil é a responsável pela atividade de polícia judiciária em todo o estado, pelo desenvolvimento de ações do governo de tutela da ordem jurídica, assegurando a tranquilidade pública e a proteção da sociedade contra violações e malefícios. A Polícia Civil atua, geralmente, depois de concretizado o crime ou contravenção e o sucesso de sua atuação se mede pela solução dos crimes e prisão dos criminosos.

Dentro da estrutura organizacional da Polícia Civil do Estado do Paraná, dividida em Direção, Assessoria, Instrumental e Executivo, o Centro de Operações Policiais Especiais - COPE é um órgão eminentemente operacional, que possui três organismos internos, Subdivisão de Operações – SO, Subdivisão de Comunicações – SC e Grupo de Diligências Especiais – GDE.

É da competência do COPE a organização, orientação, coordenação, supervisão e controle operacional das suas unidades fixas e rádio-móveis e das atividades por eles desenvolvidas na Capital e no interior do Estado, competindo-lhe, especialmente exercer a vigilância ininterrupta e seletiva de locais e elementos suspeitos que possuam antecedentes criminais, visando preservar a ordem e a tranquilidade pública; realizar operações de natureza especial relacionadas com a segurança interna, entre outras, assaltos a estabelecimentos bancários, sequestro de dignitários, segurança física, manifestações grevistas e demais formas atentatórias previstas na legislação especial; e outras atividades correlatas.

À SO compete a orientação, fiscalização, controle e supervisão dos recursos humanos equipamentos a sua disposição, bem como a coordenação das operações policiais que envolvam as unidades ou serviços do Cope seja em colaboração a outras unidades da Polícia Civil ou outros órgãos da Segurança quando determinado pelo Secretário de Estado da Segurança Pública.

Para a SC cabe a execução das atividades ligadas à transmissão e recebimento de mensagens, além do controle das unidades fixas e rádio-móveis, e outras atividades correlatas.

Ao GDE cabe a investigação, vigilância diurna e noturna destinada a prevenção dos delitos previstos no Código Penal e legislação penal especial e, a realização de diligências sigilosas e de caráter especial, além de apoio a ações de Delegacias de Polícia bem como outras atividades correlatas.

O COPE é dirigido por cinco Delegados de Polícia sendo, um Delegado Titular, um Delegado Adjunto, um Delegado Chefe da Subdivisão de Operações, um Delegado Chefe da Subdivisão de Comunicações e um Delegado Chefe do Grupo de Diligências Especiais.

A Polícia Militar do Paraná tem por função o policiamento ostensivo e a preservação da ordem pública no Estado do Paraná. A Polícia Militar é força auxiliar e reserva do Exército Brasileiro, e integra o Sistema de Segurança Pública e Defesa Social do Brasil. Seus integrantes são denominados Militares dos Estados, assim como os membros do Corpo de Bombeiros.

No organograma da Secretaria de Estado da Segurança, são subordinados à pasta a Polícia Militar, a Polícia Civil, a Polícia Científica, o Departamento de Trânsito e o Departamento de Inteligência do Estado do Paraná – DIEP.

Três cidades da Área Turística sediam Comandos Regionais da Polícia Militar. São elas: Curitiba, com o 1.º Comando Regional, Ponta Grossa com o 4.º Comando e o 1.º Batalhão da Polícia Militar. São José dos Pinhais sedia o 6.º Comando Regional e o 17.º Batalhão da Polícia Militar. Duas cidades da Área Turística sediam Companhias Independentes da Polícia Militar. São elas Lapa e Telêmaco Borba, sendo que esta última sedia ainda o 1.º e o 3.º Pelotões da Polícia Militar.

O Corpo de Bombeiros é um dos comandos intermediários da Polícia Militar do Paraná, que tem como missão constitucional a execução de atividades de defesa civil, prevenção e combate a incêndios, buscas, salvamento e socorros públicos no âmbito do Estado do Paraná. O Comando Estadual do Corpo de Bombeiros, o 1.º e o 7.º Grupamentos de Bombeiros estão sediados em Curitiba. A cidade de Ponta Grossa sedia o 2.º Grupamento e São José dos Pinhais sedia o 6.º Grupamento e o 1.º Subgrupamento com três postos. Telêmaco Borba sedia o 2.º Subgrupamento e a 1.ª Seção dos Bombeiros, Araucária sedia o 2.º Subgrupamento com um posto e Campo Largo sedia o 3.º Subgrupamento com um posto. Castro sedia a 2.ª Seção de Bombeiros, e em Piraquara está o Centro de Ensino e Instrução.

Entre os 25 municípios da Área Turística, três sediam unidades do Comando de Policiamento do Interior – CPI, do Corpo de Bombeiros: Ponta Grossa, Lapa e Telêmaco Borba. Os municípios dos Campos Gerais são atendidos pelos CPI de Ponta Grossa e Telêmaco Borba.

Além da instituição dos bombeiros, existe um grupo voluntário de busca e salvamento que atende a área do Parque Estadual do Marumbi e seu entorno, na cidade de Quatro Barras. Trata-se do Corpo de Socorro em Montanha – COSMO, uma associação civil sem fins lucrativos, criada em 1996, formada por montanhistas voluntários que prestam serviços de prevenção de acidentes, resgate de acidentados, busca de desaparecidos, manutenção e conservação de trilhas e vias de escalada. Esse é o único Grupo Voluntário de Busca e Salvamento – GBVS existente no Estado do Paraná.

O Serviço Integrado de Atendimento ao Trauma em Emergência – SIATE presta atendimento de emergência às vítimas de acidentes ocorridos em vias e logradouros públicos, em ambientes profissionais e domiciliares, garantindo o suporte básico e avançado de vida e o transporte das vítimas para hospitais de referência integrados ao sistema, por meio de ambulâncias, em condições ideais, com equipamentos e procedimentos médicos indispensáveis ao suporte de vida, evitando o agravamento das lesões e melhorando suas condições clínicas. O atendimento é feito por equipes especializadas que atendem 24 horas por dia, no Corpo de Bombeiros, por meio de chamadas telefônicas gratuitas pelo número 193.

O atendimento do SIATE é exclusivo ao trauma, sendo que aproximadamente 70% das ocorrências está relacionada a acidentes de trânsito como atropelamento, colisão, capotamento, queda de bicicleta, 10% a acidentes interpessoais como agressão, e ferimentos por arma de fogo, ferimentos por arma branca, 10% devido a quedas e os 10% restantes dos atendimentos derivam de causas variadas como queimaduras, soterramento, acidente de trabalho ou ainda problemas clínicos com risco iminente de vida.

Em março de 1988, uma Portaria da Secretaria de Estado da Saúde, constituiu uma comissão destinada a implantar o projeto piloto. Em 29 de março de 1990 foi assinado o convênio de cooperação técnica, sendo implantado o serviço de atendimento; inicialmente restrito à capital do Estado. Em 2005 foi alterada a *Lei de Organização Básica* – LOB da Polícia Militar, e o SIATE passou a constar oficialmente da estrutura do Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Paraná.

Desde 2003, sete municípios do Paraná contam com o atendimento do SIATE: Curitiba, Ponta Grossa, Londrina, Cascavel, Maringá, São José dos Pinhais e Foz do Iguaçu, garantindo o atendimento de emergência a mais de 5,5 milhões de pessoas.

Os Postos de Bombeiros Comunitários são postos de primeira resposta para o combate a incêndios no Estado do Paraná, cujo atendimento é dado por funcionários públicos municipais, sob a coordenação de um bombeiro militar. Este serviço é prestado em cidades com população superior a 15 mil habitantes, que ainda não possuem destacamento de bombeiros militares profissionais ou outro serviço similar disponível. Os municípios que possuem Postos de Bombeiro Comunitário na Área Turística são: Almirante Tamandaré, Campina Grande do Sul, Lapa, Quatro Barras, Carambeí e Tibagi.

Os caminhões do programa Bombeiro Comunitário são pintados na cor laranja, adotada pela Defesa Civil em todo o mundo. O serviço pode ser acionado através do telefone 193 (do Corpo de Bombeiros) ou 199 (da Defesa Civil). A qualidade do serviço oferecido é controlada pelo Corpo de Bombeiros, que realiza treinamento periódico com os agentes

Aparato policial

Segundo dados do Ministério da Justiça, o total de profissionais dos órgãos estaduais de segurança pública no Brasil, agregando policiais civis e militares e corpos de bombeiros militares, subiu de 569.798 para 599.973, de 2003 para 2007. Entre as polícias civis, o aumento foi de 115.960 para 123.403 (6,4%); entre as polícias militares, o aumento foi de 390.451 para 412.096 (5,5%); e entre os corpos de bombeiros militares, o aumento foi de 63.387 para 64.474 (1,7%). Tendo como referência o ano de 2007, do total de 599.973 profissionais, 68% são policiais militares, 21% são policiais civis e 11% são bombeiros militares.

Em relação ao número de habitantes por profissional, em termos nacionais, passamos de 310 habitantes por profissional, em 2003, para 315 habitantes por profissional, em 2007, ou seja, o incremento no número de profissionais não acompanhou o ritmo do incremento da população e, em 2007, cada profissional passou a ser responsável pela segurança de um número maior de habitantes. Em termos estaduais, o Distrito Federal, o Amapá, o Acre, Roraima e Tocantins possuem a melhor relação habitante/profissional, que chega a 1/200. Por outro lado, Paraná, Maranhão, Ceará e Piauí, são os estados com as piores relações, sendo cada profissional destes estados responsável pela segurança de mais de 400 habitantes.

Ainda segundo o Ministério da Justiça o efetivo policial, no Paraná, entre 2003 e 2007 apresentou a seguinte evolução:

Quadro 59 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007)

Corporação/ano	2003	2004	2005	2006	2007
Polícia Civil	6704	4176	4239	4351	NI
Polícia Militar	13750	16907	NI	17666	15844
Bombeiros Militares	2864	2899	3062	2895	2824

Fonte: Ministério da Justiça, Relatório elaborado pela Coordenação Geral de Pesquisas /SENASP/MJ.

NI – Não informado.

A relação habitantes/profissionais de segurança Pública no Paraná apresentada no Quadro 60, demonstra que a evolução no crescimento da população não foi acompanhada pelo

aumento proporcional do efetivo policial, considerados aí as corporações afetas ao governo do estado, que são a Polícia Militar, Polícia Civil e Bombeiros.

Quadro 60 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007)

	2003	2004	2005	2006	2007
Profissionais de Segurança Pública/Total*	23318	23982	24688	24912	23071
Relação Habitantes por Profissional	424,86	417,62	415,66	416,96	455,63

Fonte: Ministério da Justiça, Relatório elaborado pela Coordenação Geral de Pesquisas /SENASP/MJ

* foram calculadas projeções do efetivo para os dados não informados em função da razão habitante/profissional nos anos em que tivemos informações.

Dados não oficiais, divulgados pelo jornal Gazeta do Povo em 2011¹⁵, revelam o seguinte quadro em relação ao efetivo policial no Paraná:

O Paraná tem uma defasagem de 9,2 mil policiais militares em seu efetivo. O número estipulado pela nova Lei Orgânica da corporação, sancionada em 2010, é de 26,7 mil integrantes. O número atual, incluindo o Corpo de Bombeiros, é de 17,4 mil. Com uma população semelhante, o Rio Grande do Sul conta com 25,5 mil policiais militares. O déficit de pessoal não atinge só a PM. O número de policiais civis do estado (incluindo delegados, escrivães, investigadores e papiloscopistas) sofreu redução de 9% nos últimos dez anos, caindo de 3.931, em dezembro de 2000, para 3.572 atualmente. dois terços dos municípios do Paraná - o equivalente a 270 cidades não tem delegado de polícia. Segundo a mesma reportagem, o Paraná tem 0,9 delegados por município e o efetivo policial está abaixo do preconizado pelas leis orgânicas das instituições: o Paraná tem uma das piores relações delegado/municípios do país.

Quadro 61 - Efetivo de Órgãos Estaduais de Segurança Pública - Dados Informados Paraná (2003-2007)

Estados	Efetivo				
	População (milhões)	Polícia Militar	Polícia Civil	Polícia Científica	Total do efetivo
Paraná	10,4	17.473	3.572	254	21.299
Santa Catarina	6,2	11.000	3.250	383	14.633
Rio Grande do Sul	10,7	25.529	5.900	1.775	33.204

Fonte: Secretaria de Segurança do Paraná e Censo IBGE 2010 - Infográfico Gazeta do Povo, Edição 27 julho 2011.

Não existe na Área Turística atendimento específico de polícia turística, e não há programas específicos de capacitação das polícias militar, civil ou guarda municipal para o atendimento ao turista.

Segundo o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba -IPPUC, (2010), assim como outras cidades brasileiras de seu porte, Curitiba vem apresentando números crescentes de homicídios. A taxa de homicídios por residência da vítima praticamente dobrou do início dos anos 90 para o final dos anos 2000. Desde a década de 70, o

¹⁵ Jornal Gazeta do Povo, edição do dia 27/07/2011, caderno Vida e Cidadania

crescimento foi de quase 500%. A Taxa de homicídios na população total de acordo com o local de ocorrência do crime teve crescimento de aproximadamente 120%. A taxa de homicídios na população de 15 a 24 anos cresceu a partir de 1990 cerca de 180%. Crimes consumados contra a pessoa e os costumes registraram aumento superior a 400%. A Taxa de crimes consumados contra o patrimônio apresentou aumento de quase 700%.

As taxas de atropelamento, mortos no local, mortalidade por acidentes de trânsito e acidentes de trânsito em Curitiba apresentaram evolução positiva ao longo das décadas de 1970 a 2000, com redução expressiva de todos os indicadores. Esses dados tornam-se mais relevantes levando-se em consideração tanto o aumento da população da cidade quanto o aumento da frota automotiva no período. Podem ser apontados como fatores que contribuíram para esta melhoria tanto as campanhas de educação no trânsito, criadas pela Prefeitura de Curitiba e Urbanização de Curitiba S.A. (Urbs) nos anos 90, como a maior fiscalização exercida pela Diretoria de Trânsito - DIRETRAN. Para essa melhora destaca-se também a atuação do Siate desde o final da década de 80. A qualidade de atendimento no local, aliada ao entendimento da população em geral sobre socorros de urgência garantem em muitos casos a sobrevivência das vítimas e impede agravos aos traumas sofridos.

Curitiba possui, desde 1986, sua própria Guarda Municipal, subordinada à Secretaria Extraordinária de Defesa Social. cuja atuação visa proteger, de maneira mais efetiva e autônoma os equipamentos públicos urbanos, logradouros e cidadãos, fiscalizar ostensivamente crimes contra o patrimônio público ou de valor ambiental. A guarda municipal possui regulamento que não conflita com as atribuições legais do policiamento estadual. A cidade tem um sistema de câmeras de segurança operadas pela prefeitura no Centro Integrado de Monitoramento Eletrônico de Curitiba – CIMEC, no qual são utilizadas 88 câmeras para combater o crime, sendo 45 instaladas na região central e 43 instaladas nos bairros de Curitiba.

Com o advento do Código Nacional de Trânsito, os municípios obtiveram maior hegemonia sobre a segurança de tráfego na cidade e Curitiba criou a DIRETRAN junto à Companhia de Urbanização de Curitiba – URBS, empresa municipal que gerencia o transporte coletivo e o estacionamento regulamentado de Curitiba. Instituiu-se a função do Agente Municipal de Trânsito e foi implantada a sinalização urbana para coibir as infrações e a violência no trânsito.

Criminalidade

A Secretaria de Estado da Segurança Pública divulgou em abril de 2011 o relatório estatístico do 10 trimestre de 2011 que inclui números da Polícia Civil e Polícia Militar. Segundo a metodologia da Secretaria de Segurança, o Paraná está dividido em 23 Áreas Integradas de Segurança Pública – AISP. Com relação à Área Turística, os municípios de interesse estão assim agrupados:

- 1.^a AISP - Curitiba
- 2.^a AISP - Região Metropolitana de Curitiba - Campo Largo, Almirante Tamandaré, São José dos Pinhais, Piraquara, Cerro Azul, Campina Grande do Sul, Quatro Barras e Araucária.
- 4.^a AISP - Ponta Grossa, Carambeí, Castro e Piraí do Sul.
- 22.^a AISP - Telêmaco Borba e Tibagi.

Quadro 62 - Registros dos crimes consumados segundo as Áreas Integradas de Segurança Pública do Paraná - Período 1º de janeiro a 31 de março de 2011.

AISP	população		Crimes contra a pessoa				Crimes contra o patrimônio				Crimes contra os costumes				Crimes contra a administração pública			
	habitan te	%	PC	PM	SESP	%	PC	PM	SESP	%	PC	PM	SESP	%	PC	PM	SESP	%
Curitiba	1.890.272	17,4	7.570	2.759	10.329	17,7	14.703	5.071	19.774	29,7	149	42	191	18,1	258	198	456	12,7
S J dos Pinhais	1.460.245	13,4	6.065	2.225	8.290	14,2	5.687	2.218	7.905	11,9	110	40	150	14,2	156	136	292	8,1
Ponta Grossa	733.349	6,8	2.879	1.040	3.919	6,7	1.875	1.955	3.830	5,7	56	12	68	6,4	50	144	194	5,4
Telêmaco Borba	213.804	2,0	491	283	774	1,3	405	341	746	1,1	10	0	10	1,0	17	36	53	1,5
Total	4.297.670	39,6	17.005	6.307	23.312	39,9	22.670	9.585	32.255	48,4	325	94	419	39,7	481	514	995	27,6

Fonte: Boletim de Ocorrência Unificado – BOU, Polícia Civil – PC, Polícia Militar – PM.

Nota: Dados extraídos da Base BOU em 05 de abril de 2011.

As áreas integradas sediadas em Curitiba e São José dos Pinhais concentram 30% da população do Estado e o maior número de crimes em todos os principais títulos. Deve-se observar, contudo, que se trata de uma área de conurbação urbana, em que a periferia do centro se estende às periferias dos municípios vizinhos, onde no passado recente existia maior tranquilidade e vida rural tradicional. Supõe-se que as áreas mais propícias ao turismo se localizem nessas áreas menos afetadas pela violência urbana.

Considerando a população da AISP, com sede em Ponta Grossa, observa-se uma diminuição expressiva de ocorrências em todos os títulos; e o mesmo se observa na AISP de Telêmaco Borba, que tem um percentual de habitantes muito pequeno em relação ao total de habitantes do Estado. Como a maior parte dos atrativos naturais concentra-se em áreas com baixa densidade populacional, conclui-se que essas áreas são menos afetadas pela violência verificada na RMC.

Os dados disponíveis sobre a ocorrência de crimes no primeiro trimestre de 2011 apontam que individualmente, São José dos Pinhais tem o maior número de ocorrências de crimes contra a pessoa, contra o patrimônio e contra a administração pública. Araucária aparece em segundo lugar nos crimes contra a pessoa, o patrimônio e a administração pública.

Quadro 63 - Registros dos crimes consumados segundo os Municípios da Região Metropolitana de Curitiba Período 1.º de janeiro a 31 de março de 2011.

AISP	Crimes contra a pessoa				Crimes contra o patrimônio				Crimes contra os costumes				Crimes contra a administração pública				Outros crimes			
	Polícia Civil	Polícia Militar	Sesp	%	Polícia Civil	Polícia Militar	Sesp	%	Polícia Civil	Polícia Militar	Sesp	%	Polícia Civil	Polícia Militar	Sesp	%	Polícia Civil	Polícia Militar	Sesp	%
Almirante Tamandaré	481	246	727	8,77	348	148	496	6,27	6	5	11	7,33	9	19	28	9,59	39	81	120	5,51
Araucária	814	133	947	11,42	729	164	893	11,30	3	4	7	4,67	14	17	31	10,62	80	124	204	9,36
Campo Largo	435	224	659	7,95	370	325	695	8,79	7	5	12	8,00	8	10	18	6,16	65	152	217	9,96
Colombo	755	370	1125	13,57	814	374	1188	15,03	31	9	40	26,67	25	18	43	14,73	116	189	305	14,00
Pinhais	505	140	645	7,78	595	201	796	10,07	7	1	8	5,33	13	6	19	6,51	83	56	139	6,38
Piraquara	327	183	510	6,15	255	127	382	4,83	7	4	11	7,33	12	3	15	5,14	65	91	156	7,16
São José dos Pinhais	1508	382	1890	22,8	1656	374	2030	25,68	29	2	31	20,67	48	21	69	23,63	324	158	482	22,12
Demais municípios	854	413	1267	15,28	553	362	915	11,57	13	8	21	14,00	24	34	58	19,86	136	295	431	19,78
Total	6065	2225	8290	100	5687	2218	7905	100	110	40	150	100	156	136	292	100	949	1230	2180	100

Fonte: Secretaria de Segurança Pública – SESP, Boletim de Ocorrência Unificado – BOU, Polícia Civil – PC, Polícia Militar – PM.

Nota: Dados extraídos da Base BOU em 05 de abril de 2011.

Em Curitiba, segundo dados do IPPUC, a guarda municipal atendeu em 2009 uma média de 317 ocorrências nos 75 bairros da cidade e em 23 deles, o número de ocorrência foi maior que a média. Entre eles, o Centro da cidade.

2.4.10 Análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados nos Atrativos Turísticos Destacados

A partir do agrupamento e mapeamento dos atrativos turísticos que representam maior potencial para o atingimento dos objetivos propostos neste plano, fez-se o levantamento das condições de infraestrutura e acessibilidade de cada atrativo, consolidados em forma de quadros e imagens de satélite.

As informações a respeito da infraestrutura nos atrativos turísticos destacados são de caráter qualitativo.

No caso da energia elétrica não se encontra dificuldades para ampliação e ajustes necessários quando de eventuais acréscimos no volume de visitantes. Complementarmente, considerando como um serviço importante de apoio à atividade turística, adicionou-se observação a respeito da comunicação.

As informações foram obtidas na Sanepar (água e esgoto), IAP e prefeituras (coleta de lixo) e estão atualizadas para Novembro de 2010.

Quadro 64 - Atrativos Turísticos destacados da Área Turística e observações quanto à infraestrutura e serviços básicos

continua

Atrativos	Municípios abrangidos na Área Turística	Descrição
Caminhos de Guajuvira	Araucária	Roteiro situado em área rural do município, com 42 quilômetros de extensão, composto por 10 pontos para visitação, com acesso através de estradas vicinais. Dispõe de rede de energia elétrica em todo o percurso. Não há rede de coleta de esgoto e não há sistema de abastecimento de água. Os sistemas são isolados em cada propriedade. Serviço de coleta de resíduo ocorre de segunda a sábado, na área central e em dias alternados nos bairros. Na zona rural, a coleta é semanal. Dos oito empreendimentos ao longo do roteiro, seis possuem telefonia fixa e dois celular rural.
Feira da Louça	Campo Largo	Ocorre no Ginásio da Rondinha (Polentão), situado em área urbana de Campo Largo, ao lado da Igreja São Sebastião, localizado no Km 20 da BR 277, rodovia concessionada. Conta com cobertura de coleta de esgoto e água do próprio sistema urbano. Há rede de energia elétrica da Copel. Possui cobertura de telefonia fixa e móvel.
Parque Histórico de Carambeí	Carambeí	Situado próximo ao centro urbano de Carambeí, possui todos os serviços básicos – energia, água, esgoto, coleta de resíduos, sistema de comunicação fixa e móvel. A estrutura foi inaugurada em 2011.
Centro Histórico (Museu do Tropeiro) e Castrolanda	Castro	Por se localizarem em áreas urbanas, os atrativos contam com cobertura de coleta de esgoto e água em toda a sua extensão. Quanto à coleta de lixo, tem-se: coleta diária para lixo comum e seletiva duas vezes por semana. A varrição é diária e não se observam problemas em relação ao uso turístico. Há cobertura de telefonia fixa e móvel.
Parque Estadual de Caxambu	Castro	Situado à margem da rodovia BR277, possui infraestrutura e serviços básicos para atender a demanda de visitantes para educação ambiental. Há cobertura de telefonia fixa.
Conjunto dos Parques Naturais	Curitiba	Situados em área urbana, possuem estruturas e serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, cobertura de telefonia fixa e móvel.
Conjunto do Patrimônio Cultural	Curitiba	Situados em área urbana, possuem estruturas e serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, possui cobertura de telefonia fixa e móvel.

Atrativos	Municípios abrangidos na Área Turística	Descrição
Centro Histórico	Lapa	<p>A área conta com cobertura de abastecimento de água e coleta de esgoto em toda a sua extensão.</p> <p>Há um projeto de se trocar a rede atual de ferro por PVC, porém, a pedido da prefeitura, o polígono do Centro Histórico foi excluído e merecerá projeto específico com cuidados especiais relativos ao patrimônio arquitetônico.</p> <p>Eventuais acréscimos no volume de visitantes poderão ser absorvidos pela atual rede, seja de água, seja de esgoto.</p> <p>Quanto à coleta de lixo, tem-se: coleta diária para lixo comum e seletiva duas vezes por semana. A varrição é diária e não se observam problemas em relação ao uso turístico. Há cobertura de telefonia fixa e móvel.</p> <p>Devido à importância turística desta área para o município, o serviço público de limpeza opta por não instalar containers estacionais grandes.</p>
Parque Estadual do Monge	Lapa	<p>Existe rede de água projetada para uso de turistas em curta permanência e para os oito funcionários que lá trabalham. No caso de se manter o atual perfil das visitas, não haverá necessidade de se alterar essa rede de água. Em caso contrário, deve-se avaliar a necessidade de alterações na própria rede e na estação elevatória atualmente em uso.</p> <p>Quanto ao esgoto, atualmente não se conta com essa infraestrutura. Desenvolve-se projeto, para implantação em 2011, de uma rede integrada ao restante da cidade e calculada para um volume de 8 funcionários e visitantes por curto período (menos que cinco horas).</p> <p>Em termos de coleta de lixo, o Parque Estadual do Monge, antes das obras de reforma, contava com sérios problemas. O proposto para quando a reforma for finalizada é de se ter lixeiras, container, coleta normal e seletiva a cada 15 dias. O volume de lixo orgânico até então observado tenderá a diminuir, com acréscimo para o reciclável (devido à mudança no perfil do usuário, com menor tempo de permanência). Há problemas no Parque quanto às áreas de circulação de veículos, porque não há no local área de estacionamento definida, ocorrendo assim constante competição entre pedestres e motoristas bem como bloqueio de passagem para propriedades particulares situadas além do parque. É comum também, o estacionamento de carros sobre a vegetação rasteira e sobre a rocha desnuda, trazendo dessa forma, impactos à vegetação e ao solo. Possui cobertura de telefonia fixa</p>
Autódromo Internacional de Curitiba	Pinhais	<p>Situados em área urbana, possuem estruturas e serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, cobertura de telefonia fixa e móvel.</p>
Santuário Nossa Senhora das Brotas (conjunto de atrativos cultural e religioso)	Piraí do Sul	<p>A água utilizada é proveniente de poço artesiano, que fornece água potável aos visitantes e serve os sanitários. Quanto ao esgoto, atualmente não se conta com essa infraestrutura.</p> <p>Há rede de energia elétrica da Copel. O local tem acesso à rede de telefonia celular. Não há rede de telefonia fixa disponível para os visitantes.</p>
Parque Estadual de Vila Velha	Ponta Grossa	<p>A água utilizada é proveniente de captação em mina e distribuída a diferentes pontos do Parque. Não há rede de esgoto. A coleta de lixo está a cargo da Ecoparaná que mantém parceria com o Consórcio de Concessionária de Rodovias para transporte ao destino final.</p> <p>O Parque tem acesso à rede de telefonia celular.</p>
München Fest	Ponta Grossa	<p>Estrutura de realização do evento é situada próxima da área urbana, possuindo estrutura adequada, como sanitários e serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, cobertura de telefonia fixa e móvel.</p>
Estrada da Graciosa	Quatro Barras	<p>Á água utilizada é proveniente de captação em mina. Não há rede de esgoto. Em algumas localidades há problemas pela porosidade do solo. Quanto ao lixo, as diversas comunidades se organizam para destinar os resíduos produzidos. O acesso à rede de telefonia fixa é restrito a alguns pontos da área. Não há rede de telefonia fixa disponível.</p>
Parque Estadual Pico do Marumbi	Quatro Barras Piraquara	<p>A água utilizada é proveniente de captação em mina. Não há rede de esgoto. A coleta de lixo é feita pelo Departamento de Estradas de Rodagem em parceria com as Prefeituras de Quatro Barras e Piraquara. O acesso à rede de telefonia fixa é restrito a alguns pontos da área. Não há rede de telefonia fixa disponível.</p>
Caminho do Vinho	São José dos Pinhais	<p>Localizado na área rural, entre as Colônias Acyoli, Murici e Rio Pequeno, a 10 Km da sede do município de São José dos Pinhais, possui 30 propriedades rurais e abrange a Colônia Mergulhão e arredores. A água utilizada é proveniente de captação em mina. Não há rede de esgoto. Há coleta regular de lixo e acesso às redes de telefonia fixa e móvel.</p>
Parque Municipal do Rio Tibagi	Telêmaco Borba	<p>Localizado à margem do Rio Tibagi, próximo da Ponte que liga a cidade de Telêmaco Borba à Harmonia. Possui serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, cobertura de telefonia fixa e</p>

Atrativos	Municípios abrangidos na Área Turística	Descrição
		móvel.

conclusão

Atrativos	Municípios abrangidos na Área Turística	Descrição
Casa do Artesão	Telêmaco Borba	A área conta com cobertura de energia elétrica, coleta de esgoto e rede de água em toda a sua extensão. Há coleta diária para lixo comum e seletiva. A varrição é diária e não se observam problemas em relação ao uso turístico. Há rede de telefonia fixa disponível para os visitantes através de telefones públicos na área central, há acesso à rede de telefonia celular e acesso à internet.
Parque Estadual do Guartelá	Tibagi	A água utilizada é proveniente de poço artesiano para uso de turistas de curta permanência e para os funcionários que lá trabalham. No caso de se manter o atual perfil das visitas, não há necessidade de se alterar a rede de água. Em caso contrário, deve-se avaliar a necessidade de alterações da rede e atualmente em uso. Quanto ao esgoto, atualmente não se conta com essa infraestrutura. Em termos de coleta de lixo, é feita regularmente pela Prefeitura do município, que tem parceria com o Governo do Estado para serviços de manutenção e contratação de monitores/estagiários que atendem aos turistas no Parque. O local não tem acesso à rede de telefonia celular. Não há rede de telefonia fixa disponível para os visitantes dentro da área do parque e não há acesso à internet.
Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Júnior (Museu do Garimpo)	Tibagi	Situados na área central da cidade, aproveita toda estrutura disposta na área urbana, como os serviços de fornecimento de água e energia, coleta de esgoto e resíduos sólidos, cobertura de telefonia fixa e móvel.

Fonte: FAUEPG sobre informações de Sanepar e Prefeituras Municipais, 2010

2.5 ANÁLISE DO QUADRO INSTITUCIONAL DA ÁREA TURÍSTICA

Uma das forças imprescindíveis para o desenvolvimento e consolidação da atividade turística está no setor público, sobretudo em suas políticas. Como apoio neste processo, o terceiro setor, formado pelas entidades de classe ligadas ao turismo e outros agentes interessados na sustentabilidade desta atividade, interagem de forma a promover a melhoria do turismo nos destinos turísticos.

No entendimento de Boullón (2002) "para que o sistema turístico funcione adequadamente, necessita, além da infraestrutura, o auxílio de um subsistema superior que regule todo o sistema", referindo-se à participação da superestrutura turística e destacando que grande parte dos problemas relacionados com a qualidade dos serviços deve-se às deficiências deste subsistema, a quem compete à responsabilidade organizacional do setor. Ainda segundo o mesmo autor, "essa superestrutura turística compreende todos os organismos especializados, tanto públicos como da iniciativa privada, encarregados de otimizar e modificar, quando necessário, o funcionamento de cada uma das partes que integram o sistema" (idem).

Neste sentido, comprova-se a importância do poder público, considerando-se todas as esferas de atuação (federal, estadual e municipal) no planejamento das ações e na condução das políticas públicas voltadas ao desenvolvimento ordenado da atividade turística. Já o segundo elemento participante da superestrutura, as organizações privadas, "por sua vez, participam por meio de organizações que as empresas criaram para compatibilizar e defender seus interesses particulares" (ibidem).

Dentro da perspectiva dos atores participantes da gestão institucional do turismo, percebe-se a necessidade e a pertinência de se apresentar a evolução ocorrida nos aspectos

institucionais públicos, destacando os principais eventos que podem ser considerados como marcos da modernização administrativa nos municípios brasileiros.

1966: Criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR).
1967: Desburocratização e descentralização.
1988: Constituição Federal.
1992: Eco 92 – Criação da Agenda 21.
1993: Lei n.º 8.666 – Lei Geral de Licitações e Contratos.
1996: Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado.
2001: Estatuto das Cidades e Lei de Responsabilidade Fiscal.
2002: Lei n.º 13.986 - Criação da Secretaria de Estado do Turismo (Paraná).
2003: Lei n.º 10.683 - Criação do Ministério do Turismo e transformação da EMBRATUR em Instituto.
2008: Lei n.º 11.771 - Lei Geral do Turismo

2.5.1 Estrutura Institucional da Área Turística

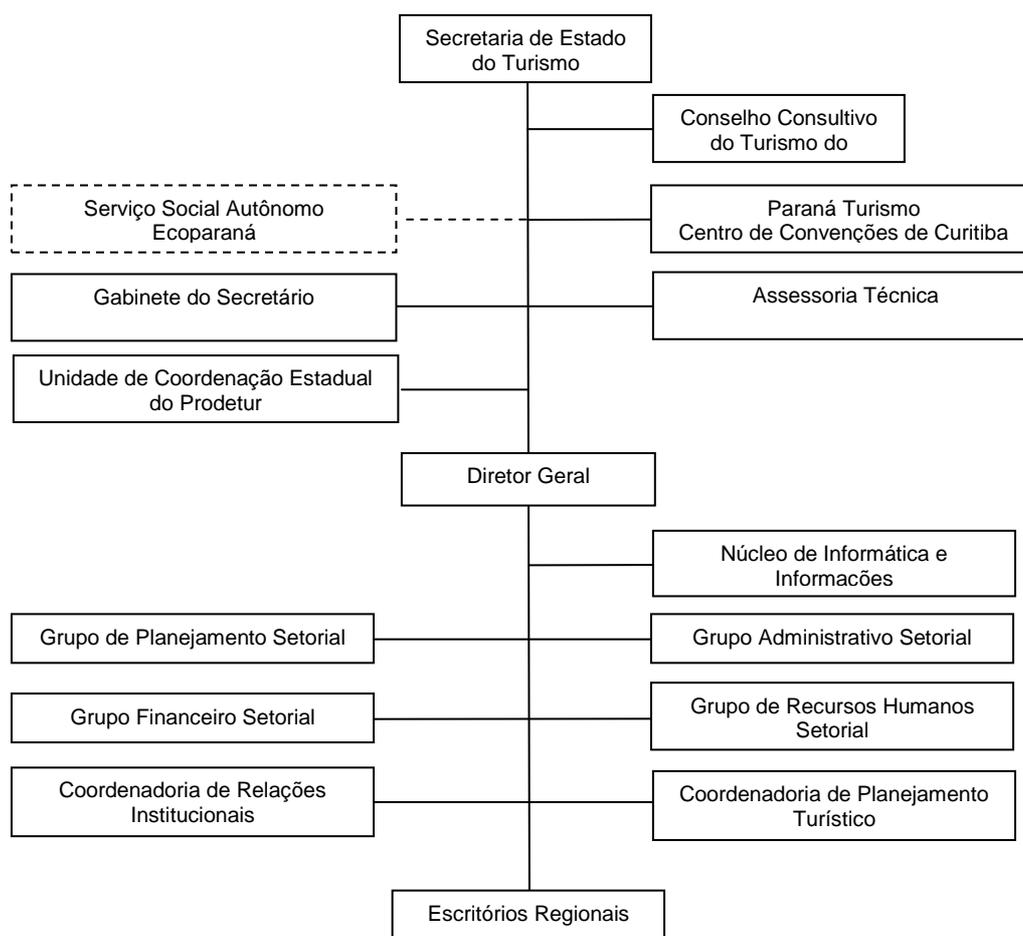
Como já mencionado no início do capítulo, a gestão do turismo pode ser realizada por entidades públicas ou privadas. Em qualquer nível de gestão (federal, estadual ou municipal), é importante esclarecer que o poder público tem como objetivo planejar e resguardar os resultados para o bem coletivo; já a iniciativa privada tem como objetivo garantir os avanços para o seu segmento.

Estrutura administrativa pública

No contexto estadual, o Paraná tem estrutura administrativa pública na Secretaria de Estado do Turismo – SETU, que tem como objetivo as atividades relativas à definição de diretrizes, à proposição de implementação da política do governo na área do turismo, em todas as modalidades de promoção, e ainda, a normatização, a fiscalização e o incentivo ao turismo, como fator de desenvolvimento econômico e social.

A SETU foi criada em dezembro de 2002, a partir da constatação da importância da atividade turística para o estado, seguindo a estratégia do governo federal, que criou o Ministério do Turismo – MTur. Com este avanço, o turismo no estado passou a ser amparado por uma estrutura específica, com fins exclusivos de planejamento, deixando a cargo da já existente Paraná Turismo, a promoção turística do estado. A SETU tem ainda como função amparar os municípios no seu desenvolvimento turístico, mediante o cumprimento dos macroprogramas e estratégias determinadas no Plano de Desenvolvimento do Turismo do Paraná, além de outras ações específicas, tendo o seguinte organograma.

Figura 39 - Organograma da estrutura operacional da Secretaria de Estado do Turismo



Fonte: SETU (2005).

A Paranaturismo é uma autarquia pública estadual com o objetivo de planejar a Política Estadual de Turismo e implantar programas e projetos de incentivo, de desenvolvimento e de fomento ao turismo, executando ações que buscam promover o turismo no Estado do Paraná.

O Centro de Convenções de Curitiba é uma empresa pública de economia mista, cuja missão é oportunizar à comunidade o acesso à cultura, arte e ao conhecimento científico e tecnológico, através de infraestrutura adequada e equipada, fomentando o turismo de eventos e movimentando a economia local.

A Ecoparaná é um serviço social autônomo e está vinculado através de um contrato de gestão, atuando como um ente de cooperação. Possui o objetivo de desenvolver com base no triângulo produtivo, produtos turísticos e culturais, que promovam o desenvolvimento sustentável, e decorrente inclusão social, sendo que atualmente seu foco está direcionado para as Unidades de Conservação do Paraná.

Os Escritórios Regionais da SETU são estruturas descentralizadas e facilitam a implementação das políticas públicas do governo do estado. Para tanto, encontram-se implantados escritórios regionais em Cascavel, Foz do Iguaçu e Londrina, com o intuito de fortalecer e otimizar as ações públicas de turismo, tanto aos representantes do poder público como da iniciativa privada dos municípios paranaenses, incentivando ações em parceria e regionalizadas. Por uma questão de representatividade técnica, administrativa e

política, as áreas de atuação territorial dos escritórios regionais da SETU, estarão em sintonia com os agrupamentos regionais estabelecidos na implementação do Programa de Regionalização do Turismo no Paraná.

A partir dos esforços de melhoria da implementação das políticas públicas do Governo do Estado, a SETU fez seu replanejamento, definindo os seguintes pontos:

Pontos a Melhorar:

- fortalecimento do órgão público oficial de turismo – unificar ações;
- ampliação de recursos humanos e financeiros;
- melhoria da imagem do turismo estadual.

Reestruturação Organizacional

- Instalação de processo de construção coletiva.
- Definição das áreas de atuação da SETU enquanto Órgão Público Oficial de Turismo do Paraná.
- Análise jurídica – SETU e vinculadas.
- Redimensionamento dos recursos humanos (análise e qualificação do quadro atual e necessidades futuras).
- Melhoria da estrutura física – instalações e equipamentos.
- Reuniões com órgãos específicos e com especialistas – de Planejamento e Administração Pública.
- Revisão orçamentária: estruturação do PPA 2012-2015.
- Revisão da atuação regional: estruturas de atendimento.
- Parceria com instâncias de governança regionais e instituições estratégicas de desenvolvimento.

Desafios – Estrutura Administrativa

- Fortalecer a estrutura pública do turismo do Paraná.
- Formatar uma estrutura administrativa que propicie maior otimização do trabalho desenvolvido, formalizada em documentos legais compatíveis e definição clara de papéis, competências e hierarquias.
- Otimizar a utilização legal das estruturas existentes.
- Buscar recursos e investimentos para elaboração de ações em prol do turismo paranaense e manutenção das estruturas administrativas.
- Promover ações de endomarketing.
- Aumentar o quadro de servidores.
- Estabelecer um elo de ligação formal entre as diferentes estruturas administrativas da SETU.

Desafios – Comunicação

- Estabelecer um processo de comunicação interna entre as diferentes unidades administrativas.
- Otimizar a utilização das informações detidas pelas diferentes unidades administrativas em prol da finalidade da SETU.
- Promover uma maior sintonia entre as ações desenvolvidas pelas unidades administrativas, nas questões técnicas e administrativas.
- Definir uma Política Estadual de Turismo mais clara, mais operacional e de acordo com as unidades administrativas da SETU.

Desafios – Relacionamentos

- Minimizar conflitos entre as diferentes unidades administrativas.
- Possibilitar uma maior percepção da estrutura como um todo, onde estão os limites de atuação das unidades administrativas.
- Buscar uma maior consciência dos atores quanto a seus papéis e hierarquias.
- Buscar uma maior integração e harmonia entre a equipe de trabalho.

Além da SETU, como estrutura administrativa pública do âmbito estadual, o Estado possui outras entidades que dão suporte aos municípios em questões ligadas direta e indiretamente ao turismo, como a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano – SEDU, dos Secretaria de Estado de Transportes – SETR, Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEMA, entre outras secretarias.

Para o desenvolvimento do município, em geral, é imprescindível a existência de uma estrutura administrativa própria do município, que terá como apoiador o Estado. À prefeitura cabe montar uma estrutura adequada para proporcionar o melhor desenvolvimento e planejamento da cidade. Para o detalhamento das metas constantes nos Planos Diretores, e principalmente para transformar planos em projetos e propostas de ações, bem como para o seu gerenciamento, é importante que o turismo encontre representação na estrutura administrativa do município.

Entre os 25 municípios da Área Turística analisados, cinco têm secretaria exclusiva para o turismo: Curitiba, Campina Grande do Sul, Colombo, Quatro Barras e Piraí do Sul. Um traço comum entre alguns municípios é a existência de uma Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, com pequenas variações, como Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Turismo. Assemelhadas estão as Secretarias de Desenvolvimento Econômico e Turismo. Do total analisado, dez municípios podem ser assim agrupados. Os outros três grupos são: seis municípios que ligam turismo à cultura, dois que ligam turismo ao meio ambiente e um que liga o turismo ao desenvolvimento rural. O município de Telêmaco Borba não tem secretaria ou departamento de turismo, cujas atividades estão a cargo da Assessoria de Indústria, Artesanato, Comércio e Turismo.

Em Curitiba, o Instituto Municipal de Turismo, uma autarquia municipal, presta serviços de consultoria em gestão pública aos órgãos da prefeitura, e outras instituições nacionais e internacionais (CURITIBA, 2008), através de contrato de gestão anual com a Prefeitura de Curitiba, que estabelece as ações e projetos a serem realizados no período. Outra estrutura importante é o IPPUC, que tem a função de coordenar o processo de planejamento e monitoramento urbano da cidade, compatibilizando as ações do município com as da Região Metropolitana, em busca do desenvolvimento sustentável, por meio do desenvolvimento de planos e projetos urbanísticos alinhados ao plano diretor.

a) Estudos e pesquisas do setor público acerca do Turismo

Quando se observa a transversalidade dos documentos elaborados pelo Governo do Estado do Paraná, por meio da SETU, do Iparde e de outros organismos estaduais ou através do apoio do Governo Federal, SEBRAE e pelas instâncias de governança no processo de planejamento das regiões turísticas, percebe-se que houve um grande avanço no aspecto da sensibilização (notoriedade da atividade turística pelos diferentes setores da sociedade) e dos níveis de conscientização (geração do conhecimento).

Somados a esses esforços, foram produzidos no período de 2004 à 2010, os seguintes documentos de gestão.

- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. Cadeia produtiva do turismo no Paraná: estudo sobre as regiões turísticas do estado. Curitiba: IPARDES, 2008. 122p. Convênio IPARDES, SETU.
- _____. Cadeia produtiva do turismo no Paraná: cadernos estatísticos: Região Turística Campos Gerais. Curitiba: IPARDES, 2009. 67p. Convênio IPARDES, SETU.
- _____. Cadeia produtiva do turismo no Paraná: cadernos estatísticos: destinos indutores (Curitiba). Curitiba: IPARDES, 2009. 67p. Convênio IPARDES, SETU.
- _____. Cadeia produtiva do turismo no Paraná: cadernos estatísticos: Região Turística Rotas do Pinhão (RMC). Curitiba: IPARDES, 2009. 67p. Convênio IPARDES, SETU.
- _____. Cadeia produtiva do turismo no Paraná: síntese do estudo. Curitiba: IPARDES, 2008. 28p. Convênio IPARDES, SETU.
- SETU. Reunião Técnica de Estratégias e Critérios Municipais para o Desenvolvimento Regional – "Campos Gerais". Carambeí-PR, 2009. Relatório de Oficina.
- _____. Estudo da demanda turística. Curitiba, inúmeras edições.
- _____. Anuário estatístico. Curitiba, inúmeras edições.
- _____. Calendário de eventos. Curitiba, inúmeras edições.
- _____. Boletim de ocupação hoteleira. Curitiba, inúmeras edições.
- _____. Reunião Técnica de Estratégias e Critérios Municipais para o Desenvolvimento Regional – "Rotas do Pinhão". Lapa/PR, 2009. Relatório de Oficina.
- _____. Orientação para gestão municipal do turismo: guia prático para dirigentes públicos municipais de turismo, Curitiba, 2008.
- _____. Plano de desenvolvimento turístico do Paraná 2008-2011. 2.ed. rev. e ampl. Curitiba, 2008.
- _____. Plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional 2008-2011: região turística Rotas do Pinhão Curitiba e Região Metropolitana – Paraná/ Brasil. Curitiba, 2008.
- _____. Plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional 2008-2011: região turística dos Campos Gerais – Paraná/ Brasil. Curitiba, 2008.
- _____. Nível de desenvolvimento turístico por município (Mapa). Curitiba, 2008.
- LEI n.º 15.973 de 13/11/2008. Publicado no Diário Oficial n.º 7.849, de 13/11/2008.

Há inúmeros documentos produzidos pelo Governo Federal e pela Organização Mundial do Turismo, além de estudos e pesquisas realizados por diversos organismos públicos e privados, tanto no Brasil como em nível internacional.

No rol de documentos disponíveis para orientação do processo de gestão institucional do turismo na Área Turística, estão os relatórios produzidos a partir das Oficinas participativas realizadas nos municípios e em âmbito estadual dentro do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (1996-2002) e do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (2003-2010).

No Quadro 65 é apresentado o resultado da pesquisa realizada junto aos municípios, referente a estrutura de monitoramento da atividade turística, importante ferramenta para o planejamento e aferição dos resultados da atividade turística, tanto pelo gestor público quanto pela iniciativa privada.

Quadro 65 – Monitoramento da atividade turística na Área Turística

Município	Existência por tipo de Monitoramento				
	Pesquisa de demanda	Pesquisa de oferta	Sistema de estatística do turismo	Medição dos impactos da atividade turística	Setor específico de estudos e pesquisa
Almirante Tamandaré	-	-	-	-	-
Arapoti	-	-	-	-	-
Araucária	-	x	x	x	x
Balsa Nova	-	x	-	-	-
Campina Grande do Sul	-	x	-	-	-
Campo Largo	-	x	-	-	-
Campo Magro	-	-	-	-	-
Carambeí	-	x	-	-	-
Castro	-	x	-	-	-
Cerro Azul	-	x	-	-	-
Colombo	-	-	-	-	-
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	x	-	-	-
Lapa	-	x	-	-	-
Palmeira	-	-	-	-	-
Pinhais	-	x	-	-	-
Piraí do Sul	-	x	-	-	-
Piraquara	-	-	-	-	-
Ponta Grossa	-	x	-	-	-
Quatro Barras	-	-	-	-	-
Rio Negro	-	-	-	-	-
São José dos Pinhais	-	x	x	-	x
Sengés	-	x	-	x	-
Telêmaco Borba	-	x	-	-	x
Tibagi	-	x	x	x	-

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

b) Capacidade de gestão pública municipal

As análises realizadas sobre a estrutura de planejamento, administração e gestão municipal dos municípios envolvidos na Área Turística, foram realizadas de maneira a permitir uma visão sobre os instrumentos de gestão pública utilizados pelos municípios.

A partir das considerações anteriores e da análise do quadro institucional da área turística percebe-se a necessidade de apoio ao fortalecimento das instâncias de governança locais e da capacitação dos gestores públicos e de empresários e representantes de classe sobre a importância de se estabelecer estratégias competitivas para melhorar o posicionamento da área turística frente a seus concorrentes.

O orçamento público para a atividade turística é um importante indicador de priorização do setor nas políticas públicas. Dos municípios que apresentaram esta informação, verificou-se que não existe a rubrica da atividade turística nas legislações municipais. Quando se analisa o motivo, a justificativa recorrente é da necessidade de priorização de outros setores previstos em lei, como saúde e educação, além das despesas fixas do município com manutenção e pessoal.

A estrutura organizacional dos municípios, quanto ao órgão de turismo e o pessoal técnico da área, apresenta dificuldades para a consolidação da atividade, sendo os principais entraves: quadro funcional reduzido e poucos técnicos formados em turismo e sem especialização em gestão pública, dificultando ações de captação de recursos externos, que seria uma alternativa para a falta de recursos próprios. Além disso, a definição de políticas públicas e a consolidação de ações articuladas com as demais pastas das prefeituras são dificultadas pelas estruturas muitas vezes deficientes, ou por problemas internos de integração da gestão pública municipal.

As questões normativas, dentro do aspecto da estrutura administrativa, nas prefeituras municipais também são um problema crônico, uma vez que a maior parte dos municípios da Área Turística não apresenta leis, estatutos ou regimentos que orientem as responsabilidades, cargos e funções, além, é claro, das questões da política de turismo propriamente dita.

Constata-se a partir disso que o apoio técnico do Governo do Estado às gestões municipais torna-se imprescindível, uma vez que a estrutura municipal para a gestão pública do turismo é incipiente. Portanto, considera-se fundamental o apoio do Governo do Estado para se obter a sinergia necessária entre a iniciativa privada, Prefeituras Municipais e sociedade civil organizada com vistas à melhoria da gestão do turismo, sobretudo no aspecto do quadro institucional observado.

No Quadro 66, estão identificados os municípios que possuem Plano de Turismo, que serve de base para a determinação de ações de turismo. Daqueles que apresentam Plano de Turismo, percebe-se que há a indicação de um plano regional. O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011 da região turística Campos Gerais e da região turística Rotas do Pinhão (RMC) foi elaborado de forma integrada entre os municípios, sob a coordenação e acompanhamento da SETU e SEBRAE/PR. No documento se estabelecem as estratégias regionais de desenvolvimento do turismo e se resumem os esforços para criar um instrumento norteador das ações a serem realizadas em cada uma das regiões.

Quadro 66 – Quadro institucional dos municípios da Área Turística – 2010

Município	Estrutura municipal	Conselho municipal de turismo	Fundo municipal de turismo	Participação na governança regional	Plano de desenvolvimento de turismo
Almirante Tamandaré	x	-	-	x	-
Arapoti	x	-	-	x	-
Araucária	x	-	-	x	x
Balsa Nova	x	x	-	-	-
Campina Grande do Sul	x	-	-	-	x
Campo Largo	x	x	x	-	-
Campo Magro	x	x	x	-	-
Carambeí	x	x	-	x	x
Castro	x	x	x	x	x
Cerro Azul	x	x	-	x	x
Colombo	x	x	-	x	-
Curitiba	x	x	-	x	x
Jaguariaíva	x	-	-	x	x
Lapa	x	-	-	-	-
Palmeira	x	x	x	x	-
Pinhais	x	x	-	x	x
Piraí do Sul	x	x	x	x	x
Piraquara	x	x	x	-	-
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	x	x	x	x
Rio Negro	x	x	-	x	-
São José dos Pinhais	x	x	x	x	x
Sengés	x	-	-	-	-
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	x	-	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: x Existente.

- Inexistente.

O Governo do Estado em conjunto com os municípios vem adotando práticas de inserção das novas tecnologias na melhoria da gestão pública do turismo. As medidas tomadas incluem regulamentação do setor, políticas de segurança, investimento em infraestrutura,

disponibilização de informações e serviços na Internet e políticas de democratização do acesso.

A partir destas mudanças, não se pode excluir a revolução nas estruturas de monitoramento com base em novas tecnologias e com ela o surgimento das Tecnologias da Informação e do Conhecimento – TIC, onde essas compõem o processo da globalização, exercendo profundas transformações na gestão, tanto do setor público quanto do setor privado.

Desta forma Curitiba está implantando o Sistema Interativo de Mobilidade – SIM com uma, infovia – rede subterrânea de conectividade por fibra ótica – que está sendo implantada ao longo dos 25 km de ruas que compõem o anel viário central do município. Esse aparato tecnológico compreende equipamentos como semáforos autorreguláveis, câmeras e painéis digitais com informações em tempo real para os motoristas, interligados a um centro de controle operacional. Os painéis digitais com informações de trânsito ficarão em pontos estratégicos e em locais onde o fluxo de veículos possa ser interrompido ou modificado temporariamente por conta de jogos e outros eventos.

Também será feita a adequação e sincronização dos semáforos do anel viário central, que adotarão sistema de controle com regulação automática, de acordo com as condições de tráfego de cada momento. As obras do anel viário estão a cargo da prefeitura municipal, em parceria com o governo estadual e federal.

Estrutura administrativa privada

O segundo pilar que sustenta a superestrutura turística é a organização da iniciativa privada, representada pelas diversas entidades de turismo – Associação Brasileira de Agência de Viagens – ABAV, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH, Associação Brasileira de Bares e Restaurante – ABRASEL, Associação Brasileira de Locadoras de Veículos ABLA, Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura – ABETA, Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade – ABCMI-PR, Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC-PR), Associação Brasileira dos Guias de Turismo – ABGTUR, Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras – ABRACCEF-PR, Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo – ABRAJET-PR, Associação de Hosteis do Estado do Paraná, Câmara Empresarial de Turismo do Paraná, Federação de Convention & Visitors Bureaux do Estado do Paraná – FCVB-PR, Federação dos Empregados em Turismo e Hospitalidade do Estado do Paraná – FETHEPAR.

Essas entidades compõem o Conselho Estadual de Turismo, órgão de assessoramento com colegiado de caráter misto, composto por membros representativos da iniciativa privada e do poder público, integrado à estrutura organizacional da SETU, estando diretamente vinculado ao seu titular. Tem por finalidade auxiliar a formulação, o acompanhamento e a avaliação dos planos, programas, projetos e atividades derivados da Política Estadual de Turismo.

Outras entidades de caráter misto são as instâncias de governança, entidades com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar as ações regionais de turismo.

A Área Turística é formada por duas regiões turísticas definidas a partir das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, ambas com suas respectivas instâncias de governança, quais sejam:

- Campos Gerais – possui como instância de governança a Associação dos Municípios dos Campos Gerais – AMCG;

- Rotas do Pinhão – Curitiba e Região Metropolitana, cuja instância de governança é o Fórum Metropolitano de Turismo.

A SETU dá apoio às instâncias de governança por meio de trabalhos efetivos no processo de regionalização, através da elaboração dos Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011, em conjunto com as regiões, através de oficinas participativas, nas quais são apresentadas a visão geral sobre a região turística, as ações a serem desenvolvidas, prazos e responsáveis conforme já mencionado anteriormente.

As duas instâncias de governança não tem composição paritária, sendo constituídas apenas por representantes do poder público; além disso, não realizam ações concretas para a consolidação da Área Turística, demonstrando uma grande fragilidade para a atividade. Há também uma desarticulação e fraca interlocução entre as instâncias de governança e seus membros apresentam problemas quanto ao processo de gestão das regiões turísticas, sobretudo em relação à capacitação em processos de liderança e na definição de prioridades de ações, não apenas isso, mas na própria efetivação da participação dos membros nas reuniões e no fortalecimento das instâncias.

As entidades de classe citadas inicialmente atendem as demandas individuais das categorias, seguindo, muitas vezes, o mesmo direcionamento das entidades nacionais. Estas entidades regionais possuem representatividade a nível estadual, porém suas atuações são mais evidentes no âmbito da capital.

A Abrasel tem atuação importante, congrega uma maior amplitude de ações, quando da realização do Festival Brasil Sabor, em que há a participação de restaurantes da área turística, não se restringindo à capital. Outra entidade que apresenta ações na área é a Abgtur, que qualifica guias de turismo para o Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais, Lapa e Ponta Grossa, em especial para visitar as empresas de agrobusiness.

Outro ente que compõe a superestrutura turística, o Convention & Visitors Bureau, é representado por duas entidades na área, sendo uma específica para a cidade de Curitiba e outra com caráter regional nos Campos Gerais, com sede em Ponta Grossa. Apesar de desempenhar um papel fundamental para a atividade turística, estas entidades não possuem documentos de planejamento e resultados mensuráveis de sua atuação. Seus mantenedores informam estar insatisfeitos com a atuação do órgão, que não apresenta resultados concretos quanto à captação de novos eventos alavancadores para o turismo e na atuação representativa no mercado turístico.

No Quadro 67 são mostradas as ferramentas e ações de cooperação regional, tanto entre gestores públicos, quanto entre o setor público e a iniciativa privada.

Quadro 67 – Cooperação regional nos municípios da Área Turística 2010

continua

Município	Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização integrados
Almirante Tamandaré	-	-	x	x	x
Arapoti	x	x	-	-	-
Araucária	x	x	x	x	x
Balsa Nova	x	-	x	x	-
Campina Grande do Sul	x	-	x	-	x
Campo Largo	x	x	x	x	-
Campo Magro	x	-	x	x	-
Carambeí	x	x	x	x	x
Castro	x	x	x	x	x
Cerro Azul	x	-	x	-	x

conclusão

Município	Governança	Projetos de cooperação regional	Planejamento turístico regional	Roteirização	Promoção e apoio à comercialização integrados
Colombo	x	-	x	-	-
Curitiba	x	x	x	x	x
Jaguariaíva	-	x	x	-	-
Lapa	x	x	x	x	x
Palmeira	x	x	-	x	x
Pinhais	x	x	x	x	x
Piraí do Sul	x	x	x	x	x
Piraquara	x	x	x	x	x
Ponta Grossa	x	x	x	x	x
Quatro Barras	x	x	x	x	x
Rio Negro	x	x	x	x	x
São José dos Pinhais	x	-	x	x	x
Sengés	x	x	-	x	-
Telêmaco Borba	x	x	x	x	x
Tibagi	x	x	x	x	x

Fonte: FAUEPG, 2010.

2.5.2 Impactos e limitações das Políticas Públicas

Através da análise dos planos diretores dos municípios, buscou-se 1) verificar se e como abordam o tema do turismo, destacando as principais menções nos planos e qual órgão da estrutura administrativa é responsável pelo turismo, em cada município e 2) entender como o Plano Diretor e seus instrumentos diversos impactam e limitam as políticas públicas de modo geral.

Ainda que a Constituição Federal determine que os municípios com mais de 20 mil habitantes elaborem Planos Diretores, no Paraná todos os municípios, por força de lei, elaboraram seus Planos Diretores. A análise buscou saber: quais municípios elaboraram e aprovaram seus Planos Diretores até a presente data e se há menção explícita ao turismo nos Planos Diretores, e de que forma o assunto é tratado. O levantamento realizado apresentou os resultados que constam do Quadro 68.

Quadro 68 - Análise dos planos diretores municipais para o turismo

continua

Município	Plano Diretor	Lei do Plano Diretor	Menção ao Turismo	Principais Tópicos
Almirante Tamandaré	x	n.º 1/2006	x	Incentivo ao turismo ecológico-rural como fator de desenvolvimento econômico
Arapoti	x	n.º 6/2007		Município não apresentou o documento.
Araucária	x	n.º 5/2006	x	Fortalecimento do setor terciário (agenda 21), elemento gerador de emprego, formulação de plano municipal de turismo para incremento do turismo rural e de negócios
Balsa Nova	x	n.º 483/2007	x	Descrição dos produtos e da qualidade do turismo no município, tendo como perspectiva suas potencialidades para agir como gerador de emprego e renda. Formulação de um plano estratégico de turismo visando principalmente à exploração do turismo rural e de aventura, sem deixar de lado suas características históricas
Campina Grande do Sul	x	n.º 49/2004	x	Inserção no roteiro turístico da RMC, elemento de apoio ao desenvolvimento econômico e a inclusão social. Turismo como ferramenta de proteção ao patrimônio ambiental e cultural
Campo Largo	x	n.º 1.812/05	x	Diretrizes da política de turismo: melhoria da infraestrutura, divulgação do potencial turístico

Município	Plano Diretor	Lei do Plano Diretor	Menção ao Turismo	Principais Tópicos
Campo Magro	x	não possui lei	x	Implantação de projetos que estimulem a defesa e proteção ambiental. Diretrizes da política de turismo: melhoria da infraestrutura, divulgação do potencial turístico
Carambeí	x	n.º 514/07		Turismo rural visto como novas oportunidades de geração de renda no campo (circuito turístico rural). Turismo como equipamento de proteção ao patrimônio histórico e arqueológico
Castro	x	não possui lei		
Cerro Azul	x	n.º 016/2008	x	Turismo sustentável - unidades de conservação
Colombo	x	n.º 10.257	x	Valorização das áreas agrícolas e proteção ao meio ambiente, plano de mobilidade (turismo sustentável). Urbano: trabalho e renda associada ao turismo
Curitiba	x	n.º 2.828/66	x	Desenvolvimento econômico
Jaguariaíva	x	n.º 1.820/2008	x	Desenvolvimento econômico e conservação ambiental e cultural
Lapa	x	n.º 1.758/03	x	Rede de parceria entre municípios (tradição histórica), ecoturismo
Palmeira	x	não possui lei	x	Desenvolvimento rural, preservação cultural e ambiental
Pinhais	x	n.º 500/01	x	Situação atual da possibilidade turística, planos de aproveitamento das áreas de manancial
Piraí do Sul	x	n.º 1.509/06	x	Ampliação do turismo, visando não apenas o turismo religioso, mas também a preservação ambiental (ecoturismo e turismo rural - ferramenta do programa "campo independente") e a preservação do patrimônio histórico (turismo cultural)
Piraquara	x	n.º 854/2006	x	Estratégia para o desenvolvimento econômico e social e como impulsor da requalificação do município
Ponta Grossa	x	n.º 8.663/06	x	Vocação para o/ turismo rural e desenvolvimento econômico
Quatro Barras	x	n.º 1/2006	x	Elemento de desenvolvimento socioambiental, consolidação do eixo de turismo
Rio Negro	x	n.º 912/95	x	Desenvolvimento econômico por meio do turismo (Eixo Desenvolvimento Turístico Sustentável e Valorização Cultural)
São José dos Pinhais	x	n.º 9/2004	x	Ações para desenvolvimento turístico
Sengés	x	n.º 27/08	x	Desenvolvimento econômico e incentivo do turismo rural como alternativa econômica aos produtores e como conservação ambiental
Telêmaco Borba	x	n.º 569/06	x	Potencialidades: turismo ecológico, rural, tecnológico, cultural. Requalificação urbana como fomento ao turismo
Tibagi	x	n.º 2.19/08	x	Desenvolvimento socioeconômico, ecoturismo (preservação), turismo rural e patrimônio histórico

Fonte: FAUEPG, 2010.

Dos 25 municípios analisados, 100% elaboraram seus Planos Diretores; desses, 88% já foram aprovados pelas respectivas Câmaras Municipais e transformados em Lei. Na Região Metropolitana de Curitiba, 53% dos Planos Diretores fazem menção explícita ao turismo e nos Campos Gerais, 50% dos Planos Diretores fazem menção explícita ao turismo.

Destacam-se as ligações do turismo com o desenvolvimento econômico municipal, seguidas pelas menções à sustentabilidade ambiental. Os planos diretores apresentam desde citações muito vagas até propostas concretas.

São alguns exemplos de referências propositivas acerca do turismo em Planos Diretores.

- a) Seção II – Da Política do Turismo: "elaborar Plano Municipal de Turismo, com ações de incentivo e fomento a empreendimentos, instituição de mecanismos de apoio, capacitação de agentes, programa de qualidade, plano de sinalização e infraestrutura, identificação e desenvolvimento de novos roteiros e promoção do turismo (Plano de Oferta) e Plano de Marketing, prospecção e divulgação dos

- roteiros e atrativos turísticos de Araucária (Plano de Demanda)". Plano Diretor de Araucária, RMC.
- b) Diretriz: incentivar o turismo ecológico e rural - "INSTRUMENTO 1: Levantamento da potencialidade turística de Balsa Nova.
 "O Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal deverá realizar levantamento da potencialidade turística, cadastrando locais de interesse e infraestrutura disponível".
 "INSTRUMENTO 2: Implementação de roteiro turístico municipal".
 "A criação de roteiro de turismo municipal em Balsa Nova pode alavancar esse setor, através do desenvolvimento da infraestrutura voltada aos visitantes".
 "INSTRUMENTO 3: Criação de trilhas para caminhada".
 Desenvolvimento econômico: Turismo: "Elaboração de um plano estratégico ressaltando as potencialidades". Plano Diretor de Balsa Nova, Região Metropolitana de Curitiba.
- c) "O poder público, a iniciativa privada e organizações sociais promoverão o Desenvolvimento Turístico Sustentável e Valorização Cultural através das seguintes diretrizes:
 "V - Planejar o turismo de forma regionalizada;
 "VII - Proteger o patrimônio cultural e natural do município de Rio Negro de forma integrada propiciando a formação de espaço urbano dinâmico;
 "XI - Requalificar os espaços públicos do setor histórico visando a melhor utilização por parte dos moradores e visitantes;
 "XII - Trabalhar de modo integrado com o município de Mafra visando à preservação do rio Negro, a passagem, bem como das pontes que ligam as cidades;
 "XIII - Recuperar a vila militar e unidades isoladas no interior do município resguardando o aspecto histórico da formação da população rionegrense;
 "XIV - Manter programações culturais no Seminário São Luis de Tolosa (parque ecoturístico)". Plano Diretor de Rio Negro, Região Metropolitana de Curitiba.
- d) "A Administração Municipal elaborará, no prazo máximo de 12 meses a contar da vigência desta Lei, o 'Plano Municipal de Turismo do Município de Telêmaco Borba", que observará as disposições desta Lei, em especial a integração com as proposições ambientais e paisagísticas, bem como o disposto no "Plano de Arborização e Paisagismo Temático Urbano de Telêmaco Borba". Plano Diretor de Telêmaco Borba, Campos Gerais.

Alguns exemplos de menções vagas acerca do turismo.

- a) Diretrizes de desenvolvimento: "promover, estimular e implementar mecanismos de identificação e estruturação de locais de interesse histórico, turístico, de valor natural e paisagístico, com cobertura arbórea nativa de relevância para a paisagem, de modo a assegurar sua sustentabilidade e garantir sua preservação". Plano Diretor de São José dos Pinhais, Região Metropolitana de Curitiba.
- b) "Inserção da Lapa na rede de parcerias entre municípios e estados que compartilham tradições históricas (Campos Gerais e Caminhos da Viamão) – visando a ampliação da atividade turística e negociação de recursos técnicos e financeiros". Plano Diretor da Lapa, Região Metropolitana de Curitiba.
- c) "Outra medida é a promoção do turismo no Município, destinada a alavancar a sua economia, através da geração de novas oportunidades de investimento, do aumento da renda e da ampliação do mercado de trabalho. Tal iniciativa, no caso de Sengés, estaria centrada no aproveitamento do grande potencial paisagístico que a zona rural apresenta, representados pelas cachoeiras, matas e fazendas que existem no território municipal, sendo interessante também explorar mais intensamente as características históricas do Município, que apresenta dois processos de alto potencial de interesse, quais sejam o ciclo do tropeirismo e as revoluções de 1930 e 1932". Plano Diretor de Sengés, Campos Gerais.
- d) "Art. 18. A política de promoção do desenvolvimento socioeconômico no Município deve estar articulada a preservação e controle e recuperação do meio ambiente,

visando à redução das desigualdades sociais e a melhoria da qualidade de vida de toda a população".

- e) "Art. 21. Para se alcançar os objetivos e estratégias [...] Plano de Desenvolvimento Socioeconômico que considere:
- f) VI - o turismo". Plano Diretor de Tibagi, Campos Gerais.

Para que tais documentos de planejamento urbano e suas diretrizes sejam efetivos, deve existir cooperação institucional dentro da própria estrutura da prefeitura municipal. Observou-se a baixa efetividade das estratégias inseridas nos Planos Diretores dos municípios para consolidar o desenvolvimento do turismo, pois o tema turismo é trabalhado e inserido na maior parte dos planos de forma superficial, sem que haja uma real análise sobre a atividade dentro do desenvolvimento urbano.

Além do planejamento urbano que deve ter relação direta com o turismo, é necessário e importante que haja planejamento específico para o turismo, mediante elaboração de documentos e determinação de estratégias, além do embasamento do arcabouço legal para o turismo. O próximo item analisará a abordagem legislativa sobre o turismo na Área Turística.

2.5.3 Legislação Pertinente ao Turismo da Área Turística

Um dos elementos fundamentais para consolidar o fomento e a exploração da atividade turística é a produção e regulamentação da legislação específica e pertinente ao turismo. Este arcabouço legal compreende as legislações determinadas nos níveis federal e estadual - Lei Geral do Turismo (Lei n.º 11.771/2008) e a Lei da Política Estadual do Turismo (Lei n.º 15.973/2008), duas grandes conquistas para o turismo.

Além destas legislações, procurou-se identificar se o nível municipal segue a mesma tendência com a publicação de leis que fomentem, protejam e atraiam a atividade turística. Dentro desta perspectiva, algumas ações importantes que os municípios devem implementar são: a) criação e regulamentação do Conselho Municipal de Turismo; b) criação e regulamentação do Fundo Municipal de Turismo; c) Plano Plurianual – PPA, Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO e Lei Orçamentária Anual – LOA, identificando a participação do turismo; d) legislações aplicadas ao turismo.

A SETU, por meio do Conselho Estadual de Turismo, elaborou a Política Estadual de Turismo e o Plano de Desenvolvimento do Turismo no Paraná, descritos a seguir.

- a) **Política Estadual de Turismo** - Lei n.º 15.973, de 13/11/2008, que se constitui em um conjunto de estratégias e prioridades que orientam o desenvolvimento sustentável do turismo no Estado do Paraná, integrando sua política econômica, de forma planejada e organizada, consolidando-o como destino turístico e proporcionando a inclusão social de sua população.
- b) **Plano de Desenvolvimento do Turismo no Paraná** (2008-2011), de 17/12/ 2007, fruto de um processo de planejamento estratégico participativo coordenado pela SETU, com o intuito de dar continuidade à Política Estadual de Turismo 2003-2007 e consolidar o destino Paraná no mercado nacional e internacional. Apresenta uma análise da situação atual e o cenário prospectivo para o turismo no Estado, além de um conjunto de objetivos, metas, áreas estratégicas, macroprogramas, programas e ações, amparados pelos princípios de sustentabilidade, mobilização, visão sistêmica, parcerias, regionalização, inclusão social, hierarquização, conhecimento e qualidade.

Considerando que uma parte significativa do Conselho Estadual é formada pelos representantes das Instâncias de Governanças Regionais ou pelas entidades que possuem sua sede em Curitiba, pode-se afirmar que existe o controle social da política estadual de turismo na área turística, tornando bastante disseminadas as informações acerca da Política Nacional de Turismo e dos instrumentos estaduais, regionais e locais para o desenvolvimento da atividade.

Cabe lembrar que a estruturação desse processo de planejamento adotado também nas duas regiões da Área Turística baseia-se nos macroprogramas do Plano Nacional de Turismo 2007-2010, nas diretrizes do Plano de Governo do Paraná e nas sugestões dos membros do Conselho Consultivo de Turismo, ou seja, nas contribuições de entidades do poder público, iniciativa privada, instituições de ensino e sociedade civil organizada, que atuam direta ou indiretamente com a atividade turística.

As políticas públicas implementadas pelo Estado, devem ter continuidade a nível municipal, quando os municípios determinam suas próprias regras de atuação em turismo. Um dos instrumentos que possibilitam a participação da sociedade civil organizada do turismo é a constituição e regulamentação dos Conselhos Municipais de Turismo – CMT, que exercerão localmente, o papel desempenhado pelo Conselho Estadual. Dentro deste contexto, percebe-se que estas instâncias ainda não operam de forma efetiva na totalidade dos municípios. Apenas nove municípios informaram que seus conselhos são atuantes. Esta situação demonstra a fragilidade do sistema, uma vez que estes conselhos são o instrumento pelo qual a sociedade participa ativamente das decisões estratégicas e operacionais relativas à atividade turística na localidade.

O Fundo Municipal de Turismo – FMT é o instrumento de gestão do turismo no município, que tem como objetivo a captação e aplicação de recursos, com a finalidade de proporcionar apoio e suporte financeiro às ações municipais na área de turismo. Nesse quesito, os municípios da área turística são ainda menos atuantes; apenas cinco informaram que possuem fundos operando – com captação de recursos e aplicação nas ações de turismo. São eles: Campo Magro, Castro, Piraquara e Telêmaco Borba.

Ainda no âmbito municipal, outras legislações importantes e diretamente ligadas ao sucesso das ações de turismo são a determinação e destinação dos recursos públicos municipais, mediante inclusão do tema no orçamento municipal. Importante também é identificar a inserção das ações e estratégias de turismo nos documentos do PPA, LDO e LOA. Analisando a situação atual dos municípios, percebe-se a insuficiência de leis e planos, com tímida participação do turismo no orçamento municipal. Os municípios informam que os valores apresentados na LOA referem-se à folha de pagamento, com pouca destinação às ações de fomento ao turismo. Esse cenário deixa clara a necessidade da priorização do turismo pelo gestor público.

Há outras ações pertinentes ao turismo como o fomento e incentivo ao turismo, atração de novos investimentos, formatação dos roteiros turísticos, qualificação profissional para se buscar otimização dos recursos existentes e captação de recursos de terceiros. Os municípios mostram-se desarticulados frente a este cenário, por não demandarem o poder legislativo para elaboração de projetos de lei que fomentem a atividade. Este relacionamento com os vereadores, importante e não explorado, evidencia a fragilidade da gestão institucional pública do turismo.

A legislação ambiental, que será apresentada na sequência, consiste de leis que tratam das restrições ao uso de determinadas áreas com importância ambiental, salientando a

possibilidade de uso para fins turísticos. Um exemplo é a existência da legislação estadual¹⁶ que contraria a legislação federal¹⁷, em que a primeira impede o uso por qualquer atividade, mesmo turística, das lagoas e represas com aproveitamento de abastecimento de água.

Quanto à área de patrimônio cultural, as questões de tombamento do patrimônio e as restrições pelo tombamento quanto ao aproveitamento turístico merecem destaque. Há fragilidades quanto ao uso deste patrimônio, cuja legislação prevê, frequentemente, apenas sua conservação e preservação. É interessante e pertinente que haja uma harmonização da necessária preservação do patrimônio com a atividade turística, possibilitando o uso comercial de alguns elementos patrimoniais.

Um exemplo de aproveitamento do patrimônio seria o uso do centro histórico da cidade da Lapa como cenário para apresentações teatrais e cinematográficas, como é difundido pelo MTur, por meio do estudo Turismo Cinematográfico Brasileiro. Este estudo considera que muitos clássicos do cinema mundial consagraram eternamente as locações onde foram filmados. O desejo do expectador de viver as emoções e de se transportar para cenários retratados pelos filmes desenvolveu um segmento de turistas que viaja para paisagens que servem de pano de fundo para filmes: são os chamados *set-jettors* (BRASIL, s.d.). Nessa perspectiva, o aproveitamento do patrimônio arquitetônico demanda uma legislação cultural que permita e possibilite seu uso para fins turístico.

Outras áreas de legislação em interface com o turismo, de cunho fiscal e econômica, que poderiam ser implementadas pelos municípios, tratam das isenções e descontos em impostos municipais como o Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU e Imposto Sobre Serviços – ISS para fomentar a atração de novos investimentos de turismo, novos empreendimentos ou ampliação daqueles existentes, justificadas pela alavancagem econômica prevista pelo empreendimento; leis de proteção do mercado, leis de incentivo ou subsídios a determinada atividade econômica.

A necessária integração das legislações para o fomento ao turismo depende de estruturas institucionais (de gestão e execução) que realizem esta tarefa.

2.5.4 Quadro dos incentivos para o investimento turístico

A Área Turística apresenta incentivos fiscais municipais para abertura de empreendimentos com geração de emprego, que é próprio no turismo. Contudo, estes incentivos, usualmente, não são concedidos para ampliação das empresas existentes, com exceção de programas

¹⁶ Decreto Estadual n.º 4.742/05.

¹⁷ Lei Federal n.º 1.172/76.

Artigo 8.º - As águas dos mananciais [...] destinam-se, prioritariamente, ao abastecimento de água.

Parágrafo 1.º É permitida a utilização das águas para o lazer [...] desde que não prejudique o uso referido no "caput" deste artigo.

Parágrafo 2.º As águas poderão ainda ser utilizadas [...] para geração de energia, desde que não prejudique o uso referido no "caput" deste artigo.

Artigo 9.º - Nas áreas ou faixas de 1.ª categoria ou de maior restrição, somente serão permitidas as seguintes atividades: I - Pesca; II - excursionismo, excetuado o campismo; III - natação; IV - esportes náuticos e V - outros esportes que não importem em instalações permanentes e quaisquer edificações, ressalvado quando as obras se destinarem à proteção dos mananciais.

Artigo 11. [...] ficam proibidas as movimentações de terra.

Artigo 13. Nas áreas ou faixas de 2.ª categoria são permitidas, observadas as restrições desta lei, somente os seguintes usos: I - Residencial; II - industrial, de acordo com parecer da CETESB; III - comercial, com exceção do comércio atacadista; IV - de serviços e institucionais, com exceção de hospitais, sanatórios [...]; V - para lazer; VI - hortifrutícola; VII- para reflorestamento [...]

federais com rebatimentos locais, como o Proger, instituído pelo Ministério do Trabalho e Emprego e pelo Codefat, que financia projetos de micro e pequenas empresas atuando no comércio, indústria ou prestação de serviços.

Os incentivos municipais mais frequentes são isenção parcial e total de Iptu, isenção do ISS, isenção de taxas, cessão de terrenos e doação de terrenos. Quanto maior o porte do empreendimento e do número de empregos gerados, maior é, usualmente, o benefício concedido.

A Tabela 20 mostra que a concessão de benefícios para turismo e lazer é comparativamente menor por conta da predominância de micro e pequenas empresas, com exceção do complexo hoteleiro que consegue mais benefícios pelo impacto local.

Nota-se pelos números apresentados na Tabela 20 que a região Sul é, relativamente, a que mais tem municípios com algum tipo de mecanismo de incentivo fiscal e, principalmente, distribuídos entre todos os tamanhos de municípios, o que não se observa nas demais regiões.

Tabela 20 – Municípios brasileiros, municípios da região sul e estados da região sul com mecanismos de incentivo à implantação de empreendimentos por segmento econômico beneficiado nos últimos 24 meses, segundo as classes de tamanho da população dos municípios – 2009.

Grandes Regiões e classes de tamanho da população dos municípios	Municípios				
	Com mecanismos de incentivo à implementação de empreendimentos				
	Mecanismo de incentivo utilizado e tipo de empreendimento beneficiado nos últimos 24 meses				
	Industrial	Comercial e serviços	Turismo, esporte e lazer	Agropecuário	Outro
Brasil	1 797	1 268	396	474	470
Até 5 000	325	203	53	119	79
De 5 001 a 10 000	325	229	56	91	85
De 10 001 a 20 000	376	270	89	103	105
De 20 001 a 50 000	408	314	111	100	123
De 50 001 a 100 000	191	119	30	35	44
De 100 001 a 500 000	149	109	44	24	26
Mais de 500 000	23	24	13	2	8
Sul	690	364	96	212	103
Até 5 000	200	96	22	77	33
De 5 001 a 10 000	162	75	15	44	22
De 10 001 a 20 000	140	77	16	42	20
De 20 001 a 50 000	108	59	25	34	15
De 50 001 a 100 000	50	29	7	10	6
De 100 001 a 500 000	29	27	10	5	6
Mais de 500 000	1	1	1	-	1
Sul	690	364	96	212	103
Paraná	257	136	37	50	32
Santa Catarina	175	86	26	47	29
Rio Grande do Sul	258	142	33	115	42

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2009.

(1) Inclusive os que não aplicaram nos últimos 24 meses.

Os municípios com mais de dez mil habitantes representam acima de 78% dos municípios com algum tipo de mecanismo fiscal. A região Sul também aparece com maior número de mecanismos de incentivos utilizados nos últimos 24 meses, tendo como referencial a

pesquisa em 2009, havendo maior proporcionalidade no Paraná que nos demais municípios desta região. Dos 399 municípios do Paraná, 313 tem algum tipo de mecanismo de incentivo (Tabela 21) e destes, 64% utilizaram efetivamente os mecanismos de incentivo em até 24 meses (Santa Catarina e Rio Grande do Sul tiveram um valor relativo de 60 e 52% respectivamente).

Estas informações reforçam a informação de que há mecanismos de incentivo na maioria dos municípios do Estado do Paraná, sem contudo, haver um processo de governança e transparência destes mecanismos que facilitem a consolidação desta informação. O empreendedor deve, normalmente, buscar as alternativas na prefeitura em destino.

Tabela 21 – Municípios brasileiros, municípios da região sul e estados da região sul com mecanismos de incentivo à implantação de empreendimentos por tipo de incentivo utilizado nos últimos 24 meses, segundo as classes de tamanho da população dos municípios – 2009

Grandes Regiões e classes de tamanho da população dos municípios	Municípios									
	Total	Com mecanismos de incentivo à implementação de empreendimentos								Não utilizou mecanismos de incentivo nos últimos 24 meses
		Total (1)	Mecanismo de incentivo utilizado e tipo de empreendimento beneficiado nos últimos 24 meses							
			Isenção parcial do IPTU	Isenção total do IPTU	Isenção do ISS	Isenção de taxas	Cessão de terrenos	Doação de terrenos	Outro	
		3								
Brasil	5 565	134	937	784	889	882	1 358	1 314	652	368
Até 5 000	1 257	618	135	94	119	140	268	212	155	97
De 5 001 a 10 000	1 294	608	144	112	128	133	246	241	131	76
De 10 001 a 20 000	1 370	706	196	161	185	200	297	308	118	99
De 20 001 a 50 000	1 055	710	215	199	224	212	331	367	126	70
De 50 001 a 100 000	316	257	114	95	101	96	131	116	61	15
De 100 001 a 500 000	233	198	106	103	109	83	75	63	49	10
Mais de 500 000	40	37	27	20	23	18	10	7	12	1
Sul	1 188	919	295	255	255	314	479	326	297	66
Até 5 000	421	295	71	51	59	84	153	87	103	26
De 5 001 a 10 000	291	219	55	45	47	53	107	66	69	22
De 10 001 a 20 000	229	180	62	61	51	70	98	77	51	11
De 20 001 a 50 000	144	129	55	49	53	57	72	64	39	5
De 50 001 a 100 000	57	54	31	24	24	31	34	18	19	-
De 100 001 a 500 000	43	39	19	24	20	18	14	13	14	2
Mais de 500 000	3	3	2	1	1	1	1	1	2	-
Sul	1 188	919	295	255	255	314	479	326	297	66
Paraná	399	313	105	99	78	110	190	118	83	12
Santa Catarina	293	237	74	73	95	97	136	87	60	21
Rio Grande do Sul	496	369	116	83	82	107	153	121	154	33

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2009.

(1) Inclusive os que não aplicaram nos últimos 24 meses.

A incorporação e consolidação desta informação, atualizada e mais precisa, é importante para atração de investimento para a Área Turística e, inclusive, desmembrada por atividade e porte do empreendimento a atrair.

Além disso, ressalta-se o incentivo a novos empreendimentos, mas poucos incentivos aos empreendimentos existentes. Cabe destacar o ISS Tecnológico da prefeitura de Curitiba, cujo objetivo é “fomentar a pesquisa e o desenvolvimento científico e tecnológico no município, permitindo a dedução do pagamento do ISS” (AGENCIA CURITIBA..., 2011).

Essa ação privilegia projetos de diversas naturezas e setores, inclusive turismo, tais como projetos de aquisição de equipamentos, exceto veículos; aquisição de softwares; livros

técnicos e periódicos; capacitação de recursos humanos; serviços de consultoria; despesas com viagens e diárias; infraestrutura física, entre outros.

Há, entretanto, necessidade de desenvolver mecanismos de consolidação das micro e pequenas empresas relacionadas à área geradoras de empregos como o turismo. As *homepages* institucionais das prefeituras não indicam qualquer mecanismo neste sentido, à exceção de Curitiba.

2.6 ANÁLISE DOS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS DA ÁREA TURÍSTICA¹⁸

Neste item são identificados e avaliados os impactos ao meio ambiente que eventualmente tenham relação com a atividade turística (gestão ambiental e instrumentos de planejamento e controle territorial).

2.6.1 Análise das condições socioambientais da Área Turística

a) Identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas

Sabe-se que os campos possuem uma estrutura, função e dinâmica muito particular e que representam ecossistemas altamente interativos. Sua existência é condicionada por fatores abióticos (solo, relevo, dinâmica hidro-geomorfológica e principalmente clima), pela ação antrópica (queimadas, agricultura, fragmentação, alteração de habitats, introdução de espécies, etc.) e por perturbações ditas naturais, como geadas, estiagem e especialmente o fogo. Embora o clima atual da região esteja em desacordo com a fácies campestre, pode-se atribuir essa condição aos fatores geomorfológicos do local. Solos rasos, ácidos e relativamente pobres em nutrientes e matéria orgânica são propícios ao desenvolvimento de gramíneas e outras herbáceas. Além disso, na grande maioria das vezes, essas áreas apresentam exposição do substrato rochoso, o que vem selecionar ainda mais fortemente as espécies aptas a se desenvolver nessas condições pedológicas estritas.

O estado atual de conservação dos campos no Paraná resulta de processos históricos de uso e ocupação do solo, estando muito relacionado com a expansão agropecuária, desde o ciclo do tropeirismo. Atualmente restam pouco mais de 9 % da vegetação original da estepe gramíneo-lenhosa dos Campos Gerais, sendo o restante convertido em outros usos. Os remanescentes desta vegetação encontram-se, na sua maioria, em áreas de relevo

¹⁸Esse item serve-se de pesquisas acadêmicas de campo previamente realizadas por diversos autores e instituições. Tais trabalhos estão referenciados ao final deste documento. Valem pois os destaques para **A Vegetação nas Unidades de Paisagem na porção da Escarpa Devoniana, Parque Nacional dos Campos Gerais, PR**, de Karine Dalazoana, Tiago Augusto Barbosa e Rosemeri Segecin Moro (2009); **Plano de Manejo da APA da Escarpa Devoniana** (IAP, 2004); e **Desafios da geoconservação nos Campos Gerais do Paraná**, de Gilson Burigo Guimarães, Mário Sérgio de Melo, Nair Fernanda Mochiutti (2009). Esse item do PDITS os reproduz, em parte, com adaptações para o propósito deste documento. Vale notar que a utilização de estudos prévios e reconhecidos como referência importante nas suas áreas se fez devido à impossibilidade e/ou inadequabilidade de determinados levantamentos para este diagnóstico. Esse procedimento metodológico é ainda mais relevante para o caso dos estudos biológicos por necessitarem de extensos levantamentos de campo que se mostrariam inviáveis no escopo do presente diagnóstico.

acidentado onde a mecanização agrícola não é possível, e em áreas de preservação como Reserva Legal e Áreas de Proteção Permanente. As porções menos fragmentadas e atualmente conservadas encontram-se dentro de UCs estaduais e federais. A ameaça vigente aos ecossistemas de campo é efetivamente a ação antrópica que culmina na sua descaracterização por florestamento de exóticas, conversão dos campos naturais em lavouras plantadas, pecuária e o descontrole das queimadas.

A seguir apresenta-se um quadro com informações sobre impactos ambientais detectados nos atrativos destacados, considerando o desmatamento, ocorrência de incêndios florestais, ocorrência de usos inadequados, ocupações irregulares e poluição hídrica.

Quadro 69 - Fatores de degradação e impactos ambientais nos atrativos destacados

Município	Atrativos destacados	Desmatamento	Incêndio florestal	Uso inadequado	Ocupação irregular	Poluição hídrica (esgoto)
Araucária	Caminhos de Guajuvira	Não	Possibilidade	Sim	Sim	Sim
Campo Largo	Feira da Louça	N/A	N/A	N/A	N/A	Não
Carambeí	Parque Histórico de Carambeí	Sim	N/A	Não	Não	Não
Castro	Parque Estadual de Caxambu	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico e Castrolanda	N/A	N/A	N/A	N/A	Não
Curitiba	Conjunto dos Parques Naturais	Não	Não	Não	Não	Sim
	Conjunto do Patrimônio Cultural	N/A	Sim	Não	Não	Não
Lapa	Parque Estadual do Monge	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico	N/A	N/A	N/A	N/A	Não
Pinhais	Autódromo	N/A	N/A	Possibilidade	Não	Não
Piraí do Sul	Santuário de Nossa Senhora das Brotas	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Ponta Grossa	Parque Estadual de Vila Velha	Não	Sim	Não	Não	Sim
	Munchen Fest	N/A	N/A	Não	Não	Não
Quatro Barras	Parque Estadual do Pico do Marumbi	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
	Estrada da Graciosa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
São José dos Pinhais	Caminho do Vinho	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Telêmaco Borba	Parque Municipal do Rio Tibagi	Sim	Não	Não	Sim	Não
	Casa do Artesão	N/A	N/A	N/A	N/A	Não
Tibagi	Parque Estadual do Guartelá	Não	Sim	Não	Não	Sim
	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior	N/A	N/A	N/A	N/A	Não

Fonte: FAUEPG, 2010.

Legenda: N/A – Não se aplica.

Considerando os fatores de degradação intervenientes nos atrativos turísticos (Quadro 69), observa-se que com poucas exceções a maioria sofre pressões e impactos ambientais em seu território ou estrutura. Neste sentido as pressões e impactos têm sua maior significância no Parque Estadual do Monge, Parque Estadual do Pico do Marumbi, Estrada da Graciosa e no Caminho do Vinho. Secundariamente, agem nos Caminhos de Guajuvira, Santuário de Nossa Senhora das Brotas, Parque Estadual de Caxambu e em pequeníssima intensidade no Parque Histórico de Carambeí, Conjunto dos Parques Naturais de Curitiba, no Conjunto do Patrimônio Cultural de Curitiba, Parque Estadual de Vila Velha, Parque Municipal do Rio Tibagi e no Parque Estadual do Guartelá.

Quadro 70 - Existência de recursos dos atrativos destacados

Município	Atrativos destacados	Recursos físicos	Recursos bióticos	Necessidade de reabilitação	Uso atual	Uso potencial
Araucária	Caminhos de Guajuvira	Sim	Sim	Sim	Visitação e comercialização de produtos	Agricultura orgânica
Campo Largo	Feira da Louça	Sim	Não	Não	Visitação e comercialização de produtos	N/A
Carambeí	Parque Histórico de Carambeí	Sim	Não	Sim	Visitação	Educação ambiental
Castro	Parque Estadual de Caxambu	Não	Sim	Sim	Pesquisa	Visitação e educação ambiental
	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico e Castrolanda	Sim	Não	Sim (restauração)	Visitação	Locação cinematográfica
Curitiba	Conjunto dos Parques Naturais	Sim	Sim	Sim	Visitação e educação ambiental	Uso desportivo náutico
	Conjunto do Patrimônio Cultural	Sim	Não	Sim (restauração)	Comércio, moradia, visitação	Locação cinematográfica, eventos
Lapa	Parque Estadual do Monge	Sim	Sim	Sim	Fechado para revitalização	Educação ambiental
	Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico	Sim	Não	Sim (restauração)	Comércio, moradia, visitação	Locação cinematográfica, encenação histórica
Pinhais	Autódromo	Sim	Não	Sim	Evento	-
Pirai do Sul	Santuário de Nossa Senhora das Brotas	Sim	Sim	Sim	Turismo religioso e lazer	Educação ambiental
Ponta Grossa	Parque Estadual de Vila Velha	Sim	Sim	Sim	Visitação, pesquisa e educação ambiental	Turismo de aventura
	Munchen Fest	Sim	Não	Sim	Evento	Outros eventos
Quatro Barras	Parque Estadual do Pico do Marumbi	Sim	Sim	Sim	Pesquisa e turismo de aventura	Educação ambiental
	Estrada da Graciosa	Sim	Sim	Sim	Turismo contemplativo e acesso	Atividades desportivas
São José dos Pinhais	Caminho do Vinho	Sim	Sim	Sim	Visitação, comercialização de produtos e evento	Agricultura orgânica
Telêmaco Borba	Parque Municipal do Rio Tibagi	Sim	Sim	Sim	Pesquisa	Visitação e educação ambiental
	Casa do Artesão	Sim	Não	Não	Visitação e comercialização de produtos	Educação ambiental
Tibagi	Parque Estadual do Quartelá	Sim	Sim	Sim	Visitação e pesquisa	Educação ambiental
	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior	Sim	Não	Sim	Visitação e pesquisa	Comercialização de produtos

Fonte: FAUEPG, 2010.

Legenda: N/A – Não se aplica.

Em análise da situação da qualidade dos recursos dos atrativos destacados (Quadro 70), observa-se que a quase totalidade dos mesmos apresenta recursos físicos com qualidade para a atividade turística. Fato este que não se repete quando se trata de recursos bióticos, pois nem todos são atrativos naturais, sendo que 11, ou seja, 55% apresentam essa característica.

De um modo geral, com exceção de dois atrativos, Casa do Artesão e a Feira da Louça, os demais necessitam de intervenções vinculadas à recuperação, reabilitação, restauração vinculadas a melhoria de sua infraestrutura de atendimento ao turista.

Entre os usos atuais dos atrativos destacados, o turismo e a visitação ocorrem praticamente em sua totalidade, sendo a educação ambiental, o comércio e a pesquisa, atividades menos frequentes, mas presentes. Os usos potenciais dos atrativos além de estarem ligados às atividades atuais determinam um incremento das ações de Educação Ambiental, turismo de aventura e esporte e base cenográfica para filmes e documentários.

Considerando as restrições de uso e ocupação dos territórios municipais e a infraestrutura pública para gestão dos recursos naturais da RMC as seguintes considerações podem ser relacionadas a sua capacidade de suporte para as atividades turísticas.

- As condições climáticas da RMC determinam uma variabilidade ambiental vinculada com sazonalidade constante das temperaturas e precipitações. Este fato interfere tanto na acessibilidade aos recursos naturais disponíveis como também determinam o conforto ambiental nestes locais. Dessa forma, a falta de infraestrutura adequada a estas variações pode interferir em seu potencial de uso.
- A diversidade geológica e de relevo que se acentua nas regiões periféricas da RMC faz com que ocorra nestas regiões a maior diversidade de paisagens notáveis e ecossistemas mais significativos e preservados. Desta forma, apesar do isolamento e dificuldade de acesso em tais locais, o atrativo é maior, mas as condições de uso são menores se comparadas à região central e mais plana da região. Neste contexto destacam-se os municípios de Balsa Nova, Campo Largo, Quatro Barras, Pinhais, Piraquara e São José dos Pinhais.
- A maioria das Unidades de Conservação legalmente instituídas na RMC não possui Plano de Manejo elaborado. Por outro lado, cinco Unidades de Conservação de Curitiba possuem Plano de Manejo elaborado e implantado.
- Os recursos hídricos existentes no território apresentam paisagens e ambientes naturais significativos para o desenvolvimento de atividades turísticas, apesar da maioria se configurar como áreas de mananciais e com restrições para usos múltiplos, principalmente nos municípios de Pinhais, Quatro Barras, Piraquara e Campina Grande do Sul.
- Os municípios caracterizados como mananciais de abastecimento de água, tais como Piraquara, Campina Grande do Sul e Pinhais perdem em potencial turístico na medida em que seu território e as áreas naturais notáveis estão sujeitos a normativas de restrição de usos.
- Os reservatórios de água existentes na região, todos com grande potencial turístico, estão incluídos, em sua maioria, em Áreas de Proteção Ambiental, desta forma sujeitos a regulamentos e normas restritivas de uso, apesar de seus Planos de Manejo permitirem usos múltiplos. Destacam-se os Reservatórios do Passaúna, Irai, Piraquara.
- A cobertura vegetal da região apresenta-se mais adensada e significativa nas faixas de proteção dos recursos hídricos estando atualmente controlada e fiscalizada pelo poder público estadual e, em alguns casos, municipal.
- Curitiba apresenta a melhor infraestrutura de gestão de recursos naturais e de atendimento turístico junto às unidades naturais representativas da região.
- Os municípios da RMC cujos territórios integram-se a APA da Escarpa Devoniana, apresentam sítios naturais e paisagens notáveis para a atividade turística, principalmente aquelas ligadas ao geoturismo, mas carecem de infraestrutura principalmente no que diz respeito à acessibilidade aos locais e estrutura de recepção. Balsa Nova, Campo Largo são os que melhor se caracterizam neste contexto.
- Sítios naturais notáveis tais como cachoeiras, cavernas, desníveis, montanhas, etc., existentes na RMC são nomeados como atrativos dos municípios de sua ocorrência

na mídia especializada, mas poucos apresentam infraestrutura de acesso e atendimentos especializado com exceção de Balsa Nova e Campo Largo.

- A região do Aquífero Karst mais próxima de Curitiba foi incluída na Legislação de Proteção de Mananciais da RMC. A regulamentação do uso e ocupação do solo está sendo estudada pela Comec. O aquífero subterrâneo possui alta fragilidade ambiental, seja pelas questões geotécnicas diante dos processos de urbanização, seja pela condição de vulnerabilidade à poluição.
- O crescimento urbano, a mineração e a exploração de água são atividades que devem ser devidamente planejadas e controladas, e constituem os principais desafios no contexto urbano cárstico e influenciam indiretamente as atividades econômicas e conseqüentemente o turismo local e regional. Tais atividades, somadas às ocupações inadequadas do território, apresentam-se como um desafio à sustentabilidade do manancial subterrâneo.
- Na Região Metropolitana de Curitiba os remanescentes da vegetação nativa apresentam-se fragmentados tendo a sua maior significância nas Unidades de Conservação, junto às bacias hidrográficas e nas áreas rurais. Ocorrem basicamente três formações diferenciadas, a Floresta de Araucária, os Campos Naturais e a Floresta Atlântica.
- Os remanescentes vegetacionais da RMC estão atualmente, em sua maioria, integrados às Unidades de Conservação Estaduais ou Municipais, sendo portando conservados a contento e passíveis de utilização na atividade turística.

Considerando as restrições de uso e ocupação dos territórios municipais e a infraestrutura pública para gestão dos recursos naturais nos Campos Gerais as seguintes considerações podem ser relacionadas a sua capacidade de suporte para as atividades turísticas.

- As condições climáticas dos Campos Gerais variam com certa significância na região dos municípios em análise. Este fato está relacionado às questões orográficas da região (2.º Planalto), mas que não interfere, pelo menos no parâmetro pluviosidade, na acessibilidade aos recursos naturais disponíveis, determinando uma estabilidade climática razoável para a região como um todo. Desta forma, os recursos naturais sofrem pouca interferência do clima em seu potencial de uso.
- A diversidade geológica e geomorfológica é muito significativa na região da Escarpa Devoniana ocasionando uma maior diversidade de paisagens notáveis e ecossistemas diferenciados (campos e Florestas de Araucária). O relevo mais acentuado nas áreas de contato da Escarpa e de Furnas, principalmente nos municípios de Ponta Grossa, Tibagi e Jaguariaíva ocorrem feições de paisagens representadas por cânions, escarpas, cachoeiras e saltos, furnas, sumidouros, estes extremamente atrativos ao turismo. Nestas regiões, além da atividade do turismo contemplativo, existe o turismo científico e didático, em função da representatividade das formações geológicas e a ocorrência de fósseis, muitos destes considerados como local-padrão para reconhecimento e descrição para a ciência.
- Uma parcela considerável do patrimônio natural dos Campos Gerais situa-se em unidades de conservação como os parques estaduais de Vila Velha (Ponta Grossa) e do Guartelá (Tibagi), na APA Escarpa Devoniana e no o Parque Nacional dos Campos Gerais. Dos relacionados apenas o Parque Nacional dos Campos Gerais não possui Plano de Manejo. Desta forma estas Unidades apresentam capacidade de atendimento e infraestrutura de gestão e controle. Entre outras unidades existentes na região, algumas são mais estruturadas, as mais significativas já relatadas.
- Na região destaca-se a APA da Escarpa Devoniana, Unidade de Conservação de Uso Sustentável, onde se inserem praticamente todas as demais. Com Plano de Manejo instituído, regula o uso e a ocupação na região. Há que se salientar que o zoneamento desta APA prevê o desenvolvimento do turismo histórico, arqueológico, antropológico, ecológico e rural para toda a região.
- De uma forma geral, com especial destaque para Ponta Grossa, todos os demais municípios apresentam alguma infraestrutura pública de gestão dos recursos

naturais que envolva pelo menos fiscalização, mas em sua maioria carecem de pessoal especializado.

- Os recursos hídricos existentes no território apresentam paisagens e ambientes naturais significativos para o desenvolvimento de atividades turísticas (ecoturismo e turismo de aventura), com especial destaque para Ponta Grossa, Castro, Tibagi e Jaguariaíva.
- A Floresta de Araucária e os Campos Naturais apresentam-se mais significativos nas Unidades de Conservação.
- Ponta Grossa, Tibagi e Jaguariaíva apresentam as melhores infraestruturas de gestão de recursos naturais e de atendimento turístico junto às unidades naturais representativas da região.
- Os municípios dos Campos Gerais integram a quase totalidade de seus territórios à APA da Escarpa Devoniana, apresentam sítios naturais muito significativos para a atividade turística, principalmente aqueles ligados ao geoturismo, principalmente Ponta Grossa e Jaguariaíva. Os demais carecem de infraestrutura principalmente no que diz respeito à acessibilidade e estrutura de recepção.
- Sítios naturais notáveis tais com cachoeiras, cavernas, desníveis, montanhas, etc., existentes nos Campos Gerais são nomeados como atrativos dos municípios de sua ocorrência na mídia especializada, mas poucos apresentam infraestrutura de acesso e atendimentos especializado com exceção de Ponta Grossa, Arapoti e Jaguariaíva.

b) Gestão ambiental pública e adequabilidade da gestão dos recursos naturais

Em termos de estruturas governamentais para a gestão ambiental, complementar portanto àquela disponível nos municípios, conta-se com os escritórios regionais do IAP, vinculado ao sistema SEMA.

Além da sede em Curitiba, estas estruturas têm escritório em Ponta Grossa, responsável pelo atendimento ao conjunto de municípios da Área Turística. Tais estruturas terão importância nos diversos processos de licenciamento a serem requeridos para as ações propostas neste documento.

Ainda vinculado ao sistema Sema, para o encaminhamento de questões relacionadas aos recursos hídricos e saneamento, há o Instituto das Águas do Paraná e seus comitês de bacias hidrográficas. No caso presente, destaca-se o Comitê da bacia do rio Tibagi, com contribuintes na Área Turística.

Foi analisada a capacidade institucional dos municípios para a gestão ambiental em seus territórios considerando-se a existência de órgão responsável, o número de funcionários lotados em cada estrutura, bem como um relato sucinto das atividades e responsabilidades afetas a essas estruturas.

Ressalta-se que a gestão das Unidades de Conservação como os Parques Estaduais existentes nos municípios é de responsabilidade do IAP, que conta com equipes responsáveis pela fiscalização, necessitando implementar o quadro de pessoal nas UCs, a frota de veículos e a construção/reforma de estruturas para atendimento aos turistas.

Quadro 71 - Capacidade Institucional dos Municípios e das entidades estaduais para a Gestão Ambiental na Área Turística

continua

Municípios	Órgão responsável	Equipe instalada n.º de funcionários	Ações desenvolvidas
Almirante Tamandaré	S M Agricultura e Meio Ambiente	7	Preservação do solo, subsolo; da flora e fauna do município. Controle e prevenção da poluição do meio ambiente Proteção dos mananciais. Recuperação da vegetação florestal das nascentes dos cursos de água. Educação ambiental. Fiscalização e monitoramento. Infraestrutura. Limpeza pública.
Arapoti	S M de Meio Ambiente	41	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento resíduos sólidos urbanos. Controle de animais domésticos.
Araucária	S M de Meio Ambiente	20	Agenda 21. Controle ambiental. Áreas verdes urbanas. Educação ambiental. Fiscalização e monitoramento ambiental. Infraestrutura. Limpeza pública.
Balsa Nova	S M Agricultura e Meio Ambiente	5	Avaliação de procedimentos administrativos (licenciamento ambiental). Limpeza pública e gerenciamento de resíduos. Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Produção de árvores nativas.
Campina Grande do Sul	S M de Meio Ambiente e Agricultura	15	Pareceres ambientais. Intermediação junto ao IAP de licenças ambientais. Orientação para regularização ambiental de imóveis rurais. Unidade municipal de cadastro junto ao incra. Averiguação de denúncias de crimes ambientais. Coordenação de projetos de educação ambiental. Distribuição de mudas de árvores nativas para plantio em áreas de preservação permanente. Elaboração de projetos de educação ambiental nas escolas. Participação no comitê da dengue e de erradicação da hantavirose (controle de zoonoses). Auxílio nas vistorias para licenças ambientais. Elaboração de material impresso de educação ambiental.
Campo Largo	Departamento de Meio Ambiente e Recursos Hídricos	15	Licenciamento ambiental. Limpeza pública. Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Produção de árvores nativas.
Campo Magro	S M de Agricultura e Meio Ambiente	4	Educação ambiental. Fiscalização ambiental. Saneamento.
Carambeí	S M de Meio Ambiente	20	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos. Centro de triagem e compostagem de resíduos sólidos domiciliares.

Municípios	Órgão responsável	Equipe instalada n° de funcionários	Ações desenvolvidas
Castro*	S M de Agricultura, Abastecimento e Meio Ambiente	16	Planejar, definir, implementar, coordenar e controlar a política municipal de proteção ao meio ambiente. Estabelecer procedimentos para a realização e aprovação de relatórios de impacto ambiental. Conceder licenciamento para a localização, instalação e operação, bem como fiscalizar, monitorar e ampliar atividades potencialmente degradadoras e poluidoras. Elaborar e atualizar cadastro municipal das fontes de poluição. Conceder registros e expedir licenças para a exploração de recursos naturais, em articulação com outros órgãos municipais e estaduais. Estabelecer normas visando a criação, conservação e regeneração de áreas consideradas como de preservação ambiental. Coordenar e manejar viveiros; assistir à área de educação ambiental. Impor notificações, multas e restrições por danos causados ao meio ambiente nos termos da legislação em vigor. Estudar, projetar, administrar, produzir, distribuir, controlar e prestar manutenção aos serviços de abastecimento de água do município e da rede de esgotos.
Cerro Azul	S M da Agricultura, Abastecimento e Meio Ambiente	2	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos.
Colombo	S M do Meio Ambiente	10	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos urbanos. Reciclagem.
Curitiba	S M de Meio Ambiente.	929	Obras e serviços. Controle ambiental. Parques e praças. Pesquisa e monitoramento. Licenciamento e autorizações ambientais. Pesquisa e conservação da fauna e da flora. Limpeza pública. Serviços especiais. Produção vegetal. Arborização urbana. Administração das unidades de conservação. Recursos hídricos e saneamento.
Jaguariaíva	S M de Agropecuária e Meio Ambiente	8	Controle de animais domésticos. Educação ambiental. Autorizações e procedimentos para cortes de árvores. Produção de mudas. Gerenciamento de resíduos sólidos.
Lapa*	S M de Agricultura e Meio Ambiente	12	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos.
Palmeira	S M de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente	3	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos.
Pinhais	S M de Desenvolvimento Sustentável	7	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos. Arborização urbana. Conservação de parques.
Piraí do Sul	S M de Meio Ambiente e Recursos Hídricos	6	Cadastramento de áreas verdes, urbanas e rurais. Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento de unidades de conservação.
Piraquara	S M de Meio Ambiente, Agricultura e Turismo	11	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos.

Municípios	Órgão responsável	Equipe instalada n° de funcionários	Ações desenvolvidas
Ponta Grossa*	S M de Agricultura, Pecuária e Meio Ambiente	25	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos . Assistência à agricultura e pecuária. Exposição e feiras. Obras rurais.
Quatro Barras*	S M de Meio Ambiente e Agricultura	7	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Resíduos sólidos urbanos.
Rio Negro	Departamento de Meio Ambiente	16	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Resíduos sólidos urbanos .
São José dos Pinhais	S M de Meio Ambiente	35	Licenciamento ambiental. Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento resíduos sólidos urbanos. Unidades de conservação. Arborização urbana. Produção de mudas. Saneamento. Recursos hídricos.
Sengés	S M de Meio Ambiente, Agricultura e Pecuária	6	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento resíduos sólidos urbanos.
Telêmaco Borba	Assessoria Técnica de Planejamento Urbano	30	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Gerenciamento resíduos sólidos urbanos. Unidades de conservação. Arborização urbana. Produção de mudas. Recursos hídricos.
Tibagi*	S M de Meio Ambiente e Turismo	5	Fiscalização ambiental. Educação ambiental. Controle ambiental. Resíduos sólidos urbanos. Anuência prévia. Calendário ecológico. Cons. Mun.de meio ambiente (condema). Denúncias meio ambiente. Programa força verde mirim. Programa recicla tibagi.

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: *Município sedia Parque Estadual gerenciado pelo IAP.

SM – Secretaria Municipal.

Com relação às atividades desenvolvidas pelos órgãos gestores de meio ambiente na Área Turística, observa-se que apesar de 100% dos municípios apresentarem a educação ambiental como ação, não é possível mensurar a efetividade e eficácia de tais iniciativas. A ação antrópica sobre o meio ambiente é uma ameaça global a todos os ecossistemas e ao próprio homem exigindo a mudança de atitude da sociedade como um todo em relação ao meio ambiente. A integração de ações fortes de educação ambiental entre os municípios/regiões da Área Turística podem produzir efeitos mais consistentes e duradouros.

Estes órgãos além das questões ambientais (áreas verdes, Unidades de Conservação, mananciais, etc.), tratam do uso e ordenamento do solo metropolitano e gerenciam resíduos sólidos. Neste sentido, aplicam os seguintes diplomas legais estabelecidos e utilizam a infraestrutura estadual para desempenho de suas atribuições.

- **Unidades de Conservação e Planejamento**
- Decreto n.º 458-91 - Criação da APA do Passaúna.
- Decreto n.º 1751-96 - Delimitação das Áreas de Interesse de Mananciais de Abastecimento Público da Região Metropolitana de Curitiba/RMC.
- Decreto n.º 1.752-96 - Institui APA do Pequeno.
- Decreto n.º 1.753-96 - Institui a APA do Iraí.
- Decreto n.º 1.754-96 - Institui a APA do Piraquara.
- Decreto n.º 148-99 - Composição do Conselho Gestor dos Mananciais da Região Metropolitana de Curitiba – CGM-RMC.
- Decreto n.º 387-99 - Institui: Rede de Biodiversidade, Programa Estadual de Desenvolvimento Florestal – PRODEFLO e Sistema Estadual de Reposição Florestal Obrigatória – SERFLO.
- Decreto n.º 808-99 - Decreto da Unidade Territorial de Preservação – UTP de Pinhais.
- Decreto n.º 809-99 - Decreto da UTP do Guarituba.
- Decreto n.º 1.454-99 - Decreto da UTP do Itaqui.
- Decreto n.º 1.611-99 - Decreto da UTP de Campo Magro.
- Decreto n.º 1.612-99 - Decreto da UTP de Quatro Barras.
- Decreto n.º 2.200-00 - Zoneamento Ecológico Econômico – ZEE da APA do Iraí.
- Decreto n.º 2.375-00 - Institui a APA do Verde.
- Decreto n.º 5.063-01 - ZEE da APA do Passaúna.
- Decreto n.º 6.706-02 - ZEE da APA do Piraquara.
- Decreto n.º 4.267-05 - Delimitação das Áreas de Interesse de Mananciais de Abastecimento Público da RMC.
- Decreto n.º 6.390-06 - Delimitação das Áreas de Interesse de Mananciais de Abastecimento Público da RMC.
- Decreto n.º 3.411-08 - Delimitação das Áreas de Interesse de Mananciais de Abastecimento Público da RMC.
- Decreto n.º 4.174-09 - Altera o Zoneamento do Uso e Ocupação do Solo na Unidade Territorial de Planejamento de Quatro Barras.
- Decreto n.º 4.642-09 - Altera o mapa de Zoneamento do Uso e Ocupação do Solo da Unidade Territorial de Planejamento de Campo Magro.
- Lei n.º 12.248-98 - Cria o Sistema Integrado de Gestão e Proteção dos Mananciais da Região Metropolitana de Curitiba.
- Lei 12555-99 - Altera e acresce parágrafo único, ao artigo. 4.º da Lei n.º 12.248-98.

- **b) Recursos Hídricos**
- Lei Estadual n.º 12.726, de 26 de novembro de 1999 - Institui a Política Estadual de Recursos Hídricos, cria o Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos e dá outras providências.
- Decreto Estadual n.º 2.314, de 17 de julho de 2000 - Regulamenta o Conselho Estadual de Recursos Hídricos.
- Decreto Estadual n.º 2.315, de 17 de julho de 2000 - Regulamenta o processo de instituição de Comitês de Bacias Hidrográficas.
- Decreto Estadual n.º 2.316, de 17 de julho de 2000 - Regulamenta a participação de Organizações Cívicas de Recursos Hídricos no Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos.
- Decreto Estadual n.º 2.317, de 17 de julho de 2000 - Atribuições da SEMA e da SUDERHSA.
- Decreto Estadual n.º 4.646, de 31 de agosto de 2001 - Dispõe sobre o regime de outorga de direitos de uso de recursos hídricos e adota outras providências.
- Decreto Estadual n.º 4.647, de 31 de agosto de 2001 - Fundo Estadual de Recursos Hídricos
- Decreto Estadual n.º 5.361, de 26 de fevereiro de 2002 - Instrumento da Cobrança pelo direito de uso de recursos hídricos.

- Decreto Estadual n.º 1.651, de 04 de agosto de 2003 - Atribui a Superintendência de Recursos Hídricos – SUDERHSA a função de Agência de Bacia Hidrográfica.
- Imposto Sobre Circulação de Mercadorias por Manancial de Abastecimento - Constituição da República Federativa do Brasil/Constituição do Estado do Paraná
- Lei Federal Complementar n.º 63, Lei Estadual n.º 9.491, Lei Complementar n.º 59, Resolução SEMA n.º 036/2003, Decreto n.º 2.806/2004, Decreto n.º 1.651/2003, Decreto n.º 2.791/91, Portaria SUDERHSA n.º 044/96, Portaria Conjunta SUDERHSA/IAP/SANEPAR/EMATER N.º 01/97, Legislação - UNIDADES DE CONSERVAÇÃO - DIBAP
- Lei Federal n.º 9.433, de 08 de janeiro de 1997 - Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos e cria o Sistema Nacional de Recursos Hídricos.
- Resolução CONAMA N.º 357/2005 - Revoga a Resolução n.º 20/86. Dispõe sobre a classificação e diretrizes ambientais para o enquadramento dos corpos d'água superficiais.
- Portarias de Enquadramento dos Rios do Paraná - Apresenta as Portarias de Enquadramento dos cursos d'água do Estado do Paraná, classificando-as de acordo com a Resolução n.º 20 do Conselho Nacional do Meio Ambiente.
- Resolução CONAMA n.º 20/1986 - Classifica águas conforme uso e estabelece padrões de qualidade de água.
- Resolução CONAMA n.º 274/00 - Estabelece critérios para a balneabilidade.

Como citado no item relacionado ao uso turístico das Unidades de Conservação, os municípios, através do poder público e iniciativa privada e em parceria com entidades governamentais, tem investido de forma consistente no potencial natural local para o turismo (cânions, cachoeiras, cavernas e grutas, formas de relevo etc.), assim como em infraestrutura de fiscalização e controle ambiental em seu território.

Com exceção de Curitiba, Araucária e São José dos Pinhais, os demais municípios da RMC, carecem de pessoal especializado e equipamentos específicos e apresentam alguma infraestrutura pública de gestão dos recursos naturais que envolva pelo menos fiscalização e monitoramento. Ponta Grossa, diferente dos demais municípios dos Campos Gerais, conta com alguma infraestrutura pública na fiscalização de recursos naturais.

Todos os municípios integrantes da Área Turística demonstram em suas ações, normativas e administrativas, alguma preocupação com as questões ambientais, principalmente vinculadas às normativas de uso do solo. Curitiba, Araucária, Campo Largo, Pinhais e São José dos Pinhais são os mais atuantes neste sentido.

Na qualidade de maior indústria do mundo, o turismo possui o potencial para realizar melhorias substanciais, ambientais e socioeconômicas e para contribuir, de forma significativa, para o desenvolvimento sustentável de comunidades e dos locais nos quais opera. Como preconiza a Agenda 21¹⁹, ações conjuntas provenientes dos governos e de todos os setores do turismo serão necessárias para que se perceba esse potencial e se assegure um desenvolvimento futuro de longa duração. Nesse sentido, são dez as áreas prioritárias .

1. Minimização de resíduos: com objetivo de minimizar os recursos de entrada, maximizar a qualidade dos produtos e minimizar os resíduos de saída.

¹⁹ Fonte: WTO; WTTC; EARTH COUNCIL. Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development. 1996. Disponível em: < <http://www.world-tourism.org/sustainable/publications.htm>>.

2. Eficiência na energia, conservação e gerenciamento: com objetivo de reduzir o uso de energia e reduzir potencialmente os danos causados pelas emissões atmosféricas.
3. Gerenciamento dos recursos de água doce: com objetivo de proteger a qualidade de recursos aquíferos e usar recursos existentes eficientemente e equitativamente.
4. Gerenciamento do esgoto: com objetivo de minimizar a quantidade de esgoto para proteger o ambiente aquático, a flora e fauna, e conservar e proteger a qualidade de recursos de água doce.
5. Substâncias perigosas: com objetivo de substituir produtos contendo substâncias potencialmente perigosas por produtos ambientalmente seguros.
6. Transporte: com objetivo de reduzir ou controlar emissões nocivas na atmosfera e outros impactos ambientais dos transportes.
7. Planejamento e gerenciamento do uso da terra: com objetivo de tratar com múltiplas demandas da terra de uma maneira equitativa, assegurando que o desenvolvimento não seja visualmente intruso e contribuindo para conservação ambiental e cultura enquanto rendimento de geração.
8. Envolvimento dos funcionários, clientes e comunidades nas questões ambientais: com objetivos de proteger e incorporar os interesses das comunidades para o desenvolvimento e assegurar que as lições ambientais aprendidas pelos funcionários, clientes, e comunidades são postas em prática no dia a dia.
9. Designação para sustentabilidade: com objetivo de garantir que novas tecnologias e produtos sejam desenvolvidos para poluírem menos, sendo mais eficientes e social e culturalmente apropriados, e disponíveis.
10. Parcerias para o desenvolvimento sustentável: com objetivo de formar parcerias para propiciar a sustentabilidade em longo prazo.

c) Gestão ambiental privada

Se há avanços da parte das estruturas do estado e dos municípios em termos de controle dos recursos ambientais, as empresas privadas instaladas na região, sobretudo no polo industrial da RMC e na cidade de Ponta Grossa, também contam com posturas avançadas.

Muito provavelmente devido ao porte de tais empresas, elas se obrigam a uma postura formal e adequada à complexa legislação ambiental em vigor, aí incluindo as diversas certificações. Há orientações também aos empreendimentos hoteleiros para certificação, conforme ABNT/NBR 15.401:2006, que contempla a implantação de um sistema de gestão da sustentabilidade, abrangendo as áreas ambiental, social e econômica.

Esse fato pode contribuir para uma garantia maior em termos de conservação de recursos naturais. Outrossim, vale lembrar que as unidades de interesse ambiental já contam com algum instrumento legal que as protege e/ou foram contempladas com ações que avancem nesse sentido.

Para a Área Turística não se tem referência da existência de programas de certificação ambiental das empresas turísticas atuantes, mesmo em fase de consolidação ou em implantação. Foram identificados procedimentos gerais de comportamento repassados sob a forma de orientação aos usuários em relação aos atrativos, direcionados a preservação e

a conservação dos mesmos. Tais procedimentos, apesar de não se integrarem a um Sistema de Gestão Ambiental – SGA legalmente instituído nas empresas privadas do setor, contemplam as boas práticas ambientais, direcionadas principalmente a não poluição, menor geração de resíduos e preservação dos recursos naturais.

Outra forma de tais empresas se integrarem às boas práticas ambientais vem do rol de normas e procedimentos inerentes a algumas áreas protegidas ou mesmo Unidades de Conservação existentes na Área Turística.

d) Instrumentos de planejamento e controle territorial

Apesar do Estado do Paraná ainda não contar com um Zoneamento Econômico Ecológico, tanto a Região Metropolitana de Curitiba como os Campos Gerais contam com órgãos estaduais e municipais capacitados para a macro gestão de seus recursos ambientais. Nesse sentido destacam-se as Secretarias Estaduais de Governo, principalmente a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba – COMEC, o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social do Paraná – IPARDES e a Associação dos Municípios dos Campos Gerais.

Os órgãos gestores das questões ambientais, além das Secretarias municipais, atuam em conjunto com o IAP e o Instituto das Águas do Paraná – AGUASPARANÁ. Esses órgãos, além das questões ambientais (áreas verdes, Unidades de Conservação, mananciais, etc.), tratam do uso e ordenamento do solo nos municípios, aplicando os diplomas legais estabelecidos e utilizando-se da infraestrutura estadual para desempenho de suas atribuições.

Todos os municípios integrantes da área turística possuem Plano Diretor, mas poucos fazem alusão ou mesmo especificam objetivos e/ou procedimentos vinculados ao desenvolvimento do turismo sustentável em seus territórios.

A Política Estadual de Regionalização do Turismo no Estado em seus objetivos prevê uma série de questões econômicas, ambientais, sociais e culturais que justificam o estabelecimento dos programas e projetos, visando o crescimento de investimentos e postos de trabalho e possibilitando a otimização dos resultados e a inclusão social, dentro de uma ação estatal planejada, com base na descentralização e na regionalização, que facilite o processo e garanta racionalidade, velocidade e confiabilidade nas decisões e implementações, tendo como premissas a participação dos diversos segmentos sociais das áreas turísticas, empresariais e governamentais e principalmente a sustentabilidade dos destinos.

O geoturismo e o turismo de aventura na Área Turística constituem-se em novos segmentos que vêm transformando a geologia e a aventura em produtos fornecedores de facilidades de serviços para que o turista adquira conhecimento da geologia e geomorfologia de um sítio, fazendo do visitante mais que um mero expectador, como também, oferecendo possibilidades de desenvolvimento de escaladas, exploração de grutas, caminhadas, etc. Estes programas amplamente desenvolvidos na RMC e nos Campos Gerais são genuinamente imbuído de normas e procedimentos destinados à conservação e proteção dos ambientes naturais, uma vez que, como citado anteriormente, além dos instrumentos legais instituídos para as áreas protegidas, as organizações envolvidas com esta atividade possuem em seus objetivos empresariais, além do desenvolvimento da atividade, a educação e conscientização ambiental do turista.

Pelo contato com a natureza e pela busca de experiências e sensações, o geoturismo e o turismo de aventura caracterizam-se também por serem elo de ligação com o ecoturismo e o

turismo cultural, cujo principal atrativo é o conteúdo de conhecimentos agregados ao destino turístico, como museus, igrejas, conjuntos arquitetônicos, vestígios paleontológicos e arqueológicos, etc.

As Áreas Protegidas existentes na Área Turística são, em sua maioria, legalmente institucionalizadas, tendo algumas Planos de Manejo desenvolvidos e implementados. Apesar deste fato, muitas destas áreas carecem de efetivação de seus zoneamentos e efetivação de suas categorias de manejo. O órgão gestor das Unidades de Conservação da área objeto possui em seu orçamento a alocação de recursos destinados a reavaliação e adequação destas Unidades.

Apesar da existência de uma série de mecanismos, normas e procedimentos atinentes a proteção e conservação dos recursos naturais na área objeto, principalmente daqueles que apresentem potencial para o uso turístico, nota-se que muitos destes atrativos da RMC e dos Campos Gerais, principalmente cavidades naturais, desníveis, cachoeiras e quedas, corredeira, rios, carecem de efetiva proteção e controle de uso.

Visando a conservação da biodiversidade e dos recursos naturais no estado e também na área objeto, os órgão ambiental gestor vem implementando ferramentas para gestão ambiental com base no planejamento da paisagem, delimitando as áreas de maior importância neste contexto, visando também um zoneamento ecológico e econômico, a proteção das florestas ciliares e áreas várzeas, o policiamento do meio ambiente, ações fundiárias e cartográficas, o monitoramento dos recursos hídricos e das bacias hidrográficas e a conservação das florestas remanescentes. Tais ações além da conservação da biodiversidade e o manejo sustentável dos recursos naturais, visam a restauração de áreas para a formação de corredores ecológicos. Nesse contexto, o turismo sustentável insere-se como forte aliado, uma vez que depende quase que exclusivamente da qualidade dos recursos naturais e das paisagens notáveis decorrentes.

e) Grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da Área

Espera-se dos municípios envolvidos uma atuação pública e mobilizadora de planejamento e coordenação para o desenvolvimento turístico em seus territórios, de forma articulada e compartilhada com os demais territórios que integram a Área Turística, tendo em vista ações de negociação, consenso e organização e inclusão social, sustentabilidade e qualidade.

As ações de acompanhamento dos resultados e da evolução do PDITS e dos atores e entidades envolvidas nas áreas turísticas serão procedidas através da avaliação dos planos, programas e projetos, e seus resultados no desenvolvimento econômico e social, na promoção do desenvolvimento sustentável, na eficácia da articulação institucional entre a atividade turística, o município, o estado, o país e o mundo. Desta forma destacam-se também as ações com foco na organização do turismo nos municípios da área objeto, tendo como prioridade a participação dos segmentos sociais organizados, empresariais e governamentais.

2.7 CONSOLIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

O Diagnóstico Estratégico para o PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais foi elaborado a partir de diferentes visões para tornar a leitura da Área Turística mais

abrangente. A participação dos governos municipais, iniciativa privada e terceiro setor deu-se por meio de reuniões setorializadas nos municípios, além de consultas a formadores de opinião do setor e técnicos de órgãos públicos e privados, que permitiram um olhar amplo sobre a realidade da sustentabilidade e hierarquização da Área Turística, com foco no objetivo do plano.

2.7.1 Valoração ponderada dos produtos ou tipos/segmentos turísticos atuais e potenciais, em relação aos mercados-meta

Os segmentos principais da Área Turística são, em ordem de importância, o turismo de lazer (60%), turismo cultural (40%), turismo de negócios e eventos (28%), ecoturismo, turismo de aventura e turismo rural (24%), turismo religioso (12%) e gastronômico (8%), conforme demonstrado no Quadro 7. A Área Turística possui seus principais produtos turísticos relacionados ao turismo cultural e ecoturismo, que juntos representam 64% dos segmentos reais existentes nos municípios.

Os principais atrativos da Área Turística são caracterizados como atrativos destacados, apresentados no Quadro 21, classificados em atrativos naturais e culturais. Dentre esses, destacam-se os produtos já consolidados:

- a) produtos do segmento de ecoturismo: Conjunto dos Parques Naturais de Curitiba, Parque Estadual do Monge (em revitalização) na Lapa, Parque Estadual de Vila Velha em Ponta Grossa, Parque Estadual do Pico do Marumbi em Quatro Barras e o Parque Estadual do Guartelá em Tibagi;
- b) produtos do segmento turismo cultural: Feira da Louça em Campo Largo, Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico de Castro, Conjunto do Patrimônio Cultural de Curitiba, Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico da Lapa, Autódromo de Pinhais, Santuário de Nossa Senhora das Brotas em Piraí do Sul, München Fest em Ponta Grossa, Estrada da Graciosa em Quatro Barras.

Esses produtos consolidados na Área Turística são os mais rentáveis, tem maior possibilidade de crescimento sob o enfoque da sustentabilidade e, portanto, devem ser sustentados por meio da ampliação das ações de promoção e comercialização.

Em relação aos produtos emergentes que tem maior potencial ou possibilidade de crescimento na Área Turística destacam-se:

- a) produtos do segmento ecoturismo: Parque Estadual de Caxambu em Castro e Parque Municipal do Rio Tibagi em Telêmaco Borba;
- b) produtos do segmento turismo cultural: Caminhos de Guajuvira em Araucária, Parque Histórico de Carambeí, Caminho do Vinho em São José dos Pinhais, Casa do Artesão em Telêmaco Borba e Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior em Tibagi.

Esses produtos em estágio potencial merecem, além de ações de promoção e comercialização, uma concentração de esforços no sentido de qualificar suas estruturas físicas e de pessoal, permitindo seu real uso turístico.

2.7.2 Identificação das áreas críticas de intervenção em cada linha de produto e dos atores locais que devem ser mobilizados

As áreas geográficas mais importantes da Área Turística compreendem os municípios em que os atrativos destacados estão localizados. São eles: Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Quatro Barras, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi, como pode ser observado no Mapa 3.

Em geral, os atrativos naturais e culturais da Área Turística merecem destaque pela possibilidade de complementação aos atrativos destacados, em momento futuro, quando estiverem adequados ao uso turístico.

Eis as principais áreas críticas de intervenção necessária aos produtos e destinos turísticos.

- a) **Consolidação dos produtos:** não há articulação e integração entre os produtos turísticos, ações ineficientes de comercialização, dificuldade na formação de uma identidade turística dos produtos dentro dos segmentos-meta, insuficiência de qualificação da mão de obra especializada para o turismo, ações promocionais tradicionais que não incorporam inovações tecnológicas que atendam à velocidade do mercado.
- b) **Infraestrutura e serviços básicos:** estruturas de recepção aos turistas insuficientes, terminais aéreos e rodoviários deficientes na segurança e conforto, acessos rodoviários com pontos críticos que prejudicam a mobilidade entre os municípios (congestionamento, falta de sinalização, pavimentação, circuitos para pedestres e ciclovias), beleza cênica do patrimônio cultural prejudicada por redes aéreas de energia e telefonia.
- c) **Quadro institucional:** baixa qualificação de gestores públicos e dos gestores das instâncias de governança para planejamento e operacionalização do turismo, baixo monitoramento da atividade turística, desarticulação das entidades representativas.
- d) **Gestão socioambiental:** o uso dos atrativos naturais, com exceção das Unidades de Conservação, não estabelece normas e procedimentos que atendam às orientações prioritárias da Agenda 21; insuficiência de ações de sensibilização para o uso sustentável dos produtos turísticos.

2.7.3 Posição atual da Área no mercado turístico versus seu posicionamento potencial

A Área Turística não tem uma identidade única por conter duas regiões turísticas com perfis distintos. Curitiba tem uma identidade própria, reconhecida internacionalmente. O fluxo de turistas para a visitação do patrimônio urbanístico de Curitiba não é fruto de uma ação formal dos gestores públicos do turismo, e sim uma externalidade positiva dos órgãos de planejamento da cidade.

Os demais municípios da Área Turística estão identificados com atrativos cultural e naturais, em sua grande maioria localizados fora das zonas urbanas e estes atrativos se constituem a identidade.

O posicionamento do turismo na Área Turística e a consolidação de sua imagem dependem de direcionamento na divulgação para que o público consumidor construa uma imagem sólida e única sobre o Paraná como destino turístico, ainda que apresente produtos

singulares. A partir das definições do Governo do Estado, para que se atinja esse objetivo a divulgação da Área Turística deve considerar o seguinte posicionamento:

- ser reconhecida como produto turístico de qualidade diversificado, capaz de satisfazer os segmentos-meta;
- dar ênfase à riqueza natural paranaense, o que exerce um grande poder de atração no turista;
- destacar a diversidade cultural presente no Estado devido à presença de diversas etnias e festivais culturais;
- ser referência em turismo como instrumento para o desenvolvimento sustentável.

2.7.4 Principais entraves e oportunidades da Área Turística

Em relação aos entraves e oportunidades à consolidação da Área Turística como um destino de forte notoriedade, com base nos estudos da Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná, foram levantados os principais obstáculos potencialidades para o cumprimento dos objetivos do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais e a eficiência coletiva em cada uma das atividades da cadeia produtiva da Área Turística, os quais estão elencados a seguir, separados por área:

- **Aspectos Socioeconômicos**

Nos aspectos socioeconômicos, observou-se como principais entraves e oportunidades para a consolidação do turismo na Área Turística.

- a) A alta concentração econômica e populacional em quatro municípios - Curitiba, Araucária, São José dos Pinhais e Ponta Grossa que concentram 83% do PIB. A concentração de bens, serviços e oportunidades gera desigualdades no desenvolvimento socioeconômico, conseqüentemente no turismo.
- b) A comparação entre a população economicamente ativa na Área Turística e o número de empregos formais no turismo sugere a existência de uma parcela significativa de ocupações informais em turismo.
- c) Área Turística bastante diversificada em termos de potencial turístico e incremento de atividades vinculadas, especialmente as atividades de comércio e serviços.
- d) Os indicadores de emprego, geração de renda, educação e saúde demonstram que ainda há importantes desigualdades regionais na Área Turística e mesmo dentro de cada município.
- e) Concentração do emprego na área vinculada ao turismo em Curitiba.

- **Aspectos do Mercado Turístico**

Nos aspectos do Mercado Turístico, observou-se como principais oportunidades e entraves para a consolidação do turismo.

- a) Relativa deficiência na integração das Instâncias de Governança, considerando as prefeituras municipais, as associações de municípios, os gestores das regiões turísticas, empresários e a sociedade civil organizada, nos processos de promoção, em conjunto com as esferas governamentais, ocasionando entraves na consolidação do destino turístico.
- b) A adoção de sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização ainda é um desafio, pois envolve todo o processo de monitoramento de mercado, definição das estratégias de distribuição e operação dos produtos turísticos e principalmente eficiência nos processos de comercialização.

- c) Falta de vínculo com o mercado a partir da visão da demanda turística, ou seja, não se consegue ampliar a notoriedade dos produtos turísticos e torná-los competitivos.
- d) Omissão da apresentação por parte dos municípios de ações continuadas de formação e desenvolvimento de mecanismos de gestão sustentáveis, como campanhas de sensibilização para o turismo, educação ambiental, entre outras ações.
- e) Problemas de qualificação profissional decorrentes das deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal.
- f) Deficiência nos processos de monitoramento e impropriedade de sistemas de informação consolidados e disponíveis, como a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FARH e os Estudos da Demanda Turística, o que impede o correto conhecimento do mercado e dificulta a definição de estratégias.
- g) A integração empresarial se apresenta como um desafio na cadeia produtiva, não se percebendo o uso de instrumentos que visem à redução de custos e o aumento da comercialização cooperada.
- h) As mídias sociais e novas tecnologias não são utilizadas pelas regiões da Área Turística e poucas empresas demonstraram apropriação destas ferramentas.
- i) A falta de um processo facilitado de acesso a linhas de financiamento e de crédito adequadas e em condições competitivas para as empresas e tampouco os municípios adequaram suas estruturas para captação de recursos junto ao Governo Federal;
- j) Omissão de qualquer estratégia sistêmica de marketing que considere a formatação de produtos.
- k) Falta de integração dos diferentes atores do turismo ao processo de comercialização. A participação em eventos de turismo restringe-se a representação institucional.
- l) Baixa integração dos roteiros turísticos.

- **Aspectos da infraestrutura básica e serviços gerais**

Nos aspectos de infraestrutura básica e serviços gerais, observa-se como principais oportunidades e entraves para a consolidação do turismo.

- a) Ampla malha rodoviária em boas condições de trafegabilidade.
- b) Pontos críticos de congestionamento e tráfego que interferem no deslocamento do turista pela Área Turística, com ocorrência de congestionamentos e riscos de acidentes.
- c) A Área Turística não é atendida por um sistema de transporte coletivo integrado, que facilite o acesso aos diferentes municípios.
- d) Alguns terminais rodoviários da Área Turística não apresentam condições adequadas de conforto e acessibilidade aos usuários.
- e) A Área Turística possui um único aeroporto com voos comerciais regulares funcionando no limite de sua capacidade operacional.
- f) Grande parte dos produtos turísticos da Área Turística encontra-se em áreas não urbanas, relacionados ao turismo rural, de aventura e ecoturismo; sem adequada estrutura de atendimento aos turistas.
- g) O sistema de abastecimento de água atende adequadamente as sedes dos municípios.
- h) Inexistência de carência no abastecimento de água nas cidades da Área Turística, salvo em períodos de estiagens importantes que reduzam drasticamente a capacidade dos mananciais (não do sistema) ou em caso de emergências pontuais.
- i) O sistema de esgotamento sanitário atende satisfatoriamente apenas 32% dos municípios da Área Turística.

- j) A análise da capacidade de atendimento dos municípios na coleta e disposição final dos resíduos sólidos nos atrativos turísticos revela que 32% dos municípios da Área Turística não possuem este serviço.
- k) A infraestrutura de comunicação atende as sedes dos 25 municípios. As Unidades de Conservação apresentam restrições quanto à cobertura de telefonia móvel, fixa e internet. No entanto, as administrações das Unidades de Conservação possuem sistemas próprios de comunicação com as sedes dos municípios. As rodovias que interligam a Área Turística têm áreas de sombra.
- l) Falta de indicativos da necessidade de ampliação da capacidade instalada do sistema de iluminação pública, mesmo com a previsão de ampliação da demanda turística. As eventuais sobrecargas que ocorrem no sistema de geração, transmissão e distribuição são problemas localizados.
- m) Condições satisfatórias de atendimento de saúde na Área Turística.
- n) Sistema público integrado de atendimento e referenciamento a serviços básicos e especializados.
- o) Grupo voluntário de busca e salvamento que atende a área do Parque Estadual do Marumbi, Corpo de Socorro em Montanha - COSMO.

- **Aspectos do Quadro Institucional**

Nesses aspectos observou-se como principais oportunidades e entraves para a consolidação do turismo.

- a) Os municípios em geral não possuem estrutura administrativa pública suficiente para gerir o turismo de forma eficaz, apresentando insuficiência no número e qualificação de servidores para a gestão da atividade, o que influencia diretamente no sucesso do planejamento local e regional.
- b) Há poucos profissionais e baixo índice de qualificação especializada nos municípios que apresentam carência na gestão do turismo, como a elaboração de planos de desenvolvimento turístico, definição de estratégias de desenvolvimento local e regional, elaboração de projetos específicos e de captação de recursos de terceiros (públicos e privados).
- c) A maior parte dos municípios não apresenta leis, estatutos ou regimentos que orientem as responsabilidades, cargos e funções dos gestores públicos de turismo, além das questões da política de turismo propriamente dita.
- d) As duas instâncias de governança existentes na Área Turística não tem representatividade suficiente, nem mesmo ações concretas para a consolidação do polo turístico, demonstrando uma grande fragilidade para a atividade.
- e) Os membros das instâncias de governança da Área Turística apresentam problemas quanto ao processo de gestão das regiões turísticas, sobretudo em relação à capacitação em processos de liderança e na definição de prioridades de ações, não apenas isso, mas na própria efetivação da participação dos membros nas reuniões e no fortalecimento das instâncias.
- f) Existe o controle social da política estadual de turismo, tornando bastante disseminadas as informações acerca da Política Nacional de Turismo e dos instrumentos estaduais, regionais e locais para o desenvolvimento da atividade.
- g) Baixo índice de consolidação dos Conselhos e Fundos Municipais de Turismo; havendo em grande parte apenas a lei de criação destes. Não apenas o poder público, mas a sociedade civil organizada não se utiliza destes dois instrumentos como forma de participação nas tomadas de decisão para o desenvolvimento do turismo local.
- h) As legislações orçamentárias locais não contemplam o turismo de forma adequada, restritas, muitas vezes, à folha de pagamento. Alguns poucos municípios apresentam previsão de recursos para o desenvolvimento do turismo.
- i) Baixa efetividade das estratégias inseridas nos Planos Diretores dos municípios para consolidar o desenvolvimento do turismo; ainda se percebe que o tema turismo é

trabalhado e inserido nos planos de forma superficial, sem que haja uma real análise sobre a atividade dentro do desenvolvimento urbano.

- j) Baixo índice de participação da sociedade civil organizada no planejamento do turismo municipal e regional, mediante uso efetivo dos instrumentos das instâncias de governança, conselhos e fundos municipais de turismo, entre outros.

- **Aspectos Socioambientais**

Nesses aspectos observou-se como principais oportunidade e entraves para a consolidação do turismo.

- Não há Programas de Certificação Ambiental nas empresas turísticas, impedindo que estas tenham um melhor posicionamento no mercado, apesar das orientações do governo federal ao processo de certificação socioambiental.
- As restrições legais para usos múltiplos nas áreas de manancial de Pinhais, Quatro Barras, Piraquara e Campina Grande do Sul impedem o desenvolvimento de atividades turísticas.
- Há baixo aproveitamento turístico das Unidades de Conservação devido às diretrizes ambientais conservacionistas.
- Não existem ações permanentes e consolidadas de sensibilização e educação para o turismo sustentável.
- Todos os municípios integrantes da área turística possuem Plano Diretor, mas poucos fazem alusão ou mesmo especificam objetivos e/ou procedimentos vinculados ao desenvolvimento do turismo sustentável em seus territórios.
- Muitos destes atrativos da RMC e dos Campos Gerais, principalmente cavidades naturais, desníveis, cachoeiras e quedas, corredeira, rios, carecem de efetiva proteção e controle de uso dos atrativos.

2.7.5 Estruturação da Matriz Swot

A partir dos encontros e oficinas realizados pela equipe técnica, foi construída uma matriz da Área Turística, utilizando-se como metodologia a análise do ambiente interno e do ambiente externo, denominada Matriz Swot, sigla em inglês para forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Na matriz se inserem as informações pertinentes a cada item analisado, elencadas dentro de um contexto previamente analisado e já detalhado em todo o documento do diagnóstico da Área Turística.

Quadro 72 - Ilustração da Aplicação da Matriz Swot na Área Turística

Origem dos indicadores	Hierarquização e Sustentabilidade da Atividade Turística	
	Ajuda	Atrapalha
Interno (Área Turística)	S Pontos Fortes	W Pontos Fracos
Externo (Mercado Turístico)	O Oportunidades	T Ameaças

Fonte: FAUEPG, 2010.

Essa análise de cenário divide-se em:

- **ambiente interno** (pontos fortes e pontos fracos) - principais aspectos, que diferenciam a Área Turística dos seus concorrentes (decisões e níveis de desempenho que se pode gerir);

- **ambiente externo** (oportunidades e ameaças) - corresponde às perspectivas de evolução de mercado turístico no Paraná e no Brasil; fatores provenientes do mercado (decisões e circunstâncias externas ao poder de decisão da Área Turística, tais como Políticas Públicas ou gestão privada).

As forças e fraquezas são determinadas pela posição atual da Área Turística e se relacionam, quase sempre, a fatores internos. Já as oportunidades e ameaças são antecipações do futuro e estão relacionadas a fatores externos.

O ambiente interno pode ser controlado pelos dirigentes das empresas turísticas ou por meio de políticas públicas para o setor, uma vez que ele é resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios membros das instâncias de governança. Desta forma, durante a análise, quando for percebido um ponto forte, ele deve ser ressaltado ao máximo e quando for percebido um ponto fraco, as instâncias de governança devem agir para controlá-lo ou, pelo menos, minimizar seus efeitos.

Já o ambiente externo está fora do controle dos atores da Área Turística, mas os gestores públicos e empresários devem conhecê-lo e monitorá-lo com frequência, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar ou minimizar as ameaças. Evitar ameaças nem sempre é possível, no entanto pode-se fazer um planejamento para minimizar seus efeitos.

Espera-se, portanto, que esta matriz Swot ajude os gestores públicos e privados da Área Turística na tomada de decisão de modo a maximizar as oportunidades do ambiente em torno dos pontos fortes das empresas e minimizar os pontos fracos, bem como reduzir os efeitos dos pontos fracos e das ameaças. A base para a definição das estratégias de ação a serem estabelecidas para a Área Turística estão nos quadros a seguir.

Na elaboração da Swot, as informações do diagnóstico alimentam a matriz quanto aos pontos forte e pontos fracos. A partir dessas situações, inferem-se oportunidade e ameaças, que portanto não podem ser referenciadas ao diagnóstico, tendo em vista que resultam da reflexão sobre o cenário atual da Área Turística.

Quadro 73 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Produto Turístico

Pontos fortes	Pontos fracos	Oportunidades*	Ameaças*
<ol style="list-style-type: none"> 1. Características favoráveis dos aspectos urbanos e socioeconômicos das duas regiões turísticas. (itens 2.2 e 2.4) 2. Diversidade de segmentos turísticos explorados por alguns municípios da Área Turística, como o Turismo de Aventura, Turismo Rural e Turismo Cultural. (quadro 7) 3. Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo. (quadro 18) 4. Grandes equipamentos para eventos esportivos e técnicos (Ex. Autódromo, Estádio Arena, Estação Convention, Expo Unimed). (quadro 21) 5. Exploração turística da Rota dos Tropeiros. (p. 95) 6. Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate em Campo Largo; Fazenda Capão Alto em Castro; os Centros Históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio histórico de Curitiba. (p. 95) 7. Grau de conservação do patrimônio, em especial na Lapa, Castro e Curitiba. (p. 95e 96) 8. Existência de grupos étnicos que possam ser valorizados em ações turísticas. (p. 92) 9. Existência de artesanato típico e singular em alguns municípios da Área Turística, como Rio Negro. (p. 96) 10. Distribuição geográfica das Unidades de Conservação para uso turístico. (quadro 14) 11. Tema Tropeirismo nos Campos Gerais. (p. 95) 12. Proximidade geográfica com o Estado de São Paulo e sua capital (400 km), principal polo emissor de turistas do Brasil. (p. 71) 13. Exploração do turismo rural em alguns municípios da Área Turística. (quadro 7) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sinalização turística insuficiente nas rodovias da Área Turística. (quadro 32) 2. Sistema de informações turísticas (postos de informação, guias turísticos, <i>sites</i> de turismo) ineficazes, com estruturas e mão de obra deficientes. (quadro 30) 3. Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos existentes. (p. 66 e 70) 4. Baixa qualificação e articulação empresarial para formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. (p. 66) 5. Deficiências de investimento na capacitação para o desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal. (p. 66 e 152) 6. Concentração do turismo na cidade de Curitiba, com pouca articulação entre atrativos e roteiros de outros municípios da Área Turística. (p. 143 e gráfico 15) 7. Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. (p. 79) 8. Não existe um processo facilitado de acesso a linhas de financiamento e de crédito adequadas e em condições competitivas para as empresas. (p. 224) 9. Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. (p. 95) 10. Grande parte dos produtos turísticos da Área Turística encontra-se em áreas não-urbanas, relacionados ao turismo rural, de aventura e ecoturismo, sem adequada estrutura de atendimento aos turistas. (quadros 13 e 14) 11. Falta de linha condutora que consolide os bens patrimoniais como integrantes de um conjunto. (p.93) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidação de Ponta Grossa como Destino Indutor. 2. Crescimento do mercado de Ecoturismo, Turismo Rural e Turismo de Aventura no Brasil. 3. Realização da Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016 no Brasil, fomentando investimentos no turismo. 4. Ligação da Área Turística CRMCG com a Área Turística Litoral, por meio das UCs na Serra do Mar e a Estrada da Graciosa, possibilitando futuro trabalho integrado. 5. Possibilidade de associação com outros estados que também fazem parte do Ciclo do Tropeirismo, para criação de projetos conjuntos de valorização dos produtos agregados à atividade (cavalgadas, gastronomia, identificação de paisagens típicas). 6. Localização geográfica estratégica da Área Turística no contexto do fluxo turístico vindos de grandes estados emissores para a região sul, que oferece vários produtos turísticos. 7. Existência de patrimônio cultural tombado pelo IPHAN na Área Turística. 8. Agregar atrativos importantes ao longo de um eixo que conta com unidade histórica e patrimonial. (Ex: Caminho das Tropas e Ciclo Ervateiro). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estruturação de destinos competitivos em outras regiões. 2. Falta de tombamento pelo IPHAN de alguns bens considerados de interesse, tornando-os vulneráveis. 3. Aumento do grau de informalidade dos postos de trabalho na Área Turística. 4. Descontinuidade das ações de fortalecimento na Rota dos Tropeiros. 5. Crescimento da atividade turística nos estados vizinhos, sobretudo em Santa Catarina.

	<p>12. Baixa consideração das legislações urbanísticas municipais com respeito ao entorno dos bens patrimoniais levando em muitos casos a uma descaracterização dos mesmos e contribuindo negativamente para o conceito de autenticidade tão importante para o turismo.(p.94)</p> <p>13. Desinteresse geral dos agentes envolvidos sobre o Caminho das Tropas (Rota dos Tropeiros) como um potencial turístico efetivo, inibindo que ele, por si só possa transformar-se em um gerador de fluxo turístico. (p. 144)</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Nota: * A metodologia para elaboração de oportunidades e ameaças encontra-se descrita na página 246.

Quadro 74 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Comercialização

Pontos fortes	Pontos fracos	Oportunidades*	Ameaças*
<p>1. Disponibilização de produtos turísticos de diferentes segmentos, como o Turismo Rural e o Turismo de Aventura no mercado. (p.145)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não há sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização de produtos turísticos. (p. 66 e 146) 2. Dificuldade em trabalhar uma imagem turística forte e única do destino como um todo para sua comercialização no mercado. (p. 64) 3. Material promocional dos municípios inadequado em relação ao programa de regionalização. (p. 67) 4. Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. (p. 66) 5. Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos. (p. 67) 6. Reconhecimento superficial do posicionamento no mercado por parte da Área Turística. (p. 79) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comercialização do turismo rural nas agências de receptivo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dificuldade no reconhecimento dos principais mercados emissores de turista, com base em estudos de marketing.

Nota: * A metodologia para elaboração de oportunidades e ameaças encontra-se descrita na página 246.

Quadro 75 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Fortalecimento Institucional

Pontos fortes	Pontos fracos	Oportunidades*	Ameaças*
<ol style="list-style-type: none"> 1. Principais segmentos da atividade turística (hoteleira, alimentação, agências de viagem) representados por entidades regionais (secção da entidade nacional). (p. 217) 2. Inserção do tema turismo nos planos diretores da maioria dos municípios. (item 2.5.2) 3. Maioria dos municípios com órgão de turismo, portanto sensíveis ao tema. (quadro 68) 4. Existência em Curitiba de uma instituição pública que agrega e orienta as ações urbanísticas – IPPUC. (p. 212) 5. Compreensão da cadeia produtiva do turismo e suas relações econômicas, comprovadas com estudo específico. (p. 212) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarticulação das instâncias de governança da área e fraca interlocução com outras instâncias regionais. (p. 217) 2. Estruturas municipais de processos, pessoal, físicas e de qualificação inadequadas à gestão pública da atividade. (p. 214) 3. Baixa qualificação dos membros dos grupos de trabalho e das instâncias de governança para a gestão das regiões turísticas. (p. 217) 4. Políticas públicas para o turismo quase inexistentes nos municípios. (item 2.5.3) 5. Marketing institucional dos municípios realizado de forma inadequada e desarticulada. (p. 66) 6. Orçamentos destinados à pasta de turismo são reduzidos, resumindo-se a poucas ações efetivas. (p. 214) 7. Pouca participação efetiva da comunidade local e da iniciativa privada nas decisões sobre o turismo nas cidades, além da inexistência em alguns municípios de Conselhos e Fundos Municipais de Turismo atuantes. (quadro 66, p. 217) 8. Atuação das entidades de turismo nacionais (Abav, Abih, Abrasel, etc.) é restrita à capital. (p. 217) 9. Pouca participação da iniciativa privada nas instâncias de governança regionais. (p. 217) 10. Desarticulação das entidades representativas privadas para a execução das ações de promoção e comercialização. (p. 217) 11. Estruturas inadequadas para captação de recursos junto ao Governo Federal. (p. 222) 12. Baixo índice de monitoramento da atividade turística. (quadro 65) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementação de políticas públicas nos municípios, para o setor de turismo, a partir da política nacional e estadual para o turismo. 2. Atração e inserção dos municípios em programas do Governo Federal para incremento do turismo (Bem Receber Copa, Olá Turista, Cadastur). 3. Novas tecnologias disponíveis para a gestão pública do turismo. 4. Existência de linhas de financiamento e apoio ao desenvolvimento do turismo por parte do Governo Federal e empresas públicas e privadas. 5. Reconhecimento dos principais entraves do turismo na Área e sua mitigação com recursos do BID. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incapacidade de gestão dos recursos e ações decorrentes do PRODETUR, em âmbito federal e estadual. 2. Descontinuidade de políticas e programas de turismo por parte das três esferas de governo. 3. Desarticulação política entre os gestores públicos federais e estaduais para a atração e aprovação da tomada de empréstimo internacional. 4. Dificuldade na consolidação de grupo gestor com equidade de representação (público x privado). 5. Baixíssima frequência do monitoramento da atividade turística pelo setor público. 6. Planejamento insuficiente e inadequado dos investimentos em estrutura urbana, sem considerar projeções de crescimento e, principalmente, de turistas.

Nota: * A metodologia para elaboração de oportunidades e ameaças encontra-se descrita na página 246.

Quadro 76 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Infraestrutura e Serviços Básicos

Pontos fortes	Pontos fracos	Oportunidades*	Ameaças*
<ol style="list-style-type: none"> 1. Malha rodoviária ampla e de boa qualidade. (p. 57) 2. Curitiba, polo da RMC, tem fácil acesso rodoviário tanto para a região dos Campos Gerais quanto para o Litoral. (quadros 49 e 50) 3. Existência dos principais entroncamentos rodoviários do Paraná dentro da Área Turística (BR277/376/116). (p. 57) 4. Localização do Aeroporto Internacional Afonso Pena na Área Turística, representando o principal portão de entrada do Estado. (p. 155) 5. Sistemas de abastecimento de água abrangem as sedes dos municípios e oferecem serviços com qualidade e quantidade suficientes. (quadro 52) 6. Sistema de coleta de resíduos sólidos abrange os aglomerados urbanos – sede e distritos – e áreas rurais. (quadro 56) 7. Sistema de iluminação pública com capacidade de atendimento à demanda atual e futura. (item 2.4.7) 8. As condições de atendimento à saúde na Área Turística são satisfatórias. (item 2.4.8) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aeroporto Internacional Afonso Pena necessita ampliação do terminal de passageiros, implantação da terceira pista e ILS3. (p. 157) 2. Aeroporto Internacional Afonso Pena no limite de sua capacidade operacional. (p. 157) 3. Aeroportos regionais subutilizados. (p. 155) 4. Infraestrutura deficiente em alguns terminais rodoviários da Área Turística (acessibilidade e conforto). (p. 163) 5. Baixo índice de coleta e tratamento de esgoto na Área Turística. (quadro 54) 6. Pontos críticos de congestionamento e tráfego que interferem no deslocamento do turista na Área Turística. (p. 166) 7. O conjunto de municípios da Área Turística não possui sistema de transporte coletivo integrado. (p. 162) 8. Os estacionamentos públicos para ônibus de turismo na Área Turística são escassos. (p. 86) 9. Existência de um único grupo voluntário de busca e salvamento na Área Turística (PE Pico do Marumbi). (p. 201) 10. Não há integração entre os modais de transporte na Área Turística. (p. 162) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Curitiba tem a melhor infraestrutura urbana do estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Congestionamentos no trânsito de Curitiba em decorrência de eventos internacionais. 2. Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes. 3. Colapso no sistema de trânsito da capital e entorno.

Nota: * A metodologia para elaboração de oportunidades e ameaças encontra-se descrita na página 246.

Quadro 77 - Matriz SWOT da Área Turística CRMCG – Gestão ambiental

Pontos fortes	Pontos fracos	Oportunidades*	Ameaças*
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversidade de Unidades de Conservação e sua distribuição geográfica na Área Turística. (quadro 13). 2. Rica diversidade ambiental existente na Área Turística, com aspectos geográficos, geológicos, vegetação, clima e fauna abundantes, possibilitando a identificação de atrativos potenciais. (p. 229 a 231) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. (p. 86) 2. Falta de estrutura de apoio ao turista nas Unidades de Conservação. (p. 86) 3. Ações de sensibilização para a sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. (p. 234) 4. As restrições legais para usos múltiplos das áreas de manancial de Pinhais, Quatro Barras, Piraquara e Campina Grande do Sul impedem o desenvolvimento de atividades turísticas. (p. 229) 5. Processos de degradação das Áreas de Proteção Ambiental (APAs) (queimadas, implantação de pastagens, exploração mineral, especulação imobiliária e turismo desordenado). (quadro 69) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potencial de crescimento do segmento de ecoturismo no Brasil. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crescimento urbano no entorno das unidades de conservação. 2. Tratamento dos resíduos sólidos e líquidos na Área Turística pode prejudicar o meio ambiente. 3. Desastres ambientais em áreas sensíveis da Área Turística. 4. Legislação impeditiva para o uso turístico de áreas naturais.

Nota: * A metodologia para elaboração de oportunidades e ameaças encontra-se descrita na página 246.

3 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

Para identificar os obstáculos e facilitar a análise e seleção dos municípios quanto ao seu poder de atratividade turística e sua importância para a Área Turística, o PDITS propôs uma análise de hierarquização dos municípios. Esta análise objetiva orientar os investimentos do PRODETUR para o desenvolvimento da atividade turística. Por esta razão, considerou-se os cinco componentes do PRODETUR, visando facilitar a determinação de estratégias e ações.

A análise realizada contempla informações de diferentes aspectos, sabendo-se que os cinco componentes considerados, segundo o documento ROP são:

- a) Componente 1 - Estratégia de Produto Turístico: priorização dos produtos que consolidam com maior eficiência a imagem de cada destino gerando maior rentabilidade a curto, médio e longo prazos;
- b) Componente 2 - Estratégia de Comercialização: ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos;
- c) Componente 3 - Fortalecimento Institucional: ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual, local e municipal;
- d) Componente 4 - Infraestrutura e serviços básicos: investimentos necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada;
- e) Componente 5 - Gestão Ambiental: ações de proteção dos recursos naturais e culturais, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que a atividade turística gera ao destino.

A partir da utilização dos componentes, determinou-se a metodologia para a seleção dos municípios participantes da Área Turística, para a qual foi realizada a coleta de dados. Nesta etapa foram realizadas visitas a todos os municípios, ocasião em que diversos representantes do município foram convidados para reunião técnica de apresentação do PRODETUR e PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Essas reuniões contaram, muitas vezes, com representantes do poder público (área de turismo, educação, meio ambiente, cultura, saúde, obras públicas, saneamento e urbanismo), iniciativa privada (empresas de turismo), instituições de ensino (técnico e superior) e sociedade civil organizada (representantes dos conselhos municipais de turismo e meio ambiente, associações em geral na área de turismo). Os participantes receberam informações sobre os assuntos relacionados ao programa e o plano, foram esclarecidos da necessidade de obtenção de informações sobre as diferentes áreas e explanação sobre a interface de cada área com a atividade turística.

Em geral, as reuniões foram bem-sucedidas, com a participação efetiva dos representantes, possibilitando a disseminação das informações relativas ao PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais. Em alguns municípios porém, não houve uma efetiva adesão dos participantes, o que exigiu uma maior participação dos órgãos de turismo, que ficaram responsáveis pela interlocução e disponibilização das informações.

São apresentados detalhadamente os resultados do estudo para seleção, com a avaliação de cinco componentes financiáveis pelo BID, considerados na avaliação e respectiva tabela de pontuações obtidas pelos municípios.

As pontuações deste estudo variam de zero a 120, sendo que em cada um dos componentes a nota variou entre zero e 15 pontos. A pontuação baseou-se no Diagnóstico

Estratégico. Em seguida, inicia-se a apresentação dos resultados da hierarquização dos municípios da Área Turística.

Conforme já mencionado as prioridades de desenvolvimento da atividade turística e de intervenção do PDITS consideram os cinco componentes do PRODETUR, inclusive o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação; as linhas de produto e os tipos de turismo nos quais é necessário concentrar esforços; as infraestruturas e os serviços básicos requeridos; o quadro institucional, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública do turismo no nível local; e as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da área durante o desenvolvimento da atividade turística.

3.1 COMPONENTE 1 - ESTRATÉGIA DE PRODUTO TURÍSTICO

A metodologia adotada para a avaliação deste componente levou em consideração a adequação dos atrativos turísticos a serem operados como produtos, bem como a necessidade de adequações necessárias para melhoria do desempenho mercadológico e do posicionamento destes produtos no mercado, a partir da Área Turística.

Este componente tem como base, aqui definida como dimensão: os atrativos, equipamentos e serviços que possibilitam o consumo turístico. Neste contexto, definiram-se os indicadores para o componente, bem como a descrição da avaliação do desempenho de cada município.

Quadro 78 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente Estratégia de Produto Turístico

Componente	Dimensão	Indicadores / variáveis	Descrição da avaliação
Componente I Estratégia de Produto Turístico	Atrativos turísticos	Caracterização Regional	(5) Centro Turístico; (4) Centros de Distribuição; (3) Centros de Excursão; (2) Centros de Apoio; (1) Complementar
		Atratividade (plano cores)	Conforme média obtida no item avaliação turística dos municípios da área pela atratividade.
		Roteiros Turísticos	Um ponto para cada item: Roteiros Regionais comercializados; Roteiros Locais comercializados; Roteiros implantados, mas sem comercialização; Roteiros em processo de implantação; Roteiros Potenciais.
		Hierarquização dos Atrativos	Notas por classe: 5 (24,9 a 27,0); 4 (22,6 a 24,8); 3 (20,5 a 22,6); 2 (18,3 a 20,4) e 1 (16,0 a 18,2)
	Serviços e equipamentos turísticos	Meios de Hospedagem	(5) 100% a 81%; (4) 80% a 61%; (3) 60% a 41%; (2) 40% a 21%; (1) 20% a 1%; (0) menos de 1%

Fonte: FAUEPG, 2010.

Para que a atividade turística aconteça, a priori, é necessário que existam os atrativos turísticos, elementos fundamentais que servem de motivação para o deslocamento dos turistas. Entende-se por atrativos turísticos todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico, que é capaz de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-lo. Para esta análise utilizou-se as categorias de atrativos turísticos determinadas pelo Manual do Pesquisador – Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa, do Ministério do Turismo, além de duas outras avaliações sobre a atratividade dos municípios –

hierarquização dos atrativos e determinação de indicadores de valor real e valor potencial, conforme metodologia do Plano Cores (Ministério do Turismo). Esta dimensão apresenta grande significado e valorização à hierarquização turística.

A variável correspondente à hierarquização dos atrativos possui um peso fundamental, já que muitos turistas tomam como fator motivacional e decisório a quantidade e variedade de atrativos turísticos, e ainda, avaliam as possibilidades e condições de uso do atrativo e demais facilidades oferecidas.

Para esta variável foram analisados os atrativos naturais, considerando sua quantidade, tipologia, uso turístico e acessibilidade. Tudo que se refere à natureza ou atividade em áreas naturais poderá ser considerado um atrativo natural, desde que cumpra a premissa de ter motivação suficiente de atrair visitantes. Vale lembrar que o uso turístico dos atrativos naturais demanda estrutura mínima para receber os visitantes, no sentido de minimizar o impacto.

Ainda dentro desta variável foram também analisados os atrativos culturais que possibilitam a identificação, valorização e uso dos aspectos da cultura, como motivador de deslocamentos dos turistas. Em relação aos atrativos culturais, pode-se identificar municípios tradicionalmente atrativos, como é o caso da cidade da Lapa, Rio Negro e Curitiba.

As informações coletadas nesta variável possibilitaram identificar que os atrativos culturais considerados foram, basicamente, os tipos de patrimônio cultural existentes – patrimônio imaterial, artístico, arqueológico e histórico; segmentação utilizada pela Secretaria de Estado da Cultura do Paraná – SEEC²⁰. Os demais atrativos culturais, conforme as tipologias determinadas pelo Projeto de Inventariação do Ministério do Turismo, também foram considerados no estudo.

As realizações técnicas, científicas ou artísticas permitem que o município apresente seu nível de hierarquização através de parque industrial ou exposição técnica, assim como jardim botânico ou zoológico, entre outros tipos de atrativos desta categoria. É necessário que estes atrativos tenham perfis e condições de uso turístico.

Em relação à atratividade, os municípios que tiveram destaque foram Curitiba e Quatro Barras, dois destinos que fomentam grande parte das motivações turísticas à Área Turística trabalhada. A ênfase é a Estrada da Graciosa, importante atrativo que necessita uma adequação especial, quanto à estruturação viária, segurança, paisagismo e o próprio uso turístico. Não se pode dispensar e ignorar sua importância para a Área Turística, por se tratar de um elemento integrador com a Área Turística do Litoral.

Os meios de hospedagem foram analisados pois são elementos importantes para a ocorrência da atividade turística nos municípios. É sabido que uma parte significativa dos turistas (40%), segundo o estudo de demanda de Curitiba de 2007, utiliza equipamentos de meios de hospedagem privados quando permanecem nas localidades turísticas, salvo aqueles turistas que pernoitam em casas de parentes e/ou amigos (48%), segundo o mesmo estudo. Com estes dados, percebe-se a grande utilização destes equipamentos e, conseqüentemente, a importância da quantidade, diversidade e disponibilidade ofertada aos turistas.

²⁰ Disponível em: <patrimoniocultural.pr.gov.br>. Acesso em 22 de junho de 2010.

3.2 COMPONENTE 2 - ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

No aspecto da comercialização foi considerada a capacidade de investimentos da iniciativa privada na adequação da oferta turística às necessidades do mercado. Além disso, os aspectos promocionais também foram considerados, tanto os esforços do poder público na divulgação dos municípios, quando de ações integradas com a iniciativa privada para a promoção do destino.

Assim, a metodologia de avaliação foi construída da seguinte forma:

Quadro 79 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente - Estratégia de Comercialização

Componente	Dimensão	Indicadores / variáveis	Descrição da avaliação
Componente II Estratégia de Comercialização	Capacidade empresarial	Capacidade de qualificação	Considera-se um ponto para cada item existente no município: a - Escolas técnicas; b - Curso superior em turismo; c - Unidades do sistema S; d- Oferta dos cursos de graduação; e - Escolas de línguas estrangeiras.
		Presença de grupos nacionais ou internacionais no setor de turismo	Considera-se um ponto para cada item existente (independente de quantidade): a - Locadoras de veículo; b – Hotéis; c – Restaurantes; d - Existência de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias; e - Grupos nacionais ou internacionais de turismo.
	Marketing e promoção do destino	Material Promocional	Considera-se um ponto para cada tipo de material, se o município apresentou os seguintes itens: a- Mapas dos roteiros; b- Folheteria; c - Material de comercialização; d - Marcas utilizadas; e - Sites de turismo.
	Economia local	Dinâmica da economia local	Considera-se um ponto para cada item se o município apresentou os seguintes equipamentos e serviços: a - telefones públicos; b – telefonia móvel; c- disponibilidade de serviços de internet em banda larga; d- agências dos correios; e - atividades econômicas significativas (geram fluxo turístico receptivo).

Fonte: FAUEPG, 2010.

A avaliação da promoção do destino leva em consideração sua existência, as informações contidas no material, a variedade de material produzido e alerta para o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, bem como o alerta para a responsabilidade do turista com a preservação ambiental.

Nos últimos anos a evolução da tecnologia mudou os hábitos de compra e, conseqüentemente, o modo de comercialização dos produtos, inclusive do turismo. O advento da tecnologia na comercialização de produtos ocasionou uma redução nos custos de promoção e comercialização facilitando a comunicação entre o turista e o município.

A ferramenta mais utilizada nessa comercialização de produtos turísticos é a Internet. A importância dessa ferramenta tecnológica é a aproximação entre o turista e os destinos turísticos. O uso da Internet pelos destinos possibilita um maior volume de informações sobre os produtos com menor custo, um maior alcance das campanhas de marketing, entre

outros fatores benéficos. Com relação à página do destino na Internet (*website*) foram considerados a existência do site da localidade, a disponibilidade de informações turísticas, inclusive em idioma estrangeiro, sua pertinência e veracidade de conteúdo, a frequência de atualização, existência de alerta para o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes e/ou para a responsabilidade do turista com a preservação ambiental.

Além disto, é importante que os municípios estejam acompanhando uma das tendências mundiais que é a definição da identidade visual turística. Estes símbolos representativos dos municípios servem de informação pública aos visitantes, sendo comumente exibidos em material promocional, cabeçalho de papel oficial e acessórios associados com a promoção turística ou com seus objetivos específicos (*merchandising*) (OMT, 2003, p.149). Esta tendência já é realidade no Brasil, tendo como exemplo a própria Marca Brasil, que foi elaborada depois de extenso estudo de mercado e marketing. No Estado do Paraná, recentemente (2008), foram criadas as marcas institucionais de dez regiões turísticas, das quais duas foram apresentadas no início do presente trabalho.

A dinâmica da economia local também foi levada em consideração na análise deste componente uma vez que o turismo é reconhecido como uma atividade econômica e há um crescente interesse pelos resultados de estudos econométricos dessa atividade, os quais possibilitam a avaliação, em bases mais sustentadas, de seus efeitos na economia e nas condições sociais dos indivíduos (RABAHY, 2003). Dentro desta perspectiva, este impacto causado pela atividade turística em uma localidade pode se dar de diversas formas, tanto diretas como indiretas.

Também se avaliou a infraestrutura e facilidade de negócios como a disponibilidade de terminais de autoatendimento dos caixas eletrônicos, a quantidade de casas lotéricas, as práticas de benefícios fiscais aos novos investidores e a disponibilidade de linhas de crédito. Estas variáveis facilitam os negócios do turismo. Dentro deste contexto, foram avaliados a quantidade de empreendimentos ou eventos que possuem a característica de alavancar o turismo.

A variável infraestrutura de comunicação avalia a facilidade de comunicação, em todos os níveis – telefonia fixa pública, telefonia móvel privada, correios e disponibilidade de serviços de Internet banda larga. Percebe-se que a área turística apresenta grandes dificuldades nesta variável, com exceção da cidade de Curitiba. Importante ressaltar que esta análise avaliou apenas a existência dos meios de comunicação e seu efeito quantitativo nos municípios. É importante que se avalie a cobertura da telefonia móvel, principalmente naqueles municípios em que o turismo ocorre em área rural, além da disponibilidade dos serviços de Internet em áreas rurais para facilitar e proporcionar canais de comunicação nos equipamentos turísticos, como as pousadas rurais.

Um dos fatores propulsores da economia é a capacidade empresarial, outra dimensão avaliada neste componente. Como já salientado em item anterior, a atividade turística desenvolve-se mediante a prestação de serviços por parte de empresas formais. Estas empresas precisam apresentar uma capacidade adequada para prestar algum tipo de serviço aos turistas. Um dos itens mais importantes e preocupantes para a iniciativa privada do turismo é a qualificação profissional, que ainda é deficitária. Sabe-se que os investimentos nesta área são feitos em todos os níveis de governo – união, estados e municípios. Continua, porém, caracterizando-se como um limitante ao desenvolvimento e consolidação do Brasil como destino com padrão internacional. As baixas pontuações dos municípios refletem suas realidades, quando informam que não possuem programas ou ações de qualificação. Quando existem, como na cidade de Curitiba, se mostram insuficientes à demanda existente.

Uma das formas de se identificar determinado município como um bom local para investimentos, é analisar seu mercado empresarial. Caso esteja aquecido e com diversos

investimentos recentes, a tendência é de que seja um mercado em ascensão, sendo incentivada a inserção de outros novos empreendimentos e negócios. Isto pode ser percebido numa pesquisa anual realizada pela Revista Você S/A²¹, que identifica os melhores locais para se construir uma carreira, o que denota que o mercado empresarial também está aquecido. Nessa pesquisa, dentre os 25 municípios da área turística, três são apontadas no ranking de 100 melhores cidades – Curitiba em 10.º lugar; São José dos Pinhais em 79.º e Ponta Grossa em 84.º.

Vale ressaltar que de nada adiantarão esforços para atender todos os municípios da área turística se não houver um estudo preliminar sobre a demanda por estes serviços e produtos. Essa preocupação é importante quando se vive um período como o atual em relação à preparação para a Copa do Mundo da FIFA 2014, que será sediado no Brasil, quando se busca ampliar sua estrutura e atrair novos investimentos e aumentar aqueles já existentes. Conforme o Projeto Excelência em Turismo, do Ministério do Turismo (BRASIL, 2009), buscou-se conhecer a realidade de um país que já sediou tal evento – a Alemanha, para conhecer quais as oportunidades e ameaças presentes nesse empreendimento. Por fim, “este componente compreende o financiamento de estudos e aquisição de serviços para: implantação de tecnologias avançadas de informação e comunicação, criação de marcas para posicionamento de destinos, planos de marketing, estímulo à criação de plataformas público-privadas de promoção e comercialização e formulação e produção de materiais e eventos promocionais” (Regulamento Operacional do PRODETUR).

3.3 COMPONENTE 3 - FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Na análise do componente do Fortalecimento Institucional e, portanto, das políticas públicas, considerou-se o nível de envolvimento dos municípios com a atividade turística no que se refere à existência de estrutura de apoio oficial, a existência de cooperação financeira originária de órgãos estaduais e federais, e ainda o grau de cooperação entre entidades públicas e privadas.

Vale ressaltar que nas etapas posteriores à elaboração do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais do PRODETUR, será imprescindível a existência de estruturas municipais públicas de apoio ao turismo, principalmente no que tange à coordenação regional e à supervisão do cumprimento das estratégias e ações previstas neste documento. A existência e atuação desta estrutura é elemento fundamental para se determinar a capacidade de gestão de um município.

Dentro disso, cabe identificar a existência e real atuação dos Conselhos Municipais de Turismo, que retratam a participação da iniciativa privada, sociedade civil organizada, instituições de ensino e demais atores sociais nas decisões relativas ao desenvolvimento do turismo. Os conselhos são excelentes instrumentos para aumentar o poder da sociedade na tomada de decisões e identificação das prioridades de investimentos e ações, além de diminuir a dependência de gestões políticas, que geram mais dependência.

A seguir é apresentada a metodologia adotada para avaliar o componente fortalecimento institucional.

²¹ A revista VOCÊ S/A apresenta a oitava edição da pesquisa exclusiva: As 100 Melhores Cidades para Fazer Carreira, coordenada pelo professor Moisés Balassiano, da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro – FGV-RJ, esse levantamento avalia as cidades de acordo com três indicadores: educação, vigor econômico e serviços de saúde (edição 133, 2009).

Quadro 80 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente Fortalecimento Institucional

Componente	Dimensão	Indicadores / variáveis	Descrição da avaliação
Componente III Fortalecimento Institucional	Monitoramento	Pesquisas em Turismo	Considera-se um ponto para cada um dos seguintes itens: a - Pesquisa de demanda; b - Pesquisa de oferta; c - Sistema de estatísticas do turismo; d - Medição dos impactos da atividade turística; e - Setor específico de estudos e pesquisas
	Políticas públicas	Gestão municipal do turismo	Considera-se um ponto para cada um dos seguintes itens: a - Estrutura municipal; b - Conselho Municipal de Turismo; c - Fundo Municipal de Turismo; d - Participação na governança regional; e - Plano de Desenvolvimento de Turismo
	Cooperação regional	Nível de ações de Cooperação Regional	Considera-se um ponto para cada um dos seguintes itens: a - Governança; b - Projetos de cooperação regional; c - Planejamento turístico regional; d - Roteirização; e - Promoção e apoio à comercialização de forma integrada

Fonte: FAUEPG, 2010.

Além disso, as variáveis avaliadas neste componente referem-se ao grau de cooperação existente entre os municípios e o governo estadual e federal, respectivamente. As outras esferas de governo, muitas vezes com maior disponibilidade de recursos, também têm sua participação ativa nas decisões estratégicas e operacionais. Sendo assim, avaliou-se o nível de envolvimento dos municípios com as duas esferas de governo, sua existência e real aproveitamento, como a efetividade no repasse dos recursos e sua aplicação, além de ações articuladas pela Área Turística para a promoção e venda dos destinos turísticos.

O município deve possuir estratégias de desenvolvimento traçadas, de preferência documentadas, comumente denominado Plano de Desenvolvimento do Turismo Municipal. O processo de planejamento da atividade turística precisa ser integrado, mediante participação no planejamento de outras áreas de desenvolvimento do município, como por exemplo, no Plano Diretor. Tem-se este documento como um norteador para a política de desenvolvimento urbano da cidade, que deve conter abordagens específicas do turismo, identificando-o como mais uma atividade econômica indutora do desenvolvimento do município. Além disso, vale ressaltar a obrigatoriedade para elaboração do Plano Diretor quando se considera cidades integrantes de Área de Especial Interesse Turístico, como definido no Capítulo III, art. 41 do Estatuto da Cidade.

Esta dimensão avaliou as questões de superestrutura turística, uma das principais fragilidades da atividade turística nos municípios, na medida em que exige a vontade política para seu fortalecimento e reconhecimento.

Foi avaliado ainda o diálogo entre pastas da gestão pública, que se mostrou praticamente inexistente. Quando existe, não é suficiente para que haja uma real interdisciplinaridade entre as áreas existentes e prioritárias do município. Esta interação é maior quando o turismo está inserido em outras pastas, como caracterizado em grande parte dos municípios, estando dentro de secretarias como: indústria, comércio e turismo; desenvolvimento econômico; cultura; meio ambiente, entre outras denominações. Isto mostra uma contradição, pois na medida em que se busca uma maior autonomia da pasta de turismo, quando se atinge este objetivo, torna-se menor a atuação no conjunto.

Além disto, na análise desta variável constatou-se que há uma baixa atuação e participação dos Conselhos Municipais de Turismo. Alguns municípios apresentam situações distintas, inclusive a utilização ativa do Fundo Municipal de Turismo, como é o caso de Castro, Piraquara e Telêmaco Borba. Os demais municípios, em sua maioria, não possuem o fundo ou possuem somente a lei de criação deste. Esta situação mostra que a realidade ainda está longe do ideal, que é a atuação dos conselhos como entidades consultivas ou mesmo deliberativas, conforme a legislação e que as ações de turismo sejam realizadas mediante o uso de recursos advindos do fundo municipal de turismo.

Segundo o Ministério do Turismo, em seu Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil - Módulo Operacional 7: Roteirização Turística, o modelo de gestão descentralizada do turismo, implantado no País pelo MTur apoiado por seus colegiados parceiros, permite que cada Unidade Federada, região e município busque suas próprias alternativas de desenvolvimento, de acordo com suas realidades e especificidades. O que o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (BRASIL, 2007) propõe são diretrizes políticas e operacionais para orientar o processo do desenvolvimento turístico, com foco na regionalização.

Dentro deste contexto, para trabalhar os roteiros turísticos há uma premissa básica e anterior que são as alianças regionais e integradas entre municípios que compõem as regiões ou áreas turísticas. Nesse aspecto, a análise desta dimensão teve como objetivo avaliar qual o nível de envolvimento existente entre estes municípios e as ações já realizadas.

Foi avaliada a participação dos municípios em suas respectivas instâncias de governança legalmente constituídas e reconhecidas pelos governos federal e estadual. Uma característica da Área Turística trabalhada neste PDITS é abranger duas regiões turísticas do estado. Assim, vale uma ressalva quanto a situação de ambas as instâncias – Fórum Metropolitano de Turismo e Associação dos Municípios dos Campos Gerais – formadas basicamente por representantes do poder público, uma fragilidade ao processo de efetiva participação da sociedade na elaboração, monitoramento e, em alguns casos, na execução de políticas públicas. Para o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (ibidem) a definição de instância de governança regional é uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o programa em âmbito regional. Isto posto, a situação de descentralização das decisões fica pendente neste processo, exigindo uma avaliação.

Os projetos de cooperação regional tem como premissa a busca dos movimentos de integração e interação de diversos atores ligados à cadeia produtiva do turismo, com objetivo de promover sua união em torno de interesses comuns (BRASIL, 2009). Foram avaliadas a existência de grupos de cooperação regional, representatividade de seus participantes, ações e projetos já realizados e as parcerias e convênios entre os municípios participantes. Junto a isto, a variável seguinte também tratou de aspectos regionais, no que tange ao planejamento turístico. Verificou-se a elaboração efetiva de um planejamento regional, contemplando os municípios participantes e a execução de ações derivadas deste planejamento.

É importante que o sucesso das regiões turísticas não esteja vinculado, unicamente, às ações do poder público. Isto pode ser percebido mediante a participação ativa de algumas entidades e iniciativa privada, que por iniciativa e interesse na integração, estabelecem projetos de cooperação regional. Este é o caso da Agência de Desenvolvimento Turístico e

Cultural da Rota dos Tropeiros – ADRT²², que tem como objetivo estimular a demanda de produtos turísticos da Rota dos Tropeiros por meio de ações de marketing integrado, propostas e projetos que gerem recursos para o desenvolvimento sustentável dos municípios envolvidos.

Outra entidade participante nesta cooperação regional é o SEBRAE-PR, que possui projetos individuais nos municípios, com objetivo de auxiliar os empresários de turismo a consolidar seus negócios e, conseqüentemente, o destino. Sua ação mais significativa é o apoio à formação do Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba que tem como objetivo a comercialização dos pacotes e roteiros turísticos da região, integrando os municípios e seus produtos, possibilitando a formatação de roteiros integrados.

É importante salientar que se não houver ações de promoção e comercialização dos roteiros turísticos dos municípios ou região, o sucesso destes roteiros fica comprometido. Durante a elaboração deste PDITS ficou evidente a necessidade de ações de fortalecimento dos integrantes dos roteiros, bem como a sensibilização de todos para o trabalho integrado e conjunto. Alguns roteiros se apresentaram totalmente desarticulados, não existindo cooperação entre as empresas turísticas.

Dentro do mesmo contexto e por meio do monitoramento é possível acompanhar os resultados quantitativos e qualitativos da atividade turística e assim, se utilizar dessas informações para planejar e elaborar as ações futuras de melhoria e mitigação. Para alcançar estes resultados, é importante que se definam os indicadores de desempenho para cada ação do turismo, sendo que, nesse estudo, essa dimensão é tratada como relevante para a hierarquização dos municípios.

Através de pesquisas de demanda é possível verificar os dados estatísticos existentes na localidade, se são utilizados para definir as ações futuras que permitirão melhores condições para o turismo, em suma, se existe vínculo entre os resultados obtidos e seu uso como subsídio para determinação de novas políticas públicas. Atualmente, percebe-se um grande incentivo e produção, por parte do governo federal, de pesquisas em turismo no Brasil, criando uma grande base de dados disponíveis aos demais atores de turismo. Por outro lado, fica evidente a carência destes dados para os estados e municípios, que ficam sem subsídios para uma política pública adequada às suas realidades.

A realidade do Estado do Paraná é diferente de muitos estados que não possuem pesquisas relativas ao turismo. A SETU possui o Departamento de Estatísticas que elabora pesquisas de demanda de determinados municípios e conta com o apoio do IPARDES, que elaborou a pesquisa da Cadeia Produtiva do Turismo. As informações disponíveis ainda se mostram insuficientes, pois há um entrave grande na questão de regularidade de realização destas ações, o que prejudica a manutenção de uma série histórica de informações sobre o turismo. Essa realidade é ainda mais comprometida quando se analisam os municípios, que em grande parte, não possuem dados estatísticos sobre a atividade turística em seu território.

A medição dos impactos da atividade turística é outra variável importante a ser analisada, por ser uma forma de garantir que a atividade aconteça de forma sustentável. Por meio destas é possível compreender a real participação da atividade turística na economia da

²² Criada em 2007, a Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros – ADRT é uma Organização da Sociedade Civil – OSCIP de Interesse Público, formada por empresários turísticos de 16 municípios, os quais têm em sua história a influência do Tropeirismo. Diante dessa característica, optou-se em reunir estes municípios com o intuito de formatar um produto competitivo no mercado turístico regional, estadual, nacional e internacional, fornecendo a herança tropeira como um diferencial. FONTE: Disponível em <rotadostropeiros.com.br>.

cidade. Além disso, pode-se medir outros impactos como o social e ambiental, através de estudos de capacidade de carga de um atrativo, onde existirá um controle de visitantes que minimizará seu impacto ao meio ambiente. O município que apresenta este controle, deixa explícita sua preocupação com a área ambiental e a sustentabilidade da atividade.

A variável referente a um setor específico de estudos e pesquisas também é importante para analisar qual órgão ou entidade é responsável pelas pesquisas turísticas. Vale ressaltar que as pesquisas de turismo não precisam ser oriundas exclusivamente do poder público, as empresas e entidades também podem realizá-las em seus segmentos e ter o aproveitamento de seus resultados por outros atores de turismo. Neste momento, para que se fomente esta ação de cooperação público-privado, é importante que haja pertinência e publicidade dos resultados.

Na análise da pesquisa de oferta constatou-se que alguns municípios como Telêmaco Borba e Tibagi realizam o Inventário Turístico e o Cadastro de equipamentos turísticos e utilizam esses dados para a elaboração de ações de marketing, planejamento e comercialização. É importante salientar que este Componente trata de elementos fundamentais para a consolidação do turismo.

As ações desse componente fortalecerão as instituições turísticas através de mecanismos de gestão e coordenação federal, estadual e municipal.

3.4 COMPONENTE 4 - INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS BÁSICOS

Para que haja a atividade turística em um município, não é suficiente que este possua atrativos ou equipamentos turísticos. É importante a existência de infraestrutura geral, como a capacidade de atendimento médico, fornecimento de energia para os diversos equipamentos e atrativos turísticos, serviço de proteção ao turista, permitindo uma real segurança aos mesmos; e a estrutura urbana e a situação do saneamento básico.

Obviamente que grande parte destes itens não é ofertada exclusivamente aos turistas, mas essencialmente aos residentes. No entanto, caso esta infraestrutura exista e seja suficiente, conseqüentemente será usufruída por seus visitantes. É importante salientar que os municípios precisam adaptar sua infraestrutura geral para um possível aumento da demanda.

"Assume-se que quanto maior e mais diversificada a infraestrutura local, maior será a capacidade de atração de pessoas que se dirigem à localidade" (ibidem), o que denota a significância desta dimensão quando se analisa se o destino (município) é competitivo frente aos demais destinos concorrentes.

Além disso, é importante que haja estudos atuais da quantidade de fluxos de turistas e projeções desses fluxos para um futuro próximo, para que o poder público e iniciativa privada possam prever o aumento e melhora gradativa da infraestrutura, permitindo que haja sempre o acompanhamento do crescimento da cidade com o crescimento do turismo na localidade.

O Quadro a seguir detalha a metodologia empregada para a análise do componente infraestrutura e serviços básicos nas dimensões infraestrutura geral e acesso.

Quadro 81 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise do Componente – Infraestrutura e Serviços Básicos.

Componente	Dimensão	Indicadores / variáveis	Descrição da avaliação
Componente IV Infraestrutura e Serviços Básicos	Infraestrutura geral	Fornecimento de Energia	Em relação à capacidade de atendimento: (5) 100% a 81%; (4) 80% a 61%; (3) 60% a 41%; (2) 40% a 21%; (1) 20% a 1%; (0) menos de 1%
		Abastecimento de Água	Em relação à capacidade de atendimento, um ponto para cada um dos seguintes itens com grau satisfatório: a - Distribuição de água no município; b - Abrangência de atendimento à população; c - Abrangência de atendimento aos equipamentos turísticos; d - Existência de reservatório ou manancial de água no território; e - Estrutura para tratamento e reutilização de água.
		Coleta e Tratamento de Esgoto	Em relação à capacidade de atendimento: (5) 100% a 81%; (4) 80% a 61%; (3) 60% a 41%; (2) 40% a 21%; (1) 20% a 1%; (0) menos de 1%
		Coleta e Tratamento de Resíduos Sólidos	Em relação à capacidade de atendimento, um ponto para cada um dos seguintes itens com grau satisfatório: a - coleta domiciliar; b - limpeza pública nas áreas turísticas; c - coleta seletiva de resíduos; d - campanha educativa sobre a destinação dos resíduos; e - Capacidade operacional dos depósitos de resíduos.
		Serviços de Saúde	Em relação à capacidade de atendimento, um ponto para os seguintes itens: a - atendimento médico; b - serviço médico 24h; c - serviço de resgate; d - plano de saúde público; e - plano de saúde privado.
	Acesso	Acesso Aéreo	Em relação à distância em relação ao terminal de passageiros com voos comerciais: (5) 0km à 30km; (4) 31km à 60km; (3) 61km à 90km; (2) 91km à 120km; (1) 121km à 150km; (0) acima de 151km.
		Terminais Rodoviários de Passageiros	Em relação à capacidade de atendimento, um ponto para cada um dos seguintes itens com grau satisfatório: a - Abrangência das linhas rodoviárias; b - Disponibilidade de transporte público que interligam o terminal ao centro do destino; c - Lojas, Restaurantes e Lanchonetes; d - Serviços de táxi; e - Facilidades para portadores de necessidades especiais.
		Sinalização Rodoviária	Em relação à capacidade instalada no município, um ponto para cada um dos seguintes itens com grau satisfatório: a - Existência de sinalização turística no destino; b - Adequação aos padrões do Ministério do Turismo; c - Estado de conservação das placas; d - Utilização de idioma estrangeiro; e - Existência de sinalização informativa nos atrativos turísticos.

Fonte: FAUEPG, 2010.

Na variável referente ao fornecimento de energia, analisou-se o percentual de residências, comércios, serviços e indústrias atendidos. Além disso, analisou-se também a capacidade de geração de energia e sua rede de distribuição, bem como o consumo atual.

Em relação ao acesso considerou-se o sistema de transporte como um todo – os meios de transporte disponíveis, em todos os seus modais, bem como serviços e estruturas agregados: centros de atendimento ao turista, sinalização turística e viária, serviços de táxi, sanitários, entre outros.

Nessa análise foram ainda consideradas as variáveis relacionadas aos tipos de acessos existentes, como o aéreo, bem como os terminais de passageiros e sua proximidade com os grandes centros emissores de turistas.

Tratando-se dos terminais aéreos considerou-se para a Área Turística, apenas o Aeroporto Internacional Afonso Pena em São José dos Pinhais, pois, como já mencionado na análise da infraestrutura e serviços básicos é o único com voos regulares utilizado comercialmente para o turismo. Alguns municípios informaram sediar aeroportos com pistas homologadas porém sem voos comerciais, que poderão vir a ser utilizados para voos charters ou até mesmo como alternativas de resgate médico.

Conforme apresentado na Análise da Infraestrutura Básica e dos Serviços Gerais, percebe-se a existência de uma rede integrada de ônibus que atende grande parte dos municípios da Rotas do Pinhão, assim como uma linha de transporte intermunicipal que atende aos municípios da região dos Campos Gerais

Quanto ao sistema de transporte urbano foi analisado o nível de congestionamento do trânsito, localização de vagas para estacionamento, natureza dos estacionamentos, serviços de ônibus de linha que circulam pelos atrativos, serviços de ônibus de turismo e disponibilidade de serviços de táxi nas cidades.

Em resumo, conforme o Regulamento Operacional do PRODETUR Nacional: “este componente integrará todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infraestrutura de acesso e transporte e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança.”

3.5 COMPONENTE 5 - GESTÃO AMBIENTAL

A dimensão dos aspectos ambientais é relevante neste estudo por apresentar as características ambientais e seu uso turístico em cada município. Para o uso sustentável do turismo é necessária estrutura e legislação municipal de meio ambiente com a função de estabelecer políticas públicas para resguardar o uso destes recursos naturais e um correto aproveitamento turístico. No Estado do Paraná existem legislações que tratam da proteção das unidades de conservação, das áreas verdes, dos mananciais e do uso e ocupação do solo, um arcabouço legal que restringe e protege este patrimônio natural, conforme item referente à Legislação e Gestão Ambiental Pública.

A variável que trata das Unidades de Conservação no território municipal trata das áreas protegidas por leis e decretos que possuem uso turístico. É importante que estas Unidades de Conservação se utilizem dos instrumentos legais, planos de manejo e conselhos gestores, para que seu uso turístico se dê de forma sustentável.

Ressalta-se que ações em Unidades de Conservação não são de responsabilidade exclusiva do município, dependendo de iniciativas do IAP, órgão ambiental do estado e do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBIO, do governo federal.

O Quadro a seguir detalha a metodologia adotada na análise da gestão ambiental nas dimensões dos aspectos ambientais e culturais.

Quadro 82 - Detalhamento da Metodologia adotada na Análise da Gestão Ambiental

Componente	Dimensão	Indicadores / variáveis	Descrição da avaliação
Componente V Gestão Ambiental	Aspectos ambientais	Unidades de Conservação	Média obtida na avaliação das Unidades de Conservação.
	Aspectos culturais	Patrimônio Cultural Existente	Considera-se um ponto para cada um dos seguintes itens: a - Patrimônio imaterial; b - Patrimônio artístico; c – Patrimônio arqueológico; d - Patrimônio histórico; e - Uso turístico.

Fonte: FAUEPG, 2010.

3.6 RESULTADOS FINAIS DA HIERARQUIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS

A Tabela 22 apresenta o desempenho individual dos municípios, identificando suas fragilidades e potencialidades, considerando os componentes: estratégia do produto turístico, estratégia de comercialização, fortalecimento institucional, infraestrutura e serviços básicos e gestão ambiental. Possibilita a comparação dos diferentes aspectos do turismo em cada município e sua hierarquização.

Tabela 22 – Pontuação final da Hierarquização dos Municípios da Área Turística

MUNICÍPIOS	SOMA	Componente I – Estratégia de Produto Turístico				Componente II – Estratégia de Comercialização				Componente III – Fortalecimento Institucional			Componente IV – Infraestrutura e Serviços Básicos							Componente V – Gestão Ambiental			
		Atrativos turísticos			Serviços e equipamentos turísticos	Capacidade empresarial	Marketing e promoção do destino	Economia local	Monitoramento	Políticas públicas	Cooperação regional	Infraestrutura geral				Acesso			Aspectos ambientais	Aspectos culturais			
		Caracterização Regional	Atratividade (plano cores)	Roteiros Turísticos	Hierarquização dos Atrativos	Equipamentos de Hospedagem	Capacidade de qualificação	Presença de grupos nacionais ou internacionais no setor de turismo	Material Promocional	Dinâmica da economia local	Pesquisas em Turismo	Gestão municipal do turismo	Grau de Cooperação regional	Fornecimento de Energia	Abastecimento de Água	Coleta e Tratamento de Esgoto	Coleta e Tratamento de Resíduos Sólidos	Serviços de Saúde	Acesso Aéreo	Terminais Rodoviários de Passageiros	Sinalização Rodoviária	Unidades de Conservação	Patrimônio Cultural Existente
Almirante Tamandaré	40,3	1,0	1,0	3,0	-	-	1,0	2,0	4,0	-	2,0	3,0	-	3,0	1,0	2,0	4,0	4,0	5,0	1,0	2,3	1,0	
Arapoti	48,0	1,0	1,0	2,0	-	1,0	2,0	1,0	1,0	4,0	2,0	2,0	5,0	4,0	2,0	5,0	5,0	-	5,0	2,0	1,0	2,0	
Araucária	75,9	3,0	1,9	4,0	1,0	2,0	3,0	2,0	4,0	5,0	4,0	3,0	3,0	4,0	2,0	5,0	5,0	4,0	5,0	4,0	2,0	4,0	
Balsa Nova	51,3	3,0	2,3	1,0	2,0	2,0	2,0	1,0	2,0	4,0	1,0	2,0	3,0	-	2,0	2,0	4,0	4,0	3,0	1,0	4,0	2,0	4,0
Campina Grande do Sul	55,3	1,0	2,3	-	1,0	1,0	2,0	1,0	2,0	4,0	1,0	2,0	3,0	-	4,0	5,0	5,0	5,0	4,0	5,0	3,0	2,0	2,0
Campo Largo	77,4	3,0	2,4	5,0	5,0	3,0	3,0	3,0	4,0	5,0	1,0	3,0	4,0	5,0	4,0	2,0	5,0	5,0	4,0	4,0	2,0	-	5,0
Campo Magro	47,3	1,0	1,3	5,0	1,0	-	1,0	1,0	3,0	4,0	-	3,0	3,0	1,0	-	4,0	3,0	4,0	4,0	3,0	-	2,0	
Carambeí	72,8	3,0	1,8	5,0	4,0	3,0	1,0	1,0	4,0	5,0	1,0	4,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	-	5,0	2,0	-	4,0	
Castro	86,1	3,0	2,9	5,0	9,0	2,0	4,0	1,0	4,0	5,0	1,0	5,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	-	5,0	4,0	2,2	4,0	
Cerro Azul	40,5	3,0	1,5	-	-	-	1,0	-	5,0	1,0	4,0	3,0	-	1,0	1,0	3,0	4,0	1,0	4,0	-	4,0	4,0	
Colombo	59,7	3,0	1,7	3,0	1,0	1,0	3,0	1,0	4,0	5,0	-	3,0	2,0	5,0	4,0	2,0	3,0	5,0	4,0	2,0	-	3,0	
Curitiba	114,0	5,0	4,5	5,0	15,0	4,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	2,5	5,0	
Jaguariaíva	55,4	3,0	2,7	3,0	1,0	2,0	3,0	1,0	2,0	4,0	1,0	3,0	2,0	3,0	5,0	1,0	4,0	5,0	-	4,0	1,0	1,7	3,0
Lapa	77,5	3,0	3,5	5,0	4,0	2,0	3,0	1,0	3,0	5,0	1,0	5,0	5,0	5,0	5,0	3,0	5,0	3,0	5,0	1,0	4,0	5,0	
Palmeira	62,0	3,0	2,0	4,0	-	3,0	2,0	1,0	1,0	4,0	-	4,0	4,0	3,0	5,0	5,0	4,0	5,0	2,0	4,0	1,0	1,0	4,0
Pinhais	78,1	2,0	2,1	4,0	2,0	3,0	4,0	4,0	4,0	5,0	1,0	4,0	5,0	5,0	4,0	3,0	5,0	5,0	5,0	3,0	-	3,0	
Pirai do Sul	69,9	3,0	1,9	3,0	3,0	1,0	2,0	1,0	2,0	5,0	1,0	5,0	5,0	3,0	5,0	4,0	5,0	-	5,0	4,0	3,0	4,0	
Piraquara	66,1	1,0	3,1	5,0	1,0	-	-	-	4,0	4,0	-	3,0	5,0	5,0	4,0	2,0	5,0	5,0	4,0	3,0	4,0	3,0	
Ponta Grossa	95,1	4,0	4,1	5,0	11,0	2,0	5,0	5,0	4,0	5,0	1,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	5,0	1,0	5,0	3,0	2,0	5,0	
Quatro Barras	83,6	3,0	3,1	5,0	9,0	2,0	2,0	2,0	4,0	4,0	-	5,0	5,0	4,0	5,0	4,0	5,0	4,0	5,0	2,0	2,5	4,0	
Rio Negro	65,6	3,0	2,6	5,0	2,0	-	3,0	1,0	2,0	4,0	-	3,0	5,0	-	5,0	3,0	5,0	5,0	2,0	5,0	4,0	2,0	4,0
São José dos Pinhais	88,5	4,0	2,5	5,0	4,0	2,0	4,0	5,0	4,0	5,0	3,0	5,0	4,0	5,0	3,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,0	-	4,0	
Sengés	42,2	2,0	1,2	3,0	-	5,0	-	-	1,0	4,0	2,0	1,0	3,0	-	4,0	3,0	1,0	5,0	-	3,0	3,0	-	1,0
Telêmaco Borba	78,9	3,0	2,9	5,0	3,0	2,0	4,0	2,0	2,0	5,0	2,0	5,0	5,0	5,0	4,0	5,0	5,0	-	5,0	4,0	2,0	3,0	
Tibagi	74,3	1,0	3,6	5,0	6,0	2,0	2,0	1,0	3,0	4,0	3,0	4,0	5,0	2,0	5,0	4,0	5,0	-	4,0	4,0	1,7	5,0	
SOMA	68,2	65,0	59,9	95,0	85,0	45,0	61,0	42,0	70,0	113,0	30,0	85,0	101,0	80,0	105,0	77,0	104,0	118,0	61,0	110,0	69,0	41,9	88,0

Fonte: FAUEPG, 2010.

Tabela 23 - Pontuação final da Hierarquização Turística PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais

N.	Municípios	Pontuação
	Curitiba	114,0
	Ponta Grossa	95,1
	São José dos Pinhais	88,5
	Castro	86,1
	Quatro Barras	83,6
	Telêmaco Borba	78,9
	Pinhais	78,1
	Lapa	77,5
	Campo Largo	77,4
	Araucária	75,9
	Tibagi	74,3
	Carambeí	72,8
	Piraí do Sul	69,9
	Piraquara	66,1
	Rio Negro	65,6
	Palmeira	62,0
	Colombo	59,7
	Jaguariaíva	55,4
	Campina Grande do Sul	55,3
	Balsa Nova	51,3
	Arapoti	48,0
	Campo Magro	47,3
	Sengés	42,2
	Cerro Azul	40,5
	Almirante Tamandaré	40,3
	Média	68,2

Fonte: FAUEPG, 2010.

Nota: Pontuação Máxima 120,0.

A análise de hierarquização dos municípios da Área Turística apresenta o cenário atual da área trabalhada. A diferença percebida para a cidade de Curitiba aponta sua distinta capacidade de competir no mercado regional e nacional, apresentando diferenciais como sua grande oferta de equipamentos e serviços voltados para sua vocação turística principal – turismo de negócios e eventos e por isso deve ser considerada como um importante apoio ao desenvolvimento da Área Turística.

Com a análise dos resultados fica clara a possibilidade de se dividir os municípios em grupos distintos – aqueles que são indutores do turismo na região; os que conseguem se beneficiar dos fluxos turísticos regionais, atraindo parte dos turistas para seus atrativos e usufruírem de sua atividade turística como um todo; e aqueles que ainda não atingiram o nível ideal de aproveitamento, de modo que os turistas já presentes na Área Turística não reconheçam a notoriedade dos seus atrativos.

Portanto como estratégia de priorização, sugere-se que se invistam os recursos do PRODETUR naqueles municípios que alcançaram pontuação superior a 68,2 pontos. Além disso, outros municípios podem receber ações específicas para estruturação, de modo a complementar a oferta atual, no cumprimento dos objetivos do PDITS. A partir do aumento da atratividade destes municípios, se dará uma sinergia no conjunto de atrativos da Área Turística, oportunizando o estabelecimento de estratégias para fortalecer os atrativos destacados, dar maior visibilidade e notoriedade ao mercado turístico e potencializar os efeitos positivos dos investimentos realizados.

Desta forma, definiu-se em conjunto com os representantes dos municípios, nas oficinas e encontros técnicos realizados, a priorização dos municípios nos quais se localizam os atrativos destacados e aqueles melhor pontuados na hierarquização dos municípios. Estes municípios irão compor o Polo Turístico, que servirá como definição territorial dos investimentos que serão realizados a partir do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Os municípios que formarão o Polo Turístico tiveram pontuação superior a média (68,2), permanecendo a partir desta delimitação, os treze municípios para a definição de estratégias e investimentos.

A definição adotada para o Polo Turístico é o conjunto dos treze municípios que possuem condições geográficas e culturais com atrativos destacados e infraestruturas adequadas ao desenvolvimento de atividades turísticas e associadas, e que por tais características formam o núcleo de investimentos do PRODETUR desta Área Turística.

Na formação do Polo Turístico percebe-se a concentração dos elementos turísticos que confirmam o potencial dos municípios por meio de uma combinação coerente de atrativos, equipamentos e serviços que estão agrupados de forma a cumprir os objetivos propostos pelo PDITS. Confirmando esta percepção, ressalva-se que 77% dos equipamentos de hospedagem; 75% das empresas de ônibus intermunicipais; 95% dos restaurantes e outros serviços de alimentação; 97% das agências de viagens e turismo e 67% dos atrativos encontram-se no Polo Turístico.

Dessa forma o diagnóstico realizado apresentou dois segmentos-meta fundamentais que são o turismo cultural e o ecoturismo, com clara notoriedade das Unidades de Conservação e do patrimônio arquitetônico.

No entanto, o Polo Turístico deve avançar na estruturação destas Unidades de Conservação e na criação de corredores turísticos rodoviários, melhorando a infraestrutura de maneira geral, para que se oportunize o incremento do consumo dos produtos turísticos que poderão ser fomentados a partir desta estruturação.

Além desse aspecto, a qualificação profissional da iniciativa privada e a melhoria da qualificação técnica dos gestores públicos são avanços imprescindíveis para a consolidação do Polo Turístico.

a) importância dos atrativos turísticos

Os atrativos turísticos do Polo Turístico apresentam grande singularidade e merecem ser estruturados e promovidos levando-se em consideração esses diferenciais. São exemplos deste patrimônio turístico as Unidades de Conservação: Parque Estadual de Vila Velha com seus arenitos e formações rochosas e o Parque Estadual do Guartelá que guarda um dos maiores cânions do mundo e uma vegetação exuberante em seu entorno.

O patrimônio arquitetônico da Lapa e Castro e o planejamento urbano de Curitiba colaboram fundamentalmente para a construção de produtos únicos e diferenciados que formam um acervo turístico inestimável.

Com relação às questões climáticas, todos os atrativos podem ser visitados o ano todo e contribuem para a diminuição da sazonalidade tão evidente em áreas litorâneas sul-brasileiras. Evidentemente, esta avaliação não se aplica a eventos que acontecem uma vez ao ano, como é o caso da Feira da Louça e Munchenfest.

b) acessibilidade e conectividade

O acesso ao Polo Turístico é facilitado pela existência do Aeroporto Internacional Afonso Pena, que no entanto funciona no limite de sua capacidade operacional.

O acesso rodoviário ao Polo é facilitado por importantes rodovias, destacando-se as BR 277, BR 376, BR 116 e a PR 340, que apresentam pontos críticos de congestionamento, lentidão e ocorrência de acidentes em diferentes pontos (Campo Largo, Balsa Nova e São José dos Pinhais).

O transporte coletivo intermunicipal oferece quantidade suficiente de opções de circulação pelo Polo, porém esta oferta não é facilitada ao turista por meio da integração dos modais e da disponibilização de tais informações de forma eficiente e ágil na chegada do turista.

c) nível de uso atual ou potencial

Com base nas variáveis do estudo de hierarquização que dimensionam os atrativos turísticos, procurou-se atentar para as questões relativas a capacidade destes de suportar aumentos de pressão turística, uma vez que já recebem a maior parte do fluxo atual ou fornecem serviços de apoio essenciais à atividade.

Vale lembrar que de acordo com o Diagnóstico, os dois principais segmentos a serem focados na Área Turística são o ecoturismo e turismo cultural. Desta forma, tem-se a preocupação com a questão da sustentabilidade dos atrativos a serem utilizados. Nesta perspectiva, torna-se imprescindível a adoção de mecanismos e instrumentos capazes de propiciar o seu uso sustentável, como estudos de capacidade de carga, qualificação profissional específica, definição de normas de uso, entre outras ações.

De acordo com o Quadro 13 apresentado no Diagnóstico, referente às Unidades de Conservação – UCs, tem-se que a grande maioria delas não conta com Plano de Manejo instituído. Deve-se priorizar a elaboração de Planos de Manejo bem como garantir a qualidade daquelas UCs que já dispõem de Planos instituídos, como o Parque Estadual de Vila Velha e a Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN de Itaytyba, as quais dispõem de condições favoráveis de infraestrutura e atendimento.

Pode-se afirmar que o uso atual das UCs, que contam com fluxo de visitantes como Parque Estadual de Vila Velha, conforme diagnosticado através de seus indicadores de visitação e os estudos de capacidade de carga, está abaixo do permitido, portanto melhorias não afetarão o uso potencial que inclusive poderá vir a aumentar, necessitando uma revisão dos Planos de Manejo. As melhorias prioritárias são nas estruturas para visitação, adequações na acessibilidade, e disponibilização de ferramentas adequadas à iniciativa privada e aos municípios na promoção turística.

Torna-se, portanto necessário que se estabeleçam políticas públicas afim de resguardar o uso destes recursos naturais e um correto aproveitamento turístico. Os municípios que dispõem de UCs e podem utilizá-las como atrativos, posicionam-se melhor na hierarquização.

Assim como os atrativos naturais, o patrimônio cultural também é subutilizado para a atividade turística, verificando-se pouca oferta de produtos e sua baixa integração em termos de conectividade temática. É importante lembrar que o Paraná apresenta uma legislação consistente que garante a preservação do seu patrimônio, tendo na atividade turística condições de criar mecanismos de valorização desse patrimônio por meio de políticas de incentivo ao uso. Na esfera municipal a atuação existe, porém de forma incipiente, devendo ser estimulada com o envolvimento das comunidades na identificação e proteção de seus bens patrimoniais, a fim de evitar a perda de identidade e a banalização e padronização das culturas autóctones. Um exemplo é o tropeirismo que, aos poucos, perde sua identidade original para as inserções contemporâneas do turismo rural.

Cerca de 80% do patrimônio histórico localiza-se entre a Região Metropolitana de Curitiba e a região do tropeirismo, que confere ao Estado características peculiares. Destaque aos municípios que fazem parte do Caminho das Tropas, do ciclo ervateiro e aqueles que guardam características da colonização europeia como Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Ponta Grossa e Tibagi.

d) condições físicas e serviços básicos

Os serviços básicos de infraestrutura são satisfatórios em alguns municípios. Na maioria deles, contudo, há baixo índice de tratamento de esgoto.

Quanto à drenagem, alguns municípios apresentam problemas comuns associados à drenagem pluvial, devido às características da própria hidrologia regional. Áreas urbanas edificadas são inundadas com maior ou menor frequência.

No que diz respeito à segurança, verifica-se que alguns municípios aparecem como os mais violentos do país e, sendo a violência urbana uma crescente preocupação que se reflete na escolha dos destinos, percebe-se a carência de ações que busquem minimizar ou melhorar as condições de segurança destes municípios.

e) quadro institucional e aspectos legais

A maioria dos municípios possui alguma instância administrativa formal responsável pelo turismo, seja uma secretaria ou uma diretoria específica. A dinamização do turismo dependerá certamente do fortalecimento institucional dentro de cada município, e uma coordenação regional do PDITS. É necessário que estas instâncias sejam qualificadas para um melhor desempenho de suas funções.

O Polo Turístico conta com duas instâncias de governança regionais, sendo elas a AMCG e o Fórum Metropolitano de Turismo de Curitiba e Região Metropolitana. Existe contudo, fraca interlocução entre as mesmas além da composição não ser paritária quanto à participação do poder público e da iniciativa privada.

Grande parte dos Planos Diretores municipais fazem menção ao turismo. Para que as diretrizes sejam transformadas em ações, é necessário uma ampla cooperação institucional dentro da própria estrutura da prefeitura municipal.

Em âmbito estadual ações como a Política Estadual do Turismo são amplamente difundidas; as políticas públicas, todavia, devem ter continuidade municipal através de ações como a criação dos Conselhos Municipais de Turismo. Poucos municípios tem Conselhos atuantes, bem como um número bastante reduzido dispõe do Fundo Municipal de Turismo, que deve operar na captação de recursos e ações destinadas à atividade. Percebe-se também pouca transparência dos mecanismos de fomento e incentivo ao turismo, para a atração de novos investimentos, novos empreendimentos ou ampliação dos existentes, e baixa participação do turismo no orçamento municipal.

Outro entrave para a Área é a estrutura de monitoramento da atividade turística, bastante deficitária, com poucas pesquisas de demanda e oferta, sem uma medição dos impactos da atividade turística, fator fundamental para o acompanhamento do seu desenvolvimento.

Percebe-se a necessidade de apoio ao fortalecimento das instâncias de governança locais e da capacitação dos gestores públicos e de empresários e representantes de classe sobre a importância de se estabelecer estratégias competitivas para melhorar o posicionamento do Polo Turístico frente a seus concorrentes.

3.7 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

O Polo Turístico possui uma diversidade de atrativos relacionados aos dois principais segmentos-meta, distribuídos de forma homogênea entre os municípios priorizados. Há uma proximidade geográfica entre os atrativos que favorece o fomento à circulação entre eles

utilizando o modal rodoviário. Curitiba é o maior portão de entrada e o Aeroporto Internacional Afonso Pena o único portão de entrada aéreo.

Dada a proximidade dos atrativos de maior relevância, conforme o estudo da hierarquização turística, os dois segmentos mais desenvolvidos são o ecoturismo e o turismo cultural, apresentando homogeneidade de seus atrativos e produtos turísticos dentro dos dois segmentos-meta.

Há um grande potencial para ampliar a complementaridade das atividades turísticas, desde que sejam criados e fortalecidos roteiros integrados que considerem atrativos importantes ao longo de um eixo que conta com unidade histórica e patrimonial.

Para a gestão institucional do Polo Turístico, está em processo de formação um grupo responsável pela gestão e articulação institucional, fortalecendo a sua imagem e posicionamento frente ao mercado turístico. Esta ação é um desafio à integração entre as duas instâncias de governança das regiões turísticas e o Governo do Estado por meio de seu Conselho Estadual de Turismo.

Este Conselho que será formado para o Polo terá importante papel na busca de soluções e de apoio aos municípios que ainda não apresentam as condições ideais de desenvolvimento turístico. Algumas áreas com maior nível de dificuldade merecem maior empenho na busca por sua estruturação e outras, espera-se, ingressarão naturalmente no Polo quando de seu crescimento turístico.

O Polo Litoral Paranaense deve se agregar ao Polo Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, dado o alto grau de interação entre seus produtos turísticos: trem turístico e a Estrada da Graciosa, uma vez que o visitante não percebe a diferença durante o consumo turístico entre a região metropolitana de Curitiba e o litoral do Paraná, que formam uma grande zona turística.

4 ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

As prioridades de desenvolvimento da atividade turística para o Polo Turístico foram definidas de forma a estabelecer as grandes linhas de ação, necessárias para o alcance dos objetivos durante o período de vigência deste PDITS. As estratégias determinaram as prioridades de desenvolvimento da atividade turística, considerando os cinco componentes sugeridos pelo ROP do BID. As estratégias foram então distribuídas entre os componentes, de forma a permitir uma visualização coerente e sistematizada.

O desenvolvimento proposto a partir do alinhamento dos objetivos, se dará através da estruturação do destino turístico por meio de investimentos em infraestrutura, qualificação de serviços e equipamentos e marketing turístico.

Os fatores que facilitam o desenvolvimento do turismo nos municípios são:

- a) políticas públicas sérias que possam viabilizar a articulação com os municípios da região na consolidação do destino;
- b) a valorização e estruturação dos atrativos turísticos e as parcerias com a iniciativa privada; e
- c) forte atuação e competência empresarial que transforme os atrativos em produtos comercializáveis em mercados estratégicos.

As intervenções a serem realizadas no âmbito do PRODETUR servirão de apoio aos investimentos públicos já programados para os municípios do Polo Turístico, a partir dos programas públicos e ainda as obras e investimentos previstos para a Copa do Mundo FIFA 2014. Para tanto, tais investimentos devem alinhar-se às tendências dos investimentos privados, para que se otimizem e maximizem os resultados advindos de todo montante de investimentos. Para isso, é essencial o diálogo entre as partes interessadas e, principalmente, uma mesma visão de desenvolvimento e consolidação do Polo Turístico.

Para a determinação das estratégias deve-se considerar os âmbitos de atuação.

- a. Posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação.
- b. Produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do *portfólio* estratégico de produtos/segmentos de demanda-meta.
- c. Valorização e a exploração dos atrativos turísticos principais.
- d. Geração de mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos.
- e. Infraestruturas e os serviços básicos requeridos.
- f. Quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e no fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente em nível local.
- g. Diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais do Polo Turístico durante o desenvolvimento da atividade turística.

Deve haver um alinhamento das estratégias do PDITS no Polo Turístico junto à iniciativa privada, motivando o direcionamento e estratégias empresariais em conjunto com os esforços realizados pelo PRODETUR e contribuindo para a melhoria da oferta turística.

No fichamento das estratégias e posteriormente das ações, são apresentadas informações para sua definição, implantação e manutenção, e as ações estão agrupadas nos cinco componentes do PRODETUR Nacional.

Quadro 83 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 1

Componente I - Produto Turístico	
SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sinalização turística insuficiente nas rodovias da Área Turística. 2. Sistema de informações turísticas (postos de informação, guias turísticos, <i>sítes</i> de turismo) ineficazes, com estruturas e mão de obra deficientes. 3. Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos existentes. 4. Baixa qualificação e articulação empresarial para formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. 5. Deficiências de investimento na capacitação no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal. 6. Concentração do turismo na cidade de Curitiba, com pouca articulação entre atrativos e roteiros de outros municípios da Área Turística. 7. Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos 8. Não existe um processo facilitado de acesso a linhas de financiamento e de crédito adequadas e em condições competitivas para as empresas. 9. Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. 10. Grande parte dos produtos turísticos da Área Turística encontram-se em áreas não-urbanas, relacionados ao turismo rural, de aventura e ecoturismo, sem adequada estrutura de atendimento aos turistas. 11. Falta de linha condutora que consolide os bens patrimoniais como integrantes de um conjunto. 12. Baixa consideração das legislações urbanísticas municipais com respeito ao entorno dos bens patrimoniais levando em muitos casos a uma descaracterização dos mesmos e contribuindo negativamente para o conceito de autenticidade tão importante para o turismo. 13. Desinteresse geral dos agentes envolvidos sobre o Caminho das Tropas (Rota dos Tropeiros) como um potencial turístico efetivo, inibindo que ele, por si só possa transformar-se em um gerador de fluxo turístico.
Estratégia	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Descrição da estratégia	
<p>Como forma de fortalecer sua competitividade no mercado turístico, pretende-se ampliar o posicionamento e participação do Polo Turístico no mercado nacional e internacional. Desta forma, esta estratégia, consolida-se e articula-se em diferentes níveis.</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Ampliação do posicionamento e participação do Polo Turístico no mercado nacional e internacional. b) Valorização e apoio de produtos inovadores e criativos, estimulando a busca pela excelência dos serviços e produtos turísticos. c) Priorização de atrativos destacados para que se articulem como produtos turísticos consolidados, aumentando a eficiência na competitividade e consolidação da imagem do destino, gerando maior rentabilidade. d) Viabilização e estruturação dos roteiros turísticos. e) Incentivo para a formatação de produtos turísticos competitivos no destino de forma constante. f) Implementação de investimentos na estruturação da oferta e na qualificação dos atrativos turísticos. g) Incorporação de novos atributos aos produtos visando diversificar a oferta, incentivando o turista a permanecer mais tempo na região e conseqüentemente, incrementar seus gastos. h) Estruturação do Polo Turístico como principal portão de entrada do Estado, integrando os produtos turísticos com os Polos do Litoral e Foz do Iguaçu. i) Valorização do patrimônio cultural (material e imaterial) por meio da produção associada ao turismo. j) Capacitação e qualificação da mão de obra em serviços e equipamentos turísticos e não turísticos, como hotéis, agências de viagem (emissivo e receptivo), motoristas de táxis e de ônibus, para o tratamento e recebimento dos turistas, principalmente quanto às informações turísticas. k) Implementação e adequação de sinalização turística nas rodovias e vias de acesso, principalmente nas BRs 376 e 277, e nos próprios atrativos turísticos. 	

Quadro 84 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 2

Componente II – Comercialização	
SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não há sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização de produtos turísticos. 2. Dificuldade em trabalhar uma imagem turística forte e única do destino como um todo para sua comercialização no mercado. 3. Material promocional dos municípios inadequado em relação ao programa de regionalização. 4. Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. 5. Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos. 6. Reconhecimento superficial do posicionamento no mercado por parte da Área Turística.
Estratégia	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Descrição da estratégia	
<p>Como forma de buscar ganhos de eficiência, marketing e adequação de qualidade dos produtos à demanda turística nacional e internacional, deve-se incorporar ações diversas junto a esses mercados, ampliando a notoriedade dos atributos e atrativos do Polo Turístico.</p> <ol style="list-style-type: none"> a) O reconhecimento dos mercados-alvo real e potencial do Polo Turístico. b) Implementação de recursos de novas tecnologias e mídias sociais. c) Fortalecimento dos sistemas de comercialização para as negociações nacionais e internacionais. d) Fortalecimento da imagem do Polo Turístico. e) Consolidação dos produtos existentes e ampliação da divulgação nos mercados nacionais e internacionais. f) Integração dos produtos em rotas, formatados em parceria com o setor privado garantindo a complementaridade e sinergia entre os destinos das diferentes regiões. g) Fomento de articulações entre empresas privadas e públicas para o incremento de ações de promoção e comercialização do Polo Turístico. h) Implementação de indicadores de comercialização turística pelo Polo Turístico. i) Definição de estratégias de promoção e comercialização do Polo Turístico. j) Disponibilização de informações sobre acessibilidade e deslocamento no Polo Turístico, considerando os diferentes modais. 	

Quadro 85 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 3

Componente III – Fortalecimento institucional	
SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarticulação das instâncias de governança da área e fraca interlocução com outras instâncias regionais. 2. Estruturas municipais de processos, pessoal, físicas e de qualificação inadequadas à gestão pública da atividade. 3. Baixa qualificação dos membros dos grupos de trabalho e das instâncias de governança para a gestão das regiões turísticas. 4. Políticas públicas para o turismo quase inexistentes nos municípios. 5. Marketing institucional dos municípios realizado de forma inadequada e desarticulada. 6. Orçamentos destinados à pasta de turismo são reduzidos, resumindo-se a poucas ações efetivas. 7. Pouca participação efetiva da comunidade local e da iniciativa privada nas decisões sobre o turismo nas cidades, além da inexistência em alguns municípios de Conselhos e Fundos Municipais de Turismo atuantes. 8. Atuação das entidades de turismo nacionais (ABAV, ABIH, ABRASEL, etc.) é restrita à capital. 9. Pouca participação da iniciativa privada nas instâncias de governança regionais. 10. Desarticulação das entidades representativas privadas para a execução das ações de promoção e comercialização. 11. Estruturas inadequadas para captação de recursos junto ao Governo Federal. 12. Baixo índice de monitoramento da atividade turística.
Estratégia	Fortalecer e qualificar as instâncias de governança regionais – Associação dos Municípios dos Campos Gerais/AMCG, Fórum Metropolitano de Turismo/FMT, além das instâncias administrativas municipais, possibilitando a formulação e implementação de políticas de turismo, e o desenvolvimento socioeconômico baseado nos princípios da sustentabilidade.
Descrição da estratégia	
<p>A estratégia de fortalecimento institucional articula-se de forma a permitir a adequada gestão pública do turismo, dotando as estruturas e organizações municipais e regionais de tecnologia para que cumpram seu papel frente ao setor. Desta forma, espera-se ainda que esta estratégia seja complementada com o seguinte.</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Reestruturação dos processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica das instâncias de governança, as estruturas administrativas estadual e municipais de turismo. b) Desenvolvimento de um modelo de gestão integrada do turismo sustentável no destino turístico, a partir dos princípios, estratégias, diretrizes e ações consolidadas no PDITS. c) Implantação de modelo de gestão para execução do PDITS envolvendo o poder público estadual, as administrações municipais, a iniciativa privada, a sociedade local, por meio de organismos não-governamentais. d) Desenvolvimento de mecanismos de gestão e de participação, tais como as instâncias de governança regionais, os grupos gestores, fóruns permanentes, entre outros. e) Implantação e fortalecimento da Comissão Estadual do PRODETUR, enquanto instância de coordenação, articulação e aglutinação de esforços. f) Compatibilização dos diversos programas, em planejamento ou execução, relacionados ao Polo Turístico, buscando sinergia entre as ações. g) Melhoria dos instrumentos de política de apoio aos empresários (financiamento, linhas de crédito, desoneração tributária, custos burocráticos, entre outros elementos necessários) para facilitar novos investimentos e consolidar os negócios em turismo já existentes no Polo Turístico. h) Adequação das políticas públicas no âmbito municipal e estadual, através de programas de qualificação da gestão pública, fomento à gestão participativa (conselhos e fundos municipais de turismo), representatividade orçamentária. i) Criação e padronização de instrumentos de monitoramento do desempenho da atividade turística - identificação do perfil sociodemográfico dos turistas, perfil de compra (motivações de compra e decisão, hábitos de consumo), e estudos de posicionamento do destino no mercado nacional e internacional. 	

Quadro 86 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 4.

Componente IV – Infraestrutura e serviços básicos	
SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aeroporto Internacional Afonso Pena necessita ampliação do terminal de passageiros, implantação da terceira pista e ILS3. 2. Aeroporto Internacional Afonso Pena no limite de sua capacidade operacional. 3. Aeroportos regionais subutilizados. 4. Infraestrutura deficiente em alguns terminais rodoviários da Área Turística (acessibilidade e conforto). 5. Baixo índice de coleta e tratamento de esgoto na Área Turística. 6. Pontos críticos de congestionamento e tráfego que interferem no deslocamento do turista na Área Turística. 7. O conjunto de municípios da Área Turística não possui sistema de transporte coletivo integrado. 8. Os estacionamentos públicos para ônibus de turismo na Área Turística são escassos. 9. Existência de um único grupo voluntário de busca e salvamento na Área Turística (PE Pico do Marumbi). 10. Não há integração entre os modais de transporte na Área Turística.
Estratégia	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Descrição da estratégia	
<p>A estratégia de infraestrutura e serviços básicos articula-se de forma a ampliar e melhorar a mobilidade no Polo Turístico, uma vez que sua dimensão territorial demanda estratégias de acessibilidade interna (entre os atrativos e produtos) e externa (com os principais mercados emissores).</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Implantação no aeroporto Internacional Afonso Pena de adequações tecnológicas (ILS3) que possibilitem pousos e decolagens com baixa visibilidade, bem como ampliação e melhoria do terminal de passageiros e construção da terceira pista. b) Melhoria das estruturas de alguns terminais rodoviários do Polo Turístico. c) Melhoria das rodovias estaduais para ampliar a acessibilidade turística aos atrativos destacados. d) Realização de obras de arte nas rodovias facilitando o deslocamento e acessibilidade turística. e) Adequação e implantação de estacionamentos para ônibus em atrativos. f) Melhoria da sinalização turística rodoviária para ampliar a acessibilidade turística aos atrativos. g) Disponibilização de informações sobre acesso utilizando os diferentes modais. g) Garantia de serviços básicos, como água, saneamento, energia, saúde e segurança, para atender a população local e melhorar a satisfação dos turistas. h) Promoção de ações de preservação da memória coletiva construída sobre a tradição e que ao se perder, leva consigo traços de relações pessoais e de trabalhos impossíveis de serem refeitos, empobrecendo culturalmente toda sociedade. 	

Quadro 87 - Análise SWOT e estratégias para o Componente 5.

Componente V – Gestão ambiental	
SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. 2. Falta de estrutura de apoio ao turista nas Unidades de Conservação. 3. Ações de sensibilização para a sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. 4. As restrições legais para usos múltiplos das áreas de manancial de Pinhais, Quatro Barras, Piraquara e Campina Grande do Sul impedem o desenvolvimento de atividades turísticas. 5. Processos de degradação das Áreas de Proteção Ambiental (APAs) (queimadas, implantação de pastagens, exploração mineral, especulação imobiliária e turismo desordenado).
Estratégia	Implementação e monitoramento de medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes.
Descrição da estratégia	
<p>A estratégia de gestão ambiental articula-se de forma a permitir a adequada gestão pública do turismo em áreas naturais, a partir dos ativos ambientais e atrativos existentes, dotando tais áreas de estrutura e tecnologia para que se articulem como produto turístico.</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Implantação de sistema de gestão ambiental para unidades de conservação. b) Implantação de projetos de gestão de resíduos para unidades de conservação. c) Desenvolvimento e implantação de projetos de recuperação ambiental de áreas degradadas de uso turístico real e potencial. d) Desenvolvimento de ações de sensibilização e orientação aos usuários das unidades de conservação. e) Implementação de programa de sensibilização ambiental junto à comunidade. 	

5 PLANO DE AÇÃO: SELEÇÃO DE PROCEDIMENTOS, AÇÕES E PROJETOS.

O Plano de Ação indica o conjunto de ações consideradas importantes para o cumprimento dos objetivos propostos no PDITS, aí incluídas aquelas que, pelo perfil ou pelo montante financeiro exigido, não serão financiadas pelo PRODETUR. Com isso espera-se construir um material referencial para outros programas de fomento ao desenvolvimento do turismo no Polo Turístico. Todavia, alerta-se para a necessidade de o governo estadual, os municípios e as associações que representam o setor do turismo buscarem fontes alternativas de financiamento.

Vale lembrar que, na seleção e construção das ações descritas a seguir, foram valorizadas: as de caráter estruturador, as que produzem impacto imediato sobre mais de um município e aquelas que consideram os atrativos destacados. Tal processo foi extensamente discutido e acordado em oficinas e reuniões técnicas com os representantes dos municípios e organizações de turismo.

Considerando o diagnóstico realizado e a definição de estratégias, definiu-se que os atrativos de maior relevância no Polo receberão um tratamento diferenciado, dada a limitação de recursos e a necessidade de se implementar rapidamente a ampliação da notoriedade deste Polo, integrando-se os municípios de forma definitiva e redirecionando o seu posicionamento no mercado nacional.

5.1 VISÃO GERAL E AÇÕES PREVISTAS

A elaboração do Plano de Ação, seleção de procedimentos, ações e projetos foi planejada e elaborada de forma a permitir a inserção de grandes temáticas estruturantes e motivadoras de fluxo turístico, capazes de contribuir significativamente para o incremento do turismo no Polo Turístico.

A partir desta visão, as ações foram pensadas de forma transversal aos temas propostos, agrupadas por componente de investimento, facilitando a gestão das ações e permitindo uma visão mais abrangente, evitando-se com isso que ações como sinalização turística, estruturação de atrativos e qualificação profissional fossem dispersas em várias pequenas ações. Preferiu-se, desta forma, agrupá-las em ações maiores e abrangentes, separadas por componente, mas transversais aos segmentos-meta apresentados.

Nessa etapa são apresentadas as ações transversais e fichas de ações que contemplam um “conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável” (MTur, 2010) do Polo Turístico - fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-meta principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

As ações são apresentadas em fichas contendo os seguintes itens: Componente, item da Swot que levou à proposição da referida ação, estratégias, detalhamento da ação, quanto a: objetivo, justificativa, descrição, custo estimado, produtos e resultados, área de impacto imediato e fonte de financiamento.

Na programação para implantação das ações, dá-se destaque para aquelas que deverão ser implantadas nos primeiros 18 meses do programa.

5.1.1 Ações do Componente I – Estratégia de Produto Turístico

Segundo o documento do ROP, “as atividades deste componente concentrar-se-ão nos investimentos relacionados com o planejamento, a recuperação e a valorização dos atrativos turísticos públicos, necessários para promover, consolidar ou melhorar a competitividade dos destinos em modalidades ou tipos específicos de turismo. O componente também integrará as ações destinadas a alinhar os investimentos privados em segmentos ou nichos estratégicos, bem como aquelas destinadas a melhorar a competitividade dos empresários turísticos, por meio do aprimoramento da organização setorial, da qualidade dos serviços e do acesso a fatores produtivos.”

Dentro desse contexto, ainda segundo o ROP, este componente compreende o financiamento de estudos, projetos, obras e aquisição de bens para a realização de ações nos seguintes temas:

- a) planejamento estratégico e operacional dos destinos;
- b) caracterização dos recursos e da oferta de áreas turísticas;
- c) valorização e gestão de atrativos turísticos e criação de novos produtos;
- d) adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico;
- e) integração da oferta existente;
- f) gestão de qualidade;
- g) política de investimento turístico e de apoio ao setor privado;
- h) capacitação e qualificação da mão de obra.

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 1.1: Revitalização da Torre Panorâmica de Curitiba	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Dotar a Torre Panorâmica de estrutura interativa e de apoio aos serviços de atendimento ao turista, agregando valor ao espaço de visitação.
Justificativa	É um dos principais pontos de interesse turístico pertencentes ao roteiro da Linha Turismo. O mirante, com 109,5m de altura, recebeu, no ano de 2010, 109.072 visitantes. Além do mirante, o local abriga o Museu do Telefone, o painel de Poty Lazzarotto, que mostra o desenvolvimento da capital e, o Posto de Informações Turísticas administrado pelo CTUR. O mirante possibilita uma visão ampla da cidade com destaque para seus eixos estruturais, proporcionando ao visitante a identificação do planejamento urbano na capital, como uma "maquete". A vivência dos espaços de Curitiba agrega valor à arte e à cultura e aumenta o gasto dos turistas.
Descrição da ação	Serão instaladas telas em toda volta do mirante (360º) com imagens indicativas do que o visitante encontrará na direção em que estiver posicionado. As imagens apresentarão atrativos, espaços culturais, programação de eventos, serviços turísticos e demais informações pertinentes às informações turísticas na capital. No térreo, será mantido o Posto de Informações Turísticas, o Museu do Telefone e será criado um espaço para venda de artesanato, além da adequação do espaço de plantas nativas.
Custo Estimado	R\$ 500.000,00
Produtos e resultados	Produto: torre revitalizada com os espaços readequados e aptos ao uso. Resultados: incremento na atividade turística, visitação intensificada, com maior interação do turista com o atrativo e a cidade.
Área de Impacto imediato	Curitiba
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia do Produto Turístico													
Área de atuação: Desenvolvimento de produto													
Ação 1.2: Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação													
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Os estacionamentos públicos para ônibus de turismo na Área Turística são escassos. Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. Falta de estrutura de apoio ao turista nas Unidades de Conservação. Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. 												
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.												
Detalhamento da ação													
Objetivo	Melhorar a estrutura receptiva em atrativos destacados, com maior conforto e segurança aos usuários.												
Justificativa	Os recursos disponíveis para serem transformados em atrativos devem receber a estrutura necessária dentro da capacidade de carga e de visitação (capacidade da paisagem) a que estarão provavelmente submetidos com os esforços promocionais. Desta forma, estruturar estes atrativos destacados da Área Turística com estacionamento (inclusive para ônibus), recepção, banheiros, lojas e outros serviços oportunizará não apenas melhoria nas condições de visitação, mas também na geração de trabalho e renda nos locais e impactos significativos em toda a cadeia produtiva do turismo. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico e a integração da oferta existente. O Governo do Estado por meio da Secretaria de Estado do Meio Ambiente está investindo em ações nas Unidades de Conservação, permitindo, além do proposto nesta ação, a melhoria significativa no aproveitamento turísticos destas Unidades de Conservação e na gestão ambiental dos atrativos naturais.												
Descrição da ação	Serão realizadas construções e/ou melhorias gerais na infraestrutura das Unidades de Conservação para ampliação do aproveitamento do potencial turístico, permitindo que a iniciativa privada formate e opere produtos turísticos competitivos, de qualidade e em sintonia com o mercado turístico.												
Custo Estimado	<table border="0"> <tr> <td>Castro - P.E. do Caxambu: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m², Alojamento com 107m², quiosques com 50m², implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m², aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.</td> <td style="text-align: right;">1.052.900,00</td> </tr> <tr> <td>Lapa - P.E. do Monge: revitalização, Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m², Alojamento com 107m², implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m², aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.</td> <td style="text-align: right;">899.850,00</td> </tr> <tr> <td>Quatro Barras - P.E. do Pico do Marumbi: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m², Alojamento com 107m², implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m², aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex, construção de quiosques com 50m² e construção de sanitários públicos com 50m².</td> <td style="text-align: right;">1.056.400,00</td> </tr> <tr> <td>Ponta Grossa - P.E. de Vila Velha: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.</td> <td style="text-align: right;">870.000,00</td> </tr> <tr> <td>Tibagi - P.E. do Quartelá: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.</td> <td style="text-align: right;">975.000,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Custo da ação</td> <td style="text-align: right;">4.854.150,00</td> </tr> </table>	Castro - P.E. do Caxambu: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , quiosques com 50m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.	1.052.900,00	Lapa - P.E. do Monge: revitalização, Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.	899.850,00	Quatro Barras - P.E. do Pico do Marumbi: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex, construção de quiosques com 50m ² e construção de sanitários públicos com 50m ² .	1.056.400,00	Ponta Grossa - P.E. de Vila Velha: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.	870.000,00	Tibagi - P.E. do Quartelá: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.	975.000,00	Custo da ação	4.854.150,00
Castro - P.E. do Caxambu: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , quiosques com 50m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.	1.052.900,00												
Lapa - P.E. do Monge: revitalização, Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex.	899.850,00												
Quatro Barras - P.E. do Pico do Marumbi: Construção do Centro de Visitantes, residência de 92m ² , Alojamento com 107m ² , implantação de Trilhas, Centro Administrativo de 127m ² , aquisição de 1 motocicleta 150cc Trail e aquisição de 1 veículo utilitário flex, construção de quiosques com 50m ² e construção de sanitários públicos com 50m ² .	1.056.400,00												
Ponta Grossa - P.E. de Vila Velha: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.	870.000,00												
Tibagi - P.E. do Quartelá: reforma das antigas instalações, aquisição de veículos de passeio, utilitário, 1 Van diesel, 1 caminhão 8 ton,; 1 caminhonete diesel cabine Simples.	975.000,00												
Custo da ação	4.854.150,00												
Produtos e resultados	Produtos: Unidades de Conservação com estruturas implantadas. Resultados: Melhoria da satisfação dos usuários, maior conforto e segurança aos usuários, aumento do número de visitantes, incentivo a formatação de novos produtos turísticos que incluam as Unidades de Conservação.												
Área de Impacto imediato	Castro, Lapa, Quatro Barras, Ponta Grossa, e Tibagi												
Financiamento	Instituto Ambiental do Paraná – IAP.												

Componente I: Estratégia do Produto Turístico																											
Área de atuação: Desenvolvimento de produto																											
Ação 1.3: Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados																											
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Os estacionamentos públicos para ônibus de turismo na Área Turística são escassos. Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. 																										
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.																										
Detalhamento da ação																											
Objetivo	Melhorar a estrutura receptiva em atrativos destacados, com maior conforto e segurança aos usuários.																										
Justificativa	Os recursos disponíveis para serem transformados em atrativos devem receber a estrutura necessária dentro da capacidade de carga e de visitação (capacidade da paisagem) a que estarão provavelmente submetidos com os esforços promocionais. Desta forma, estruturar estes atrativos destacados do Polo Turístico com estacionamento (inclusive para ônibus), recepção, banheiros, lojas e outros serviços oportunizará não apenas melhoria nas condições de visitação, mas também na geração de trabalho e renda nos locais e impactos significativos em toda a cadeia produtiva do turismo. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: Adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico e a integração da oferta existente.																										
Descrição da ação	Serão realizadas construções e/ou melhorias gerais na infraestrutura dos atrativos destacados para ampliação do aproveitamento do potencial turístico, complementando os investimentos do Governo do Estado e municípios, permitindo que a iniciativa privada formate e opere produtos turísticos competitivos, de qualidade e em sintonia com o mercado turístico.																										
Custo Estimado	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Campo Largo - Feira da Louça - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Carambeí - Parque Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Castro - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Curitiba - Parques Municipais - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>500.000,00</td> </tr> <tr> <td>Curitiba - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Lapa - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Pinhais - Autódromo Internacional - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>50.000,00</td> </tr> <tr> <td>Piraí do Sul - Santuário de Nossa Senhora das Brotas - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>500.000,00</td> </tr> <tr> <td>Ponta Grossa - München Fest - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Telêmaco Borba - Parque Municipal do rio Tibagi - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td>Telêmaco Borba - Casa do Artesão - melhoria do aproveitamento do potencial turístico</td> <td>25.000,00</td> </tr> <tr> <td>São José dos Pinhais –Caminho do Vinho</td> <td>150.000,00</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Custo da ação</td> <td>2.275.000,00</td> </tr> </tbody> </table>	Campo Largo - Feira da Louça - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Carambeí - Parque Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Castro - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Curitiba - Parques Municipais - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	500.000,00	Curitiba - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Lapa - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Pinhais - Autódromo Internacional - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	50.000,00	Piraí do Sul - Santuário de Nossa Senhora das Brotas - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	500.000,00	Ponta Grossa - München Fest - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Telêmaco Borba - Parque Municipal do rio Tibagi - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00	Telêmaco Borba - Casa do Artesão - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	25.000,00	São José dos Pinhais –Caminho do Vinho	150.000,00	Custo da ação	2.275.000,00
Campo Largo - Feira da Louça - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Carambeí - Parque Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Castro - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Curitiba - Parques Municipais - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	500.000,00																										
Curitiba - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Lapa - Conjunto do Patrimônio do Centro Histórico - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Pinhais - Autódromo Internacional - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	50.000,00																										
Piraí do Sul - Santuário de Nossa Senhora das Brotas - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	500.000,00																										
Ponta Grossa - München Fest - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Telêmaco Borba - Parque Municipal do rio Tibagi - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	150.000,00																										
Telêmaco Borba - Casa do Artesão - melhoria do aproveitamento do potencial turístico	25.000,00																										
São José dos Pinhais –Caminho do Vinho	150.000,00																										
Custo da ação	2.275.000,00																										
Produtos e resultados	Produtos: Atrativos Destacados com estruturas implantadas. Resultados: Melhoria da satisfação dos usuários, maior conforto e segurança aos usuários, aumento do número de visitantes, incentivo a formatação de novos produtos turísticos que incluam os atrativos destacados.																										
Área de Impacto imediato	Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba e São José dos Pinhais.																										
Financiamento	PRODETUR																										

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Planejamento e gestão	
Ação 1.4 Levantamento e Divulgação de Boas Práticas em Turismo	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal. • Estruturas municipais de processo, pessoal, físicas e de qualificação inadequadas à gestão pública da atividade.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Estimular a busca pela excelência dos serviços e produtos turísticos por meio da partilha de conhecimentos entre empreendedores de atividades similares e divulgação de projetos de produtos turísticos bem sucedidos. Reduzir riscos em tentativas empresariais e de políticas públicas quando da proposição e implantação de projetos na área de turismo.
Justificativa	A replicação de Boas Práticas tem sido largamente defendida como uma maneira de se reduzir custos de projeto e de sua implantação e incentivadas pelos órgãos de financiamento, assim como pelas políticas de governo. Tal iniciativa pode assimilar procedimentos de correção de erros já observados em outros empreendimentos e destinos turísticos. Considerando que a maior parte dos municípios tem corpo técnico reduzido com baixa capacidade de criar projetos e de implementá-los, a replicabilidade de casos de sucesso pode reduzir essa deficiência. Esta ação se justifica pela orientação geral do Regulamento Operacional do PRODETUR, quando sugere: Integração da oferta existente e gestão de qualidade.
Descrição da ação	Levantamento de informações sobre Boas Práticas no turismo nacional e internacional para cada um dos cinco componentes (estratégia de produto turístico, estratégia de comercialização, fortalecimento institucional, infraestrutura e serviços básicos e gestão ambiental). Seleção e elaboração da Coletânea de Boas Práticas com o detalhamento dos 20 casos levantados. Realização de Seminário de Boas Práticas em Turismo integrando os 13 municípios do Polo Turístico, com a apresentação das Boas Práticas selecionadas. Disponibilização do material resultante do Seminário no site das governanças regionais de turismo. Acompanhamento de técnicos especializados na replicação de Boas Práticas nos municípios, pelo período de um ano.
Custo Estimado	Identificação e seleção de Boas Práticas: R\$ 50.000,00 Realização do Seminário de Boas Práticas: R\$ 30.000,00 Projeto e Publicação de Site: R\$ 20.000,00 Assessoria Técnica aos municípios na implantação de Boas Práticas: R\$ 100.000,00 Total: R\$ 200.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Coletânea de 20 Boas Práticas elaborado; Seminário de Boas Práticas em Turismo realizado; Site das governanças com o conteúdo das 20 Boas Práticas publicado; Replicação das Boas Práticas nos 13 municípios. Resultados: Otimização dos recursos (tempo, financeiro e pessoal) e aumento da qualidade nas práticas turísticas.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico		
Área de atuação: Planejamento e gestão		
Ação 1.5: Revisão e execução dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação		
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. Ações de sensibilização para a sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. 	
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.	
Detalhamento da ação		
Objetivo	Adequar e monitorar a visitação às Unidades de Conservação, a partir das orientações dos Planos de Manejo, de modo a atender o uso sustentável das áreas naturais.	
Justificativa	A condição para que as Unidades de Conservação tenham uso turístico sustentável é que tenham Plano de Manejo implantado, e desta forma, garantir que sejam obedecidas as normas e procedimentos de visitação. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: Planejamento estratégico e operacional dos destinos.	
Descrição da ação	Revisão dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação. Regularização Fundiária das Unidades de Conservação. Desenvolvimento de Programa de normatização de produtos comercializáveis e taxas nas Unidades de Conservação.	
Custo Estimado	Ação	Total (R\$)
	Castro - Parque Estadual de Caxambu – revisão do Plano de Manejo	120.000,00
	Lapa - Parque Estadual do Monge – regularização fundiária e ampliação em mais 150ha	1.239.600,00
	Lapa - Parque Estadual do Monge - revisão do Plano de Manejo	120.000,00
	Tibagi - Parque Estadual do Guartelá - revisão do Plano de Manejo	120.000,00
	Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha - revisão do Plano de Manejo	100.000,00
	Quatro Barras - Parque Estadual do Pico do Marumbi - revisão do Plano de Manejo	100.000,00
	Desenvolvimento de programa de normatização	100.000,00
	Realização de oficinas com os atores sociais envolvidos	50.000,00
Custo da Ação		1.949.600,00
Produtos e resultados	Produto: Planos de Manejo implantados e operacionalizados nas Unidades de Conservação. Resultados: Melhoria do sistema de visitação turística nas Unidades de Conservação, com a definição de normas de visitação e uso; ampliação da avaliação ambiental continuada e melhoria da oferta de produtos turísticos.	
Área de Impacto imediato	Lapa; Ponta Grossa; Tibagi; Quatro Barras; Castro.	
Financiamento	Instituto Ambiental do Paraná – IAP.	

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 1.6: Melhoria e ampliação da iluminação cênica no Centro Histórico da Lapa e de Castro	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Incrementar a atratividade dos centros históricos da Lapa e Castro, ampliando o grau permanência dos turistas e a agregando um produto singular na região.
Justificativa	O incremento dos cenários históricos por meio de estruturas externas, tal como é a iluminação, permite maior valorização do patrimônio cênico ao tempo em que amplia o horário de visitação, gerando novas paisagens. Desta forma, a iluminação cênica permitirá o aumento do fluxo de turistas nos Centros Históricos e ainda agregará valor a sua imagem turística. Da mesma forma, a implantação do serviço de audioguia amplia o aproveitamento turístico dos centros históricos, permitindo uma maior apropriação das informações históricas pelos visitantes. A operação do serviço de audioguia poderá ser realizada por meio de uma parceria público-privada. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico.
Descrição da ação	Elaboração do projeto de melhoria e ampliação da iluminação cênica do Centro Histórico da Lapa e Castro. Implantação da iluminação cênica. Aquisição de equipamentos de audioguia, elaboração e desenvolvimento de projeto do audioguia para os Centros Históricos da Lapa e Castro.
Custo Estimado	Projeto cênico de iluminação para Lapa: R\$ 100.000,00 Implantação da iluminação para Lapa: R\$ 1.000.000,00 Desenvolvimento do projeto de audioguia para Lapa: R\$ 100.000,00 Compra de 100 aparelhos de áudio individuais com portabilidade (Lapa): R\$ 40.000,00 (para atendimento de até dois ônibus de turistas). Projeto cênico de iluminação para Castro: R\$ 100.000,00 Implantação da iluminação para Castro: R\$ 1.000.000,00 Desenvolvimento do projeto de audioguia para Castro: R\$ 100.000,00 Compra de 100 aparelhos de áudio individuais com portabilidade (Castro): R\$ 40.000,00 (para atendimento de até dois ônibus de turistas). Total: R\$ 2.480.000,00
Produtos e resultados	Produto: Iluminação cênica dos centros históricos dos municípios implantada; Material audioguia produzido e utilizado pelos turistas. Resultados: Oferta de produto singular na região e estado do Paraná; Incremento no número de turistas para essas duas cidades e, indiretamente, no Polo Turístico; Incremento da permanência do turista com a visitação noturna e a geração de novos negócios.
Área de Impacto imediato	Castro e Lapa.
Financiamento	Outras fontes.

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Qualificação	
Ação 1.7: Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal. Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. Falta de estrutura de apoio ao turista nas Unidades de Conservação existentes. Existência de um único grupo voluntário de busca e salvamento no Polo Turístico (PE Pico do Marumbi).
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Qualificar profissionais para atendimento médico e resgate em atrativos turísticos que oferecem atividades de ecoturismo e turismo de aventura.
Justificativa	Os municípios que oferecem atividade de ecoturismo e turismo de aventura devem contar com grupo voluntário de busca e salvamento para o atendimento de ocorrências/acidentes. O resgate é uma operação complexa e necessária, sobretudo considerando-se o caráter remoto das áreas para prática de ecoturismo e turismo de aventura e deve ser realizado por pessoas devidamente treinadas. O resgatista deve agir rapidamente, devendo portanto contar com conhecimento estratégico para que o socorro aconteça em curto espaço de tempo e com equipamentos certificados. O serviço de resgate deve estar referenciado ao serviço hospitalar, com capacidade de atendimento especializado. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: política de investimento turístico e de apoio ao setor privado e capacitação e qualificação da mão de obra além da segurança turística, serviços de atendimento médico e sistema de evacuação frente a emergências.
Descrição da ação	Elaboração de projeto "aventura com segurança" para a qualificação de profissionais que atuam em atividades de turismo em áreas naturais por meio de Curso de Resgate em Ambientes Naturais e Suporte Básico de Vida no Trauma (<i>Prehospital Trauma Life Support/ PHTLS</i>); formação inicial e manutenção de Grupos Voluntários de Busca e Salvamento (GVBS) nos municípios do Polo Turístico, gestão e articulação com atendimento hospitalar de retaguarda e aquisição de equipamentos para resgate. O curso de Resgate em Ambientes Naturais é ministrado em quatro módulos: 1 – Primeiros Socorros (40h); 2 – Áreas Remotas (60h); 3 – Técnicas Verticais (60h); 4 – Resgate (180h).
Custo Estimado	Elaboração do projeto "aventura com segurança": R\$ 40.000,00 Curso de Resgate em Ambientes Naturais Módulo I Primeiros Socorros (40h): R\$ 300,00 X 40 alunos = R\$ 12.000,00 Módulo II Resgate em áreas remotas (60h): R\$ 600,00 X 40 alunos = R\$ 24.000,00 Módulo III Técnicas Verticais (60h): R\$ 600,00 X 40 alunos = R\$ 24.000,00 Módulo IV Resgate (180h): R\$ 3.500,00 X 40 alunos = R\$ 140.000,00 Curso de Suporte básico de vida no trauma (atendimento pré-hospitalar) (80h): R\$500,00 X 60 alunos = R\$ 30.000,00 Aquisição de material e equipamento - 13 Kit Primeiros Socorros: R\$55.000,00 Aquisição de material e equipamento - 13 Kit Equipamentos de Resgate: R\$ 65.000,00 Formação inicial e manutenção de quatro Grupos voluntário de busca e salvamento (GVBS) R\$ 50.000,00 Total: R\$ 440.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Projeto concluído, cursos de qualificação realizados, kits de primeiros socorros e jogos de equipamento de resgate disponibilizados a todos os municípios; GVBS formados. Resultados: profissionais de turismo de aventura e de saúde qualificados, melhores condições de segurança junto aos atrativos naturais com equipamentos de resgate disponíveis; quatro GVBS nas UCs.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 1.8: Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de artesanato típico e singular em alguns municípios da Área Turística, como Rio Negro e Telêmaco Borba. • Grau de conservação do patrimônio, em especial na Lapa, Castro e Curitiba. • Existência de grupos étnicos que possam ser valorizados em ações turísticas. • Existência de patrimônio cultural tombado pelo IPHAN na Área Turística. • Tema tropeirismo nos Campos Gerais. • Exploração turística da Rota dos Tropeiros. • Disponibilização no mercado de produtos turísticos de diferentes segmentos, como o Turismo Rural e o Turismo de Aventura. • Diversidade de segmentos turísticos explorados por alguns municípios da Área Turística, como o Turismo de Aventura, Turismo Rural e Turismo Cultural. • Falta de tombamento pelo IPHAN de alguns bens considerados de interesse, tornando-os vulneráveis. • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Desinteresse geral dos agentes envolvidos sobre o Caminho das Tropas (Rota dos Tropeiros) como um potencial turístico efetivo, inibindo que ele por si só possa transformar-se em um gerador de fluxo turístico. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Consolidar a Rota dos Tropeiros por meio de sua estruturação física e comercial, potencializando seu uso como produto turístico.
Justificativa	O tropeirismo é um dos processos históricos que se destaca na formação político-cultural do Estado do Paraná e encontra-se em processo de esquecimento. Contribui para essa situação a baixa identificação na paisagem daquilo que restou do então histórico Caminho das Tropas. Outra singularidade do tropeirismo é a possibilidade de integração cultural dos três estados da Região Sul, com São Paulo e Minas Gerais. A ação pretende resgatar o antigo traçado do caminho das tropas e integrar atrativos rurais e urbanos relacionados ao tema tropeirismo. Esta ação se justifica também pela orientação geral do ROP, quando sugere: integração da oferta existente.
Descrição da ação	Levantamento do trajeto original do Caminho das Tropas. Identificação de trechos com possibilidade de abertura e tráfego de turistas. Elaboração de projeto de uso do traçado com definição de pavimentação primária e sinalização vertical. Elaboração de projeto paisagístico e definição de normas de uso das áreas lindeiras. Definição de estratégias de divulgação do produto turístico.
Custo Estimado	Elaboração do projeto: R\$ 300.000,00. Abertura e manutenção das vias ao tráfego de turistas: R\$ 200.000,00 Sinalização turística temática da Rota dos Tropeiros (complementar a ação geral de sinalização turística): R\$ 320.000,00. Total: R\$ 820.000,00
Produtos e resultados	Produto: Projeto elaborado e articulação para sua implantação. Resultados: Maior volume de pessoas e o desenvolvimento de atividades paralelas. Agregação e potencialização de atividades turísticas ao longo de um eixo estruturador físico e recuperação, por meio de uma ação estruturante, do patrimônio que vem se perdendo.
Área de Impacto imediato	Ponta Grossa, Castro, Telêmaco Borba, Lapa, Campo Largo, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Qualificação	
Ação 1.9: Fortalecimento e integração de roteiros turísticos da Região Rotas do Pinhão	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Existência de artesanato típico e singular em alguns municípios da Área Turística, como Rio Negro. • Grau de conservação do patrimônio, em especial na Lapa, Castro e Curitiba. • Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate em Campo Largo; Fazenda Capão Alto em Castro; os Centros Históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio urbanístico de Curitiba. • Existência de grupos étnicos que possam ser valorizados em ações turísticas. • Existência de patrimônio cultural tombado pelo IPHAN na Área Turística. • Disponibilização no mercado de produtos turísticos de diferentes segmentos, como o Turismo Rural e o Turismo de Aventura. • Crescimento do mercado de Ecoturismo, Turismo Rural e Turismo de Aventura. • Falta de tombamento pelo IPHAN de alguns bens considerados de interesse, tornando-os vulneráveis. • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Integrar os roteiros turísticos existentes da Região Rota do Pinhão contribuindo para sua consolidação e definindo estratégias de promoção e comercialização com vistas aos segmentos-meta de ecoturismo e turismo cultural.
Justificativa	<p>Verifica-se a existência de diferentes roteiros turísticos na Região Rotas do Pinhão que são fragmentados no processo de promoção e comercialização. A ação pretende integrar os roteiros turísticos municipais, de modo a fortalecer a atividade nos aspectos econômico e social.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do Regulamento Operacional do PRODETUR, quando sugere: integração da oferta existente.</p>
Descrição da ação	<p>Planejamento e realização de sete oficinas de sensibilização nos municípios.</p> <p>Planejamento e realização de oficinas contemplando sete módulos:</p> <p>Módulo 1 – Apresentação e contextualização.</p> <p>Módulo 2 – Visita técnica aos sete roteiros turísticos municipais.</p> <p>Módulo 3 – Estratégias de integração/formatação.</p> <p>Módulo 4 – Estratégias de promoção.</p> <p>Módulo 5 – Estratégias de comercialização.</p> <p>Módulo 6 – Estratégias de monitoramento.</p> <p>Módulo 7 – Estratégias de gestão.</p> <p>Elaboração de projeto de comunicação visual e promoção e implementação (criação de identidade visual e vídeos promocionais).</p> <p>Elaboração e implementação de estratégias de marketing digital (12 meses de implementação das ações de marketing digital).</p>
Custo Estimado	<p>Elaboração do projeto e realização das sete oficinas de sensibilização: R\$ 90.000,00.</p> <p>Elaboração do projeto e realização das sete oficinas de planejamento: R\$ 74.000,00</p> <p>Elaboração de projeto de comunicação visual, promoção e implementação (criação de identidade visual e sete vídeos promocionais): R\$ 296.000,00</p> <p>Elaboração e implementação de estratégias de marketing digital: R\$ 360.000,00</p> <p>Total: R\$ 820.000,00</p>
Produtos resultados e	<p>Produto: Sete roteiros integrados na Rotas do Pinhão, sete oficinas de sensibilização realizadas, sete módulos de planejamento estratégico realizados, projeto de comunicação visual e promoção implantados, estratégias de marketing digital implantadas.</p> <p>Resultados: Aumento do fluxo de turistas nos roteiros turísticos, roteiros turísticos consolidados e integrados, gestores e operadores qualificados.</p>
Área de Impacto imediato	Curitiba, São José dos Pinhais, Quatro Barras, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Planejamento e gestão	
Ação 1.10: Fomento e apoio empresarial para o turismo	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Baixa qualificação e articulação empresarial para formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. Não existe um processo facilitado de acesso a linhas de financiamento e de crédito adequados e em condições competitivas para as empresas. Reconhecimento superficial do posicionamento no mercado por parte da Área Turística. Atração e inserção dos municípios em programas do Governo Federal (Bem Receber Copa, Olá Turista, Cadastur). Existência de linhas de financiamento e apoio ao desenvolvimento do turismo por parte do governo federal e empresas públicas e privadas. Desarticulação das instâncias de governança da Área e fraca interlocução com outras instâncias regionais. Desarticulação das entidades representativas privadas para execução de ações de promoção e comercialização. Deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como no patronal.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Organizar os novos investimentos no setor a partir da orientação técnica aos empreendedores.
Justificativa	O índice de mortalidade empresarial é bastante alto devido a falta de orientação e monitoramento dos negócios. Há exemplos bem sucedidos de novos negócios realizados com parcerias estratégicas com o poder público. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: política de investimento turístico e de apoio ao setor privado.
Descrição da ação	Elaboração e implantação de Termo de Cooperação Técnica entre Secretaria de Estado do Turismo/SETU, Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social/ IPARDES, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas/SEBRAE, Associação Comercial do Paraná, Federação das Indústrias do Paraná/FIEP, Junta Comercial, Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul/BRDE e outras Instituições Financeiras interessadas. Mapeamento dos negócios turísticos no Polo Turístico. Elaboração de um banco de oportunidades e novos negócios do Polo Turístico. Produção do programa de empreendedorismo no turismo: apoio na abertura e gestão de novos negócios em turismo; qualificação dos gestores públicos municipais; consultoria e assessoria empresarial; financiamento de novos negócios; monitoramento de novos negócios; avaliação de resultados em 18 meses.
Custo Estimado	Cooperação Técnica: R\$ 150.000,00 Mapeamento dos Negócios: R\$ 150.000,00 Banco de Oportunidades: R\$ 50.000,00 Produção do Programa de Empreendedorismo no turismo: R\$ 300.000,00 Qualificação dos gestores públicos: R\$ 20.000,00 Consultoria e Assessoria Empresarial: R\$ 70,00h/t X 20h X 500 empreendimentos = R\$ 700.000,00 Financiamento de Novos Negócios: R\$ 10.000.000,00 Monitoramento dos novos negócios: R\$ R\$ 70,00h/t X 20h X 500 empreendimentos = R\$ 700.000,00 Avaliação de Resultados: R\$ 25.000,00 Total: R\$ 12.095.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Programa de Empreendedorismo no turismo implantado, consultoria e assessoria empresarial realizada por 18 meses, gestores públicos municipais capacitados. Resultados: Incremento de novos investimentos em turismo; aumento do número de produtos e serviços turísticos, impactos positivos na cadeia produtiva do turismo.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR: R\$ 395.000,00 Outras fontes: R\$ 1.700.000,00 BRDE/MTur (FUNGETUR): R\$ 10.000.000,00

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Qualificação	
Ação 1.11: Valorização cultural e artística do Polo Turístico	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate em Campo Largo; Fazenda Capão Alto em Castro; os Centros Históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio urbanístico de Curitiba. Existência de artesanato típico e singular em alguns municípios da Área Turística, como Rio Negro. Falta de tombamento pelo IPHAN de alguns bens considerados de interesse, tornando-os vulneráveis. Existência de grupos étnicos que possam ser valorizados em ações turísticas. Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo na Área Turística.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Valorizar o patrimônio cultural do Polo Turístico, por meio de projetos de valorização e difusão do patrimônio cultural material e imaterial da região, em especial as festas, manifestações culturais, gastronomia, artesanato, de modo a contribuir para a capacitação de atores sociais que produzam e reproduzam esse conhecimento.
Justificativa	<p>O patrimônio cultural é a forma mais genuína de identificar um território por suas características naturais ou por suas manifestações materiais ou imateriais. Por concentrar de forma tão emblemática paisagens, arquitetura e manifestações populares, constitui-se num dos elementos mais importantes e vigorosos para a atividade turística.</p> <p>Esta ação colabora para a compreensão e valorização do patrimônio cultural como elemento fundamental de caracterização das diferentes identidades e raízes que dão corpo e vida ao espaço ocupado como um dos elementos mais importantes de alavancagem e sustentação da importante atividade econômica que é o turismo.</p> <p>A região, além de importante patrimônio arquitetônico ligado ao tropeirismo e aos grupos de imigrantes de diferentes etnias, tem também um rico patrimônio imaterial, manifestado nas festas, danças, modos de vida, saberes, artesanato, gastronomia, etc. que precisa ser estudado e mantido por meio de oficinas e apresentações públicas que permitam sua difusão e valorização.</p> <p>A ação de qualificação para a produção associada ao turismo desenvolverá produtos a serem comercializados, tais como artesanato, gastronomia, moda, música e dança, contadores de histórias, entre outros. A promoção e comercialização da produção associada ao turismo serão realizadas através do portal de <i>e-commerce</i>.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: capacitação e qualificação da mão de obra e integração da oferta existente.</p>
Descrição da ação	<p>Elaboração de projeto de pesquisa de investigação cultural e pré-desenvolvimento das propostas de produção associada ao turismo.</p> <p>Realização de 40 oficinas para formação e capacitação de artesãos e de atores sociais ligados à cultura visando o aprimoramento da produção associada ao turismo.</p> <p>Criação de portal de <i>e-commerce</i> (comércio eletrônico) a ser gerenciado pelas instâncias de governança e apoiado pela SETU.</p>
Custo Estimado	<p>Desenvolvimento do projeto de investigação cultural e pré-desenvolvimento das propostas de produção associada: R\$ 100.000,00</p> <p>Realização de 40 oficinas (carga horária de 24 horas/oficina) nas seguintes áreas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7 oficinas de artesanato 7 x 8.000,00 = R\$ 56.000,00 7 oficinas de gastronomia 7 x 10.000,00 = R\$ 70.000,00 7 oficinas de moda 7 x 7.000,00 = R\$ 49.000,00 3 oficinas de música 3 x 5.000,00 = R\$ 15.000,00 2 oficinas de dança 2 x 5.000,00 = R\$ 10.000,00 7 oficinas de contadores de história 7 x 5.000,00 = R\$ 35.000,00 7 oficinas de gestão (associativismo, embalagem, precificação, venda/<i>e-commerce</i>) 7 x 8.000,00 = R\$ 56.000,00 <p>Produção de material multimídia e <i>e-commerce</i> R\$ 50.000,00</p> <p>Total: R\$ 441.000,00</p>
Produtos resultados	e Produto: Projeto de investigação cultural realizado, pré-desenvolvimento das propostas de produção associada ao turismo realizado, realização de 40 oficinas, produção de material multimídia realizada, criação e funcionamento do portal de <i>e-commerce</i> .

	Resultados: Qualificação da produção associada ao turismo, ampliação da atratividade cultural por meio da valorização das manifestações culturais existentes no Polo Turístico, ampliação dos canais de comercialização, promoção da cadeia produtiva do turismo, ampliação das oportunidades de trabalho e renda no Polo Turístico.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Qualificação	
Ação 1.12: Programa de qualificação profissional em turismo	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como no patronal. • Baixa qualificação e articulação empresarial para formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. • Realização da Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas 2016 no Brasil, fomentando investimentos no turismo.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Qualificar trabalhadores e gestores em turismo para melhor prestação de serviços e gestão dos empreendimentos e dos destinos turísticos.
Justificativa	<p>A competitividade no turismo baseia-se na qualidade do produto e serviço turístico. Com a melhoria dos produtos e serviços, espera-se aumentar o nível de notoriedade do Polo Turístico, nas áreas de transporte, alimentação, receptivo, meios de hospedagem, condutores de turismo e gestão empresarial. Como não é economicamente possível capacitar profissionais de forma massiva, optou-se por uma estratégia de transferência de <i>know how</i> para apropriação pelos atores locais.</p> <p>O programa de qualificação acontecerá em duas etapas: Etapa 1 – Formação e qualificação de seis multiplicadores por município. Etapa 2 - Qualificação de trabalhadores e gestores em seis áreas de turismo pelos multiplicadores nos 13 municípios.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: capacitação e qualificação da mão de obra.</p>
Descrição da ação	<p>Levantamento da necessidade de qualificação no turismo. Elaboração do projeto de formação de multiplicador e qualificação dos trabalhadores nas áreas de transporte, alimentação, receptivo, meios de hospedagem, condutor de turismo e gestão empresarial, com elaboração do material didático. Realização de seis cursos de formação de multiplicadores em cada área do turismo (um multiplicador por área de atuação por município, totalizando 78 multiplicadores) (carga horária de 40 horas). Realização de seis cursos de qualificação em cada município, realizados pelos multiplicadores, para turmas de 40 alunos.</p>
Custo Estimado	<p>Levantamento da demanda por qualificação: R\$ 100.000,00 Elaboração do projeto de qualificação profissional, incluindo o plano de aula do curso de formação dos multiplicadores, dos cursos das sete áreas e material didático: R\$ 200.000,00 Formação e qualificação dos 78 multiplicadores: R\$ 54.000,00 Realização de, no mínimo, seis cursos em 13 municípios: R\$ 7.000,00 x 78 cursos = R\$ 546.000,00 Total: R\$ 900.000,00</p>
Produtos e resultados	<p>Produto: Levantamento da necessidade de qualificação realizado, projeto de qualificação profissional e material didático elaborados, 78 multiplicadores formados, 3.120 profissionais de turismo qualificados.</p> <p>Resultados: Melhoria da prestação dos serviços turísticos por profissionais qualificados com impactos no desempenho dos produtos turísticos, possibilidade dos municípios a manterem programa de qualificação profissional permanente.</p>
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	Outras fontes: Ministério do Turismo e Ministério do Trabalho e Emprego

Componente I: Estratégia de Produto Turístico																											
Área de atuação: Desenvolvimento de produto																											
Ação 1.13: Apoio à qualificação dos museus																											
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate, em Campo Largo; Fazenda Capão Alto, em Castro; os Centros Históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio urbanístico de Curitiba. 																										
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.																										
Detalhamento da ação																											
Objetivo	Apoiar os museus do Polo Turístico permitindo a ampliação e melhoria de seus serviços dentro de padrões turísticos de qualidade e competitividade.																										
Justificativa	Atualmente o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) é responsável pela Política Nacional de Museus e pela melhoria dos serviços do setor - aumento de visitação e arrecadação dos museus, fomento de políticas de aquisição e preservação de acervos e criação de ações integradas entre os museus brasileiros. Desta forma, os museus públicos do Polo Turístico terão a oportunidade de se adaptar a esta política nacional com o apoio necessário para manutenção dos acervos e ampliação do programa socioeducativo, permitindo a ampliação dos processos associados ao turismo. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: integração da oferta existente e estímulo à criação de plataformas público-privadas de promoção e comercialização.																										
Descrição da ação	<p>Pesquisa e diagnóstico nos museus para adequação às normas do IBRAM. Orientação para ações socioeducativas. Elaboração de produtos associados aos museus. Promoção dos museus em multimídia. As ações serão dirigidas aos seguintes museus do Polo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Município</th> <th>Nome</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Campo Largo</td> <td>Museu do Parque Histórico do Mate</td> </tr> <tr> <td>Lapa</td> <td>Museu Casa Cel. Joaquim Lacerda</td> </tr> <tr> <td>Lapa</td> <td>Museu de Armas</td> </tr> <tr> <td>Lapa</td> <td>Casa Vermelha</td> </tr> <tr> <td>Castro</td> <td>Museu do Tropeiro</td> </tr> <tr> <td>Ponta Grossa</td> <td>Museu Campos Gerais</td> </tr> <tr> <td>Ponta Grossa</td> <td>Museu Época</td> </tr> <tr> <td>Ponta Grossa</td> <td>Museu de Geologia e Paleontologia de Vila Velha</td> </tr> <tr> <td>Tibagi</td> <td>Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior (Museu do Garimpo)</td> </tr> <tr> <td>São José dos Pinhais</td> <td>Museu dos Bonecos</td> </tr> <tr> <td>Telêmaco Borba</td> <td>Museu do Artesão</td> </tr> <tr> <td>Araucária</td> <td>Museu Histórico</td> </tr> </tbody> </table>	Município	Nome	Campo Largo	Museu do Parque Histórico do Mate	Lapa	Museu Casa Cel. Joaquim Lacerda	Lapa	Museu de Armas	Lapa	Casa Vermelha	Castro	Museu do Tropeiro	Ponta Grossa	Museu Campos Gerais	Ponta Grossa	Museu Época	Ponta Grossa	Museu de Geologia e Paleontologia de Vila Velha	Tibagi	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior (Museu do Garimpo)	São José dos Pinhais	Museu dos Bonecos	Telêmaco Borba	Museu do Artesão	Araucária	Museu Histórico
Município	Nome																										
Campo Largo	Museu do Parque Histórico do Mate																										
Lapa	Museu Casa Cel. Joaquim Lacerda																										
Lapa	Museu de Armas																										
Lapa	Casa Vermelha																										
Castro	Museu do Tropeiro																										
Ponta Grossa	Museu Campos Gerais																										
Ponta Grossa	Museu Época																										
Ponta Grossa	Museu de Geologia e Paleontologia de Vila Velha																										
Tibagi	Museu Histórico Desembargador Edmundo Mercer Junior (Museu do Garimpo)																										
São José dos Pinhais	Museu dos Bonecos																										
Telêmaco Borba	Museu do Artesão																										
Araucária	Museu Histórico																										
Custo Estimado	Adequação às normas do IBRAM; orientação as ações educativas; elaboração de produtos associados ao museu; promoção dos museus em multimídia; consultoria museológica: 12 museus x R\$ 20.000,00 = R\$ 240.000,00 Produção Portal dos Museus: R\$ 100.000,00 Material multimídia para promoção: R\$ 200.000,00 Total: R\$ 540.000,00																										
Produtos e resultados	Produtos: Relatórios e diagnósticos elaborados, apresentados e entregues a cada museu, museus funcionando dentro das normas do IBRAM, portal <i>online</i> dos museus implantado, material multimídia produzido. Resultados: Museus integrados aos produtos turísticos do Polo Turístico, melhoria da qualidade dos serviços dos museus, ampliação da satisfação dos usuários.																										
Área de Impacto imediato	Araucária, Campo Largo, Lapa, Castro, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi.																										
Financiamento	PRODETUR																										

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 1.14: Implantação da sinalização turística de Curitiba	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Curitiba, polo da RMC, tem fácil acesso rodoviário tanto para a região dos Campos Gerais quanto para o Litoral. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários do Paraná dentro da Área Turística (BR277/376/116). • Realização da Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016 no Brasil, fomentando investimentos no turismo. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Implementar melhoria e adequação do sistema de informações turísticas por meio da sinalização bilíngue indicativa de acesso e informativa na capital e seus atrativos.
Justificativa	Adequação da sinalização turística aos turistas estrangeiros, proporcionando segurança e conforto nos deslocamentos durante sua permanência na cidade de Curitiba. Esta ação servirá de complemento ao projeto de sinalização turística existente na SETU.
Descrição da ação	Elaboração do projeto de sinalização turística trilingue para Curitiba. Implantação de placas de sinalização turística bilíngue de acordo com as normas do Guia Brasileiro de Sinalização Turística nos seguintes atrativos: Parque Barigui, Museu Oscar Niemeyer, Bosque Alemão, Parque Tingui, Universidade Livre do Meio Ambiente, Torre Panorâmica, Catedral Basílica, Memorial de Curitiba, Mercado Central, Teatro Guaíra, Universidade Federal do Paraná, Rodoferroviária, Paço da Liberdade.
Custo Estimado	R\$ 1.000.000,00 - projeto e implantação
Produtos e resultados	Produtos: Projeto de sinalização turística elaborado e placas de sinalização turística instaladas. Resultados: Acesso facilitado e seguro aos atrativos da capital.
Área de Impacto imediato	Curitiba
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 1.15: Implantação de sinalização turística no Polo Turístico	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Malha rodoviária ampla e de boa qualidade. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários dentro da Área Turística (BR277/376/116). • Sinalização turística insuficiente nas rodovias da Área Turística. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes. • Realização da Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016, fomentando os investimentos no turismo.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Implementar melhoria e adequação do sistema de informações turísticas por meio da sinalização indicativa de acesso e informativa nas estradas municipais, entradas dos municípios e aos atrativos destacados, de forma a complementar o projeto da SETU de sinalização turística nas principais rodovias.
Justificativa	Com a definição da priorização ao turismo rodoviário, há necessidade de implantação e melhoria do sistema de placas informativas, de direção e de informação, facilitando o deslocamento dos turistas e potencializando a promoção turística por meio do modal rodoviário. A sinalização turística seguirá as orientações do Guia Brasileiro de Sinalização Turística. Para os roteiros turísticos será criada sinalização temática, principalmente de informação. Toda sinalização informativa deverá contemplar informações no sistema Braille e trilingue para fomentar a acessibilidade de informação aos turistas com mobilidade reduzida. Esta ação servirá de complemento ao projeto de sinalização turística da SETU. Esta ação se justifica pela orientação geral do Regulamento Operacional do PRODETUR, quando sugere: integração da oferta existente e adequação de espaço como parte do produto turístico.
Descrição da ação	Elaboração do projeto de sinalização turística e temática de direção/orientação e informativa a ser implantado no Polo Turístico, facilitando o acesso aos municípios e atrativos destacados (trilingue). Implantação de 81 placas de sinalização – 27 de direção/orientação e 54 de informação, contemplando os 20 atrativos destacados do Polo Turístico. Implantação de sinalização temática - 33 placas, contemplando os quatro roteiros turísticos principais do Polo Turístico – Rota dos Tropeiros, Caminho do Guajuvira, Roteiro da Louça e Roteiro dos Imigrantes (demais roteiros que estejam inseridos no Polo Turístico serão contemplados com sinalização turística não-temáticas).
Custo Estimado	Elaboração de projetos de sinalização turística: R\$ 150.000,00 Implantação de 54 placas de sinalização turística informativa nos 20 atrativos destacados: R\$ 600.000,00 Implantação de 27 placas de sinalização vertical (orientação e informação) dos 20 atrativos destacados: R\$ 500.000,00 Implantação de 33 placas de sinalização temática nos roteiros turísticos do Polo Turístico: R\$ 800.000,00 Total: R\$ 2.050.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Projetos de sinalização turística elaborados e placas de sinalização turística instaladas/implantadas. Resultados: Acesso facilitado e seguro aos atrativos destacados do Polo.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Marketing e venda	
Ação 1.16: Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos na Área, utilizando a diversidade de atrativos existentes. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Concentração do turismo na cidade de Curitiba, com pouca articulação entre atrativos e roteiros de outros municípios da Área Turística. • Não há sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização de produtos turísticos. • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Crescimento do mercado de Ecoturismo, Turismo Rural e Turismo de Aventura. • Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo na Área Turística.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Disponibilizar as informações da oferta turística dos dois segmentos-meta do Polo Turístico, promovendo a formatação dos produtos.
Justificativa	Um guia técnico é um instrumento de informações técnicas sobre os atrativos turísticos, os serviços e informações complementares de clima, geologia, acidentes geográficos, que servem como embasamento para empresas formatarem produtos. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: valorização e gestão de atrativos turísticos e criação de novos produtos e política de investimento turístico e de apoio ao setor privado.
Descrição da ação	Levantamento e atualização de informações da oferta turística (atrativos, serviços e equipamentos turísticos dos segmentos-meta) e outras informações que permitam a formatação de produtos. Elaboração do guia técnico <i>online</i> (trilíngue) destinado aos operadores de turismo em busca de informações para a formatação de produtos e roteiros turístico - informações sobre os atrativos e equipamento, preços dos serviços, acesso, duração das atividade, entre outras informações. Realização de um workshop de apresentação do sistema <i>online</i> para operadores de turismo. Criar um sistema de monitoramento de desempenho e resultado junto aos operadores (12 meses).
Custo Estimado	Levantamento e atualização de informações da oferta turística: R\$ 80.000,00 Elaboração do guia técnico <i>online</i> : R\$ 80.000,00 Realização de seis oficinas e workshops (apresentação e orientação para uso do guia técnico): 6 x R\$ 10.000,00 = R\$ 60.000,00 Criar um sistema de monitoramento de desempenho e resultado junto aos operadores: R\$ 90.000,00 Total: R\$ 310.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Levantamento da oferta turística dos segmentos-meta realizado, guia técnico <i>online</i> elaborado, workshops de apresentação do sistema aos operadores realizados, sistema de monitoramento de desempenho e resultados criado e utilizado por 12 meses. Resultados: Disponibilização de material online aos operadores de turismo, aumento dos produtos formatados pelos operadores, ampliação da oferta de produtos para o turista; resultados do monitoramento disponibilizados para futuras ações.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 1.17: Revitalização do Passeio Público de Curitiba	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos na Área, utilizando a diversidade de atrativos existentes. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados.
Estratégia geral	Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Revitalizar o Passeio Público de Curitiba, um importante atrativo da cidade, dotando-o de equipamentos e serviços que ampliem a sua notoriedade.
Justificativa	O Passeio Público permaneceu como único parque urbano de Curitiba até o início da década de 70, passando por diversas fases como equipamento urbano, inicialmente como obra de saneamento, embelezamento e lazer, mais tarde caracterizado como zoológico da cidade. Continua sendo, hoje, uma ilha verde, o único parque da área central, importante área de amenização da paisagem urbana. Ainda que seja um atrativo histórico, o Passeio Público precisa ser adequado às tendências do mercado turístico, integrando-o à vida da cidade. Neste sentido, pretende-se revitalizar os atrativos e estruturas existentes e criar novos atrativos e estruturas que lhe dêem suporte.
Descrição da ação	Elaboração de projeto de revitalização e propostas de novas atrações. Implementação de obras de revitalização dos equipamentos existentes, melhoria dos atrativos e estruturas atuais, remodelação das áreas de recreação, viabilização de espaços para shows e concertos ao ar livre, implantação de Jardim Temático, implantação de uma Casa de Chás, incorporação da ciclovia para a área interna do Passeio Público; melhoria da pista de caminhada, permitindo maior conforto e segurança; implantação de áreas para prática de atividades esportivas e a relocação das áreas administrativas.
Custo Estimado	R\$ 9.000.000,00
Produtos e resultados	Produto: Passeio Público revitalizado com equipamentos e serviços adequados. Resultado: Aumento do tempo de permanência dos visitantes no atrativo.
Área de Impacto imediato	Curitiba
Financiamento	PRODETUR

Componente I: Estratégia de Produto Turístico	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 1.18: Implantação do circuito turístico de pedestres em Curitiba	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos na Área, utilizando a diversidade de atrativos existentes. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Características favoráveis dos aspectos urbanos, geográficos e socioeconômicos das duas regiões turísticas. • Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes.
Estratégia geral	Ampliação da oferta turística do Polo Turístico, por meio da formatação de novos produtos, integração dos atrativos existentes, busca da excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, e valorização das características culturais e ambientais.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Promover o conhecimento da cidade pelo turista e cidadão favorecendo a circulação de pessoas de maneira diferenciada em uma área mais abrangente do que as tradicionais, com vistas à sustentabilidade.
Justificativa	Há um grande esforço no sentido de estimular a circulação no centro da cidade, tornando-o uma área de convivência, buscando maior segurança, uma maior movimentação no comércio. Além disso, o Circuito proposto valoriza a cultura da cidade abrangendo áreas tradicionais e facilita a compreensão da cidade pelo visitante.
Descrição da ação	Implantação de circuito turístico de pedestres com passagem pelos principais pontos turísticos e edificações históricas. Atrativos que farão parte do roteiro: Mercado Municipal, Comendador Araújo (Eixo), Museu Ferroviário, Boca Maldita, Catedral Basílica, Ruínas de São Francisco, Teatro Guaíra, Mercado Central, Praça Rui Barbosa, Feira de Artesanato, Memorial de Curitiba, Museu de Arte Contemporânea, Universidade Federal do Paraná, Museu Paranaense, Casa Romário Martins, Rodoferroviária, Paço da Liberdade e Praça 19 de Dezembro. Implantação de sinalização turística informativa trilingue e em braille para pedestres. Implantar uma rede de informação nos locais e imóveis selecionados.
Custo Estimado	R\$ 500.000,00
Produtos e resultados	Produto: Circuito turístico implantado, sinalização para pedestres implantada e rede de informações implantada. Resultado: Maior oferta de produtos diferenciados e ampliação da observação dos locais e paisagens.
Área de Impacto imediato	Curitiba
Financiamento	PRODETUR

5.1.2 Ações do Componente 2 - Estratégia de Comercialização

Segundo o ROP, “este componente contemplará ações destinadas a fortalecer a imagem dos destinos turísticos e a garantir a eficiência e eficácia dos meios de comercialização escolhidos.”

Compreende o financiamento de estudos e aquisição de serviços para:

- a) implantação de tecnologias avançadas de informação e comunicação para a comercialização de destinos e negócios turísticos;
- b) criação de marcas (“Branding”) para posicionamento de destinos;
- c) planos de marketing estratégicos e operacionais;
- d) estímulo à criação de plataformas público-privadas de promoção e comercialização;
- e) formulação e produção de materiais (folhetos, cartilhas, catálogos, anúncios, etc.) e eventos promocionais (seminários, feiras, campanhas, workshops, etc.).

Componente II: Estratégia de Comercialização	
Área de atuação: Planejamento e gestão	
Ação 2.1: Implantação de totens de informações turísticas	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Localização do Aeroporto Internacional Afonso Pena na Área Turística, representando o principal portão de entrada do Estado. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários dentro da Área Turística (BR277/376/116). • Infraestrutura deficiente de alguns terminais rodoviários da Área Turística (acessibilidade e conforto). • Sistema de informações turísticas (postos de informação, guias turísticos, sites de turismo) ineficazes, com estruturas e mão de obra deficientes.
Estratégia geral	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Disponibilizar informações sobre o Polo Turístico por meio de equipamentos e instalações turísticas para atendimento aos turistas nos principais portões de entrada (rodoviárias, aeroporto e rodovias principais).
Justificativa	<p>Identificada a deficiência na oferta de informações turísticas, pretende-se atender aos usuários nas rodovias e portões de entrada, disponibilizando as informações turísticas por meio de outras mídias e tecnologias que permitam maior interação dos usuários e visitantes com as ações promocionais do Polo Turístico. As informações organizadas pontualmente em forma de atrativos e serviços e em rotas do Polo Turístico, darão ao usuário a possibilidade de fazer download das informações para seu uso ao longo do percurso.</p> <p>Ao logo das rodovias, a instalação de totens deve ser precedida do estabelecimento de parceria entre as concessionárias de rodovias e o governo do estado e ou municípios.</p> <p>A partir da instalação desses totens, o projeto de viabilidade deverá prever ações para que esse serviço seja replicado em estabelecimento privados de grande concentração de pessoas prevendo a sustentabilidade financeira a partir da venda de serviços e espaços publicitários.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: integração da oferta existente (Estratégia de Produto); implantação de tecnologias avançadas de informação e comunicação para a comercialização de destinos e negócios turísticos (Estratégia de Comercialização).</p>
Descrição da ação	Elaboração do projeto dos totens de informações turísticas - projeto gráfico e de conteúdo, projeto digital e projeto arquitetônico. Implantação de totens com informações turísticas, instalados nas rodoviárias de Curitiba e Ponta Grossa, Aeroporto Internacional Afonso Pena e nas áreas de pedágio e/ou de descanso.
Custo Estimado	Elaboração de projeto gráfico e de conteúdo: R\$ 30.000,00 Elaboração de projeto digital: R\$ 30.000,00 Gestão da informação: R\$ 60.000,00/ano Criação e implantação de 20 totens: R\$ 10.000,00 x 20 totens = R\$ 200.000,00 Total: R\$ 320.000,00
Produtos e resultados	Produto: Projeto dos totens elaborados e totens implantados. Resultados: Aumento da notoriedade e ampliação do índice de satisfação dos turistas em relação às informações disponibilizadas para o processo de consumo turístico e a promoção turística do Polo.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente II: Estratégia de Comercialização	
Área de atuação: Desenvolvimento do produto	
Ação 2.2: Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Baixa qualificação e articulação empresarial para formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. • Não há sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização de produtos turísticos. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramenta de marketing nas empresas e nos destinos turísticos. • Sistema de informações turísticas (postos de informação, guias turísticos, sites de turismo) ineficazes, com estruturas e mão de obra deficientes. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes.
Estratégia geral	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Desenvolver sistema tecnológico acessível aos turistas para incentivar a circulação e visitação aos elementos turísticos existentes no Polo Turístico, a partir dos principais portões de entrada.
Justificativa	Os turistas precisam informações sobre como chegar aos municípios e atrativos, disponibilizadas já nos portões de entrada Para facilitar a circulação dos turistas pelos municípios e, principalmente, pelos atrativos existentes, serão disponibilizadas alternativas de roteiros dentro do Polo Turístico que podem ser montados pelos próprios turistas. O sistema permitirá a integração entre as diversas modalidades de transporte – avião, ônibus de linha, ônibus de turismo, táxi, van, automóveis alugados, bicicletas, a pé, entre outros. Esta ação servirá de complemento a ação 2.1, relativa à implantação de totens, onde este sistema estará disponibilizado para consulta pelos usuários. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: implantação de tecnologias avançadas de informação e comunicação para a comercialização de destinos e negócios turísticos.
Descrição da ação	Desenvolvimento de um sistema tecnológico (software) (trilíngue) que disponibilize as informações sobre o acesso e o tipo de transporte a utilizar para chegar ao destino de interesse.
Custo Estimado	Total: R\$ 100.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Sistema de informações disponibilizados nos portões de entrada do Polo Turístico. Resultado: acessibilidade às informações quanto aos tipos de transportes disponíveis para circular no Polo Turístico, aumento no fluxo turístico dentro do Polo Turístico; maior integração entre os roteiros turísticos do Polo.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente II: Estratégia de Comercialização	
Área de atuação: Marketing e venda	
Ação 2.3: Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Material promocional dos municípios inadequado em relação ao programa de regionalização. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos. • Dificuldade em trabalhar uma imagem turística forte e única do destino como um todo para sua comercialização no mercado.
Estratégia geral	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Ampliar a promoção e divulgação dos produtos turísticos, apoiando aqueles produtos formatados, ampliando a notoriedade no mercado e incrementando seu posicionamento mercadológico.
Justificativa	A promoção turística é uma eficiente ferramenta de marketing que oportuniza ao mercado maior conhecimento e contato com o produto turístico. O Polo Turístico deve desenvolver ações de promoção de seus produtos turísticos, adequadas às novas tecnologias e tendências de comunicação. Esta ação complementa a ação 2.2 de desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal de modo a permitir ao usuário fazer download para <i>smartphones</i> e outros suportes. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: formulação e produção de materiais e eventos promocionais.
Descrição da ação	Definir os elementos significativos do turismo para caracterização do Polo Turístico (atrativos destacados, roteiros turísticos, eventos, personalidades, serviços, etc.). Desenvolvimento de aplicativo para os <i>smartphones</i> com diversas informações sobre as cidades, restaurantes, pontos turísticos, opções de hospedagem e compras, bem como mapa e como se locomover. Elaborar projeto de planejamento de estratégias de marketing digital. Criação e manutenção de um blog do Polo Turístico (trilíngue) e a participação em redes sociais (Twitter, Facebook, etc.) que permitam a interatividade para comunicar, criar, opinar e disseminar informações sobre o destino.
Custo Estimado	Desenvolvimento do aplicativo para smartphones: R\$ 100.000,00 Projeto de planejamento de estratégias de marketing digital: R\$ 50.000,00 Criação do blog: R\$ 5.000,00 Manutenção do blog e das redes sociais por 24 meses: R\$ 145.000,00 Total: R\$ 300.000,00
Produtos e resultados	Produto: Aplicativo para <i>smartphone</i> disponibilizado na Internet, projeto de planejamento de estratégias de marketing digital elaborado, blog em funcionamento. Resultados: práticas promocionais e comerciais do turismo alinhadas às novas demandas do mercado.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR: R\$ 200.000,00 SETU: R\$ 100.000,00

Componente II: Estratégia de Comercialização	
Área de atuação: Marketing e venda	
Ação 2.4: Elaboração de material promocional para divulgação do Polo Turístico em grandes eventos	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Localização do Aeroporto Internacional Afonso Pena na Área Turística, representando o principal portão de entrada do Estado. • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Baixa qualificação e articulação empresarial para a formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. • Não há sistemas eficazes de promoção, distribuição e comercialização de produtos turísticos. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos. • Realização da Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas em 2016 no Brasil, fomentando investimentos no turismo.
Estratégia geral	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Ampliar a notoriedade do Polo Turístico num raio de até 150 Km de Curitiba, como opção de viagens e turismo para os participantes do evento internacional que será realizado em Curitiba.
Justificativa	A realização de eventos de repercussão internacional é uma oportunidade para impulsionar as ações promocionais do Polo Turístico e colaborar para seu posicionamento no mercado turístico internacional. Considerando que os turistas dos eventos realizarão roteiros de curta duração - próximos e no entorno da Capital com duração máxima de um dia, o Polo Turístico deve divulgar e ofertar estes roteiros. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: formulação e produção de materiais (folhetos, cartilhas, catálogos, anúncios, etc.) e eventos promocionais (seminários, feiras, campanhas, workshops, etc.).
Descrição da ação	Elaboração de material promocional (diversas mídias) vinculando o Polo Turístico ao evento internacional. Veiculação nas revistas de bordo com circulação nos meses de junho e julho de cinco empresas áreas da América Latina, duas empresas aéreas da América do Norte, quatro empresas aéreas da Europa e uma empresa aérea da Ásia.
Custo Estimado	Produção de material promocional (arte dos anúncios): R\$ 50.000,00 Inserção nas revistas de bordo de 12 empresas aéreas: R\$ 500.000,00 Total: R\$ 550.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Materiais promocionais produzidos (arte dos anúncios), doze veiculações em revistas de bordo. Resultados: Ampliação da notoriedade do Polo Turístico e aumento da demanda turística.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente II: Estratégia de Comercialização	
Área de atuação: Marketing e venda	
Ação 2.5: Rodadas internacionais de negócio	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Baixa qualificação e articulação empresarial para a formatação, marketing e comercialização de produtos turísticos na Área Turística. • Desarticulação dos roteiros turísticos no processo de promoção e comercialização. • Uso insuficiente de mídias sociais e a incorporação de novas tecnologias, inclusive como ferramentas de marketing nas empresas e nos destinos turísticos.
Estratégia geral	Fortalecimento da imagem e da identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Aproximar os destinos e o trade turístico ao mercado internacional por meio de processos organizados de negociação, comercialização e promoção entre fornecedores de serviços turísticos locais e compradores internacionais.
Justificativa	Eventos empresariais, feiras e exposições contribuem para aproximar compradores e vendedores. As rodadas de negócio que acontecem durante os eventos internacionais possuem como principal característica a reunião de interesses específicos entre compradores e vendedores. As rodadas de negócios ocorrerão nos eventos internacionais dos principais polos emissores de turistas ao Brasil. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: formulação e produção de materiais (folhetos, cartilhas, catálogos, anúncios, etc.) e eventos promocionais (seminários, feiras, campanhas, workshops, etc.).
Descrição da ação	Planejamento, viabilização e organização de encontros empresariais em quatro rodadas de negócios em eventos internacionais. Concepção, aluguel e organização do espaço para stand do Polo Turístico nos eventos internacionais. Participação de cinco empresários de turismo de cada segmento-meta em uma rodada de negócio em eventos internacionais. Monitoramento dos resultados das rodadas de negócio por 12 meses.
Custo Estimado	Consultoria no planejamento e organização da participação dos empresários nas rodadas de negócio: R\$ 100.000,00 Passagens aéreas para dez empresários: R\$ 100.000,00 Hospedagem para dez empresários: R\$ 70.000,00 Compra de espaço e organização do stand (local com 100m ²): R\$ 150.000,00 Monitoramento dos resultados: R\$ 80.000,00 Total: R\$ 500.000,00
Produtos e resultados	Produto: Participação de cinco empresários em uma rodada de negócio de cada segmento-meta (Ecoturismo e Turismo Cultural), com elaboração de relatórios e análise de resultados. Resultados: Maior envolvimento e profissionalização dos empresários no processo de comercialização; aumento da comercialização dos produtos turísticos do Polo.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Pirai do Sul.
Financiamento	PRODETUR: R\$ 180.000,00 Outras fontes: R\$ 320.000,00

5.1.3 Ações do Componente 3 – Fortalecimento Institucional

Segundo o ROP do Prodetur, este componente “integrará ações orientadas a fortalecer a institucionalidade turística, por meio de mecanismos de gestão e coordenação em âmbito federal, estadual, local e do setor privado, e do apoio à gestão turística estadual e municipal (reestruturação de processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica).”

Serão passíveis de financiamento as atividades.

- a) Estabelecimento de mecanismos de gestão e coordenação interinstitucionais e público-privada no nível de destinos (*Destination Management Organizations*).
- b) Elaboração de propostas ou atualização de normas turísticas e definição de competências das autoridades de turismo nos diferentes níveis de governo.
- c) Desenvolvimento de contas satélite em turismo (nacional, regionais, sistemas de estatísticas, sistemas de informação e observatórios turísticos).
- d) Levantamento de linhas base de referência para os indicadores estratégicos.
- e) Sistemas de acompanhamento de programas e de políticas de investimento público no setor.
- f) Apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal (atividades de reengenharia de processos de gestão turística e ambiental; assistência técnica para administrar obras turísticas sob sua jurisdição; cursos de treinamento para capacitar profissionais nas áreas de planejamento, gestão e monitoramento da atividade turística, e sensibilização de comunidades locais sobre os benefícios e riscos da atividade turística).
- g) Consolidação de órgãos consultivos e de coordenação com o setor (conselhos de turismo, fóruns, etc.).

Componente III: Fortalecimento Institucional	
Área de atuação: Qualificação	
Ação 3.1: Qualificação da Gestão Pública do Turismo	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Deficiências de investimento na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos, tanto em nível laboral como patronal. Desarticulação das instâncias de governança da Área Turística e fraca interlocução com outras instâncias regionais. Estruturas municipais de processos, pessoal, físicas e de qualificação inadequadas à gestão pública da atividade. Orçamentos destinados à pasta de turismo são reduzidos, resumindo-se a poucas ações efetivas. Pouca participação efetiva da comunidade local e da iniciativa privada nas decisões sobre o turismo nas cidades, além da inexistência, em alguns municípios, de Conselhos e Fundos Municipais de Turismo atuantes. Baixa qualificação dos membros das instâncias de governança para a gestão das regiões turísticas. Novas tecnologias disponíveis para a gestão pública do turismo. Estruturas inadequadas para captação de recursos junto ao Governo Federal.
Estratégia geral	Fortalecer e qualificar as instâncias de governança regionais – Associação dos Municípios dos Campos Gerais/AMCG, Fórum Metropolitano de Turismo/FMT, além das instâncias administrativas municipais, possibilitando a formulação e implementação de políticas de turismo, e o desenvolvimento socioeconômico baseado nos princípios da sustentabilidade.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Melhorar a gestão pública do turismo e a qualidade da prestação de serviços públicos na cadeia produtiva do turismo e fortalecer as instâncias de governança.
Justificativa	<p>A reestruturação dos processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica das instâncias de governança e das estruturas administrativas municipais de turismo, permitirá agilizar e ampliar as ações de planejamento e operacionalização das políticas públicas para o setor e consequentemente aumentar a efetividade das instâncias de governança</p> <p>Como consequência, haverá a criação e padronização de instrumentos de monitoramento do desempenho da atividade turística nos municípios, o que permitirá realimentar as ações de planejamento.</p> <p>A ação tem interface com as ações 2.2 (Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal) e 2.3 (Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico).</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal.</p>
Descrição da ação	<p>Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para os órgãos de turismo dos municípios do Polo Turístico.</p> <p>Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para as instâncias de governança e grupo gestor do Polo Turístico.</p> <p>Elaborar o projeto pedagógico do programa permanente de qualificação dos gestores públicos do turismo nos aspectos de conhecimento, experiências e oportunidades de novas tecnologias para a gestão pública.</p> <p>Formar multiplicadores em gestão do turismo, elaboração e gestão de projetos em turismo e captação de recursos públicos.</p> <p>Qualificação de técnicos da gestão pública do turismo e membros das instâncias de governança pelos multiplicadores.</p>
Custo Estimado	<p>Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para os órgãos de turismo dos municípios do Polo Turístico: 13 x R\$ 50.000,00 = R\$ 650.000,00</p> <p>Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para as instâncias de governança e grupo gestor do Polo Turístico: R\$ 150.000,00</p> <p>Projeto pedagógico do programa permanente de qualificação dos gestores públicos do turismo: R\$ 30.000,00</p> <p>Formação dos 13 multiplicadores: 130h x R\$ 100,00 h/a = R\$ 13.000,00</p> <p>Qualificar gestores públicos e membros das instâncias de governança (carga horária de 160h): R\$170.000,00</p> <p>Módulo 1 – Planejamento e gestão do turismo</p> <p>Módulo 2 – Elaboração e gestão de projetos de turismo</p> <p>Módulo 3 – Captação de recursos e investimentos para o turismo</p> <p>Módulo 4 – Uso das novas tecnologias em comunicação no turismo</p>

	Total: R\$ 1.013.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Softwares, equipamentos e mobiliários adquiridos e instalados nos órgãos de turismo municipais e instâncias de governança; projeto pedagógico do programa permanente de qualificação dos gestores públicos do turismo elaborado; 13 multiplicadores formados; gestores públicos do turismo qualificados; membros das instâncias de governança qualificados. Resultados: Instâncias de governança fortalecidas e gestores públicos melhor capacitados para atuação na atividade.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.
Financiamento	PRODETUR

Componente III: Fortalecimento Institucional											
Área de atuação: Planejamento e gestão											
Ação 3.2: Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística											
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Baixo índice de monitoramento da atividade turística. • Desarticulação das instâncias de governança da Área Turística e fraca interlocução com outras instâncias regionais. • Estruturas municipais de processos, pessoal, físicas e de qualificação inadequadas à gestão pública da atividade. • Dificuldade no reconhecimento dos principais mercados emissores de turistas com base nos estudos de marketing. • Reconhecimento superficial do posicionamento no mercado por parte da Área Turística. • Ações de sensibilização para sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. • Baixa qualificação dos membros das instâncias de governança para a gestão das regiões turísticas. • Novas tecnologias disponíveis para a gestão pública do turismo. 										
Estratégia geral	Fortalecer e qualificar as instâncias de governança regionais – Associação dos Municípios dos Campos Gerais/AMCG, Fórum Metropolitano de Turismo/FMT, além das instâncias administrativas municipais, possibilitando a formulação e implementação de políticas de turismo, e o desenvolvimento socioeconômico baseado nos princípios da sustentabilidade.										
Detalhamento da ação											
Objetivo	Ampliar e melhorar o monitoramento da atividade turística por meio da qualificação da gestão pública e do fomento a pesquisas em turismo, permitindo a complementação dos indicadores necessários a Linha de Base.										
Justificativa	Uma das principais dificuldades na gestão do turismo é a criação de uma base segura e permanente de informações, ou seja, do monitoramento da atividade com pesquisas. A criação de um sistema integrado de monitoramento da atividade turística possibilitará o acompanhamento do desempenho do setor bem como da dinâmica da cadeia produtiva do turismo, até porque existe a necessidade de criação e definição da Linha de Base para monitoramento das ações do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, permitindo a partir daí, uma série de ações de gestão- Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal e levantamento das linhas de base.										
Descrição da ação	Ampliação dos indicadores de monitoramento da atividade turística de forma a permitir adequação à Linha de Base do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, a partir dos seguintes itens: Desenvolvimento de software de monitoramento do mercado turístico que permita cadastrar e tratar informações de séries históricas das pesquisas de demanda turística e do comportamento da oferta turística, tais como número de empreendimentos, empregos gerados, arrecadação de impostos etc. Qualificação dos gestores públicos para a gestão do software e inserção de informações, bem como para monitoramento da atividade turística e o uso das informações na definição de políticas para o setor. Adequação de estrutura física para o monitoramento da atividade turística, com móveis e equipamentos capazes de cumprir o objetivo da ação. Desenvolvimento da base de informações de monitoramento, por meio das pesquisas junto ao mercado turístico.										
Custo Estimado	<table> <tr> <td>Desenvolvimento de Software</td> <td>200.000,00</td> </tr> <tr> <td>Implantação de estrutura tecnológica</td> <td>425.000,00</td> </tr> <tr> <td>Desenvolvimento da base de informações de monitoramento</td> <td>300.000,00</td> </tr> <tr> <td>Operacionalização do Monitoramento</td> <td>500.000,00</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1.425.000,00</td> </tr> </table>	Desenvolvimento de Software	200.000,00	Implantação de estrutura tecnológica	425.000,00	Desenvolvimento da base de informações de monitoramento	300.000,00	Operacionalização do Monitoramento	500.000,00	Total	1.425.000,00
Desenvolvimento de Software	200.000,00										
Implantação de estrutura tecnológica	425.000,00										
Desenvolvimento da base de informações de monitoramento	300.000,00										
Operacionalização do Monitoramento	500.000,00										
Total	1.425.000,00										
Produtos e resultados	Produtos: Sistema de monitoramento do turismo implantando e em operação; estruturas implantadas nos 13 municípios prioritizados; gestores públicos do turismo qualificados; relatórios de monitoramento divulgados ao trade turístico. Resultados: melhoria do sistema de monitoramento, incremento dos processos de gestão do turismo.										
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul.										
Financiamento	PRODETUR										

5.1.4 Ações do Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos

Segundo o ROP, “este componente integrará todos os investimentos em infraestrutura e de serviços não vinculados diretamente a produtos turísticos, mas necessários para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele (infra-estrutura de acesso e transporte) e satisfazer as necessidades básicas do turista durante sua estada, em termos de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança.”

O componente compreende o financiamento de estudos técnicos e de viabilidade, estudos ambientais, projetos e construção de obras e aquisição de bens, relacionados às atividades.

- a) Reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso.
- b) Construção de portos, atracadouros e estruturas afins.
- c) Melhoria / construção de terminais de passageiros (terrestres, marítimos ou fluviais).
- d) Construção e melhoria de aeroportos estaduais e municipais.
- e) Infraestrutura de abastecimento de água, esgotamento sanitário e saneamento básico.
- f) Sistemas de drenagem urbana.
- g) Sistemas de tratamento e disposição final de resíduos sólidos, incluindo aterros sanitários.
- h) Segurança turística, serviços de atendimento médico (primeiros socorros), sistemas de evacuação frente a emergências.

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 4.1: Pavimentação da Estrada da Graciosa	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes. • Curitiba, polo da RMC, tem fácil acesso tanto para a região dos Campos Gerais quanto para o Litoral. • Colapso no sistema de trânsito da capital e entorno. • Pontos críticos de congestionamento e tráfego que interferem no deslocamento do turista na Área Turística. • Ligação da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais com a Área Turística Litoral por meio das Unidades de Conservação na Serra do Mar e da Estrada da Graciosa, possibilitando futuro trabalho integrado.
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Ampliar e melhorar a mobilidade turística entre os dois Polos Turísticos (Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais e Litoral) e transformar os recursos paisagísticos em produtos consolidados.
Justificativa	A Estrada da Graciosa inaugurada em 1873 se destaca como um atrativo para os dois Polos Turísticos por ela interligados. O trecho a ser pavimentado por esta ação é o início da estrada, que se encontra em leito natural. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso.
Descrição da ação	Pavimentação do trecho em leito natural, acostamento, construção de ciclovia em parte do trecho asfaltado, contratação dos projetos de pontos de paradas de ônibus, portais e do projeto de tematização da estrada.
Custo Estimado	Estrada da Graciosa: Pavimentação do trecho em leito natural, iluminação e acostamento (trecho já financiado) R\$ 16.916.886,92 + R\$ 112.585,92 Total: R\$ 17.029.472,84
Produtos e resultados	Produtos: Estrada da Graciosa pavimentada. Resultados: Melhoria da satisfação dos usuários, maior conforto e segurança aos usuários.
Área de Impacto imediato	Quatro Barras
Financiamento	PRODETUR: R\$ 16.916.886,92 Prefeitura Municipal de Quatro Barras: R\$ 112.585,92

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 4.2: Readequação rodoviária do trecho urbano da BR 277 em Campo Largo	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Curitiba, polo da RMC, tem fácil acesso tanto para a região dos Campos Gerais quanto para o Litoral. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários dentro da Área Turística (BR 277/376/116) • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes. • Colapso no sistema de trânsito da capital e entorno. • Pontos críticos de congestionamento e tráfego que interferem no deslocamento do turista na Área Turística.
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Minimizar os conflitos do tráfego rodoviário no perímetro urbano de Campo Largo, única via de acesso entre Curitiba e Campos Gerais.
Justificativa	Tal projeto rodoviário faz parte das discussões do planejamento regional há mais de uma década. O local é considerado de grande conflito de tráfego rodoviário no acesso da região dos Campos Gerais à Curitiba. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso.
Descrição da ação	Readequação rodoviária (com melhor definição de geometria de vias e rodovia) em trecho urbano de Campo Largo com extensão de 5 Km Construção de duas trincheiras no cruzamento das vias Ademar de Barros e Caetano Munhoz da Rocha com a BR 277, em Campo Largo.
Custo Estimado	Implantação de trincheiras: 2 x R\$ 12.000.000,00 Total: R\$ 24.000.000,00
Produtos e resultados	Produtos: Projeto de engenharia e implantação da obra Resultados: Melhoria do tráfego rodoviário, ampliação da satisfação dos turistas/usuários.
Área de Impacto imediato	Polo Turístico (Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul) do ponto de vista da integração do turismo e Campo Largo em particular do ponto de vista das questões intraurbanas.
Financiamento	Outras fontes.

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 4.3: Melhoria das instalações do Aeroporto Internacional Afonso Pena	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Aeroporto Internacional Afonso Pena necessita ampliação do terminal de passageiros, implantação da terceira pista e ILS3. • Aeroporto Internacional Afonso Pena em seu limite de capacidade operacional. • Localização do Aeroporto Internacional Afonso Pena na Área Turística, representando o principal portão de entrada do Estado. • Realização da Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016, fomentando os investimentos no turismo.
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Ampliar a capacidade de atendimento do Aeroporto Internacional Afonso Pena, sobretudo do conforto das salas de embarque e desembarque, <i>check in</i> e adequações tecnológicas que possibilitem pousos e decolagens com baixa visibilidade.
Justificativa	O Aeroporto Internacional Afonso Pena é o principal portão de entrada de turistas ao Polo Turístico. Com o barateamento das passagens aéreas e o aumento da renda da população, os terminais de passageiros apresentam-se sobrecarregados e operando além de seus limites. A melhoria das condições de atendimento, além da implantação de ferramentas de tecnologia ampliará a capacidade de atendimento e operação do aeroporto, contribuindo para ampliação do fluxo de passageiros e visitantes ao Polo Turístico e aumentando a satisfação dos usuários do terminal.
Descrição da ação	Instalação de equipamento ILS3. Adequação do terminal de passageiros, área de embarque e desembarque. Ampliação do estacionamento de veículos.
Custo Estimado	Total: R\$ 140.000.000,00
Produtos e resultados	Produto: Aeroporto Internacional Afonso Pena com capacidade de atendimento ampliada e sistema operacional ILS 3 implantado. Resultados: Melhoria no atendimento de passageiros, ampliação do número de voos, diminuição do atraso e cancelamento de voos no inverno em situações de baixa visibilidade.
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Pirai do Sul.
Financiamento	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuárias – INFRAERO.

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos	
Área de atuação: Desenvolvimento de produto	
Ação 4.4: Qualificação rodoviário-paisagístico da PR 340	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Agregar atrativos importantes ao longo de um eixo que conta com unidade histórica e patrimonial (Ex: Caminho das Tropas). • Malha rodoviária ampla e de boa qualidade. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários dentro da Área Turística (BR277/376/116). • Sinalização turística insuficiente nas rodovias da Área Turística. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes.
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Ofertar mais um atrativo no Polo Turístico, hoje utilizado apenas como eixo rodoviário.
Justificativa	<p>A PR 340 é o principal acesso para a UC mais importante da região (Parque Estadual do Guartelá). Além de ser o principal acesso, a estrada tem um grande apelo turístico por sua beleza cênica, seu traçado singular e seu trajeto às margens da Escarpa Devoniana, que constitui o Cânion do Guartelá.</p> <p>Hoje, o cenário que se apresenta ainda é de preservação da paisagem, porém, sujeita a pressão pela ocupação, indicando um cenário de possível degradação. Para se utilizar o potencial turística da estrada, é necessária a sua caracterização como estrada turística com a implantação de sinalização e mirantes ao longo do trecho em que a estrada margeia o Cânion do Guartelá.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso.</p>
Descrição da ação	<p>Elaboração do plano de uso do solo e de paisagem para o trecho rodoviário em questão.</p> <p>Projeto de sinalização (já previsto em ação anterior 1.16).</p> <p>Projeto de implantação de belvederes com acesso a turistas com mobilidade reduzida.</p> <p>Construção de três belvederes.</p>
Custo Estimado	Total: R\$ 500.000,00
Produtos e resultados	<p>Produtos: Plano de uso do solo e de paisagem elaborados; projeto de belvederes elaborado; três belvederes construídos.</p> <p>Resultados: Aumento da atratividade da rodovia de acesso ao Parque Estadual do Guartelá, aumento do fluxo de turistas na região.</p>
Área de Impacto imediato	Castro e Tibagi.
Financiamento	PRODETUR

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos						
Área de atuação: Infraestrutura						
Ação 4.5: Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos Terminais Rodoviários						
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestrutura deficiente de alguns terminais rodoviários da Área Turística (acessibilidade e conforto). • Malha rodoviária ampla e de boa qualidade. • Prejuízo à imagem da Área Turística por eventuais problemas de acesso, sinalização e transportes. • Existência dos principais entroncamentos rodoviários dentro da Área Turística (BRs 277/376/116). 					
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.					
Detalhamento da ação						
Objetivo	Ampliar a capacidade de atendimento dos terminais rodoviários, sobretudo do conforto no embarque e desembarque e demais estruturas (sanitários, lanchonetes, entre outros).					
Justificativa	<p>Deve-se implementar melhorias significativas em alguns terminais de passageiros para que o transporte coletivo de turistas possa ser realizado dentro de padrões mínimos de qualidade e conforto, contribuindo assim para a formação de uma imagem positiva do Polo Turístico.</p> <p>Para a reforma dos terminais rodoviários devem ser considerados os seguintes parâmetros: a) deficiência da estrutura arquitetônica e de acesso a usuários com mobilidade reduzida e b) uso possível ou real pelos turistas para acesso aos atrativos.</p> <p>Considera-se desejável para o uso turístico que os terminais de embarque/desembarque sejam dotados de sistema viário adequado para acesso, praça de alimentação e serviços. Quanto a acessibilidade aos turistas com mobilidade reduzida, os terminais devem contar com os seguintes elementos: rampas de acesso, corrimão, adesivos antiderrapantes nos degraus e rampas, informações em Braille, sistema sonoro de embarque e desembarque e sanitários adaptados.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: melhoria / construção de terminais de passageiros (terrestres, marítimos ou fluviais).</p>					
Descrição da ação	Elaboração e implantação dos projetos de reforma e adequação dos terminais rodoviários de Castro, Lapa, Pirai do Sul, Tibagi e Quatro Barras.					
Custo Estimado	Município	Dimensões do Terminal Rodoviário m	Área do Terminal Rodoviário m ²	Valor da obra R\$ milhões	Projeto arquitetônico (R\$ milhares)	Total R\$ milhões
	Castro	90 X 20	1.800	2.700	135	2.835
	Lapa	22 X 38	836	1.254	63	1.317
	P. do Sul	29 X 39	1.097	1.645	82	1.728
	Tibagi	30 X 25	750	1.125	56	1.180
	Q. Barras	45 X15	675	1.012	50	1.063
	Total		5.158	7.736	386	8.123
Total: R\$ 8.123.000,00						
Produtos e resultados	<p>Produto: Projetos e reformas dos terminais de passageiros realizados.</p> <p>Resultados: Melhoria da satisfação dos turistas, incentivo e aumento ao deslocamento rodoviário por transporte coletivo intermunicipal.</p>					
Área de Impacto imediato	Castro, Lapa, Pirai do Sul, Tibagi, Quatro Barras (terminal metropolitano).					
Financiamento	PRODETUR (Castro e Lapa): R\$ 4.152.000,00 Outras fontes: R\$ 3.971.000,00					

Componente IV: Infraestrutura e Serviços Básicos	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 4.6: Ampliação de rede subterrânea de energia elétrica nos centros históricos da Lapa e Castro	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos, utilizando a diversidade de atrativos existentes. • Dificuldade em ampliar a notoriedade de seus produtos turísticos e torná-los competitivos. • Grau de conservação do patrimônio em especial na Lapa, Castro e Curitiba. • Existência de patrimônio cultural tombado pelo IPHAN na Área Turística. • Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate em Campo Largo; Fazenda Capão Alto em Castro; os centros históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio histórico de Curitiba. • Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. • Baixa consideração das legislações urbanísticas municipais com respeito ao entorno dos bens patrimoniais levando em muitos casos a uma descaracterização dos mesmos e contribuindo negativamente para o conceito de autenticidade tão importante ao turismo.
Estratégia geral	Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial o acesso, a acessibilidade e a mobilidade turística.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Valorizar o patrimônio arquitetônico e urbanístico dessas duas cidades, por meio de ações que permitam melhoria da paisagem cênica urbana de seus centros históricos.
Justificativa	Áreas de valor arquitetônico têm sido negligenciadas pela poluição visual de modo ostensivo. Tal poluição, quando advinda de redes de energia elétrica e de comunicação são "justificadas" pela necessidade básica dos serviços e também pelo alto custo de cabeamento subterrâneo. Em áreas de importância cênica histórica esses custos se mostram reduzidos frente aos ganhos na qualidade do atrativo. O aumento da satisfação dos turistas e do tempo de permanência, e o aproveitamento cênico para a produção de audiovisuais são alguns benefícios gerados pela ação. As duas cidades estão requerendo recursos do PAC Cidades Históricas. Esta ação possibilitará o desenvolvimento da ação 1.6 de melhoria e ampliação da iluminação cênica nos centros históricos da Lapa e Castro.
Descrição da ação	Elaboração de projeto elétrico e obra de cabeamento através de galerias subterrâneas nos setores históricos da Lapa e Castro.
Custo Estimado	Projeto elétrico e obra de cabeamento subterrâneo para Lapa, com seis mil metros de extensão: R\$ 3.000.000,00 (referência: R\$ 500.000,00 por km de obra). Projeto elétrico e obra de cabeamento subterrâneo para Castro, com 80 quadras ou seis mil metros, incluindo a antiga rua das Tropas: R\$ 3.000.000,00 (referência: R\$ 500.000,00 por km de obra). Total: R\$ 6.000.000,00
Produtos e resultados	Produto: Iluminação pública por meio de cabeamento subterrâneo implantado nos centros históricos de Lapa e Castro. Resultados: Melhoria da paisagem urbana dos centros históricos de Castro e Lapa.
Área de Impacto imediato	Castro e Lapa.
Financiamento	Outras fontes.

5.1.5 Ações do Componente 5 - Gestão Ambiental

Segundo o ROP do PRODETUR, “este componente será dirigido à proteção dos recursos naturais e culturais, que constituem a base da atividade turística, além de prevenir e minimizar os impactos ambientais e sociais que os diversos investimentos turísticos possam gerar. Dentre as ações previstas, estão incluídas a implantação de sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, entre outros.”

Serão passíveis de financiamento as atividades.

- a) Elaboração de propostas de normas ambientais complementares relacionadas à atividade turística.
- b) Desenvolvimento e implantação de projetos de recuperação ambiental de áreas degradadas de uso turístico potencial.
- c) Avaliações Ambientais Estratégicas de áreas turísticas selecionadas.
- d) Estudos de capacidade de carga e de limites aceitáveis de alteração e levantamento de linhas base de referência de indicadores ambientais.
- e) Sistemas de gestão ambiental para destinos e atividades turísticas.
- f) Estudos de impacto ambiental e social.
- g) Programas de sensibilização e gestão ambiental visando, entre outros aspectos: a conservação de recursos (água, energia), controle de ruídos; limpeza das praias e outros atrativos, reciclagem de resíduos.
- h) Zoneamento ambiental e implantação de APA.
- i) Elaboração de estratégias ambientais para os destinos (ex: agendas 21).
- j) Cursos de capacitação de gestores turísticos para proteção e gestão ambiental.

Componente V: Gestão ambiental	
Área de atuação: Planejamento e gestão	
Ação 5.1: Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e da Estrada da Graciosa	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de Unidades de Conservação e sua distribuição geográfica na Área Turística. • Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo na Área Turística. • Rica diversidade ambiental existente na Área Turística com aspectos geográficos, geológicos, vegetação, clima e fauna abundantes possibilitando a identificação de atrativos potenciais. • Crescimento do mercado de Ecoturismo, Turismo Rural e Turismo de Aventura no Brasil. • Ligação da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais com a Área Turística Litoral por meio das Unidades de Conservação na Serra do Mar e da Estrada da Graciosa, possibilitando futuro trabalho integrado. • Pouco uso turístico das Unidades de Conservação existentes. • Falta de estrutura de apoio ao turista nas Unidades de Conservação. • Ações de sensibilização para a sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. • Sistema de coleta de resíduos sólidos abrange os aglomerados urbanos – sede e distritos – e áreas rurais.
Estratégia geral	Implementação e monitoramento de medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Implantar sistemas de gestão ambiental nas Unidades de Conservação para o uso turístico sustentável.
Justificativa	<p>A existência de estudos referenciais do impacto da atividade turística nas Unidades de Conservação possibilita o estabelecimento de parâmetros adequados para o uso sustentável de atrativos naturais.</p> <p>A presença de turistas nas Unidades de Conservação pode colocar em risco seu potencial, não apenas para a atividade turística, mas igualmente, e principalmente, para todo o ambiente natural de importância singular.</p> <p>A permissão de atividades turísticas, assim como sua proibição, do ponto de vista legal, requer instrumentos referenciais que atestem uma ou outra posição governamental, seja de preservação, seja de permissão de uso e exploração.</p> <p>A necessidade da gestão ambiental nas Unidades de Conservação está prevista nos Planos de Manejo que serão revisados e executados, conforme ação 1.5.</p> <p>Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: elaboração de propostas de normas ambientais complementares relacionadas à atividade turística.</p>
Descrição da ação	<p>Elaborar projeto e implantar sistema de gestão ambiental para os Parques Estaduais do Guartelá e de Vila Velha.</p> <p>Elaborar projeto e implantar sistema de gestão de resíduos para o Parque Estadual do Pico do Marumbi e Estrada da Graciosa.</p> <p>Elaborar projeto de orientação aos visitantes das Unidades de Conservação e criação de três vídeos (filmes turísticos) para exibição aos visitantes dos Parques Estaduais do Guartelá, do Pico do Marumbi e de Vila Velha.</p>
Custo Estimado	<p>Elaboração e implantação de projetos de gestão ambiental (Parques Estaduais do Guartelá e de Vila Velha): R\$ 150.000,00</p> <p>Elaboração e implantação de sistema de gestão de resíduos (Parque Estadual do Pico do Marumbi e Estrada da Graciosa): R\$ 100.000,00</p> <p>Elaboração de quatro estudos de capacidade de suporte da paisagem (Parques Estaduais do Guartelá, do Pico do Marumbi, de Vila Velha, e Estrada da Graciosa): R\$ 200.000,00</p> <p>Elaboração de projeto de orientação aos visitantes das Unidades de Conservação e criação de três vídeos (filmes turísticos) (Parques Estaduais do Guartelá, do Pico do Marumbi e de Vila Velha): R\$ 250.000,00</p> <p>Total: R\$ 700.000,00</p>
Produtos e resultados	Produtos : Projetos de gestão ambiental implantados nos Parques Estaduais do Guartelá e Vila Velha, sistema de gestão de resíduos implantados no Parque Estadual do Pico do Marumbi e na Estrada da Graciosa, estudo de capacidade de suporte da paisagem implantados nos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e na Estrada da Graciosa, vídeos produzidos e veiculados produzido e divulgado nos Parques Estaduais do Guartelá, do Pico do Marumbi e de

	Vila Velha. Resultados: uso sustentável das Unidades de Conservação; melhoria sanitária e paisagística da Estrada da Graciosa.
Área de Impacto imediato	Tibagi, Ponta Grossa e Quatro Barras
Financiamento	PRODETUR: R\$ 300.000,00 Outras Fontes: R\$ 400.000,00

Componente 5: Gestão ambiental					
Área de atuação: Qualificação					
Ação 5.2: Programa de sensibilização ambiental nas escolas da rede pública de ensino do Polo Turístico					
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> Diversidade de atrativos naturais e culturais com relevância ao turismo na Área Turística. Rica diversidade ambiental existente na Área Turística com aspectos geográficos, geológicos, vegetação, clima e fauna abundantes possibilitando a identificação de atrativos potenciais. Ações de sensibilização para sustentabilidade ambiental pouco realizadas na Área Turística. Processos de degradação das APAs (queimadas, implantação de pastagens, exploração mineral, especulação imobiliária e turismo desordenado). Crescimento do mercado de ecoturismo, turismo rural e turismo de aventura no Brasil. Crescimento urbano no entorno das Unidades de Conservação. 				
Estratégia geral	Implementação e monitoramento de medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes.				
Detalhamento da ação					
Objetivo	Implantar programa de sensibilização ambiental para alunos da rede pública de ensino do Polo Turístico visando formar a consciência ambiental sobre o potencial da atividade turística em áreas naturais e os riscos deste uso.				
Justificativa	<p>A ação humana e o crescente processo de urbanização vem causando preocupantes alterações ambientais em todo o planeta. Essas alterações, sobretudo, sob as formas de urbanização, agricultura e consumo energético, vêm tomando proporções cada vez maiores, culminando com uma ameaça global a todos os ecossistemas e ao próprio homem. Temas como a racionalização do consumo, a produção de energias alternativas, consumo de alimentos orgânicos, destinação adequada dos resíduos e a prática da atividade turística de forma consciente são temas importantes para a mudança de atitude da sociedade em relação ao meio ambiente.</p> <p>A educação ambiental é uma das medidas fundamentais e, possivelmente, a mais importante forma de tentar reverter a situação de risco ambiental a longo prazo. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: programas de sensibilização e gestão ambiental visando, entre outros aspectos: a conservação de recursos (água, energia), controle de ruídos; limpeza das praias e outros atrativos, reciclagem de resíduos;.</p>				
Descrição da ação	<p>Elaboração do programa pedagógico (conteúdos técnicos, atividades práticas, melhores práticas, etc.).</p> <p>Elaboração do Material Didático e Promocional (folhetaria, site, álbum de figurinhas, etc.).</p> <p>Realização de palestras, reuniões e oficinas pedagógicas com professores e pedagogos do ensino fundamental nas escolas da rede pública de ensino dos municípios do Polo.</p> <p>Monitoramento do programa - evolução das ações por escola e melhores práticas nas escolas.</p>				
Custo Estimado	Material Didático para alunos				
	Município	Escolas Municipais*	Escolas Estaduais**	Total	Custo projeto
	Araucária	10.654	0	10.654	245.042,00
	Campo Largo	8.972	0	8.972	206.356,00
	Carambeí	1.817	0	1.817	41.791,00
	Castro	6.587	0	6.587	151.501,00
	Curitiba	88.821	5.078	93.899	2.159.677,00
	Lapa	3.638	0	3.638	83.674,00
	Pinhais	8.983	0	8.983	206.609,00
	Piraí do Sul	2.009	0	2.009	46.207,00
	Ponta Grossa	22.433	0	22.433	515.959,00
	Quatro Barras	1.529	0	1.529	37.767,00
	São José dos Pinhais	22.036	0	22.036	506.828,00
	Telêmaco Borba	4.806	0	4.806	110.538,00
	Tibagi	2.136	0	2.036	46.828,00
	Total	184.421	5.078	189.499	4.358.477,00
	Oficinas Pedagógicas nas escolas				
	Município	Escolas Municipais*	Escolas Estaduais**	Total	custo projeto
	Araucária	37	0	37	37.000,00
	Campo Largo	36	0	36	36.000,00
	Carambeí	6	0	6	6.000,00

	Castro	32	0	32	32.000,00
	Curitiba	172	10	182	182.000,00
	Lapa	32	0	32	32.000,00
	Pinhais	20	0	20	20.000,00
	Piraí do Sul	28	0	28	28.000,00
	Ponta Grossa	85	0	85	85.000,00
	Quatro Barras	6	0	6	6.000,00
	São José dos Pinhais	58	0	58	58.000,00
	Telêmaco Borba	23	0	23	23.000,00
	Tibagi	5	0	5	5.000,00
	Total	540	10	550	550.000,00
	Custos de Gestão				
	Ação				Valor
	Programa pedagógico				50.000,00
	Monitoramento do programa				50.000,00
	Total				100.000,00
	Total: 5.088.477,00				
Produtos e resultados	<p>Produto: Projeto pedagógico elaborado, material didático produzido e distribuído entre as escolas de ensino fundamental dos municípios do Polo, oficinas pedagógicas realizadas com os professores e equipe pedagógica das escolas participantes do programa, ações de sensibilização realizadas juntos aos alunos do ensino fundamental.</p> <p>Resultados: Programa implantado com a participação de escolas, professores e alunos.</p>				
Área de Impacto imediato	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambei e Piraí do Sul.				
Financiamento	PRODETUR: R\$ 550.000,00 Outras Fontes: R\$ 4.538.477,00				

Componente 5: Gestão ambiental	
Área de atuação: Infraestrutura	
Ação 5.3: Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca formatação de produtos turísticos utilizando a diversidade de atrativos. • Concentração do turismo na cidade de Curitiba, com pouca articulação entre atrativos e roteiros de outros municípios da Área Turística. • Grau de conservação do patrimônio em especial na Lapa, Castro e Curitiba. • Existência de patrimônio cultural tombado pelo IPHAN na Área Turística. • Singularidade de alguns bens patrimoniais: Museu do Mate em Campo Largo; Fazenda Capão Alto em Castro; os centros históricos da Lapa e Castro; e o patrimônio histórico de Curitiba. • Grau de deterioração de alguns imóveis patrimoniados. • Baixa consideração das legislações urbanísticas municipais com respeito ao entorno dos bens patrimoniais levando em muitos casos a uma descaracterização dos mesmos e contribuindo negativamente para o conceito de autenticidade tão importante ao turismo.
Estratégia geral	Implementação e monitoramento de medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes.
Detalhamento da ação	
Objetivo	Execução de Obras de Infraestrutura Turística a fim de qualificar o Circuito Histórico e Ambiental da Lapa
Justificativa	<p>O município da Lapa procura aumentar o tempo de permanência do turista na cidade; criando um circuito histórico-ambiental, tomando como base áreas de rios que necessitam ser preservadas ou recuperadas como a orla do Passo dos Neves e do Passo da Ronda, unindo as e criando dois parques lineares. Os córregos hoje estão gerando alagamento no acesso do município junto a BR 476, dificultando o acesso ao município principalmente nas épocas de chuva.</p> <p>Os visitantes terão a possibilidade de fazer um circuito que integra a entrada do município ao centro histórico por meio de parques lineares que serão criados para recuperar as duas áreas degradadas e subutilizadas.</p>
Descrição da ação	<p>Elaboração e implantação de projeto de obras de engenharia civil visando o controle das cheias do Córrego Passo dos Neves com implantação de galeria celular pré moldada retangular aberta com extensão de 1.753,86 metros</p> <p>Elaboração e implantação de projeto de obras de engenharia civil visando o controle das cheias do Córrego Passo da Ronda, com implantação de galeria pré moldada retangular fechada com extensão de 175,02 metros.</p> <p>Elaboração e implantação de projeto de paisagismo da Rua Barão dos Campos Gerais, Praça Bica do Pote e Parque dos Neves.</p> <p>Esta obra já está em fase de execução, com término previsto em jun/2011.</p>
Custo Estimado	TOTAL: R\$ 12.570.074,08
Produtos e resultados	Produtos: Obras de drenagem implantadas, paisagismo implantado. Resultados: Controle de cheias e circuito histórico-ambiental disponível para lazer e turismo.
Área de Impacto imediato	Lapa
Financiamento	PRODETUR: R\$ 7.818.372,60 Ministério da Integração Nacional: R\$ 4.500.000,00 Prefeitura Municipal da Lapa: R\$ 251.701,48

5.1.6 Ações por área de atuação

As ações foram identificadas por área de atuação e por área de impacto imediato, como tais.

- a) Ações de planejamento e gestão que privilegiam as atividades de caráter estratégico.
- b) Ações de desenvolvimento de produto que favorecem a criação de novos produtos ou a consolidação daqueles já existentes.
- c) Ações de qualificação destinadas a desenvolver habilidades, competências e expertise nos diferentes segmentos do turismo.
- d) Ações de infraestrutura que estão relacionadas aos elementos que sustentam a atividade turística, adequando-os ao uso sustentável.
- e) Ações de marketing e venda são aquelas que possibilitam a promoção e comercialização dos produtos e do Polo Turístico.

Quadro 88 – Dimensionamento do investimento total

continua

N	Ação	Componente	Área de atuação	Área de impacto imediato
1.1	Revitalização da Torre Panorâmica de Curitiba	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Curitiba
1.2	Melhoria da Estrutura de Recepção Turística das UCs	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Castro, Lapa, Quatro Barras, Ponta Grossa e Tibagi
1.3	Melhoria da Estrutura de Recepção Turística de Atrativos Destacados	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba
1.4	Levantamento e Divulgação de Boas Práticas em Turismo	Estratégia de produto turístico	Planejamento e gestão	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.5	Revisão e execução dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação	Estratégia de produto turístico	Planejamento e gestão	Lapa, Ponta Grossa, Tibagi, Quatro Barras e Castro.
1.6	Melhoria e ampliação da iluminação cênica no Centro Histórico da Lapa e de Castro	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Castro e Lapa
1.7	Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura	Estratégia de produto turístico	Qualificação	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.8	Consolidação da Rota dos Tropeiros como Produto Turístico	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Ponta Grossa, Castro, Telêmaco Borba, Lapa, Campo Largo, Tibagi, Carambeí, Piraí do Sul
1.9	Fortalecimento e integração de roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão como produto turístico	Estratégia de produto turístico	Qualificação	Curitiba, São José dos Pinhais, Quatro Barras, Pinhais, Lapa, Campo Largo e Araucária
1.10	Fomento e Apoio Empresarial para o Turismo	Estratégia de produto turístico	Planejamento e gestão	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.11	Valorização Cultural e Artística do Polo Turístico	Estratégia de produto turístico	Qualificação	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.12	Programa de Qualificação Profissional em Turismo	Estratégia de produto turístico	Qualificação	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.13	Apoio à Qualificação dos Museus	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Araucária, Campo Largo, Lapa, Castro, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi
1.14	Implantação da Sinalização Turística de Curitiba	Estratégia de produto turístico	Infraestrutura	Curitiba
1.15	Implantação de Sinalização Turística do Polo Turístico	Estratégia de produto turístico	Infraestrutura	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul

N	Ação	Componente	Área de atuação	Área de impacto imediato
1.16	Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta	Estratégia de produto turístico	Marketing e venda	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
1.17	Revitalização do Passeio Público de Curitiba	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Curitiba
1.18	Implantação do Circuito Turístico de Pedestres em Curitiba	Estratégia de produto turístico	Desenvolvimento de produto	Curitiba
2.1	Implantação de Totens de Informações Turísticas	Estratégia de comercialização	Desenvolvimento de produto	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.2	Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal	Estratégia de comercialização	Desenvolvimento de produto	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.3	Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	Estratégia de comercialização	Marketing e venda	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.4	Elaboração de Material Promocional para divulgação do Polo em grandes eventos	Estratégia de comercialização	Marketing e venda	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.5	Rodadas Internacionais de Negócio	Estratégia de comercialização	Marketing e venda	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
3.1	Qualificação da Gestão Pública do Turismo	Fortalecimento institucional	Qualificação	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
3.2	Implantação de Sistema de Monitoramento da Atividade Turística	Fortalecimento institucional	Planejamento e gestão	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa	Infraestrutura e serviços básicos	Infraestrutura	Quatro Barras
4.2	Readequação rodoviária do trecho urbano da BR 277 em Campo Largo	Infraestrutura e serviços básicos	Infraestrutura	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul do ponto de vista da integração do turismo e Campo Largo, em particular, do ponto de vista das questões intraurbanas
4.3	Melhoria das instalações do Aeroporto Internacional Afonso Pena	Infraestrutura e serviços básicos	Infraestrutura	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
4.4	Qualificação Rodoviário Paisagístico da PR 340	Infraestrutura e serviços básicos	Desenvolvimento de produto	Castro e Tibagi
4.5	Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos Terminais Rodoviários	Infraestrutura e serviços básicos	Infraestrutura	Castro, Lapa, Pirai do Sul, Tibagi, Quatro Barras
4.6	Ampliação da Rede Subterrânea de Energia Elétrica dos Centros Históricos da Lapa e de Castro	Infraestrutura e serviços básicos	Infraestrutura	Castro e Lapa
5.1	Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e da Estrada da Graciosa	Gestão ambiental	Planejamento e gestão	Tibagi, Ponta Grossa e Quatro Barras
5.2	Programa de sensibilização ambiental nas escolas da rede pública de ensino do Polo Turístico	Gestão ambiental	Qualificação	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
5.3	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	Gestão ambiental	Infraestrutura	Lapa

Fonte: FAUEPG, 2011.

Apresenta-se a seguir a distribuição das ações por cada uma das cinco áreas de atuação, percebendo um equilíbrio das proposições.

Observa-se que um terço das ações concentra-se na área de desenvolvimento de produto, o que confirma uma das percepções do diagnóstico que aponta para uma insuficiência de produtos formatados apesar da grande diversidade de atrativos existente no Polo Turístico.

Em segundo lugar, o maior número de ações concentra-se na área de infraestrutura, justamente aquelas que dão suporte e estruturação aos atrativos para que estejam aptos ao uso turístico sustentável. Destas ações, metade destina-se a implementar a segurança e o conforto dos turistas, as demais ações visam oferecer maior mobilidade rodoviária dentro do Polo Turístico e fornecer a infraestrutura que antecede a formatação ou que confere melhorias a produtos já formatados.

As ações de qualificação atendem a necessidade de melhorar a qualidade dos serviços prestados no Polo, excetuando-se Curitiba, onde a avaliação dos serviços é boa. Visam também qualificar gestores públicos de forma complementar às ações de planejamento e gestão. Por fim, há uma ação educacional destinada à comunidade, alunos e professores de escolas públicas com o objetivo de aumentar a conscientização e promover atitudes de respeito ao meio ambiente.

A seguir, as ações de planejamento e gestão são respostas à dificuldade observada na atuação dos gestores públicos e privados gerenciamento e desenvolvimento da atividade, com maior ênfase na qualificação dos gestores públicos de turismo na expectativa de desenvolver um perfil estratégico na atuação do planejamento e monitoramento do turismo como atividade econômica indutora do desenvolvimento.

Na área de marketing e venda estão previstas três ações direcionadas aos segmentos-meta, possibilitando o conhecimento do mercado, estimulando a formatação de produtos e negociação empresarial; e também duas ações que contribuem para a distribuição dos produtos turísticos aos usuários finais (turistas).

Quadro 89 – Dimensionamento do investimento total

Área de atuação	Quantidade	Ações
Planejamento e gestão	5	1.4; 1.5; 1.10; 3.2; 5.1
Desenvolvimento de produto	11	1.1; 1.2; 1.3; 1.6; 1.8; 1.13; 1.18; 1.19; 2.1; 2.2; 4.4
Qualificação	6	1.7; 1.9; 1.11; 1.12; 3.1; 5.2
Infraestrutura	8	1.15; 1.16; 4.1; 4.2; 4.3; 4.5; 4.6; 5.3
Marketing e venda	4	1.17; 2.3; 2.4; 2.5

Fonte: FAUEPG, 2011.

5.2 DIMENSIONAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL

A quantificação dos investimentos necessários para a execução das ações propostas para o Polo Turístico é apresentada a seguir por valor a ser financiado pelo PRODETUR, valor de outras fontes de financiamento, valor total em moeda nacional (Real) e valor total em dólar. Além disso, os valores estão totalizados por componente.

Tabela 24 – Dimensionamento do investimento total

continua

N	Ação	Valor PRODETUR (R\$)	Valor outras fontes (R\$)	Valor Total (R\$)	Valor Total (US\$)	Área de impacto
Componente 1: Estratégia de Produto Turístico						
1.1	Revitalização da Torre Panorâmica de Curitiba	500.000,00	0,00	500.000,00	299.222,02	Curitiba
1.2	Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação	0,00	4.854.150,00	4.854.150,00	2.904.937,16	Castro, Lapa, Quatro Barras, Ponta Grossa e Tibagi
1.3	Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados	2.275.000,00	0,00	2.275.000,00	1.361.460,20	Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba
1.4	Levantamento e divulgação de boas práticas em turismo	200.000,00	0,00	200.000,00	119.688,81	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.5	Revisão e execução dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação	0,00	1.949.600,00	1.949.600,00	1.166.726,51	Lapa, Ponta Grossa, Tibagi, Quatro Barras e Castro.
1.6	Melhoria e ampliação da iluminação cênica no Centro Histórico da Lapa e de Castro	0,00	2.480.000,00	2.480.000,00	1.484.141,23	Castro e Lapa
1.7	Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura	440.000,00	0,00	440.000,00	263.315,38	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.8	Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico	820.000,00	0,00	820.000,00	490.724,12	Ponta Grossa, Castro, Telêmaco Borba, Lapa, Campo Largo, Tibagi, Carambeí, Piraí do Sul
1.9	Fortalecimento e integração de roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão	820.000,00	0,00	820.000,00	490.724,12	Curitiba, São José dos Pinhais, Quatro Barras, Pinhais, Lapa, Campo Largo e Araucária
1.10	Fomento e apoio empresarial para o turismo	395.000,00	11.700.000,00	12.095.000,00	7.238.180,73	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.11	Valorização cultural e artística do Polo Turístico	441.000,00	0,00	441.000,00	263.913,82	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.12	Programa de qualificação profissional em turismo	0,00	900.000,00	900.000,00	538.599,64	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
1.13	Apoio à qualificação dos museus	540.000,00	0,00	540.000,00	323.159,78	Araucária, Campo Largo, Lapa, Castro, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi

continua

N	Ação	Valor PRODETUR (R\$)	Valor outras fontes (R\$)	Valor Total (R\$)	Valor Total (US\$)	Área de impacto
1.14	Implantação da sinalização turística de Curitiba	1.000.000,00	0,00	1.000.000,00	598.444,05	Curitiba
1.15	Implantação de sinalização turística no Polo Turístico	2.050.000,00	0,00	2.050.000,00	1.226.810,29	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
1.16	Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta	310.000,00	0,00	310.000,00	185.517,65	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
1.17	Revitalização do Passeio Público de Curitiba	9.000.000,00	0,00	9.000.000,00	5.385.996,41	Curitiba
1.18	Implantação do circuito turístico de pedestres em Curitiba	500.000,00	0,00	500.000,00	299.222,02	Curitiba
Sub Total Componente 1 - Estratégia de produto turístico		19.291.000,00	21.883.750,00	41.174.750,00	24.640.783,96	
Componente 2: Estratégia de Comercialização						
2.1	Implantação de totens de informações turísticas	320.000,00	0,00	320.000,00	191.502,09	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.2	Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal	100.000,00	0,00	100.000,00	59.844,40	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.3	Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	200.000,00	100.000,00	300.000,00	179.533,21	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.4	Elaboração de material promocional para divulgação do Polo em grandes eventos	550.000,00	0,00	550.000,00	329.144,23	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
2.5	Rodadas internacionais de negócio	180.000,00	320.000,00	500.000,00	299.222,02	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Pirai do Sul
Sub Total Componente 2 - Estratégia de Comercialização		1.350.000,00	420.000,00	1.770.000,00	1.059.880,24	

conclusão

N	Ação	Valor PRODETUR (R\$)	Valor outras fontes (R\$)	Valor Total (R\$)	Valor Total (US\$)	Área de impacto
Componente 3: Fortalecimento Institucional						
3.1	Qualificação da gestão pública do turismo	1.013.000,00	0,00	1.013.000,00	606.223,82	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
3.2	Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística	1.425.000,00	0,00	1.425.000,00	852.782,76	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
	Sub Total Componente 3 - Fortalecimento Institucional	2.438.000,00	0,00	2.438.000,00	1.459.880,24	
Componente 4: Infraestrutura e Serviços Básicos						
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa	16.916.886,92	112.585,92	17.029.472,84	10.191.186,62	Quatro Barras
4.2	Readequação rodoviária do trecho urbano da BR 277 em Campo Largo	0,00	24.000.000,00	24.000.000,00	14.362.657,09	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul do ponto de vista da integração do turismo e Campo Largo, em particular, do ponto de vista das questões intraurbanas
4.3	Melhoria das instalações do Aeroporto Internacional Afonso Pena	0,00	140.000.000,00	140.000.000,00	83.782.166,37	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
4.4	Qualificação rodoviário paisagístico da PR 340	500.000,00	0,00	500.000,00	299.222,02	Castro e Tibagi
4.5	Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos Terminais Rodoviários	4.152.000,00	3.971.000,00	8.123.000,00	4.861.160,98	Castro, Lapa, Piraí do Sul, Tibagi, Quatro Barras
4.6	Ampliação da rede subterrânea de energia elétrica nos centros históricos da Lapa e de Castro	0,00	6.000.000,00	6.000.000,00	3.590.664,27	Castro e Lapa
	Sub Total Componente 4 - Infraestrutura e Serviços Básicos	21.568.886,92	174.083.585,92	195.652.472,84	117.157.169,37	
Componente 5: Gestão Ambiental						
5.1	Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e da Estrada da Graciosa	300.000,00	400.000,00	700.000,00	418.910,38	Tibagi, Ponta Grossa e Quatro Barras
5.2	Programa de sensibilização ambiental nas escolas da rede pública de ensino do Polo Turístico	550.000,00	4.538.477,00	5.088.477,00	3.045.168,76	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
5.3	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	7.818.372,60	4.751.701,48	12.570.074,08	7.522.485,98	Lapa
	Sub Total Componente 5 -Gestão Ambiental	8.668.372,60	9.690.178,48	18.358.551,08	10.993.144,36	
TOTAL PDITS CRMCG		53.316.259,52	206.077.514,40	259.393.773,92	155.232.659,44	

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: (cotação em 19/01/2011: US\$1.00 = R\$1,67)

5.3 SELEÇÃO E PRIORIZAÇÃO DAS AÇÕES

Foram priorizadas as ações a serem financiadas pelo PRODETUR considerando a lógica na relação entre as mesmas como, por exemplo, a necessidade de prévia capacitação institucional dos municípios, assim como a necessária formação do banco de dados da linha de base e da execução de outros programas do Governo do Estado.

Considerou-se ainda a necessidade de viabilizar a complementação do aporte de recursos para a realização das ações, cuja prospecção deve ser articulada entre SETU, gestores públicos municipais e instâncias de governança.

As ações que dependem desta articulação são: 1.2, 1.5, 1.6 e 1.12, contempladas na estratégia de Produto Turístico e 4.2, 4.3 e 4.6, na estratégia de Infraestrutura e Serviços Básicos.

A seguir é apresentado o cronograma físico-financeiro que contempla a distribuição das ações para o período de cinco anos de execução do PRODETUR no Polo Turístico, a serem realizadas parcial ou exclusivamente com recursos do PRODETUR.

As ações de fortalecimento da gestão municipal para o turismo incluem metas de desempenho da capacidade institucional como parte do Plano de Ação que foram informadas aos gestores municipais durante as oficinas e serão alvo de monitoramento na execução do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

As ações de fortalecimento da gestão municipal possuem metas de desempenho da capacidade institucional como parte da ação 3.1 (Qualificação da gestão pública do turismo). Essas metas devem ser cumpridas pelos municípios, antes de iniciar as obras de infraestrutura planejadas em seu território, conforme o cronograma proposto no PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

A principal meta para do Polo Turístico é a formação do Grupo Gestor. Além disso, todos os municípios devem ter a sua própria definição de estrutura e regimento do órgão de turismo, tendo como indicadores a nomeação e os cargos, o que poderá ser verificado por meio de publicação no Diário Oficial.

Também é considerada meta a elaboração e implantação do Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal, sendo verificado por meio das atas dos conselhos municipais de turismo tanto a aprovação dos planos, quanto o acompanhamento de sua implementação pelos conselhos municipais.

Além disso, uma meta que também deve ser cumprida é a existência do conselho municipal de turismo atuante, que registre suas reuniões em atas e seja publicada a lei de criação do Conselho Municipal de Turismo.

Outra meta a ser cumprida pelos municípios é a definição de um orçamento para o turismo incluído na LDO dos municípios. Os municípios devem definir uma rubrica para apoio ao PRODETUR, no caso de elaboração de projetos e outros custos operacionais.

Tabela 25 – Cronograma físico-financeiro

continua

N	Ação	Área de impacto	Ano 1 R\$	Ano 2 R\$	Ano 3 R\$	Ano 4 R\$	Ano 5 R\$
Componente 1: Estratégia de Produto Turístico							
1.1	Revitalização da Torre Panorâmica de Curitiba	Curitiba		500.000,00 (P)			
1.3	Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados	Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba e São José dos Pinhais		2.275.000,00 (P)			
1.4	Levantamento e divulgação de Boas Práticas em Turismo	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais			200.000,00 (P)		
1.7	Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais				440.000,00 (P)	
1.8	Consolidação da Rota dos Tropeiros como Produto Turístico	Campo Largo, Carambeí, Castro, Lapa, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba e Tibagi	820.000,00 (P)				
1.9	Fortalecimento e integração de roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão	Araucária, Campo Largo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Quatro Barras e São José dos Pinhais				820.000,00 (P)	
1.10	Fomento e apoio empresarial para o turismo	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais			395.000,00 (P) 11.700.000,00 (O)		
1.11	Valorização cultural e artística do Polo Turístico	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais			441.000,00 (P)		
1.13	Apoio à qualificação dos museus	Araucária, Campo Largo, Castro, Lapa, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi e São José dos Pinhais			540.000,00 (P)		
1.14	Implantação da sinalização turística de Curitiba	Curitiba			1.000.000,00 (P)		
1.15	Implantação de sinalização turística no Polo Turístico	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa,			2.050.000,00 (P)		

N	Ação	Área de impacto	Ano 1 R\$	Ano 2 R\$	Ano 3 R\$	Ano 4 R\$	Ano 5 R\$
		Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais					
1.16	Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais					310.000,00 (P)
1.17	Revitalização do Passeio Público de Curitiba	Curitiba			9.000.000,00 (P)		
1.18	Implantação do circuito turístico de pedestres em Curitiba	Curitiba		500.000,00 (P)			
Subtotal Fonte PRODETUR			820.000,00	3.275.000,00	13.626.000,00	1.260.000,00	310.000,00
Subtotal Outras fontes			0	0	11.700.000,00	0	0
Total Componente 1			820.000,00	3.275.000,00	25.326.000,00	1.260.000,00	310.000,00

Componente 2: Estratégia de Comercialização

2.1	Implantação de totens de informações turísticas	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais				320.000,00 (P)	
2.2	Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais				100.000,00 (P)	
2.3	Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais		200.000,00 (P) 100.000,00 (O)			
2.4	Elaboração de material promocional para divulgação do Polo Turístico em grandes eventos	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais			550.000,00 (P)		
2.5	Rodadas internacionais de negócio	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais			180.000,00 (P) 320.000,00 (O)		
Subtotal Fonte PRODETUR			0	200.000,00	730.000,00	420.000,00	0
Subtotal Outras fontes			0	100.000,00	320.000,00	0	0
Total Componente 2			0	300.000,00	1.050.000,00	420.000,00	0

N	Ação	Área de impacto	Ano 1 R\$	Ano 2 R\$	Ano 3 R\$	Ano 4 R\$	Ano 5 R\$
Componente 3: Fortalecimento Institucional							
3.1	Qualificação da gestão pública do turismo	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais	1.013.000,00 (P)				
3.2	Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais	1.425.000,00 (P)				
Subtotal Fonte PRODETUR			2.438.000,00	0	0	0	0
Subtotal Outras fontes			0	0	0	0	0
Total Componente 3			2.438.000,00	0	0	0	0
Componente 4: Infraestrutura e Serviços Básicos							
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa	Quatro Barras	16.916.886,92 (P) 112.585,92 (O)				
4.4	Qualificação rodoviário paisagístico da PR 340	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais				500.000,00 (P)	
4.5	Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos terminais rodoviários	Castro, Lapa, Piraí do Sul, Tibagi, Quatro Barras				4.152.000,00 (P) 3.971.000,00 (O)	
Subtotal Fonte PRODETUR			16.916.886,92	0	0	4.652.000,00	0
Subtotal Outras fontes			112.585,92	0	0	3.971.000,00	0
Total Componente 4			17.029.472,84	0	0	8.623.000,00	0
Componente 5: Gestão Ambiental							
5.1	Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e da Estrada da Graciosa	Tibagi, Ponta Grossa e Quatro Barras			300.000,00 (P) 400.000,00 (O)		
5.2	Programa de sensibilização ambiental nas escolas da rede pública de ensino do Polo Turístico	Araucária, Campo Largo, Carambeí, Castro, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Tibagi, Quatro Barras e São José dos Pinhais		550.000,00 (P) 4.538.477,00 (O)			
5.3	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	Lapa	7.818.372,60 (P) 4.751.701,48 (O)				
Subtotal Fonte PRODETUR			7.818.372,60	550.000,00	300.000,00	0	0

N	Ação	Área de impacto	Ano 1 R\$	Ano 2 R\$	Ano 3 R\$	Ano 4 R\$	Ano 5 R\$
	Subtotal Outras fontes		4.751.701,48	4.538.477,00	400.000,00	0	0
	Total Componente 5		12.570.074,08	5.088.477,00	700.000,00	0	0
	TOTAL DO RECURSO PRODETUR		27.993.259,52	4.025.000,00	14.656.000,00	6.332.000,00	310.000,00
	TOTAL DO RECURSO OUTRAS FONTES		4.864.287,40	4.638.477,00	12.420.000,00	3.971.000,00	0
	TOTAL GERAL		32.857.546,92	8.663.477,00	27.076.000,00	10.303.000,00	310.000,00

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: (P) Recurso PRODETUR.

(O) Recursos de outras fontes.

5.4. DESCRIÇÃO DAS AÇÕES A SEREM REALIZADAS NOS 18 PRIMEIROS MESES DE FINANCIAMENTO DO PRODETUR NACIONAL

A seguir apresentam-se as ações a serem realizadas durante os 18 primeiros meses de financiamento do PRODETUR, conforme disposto no Termo de Referência.

Ação 1.3: Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados	
Objetivo	Melhorar a estrutura receptiva em atrativos destacados, com maior conforto e segurança aos usuários.
Justificativa	Os recursos disponíveis para serem transformados em atrativos devem receber a estrutura necessária dentro da capacidade de carga e de visitação (capacidade da paisagem) a que estarão provavelmente submetidos com os esforços promocionais. Desta forma, estruturar estes atrativos destacados do Polo Turístico com estacionamento (inclusive para ônibus), recepção, banheiros, lojas e outros serviços oportunizará não apenas melhoria nas condições de visitação, mas também na geração de trabalho e renda nos locais e impactos significativos em toda a cadeia produtiva do turismo. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: Adequação do espaço nos destinos como parte do produto turístico e a integração da oferta existente.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Melhoria da satisfação dos usuários, maior conforto e segurança aos usuários, aumento do número de visitantes, incentivo a formatação de novos produtos turísticos que incluam os atrativos destacados.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: Atrativos turísticos com estrutura adequada para receber os visitantes, oportunizando a geração de emprego e renda em toda a região. Beneficiários: Castro, Lapa, Piraquara / Quatro Barras, Ponta Grossa, Araucária, Campo Largo, Carambeí, Curitiba, Pinhais, Piraí do Sul, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba e Tibagi
Descrição da ação	Serão realizadas construções e/ou melhorias gerais na infraestrutura dos atrativos destacados para ampliação do aproveitamento do potencial turístico, complementando os investimentos do Governo do Estado e municípios, permitindo que a iniciativa privada formate e opere produtos turísticos competitivos, de qualidade e em sintonia com o mercado turístico.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado do Turismo
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço	Secretaria de Estado do Turismo
Custo estimado e fonte de financiamento	PRODETUR: R\$ 2.275.000,00
Gastos estimados de operação	A ser estimado
Mecanismos previstos de recuperação de custos	Taxas de visitação, aumento da arrecadação de impostos por meio do incremento das atividades comerciais estimuladas pelos atrativos.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei	Memorial justificativo da classificação, atendimento à legislação municipal cabível.
Indicadores de acompanhamento e fontes de verificação	Indicadores de acompanhamento: Avaliação: a) satisfação dos usuários, b) número de ocorrências/acidentes nos atrativos destacados, c) número de visitantes, d) quantidade de novos produtos turísticos formatados Fontes de verificação: Fichas de avaliação dos atrativos destacados, controle de visitantes; receita gerada da venda de ingressos dos atrativos e da comercialização dos produtos.
Relação com outras ações quanto ao cronograma	1.2 Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação 1.5 Revisão e execução dos planos de manejo das Unidades de Conservação 1.7 Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura
Nível de avanço:	Existem estudos da Ecoparaná e SETU.

Ação 1.8: Consolidação da Rota dos Tropeiros como Produto Turístico	
Objetivo	Consolidar a Rota dos Tropeiros por meio de sua estruturação física e comercial, potencializando seu uso como produto turístico.
Justificativa	O tropeirismo é um dos processos históricos que se destaca na formação político-cultural do Estado do Paraná e encontra-se em processo de esquecimento. Contribui para essa situação a baixa identificação na paisagem daquilo que restou do então histórico Caminho das Tropas. Outra singularidade do tropeirismo é a possibilidade de integração cultural dos três estados da Região Sul, com São Paulo e Minas Gerais. A ação pretende resgatar o antigo traçado do caminho das tropas e integrar atrativos rurais e urbanos relacionados ao tema tropeirismo. Esta ação se justifica também pela orientação geral do ROP, quando sugere: integração da oferta existente.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Maior volume de pessoas e o desenvolvimento de atividades paralelas, agregação e potencialização de atividades turísticas ao longo de um eixo estruturador físico e recuperação, por meio de uma ação estruturante, do patrimônio que vem se perdendo.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: Considerando-se que o caminho das tropas passava por outros municípios, atravessando também: Rio Negro, Palmeira, Jaguariaíva, Balsa Nova, Arapoti e Sengés, que pertencem à Área Turística, e que a importância histórica deste caminho reside nessa linha contínua, torna-se imprescindível que estes outros municípios também sejam contemplados com ações, de forma a permitir a coerência temática no Polo Turístico. Beneficiários: Ponta Grossa, Castro, Campo Largo, Telêmaco Borba, Lapa, Tibagi, Piraí do Sul e Carambeí.
Descrição da ação	Levantamento do trajeto original do Caminho das Tropas. Identificação de trechos com possibilidade de abertura e tráfego de turistas. Elaboração de projeto de uso do traçado com definição de pavimentação primária e sinalização vertical. Elaboração de projeto paisagístico e definição de normas de uso das áreas lindeiras. Definição de estratégias de divulgação do produto turístico.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado do Turismo
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	Instâncias de governança e Secretaria de Estado do Turismo
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR: R\$ 820.000,00
Gastos estimados de operação.	A ser estimado.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Aumento da arrecadação de impostos por meio do incremento das atividades comerciais do entorno dos atrativos.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Avaliação ambiental dos atrativos, atendimento à legislação municipal cabível.
Indicadores de acompanhamento e fontes de verificação	Indicadores de acompanhamento: Abertura de novos empreendimentos em áreas lindeiras ao trajeto do Caminho das Tropas. Fontes de verificação: Cadastur, e base de dados do ISS (setor de tributação das prefeituras municipais).
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.2 Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação 1.3 Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados 1.6 Melhoria e ampliação da iluminação cênica no centro histórico da Lapa e Castro 1.11 Valorização cultural e artística do Polo Turístico 1.13 Apoio à qualificação dos museus 1.16 Implantação de sinalização turística do Polo Turístico 4.2 Readequação rodoviário do trecho urbano da BR 277 em Campo Largo 4.4 Qualificação rodoviário-paisagístico da PR 340 4.5 Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos terminais rodoviários 4.6 Ampliação da rede subterrânea de energia elétrica nos centros históricos da Lapa e Castro 5.1 Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e Estrada da Graciosa 5.3 Implantação do circuito histórico da Lapa
Nível de avanço:	SEBRAE coordena o projeto de apoio aos empreendimentos da Rota dos Tropeiros. AMCG, SEBRAE e SETU possuem os estudos relativos ao planejamento da Rota dos Tropeiros.

Ação 2.3: Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	
Objetivo	Ampliar a promoção e divulgação dos produtos turísticos, apoiando aqueles produtos formatados, ampliando a notoriedade no mercado e incrementando seu posicionamento mercadológico.
Justificativa	A promoção turística é uma eficiente ferramenta de marketing que oportuniza ao mercado maior conhecimento e contato com o produto turístico. O Polo Turístico deve desenvolver ações de promoção de seus produtos turísticos, adequadas às novas tecnologias e tendências de comunicação. Esta ação complementa a ação 2.2 de desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal de modo a permitir ao usuário fazer download para <i>smartphones</i> e outros suportes. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: formulação e produção de materiais e eventos promocionais.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Práticas promocionais e comerciais do turismo alinhadas às novas demandas do mercado, incremento no interesse pelo destino.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: ampliação da mobilidade dos turistas para circular no Polo Turístico, acessibilidade às informações turísticas, facilidade para o turista reconhecer a oferta turística disponível, atratividade das novas tecnologias disponíveis. Beneficiários: turistas do Polo Turístico.
Descrição da ação	Definir os elementos significativos do turismo para caracterização do Polo Turístico (atrativos destacados, roteiros turísticos, eventos, personalidades, serviços, etc.). Desenvolvimento de aplicativo para os <i>smartphones</i> com diversas informações sobre as cidades, restaurantes, pontos turísticos, opções de hospedagem e compras, bem como mapa e como se locomover. Elaborar projeto de planejamento de estratégias de marketing digital. Criação e manutenção de um blog do Polo Turístico (trilíngue) e a participação em redes sociais (Twitter, Facebook, etc.) que permitam a interatividade para comunicar, criar, opinar e disseminar informações sobre o destino.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado do Turismo
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado do Turismo e Instâncias de governança
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR R\$ 200.000,00 SETU: R\$ 100.000,00 Total: R\$ 300.000,00
Gastos estimados de operação.	O custo da manutenção do blog e das redes sociais (R\$145.000,00) por 24 meses já está incluído no valor total da ação.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Venda de espaços publicitários no blog, aumento da arrecadação de impostos ligados a cadeia produtiva do turismo.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Não se aplica.
Indicadores de acompanhamento e fonte de verificação.	Indicadores de acompanhamento: Número de acessos ao blog, número de seguidores nas redes sociais, número de anunciantes no blog, número de downloads efetuados. O uso do aplicativo em smartphones permitirá monitorar pelo sistema GPS dos equipamentos, quantos turistas efetivamente visitaram o atrativo. Fonte de verificação: administrador interno do blog e das redes sociais.
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.8 Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico 1.11 Valorização cultural e artística do Polo Turístico 2.1 Implantação de totens de informações turísticas 2.2 Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre o transporte intermodal 3.1 Qualificação da gestão pública do turismo 3.2 Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística 1.10 Fomento e apoio empresarial para o turismo
Nível de avanço:	Curitiba possui um aplicativo denominado Curta Curitiba, que possui informações turísticas da cidade.

Ação 3.1: Qualificação da Gestão Pública do Turismo	
Objetivo	Melhorar a gestão pública do turismo e a qualidade da prestação de serviços públicos na cadeia produtiva do turismo e fortalecer as instâncias de governança.
Justificativa	A reestruturação dos processos internos, equipamento, desenvolvimento de software, capacitação e assistência técnica das instâncias de governança e das estruturas administrativas municipais de turismo, permitirá agilizar e ampliar as ações de planejamento e operacionalização das políticas públicas para o setor e conseqüentemente aumentar a efetividade das instâncias de governança. Como consequência, haverá a criação e padronização de instrumentos de monitoramento do desempenho da atividade turística nos municípios, o que permitirá realimentar as ações de planejamento. A ação tem interface com as ações 2.2 (Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal) e 2.3 (Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico). Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Gestores públicos de turismo formados como multiplicadores e atores de boas práticas de gestão pública em turismo.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: Profissionalização dos gestores públicos e das instâncias de governança, gerando maior eficiência das políticas públicas do turismo, maior integração entre os gestores de turismo do Polo Turístico. Beneficiários: Gestores públicos e gestores das instâncias de governança.
Descrição da ação	Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para os órgãos de turismo dos municípios do Polo Turístico. Aquisição de softwares, equipamentos e mobiliário para as instâncias de governança e grupo gestor do Polo Turístico. Elaborar o projeto pedagógico do programa permanente de qualificação dos gestores públicos do turismo nos aspectos de conhecimento, experiências e oportunidades de novas tecnologias para a gestão pública. Formar multiplicadores em gestão do turismo, elaboração e gestão de projetos em turismo e captação de recursos públicos. Qualificação de técnicos da gestão pública do turismo e membros das instâncias de governança pelos multiplicadores.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado do Turismo.
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado do Turismo e instâncias de governança.
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR: R\$ 1.013.000,00
Gastos estimados de operação.	Não se aplica.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Aumento de efetividade das políticas públicas definidas com critérios técnicos, otimização dos recursos (pessoal, financeiro, físicos, tecnológico).
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Não se aplica.
Indicadores de acompanhamento e fonte de verificação.	Indicadores de acompanhamento: desempenho dos gestores públicos e gestores das instâncias de governança por meio do estabelecimento de metas de planejamento e gestão. Fonte de verificação: a ser criada pelos próprios gestores de turismo durante o processo de qualificação.
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.4 Levantamento e divulgação de boas práticas em turismo. 1.8 Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico. 1.9 Fortalecimento e integração de roteiros turístico da região Rotas do Pinhão. 1.11 Valorização cultural e artística do Polo Turístico. 2.2 Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal. 2.3 Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico. 3.2 Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística.
Nível de avanço:	OMT possui manuais que poderão ser utilizados como subsídios para essa ação.

Ação 3.2: Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística	
Objetivo	Ampliar e melhorar o monitoramento da atividade turística por meio da qualificação da gestão pública e do fomento a pesquisas em turismo, permitindo a complementação dos indicadores necessários a Linha de Base.
Justificativa	Uma das principais dificuldades na gestão do turismo é a criação de uma base segura e permanente de informações, ou seja, do monitoramento da atividade com pesquisas. A criação de um sistema integrado de monitoramento da atividade turística possibilitará o acompanhamento do desempenho do setor bem como da dinâmica da cadeia produtiva do turismo, até porque existe a necessidade de criação e definição da Linha de Base para monitoramento das ações do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, permitindo a partir daí, uma série de ações de gestão. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: apoio às unidades de gestão turística nos níveis estadual e municipal e levantamento das linhas de base.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Incremento dos processos de gestão do turismo, incremento da formatação de novos produtos turísticos atendendo às necessidades dos turistas, acompanhamento do desempenho e resultado da atividade turística no Polo.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: formulação de políticas do turismo e investimentos com base em dados seguros e permanentemente atualizados. Beneficiários: gestores públicos, instâncias de governança, empresários e investidores do turismo.
Descrição da ação	Ampliação dos indicadores de monitoramento da atividade turística de forma a permitir adequação à Linha de Base do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, a partir dos seguintes itens: Desenvolvimento de software de monitoramento do mercado turístico que permita cadastrar e tratar informações de séries históricas das pesquisas de demanda turística e do comportamento da oferta turística, tais como número de empreendimentos, empregos gerados, arrecadação de impostos etc. Qualificação dos gestores públicos para a gestão do software e inserção de informações, bem como para monitoramento da atividade turística e o uso das informações na definição de políticas para o setor. Adequação de estrutura física para o monitoramento da atividade turística, com móveis e equipamentos capazes de cumprir o objetivo da ação. Desenvolvimento da base de informações de monitoramento, por meio das pesquisas junto ao mercado turístico.
Responsáveis pela execução	Secretaria de Estado do Turismo e instâncias de governança.
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	Secretaria de Estado do Turismo e instâncias de governança.
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR: R\$ 1.425.000,00
Gastos estimados de operação.	O custo de operacionalização do monitoramento (R\$500.000,00) por 24 meses já está incluído no valor total da ação.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Aumento da arrecadação de impostos ligados a cadeia produtiva do turismo.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Não se aplica.
Indicadores de acompanhamento e fonte de verificação.	Indicadores de acompanhamento: desempenho dos gestores públicos e gestores das instâncias de governança por meio do estabelecimento de metas de planejamento e gestão. Fonte de verificação: a ser criada pelos próprios gestores de turismo durante o processo de qualificação.
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.8 Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico. 1.9 Fortalecimento e integração de roteiros turístico da região Rotas do Pinhão. 1.17 Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta. 2.1 Implantação de totens de informações turísticas. 2.3 Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico. 2.4 Elaboração de material promocional para divulgação do Polo Turístico em grandes eventos 2.5 Rodadas internacionais de negócio 3.1 Qualificação da gestão pública do turismo
Nível de avanço:	A SETU e o Instituto Municipal de Turismo de Curitiba já realizam pesquisas de demanda turística.

Ação 4.1: Pavimentação da Estrada da Graciosa	
Objetivo	Ampliar e melhorar a mobilidade turística entre os dois Polos Turísticos (Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais e Litoral) e transformar os recursos paisagísticos em produtos consolidados.
Justificativa	A Estrada da Graciosa inaugurada em 1873 se destaca como um atrativo para os dois Polos Turísticos por ela interligados. O trecho a ser pavimentado por esta ação é o início da estrada, que se encontra em leito natural. Esta ação se justifica pela orientação geral do ROP, quando sugere: reabilitação e recuperação de estradas e rodovias de acesso.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Melhoria da satisfação dos usuários, maior conforto e segurança aos usuários, aumento do número de visitantes.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: Maior segurança nos deslocamentos, mais uma opção de acesso aos atrativos da Estrada da Graciosa. Beneficiário: turistas do Polo Turístico
Descrição da ação	Pavimentação do trecho em leito natural, acostamento, construção de ciclovia em parte do trecho asfaltado, contratação dos projetos de pontos de paradas de ônibus, portais e do projeto de tematização da estrada.
Responsáveis pela execução	Prefeitura Municipal de Quatro Barras.
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	MTur e Prefeitura Municipal de Quatro Barras.
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR : R\$ 16.916.886,92 Outras fontes: R\$ 112.585,92 Total: R\$ 17.029.472,84
Gastos estimados de operação.	Responsabilidade da Prefeitura Municipal de Quatro Barras.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Não se aplica.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação, Relatório Ambiental Prévio/RAP; Programa de Gestão Ambiental e Social/PGAS
Indicadores de acompanhamento e fonte de verificação.	Indicadores de acompanhamento: medição e cumprimento do cronograma. Fonte de verificação: projeto e cronograma físico-financeiro da obra.
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.2 Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação 1.3 Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados 1.9 Fortalecimento e integração dos roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão 1.16 Implantação de sinalização turística do Polo Turístico
Nível de avanço:	Obra em andamento.

Ação 5.3: Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	
Objetivo	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa
Justificativa	O município da Lapa procura aumentar o tempo de permanência do turista na cidade; criando um circuito histórico-ambiental, tomando como base áreas de rios que necessitam ser preservadas ou recuperadas como a orla do Passo dos Neves e do Passo da Ronda, unindo as e criando dois parques lineares. Os córregos hoje estão gerando alagamento no acesso do município junto a BR 476, dificultando o acesso ao município principalmente nas épocas de chuva. Os visitantes terão a possibilidade de fazer um circuito que integra a entrada do município ao centro histórico. por meio de parques lineares que serão criados para recuperar as duas áreas degradadas e subutilizadas.
Efeito esperado no desenvolvimento turístico	Aumento da mobilidade de turistas pelos atrativos, valorização do potencial turístico do município, aumento da oferta turística.
Benefícios e beneficiários	Benefícios: Melhoria da qualidade de vida dos moradores por meio do controle das enchentes, disponibilização de áreas de lazer e turismo. Beneficiário: moradores da Lapa e turistas do Polo Turístico
Descrição da ação	Elaboração e implantação de projeto de obras de engenharia civil visando o controle das cheias do Córrego Passo dos Neves com implantação de galeria celular pré moldada retangular aberta com extensão de 1.753,86 metros Elaboração e implantação de projeto de obras de engenharia civil visando o controle das cheias do Córrego Passo da Ronda, com implantação de galeria pré moldada retangular fechada com extensão de 175,02 metros. Elaboração e implantação de projeto de paisagismo da Rua Barão dos Campos Gerais, Praça Bica do Pote e Parque dos Neves. Esta obra já está em fase de execução, com término previsto em jun/2011.
Responsáveis pela execução	Prefeitura Municipal da Lapa.
Entidade responsável pela implantação/ operação/ manutenção da obra ou serviço.	MTur e Prefeitura Municipal da Lapa.
Custo estimado e fonte de financiamento.	PRODETUR: R\$ 7.818.372,60 Ministério da Integração Nacional: R\$ 4.500.000,00 Prefeitura Municipal da Lapa: R\$ 251.701,48 Total: R\$ 12.570.074,08
Gastos estimados de operação.	Responsabilidade da Prefeitura Municipal da Lapa.
Mecanismos previstos de recuperação de custos.	Aumento da arrecadação de impostos ligados a cadeia produtiva do turismo.
Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei.	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação, Relatório Ambiental Prévio/RAP; Programa de Gestão Ambiental e Social/PGAS
Indicadores de acompanhamento e fonte de verificação.	Indicadores de acompanhamento: medição e cumprimento do cronograma. Fonte de verificação: projeto e cronograma físico-financeiro da obra.
Relação com outras ações quanto ao cronograma.	1.2 Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação 1.3 Melhoria da estrutura de recepção turística em atrativos destacados 1.6 Melhoria e ampliação da iluminação cênica no centro histórico da Lapa e Castro 1.8 Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico 1.9 Fortalecimento e integração dos roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão 1.16 Implantação de sinalização turística do Polo Turístico 4.6 Ampliação da rede subterrânea de energia elétrica nos centros históricos da Lapa e Castro
Nível de avanço:	Obra em andamento.

5.4.1 Dimensionamento dos investimentos para dos 18 primeiros meses

A seguir apresenta-se uma tabela elaborada a partir das ações priorizadas para os 18 primeiros meses de implementação do PDITS, contendo o dimensionamento dos investimentos neste período.

Tabela 26 – Dimensionamento do investimento dos 18 primeiros meses

N	Ação	Valor do PRODETUR (R\$)	Valor de outras fontes (R\$)	Valor Total (R\$)	Valor Total (US\$)	Áreas de impacto
1.3	Melhoria da Estrutura de Recepção Turística de Atrativos Destacados	2.275.000,00	0,00	2.275.000,00	1.361.460,20	Curitiba, Campo Largo, Carambeí, Castro, Lapa, Pinhais, Piraí do Sul, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Telêmaco Borba
1.8	Consolidação da Rota dos Tropeiros como produto turístico	820.000,00	0,00	820.000,00	490.724,12	Ponta Grossa, Castro, Telêmaco Borba, Lapa, Campo Largo, Tibagi, Carambeí, Piraí do Sul
2.3	Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	200.000,00	100.000,00	300.000,00	179.533,21	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
3.1	Qualificação para a gestão pública do turismo	1.013.000,00	0,00	1.013.000,00	606.223,82	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
3.2	Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística	1.425.000,00	0,00	1.425.000,00	852.782,76	Curitiba, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, Castro, Quatro Barras, Telêmaco Borba, Pinhais, Lapa, Campo Largo, Araucária, Tibagi, Carambeí e Piraí do Sul
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa	16.916.886,92	112.585,92	17.029.472,84	10.191.186,62	Quatro Barras
5.3	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	7.818.372,60	4.751.701,48	12.570.074,08	7.522.485,98	Lapa
TOTAL PDITS CRMCG		30.468.259,52	4.964.287,40	35.432.546,92	21.204.396,71	

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: (cotação em 19/01/2011: R\$1,6710)

5.5 AVALIAÇÃO DOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS

Os impactos socioambientais aqui descritos obedecem ao ROP - Manual de Gestão Socioambiental e permitem identificar eventuais impactos ambientais, sociais ou culturais que as ações do PDITS poderão causar à população local ou em seu entorno.

Em relação a avaliação socioambiental, o Quadro 90 mostra os impactos positivos e negativos que as ações do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais poderão provocar no Polo Turístico.

As melhorias implementadas pelo PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais trarão inúmeros benefícios às comunidades, tanto na melhoria da qualidade de vida, quanto na geração de novas oportunidades de trabalho e renda, beneficiando além dos aspectos socioambientais, também os econômicos e culturais da região.

Por fim, os indicadores e parâmetros estabelecidos permitirão a gestão das ações e seus impactos, complementando os esforços do governo estadual e dos municípios pela busca do desenvolvimento sustentável competitivo.

Quadro 90 - Avaliação dos impactos socioambientais

continua

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
Componente I – Estratégia do Produto Turístico								
1.1	Revitalização da Torre Panorâmica de Curitiba	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro.	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.		Categoria C	N/A	N/A
1.2	Melhoria da estrutura de recepção turística das Unidades de Conservação	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro e melhoria da oferta de empregos e renda	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Áreas de lazer, paisagismo	Categoria C	isento	Memorial justificativo da classificação.
1.3	Melhoria da estrutura de recepção turística de atrativos destacados	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro e melhoria da oferta de empregos e renda	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Áreas de lazer, paisagismo	Categoria C	isento	Memorial justificativo da classificação.
1.4	Levantamento e Divulgação de Boas Práticas em Turismo	N/A	Adoção dos exemplos das boas práticas pelos municípios com valorização do potencial turístico do município.	N/A	Apoio aos municípios com o objetivo de torná-los referência regional e/ou nacional	Categoria C	N/A	N/A
1.5	Revisão e execução dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação	N/A	Valorização do potencial turístico do município.	N/A	Possibilidade da difusão deste tipo de formação nas Áreas de Interesse	N/A	N/A	N/A
1.6	Melhoria e ampliação da iluminação cênica no Centro Histórico da Lapa e de Castro	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro e melhoria da oferta de empregos e renda	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Áreas de lazer, paisagismo	Categoria C	isento	Memorial justificativo da classificação.
1.7	Programa de qualificação e segurança em Turismo de Aventura	N/A	Valorização do potencial turístico do município.	N/A	Cursos regionais de formação	N/A	Normas ABNT	N/A

continua

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
1.8	Consolidação da Rota dos Tropeiros como Produto Turístico	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro.	N/A	Incremento de atividades secundárias do comércio local vinculadas ao roteiro/	N/A	N/A	Avaliação ambiental dos atrativos
1.9	Fortalecimento e integração de roteiros turísticos da região Rotas do Pinhão	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro.	N/A	Incremento de atividades secundárias do comércio local vinculadas ao roteiro/	N/A	N/A	Avaliação ambiental dos atrativos
1.10	Fomento e apoio empresarial para o turismo	Falta de controle no processo de seleção das empresas	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro.	Normas e TR rígidos e específicos para seleção.	Favorecimento ao ingresso de novos empreendimentos no Polo.	N/A	N/A	N/A
1.11	Valorização Cultural e Artística do Polo Turístico	N/A	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro.	N/A	Incentivo a artistas e artesãos locais	N/A	N/A	N/A
1.12	Programa de Qualificação Profissional em Turismo	N/A	Valorização do potencial turístico do município.	N/A	Cursos regionais de formação	N/A	N/A	N/A
1.13	Apoio à Qualificação dos Museus	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município.	N/A	cadastro efetivo das potencialidades e capacidades de atendimento dos museus	N/A	Avaliação de licenças e registros nas entidades afins.	N/A
1.14	Implantação da sinalização turística de Curitiba	N/A	Valorização do potencial turístico do município.	N/A	Aumento do fluxo de turistas rodoviários	N/A	Envolvimento dos órgãos gestores dos acessos, vias, e rodovias.	N/A
1.15	Implantação de sinalização turística do Polo Turístico	N/A	Valorização do potencial turístico dos municípios.	N/A	Aumento do fluxo de turistas rodoviários	N/A	Envolvimento dos órgãos gestores dos acessos, vias, e rodovias.	N/A

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
1.16	Elaboração de guia técnico da oferta turística dos segmentos-meta	N/A	Valorização do potencial turístico dos municípios.	N/A	Orientação do poder público e empresas por meio da divulgação dos demais programas de turismo MTur / SETU.	N/A	N/A	N/A
1.17	Revitalização do Passeio Público de Curitiba	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro e melhoria da oferta de empregos e renda	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Áreas de lazer também para uso cotidiano da população local, paisagismo	Categoria C	isento	Memorial justificativo da classificação.
1.18	Implantação do circuito turístico de pedestres em Curitiba	Incomodidades durante o período das obras	Valorização do potencial turístico do município. Ganhos na preservação cultural e paisagística do roteiro e melhoria da oferta de empregos e renda	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Aumento da oferta local.	N/A	N/A	N/A
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
Componente 2: Estratégia de Comercialização								
2.1	Implantação de totens de informações turísticas	Incomodidades durante o período das obras (desprezíveis)	Valorização do potencial turístico do município por meio da divulgação direta.	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira	Criação de regras e instruções técnicas para elaboração de projetos	Categoria C	N/A	N/A
2.2	Desenvolvimento de sistema tecnológico de informação sobre transporte intermodal	Incomodidades durante o período das obras (desprezíveis)	Valorização do potencial turístico do município por meio da divulgação direta.	N/A	Aumento do fluxo de visitantes	N/A	N/A	N/A
2.3	Novas tecnologias para promoção do Polo Turístico	N/A	Valorização do potencial turístico do município por meio da divulgação direta.	N/A	Aumento do fluxo de visitantes	N/A	N/A	N/A
2.4	Elaboração de material promocional para divulgação do Polo turístico em grandes eventos	N/A	Valorização do potencial turístico do município por meio da divulgação direta.	N/A	Aumento do fluxo de visitantes	N/A	N/A	N/A
2.5	Rodadas internacionais de negócio	N/A	Valorização do potencial turístico do município por meio da divulgação direta.	N/A	Envolvimento de agentes regionais de turismo	N/A	N/A	N/A

continua

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
Componente 3: Fortalecimento Institucional								
3.1	Qualificação da gestão pública do turismo	N/A	Valorização do trabalho turístico com impactos indiretos sobre a valorização do potencial do polo.	N/A	Treinamento direcionados as secretarias municipais e instâncias de governança.	N/A	N/A	N/A
3.2	Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística	N/A	Incremento da capacidade administrativa dos órgãos de gestão e fomento ao turismo local	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Componente 4: Infraestrutura e Serviços Básicos								
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa	Incomodidades durante o período das obras: risco de erosão e sedimentação; distúrbios de tráfego e geração de ruídos	Valorização paisagística, redução de resíduos, comodidade do usuário, segurança rodoviária e valorização do produto turístico..	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira	Reuniões com comunidades e órgãos envolvidos na gestão da estrada. Divulgação das obras, períodos e prazos.	Categoria B	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação	Relatório Ambiental Prévio/RAP; Programa de Gestão Ambiental e Social/PGAS.
4.2	Readequação rodoviária do trecho urbano da BR 277 em Campo Largo	Incomodidades durante o período das obras: risco de erosão e sedimentação; distúrbios de tráfego e geração de ruídos	Facilidades rodoviárias diversas para importante eixo de ligação entre as duas cidades estruturantes do turismo no Polo (Curitiba e Ponta Grossa).	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira	Reuniões com comunidades e órgãos envolvidos na gestão da estrada. Divulgação das obras, períodos e prazos.	Categoria B	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação	Relatório Ambiental Prévio/RAP; Programa de Gestão Ambiental e Social/PGAS. EIA/RIMA
4.3	Melhoria das instalações do Aeroporto Internacional Afonso Pena	Incomodidades durante o período das obras, sem interferência no volume de tráfego aéreo.	Facilidade para tráfego aéreo com impacto direto sobre o volume de passageiros, custo das operações e volume de tráfego aéreo.	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira	Melhoria e dinamização do setor de informações aos passageiros	Categoria A	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação	EIA / RIMA / PGAS

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
Componente 4: Infraestrutura e Serviços Básicos								
4.4	Qualificação rodoviário paisagístico da PR 340	Incomodidades durante o período das obras.	Valorização paisagística em rodovia de importância para o acesso a um dos principais produtos do Polo (Parque Estadual do Guartelá).	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Reuniões com comunidades e órgãos envolvidos na gestão da estrada. Divulgação das obras, períodos e prazos.	Categoria B	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação	EIA / RIMA / PGAS
4.5	Melhoria da estrutura e conforto aos usuários dos terminais rodoviários	Incomodidades durante o período das obras com alguma interferência nos procedimentos de embarque, desembarque e tráfego de veículos.	Facilidades para transporte de passageiros em ônibus com um possível impacto sobre o volume de usuários com fins turísticos, hoje ainda muito baixo.	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Melhoria e dinamização do setor de informações aos passageiros	Categoria B	N/A	Atendimento a processos de aprovação de obras junto ao município.
4.6	Ampliação da rede subterrânea de energia elétrica dos centros históricos da Lapa e de Castro	Incomodidades durante o período das obras.	Valorização de produto turístico e criação de oferta, acredita-se, singular no Brasil.	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira e relatório prévio com avaliação arquitetônico-paisagístico.	Reuniões com comunidades e órgãos envolvidos na gestão da estrada. Divulgação das obras, períodos e prazos.	Categoria B	RCA / EIV	Atendimento a processos de aprovação de obras junto ao município.

conclusão

detalhamento das ações		avaliação dos impactos socioambientais						
N	Ação	Impactos socioambientais		Ações gerenciais		Categoria do projeto	Licenças ambientais e autorizações	Estudos ambientais exigíveis
		Negativos	Positivos	Mitigação	Potenciação			
Componente 5: Gestão Ambiental								
5.1	Gestão ambiental dos Parques Estaduais do Guartelá, de Vila Velha, do Pico do Marumbi e da Estrada da Graciosa	N/A	Divulgação com fins pedagógicos para a correta utilização de produtos turísticos naturais e sensíveis	N/A	Envolvimento de técnicos dos órgãos ambientais e profissionais das áreas de interesse UC, Parques, Florestas, etc.	N/A	N/A	Revisão de planos de manejo, normas e zoneamento municipal.
5.2	Programa de sensibilização ambiental nas escolas da rede pública de ensino do Polo Turístico	N/A	Divulgação com fins pedagógicos para a correta utilização de produtos turísticos naturais e culturais	N/A		N/A	N/A	N/A
5.3	Implantação do circuito histórico-ambiental da Lapa	Incomodidades durante o período das obras	Melhoria da qualidade de vida e controle de enchentes. Valorização do potencial turístico do município	Controle de racionalidade construtiva a partir de exigências contidas no processo de licitação da empreiteira.	Área de lazer também para o uso cotidiano da população local	Categoria B	Licença Prévia; Licença de Instalação; Licença de Operação	Relatório Ambiental Prévio/RAP; Programa de Gestão Ambiental e Social/PGAS.

Fonte: FAUEPG, 2011. N/A = não se aplica.

6 FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

Este é o processo necessário para coletar, medir e disseminar informações sobre o desempenho e avaliar as medições e as tendências para efetuar melhorias no processo de gestão do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais. O monitoramento proposto possibilitará a identificação de problemas, solução e intervenção a tempo de corrigir as ações prioritárias propostas.

O monitoramento inclui emissão de relatórios de andamento, medição do progresso e previsão de resultados do PDITS. Os relatórios de desempenho para cada ação fornecem informações sobre o desempenho em relação aos objetivos, cronograma, custo, recursos e qualidade.

A avaliação, por sua vez, destina-se a verificar os indicadores quantitativos e qualitativos definidos para cada uma das ações e ao objetivo geral do PDITS, a partir do qual será possível identificar a eficiência dos mecanismos de gestão adotados pela SETU em conjunto com os municípios. A avaliação permite identificar pontos críticos e proporciona sua resolução antes que comprometam o resultado final do PDITS.

A publicação dos resultados proporcionará um trabalho positivo de imagem para o PRODETUR, demonstrando à sociedade paranaense e ao trade turístico a correção na gestão dos recursos e a confiabilidade do trabalho desenvolvido, conquistando novos parceiros para as ações propostas.

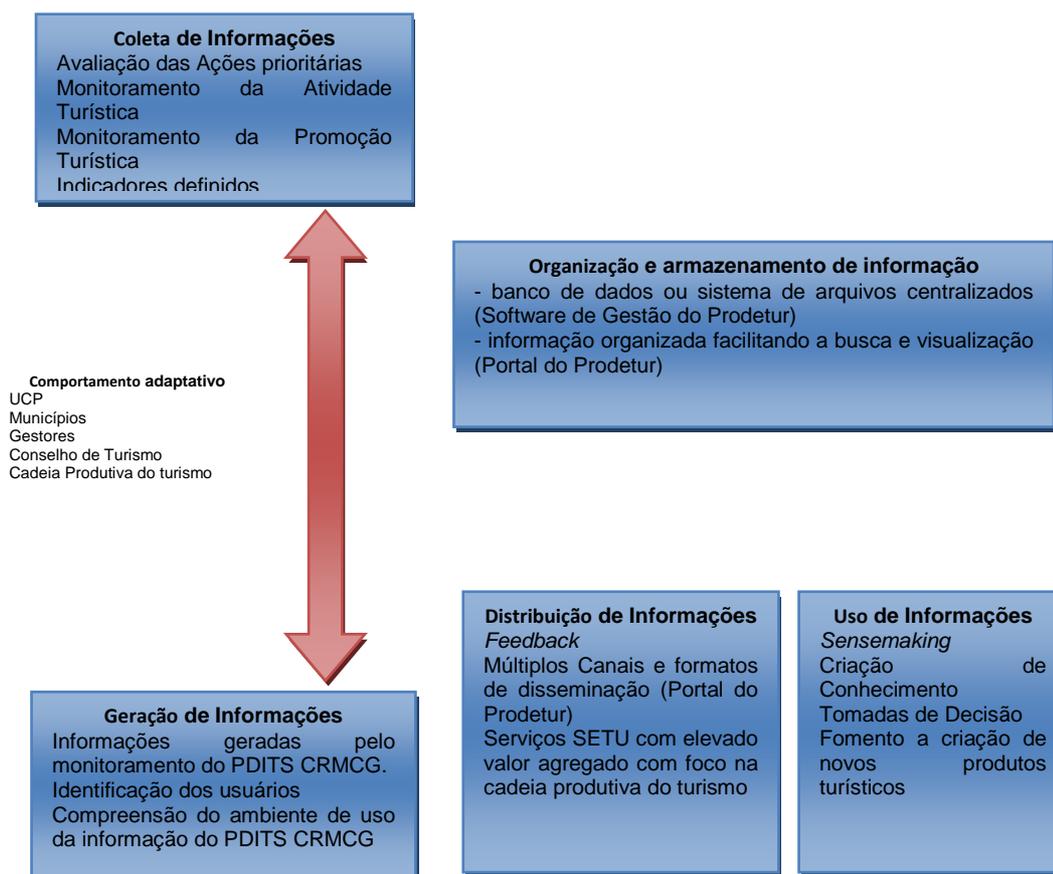
Com isso, pode-se estabelecer o Sistema de Gestão e Monitoramento das ações para o Polo Turístico. Tal sistema tem como objetivos:

- avaliar as ações implementadas de forma a possibilitar eventuais ações corretivas; Articular agências de governo, valorizando o papel da Secretaria de Estado de Turismo na implantação, monitoramento deste PDITS, assim como de outros programas que poderão ser implantados nesta área;
- ampliar as relações interinstitucionais entre as iniciativas pública e privada; e
- fortalecer as instâncias de governança e ampliar participação da sociedade no acompanhamento e avaliação do plano.

O monitoramento ocorrerá em todas as fases de implementação do PDITS, iniciando-se na coleta de informações, oportunizando sua distribuição e análise pelos *stakeholder* do processo e finalizando no feedback que gera a necessidade de ações corretivas ou de novas ações de suporte e estruturação.

A figura a seguir apresenta um fluxograma desse processo de gestão.

Figura 40 - Ciclo de Informações do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.



Fortalecimento do Destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-metas principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

Fonte: FAUEPG, 2011.

Estudos empíricos indicam que organizações que possuem um bom índice de monitoramento, com o uso de sistemas de informação, apresentam um maior sucesso da introdução de novos produtos e serviços no mercado. Isto torna a utilização de propostas como esta, na qual a tecnologia da informação – TI é uma ferramenta imprescindível, uma prática essencial para a melhoria de resultados do monitoramento do PDITS.

Desta forma, sugere-se que a partir da estrutura representada na Figura 40, seja realizado o gerenciamento das informações permitindo a tomada de decisões e a avaliação dos benefícios gerados a partir das ações priorizadas no PDITS.

De modo geral, os instrumentos legais de implantação das ações aqui propostas exigem instrumentos de gestão pública. Alguns desses instrumentos foram sugeridos nas fichas das ações propostas por meio de softwares de gestão.

Quadro 91 – Softwares para monitoramento da atividade turística

ITEM	SISTEMA	OBJETIVO
1	Guia técnico <i>online</i> de turismo	Banco de dados dos recursos turísticos do Polo Turístico. Monitoramento dos produtos e pacotes turísticos ligados aos atrativos Interface com o CADASTUR.
2	Portal de e-commerce da produção associada ao turismo	Banco de dados sobre a produção associada ao turismo. Intermediação comercial eletrônica, colaborando para o processo de comercialização da produção associada ao turismo.
3	Portal dos museus	Banco de dados com informações turísticas e técnicas dos museus participantes. Interface com o guia técnico <i>online</i> , totens de informações turísticas e portal e-commerce.
4	Totens de Informações Turísticas	Banco de dados com informações turísticas. Interface com o guia técnico <i>online</i> de turismo, e-commerce produção associada e portal dos museus.
5	Sistema de informação de transporte turístico integrado e intermodal em atrativos	Banco de dados sobre todos os sistemas de transportes disponíveis para que os turistas acessem os atrativos turísticos do Polo Turístico. Interfaces com o guia técnico <i>online</i> e totens de informações turísticas.
6	Sistema de monitoramento do mercado turístico	Banco de dados que integra os estudos da demanda turística, cadastro de empreendimentos turísticos, eventos programados e visitantes dos atrativos. interface com o guia técnico <i>online</i> . O usuário poderá montar resultados das pesquisas escolhendo os indicadores.

Fonte: FAUEPG, 2011.

6.1 LINHA DE BASE

A linha de base é uma ferramenta usada para controlar o andamento de um projeto, ou seja, é um marco inicial com o qual se pretende medir a evolução das ações e os impactos e benefícios gerados com os investimentos realizados. A linha de base é o conjunto de metas, indicadores e fontes de verificação para as ações do PDITS, tornando-se o ponto de referência a partir do qual será realizado o monitoramento das ações bem como eventuais alterações necessárias.

Cabe ressaltar que as informações da linha de base que apresentarem diferenças acentuadas dos dados iniciais, sendo inferiores ao estabelecido como metas, indicarão que o PDITS necessitará de ajustes ao longo de sua implementação, dadas as inúmeras variáveis que interferem no processo de implementação. Geralmente, essa diferença ocorrerá se o escopo ou a natureza das ações forem alterados.

Caberá então ao grupo gestor do PDITS analisar os indicadores, verificando eventuais correções e indicando se será necessário modificar ou refazer a linha de base a qualquer momento durante o projeto.

A ação 3.2 (Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística) tem como objetivo o monitoramento da atividade turística, permitir a formação da Linha de Base, a implementação do *feedback* e acompanhamento da implementação das ações do PDITS.

Quadro 92 – Linhas de Base para o PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais

N.	Indicadores	Meta	Unidade	Linha de base	Fonte	Atores
1	Movimento no Aeroporto Internacional Afonso Pena	8.500.000	Passageiros	4.853.733 (2009)	Infraero	SETU
2	Desembarques na rodoferroviária de Curitiba	7.000.000	Passageiros	3.726.404 (2009)	URBS	SETU
3	Carro próprio ou locado sendo o principal meio de transporte utilizado pelos turistas	Crescimento de 10% no período	%	51,7% (2006)	SETU	SETU
4	Gasto médio diário do turista do Polo Turístico	150,00	US\$	80,14 (2007)	SETU	SETU
5	Fluxo de Turistas no Polo Turístico	Crescimento de 10% no período	Turistas	Será levantada a linha de base em 2012 – ação 3.2	SETU	SETU
6	Visitação do Parque Estadual do Monge	100.000	Visitantes	73.044 (2007) o PE está fechado para visitação desde 2007.	IAP	SETU
7	Visitação do Parque Estadual do Guartelá	50.000	Visitantes	16.938 (2009)	IAP	SETU
8	Visitação do Parque Estadual de Vila Velha	Crescimento de 25% no período	Visitantes	77.382	ECOPARANÁ	ECOPARANÁ/ SETU
9	Visitação do Parque Estadual do Pico do Marumbi	Crescimento de 25% no período	Visitantes	15.587	IAP	SETU
10	Visitação do Parque Estadual de Caxambu	Não há estimativa	Visitantes	Será levantada a linha de base em 2012 – ação 3.2	IAP	SETU
11	Participação do Polo na comercialização de Pacotes Turísticos nas Principais Agências e Operadores de Turismo do Brasil	3%	%	0,5% em 2010 (levantamento da Paraná Turismo e PDITS CRMCG)	PRTUR	SETU

Fonte: FAUEPG, 2011.

Nota: As metas referem-se aos resultados esperados para o último ano de implementação do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

6.1.1 Outras variáveis importantes sobre a Linha de Base

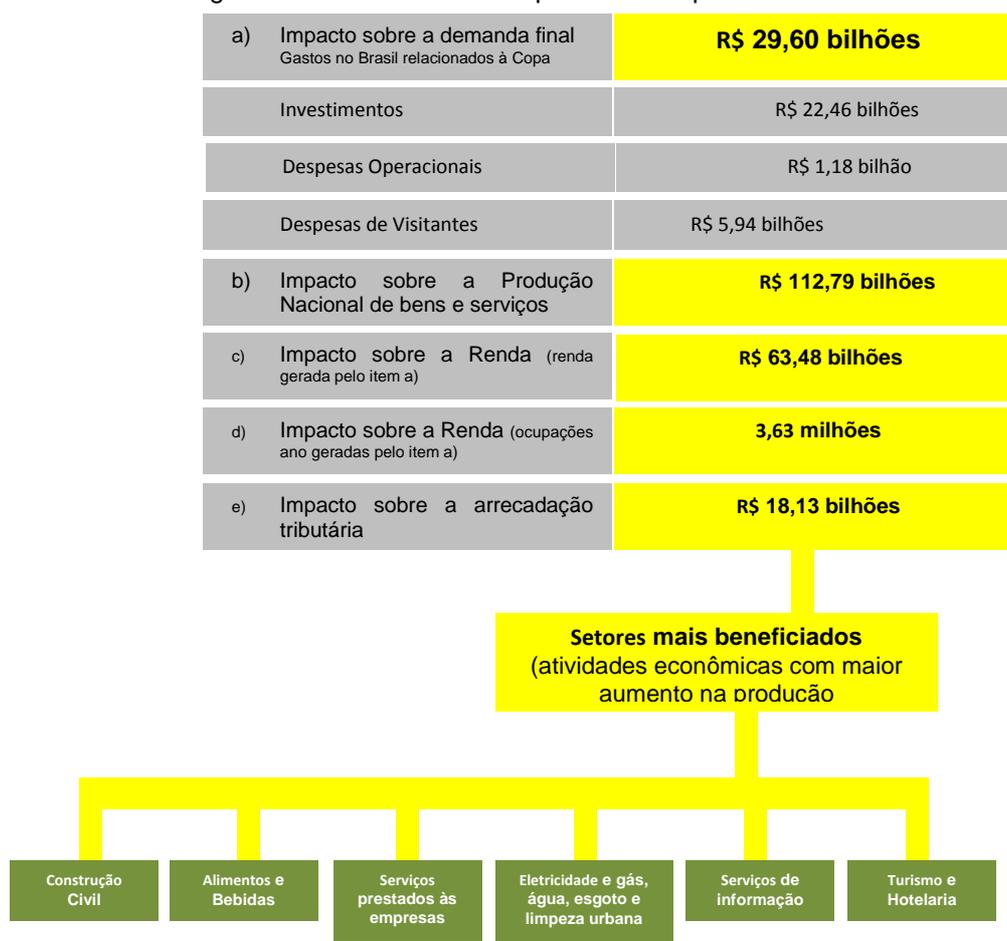
O turismo é diretamente impactado por inúmeras variáveis de caráter econômico, institucional, social ou ambiental, apresentando-se como uma das atividades econômicas mais sensíveis a variáveis externas.

Os megaeventos que ocorrerão no Brasil como a Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014 e as Olimpíadas do Rio de Janeiro/RJ em 2016 provocarão efeitos consideráveis na dinâmica do turismo para o Polo, caso este se aproprie das ferramentas de marketing para aproveitamento do legado destes eventos. Os números são eloquentes: pelo menos 3,1 milhões de turistas nacionais e 600 mil estrangeiros vão circular pelo Brasil durante os meses do Mundial²³.

O sucesso de um grande evento depende, entre outros fatores, da mobilidade disponibilizada aos turistas, neste caso, pelas facilidades que serão oferecidas pelo Polo Turístico.

²³Departamento de Comunicação e Gestão da Marca da Ernst & Young Brasil. **Brasil sustentável: Impactos Socioeconômicos da Copa do Mundo 2014**. Ernst & Young Brasil, 2010.

Figura 41 - Estimativa dos impactos da Copa do Mundo



Fonte: Departamento de Comunicação e Gestão da Marca da Ernst & Young Brasil. **Brasil sustentável: Impactos Socioeconômicos da Copa do Mundo 2014**. Ernst & Young Brasil, 2010.

Existem variáveis que podem interferir nas metas propostas para o PDITS, tais como: o aumento da renda da população brasileira, sobretudo das classes sociais C e D que se apresentam ávidas pelo consumo de viagens e lazer; a dinâmica econômica mundial, sobretudo a crise na Europa que poderá afetar as viagens para o Brasil; os conflitos no Oriente Médio que podem interferir nos preços de combustíveis e conseqüentemente nos deslocamentos no Polo Turístico; e os investimentos realizados para os megaeventos.

7 PARTICIPAÇÃO PÚBLICA E VALIDAÇÃO DO PDITS

7.1 RELATÓRIO DA 1.^a OFICINA DE APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS

7.1.1 Apresentação

A Oficina de Apresentação e Validação do Diagnóstico Estratégico da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais foi realizada no auditório SESC da Esquina de Curitiba com representantes de 21 dos 25 municípios que fazem parte da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais (CRMCG), cumprindo a exigência da apresentação e validação do Produto 2, do Termo de Referência (TR).

Dentro da tendência atual de planejamento e desenvolvimento participativo, que tem como conceito o “desenvolvimento sinérgico e não hierárquico, que se estabelece através de relações mútuas de poder entre o pensar e o agir, o decidir e o executar (...), todos têm um nível de responsabilidade, que se transforma em co-responsabilidade na tomada e execução das decisões” (ANDRADE, 2010).

O processo de elaboração e planejamento do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais tem o intuito de seguir o princípio da participação da sociedade – atores sociais diretamente envolvidos com o objeto do trabalho. Assim, após a contribuição inicial dos municípios contemplados no TR, como os 25 municípios que foram selecionados para participarem desta primeira fase do PRODETUR Nacional, sendo: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais, Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi; oportunizou-se a participação coletiva na validação do documento Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas, denominado de Produto 2.

A efetiva participação dos municípios deu-se através da realização da Oficina de Apresentação e Validação do Diagnóstico Estratégico da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, com programação de um dia de trabalho. Inicialmente houve a apresentação da contextualização do PRODETUR Nacional pela Secretaria de Estado do Turismo – SETU, em seguida, as análises diagnósticas apresentadas pela Equipe de Trabalho do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

7.1.2 Programação

Data: 30 de agosto de 2010 (segunda-feira).

8h30-9h - Cadastramento, Recepção e boas vindas.

- Apresentação dos objetivos gerais da oficina.
- Apresentação geral dos participantes presentes na oficina.
- Apresentação do diagnóstico da área turística – aspecto socioeconômico.
- Apresentação do diagnóstico da área turística – aspecto mercado turístico.
- Apresentação do diagnóstico da área turística – aspecto urbano e infraestrutura.

12h30-14h - Intervalo para Almoço.

- Continuação da apresentação do diagnóstico – aspecto quadro institucional.
- Apresentação do diagnóstico da área turística – aspecto socioambiental.
- Apresentação do estudo de competitividade turística.
- Validação do diagnóstico.
- Apresentação dos critérios de seleção dos municípios que farão parte da Área Turística Prioritária.
- Validação da Área Prioritária.

18h –Encerramento dos trabalhos, com avaliação do dia.

7.1.3 Abertura Dos Trabalhos

A abertura dos trabalhos foi realizada pela Sra. Gilce Zelinda Battistuz, Coordenadora do PRODETUR no Paraná, que dando boas vindas a todos os presentes, passou a palavra ao moderador Eduardo Flávio Zardo.

O Moderador da Oficina agradeceu a presença de todos, apresentando a proposta da programação e explicando os objetivos do evento: Apresentar e validar o Diagnóstico Estratégico da Área Turística Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Em seguida, convidou a Sra. Gilce, Coordenadora do PRODETUR no Paraná para realizar a apresentação do PRODETUR e das etapas que estão sendo realizadas no Paraná, para que houvesse a contextualização da presente oficina no processo de elaboração do PDITS.

O PRODETUR é um Programa que vem sendo desenvolvido desde 2004, pelo Governo Federal e que contemplava naquele momento, quatro estados, dos quais três do Sul e Mato Grosso do Sul, chamando-se PRODETUR Sul. Após reestruturação, passou a se chamar PRODETUR Nacional, podendo ser pleiteado diretamente pelos Estados ou por municípios com população acima de um milhão de habitantes, o que permitiria a Curitiba também pleitear diretamente estes recursos. Apresentou ainda os objetivos do PRODETUR Nacional que são: consolidar a gestão turística cooperativa e descentralizada, avançando rumo a um modelo de desenvolvimento turístico a partir do qual os investimentos dos governos federal, estaduais e municipais respondam tanto às especificidades próprias como a uma visão integral do turismo no Brasil.

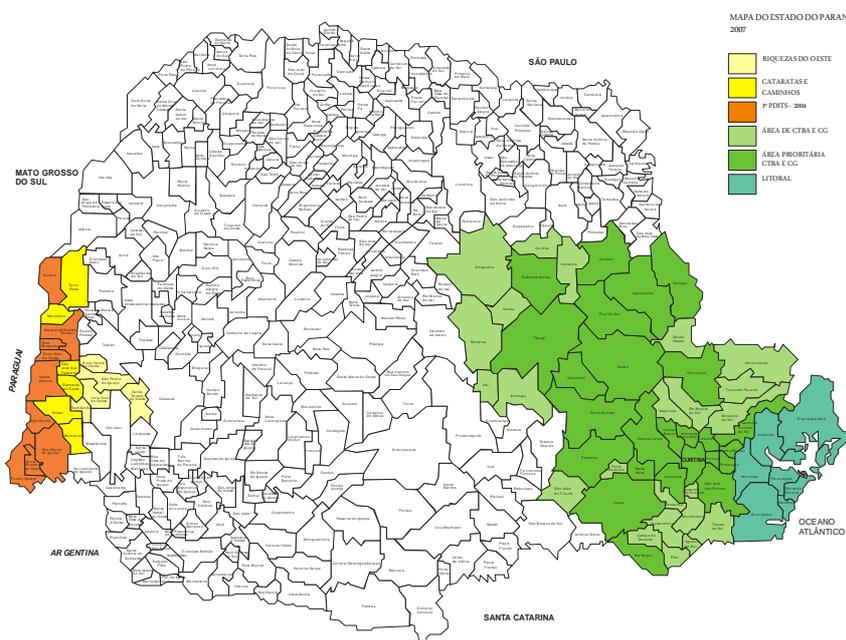
A Sra. Gilce apresentou o objetivo geral desta oficina, a validação do diagnóstico da Área Turística Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, bem como o objetivo geral do PRODETUR - alcançar as metas do Plano Nacional do Turismo, ampliando a importância do setor turístico no desenvolvimento do País por meio da geração de novos empregos e redução das desigualdades regionais.

Para complementar, foram apresentados os objetivos específicos do programa, que são:

- estruturar os destinos e dar qualidade ao produto turístico brasileiro;
- aumentar a competitividade do produto turístico;
- preservar os atrativos naturais e culturais;
- melhorar as condições de vida da população residente nos destinos turísticos;
- promover o desenvolvimento socioeconômico local de forma sustentável;
- apoiar a recuperação e adequar a infraestrutura dos equipamentos nos destinos turísticos.

Informou ainda que o Estado do Paraná participa do PRODETUR com três Áreas Turísticas – Foz do Iguaçu, Litoral Paranaense e Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, sendo ilustradas na figura a seguir.

Figura 42 - Áreas Turísticas do PRODETUR Paraná



Fonte: FAUEPG (2010)

Visando uma melhor compreensão sobre o desenvolvimento e os participantes na execução do PRODETUR no Estado do Paraná, foram apresentadas as entidades responsáveis e as respectivas atividades principais de cada uma.

a) Secretaria de Estado do Turismo – SETU:

- coordenação geral do PRODETUR/PR;
- elaboração da Carta Consulta aprovada em 14/12/2009
- priorização das áreas turísticas destinos indutores;
- acompanhamento da elaboração dos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável das Áreas Turísticas priorizadas;
- responsabilidade por viabilizar as missões do BID.

b) Ministério do Turismo – MTur:

- apoio técnico e orientação na elaboração das operações Individuais;
- aporte de contrapartida federal a cada operação Individual, de acordo com seu planejamento orçamentário;
- manutenção e consolidação de relatório de execução da contrapartida federal.

c) Instâncias de Governança Regional:

- discussão e participação na validação do PDITS;
- contribuição ao processo de acompanhamento das ações propostas pelo PDITS;
- divulgação dos resultados e ações implantadas na área turística para a população local.

Após a explanação inicial, o Secretário de Estado do Turismo, Sr. Herculano de Souza, foi convidado para realizar a apresentação e abertura oficial da Oficina de Validação do Diagnóstico do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, oportunidade em

que enfatizou a importância deste programa para o desenvolvimento do turismo no Estado do Paraná.

A seguir, foram apresentadas as 3 áreas turísticas do Paraná e os procedimentos e etapas que deverão ser cumpridos para que o estado alcance o financiamento do BID para o desenvolvimento da atividade turística nas três áreas prioritárias.

7.1.4 apresentação da metodologia de trabalho

O moderador dos trabalhos, Eduardo Zardo, iniciou os trabalhos apresentando a metodologia de trabalho da Oficina de Validação do Diagnóstico do PDITS Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais, informando que as manifestações dos presentes se darão mediante preenchimento de formulários próprios para comentários e perguntas.

Apresentou-se o objetivo da oficina que é demonstrar as ferramentas metodológicas utilizadas para analisar os municípios da Área Turística, de forma a permitir sua hierarquização e priorização, verificando as forças propulsoras e a identificação dos municípios participantes do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Em seguida, foram listados os itens a serem apresentados nesta apresentação:

- metodologia do trabalho;
- aspectos socioeconômicos;
- análise do mercado turístico;
- análise da infraestrutura básica;
- análise dos aspectos urbanísticos;
- análise do quadro institucional;
- análise dos aspectos socioambientais;
- análise *swot*.

Foi destacado o objetivo do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais - **consolidação da área turística como destino internacional, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente**, em consonância com os objetivos do turismo no Estado do Paraná e do Governo Federal, como foco de todo documento do diagnóstico estratégico.

Para facilitar a compreensão dos participantes da oficina sobre sua efetiva participação no processo, mostrou-se a figura abaixo, salientando o efetivo papel de cada ator envolvido no processo de planejamento do turismo para a Área Turística e Estado do Paraná. Foi informado que cada ator social possui um papel distinto dentro da dinâmica da atividade turística, responsabilizando-o para que assuma efetivamente sua participação.

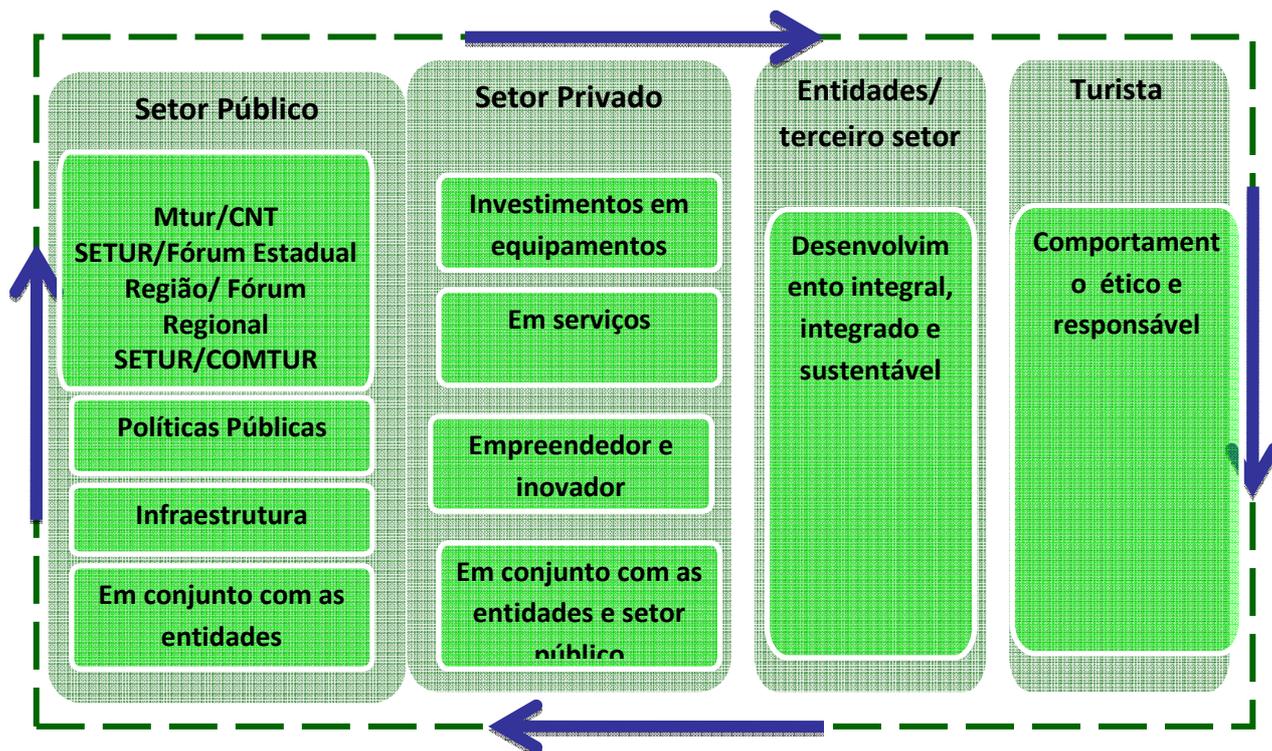


Figura 43 - Dinâmica da atividade turística.
 Fonte: FAUEPG, 2010.

O moderador Zardo apresentou a conceituação geral do trabalho, informando que as análises realizadas pela equipe de consultores, levaram em consideração as seguintes exigências do Termo de Referência:

- planejamento estratégico voltado ao mercado turístico;
- desenvolvimento sustentável;
- planejamento participativo;
- planejamento integrado.

Em seguida, o moderador Eduardo Zardo descreveu como foi realizada a Análise Turística da Área Turística do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, que utilizou, para a hierarquização dos municípios, a aplicação transversal das seguintes metodologias:

- método do Índice de potencialidade;
- método de interrelações sistêmicas em turismo;
- método da matriz da competitividade turística.

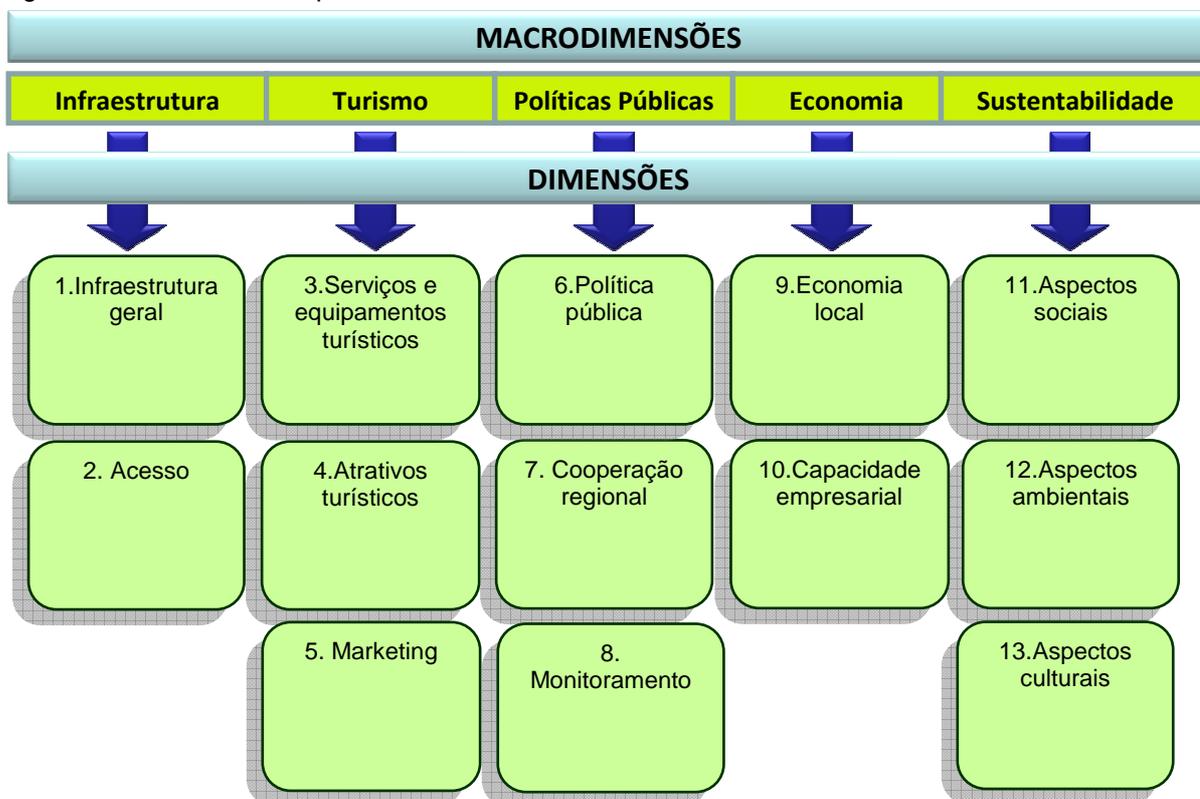
Cada método possui um princípio específico, que pretende compreender a dinâmica regional e definir a melhor forma de priorização dos municípios para a definição de estratégias e ações no âmbito do PDITS.

Apresentou de forma sucinta a metodologia do estudo de competitividade turística utilizado no diagnóstico estratégico, mencionando que foi baseado no Estudo de Competitividade em Viagens e Turismo (versão original, em inglês, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009) - já publicado em 2007 e 2008, elaborado pelo Fórum Econômico Mundial e no estudo desenvolvido pelo Ministério do Turismo e Fundação Getúlio Vargas – FGV.

Salientou que a determinação da nota reflete a medição dos fatores que fazem um determinado destino/atrativo receber investimentos ou desenvolver negócios no setor de viagens e turismo de um país específico, portanto, a pontuação da competitividade não deve

ser confundido com uma medição da atratividade do destino turístico. Para ilustrar o estudo, mostrou-se as macrodimensões que permitiram a determinação de toda metodologia, como mostra a figura abaixo.

Figura 44 - Estudo de competitividade da FGV



Fonte: FAUEPG, 2010

Por fim, o moderador Zardo informou como se deu a priorização dos municípios. Para a definição das médias gerais de cada município foi considerado o Estudo de Competitividade e para cada dimensão foi atribuído um peso específico que considerou a importância da dimensão para o PDITS. Foram considerados para a análise os municípios que obtiveram a média geral individual superior à média geral total do estudo; para estes municípios, foram aplicados os melhores indicadores para as seguintes dimensões:

- atrativos turísticos: considerando a oferta turística real e potencial que merece investimentos para a consolidação e cumprimento dos objetivos do PDITS;
- políticas públicas: considerando a capacidade do município em gerenciar e administrar os efeitos positivos dos investimentos do PRODETUR em seu entorno.

7.1.5 Apresentação do diagnóstico estratégico da Área Turística Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais

Dando continuidade aos trabalhos, iniciaram as apresentações das análises efetuadas pela Equipe Técnica referente aos 25 municípios que compõem a Área Turística.

DIMENSÃO SOCIOECONÔMICA

Consultor: Christian Luiz da Silva

- Diversidade entre os municípios da Área Turística, principalmente observada mediante os números do PIB e PIB per cápita.
- Importância das diferenças entre os municípios, com ênfase em Curitiba, por se tratar de grande pólo indutor ao turismo na Área Turística.
- Adensamento populacional em alguns pontos da Área Turística.
- Concentração de atividades econômicas em alguns pontos da Área Turística
- Concentração do PIB em alguns municípios (Curitiba, São José dos Pinhais e Araucária) – realidades diferenciadas, com atividades econômicas consolidadas.
- Como potencializar as atividades econômicas nos municípios que não tenham grande representatividade para a região?
- Turismo como importante atividade geradora de emprego (postos de trabalhos formais). Não há estatística sobre a informalidade, que é representativa no turismo – pequenos negócios informais.

MERCADO TURÍSTICO

Consultor: Eduardo Flávio Zardo

- Apresentação dos itens analisados.
- Fórmula do turismo – evidência de que a atividade turística deve ser encarada como atividade de inclusão da sociedade.
- Identificação dos atrativos potenciais e reais – capacidade de geração de negócios com a oferta existente.
- Representatividade dos roteiros e pacotes turísticos com inserção dos municípios, identificada após a aplicação da técnica de cliente oculto com as operadoras e agências de turismo nacional.
- Ligação entre as três áreas turísticas do PRODETUR Paraná.
- Necessidade de melhoria nos serviços e estrutura dos equipamentos e atrativos – melhorar a percepção e notoriedade por parte dos turistas.
- Deficiência no monitoramento constante representa uma fragilidade e gargalo ao desenvolvimento e consolidação da área turística.
- Caracterização dos municípios conforme espacialização – pólo indutor, centros de distribuição, centros de excursão, centros de apoio, centros de relevância complementar.
- Material promocional – pouca integração dos materiais e definição das estratégias de promoção e comercialização dos destinos e da área de forma consolidada.
- Análise das potencialidades dos municípios.

ASPECTOS URBANÍSTICOS

Consultores: Clóvis Ultramari e Antônio Roberto Sartor

- Pouca capacidade de integração dos modais de transporte para facilitar a distribuição dos turistas por toda Área Turística.
- Rede de distribuição e tratamento de água e de esgoto – facilidade institucional com a concessão de uma única empresa (SANEPAR).
- Fácil implementação de estações alternativas de esgoto nas áreas turísticas distantes da malha urbana já implementada.
- Apresentação de quadro com os bens tombados.

ASPECTOS DO QUADRO INSTITUCIONAL

Consultora: Livia Mari Kohiyama

- Metodologia específica para a análise do quadro institucional reforçando o papel da gestão pública no desenvolvimento do turismo.
- Praticamente todos os municípios fazem menção da atividade turística no Plano Diretor, no entanto, com pouca abrangência sobre as especificidades do setor para cada município.
- Quanto à legislação pertinente ao turismo, percebe-se que os CMTur apresentam pouca participação na gestão do turismo.
- Dificuldades em relação ao PPA, devido à não priorização de investimentos em turismo.
- Márcio (Lapa) sugeriu a possibilidade de se aprofundar os estudos sobre a realidade em relação ao CMT e FMT.
- Poucos recursos estaduais e federais para a pasta de turismo, denotando a pouca capacitação dos órgãos municipais para a apresentação de projetos e captação dos recursos.
- Importância da articulação com o Legislativo para melhorar a priorização de verbas para o turismo.
- Fragilização das instâncias de governança, sobretudo do Fórum Metropolitano.

ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS

Consultor: Marcio Luiz Bittencourt

- Início dos trabalhos com a análise individual dos municípios, adotando uma análise regional, devido à abrangência e quantidade de informações no detalhamento dos aspectos socioambientais.
- Fatores: Clima, Geologia e geomorfologia e a hidrografia.
- Fatores ambientais – bióticos> vegetação natural, elementos e paisagens notáveis, Unidades de conservação.
- Análise da legislação regional e a estrutura pública para gestão dos recursos naturais.
- Comparativo entre as duas regiões da área turística, demonstrando a diversidade entre elas.
- Na região metropolitana, a maioria das UC não possui plano de manejo.
- Na região dos Campos gerais as UC são mais representativas.

ESTUDO DE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA

Consultores: Eduardo Flávio Zardo e Livia Mari Kohiyama

Neste item de apresentação, foram apresentados os resultados de forma resumida, com a identificação das principais conclusões dos problemas apontados em cada uma das treze dimensões contempladas no estudo.

- É importante saber qual o sistema local de atendimento à emergências está disponível em caso de necessidade.
- 20 municípios possuem atendimento de emergência aos turistas e residentes.
- Quanto mais tranquila, ou menos perigosa for a localidade, mais competitiva ela será no mercado turístico.
- Ponta Grossa representa um grande *hub* regional. Curitiba e Ponta Grossa são os pólos de entrada e distribuição de turistas nas duas regiões turísticas.
- Sistema de transporte no destino – existência de estrutura e equipamentos disponibilizados para que consiga circular e visitar os elementos turísticos existentes.
- Nível de congestionamento do trânsito com situações problemáticas: acesso ao Autódromo de Pinhais, durante os dias e horários de eventos automobilísticos; a rodovia BR277 entre Balsa Nova e Campo Largo, em função da praça de pedágio (São Luiz do Purunã) e dos elementos de redução de velocidade da zona urbana de Campo Largo; a rodovia BR376, em São José dos Pinhais, em períodos de feriados e férias, nas proximidades ao aeroporto.

- Curitiba modifica e melhora a sinalização quando sedia eventos internacionais, e é uma das poucas cidades que apresenta sinalização de acordo com os padrões do MTur e a inserção de uma língua estrangeira.
- Baixo índice de equipamentos cadastrados no CADASTUR (cadastramento compulsório).
- Capacidade de atendimento dos restaurantes - baixa pontuação dos municípios reflete, principalmente, a falta de padrão turístico, sua participação em roteiros turísticos da região, e o próprio fortalecimento da gastronomia local como produto turístico.
- Destaque aos municípios que possuem UC e que se situam próximos ou dentro da área denominada de Mata Atlântica/Serra do Mar.
- Uso turístico dos atrativos demanda estrutura mínima para receber as visitas, no sentido de minimizar o impacto – poucos atrativos possuem estrutura adequada mínima.
- Ênfase na produção de material promocional (folheteria) sem identificação do público-alvo, mercado turístico e outras estratégias.
- Ações de marketing desarticuladas, sem estruturação em plano de marketing.
- Dificuldade na elaboração de planos de desenvolvimento turístico.
- Baixa atuação e participação dos conselhos municipais de turismo.
- Maioria dos municípios não possui fundo municipal de turismo; alguns possuem lei de criação do fundo, apenas.
- Baixa adesão às instâncias de governança, que passam a não ter representatividade e poucas ações efetivas para o desenvolvimento regional.
- Necessidade de fortalecimento institucional e comercial aos roteiros turísticos regionais.
- Carência de ações de monitoramento e avaliação por parte do poder público dos municípios, das iniciativas privadas e das entidades de turismo existentes.
- O monitoramento é condição para a determinação do perfil dos turistas, bem como saber qual o fluxo turístico existente.
- Desenvolvimento econômico pontual por atividades não-ligadas ao turismo – indústria.
- Baixa cobertura da telefonia móvel, principalmente naqueles municípios em que o turismo ocorre em área rural, além de dificuldades com a disponibilidade dos serviços de Internet em áreas rurais.
- Grandes eventos ou empreendimentos favorecem a divulgação do destino turístico como um todo.
- Deficiências na qualificação profissional – caracteriza-se como um limitante ao desenvolvimento e consolidação como destino turístico competidor.
- Poucas iniciativas de ações de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil.
- Alto índice de informalidade na área de turismo – baixo número de empregos em turismo, em grande parte dos municípios.
- Pouca estrutura de atendimento e visitação nos atrativos naturais, nas UC, ocasionando diversas situações de depredação.
- Necessidade de melhores cuidados e ações com UC, mediante elaboração dos planos de manejo, formação de conselhos gestores e o uso adequado para o turismo.
- Dificuldade de diálogo entre regras do patrimônio cultural e turismo – dificuldade de utilização adequada do patrimônio como atrativo cultural.
- Maior incentivo à comercialização da produção associada ao turismo.

ANÁLISE SWOT

A análise SWOT não teve sua apresentação realizada por que grande parte das informações já foi apresentada no Estudo de Competitividade Turística. Considerou-se que a repetição não seria oportuna e que devido ao adiantado da hora, poderia ser aberto o debate da apresentação do Estudo de Competitividade e a continuidade da oficina.

7.1.6 Apresentação da Área Prioritária

Consultor: Eduardo Flávio Zardo

Foi apresentado o quadro dos resultados das pontuações dos municípios mais competitivos turisticamente dentro da Área Turística. Explicou-se e apresentaram-se os demais quadros que apontavam os itens que foram utilizados como critérios de seleção dos municípios.

Tabela 27 - Pontuação total da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais – CRMCG (2010)

Município	Total
Curitiba	60,9
São José dos Pinhais	30,8
Ponta Grossa	29,8
Telêmaco Borba	26,2
Castro	25,7
Tibagi	23,8
Rio Negro	21,3
Araucária	20,6
Lapa	20,1
Quatro Barras	18,7
Colombo	18,2
Piraquara	18,2
Piraí do Sul	18,1
Pinhais	17,5
Carambeí	17,2
Campina Grande do Sul	17,2
Campo Largo	15,4
Jaguariaíva	14,3
Cerro Azul	13,4
Arapoti	12,6
Palmeira	12,4
Campo Magro	12,3
Balsa Nova	11,5
Almirante Tamandaré	8,6
Sengés	8,3

Fonte: Matriz de avaliação da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS/CRMCG (2010).

Tabela 28 - Aplicação da média da pontuação da dimensão atrativos turísticos como primeiro critério de priorização dos municípios participantes do PDITS/CRMCG (2010).

Classificação Geral	Classificação Atrativos	Municípios	Total	Atrativos Turísticos
2	1	Ponta Grossa	29,8	56,8
8	2	Lapa	20,1	56,6
6	3	Rio Negro	21,3	54,9
4	4	Castro	25,7	53,3
5	5	Tibagi	23,8	53,0
3	6	Telêmaco Borba	26,2	50,1
10	7	Colombo	18,2	47,2
9	8	Quatro Barras	18,7	46,5
7	9	Araucária	20,6	45,4
12	10	Piraí do Sul	18,1	39,9
11	11	Piraquara	18,2	38,6
1	12	São José dos Pinhais	30,8	36,4
		MÉDIA (sem Curitiba)	18,0	39,1

Fonte: Matriz de avaliação da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS/CRMCG (2010).

Tabela 29 - Aplicação da média da pontuação da dimensão políticas públicas como segundo critério de priorização dos municípios participantes do PDITS/CRMCG - 2010

Classificação Geral	Classificação Atrativos	Classificação Políticas	Municípios	Total	Atrativos Turísticos	Políticas Públicas
4	4	1	Castro	25,7	53,3	66,0
5	5	2	Tibagi	23,8	53,0	63,6
8	2	3	Lapa	20,1	56,6	62,2
3	6	4	Telêmaco Borba	26,2	50,1	58,8
2	1	5	Ponta Grossa	29,8	56,8	48,9
9	8	6	Quatro Barras	18,7	46,5	45,5
12	10	7	Piraí do Sul	18,1	39,9	39,1
10	7	8	Colombo	18,2	47,2	35,9
6	3	9	Rio Negro	21,3	54,9	28,5
7	9	10	Araucária	20,6	45,4	23,9
			MÉDIA (sem Curitiba)	18,0	39,1	38,9

Fonte: Matriz de avaliação da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS/CRMCG (2010).

Tabela 30 - Municípios participantes da Área Turística Priorizada do PDITS/ CRMCG (2010).

Classificação Final	Municípios	Total	Atrativos Turísticos	Políticas Públicas
1	Castro	25,7	53,3	66,0
2	Tibagi	23,8	53,0	63,6
3	Lapa	20,1	56,6	62,2
4	Telêmaco Borba	26,2	50,1	58,8
5	Ponta Grossa	29,8	56,8	48,9
6	Quatro Barras	18,7	46,5	45,5
7	Piraí do Sul	18,1	39,9	39,1
	Média dos Prioritários	23,2	48,2	47,2
	MÉDIA (sem Curitiba)	18,0	39,1	38,9

Fonte: Matriz de avaliação da competitividade turística dos municípios participantes do PDITS/CRMCG (2010).

7.1.7 Questionamentos

- Felipe (IMT) – Qual a relação do estudo de competitividade turística do PDITS/CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS com a definição dos municípios prioritários para receber os recursos do BID. Esclareceu-se que o estudo apresentou os municípios considerados mais competitivos na Área Turística, prioritários para a determinação das estratégias e ações. No entanto, a real definição dos municípios que serão contemplados com os recursos internacionais será realizada após a determinação das estratégias e ações, que deverão ter caráter regional.
- Patrícia Albanes (SEBRAE-PR) – Informou que os municípios de Piraquara e Campo Magro possuem roteiros turísticos que estão sendo trabalhados pelo SEBRAE-PR, para consolidação dos produtos turísticos locais. Com isso, sugeriu-se que fossem classificados como centros de excursão, de acordo com o método de relações sistêmicas em turismo, apresentado pelo consultor Eduardo Zardo. Esclareceu-se que é possível realizar a alteração desde que haja informações comprobatórias de tais situações por parte dos municípios.
- Alexandre Dantas Brighetti (Cerro Azul) – Solicitou revisão do quadro de posicionamento dos municípios quanto aos segmentos de turismo real e potencial – análise e revisão, com o apontamento do segmento turismo rural ao município de Cerro Azul. Esclareceu-se que a identificação do segmento poderá ser realizada, como potencial para a cidade de Cerro Azul.

- Idever Terezinha Lacerda (Telêmaco Borba) – Informou que foram descobertos 14 sítios arqueológicos com as obras da UHE Mauá. Esclareceu-se que as informações a serem consideradas no estudo e diagnóstico terão como data limite o mês de maio de 2010, para que seja possível a finalização do documento.
- Deise Bezerra (SETU) - Salientou que o PRODETUR tem o intuito de aplicação de recursos em ações regionais e não municipais, o que descarta a expectativa dos municípios de que serão contemplados com os recursos do BID.
- Tami Szuchman (ECOPARANÁ) – Questionou qual o critério utilizado para a escolha das dimensões atrativos turísticos e políticas públicas para o corte dos municípios – exigência do BID é que se faça a priorização em razão da atratividade.
- Deise Bezerra (SETU) – A definição dos municípios poderá sofrer alterações, conforme as orientações e ponderações futuras do BID. A instituição poderá exigir novos critérios e cortes futuros. Haverá a necessidade de apresentação de ações de caráter regional, não é permitido que sejam apresentadas ações pontuais.
- Sinval Ferreira da Silva (Prefeito de Tibagi) – A discussão é prejudicial se tomar o caráter individualista, em que cada município identifique apenas os benefícios dos recursos unicamente a seus municípios, sem a preocupação regional.
- Após encerramento da oficina, o Fórum Metropolitano de Turismo solicitou a SETU uma reunião de esclarecimento da metodologia do estudo de competitividade turística apresentada no diagnóstico, além de explicações sobre a priorização dos municípios.

7.1.8 Validação da Área Prioritária

Ao final dos debates, o moderador Eduardo Zardo abriu a palavra para questionamentos e considerações a respeito da Área Turística Prioritária, salientando que caso houvesse dúvidas, poderiam ser manifestadas neste momento, possibilitando esclarecimentos a respeito. Não houve manifestação dos presentes.

Por fim, solicitou-se aos presentes a validação da Área Turística Prioritária, obtendo-se manifestação afirmativa por parte dos participantes da oficina. Com isso, entende-se que houve a aprovação e validação do documento Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas, bem como da Área Turística Prioritária.

7.1.9 Responsabilidade Técnica

Moderador: Eduardo Flavio Zardo; Relatora: Livia Mari Kohiyama. Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico, Tecnológico da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Praça Marechal Floriano Peixoto, 129 – Centro. Ponta Grossa, Paraná, Brasil. Tel: (42) 3025-6456.

7.1.10 Lista de presença

OFICINA PARA APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS

LISTA DE PRESENÇA

DATA: 30/08/2010 – Órgãos Oficiais de Turismo

NOME	CARGO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
Albany Rocha Fonseca		Jaguariaiva	43 35356556	albanyrocha@hotmail.com
Alexandre Dantas Brighetti	Diretor	Cerro Azul	41 3662-1722	cerrotur@ibest.com.br
Alvine Bonin	Auxiliar turismóloga	Colombo	41 3656-6600	turismo@colombo.pr.gov.br
Amanda Colodel F. Pereira	Chefe	Jaguariaiva	43 3535-7935 43 3535-2130	turismo@jaguariaiva.pr.gov.br amandacolodel@hotmail.com, inducom@jaguariaiva.pr.gov.br
Ana Paula Czaikowski	Diretora	Araucária	41 3901-5440 41 3901-5330 41 9173-8195	smct@araucaria.pr.gov.br turismo@araucaria.pr.gov.br
Ana Paula Gomes Pototski	Assistente I	Telêmaco Borba	42 88217372 42 39041614	apgpotski@yahoo.com.br turismo@pmtb.pr.gov.br
Ary Andreatta	Secretário	Quatro Barras	41 3671-8850	smt@quatrobarras.pr.gov.br
Ayrton Gonçalves Celestino	Secretário de Turismo e Cultura	Rio Negro	47 3643-7664	financeiro.turismo@gmail.com
Bibiana Thon	Diretora	Jaguariaiva	43 96185136	mioambiente@jaguariaiva.pr.gov.br
Cecília Nanuzi Pavesi	Secretária Meio Ambiente e Turismo	Tibagi	42 3916-2150 / 2152	sematur@tibagi.pr.gov.br
Daniela Moreira	Diretora de Turismo	Piraí do Sul		
Daniela Rosa da Silva	Turismóloga	Tibagi		
Danielle C. Costa	Adm.	São José dos Pinhais	41 3381-5813	danielle.costa@sjp.pr.gov.br
Dulcileia Ane dos Reis	Coordenadora de Projetos	Castro	42 3906-2087	dulcileiareis@gmail.com
Elizabeth Silveira Schmidt	Secretária de Cultura e Turismo	Ponta Grossa	42 39011601	lizass@interponta.com.br, smct@pontagrossa.pr.gov.br
Fabiana Moraes	Chefe da Seção de Turismo de	Pinhais	41 39125634	fabianamm@pinhais.pr.gov.br

NOME	CARGO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
	Negócios			
Fabiane Bergmann	Diretora de Turismo	Campo Largo	41 3292-8523	turismo@campolargo.pr.gov.br
Genésio de Siqueira Junior	Diretor	Pinhais	41 3912-5634	genesio.siqueira@pinhais.pr.gov.br turismo@pinhais.pr.gov.br marianna.souza@pinhais.pr.gov.br
Giovana Gohr Serenato	Assessora de Projetos da SMCT	Araucária	41 39015330	smct.projetos@araucaria.pr.gov.br
Glaci Maria Ferreira da Silva	Diretora Geral da SMCT	Araucária	41 39015410	glacimariaf@hotmail.com
Idever Terezinha Lacerda	Assessora	Telêmaco Borba	42 3904-1614 42 3904-1657 42 9107-3718	casadoartesaotb@yahoo.com.br, ideverlacerda@yahoo.com.br, turismo@pmtb.pr.gov.br
Inês Teresinha Sancandi Fischer	Coordenadora de Projetos	Castro	42 39062022	serfischer@ig.com.br
Izidro Constantino Guedes	Secretário Ind. Com. e Turismo	Castro	42 3906-2125 42 3906-2122 42 3906-2123	turismo@castro.pr.gov.br
Jaime Nogueira	Guia/ turismologo	Jaguariaiva	43 9936 9043	nogueirajaime@hotmail.com
James Bueno	Assessor Especial	Lapa	41 9955-1618	jamesbueno@hotmail.com
Juliana Rezende Nogueira		Tibagi	42 3916-2149	sematur@tibagi.pr.gov.br
Juliane Nanika	Adm.	São José dos Pinhais	41 3381-5812	juliane.nanika@sjp.pr.gov.br
Juliano J. Roberto	Técnico em Turismo	Castro	42 39062125	turismocastro@gmai.com
Larissa Mongruel Martins	Diretora	Ponta Grossa	42 39011601 42 8407-5992	larimongruel@hotmail.com
Lino Petry	Secretário Municipal de Desenvolvimento Rural	Campo Largo	41 3292-6470 41 9251-8334	linopetry@gmail.com
Luis Felipe Struyo	Coordenador Turismo	Curitiba	41 3250-7789	lstruyo@turismp.curitiba.pr.gov.br
Marcelo Miró Cioffi	Secretário de Turismo	Piraí do Sul	42 3237-1628	diacmarcelo@hotmail.com, setur@piraidosul.pr.gov.br
Marcelo Uemura	Estatístico	Curitiba	41 3250-7794	muemura@turismo.curitiba.pr.gov.br
Mario Bianchini	Diretor de Turismo	Lapa	41 3996-0465	mariobianchini@gmail.com
Marlon Mussi Zaitter	Chefe	Piraquara	41 3673-4442	turismo_piraquara@hotmail.com
Nely Ivanoski Mizerkowski		Piraquara	41 3673-0186	turismo_piraquara@hotmail.com
Pamela Silva Ribas	Dep. de Turismo	Carambeí	42 39151037	pamsoa@hotmail.com
Paulo Henrique C. Fernandes	Secretário de Cultura	Piraí do Sul	42 3237 1628	secult@piraidosul.pr.gov.br

NOME	CARGO	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
Pedro Norberto Grebogy	Secretário Ind., Comércio, Turismo e Artesanato	Campo Magro	41 3677-1876	norberto.grebogy@p- campomagro.pr.gov.br
Sandroval Probst	Assessor de Gabinete	Tibagi	42 8822 0280	sandrovalp@hotmail.com
Sérgio Cavagni	Secretário Desenvolvimento do Turismo	Campina Grande do Sul	41 3676-8181	turismo@pmcgs.pr.goc.br carina.pavelik@hotmail.com
Sergio Henriches	Superintende	Curitiba	41 9963-4099	
Suellen Fernanda Pavanelo da Silva	Responsável	Carambeí	42 3915-1037	turismo@carambei.pr.gov.br, supavanelo@hotmail.com
Tania Gayer Ehlke	Secretária de Cultura e Turismo	Araucária	41 3901-5440	smct@araucaria.pr.gov.br turismo@araucaria.pr.gov.br
Wendell Luiz Linhares	Assessoria da Industria Artesanal , Comercio e Turismo	Telêmaco Borba	42 39041614	casadoartesaotb@yahoo.com.br

**OFICINA PARA APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA
PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E
CAMPOS GERAIS**

LISTA DE PRESENÇA

DATA: 30/08/2010 – Comissão de Análise e Equipe Técnica

NOME	ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL
Adelita Stamiski	FAUEPG	42 3025-6456	mxbrolho@fauepg.org.br
Ary Talamini Junior	SEPL	41 3313-6328	ary-talamini@sepl.pr.gov.br
Carlos Garmatter	PR TUR	41 3313-3549	carlosgarmatter@setu.pr.gov.br
Clovis Ultramari	FAUEPG		ultramari@yahoo.com
Christian Silva	FAUEPG	41 8834-2351	
Deise Maria Fernandes Bezerra	SETU	41 3313-3521	deisemb@terra.com.br
Eduardo Flávio Zardo	FAUEPG	41 3232-2635	eduardo@consulturplanejamento.com
Fernanda Anderle Rocha	FAUEPG	42 3220-3390	mxbrolho@fauepg.org.br
Gilce Zelinda Battistuz	SETU	41 3313-3547	gilcebattistuz@setu.pr.gov.br
Lívia Mari Kohiyama	FAUEPG	41 3232-2635	livia@consulturplanejamento.com
Marta Takahashi	ECOPARANÁ	41 3213-7700	marta@ecoparana.pr.gov.br
Milton Karam	PR TUR	41 33133528	miltonkaram@setu.pr.gov.br
Milton Xavier Brollo	FAUEPG		mxbrollo@uepg.br
Roberto Sartor	Consultor / Curitiba	41 3362-1134	sartor@creapr.org.br

**OFICINA PARA APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA
PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E
CAMPOS GERAIS**

LISTA DE PRESENÇA

DATA: 30/08/2010 - Prefeitos

NOME	MUNICÍPIO	TELEFONE	E-MAIL
Eros Danilo Araújo	Telêmaco Borba	42 3271-1000	gabinete@pmtb.pr.gov.br
Sinval Ferreira da Silva	Tibagi	42 3916-2136 42 3916-2139 42 88020576	sinvalsilva15@gmail.com sandrovalp@hotmail.com

**OFICINA PARA APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA TURÍSTICA
PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E
CAMPOS GERAIS**

LISTA DE PRESENÇA

DATA: 30/08/2010 - Entidades

NOME	ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL
Adriana Cunha Baptista	AMCG – Ponta Grossa	42 3225-1398 42 8403-6936	amcgmeioambiente@interponta.com.br
Adriane Vortolin	Instituto Municipal de Turismo - Curitiba Turismo	41 3250-7780	avortolin@turismo.curitiba.pr.gov.br
Aline Jimenez	AMCG	42 3225-1398	
André Poletti	Universidade Tuiuti do Paraná	41 3331-7700	andre.poletti@utp.br
Danielle Cristine Fernandes de Oliveira	AMCG – Ponta Grossa	42 3225-1398	amcg@interponta.com.br
Dulciléia Ane dos Reis	Coordenação de Projetos de Castro	42 3906-2087	dulcikeiareis@gmail.com.br
Emerson Jabur	Fecomercio – Câmara Empresarial de Turismo	41 3883-4500	jabur@fecomercio.pr.com.br, annakarina@fecomercio.pr.com.br
Karen Kobilarz	Agência Rota dos Tropeiros	42 3225-1398 9103-1399	42 contato@rotadostropeiros.com.br 42 diretoria@rotadostropeiros.com.br
Kézia Talisin	SENAC	3219-4826	kezia@pr.senac.br
Leonir José Vicenzi	SESC Turismo Social	41 3304-2204 9929-9640	41 leonirvicenzi@sescpr.com.br
Lucy Ishikawa	COMTUR Palmeira	42 3252-3001	lucykazumi@hotmail.com
Margarete Teles	UFPR		margateles@ufpr.br
Nádia Joboji	SEBRAE	41 3330-5834	njoboji@pr.sebrae.com.br
Patricia Albanez	SEBRAE	41 3330-5908	palbanez@pr.sebrae.com.br
Raquel Panke Apolo	PUCPR	41 32711705 41 9181-8741	raquel.apolo@pucpr.br
Tamires Cavassim	PROJETO IDENTIDADE PINHAIS	41 3033-3166	identidadepinhais@gmail.com
Tami Szuchman	Coordenação de planejamento Curitiba/Paraná	41 32137700	

7.1.11 Fotos da 1.^a oficina participativa do PDITS



7.1.12 Considerações finais

Tais ações, vale lembrar, foram aqui apresentadas independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis. Com isso, este documento visa servir de base referencial não apenas para financiamentos no escopo do PRODETUR.

Esse procedimento se justifica pelo perfil desta linha de financiamento, impossível de atender à diversidade de situações encontradas no diagnóstico e recorrentemente apresentadas como importantes pelos agentes vinculados ao desenvolvimento turístico.

As ações, amplamente discutidas, publicamente, ou pela equipe técnica que elaborou este documento, ou ainda pelas lideranças em seu trabalho já reconhecido no Polo Turístico, guardam uma estreita relação com as estratégias determinadas e vinculam-se aos objetivos também anteriormente definidos. Portanto, esta metodologia adotada para a construção das presentes propostas promove o desenvolvimento sustentável competitivo.

Pretende-se que o Plano seja um instrumento de planejamento, submetido a uma constante avaliação e monitoramento pelos diversos agentes que participaram de sua elaboração e outros que ainda comporão o cenário do desenvolvimento turístico do Polo estudado.

Por meio da articulação entre as diversas políticas públicas, Instâncias de Governança e participação da sociedade como um todo, é que se tornará possível a garantia da consolidação da atividade turística como fator preponderante do desenvolvimento sociocultural, ambiental, político-institucional e, sobretudo, econômico do Polo Turístico.

7.2 RELATÓRIO DA 2.^a OFICINA PARTICIPATIVA DE APRESENTAÇÃO E VALIDAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS E DO PLANO DE AÇÃO E FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO PARA O POLO TURÍSTICO

7.2.1 Apresentação

A 2.^a Oficina Participativa para Apresentação das Estratégias e do Plano de Ação e Feedback: Acompanhamento e Avaliação, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável/ PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais foi realizada no Auditório da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Estadual de Ponta Grossa, na cidade de Ponta Grossa, PR, no dia 06 de abril de 2011, com início às 9h10m.

A Secretaria de Estado do Turismo – SETU, através da Coordenadora do PRODETUR-PR, Sra. Gilce Battistuz, iniciou a 2.^a Oficina Participativa do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais dando as boas vindas aos participantes, solicitando aos presentes uma breve apresentação individual. Após todos se apresentarem a Sra. Gilce realizou a apresentação do histórico do Programa no Paraná e das etapas anteriores do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Na sequência dos trabalhos, foi convidado o consultor da FAUEPG, Sr. Eduardo Flávio Zardo para realizar a apresentação do Produto 4, com as estratégias e ações.

Quanto aos objetivos do PDITS/CMCG foi apresentado o seguinte.

Fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-meta principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

A esse objetivo principal do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais somam-se objetivos específicos com o intuito de corroborar e fortalecer o sucesso e a consolidação do destino turístico.

- a) Aumentar o tempo médio de permanência do turista no Polo Turístico, favorecendo maior circulação entre os atrativos turísticos existentes.
- b) Ampliar o grau de satisfação do turista, mediante o reconhecimento do seu perfil sociodemográfico e padrões de consumo, possibilitando o atendimento às suas expectativas como turista-consumidor.
- c) Consolidar e ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos possibilitando a competitividade.
- d) Recuperar e proteger os recursos naturais e culturais utilizados pelo turismo, bem como sua gestão ambiental e cultural, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos.
- e) Recuperar e valorizar o patrimônio cultural, mediante a estruturação e racionalização destes atrativos para o uso turístico.
- f) Estruturar e adequar a acessibilidade do Polo Turístico, favorecendo e permitindo a distribuição do fluxo turístico, principalmente no modal rodoviário.
- g) Desenvolver e fortalecer o setor público para a gestão da atividade turística, bem como das instâncias de governança que auxiliarão e contribuirão para a gestão e consolidação das iniciativas do setor privado e público em futuras intervenções de caráter turístico.

Em relação ao foco do PDITS, foram apresentados os atrativos destacados, que representam os esforços de maior vulto no sentido de ampliar a notoriedade do Polo Turístico e cumprir os objetivos.

Por solicitação da representante do município de Telêmaco Borba, foram readequados os atrativos do município, permanecendo para as ações do PRODETUR a Casa do Artesão no segmento Turismo Cultural e o Parque Ecológico do Rio Tibagi para o segmento de Ecoturismo.

Cabe ressaltar o destaque da Rota dos Tropeiros, que se trata de um produto turístico integrado que encontra representação nas duas regiões que integram o Polo Turístico.

Recebem ainda tratamento diferenciado, embora ainda não estejam na categoria de atrativos destacados, as iniciativas dos municípios que desenvolveram roteiros municipais ou intermunicipais, dado o potencial de crescimento de mercado desses roteiros turísticos quando houver investimento na estruturação, na tematização e nos processos de comercialização e promoção.

Na sequência, foram apresentadas as estratégias e as ações previstas no Produto 4.

1. Apresentação das Estratégias

Componente I – Estratégia de Produto Turístico

Ampliar a oferta turística do Polo Turístico, com a formatação de novos produtos e integração entre os atrativos existentes, bem como a excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, valorizando as características culturais e ambientais.

Descrição.

- a) Ampliação do posicionamento e da participação do Polo Turístico no mercado nacional e internacional.
- b) Valorização e apoio de produtos inovadores e criativos;
- c) Priorização de atrativos destacados possibilitando e auxiliando para que se articulem como produtos turísticos consolidados;
- d) Identificação e viabilização das rotas de turismo estruturadas de acordo com a proximidade, complementaridade ou especificidade dos produtos turísticos;
- e) Estímulo na busca pela excelência dos serviços e produtos turísticos;
- f) Incentivo na formatação de produtos turísticos competitivos no destino de forma constante, para que haja uma regularidade na renovação de produtos;
- g) Implementação de investimentos na estruturação da oferta e na qualificação dos atrativos turísticos.

Componente II – Estratégia de Comercialização

Fortalecer e estruturar a imagem e identidade do Polo Turístico, através do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.

Descrição.

- a) Reconhecimento dos mercados-alvo real e potencial do Polo Turístico;
- b) Implementação de recursos de novas tecnologias e mídias sociais existentes no mercado.
- c) Fortalecimento nas negociações comerciais internacionais.

- d) Fortalecimento da imagem do Polo Turístico.
- e) Consolidação dos produtos existentes e sua ampla divulgação nos mercados nacionais e internacionais.
- f) Integração dos produtos em rotas, formatados em parceria com o setor privado garantindo a complementaridade e sinergia entre os destinos das diferentes regiões.
- g) Fomento de articulações empresariais e públicas para o incremento de ações de promoção e comercialização do Polo Turístico.
- h) Implementação de indicadores de comercialização turística pelo Polo Turístico.
- i) Definição de estratégias de promoção e comercialização do Polo Turístico.

Na apresentação dessa Estratégia, a representante de Araucária, Sra. Giovana, questionou sobre a comercialização dos roteiros turísticos por agências, mostrando sua dúvida quanto ao que foi avaliado no diagnóstico. O Sr. Eduardo informou que na avaliação foram consideradas as grandes operadoras e agências nacionais, que infelizmente não dispõem de pacotes que contemplem os produtos do Polo Turístico, embora se saiba que algumas poucas agências de viagens e turismo da região comercializem roteiros locais, muito embora alguns não façam parte do Polo Turístico.

Componente III – Infraestrutura e Serviços Básicos

Qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial a acessibilidade turística (aérea e rodoviária) ampliando a oferta de serviços aos visitantes e turistas.

Descrição.

- a) Implantação no aeroporto Internacional Afonso Pena de adequações tecnológicas (ILS3) que possibilitem pousos e decolagens com baixa visibilidade, bem como ampliação e melhoria do terminal e atendimento aos passageiros.
- b) Implementação da manutenção rodoviária das vias não pedagiadas;
- c) Melhoria das estruturas dos principais terminais rodoviários do Polo Turístico.
- d) Melhoria dos pontos de estrangulamento, facilitando a mobilidade dos turistas, bem como adequações e melhorias na sinalização rodoviária e urbana.
- e) Adequação e implantação de estacionamentos para ônibus em locais de grande circulação de turistas e visitantes.
- f) Estruturação das áreas naturais com a adequação dos serviços básicos de saneamento.
- g) Melhoria e ampliação dos sistemas de tratamento de esgoto e resíduos sólidos, incluindo a coleta seletiva e reciclagem, nos municípios do Polo Turístico.

Após a apresentação da Estratégia, o Sr. Eduardo salientou a necessidade da consolidação das instâncias de governança integrada do Polo Turístico, denominada de Grupo Gestor do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, porque não houve avanço após a Oficina 1. Enfatizou que os municípios e o grupo gestor deverão cumprir algumas metas para que as ações de infraestrutura possam ser executadas.

Componente IV – Fortalecimento Institucional

Fortalecer e qualificar as instâncias de governança regionais – Associação dos Municípios dos Campos Gerais – AMCG, Fórum Metropolitano de Turismo – FMT, além das instâncias administrativas municipais e empresas relacionadas com o setor do turismo, de forma a garantir o êxito das políticas de turismo em âmbito nacional, estadual e regional, e o desenvolvimento socioeconômico baseado nos princípios da sustentabilidade

Descrição.

- a) Estruturação das instâncias de governança e as estruturas administrativas municipais de turismo.
- b) Desenvolvimento de um modelo de gestão integrada do turismo sustentável no Polo Turístico.
- c) Desenvolvimento de mecanismos de gestão e de participação, tais como as instâncias de governança regionais, os grupos gestores, fóruns permanentes, entre outros.
- d) Implantação do Conselho Gestor do PDITS/CRMCG.
- e) Melhoria dos instrumentos de política de apoio aos empresários.
- f) Adequação das políticas públicas no âmbito municipal e estadual.
- g) Criação e padronização de instrumentos de monitoramento do desempenho da atividade turística.

Componente V – Gestão Ambiental

Implementar e monitorar medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes, além da implementação de Programas de Uso Público das Unidades de Conservação, contemplados nos Planos de Manejo, de forma a transformá-las em produtos turísticos sustentáveis.

Descrição.

- a) Elaboração de propostas de normas ambientais complementares relacionadas à atividade turística.
- b) Implementação dos indicadores de turismo sustentável.
- c) Elaboração de estudos de capacidade de carga e de limites aceitáveis de alteração e levantamento de linhas base de referência de indicadores ambientais em atrativos naturais e unidades de conservação.
- d) Desenvolvimento e implantação de projetos de recuperação ambiental de áreas degradadas de uso turístico real e potencial.
- e) Promoção das Avaliações Ambientais Estratégicas nas áreas turísticas selecionadas.
- f) Desenvolvimento de Sistemas de Gestão Ambiental – SGA para destinos e atividades turísticas.
- g) Elaboração e desenvolvimento de programas de sensibilização e gestão ambiental para usuários e gestores dos recursos turísticos.
- h) Elaboração do zoneamento ambiental e implantação das áreas de proteção ambiental – APA e outras categorias de manejo adequadas aos recursos existentes.

Não havendo maiores comentários as estratégias foram validadas pelos presentes, passando o Sr. Eduardo à apresentação das ações do PDITS/CRMCG.

Comentários realizados sobre as ações.

Ação 1.2 Melhoria da estrutura de recepção turística de atrativos destacados

A Sra. Idever, de Telêmaco Borba, solicitou alterar os atrativos contemplados, que são privados.

Atrativo cultural – Casa do Artesão (climatização, ampliação da sala de reuniões, criação de uma sala de memória e atrativo natural) – Parque Municipal do Rio Tibagi (revitalização).

Ação 1.6 Programa de qualificação e segurança em turismo de aventura

Representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, questionou a sobreposição das ações com as da Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura – ABETA. O Sr. Eduardo explicou que todas as ações propostas no PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais devem ser articuladas entre as entidades do trade turístico, por meio da SETU e pelo Grupo Gestor. Nesse sentido, as atividades e valores propostos pela equipe técnica apenas complementam ações que serão eventualmente realizadas por outros programas ou entidades.

Ação 1.8 Fomento e apoio empresarial para o turismo

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, pediu maiores esclarecimentos, por receio de desperdício de recurso com ação que envolveria outras entidades. Sr. Eduardo voltou a explicar que o recurso do PRODETUR será otimizado, estimulando a parceria com outras entidades, com as quais já houve contato, como SEBRAE-PR.

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, sugeriu a inserção de alguma entidade da área rural. Sr. Eduardo explicou novamente que a articulação será um papel importante da Setu e do Grupo Gestor do PDITS/CRMCG e que já foram indicadas a título de sugestão algumas entidades. Na área rural poderão ser convidados a participar desse processo o SENAR e a EMATER, dentre outras entidades ligadas as Cooperativas, Turismo Rural etc.

Ação 1.11 Apoio à qualificação dos museus

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, indagou como seria o procedimento para a inserção do Museu Tindi-Cuera. Sr. Eduardo pediu que se apontasse qual ação é necessária ao museu citado. Sra. Aurora do município de São José dos Pinhais indagou sobre a possibilidade de inserção do Museu de Bonecos de São José dos Pinhais por ser provavelmente o único do gênero no Brasil. A Sra. Idever de Telêmaco Borba solicitou também a possibilidade de inserção do Museu Histórico de Telêmaco Borba. O representante de Curitiba, Sr. Felipe, sugeriu a inserção de outros museus na ação, ao final sugeriu-se cada uma das regiões turísticas indicasse os principais museus. O Sr. Eduardo disse que haverá um novo estudo sobre a possibilidade de inserção destes museus em relação ao potencial turístico e que isso dependeria de ajustes no orçamento inicial.

Ação 1.13 Fortalecimento dos roteiros turísticos municipais

A representante do SEBRAE-PR, Sra. Nádia Joboji, informou que o Roteiro dos Imigrantes não abrange apenas o município de Carambeí, também o de Castro.

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, solicitou a inserção e análise das Rotas do Pinhão. A ação tem caráter municipal, necessitando uma análise futura para ampliação da ação para contemplar a RMC, em especial ao seu roteiro regional.

Comentários gerais:

O representante de Castro, Sr. Izidro Guedes, sugeriu a inserção da Estrada do Cerne nas ações, em razão do seu apelo turístico. A representante de Telêmaco Borba, Sra. Idever, sugeriu a inserção do Parque Municipal do Rio Tibagi. O representante de Quatro Barras, Sr. Ary, questionou sobre a ação de Quatro Barras, gostaria de saber se as ações são

apenas futuras ou inclusive aquelas já em execução. A representante de São José dos Pinhais, Sra. Aurora Girardi, sugeriu a inserção do Parque de São José dos Pinhais. A representante de Tibagi e SEBRAE, Sra. Cecília e Sra. Nadia Joboji, questionaram sobre a inserção de estrutura (arquibancadas, toldos) para o Carnaval do município.

O Sr. Ari, da SETU, fez o esclarecimento quanto à inserção de novas ações, pois existem dificuldades de distribuição dos recursos do PRODETUR. Será difícil contemplar todas as necessidades do Polo, é importante que haja algum critério de priorização.

Às 10h30, a Sra. Gilce convidou a todos para o intervalo, no qual foi servido o coffee-break aos participantes da Oficina.

Com o retorno às atividades às 10h45, prosseguiu-se com a apresentação do documento.

Comentários às ações do Componente 2:

Ação 2.1 Implantação de totens de informações turísticas

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, questionou sobre a responsabilidade da manutenção dos totens. O Sr. Eduardo informou que cada prefeitura que receber o totem será responsável pelo equipamento, o sistema que rodará no totem será interligado com outros sistemas já existentes (governos federal, estadual e municipal) para facilitar a alimentação das informações.

Ação 2.3 Produção de material promocional dos produtos turísticos do polo turístico

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, questionou se os materiais promocionais serão bilíngues. O Sr. Eduardo informou que deverão ser utilizados outros idiomas em razão dos principais turistas estrangeiros. No entanto isto dependerá de novos estudos e de tecnologias adequadas à tradução dos textos de forma simultânea como o utilizado na internet.

Ação 2.5 Rodadas internacionais de negócio

A representante do SRBRAE, Sra. Nadia Joboji, informou que o SEBRAE já possui ações e metodologias para tal ação. O Sr. Eduardo explicou que uma primeira articulação já foi realizada com a Coordenação do SEBRAE-PR mas que como esta é uma ação com caráter estadual, que necessita uma integração com outros dois polos turísticos, tanto a SETU quanto o Grupo Gestor devem aprofundar as negociações para a realização desta ação.

A representante de Telêmaco Borba, Sra. Idever, questionou a que público se destina essa ação. O Sr. Eduardo informou que esta ação está prevista para o final do período de implementação do PRODETUR, o que demandará tempo para sua estruturação, dependendo do desempenho do programa nos anos anteriores. Esclareceu que o público alvo dessa ação é empresários de turismo e representantes do poder público.

Comentários das ações do componente 3.

O representante de Castro questionou se seriam necessárias as metas sugeridas para o fortalecimento institucional. O Sr. Eduardo informou que isso é uma premissa do Programa e que os municípios devem cumprir o mínimo necessário para comprovar o atingimento das metas conforme o PDITS/CRMCG.

A Sra. Aurora indagou sobre qual o instrumento que justificará a implantação do Plano de Desenvolvimento do Turismo. O Sr. Eduardo disse que o documento impresso com a organização em forma de políticas públicas, programas setoriais e projetos, bem como orçamentos do municípios e atas de acompanhamento, demonstram a implantação do Plano de Desenvolvimento do Turismo.

A Sra. Idever, sugeriu que fosse enviada a apresentação a todos os municípios do polo turístico. O Sr. Clóvis articulou com a SETU o envio da apresentação a todos os presentes.

Ação 3.2 Implantação de sistema de monitoramento da atividade turística

A representante de Ponta Grossa, Sra. Larissa, questionou sobre a abrangência da ação – qual o detalhamento da ação, quem será responsabilizado. O Sr. Eduardo informou que o grupo gestor será responsabilizado pela implementação da ação, mas trata-se de uma ação básica para identificação da Linha de Base do PDITS/CRMCG, atrelada à qualificação da gestão pública para facilitar sistemas de controle e monitoramento da atividade turística, à elaboração de políticas públicas e à identificação de necessidades específicas. Com esse amplo banco de dados que será disponibilizado aos interessados, ficará mais fácil realizar a gestão pública do turismo.

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, perguntou quem é o grupo gestor do polo turístico. Sugeriu-se a realização de uma reunião com a SETU para a discussão do assunto. O Sr. Eduardo disse que essa tarefa foi passada às Instâncias de Governança na primeira Oficina e que realmente deveria ser realizada uma nova reunião sob a coordenação da SETU para a formalização do Grupo Gestor.

Comentários das ações do componente 4:

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, questionou sobre a ação relacionada ao Aeroporto Internacional Afonso Pena, que terá fonte de recursos diretos do governo federal. O Sr. Eduardo informou que são ações previstas pela INFRAERO e que devem ser implementadas até a Copa em 2014. O representante de São José dos Pinhais, Sr. Christian, informou que a Infraero recalculou os valores apresentados, passando para 140 milhões os recursos previstos e uma expectativa de 8 milhões de passageiros em 2016. Pediu para que a SETU formalizasse um pedido destas informações junto à INFRAERO.

O representante de Castro informou que o município não tem previsão para receber recursos da Copel para a ação 4.6, e que a própria Prefeitura está arcando com as despesas de elaboração do projeto. A representante de Tibagi, Sra. Cecília, sugeriu a inserção do município nesta ação. O Sr. Eduardo observou que devido ao Carnaval (carros e alegorias que passam nas ruas) é importante a implantação de rede subterrânea de energia; no entanto não há recursos previstos no PRODETUR para isso. Insistiu que deverá haver uma maior articulação junto à COPEL, inclusive com a participação das instâncias de governança.

Comentários das ações do componente 5.

Ação 5.2 Programa de sensibilização ambiental

A representante de São José dos Pinhais, Sra. Aurora Girardi, questionou se o material didático contemplará o tema turismo. Foi informada que mesmo contemplado no componente relacionado à gestão ambiental, o conteúdo tratado na sensibilização envolverá o turismo, que é o grande objetivo do programa.

7.2.2. Apresentação das ações PRODETUR nos primeiros 18 meses

Na apresentação das ações prioritárias, foi detalhado o escopo da ficha, mostrando que as ações são as seguintes.

Quadro 93 – Ações Prioritárias

N	Ação
1.1	Implantação do Circuito Histórico e Ambiental da Lapa.
1.4	Revisão e execução dos Planos de Manejo das Unidades de Conservação.
1.7	Consolidação da Rota dos Tropeiros como Produto Turístico.
1.13	Pesquisa de mercado para os segmentos meta do destino: ecoturismo e turismo cultural.
3.1	Qualificação para a Gestão Pública do Turismo.
3.2	Implantação de Sistema de Monitoramento da Atividade Turística.
4.1	Pavimentação da Estrada da Graciosa.
1.2	Melhoria da Estrutura de Recepção Turística de Atrativos Destacados.
1.11	Programa de Qualificação Profissional em Turismo.
1.14	Fortalecimento dos Roteiros Turísticos Municipais.
2.3	Produção de Material Promocional dos Produtos Turísticos da Área Turística Prioritária.

Fonte: FAUEPG, 2011.

7.2.3 Feedback: acompanhamento e avaliação

Em seguida foi apresentada a metodologia para acompanhamento e avaliação do PDITS/CRMCG, com um modelo de uma das ações, para que os presentes pudessem compreender o processo de Feedback.

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, sugeriu a criação de um novo instrumento de avaliação ao item de comercialização dos roteiros turísticos, uma vez que os roteiros e pacotes da região Rotas do Pinhão são, em sua maioria, comercializados por outras fontes que não as agências de turismo. O Sr. Eduardo voltou a explicar a questão sobre os indicadores e formas de monitoramento. Informou-se que não há nenhuma outra linha de base de fontes de informações atualizadas ou que possam ser implementadas, mas caso fossem realizadas sugestões concretas, que estas seriam analisadas e se viáveis, seriam implementadas.

7.2.4 Considerações finais

Na finalização dos trabalhos, a Coordenadora do PRODETUR-PR, Sra. Gilce, fez alguns esclarecimentos.

- a) Definição das ações dentro do objetivo de fomentar o turismo regional.
- b) Compreender que a definição das ações é uma etapa dentro do processo de elaboração do PDITS, respeitando todas as etapas anteriores.
- c) Implementação do PDITS depende da aprovação do BID, que ocorrerá dentro do calendário próprio da entidade.
- d) Ações de Quatro Barras e da Lapa que já estão em execução com recursos do PRODETUR – seus valores não serão considerados no montante final a ser financiado pelo BID.

A representante de Curitiba, Sra. Adriane Vortolin, questionou se é possível preencher os formulários das novas ações para contribuir ao avanço do processo do PRODETUR-PR. Esclareceu-se que as ações sugeridas não serão simplesmente incorporadas no documento, precisam sofrer avaliação.

O representante da SETU, Sr. Ari Talamini, lembrou que a inserção de novas ações, e sua discussão poderá atrasar o cronograma do PRODETUR-PR para o polo turístico e a importância de se chegar à conclusão sobre a validade das estratégias e ações.

O representante da FAUEPG, Sr. Clóvis Ultramari, esclareceu que as ações surgiram de um processo de elaboração do PDITS/CRMCG, e que qualquer ação a ser incluída no documento deve ter processo semelhante, ou seja, ser verificada no Diagnóstico, determinar-se estratégias e a ação. Afirmou que elas não podem ser aleatórias.

O representante do IAP, Sr. Evandro Pinheiro, orientou que nem todas as ações do PRODETUR precisam restringir-se à fonte BID, que poderiam buscar outras fontes, como por exemplo, o sistema SEMA com recursos de compensações ambientais que estão disponíveis, merecendo articulação dos próprios municípios e das instâncias de governança na busca e captação destes recursos .

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, sugeriu que houvesse um tempo para discussão entre os municípios, para analisarem e validarem as estratégias e ações.

A Sra. Daniela (Piraí do Sul) – setur@piraidosul.pr.gov.br, solicitou a SETU enviar a listagem dos contatos da equipe do PDITS/CRMCG.

Foi realizado um intervalo para discussão de 15 minutos.

Ao retornarem do intervalo a representante da AMCG solicitou uma cópia do plano para discussão em reunião técnica, na qual fariam complementações ao planejamento regional que está sendo realizado pela instância de governança. Em seguida validaram as estratégias e ações.

A representante do Fórum Metropolitano de Turismo informou que a validação aconteceria somente se fosse inserida a ação específica das Rotas do Pinhão. Após discussão a SETU sugeriu sua inserção no componente 1, conforme realizado com a Rota dos Tropeiros, ficando a instância de governança encarregada de encaminhar a sugestão da ficha da ação.

Dessa forma o Produto 4 foi validado pelos presentes, dando-se por concluída e encerrada a 2.^a Oficina Participativa para Apresentação das Estratégias e do Plano de Ação e Feedback: Acompanhamento e Avaliação, do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável/ PDITS/CRMCG.

7.2.5 Listas de Presenças

A seguir, são inseridas as listas de presenças da 2.^a Oficina

**2ª OFICINA ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA,
REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS**

LISTA DE PRESENCAS 06 DE ABRIL DE 2011

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Adriane Vortolin		Fórum Metropolitano de Turismo	41 3250-7780	avortolin@turismo.curitiba.pr.gov.br	PRESENTE
Agnaldo Monteiro	TRM	Castro	42 9902-0055	agnaldo@pr.sena.br	PRESENTE
Ana Paula Cunha	Estagiária	Sec.Meio Ambiente e Turismo/ Tibagi			PRESENTE
Ana Paula Czaikowski	Assessora de Turismo	Araucária	41 3901-5440 41 3901-5330 41 9173-8195	smct@araucaria.pr.gov.br turismo@araucaria.pr.gov.br	PRESENTE
Ary Andreatta	Diretor	Quatro Barras	41 3671-8850	smt@quatrobaras.pr.gov.br	PRESENTE
Ary Talamini Junior	Comissão de Análise	SETU	41 3313-3544	ary-talamini@setu.pr.gov.br	PRESENTE
Aurora Girardi	Chefe	São José dos Pinhais	41 3381-5812	aurora.girardi@sjp.pr.gov.br	PRESENTE
Cecília Nanuzi Pavesi	Secretária Meio Ambiente e Turismo	Tibagi	42 3916-2150	sematur@tibagi.pr.gov.br	PRESENTE
Christian F. da Cunha Bundt	Secretário de Ind. Com. e Turismo	São José dos Pinhais	41 3381-5802	sictur@sjp.pr.gov.br	PRESENTE
Cleodo Frühauf	Gabinete do Prefeito	Telêmaco Borba	42 9961-5385	cfsetembro@gmail.com	PRESENTE
Clovis Ultramari	Coordenador	FAUEPG		ultramari@yahoo.com	PRESENTE
Cristine Frankel		SENAC	3219-4736	cristine@pr.senac.br	PRESENTE
Daniela Moreira	Diretora de Turismo	Piraí do Sul	42 9112-0080	setur@piraidosul.pr.gov.br	PRESENTE
Douglas Costa	Presidente	Agência Rota dos Tropeiros	42 3225-1398	douglas@churrascarialugano.com.br rotadostropeiros@hotmail.com	PRESENTE
Dulciléia Ane dos Reis	Coord. de Projetos	Castro	42 3906-2087	dulcileiaan@gmail.com	PRESENTE
Eduardo Zardo			3232-2635 / 9683-1444	eduardo@consulturplanejamento.com	PRESENTE

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Evandro Pinheiro	Comissão de Análise	CODAPAR	41 3219-9339	geatur@gmail.com	PRESENTE
Fabiana Moraes	Chefe da Seção de Turismo de Negócios	Pinhais	41 3912-5634	fabianamm@pinhais.pr.gov.br	PRESENTE
Fabiane Bergmann	Diretora de Turismo	Campo Largo	41 3292-8523	turismo@campolargo.pr.gov.br	PRESENTE
Genésio de Siqueira Junior	Diretor	Pinhais	41 3912-5634	genesio.siqueira@pinhais.pr.gov.br , turismo@pinhais.pr.gov.br	PRESENTE
Gilce Zelinda Battistuz	SETU	Curitiba	41 3313-3547	gilcebattistuz@setu.br.p.gov.br	PRESENTE
Gilmar Briski	Fotógrafo	Castro	42 9973-2121	gijobe@hotmail.com	PRESENTE
Giovana Gohr Serenato	Assessora de proj. da SMCT	Araucária	41 3901-5330 3905-6065	smct.projetos@araucaria.pr.gov.br	PRESENTE
Glaci Maria F. da Silva	Diretora da SMCT	Araucária	41 3901-5410	glacimariaf@hotmail.com	PRESENTE
Idever Terezinha Lacerda	Assessora	Telêmaco Borba	42 3904-1614 42 3904-1657 42 9107-3718	casadoartesaotb@yahoo.com.br , ideverlacerda@yahoo.com.br , turismo@pmtb.pr.gov.br	PRESENTE
Inês Teresinha S. Fisher	Coord. de Projetos	Castro	42 3906-2022	serfischer@ig.com.br	PRESENTE
Izidro Constantino Guedes	Secretário Ind. Com. e Turismo	Castro	42 3906-2125 42 3906-2122 42 3906-2123	turismo@castro.pr.gov.br	PRESENTE
James Bueno	Assessor especial	Lapa	41 9955-1618	jameslbueno@hotmail.com	PRESENTE
Karen Kobilarz	Assessora	Agência Rota dos Tropeiros	42 3225-1398 42 9103-1399	contato@rotadostropeiros.com.br diretoria@rotadostropeiros.com.br	PRESENTE
Kátia Koti	Comissão de Análise	ECOPARANA	41 3213-7700	katiakoti@ecoparana.pr.gov.br	PRESENTE
Larissa Mongruel Martins	Diretora	Ponta Grossa	42 3220-1607 42 8407-5992	larimongruel@hotmail.com	PRESENTE
Livia Kohiyama	Equipe técnica	FAUEPG	3232-2635 / 9979-1737	livia@consulturplanejamento.com	PRESENTE
Luciane Oliveira		Ponta Grossa	42 9119-9120	lucianeoliveira@pr.senac.br	PRESENTE
Luiz Carlos Ciomi	Diretor	São José dos Pinhais	41 9996-6747	luiz.ciomi@sjp.pr.gov.br	PRESENTE
Luiz Felipe Sturgo	Coord. De Turismo	Curitiba	41 3250-7769	isturgo@turismo.curitiba.pr.gov.br	PRESENTE
Marcelo Miró Cioffi	Sec. De Turismo	Pirai do Sul	42 3237-1628	diamarcelo@hotmail.com setur@piraidosul.pr.gov.br	PRESENTE

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Marco Antonio de Oliveira Biss	Diretor	SENAC	42 3232-5655	biss@pr.senac.br	PRESENTE
Maria Adriana Lara		Ponta Grossa	42 3220-7230	adriana@pontagrossa.pr.gov.br	PRESENTE
Mario Bianchini	Diretor de Turismo	Lapa	41 3996-0465	mariobianchini@gmail.com	PRESENTE
Marta Takahashi	Comissão de Análise	ECOPARANA	41 3213-7700	marta@ecoparana.pr.gov.br	PRESENTE
Milton Karam	Comissão de Análise	PRTUR	41 33133528	miltonkaram@setu.pr.gov.br	PRESENTE
Milton Xavier Brollo	Presidente	FAUEPG	3220-3390 / 9973-7433	mxbrolo@uepg.br	PRESENTE
Nádia Joboji	Gestora de Projetos	SEBRAE	41 3330-5894	njoboji@pr.sebrae.com.br	PRESENTE
Paulo Henrique C. Fernandes	Secretário de Cultura	Pirai do Sul	42 3237-1628	secult@piraidosul.pr.gov.br	PRESENTE
Rui Hara	Coordenador Geral	COMEC	41 3351-6501	ruihara@comec.pr.gov.br	PRESENTE

7.2.6 Fotos da 2.^a Oficina



7.3 RELATÓRIO DA 3.^a OFICINA PARA APRESENTAÇÃO DO PRODUTO 5 - VERSÃO PRELIMINAR DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DO POLO TURÍSTICO CURITIBA REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS

7.3.1 Apresentação

O presente documento é o registro da 3.^a Oficina Participativa do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais para apresentação da versão preliminar do Produto 5, **Polo Turístico Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais**, conforme orientação do Termo de Referência²⁴ para elaboração do PDITS da Área Turística Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais – CRMCG.

O objetivo desta 3.^a Oficina é a discussão, apropriação e validação, pelos representantes dos municípios, do conteúdo do documento, ainda em sua versão preliminar, que consolida as etapas anteriores de elaboração do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, que compreendeu a elaboração do Produto 2 – Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas, Produto 3 - Validação da Seleção da Área Turística e Estratégias de Desenvolvimento Turístico, Produto 4 - Plano de Ação: Seleção e Procedimentos, Ações e Projetos – Feedback: Acompanhamento e Avaliação do PRODETUR Nacional.

O Produto 5 – Polo Turístico Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais apresenta uma síntese do processo de desenvolvimento do plano cujo objetivo é alcançar as metas do Plano Nacional de Turismo, destacando a importância da atividade no desenvolvimento econômico do país, com a geração de novos empregos e redução das desigualdades sociais, através da estruturação dos destinos, recuperação e adequação da infraestrutura, qualificação do produto turístico, melhoria das condições de vida e promoção do desenvolvimento socioeconômico de maneira sustentável.

Dessa forma, este documento consolida os documentos anteriores, apresentando informações que demonstram a importância dos investimentos a serem realizados no Polo Turístico de forma a permitir o cumprimento dos objetivos que norteiam o Plano.

7.3.2 Abertura da oficina

O início da 3.^a Oficina de Apresentação da Versão Preliminar do Produto 5 - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais ocorreu às 9h20, do dia 4 de maio de 2011, nas dependências do Centro Administrativo Antônio Fanchin Filho na cidade de Piraí do Sul.

A Secretaria de Estado do Turismo – SETU, através da Sra. Gilce Battistuz, Coordenadora do PRODETUR-PR, iniciou a 3.^a Oficina do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais com as boas vindas a todos e em seguida convidou o Prefeito Municipal de

²⁴ Governo do Estado Paraná, Secretaria de Estado do Turismo - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Paraná - PRODETUR NACIONAL/PR. Termo de Referência - *Elaboração dos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS/CRMCG. Curitiba, 2008.*

Piraí do Sul, Sr. Antonio El Achkar, para também dar as boas vindas aos participantes da Oficina, nesta data importante para o desenvolvimento do turismo no Estado do Paraná.

O Prefeito Municipal informou que como acontece em todas as cerimônias oficiais na cidade de Piraí do Sul, esta Oficina seria iniciada com uma bênção, até porque é o principal destino de turismo religioso do Estado. Convidou então o Diácono Marcelo Miró Cioffi, Secretário de Turismo da cidade, para dirigir a oração com os participantes e a bênção aos trabalhos que seriam realizados.

Em seguida, o Prefeito Municipal dirigiu a palavra aos participantes, desejando que os trabalhos desta Oficina fossem bem sucedidos e devolveu a palavra à Coordenadora do PRODETUR-PR, Sra. Gilce Zelinda Battistuz.

A representante da SETU solicitou aos participantes uma breve apresentação individual, possibilitando assim que todos os municípios representados fossem identificados.

7.3.3 Oficina de apresentação da versão preliminar do produto 5 do PDITS

O consultor da FAUEPG, especialista em Turismo, Sr. Eduardo Zardo, iniciou a apresentação informando aos presentes que o objetivo deste encontro, além do cumprimento das orientações do PRODETUR, seria a apresentação da versão preliminar do Produto 5 do PDITS. Salientou que muitas informações seriam apenas uma reapresentação das versões anteriores da oficina. A íntegra da apresentação realizada nesta oficina será anexada a este relatório.

É objetivo geral deste PDITS.

Fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios da Área Turística, consolidando os segmentos-metas principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

A este objetivo principal do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais, somam-se objetivos específicos com o intuito de fortalecer o sucesso e consolidação do destino turístico.

- a) Aumentar o tempo médio de permanência do turista na Área Turística, favorecendo maior circulação entre os atrativos turísticos existentes.
- b) Ampliar o grau de satisfação do turista, mediante o reconhecimento do seu perfil sociodemográfico e padrões de consumo, possibilitando o atendimento às suas expectativas como turista-consumidor.
- c) Consolidar e ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo.
- d) Recuperar e proteger os recursos naturais e culturais utilizados pelo turismo, bem como sua gestão, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos.
- e) Recuperar e valorizar o patrimônio cultural, mediante a estruturação e racionalização destes atrativos para o uso turístico.
- f) Estruturar e adequar a acessibilidade da Área Turística, favorecendo e permitindo a distribuição do fluxo turístico, principalmente no modal rodoviário.
- g) Desenvolver e fortalecer o setor público para a gestão da atividade turística, bem como das instâncias de governança.

O objetivo do PDITS foi elaborado a partir de discussões realizadas entre a equipe técnica, gestores públicos e empresários, atendendo os anseios das comunidades impactadas, além de utilizar como base bibliográfica os documentos do planejamento estratégico para o turismo do Paraná, sobretudo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011, das duas regiões da Área Turística.

Apresentação das etapas anteriores de elaboração do PDITS.

- a) Diagnóstico da Área Turística.
- b) Apresentação das estratégias.

Antes de iniciar a apresentação das ações, convidou-se o representante da SETU, Sr. Ari Talamini, para esclarecer alteração durante o processo de elaboração do PDITS. Informou-se que a alteração deu-se em razão da não aprovação da Carta Consulta ao PDITS de Curitiba. Tal situação favoreceu a inclusão das ações referentes à capital, que ainda não haviam sido apresentadas. A alteração no documento, que ampliou o número de ações para o desenvolvimento do turismo e à captação do recurso internacional, não diminuiu os recursos já desfinidos para os municípios do Polo, não havendo modificação do que foi anteriormente pactuado com os municípios.

Intervalo: às 10h05/10h30.

Comunicado do representante da Prefeitura de Piraí do Sul: após a oficina, o município oferecerá um almoço a todos os participantes.

Apresentação das ações. Esclareceu-se que a tabela possui informações referentes ao valor total da ação, bem como o valor que será aportado pelo PRODETUR. Foram lidas todas as ações necessárias e priorizadas ao desenvolvimento do turismo no Polo Turístico.

Questionamentos.

O representante de Ponta Grossa questionou sobre a alteração de valores de algumas ações. Sr. Eduardo Zardo esclareceu que algumas ações sofreram revisões em razão de informações recentes recebidas do IAP. Além disso, o representante da SETU, Sr. Ari Talamini, informou que os valores apresentados servem apenas de referência, uma vez que ainda sofrerão alterações quando da elaboração dos projetos executivos específicos para cada ação. Esses projetos serão realizados no decorrer do processo.

A representante de Telêmaco Borba, Sra. Idever Terezinha Lacerda, questionou se os projetos executivos serão de responsabilidade de cada município. Esclareceu-se que essa etapa ainda não foi iniciada e nenhum município precisa iniciar os projetos, uma vez que a SETU será responsável pela coordenação do processo.

O representante de São José dos Pinhais, Sr. Luiz Carlos Ciomi, indagou sobre o processo do PRODETUR, em relação aos valores que serão efetivamente investidos pelo BID. O representante da SETU, Sr. Ari Talamini, informou que todo processo de elaboração do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais segue o Regulamento Operacional – ROP do PRODETUR, apresentando todas as ações prioritárias do Polo Turístico que são financiáveis. Com isso, as ações não serão “reprovadas” por não adequação ao ROP, apenas por condições de sua implementação, como a capacidade de endividamento da

entidade que receberá os recursos, capacidade de gestão do município/estado para sua implementação, entre outros.

A representante de Telêmaco Borba, Sra. Idever Terezinha Lacerda, solicitou esclarecimento sobre a necessidade de inserção da rubrica PRODETUR no orçamento municipal de 2012. O representante da SETU, Sr. Ari Talamini, informou aos representantes do municípios da importância da criação desta rubrica PRODETUR nos orçamentos municipais, caso ocorra demanda de contrapartida dos municípios ao Programa.

O Representante de Campo Largo perguntou sobre a possibilidade de inserção da Floresta Nacional do Açungui, em Campo Largo, na ação de Revisão e Execução dos Planos de Manejo, uma vez que trata-se de um atrativo significativo da região. O consultor da FAUEPG, Sr. Eduardo Zardo, informou que seria analisada a situação, caso fosse possível e pertinente.

A seguir, foram abordados os temas avaliação ambiental, Feedback: monitoramento, linha de base. Quanto ao tema Grupo Gestor, o consultor da FAUEPG, Sr. Eduardo Zardo, esclareceu os objetivos, funções e atribuições do Grupo Gestor, salientando que na última oficina foi sugerido aos participantes a reflexão sobre tal assunto.

A representante da SETU, Sra. Gilce Battistuz, esclareceu que a finalidade da discussão sobre o Grupo Gestor neste momento é mais no sentido de levantar as entidades e instituições que poderão compor este colegiado.

A representante de Araucária, Sra. Giovana Serenato, sugeriu a inserção de representante de entidades ligados a área rural, e outras instituições de ensino, que sejam representativas das duas regiões turísticas. Foram sugeridos diversas entidades e organizações sociais, que foram registradas pelo consultor da FAUEPG, Eduardo Zardo.

Por fim, todos os presentes validaram o documento apresentado na 3.^a Oficina, que foi encerrada às 12h30m. pela Sra Gilce Zelinda Battistuz, Coordenadora do PRODETUR-PR, quando comunicou aos presentes a importância da participação de todos na audiência pública a ser realizada para apresentação da versão final do Produto 5, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais – PDITS/CRMCG.

7.3.4 Listas de presenças

A seguir, são inseridas as listas de presenças da 3.^a Oficina.

**3ª OFICINA ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DE CURITIBA,
REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS**

LISTA DE PRESENÇA - Pirai do Sul-PR, 04 de maio de 2011

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Adriane Vortolin		Fórum Metropolitano de Turismo	41 3250-7780	avortolin@turismo.curitiba.pr.gov.br	Presente
Alecsandra Hypólito		Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Campos Gerais		sindicatohr_bscg@hotmail.com	Presente
Ana Paula Czaikowski	Assessora de Turismo	Araucária	41 3901-5440 41 3901-5330 41 9173-8195	smct@araucaria.pr.gov.br turismo@araucaria.pr.gov.br	Presente
Antônio El Achkar	Prefeito	Pirai do Sul	4232371122	totoaea@gmail.com atendimento@piraidosul.pr.gov.br	Presente
Ary Andreatta	Diretor	Quatro Barras	41 3671-8850	smt@quatrobaras.pr.gov.br	Presente
Ary Talamini Junior	Comissão de Análise	SETU	41 3313-3544	ary-talamini@setu.pr.gov.br	Presente
Daniela Moreira	Diretora de Turismo	Pirai do Sul	41 9112-0086	setur@piraidosul.pr.gov.br	Presente
Danielle C. F. de Oliveira	Diretora Adm.	AMCG – Ponta Grossa	42 3225-1398	amcg@interponta.com.br	Presente
Dulciléia Ane dos Reis	Coord. de Projetos	Castro	42 3906-2087	dulcileiaana@gmail.com	Presente
Eduardo Zardo			3232-2635 / 9683-1444	eduardo@consulturplanejamento.com	Presente
Fabiana Moraes	Chefe da Seção de Turismo de Negócios	Pinhais	41 3912-5634	fabianamm@pinhais.pr.gov.br	Presente
Genésio de Siqueira Junior	Diretor	Pinhais	41 3912-5634	genesio.siqueira@pinhais.pr.gov.br , turismo@pinhais.pr.gov.br	Presente
Giovana Gohr Serenato	Assessora de proj. da SMCT	Araucária	41 3901-5330 3905-6065	smct.projetos@araucaria.pr.gov.br	Presente
Glaci Maria F. da Silva	Diretora da SMCT	Araucária	41 3901-5410	glacimariaf@hotmail.com	Presente
Idever Terezinha Lacerda	Assessora	Telêmaco Borba	42 3904-1614 42 3904-1657 42 9107-3718	casadoartesaoib@yahoo.com.br , ideverlacerda@yahoo.com.br , turismo@pmtb.pr.gov.br	Presente

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Inês Teresinha S. Fisher	Coord. de Projetos	Castro	42 3906-2022	serfischer@ig.com.br	Presente
Juliana Rezende Nogueira	Gerente de turismo	Tibagi	42 3916-2149	sematur@tibagi.pr.gov.br	Presente
Juliane Fortunato		Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Campos Gerais			Presente
Karen Kobilarz	Assessora	Agência Rota dos Tropeiros	42 3225-1398 42 9103-1399	contato@rotadostropeiros.com.br diretoria@rotadostropeiros.com.br	Presente
Kátia Koti	Comissão de Análise	ECOPARANA	41 3213-7700	katiakoti@ecoparana.pr.gov.br	Presente
Lino Petry	Secretário Municipal de Desenvolvimento Rural	Campo Largo	41 3292-6470 41 9251-8334	linopetry@gmail.com	Presente
Livia Kohiyama	Equipe técnica	FAUEPG	3232-2635 / 9979- 1737	livia@consulturplanejamento.com	Presente
Loreni M. Santos		Ponta Grossa	42 9919-3928	loreni.ms@hotmail.com	Presente
Luiz Carlos Cioni	Diretor	São José dos Pinhais	9996-6747	luiz.cioni@sjp.pr.gov.br	Presente
Luiz Felipe Sturgo	Coord. De Turismo	Curitiba	41 3250-7769		Presente
Marcelo Miró Cioffi	Sec. De Turismo	Piraí do Sul	42 3237-1628	diacmarcelo@hotmail.com setur@piraidosul.pr.gov.br	Presente
Marcos Bertolini		Castrotur		marcosb@calpar.com.br	Presente
Marta Takahashi	Comissão de Análise	ECOPARANA	41 3213-7700	marta@ecoparana.pr.gov.br	Presente
Milton Xavier Brolo	Presidente	FAUEPG	3220-3390 / 9973- 7433	mxbrolo@uepg.br	Presente
Nádia Joboji		SEBRAE	41 3330-5894	njoboji@pr.sebrae.com.br	Presente
Pamela Silva Ribas	Depto. De Turismo	Carambeí	42 3915-1037	pamsoa@hotmail.com	Presente
Suellen F. Pavanelo da Silva	Responsável	Carambeí	42 3915-1037	turismo@carambei.pr.gov.br , supavanelo@hotmail.com	Presente
Tânia Moura		COOPTUR Ponta Grossa	423223-4771	cooptur@cooptur.coop.br tania@cooptur.coop.br	Presente
Gilce Zelinda Battistuz	Coordenadora	PRODETUR/SETU	41 3313-3547	gilcebattistuz@setu.pr.gov.br	Presente

NOME	CARGO	MUNICÍPIO/ENTIDADE	TELEFONE	E-MAIL	ASSINATURA
Talita Lima		Quatro Barras	41 3671-8850		Presente
Tania Gayer Ehlke	Secretária de Cultura e Turismo	Araucária	41 3901-5440	turismo@araucaria.pr.gov.br	Presente
Tatiana Turra		Convention & Visitor Bureau – Curitiba	41 3233-8500	fcvbpr@fcvbpr.com.br	Presente
Terezinha Sandre		EMATER – Ponta Grossa	423228-3700	grpontagrossa@emater.pr.gov.br	Presente
Valdinei Ricardo Lima	Presidente	Associação Comercial e Industrial de Pinhais	41 3033-3166	diretoria@acipi.org.br	Presente
Valéria Borges da Silveira	Secretária	Lapa	41 3547-8071	turismonalapa@uol.com.br desecon.turismo@lapa.pr.gov.br	Presente
Maria Cristina Roorda	Equipe Técnica	Curitiba	41 3029-2423	cristina@cidadeplanos.com.br	Presente
Maria Adriana das Neves	Secretária Executiva	Ponta Grossa	42 3220-7250	adriana@pontagrossacvb.com.br	Presente
Fernanda Brassio		Castro	42 3906-2123	turismo@castro.pr.gov.br	Presente
Leri Ribeiro	Coord. de Meio Ambiente	Tibagi	42 3916-2151	meioambiente@hotmail.com	Presente
Agnaldo C. Monteiro	TRM	Castro	42 3232-5666	agnaldo@pr.senac.br	Presente
Cleodo Fruhauf		Telêmaco Borba	42 9961-5385	cfsetembro@gmail.com	Presente
Valmara M. Machado	Diretora	Pirai do Sul	42 9971-4552	atendimento@piraidosul.pr.gov.br	Presente
Alexandre Lopes	S.M.D.Rural	Campo Largo	41 9993-1765	alexandre13100@uol.com.br	Presente

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso de elaboração deste PDITS, que iniciou por meio da observação em campo, pesquisa primária, informações secundárias, discussões entre a equipe técnica multidisciplinar, análises pela Secretaria de Estado de Turismo, debates com agentes atuantes na área turística e revisões de versões preliminares de cada um dos produtos possibilitou aos seus autores uma aproximação e apropriação da complexa realidade dos diferentes municípios que passaram a integrar o Polo Turístico Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

Como em qualquer plano, o processo de sua elaboração já garante uma capacitação sobre a problemática estudada e também um consórcio de pessoas e instituições atuantes. O resultado final que agora se tem é não apenas um plano, mas igualmente um acervo de conhecimento prático e teórico traduzido em melhorias para formular propostas, implementá-las, mantê-las e atualizá-las. Esse ganho, tem-se certeza, é válido para os municípios inseridos no Polo e que portanto seriam mais diretamente impactados pelo futuro programa de investimentos e também para todos os municípios da Área Turística em questão.

Esse percurso assegurou também que os documentos técnicos elaborados pela equipe fossem submetidos a um intenso processo de escrutínio técnico e operacional, o que, acredita-se, tenha lhe garantido a qualidade necessária e esperada para um programa deste porte e também para atender ao objetivo geral deste PDITS, fortalecendo o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, e consolidando os segmentos-meta principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

Um dos maiores desafios enfrentados na elaboração do PDITS de Curitiba Região Metropolitana e Campos Gerais foi trabalhar duas áreas com perfis distintos e buscar mecanismos de enfrentamento dessas diferenças. A elaboração da matriz SWOT, por exemplo, proporcionou uma visão de toda a área, de forma integrada, seus problemas, entraves, e potencialidades. A visibilidade exigida pelo Termo de Referência seguido para a elaboração deste PDITS, se por um lado exigiu maior dedicação por parte da equipe técnica; por outro, garantiu maior aderência com a realidade complexa. Neste processo, chama a atenção como o debate sobre os municípios e ações a serem priorizados quando da futura inversão de recursos foi desenvolvido de forma técnica e compreensiva. Ao final deste Plano, tem-se pois a segurança quanto à realidade estudada, as ações propostas e as prioridades estabelecidas.

Especificamente quanto às ações, vale notar que elas respeitam os limites financeiros e o perfil de financiamento a ser realizado pelo BID; do mesmo modo, outras ações, consideradas importantes, mas que não se submetem a esse perfil, também foram propostas, acreditando na necessária busca de outras fontes de recursos.

A diversidade da realidade observada não impediu que ela fosse sintetizada em termos de diretriz. Tal fato se evidencia, por exemplo, ao se estabelecer como segmento meta o turismo cultural e o ecoturismo. Com isso, buscou-se atender a um dos princípios tácitos do Termo de Referência que era o de concentrar esforços e valorizar os recursos, acreditando-os escassos. Do mesmo modo, segundo esses mesmos princípios, teve-se como referência a diminuição das diferenças entre as duas áreas turísticas, integrando-as em um Polo Turístico verdadeiramente integrado.

Este documento propôs trinta e seis ações em cinco áreas de atuação, distribuídas da seguinte forma: seis ações na área de Planejamento e Gestão, onze ações na área de Desenvolvimento de Produtos, seis ações na área de Qualificação, oito ações na área de Infraestrutura, e cinco ações na área de Marketing e Vendas.

Procurou-se assim, distribuir as propostas de forma equilibrada entre as possíveis áreas de atuação, buscando-se um eixo unificador: o da transversalidade e o da intercomunicação entre elas, de modo a proporcionar uma visão mais adequada e abrangente da realidade, que muitas vezes se apresentou de maneira fragmentada.

Por último, vale lembrar que aquilo aqui proposto poderá sofrer adequações de ordem operacional e, dentro de certos limites, circunstancial. Ficam porém os princípios e as diretrizes aqui estabelecidos.

Mais que isso, o conjunto de ações propostas, a partir do momento que deverá também buscar outras fontes de financiamento que não apenas o BID poderá submeter-se a outras exigências, de ordens diversas estabelecidas pelo agente financeiro. Todavia, do modo como aqui estão apresentadas, formando um conjunto estabelecido por princípios e diretrizes amplamente discutido, contam com um aval que as tornam sólidas em diversos níveis de negociação futura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CATAI, H. **Violência e turismo**: criminalidade e suas implicações na demanda turística internacional em São Paulo. 2004. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

BOULLÓN, R. **Planificación del espacio turístico**. México: Trillas, 1997.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 05 de outubro de 1988. **DOU**, Brasília, DF, 05 out. 1988.

_____. Lei n.º 10.257, de 10 de junho de 2001. Estatuto da Cidade. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelecem diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. **DOU**, Brasília, DF, 11 jul. 2001.

_____. Ministério das Cidades. **O estatuto da cidade**: comentado = The City Statute of Brazil: a commentary. Celso Santos Carvalho, Anaclaudia Rossbach (Orgs.). São Paulo: Ministério das Cidades: Aliança das Cidades, 2010.

_____. Ministério da Justiça. Profissionais dos Órgãos Estaduais de Segurança Pública (2003 - 2007) Relatório elaborado pela Coordenação Geral de Pesquisa/ Senasp/Ministério da Justiça.

_____. Ministério do Turismo. **Estudo de hierarquização dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional**: relatório Brasil 2009. Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Org.). Brasília: Ministério do Turismo, 2009. 85p.

_____. Ministério do Turismo. **Hábitos e consumo do turismo brasileiro**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

_____. Ministério do Turismo. **Hábitos e consumo do turismo brasileiro**. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

_____. Ministério do Turismo. **Manual de orientações**: promoção da acessibilidade em equipamentos, atrativos e serviços turísticos. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Manual do pesquisador**: inventário da oferta turística: instrumento de pesquisa. Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, 2006.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**: módulo operacional 1 - sensibilização. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**: módulo operacional 2 - mobilização. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**: módulo operacional 3 - institucionalização da instância de governança regional. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**: módulo operacional 7 - roteirização turística. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

_____. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de regionalização do turismo - roteiros do Brasil**: módulo operacional 8 - promoção e apoio à comercialização. Brasília: Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização, 2007.

_____. Ministério do Turismo. **Plano nacional de turismo 2007/2010**: uma viagem de inclusão. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

_____. Ministério do Turismo. **Projeto Excelência em Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

CURITIBA. Instituto Municipal de Turismo. **Pesquisa de demanda turística, perfil e opinião de Curitiba, 2009**. Curitiba: Instituto Municipal de Turismo, 2009.

_____. Instituto Municipal de Turismo. **Pesquisa de demanda turística, perfil e opinião de Curitiba, 2010**. Curitiba: Instituto Municipal de Turismo, 2011.

_____. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. **Plano diretor: segurança e defesa social** - Análise de desempenho 1970 a 2009. Coordenação de Maria Tereza Bonatto de Castro e Marília Isfer Ravello Curitiba: IPPUC, 2010

DALAZOANA, K.; BARBOSA, T. A.; MORO, R.(2009). **A Vegetação nas Unidades de Paisagem na porção da Escarpa Devoniana, Parque Nacional dos Campos Gerais**, PR. Disponível em http://www.geo.ufv.br/simposio/simposio/trabalhos/trabalhos_completos/eixo2/006.pdf. Acesso em 12 de agosto de 2010.

EMBRATUR. **Manual de sinalização turística**. Brasília: EMBRATUR, 2001.

GUIMARÃES, G.; MELO, M.S. de; MOCHIUTTI, N. **Desafios da geoconservação nos Campos Gerais do Paraná**. Revista Geologia USP. Publicação especial V.5. São Paulo, outubro de 2009.

JORNAL Gazeta do Povo. **Criminalidade em alta também é reflexo da falta de policiais no Paraná**. Caderno Vida e Cidadania, edição do dia 27/07/2011.

KOHIYAMA, L. **Aplicação dos instrumentos do estatuto da cidade ao planejamento do turismo**. Curitiba, 2005.

OMT. **Sinais e símbolos turísticos**: guia ilustrado e descritivo. Trad. de Gabriela Scuta Fagliari. São Paulo: Roca, 2003.

PARANÁ. Instituto Ambiental do Paraná. **Plano de Manejo da APA da Escarpa Devoniana**, 2004. Disponível em http://www.uc.pr.gov.br/arquivos/File/Plano_de_Manejo/APA_Escarpa_Devoniana/1_APA_PM.pdf. Acesso em 18 de Agosto de 2010.

_____. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Cadeia produtiva do turismo no Paraná**: síntese do estudo. Curitiba: IPARDES, 2008.

_____. Secretaria de Estado do Turismo. **Apostila de gestão do turismo**. Curitiba: Secretaria de Estado do Turismo, 2007.

_____. Secretaria de Estado do Turismo. **Plano de desenvolvimento do turismo do Paraná 2008-2011**. Curitiba: Secretaria de Estado do Turismo, 2008.

_____. Secretaria de Estado do Turismo. **Orientação para gestão municipal do turismo guia prático para dirigentes públicos municipais de turismo**. Curitiba: Secretaria de Estado do Turismo, 2008. (Documento Preliminar).

_____. Secretaria de Estado do Turismo. **Plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional 2008-2011: região turística Rotas do Pinhão, Curitiba e Região Metropolitana** – Paraná/ Brasil. Curitiba, 2008.

_____. Secretaria de Estado do Turismo. **Plano estratégico de desenvolvimento do turismo regional 2008-2011: região turística dos Campos Gerais** – Paraná/ Brasil. Curitiba, 2008.

PENNA, G. Especial melhores cidades: há oportunidades de carreira em todo o Brasil. **Revista Você**, São Paulo, n.133, abr. 2009.

PORTER, M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PÚBLIO, Marcelo A. **Como planejar e executar uma campanha de propaganda**. São Paulo: Atlas, 2008.

RABAHY, W. **Turismo e desenvolvimento**: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri: Manole, 2003.

SOUZA, A.; CORRÊA, M. **Turismo**: conceitos, definições e siglas. Manaus: Valer, 2000.

TARAPANOFF, K. (Org.). **Inteligência organizacional e competitiva**. Brasília: Ed. UnB, 2001

WALSELFISZ, J. J. **Mapa da violência dos municípios brasileiros**. Brasília: RITLA, Ministério da Saúde, Ministério da Justiça. 2008.

ZARDO, E. F. **Planejamento do turismo**: métodos, técnicas e ferramentas para o processo de planejamento e execução de projetos. Curitiba: CONSULTUR 2005. (Documento não publicado).

SITES CONSULTADOS

- <<http://200.198.118.131/clipping/Arquivo/2010/janeiro/23372.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2010.
- <<http://geo.pg.pr.gov.br/amtt/rodoviaria/#nogo23>>. Acesso em: 18 maio 2010.
- <<http://www.curitibatur.com.br/rodoviaria.htm>>. Acesso em: 18 maio 2010.
- <<http://www.der.pr.gov.br/>>. Acesso em: 19. Abril. 2010. <<http://zrak7.ifrance.com/1974-2006-rit.pdf>> Acesso em: 19 maio 2010.
- <http://www.braztoa.com.br/home/busca.php?it_busca=TODO&in_principal=1&in_secundario=1_0&Submit2.x=29&Submit2.y=15>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- < <http://www.ambiental.tur.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- < http://www.cvc.com.br/index_regiao21.html>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- < <http://www.intravel.com.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- < <http://www.nettvoyages.com.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.softtravel.com.br/novo/site/index.asp>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.delbianco.com.br>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.litoralverde.com.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.marsans.com.br>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.masterturismo.com.br/>>. Acesso em: 15 mar. 2010.
- <<http://www.setu.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=78>>. Acesso em: 17 maio 2010.
- <<http://www.setu.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=86>>. Acesso em: 17 maio 2010.
- <<http://www.ipardes.gov.br/index.php>>. Acesso em: 10 maio 2010.
- <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 10 maio 2010.
- <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 20 maio 2010.
- <<http://www.iadb.org>>. Acesso em: 20 maio 2010.
- <<http://www.turismoeinfancia.com.br/entenda-o-problema/o-que-e-exploracao-sexual>>. Acesso em: 28 maio 2010.
- <<http://www.anac.gov.br/passageiro>>. Acessado em: 20 jun. 2010.
- <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/planejar-nao-e-o-perfil-do-empresario-brasileiro/10708/>> Acessado em: 16 abr. 2010
- <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552004000100006&script=sci_arttext>. Acessado em: 16 abr. 2010.

ANEXOS

ANEXO 1 – CURRÍCULO DOS INTEGRANTES DA EQUIPE TÉCNICA

MILTON XAVIER BROLLO
Supervisor Geral

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Milton Xavier Brollo Idade: 64 anos
Profissão: Professor Universitário
Instituição: Universidade Estadual de Ponta Grossa
Identidade (RG): 3.274.279-3 –SSP/PR - CPF: 035.210.520-87
PIS/PASEP: 1.004.789.382-3
Endereço residencial: Rua Cruz e Souza, 430 - Ap. 12 – Jardim Carvalho –
CEP: 84015-420 -Ponta Grossa - PR
Telefone: celular: (042) 9973-7433, comercial: (042) 3220-3390
e-mail: mxbrollo@uepg.br; mxbrollo@uol.com.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1975 - 1979	Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Paraná.
1980 - 1980	Especialização em Teoria Econômica pela Universidade Federal do Paraná.
1998 - 2000	Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina.
1990 - 1992	Doutorando em Economia pela Universidade Nova de Lisboa (Portugal).
2001 - 2006	Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1980-2000	FAE - Curitiba	Professor
1989-atual	UEPG	Professor
1988-1990		
1994-1996		
1996-1998	UEPG	Coordenador do Curso de Ciências Econômicas por cinco mandatos
2000-2002		
2002-2003		
2003-atual	UEPG	Diretor do Setor de Ciências Sociais Aplicadas

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
1997-2000	UEPG	Consultoria e assessoria a pequenas e microempresas participantes do Programa de Geração de Renda – PROGER – FAT/MTrb
1998-2000	UEPG	Consultoria e assessoria a Associações e Cooperativas

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
1997-2000	Coordenador na UEPG e no Estado do Paraná do Programa de Apoio as Pequenas e Microempresas - F - junto as IES
1998-2000	Coordenador do Programa de Desenvolvimento do Associativismo e Cooperativismo na UEPG

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções
2008-atual	Presidente da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Institucional, Científico e Tecnológico da Universidade Estadual de Ponta Grossa
2003-atual	Membro do Conselho de Administração Universidade Estadual de Ponta Grossa
2003-atual	Membro do Conselho de Universitário da Universidade Estadual de Ponta Grossa

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4203188781108535>

Curitiba, 03 de março de 2010.

CLOVIS ULTRAMARI
Coordenador da Equipe Técnica
Especialista em Gestão Pública

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Clovis Ultramari Idade: 51
Profissão: arquiteto urbanista
Instituição: Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Identidade (RG): 1018877 PR CPF: 519.876.609-78
PIS/PASEP: 17001092450
Endereço residencial: Euzébio da Motta, 473
CEP: 80.530-260 Cidade: Curitiba
Telefone: celular: 9185-9704 residencial: 3252-6452 comercial: 3029-2423
E-mail: ultramari@yahoo.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
Graduação	Arquiteto e Urbanista, UFPR, 1983
Doutorado	Meio Ambiente e Desenvolvimento, UFPR, 2001

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1982-1988	Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba	Arquiteto planejador regional
1988-atual	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social	Pesquisador na área de desenvolvimento de políticas públicas.
2002-atual	Pontifícia Universidade Católica do Paraná	Professor pesquisador junto ao Programa de pós-graduação em Gestão Urbana.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
2010	Governo do Estado da Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe do Estudo da Rede Urbana da Bahia e definição de diretrizes para Políticas Públicas.
2010	IPPUC / Ecosistema Consultoria	Integrou a equipe para Análise dos impactos urbanísticos do metrô de Curitiba, PR.
2010	Governo local de Luanda e governo nacional de Angola	Integrou a equipe do Plano de ordenamento da baixa de Luanda, Angola, África.
2008	Prefeitura local	Integrou a equipe do Plano Diretor de Santa Helena, PR.
2008	Prefeitura local / FGV	Coordenação Técnica do Plano de Mobilidade Urbana de Curitiba, PR.
2008	Prefeitura local / Logitrans	Integrou a equipe do Plano de Mobilidade Urbana e Transporte Coletivo de Campo Grande, MS.
2008	Sobe Escritório de Arquitetura / Sanepar	Coordenador Técnico do Relatório Ambiental Prévio para ampliação das instalações da SANEPAR, Curitiba, PR.
2008	Sobe Escritório de Arquitetura / Tribunal de Justiça do PR	Coordenador do Relatório Ambiental Prévio para ampliação edifício Tribunal no Centro

Período	Empresa/Instituição	Função
		Cívico em Curitiba, PR.
2007	Prefeitura local Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe de Análise do Plano Diretor de Anápolis, GO.
2007	Prefeitura local Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe de Análise do Plano Diretor de Várzea Grande, MT.
2006	Prefeitura local Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe do Plano Diretor de Araucária, PR.
2006	Prefeitura local / Farmageo	Coordenador do Plano Diretor de Balneário Camboriú, SC.
2006	Prefeitura local Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe do Plano Diretor de Balsa Nova, PR.
2006	Prefeitura local/ Cidade Planos Consultoria Ltda.	Coordenador do Plano Diretor de Pomerode, SC.
2006	Prefeitura local/ STCP	Coordenador do Plano Diretor de Quitandinha, PR.
2006	Prefeitura local/ Tese Escritório de Arquitetura	Coordenação Técnica do Plano Diretor de Uberlândia, MG.
2006	Prefeitura local / comunidade organizada local	Integrou a equipe do Plano Estratégico para a cidade de David, Panamá.
2006	Prefeitura local / governo nacional de Angola	Integrou a equipe do Plano Estratégico para N'Dalatando, Angola, África.
2005	Itaipu Binacional	Integrou a equipe do Planejamento Estratégico para o Desenvolvimento Turístico da Usina de Itaipu, PR.
2005	Prefeitura local Bahia / Vertrag Planejamento	Integrou a equipe do Plano Diretor Fazenda Rio Grande, PR.
2005	Associação comercial do Paraná	Integrou a equipe dos Projetos de Visibilidade para o Centro de Curitiba, PR.
2004	Natura SA.	Integrou a equipe da Proposta Metodológica para análise da Vila São Francisco, reserva de Iratapuru, AP.
2004	Empreendedor/ Secretaria de Meio Ambiente de Curitiba	Coordenação do Relatório Ambiental Prévio Pátio Batel, Curitiba, PR.
2004	Empreendedor/ Secretaria de Meio Ambiente de Curitiba	Coordenação do Relatório Ambiental Prévio Shopping Jardim das Américas, Curitiba, PR.
2003	Ecoparaná	Integrou a equipe de Análise da gestão do turismo para 13 municípios da Área Prioritária do Programa de Turismo Prodetur/PR.
2003	Prefeitura local / Unilivre	Coordenação da Definição Metodológica do Processo de Construção participativa e implantação da Agenda 21 local de Araucária/PR.
2003	Prefeitura local	Coordenador do Plano Diretor de Foz do Iguaçu, PR.
2003	Governo local de Tughiatti e governo nacional da Rússia	Integrou a equipe da Proposta de zoneamento para a orla do rio Volga - Tughiatti / Rússia.
2002	Sanepar SA	Coordenação da Proposta urbanística para a margem do rio Cachoeira, Joinville, SC.
2002	Empreendedor/ Willer	Coordenação do Relatório Ambiental Prévio

Período	Empresa/Instituição	Função
	Arquitetos	Condomínio Aldeia do Lago, Pinhais, PR.
2002	Ippuc/ Curitiba	Coordenação do Estudo Sócio-ambiental do Programa BID II, Curitiba, PR.
2001	Ippuc/ Curitiba	Coordenação do Estudo Sócio-ambiental do Programa de Assentamentos de Curitiba, PR.
2001	Comec/ Consultorias Montgomery	Integrou a equipe do Plano de Monitoramento e Fiscalização do Uso e Ocupação do Solo de Áreas de Mananciais da Região Metropolitana de Curitiba, PR.
2001	Ecoparaná	Integrou a equipe do Programa de Turismo da Região Sul/ Projeto Costa Oeste, PR.
1998	Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem-SPVS, Instituto Brasileiro de Meio Ambiente - IBAMA	Integrou a equipe do Projeto de Planejamento estratégico para os municípios do entorno do Parque Nacional do Iguaçu, PR.
1998	Ministério do Meio Ambiente, Governo Federal	Coordenou o Zoneamento da Área de Proteção Ambiental – APA de Pinhais, Região Metropolitana de Curitiba, PR.
1997	Senagro	Integrou a equipe do Zoneamento e Plano de Ações para a Área de Proteção Ambiental de Icaraíma, PR.
1996	Senagro	Integrou a equipe do Zoneamento e Plano de Ações para a Área de Proteção Ambiental da Estação Ecológica da Ilha Grande, PR.
1996		Integrou a equipe do Relatório de Impacto Preliminar da Bacia do Rio Bacacheri, PR.
1995	Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem - SPVS	Integrou a equipe do Plano de Manejo e Gestão para a Bacia de Manancial de Mandirituba, PR
1995	Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem - SPVS	Integrou a equipe do Manual para elaboração de Planos de Manejo e Gestão das Bacias de Mananciais do Estado do Paraná.
1991	Indústria de Papel e Celulose Arapoti - Impacel	Integrou a equipe do Plano de Valorização Ambiental
1990		Assessoria em discussões para constituição de Regiões Metropolitanas de Florianópolis, SC e Vitória, ES.

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período Função

Vide Quadro 3

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5999977664359723>

Curitiba, 10 de março de 2010.

FÁBIO DUARTE DE ARAÚJO SILVA
Especialista em Urbanismo

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Fábio Duarte de Araújo Silva Idade: 39
Profissão: Arquiteto e Urbanista
Instituição: Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Identidade (RG): 19124576-8 SSP/SP CPF: 141.510.358-50
PIS/PASEP: 1241502143-3
Endereço residencial: Rua Francisco Alves Guimarães, 175 apto 101
CEP: 80.050-210 Cidade: Curitiba-PR
Telefone: celular (41) 9977 0060 residencial: (41) 2112 9816 comercial: (41) 3271 2623
E-mail: fdbr@yahoo.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1988 -94	Graduação. Arquiteto e Urbanista. Universidade de São Paulo
1995 -97	Mestrado. Multimeios. Universidade Estadual de Campinas/Unicamp.
1997- 00	Doutorado. Comunicações. Universidade de São Paulo.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1994 - 97	Socienco Planejamento Ltda. São Paulo	Urbanista
2000 - 03	Urban Systems Brasil. São Paulo	Coordenador Técnico
2003 - atual	Pontifícia Universidade Católica do Paraná	Professor e Coordenador do Programa de Pós Graduação em Gestão Urbana. Mestrado e Doutorado.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
2007 - 08	Prefeitura Municipal de Curitiba	Coordenador Técnico da equipe consultiva (FGV) para o Plano de Mobilidade da Cidade de Curitiba.
2008	Companhia de Saneamento do Paraná/Sanepar	Consultor em urbanismo para o RAP da ampliação das instalações da Sanepar no bairro Rebouças.
2009 - 10	Prefeitura Municipal de Curitiba	Consultor em urbanismo junto à empresa Ecosistema para elaboração do EIA-RIMA do metrô de Curitiba.

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2009 - 10	Membro do Conselho de Transportes da Cidade de Curitiba.
2010 - 13	Pesquisador Produtividade em Planejamento Urbano do CNPq

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Atividades
	Publicação: Planejamento Urbano e Regional. IBPEX.
	Publicação: O tempo das Redes. Perspectiva.
	Palestrante convidado: Colômbia, França, Canadá, China, Índia. Índia, Vietnã.
	Autor de artigos publicados em revistas científicas no Brasil, Canadá, França, México e Chile.

Mais informações CV Lattes: [HTTP://lattes.cnpq.br/3732954724195487](http://lattes.cnpq.br/3732954724195487)

Curitiba, 03 de março de 2010.

RAFAELA ZATTI LIBARDI
Especialista em Urbanismo

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Rafaela Zatti Libardi Idade: 26 anos
Profissão: Arquiteta e Urbanista
Instituição: Profissional Autônoma
Identidade (RG): 609145-2 SSP/PR CPF: 047.046.729-05
PIS/PASEP:
Endereço residencial: Rua Jorge Batista Crocetti, 738. Bairro Tatumã.
CEP: 82.200-280 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41) 8419 1497 residencial: (41) 3779 1088 comercial: (41) 8419 1497
E-mail: rafaela-zl@yahoo.com.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
2002 - 06	Graduação. Arquitetura e Urbanismo. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
2002 - 07	Graduação. Tecnologia em Design de Móveis. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.
2007 - 09	Mestrado. Gestão Urbana. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
2007 - 07	Danielle Schmaedecke	Arquiteta. Desenvolvimento de projetos e maquetes eletrônicas.
2007 - 09	Felipe Reichmann Paisagismo	Arquiteta. Desenvolvimento e coordenação de projetos.
2008 - 09	Associação Paranaense de Cultura	Arquiteta e Urbanista. Elaboração do Plano de Mobilidade Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Campus Prado Velho, Curitiba, PR.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
---------	---------------------	--------

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2004 - 05	Pesquisadora. Iniciação Científica PUCPr. Tema: Redes Urbanas: mapeamento das relações entre equipamentos urbanos tendo como vetor o transporte público. Atividades: desenvolvimento de pesquisas teóricas e práticas sobre o transporte coletivo de Curitiba; mapeamento de linhas tronco (biarticulados) e terminais de Curitiba; análise das condições de acessibilidade dos usuários e possíveis integrações com outros meios de transporte; desenvolvimento dos textos. Orientador: Fabio Duarte de Araújo.
2005 - 06	Pesquisadora. Iniciação Científica PUCPr. Tema: Redes Territoriais de Mobilidade Urbana: estudos de casos internacionais. Atividades:

desenvolvimento das pesquisas teóricas relativas aos meios de transporte, motorizados ou não, e seu comportamento dentro das cidades; utilização de alguns estudos de caso que implementaram soluções de articulação e apresentaram bom resultado. Orientador: Fabio Duarte de Araújo.

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Ano	Produção Técnica e Científica
2006	DUARTE, F; LIBARDI, R.Z. Redes de mobilidade urbana: Curitiba. Revista ANTP.
2007	DUARTE, F; LIBARDI, R.Z. Mobilidade urbana e universidades: o caso de Curitiba. Revista ANTP.
2007	DUARTE, F; LIBARDI, R.Z.;SANCHES, K. Introdução à mobilidade urbana. Ed. Juruá. Curitiba.
2008	DUARTE, F; MOREIRA, T.;LIBARDI, R.Z;BARCZAK, R; ZANON, P. Plano de Mobilidade da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1099384287749243>

Curitiba, 03 de março de 2010.

MARCIO LUIZ BITTENCOURT
Especialista em Gestão Ambiental

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Marcio Luiz Bittencourt Idade:55
Profissão: Biólogo
Instituição: Bio LÓGICA Consultoria Ambiental Ltda.
Identidade (RG): 1.036987-8 –SSP/PR CPF: 183.664.819-72
PIS/PASEP: 10731115926
Endereço residencial: Rua Baltazar Carrasco dos Reis 2251, Bairro Rebouças
CEP: 80.250-130 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular:(41)9973 3550 residencial: (41) 3598 1160 comercial: (41) 3598 35350
E-mail: marciobiologica@gmail.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1981 - 1984	Graduação em Ciências Biológicas. Universidade Federal do Paraná.
2004	Especialização em Ciências Florestais .Universidade Federal do Paraná.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1996 - atual	Bio LOGICA Consultoria Ambiental Ltda.	Sócio Gerente
1992 -1996	NATEEC Planejamento Ambiental e Serviços Ltda.	Sócio Gerente
1992	Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Curitiba/Depto de Pesquisa e Controle Ambiental.	Diretor , Gerente de Planejamento Ambiental,
1985 - 1992	Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Curitiba/Depto de Pesquisa e Controle Ambiental.	Diretor do Museu de História Natural .
1986 - atual	Instituto de Tecnologia do Paraná/TECPAR	Membro do Conselho Editorial dos Arquivos de Biologia e Tecnologia do Paraná. Auditor Ambiental auxiliar (ISSO 14.000)

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E APOIO

Período	Empresa/Instituição	Função
2002	Deutsche Gesellschaft Für Qualität DGQ	Gestão Ambiental para Pequenas e Médias Empresas . Aspectos e Impactos Ambientais (ISSO 14.000) Auditor Ambiental Interno
2001	Fundação Carlos Alberto Vanzolini. Escola Politécnica de São Paulo	Auditor Ambiental Líder
1992 - atual	Fundação O Boticário de Proteção à Natureza	Consultor permanente.
1990 - 2000	- Universidade Livre do Meio Ambiente	Consultor para treinamentos na área de Ecologia Urbana.

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2009 - em andamento	Integrante da equipe de coordenação dos Programas de Gestão Ambiental para as obras de implantação das pontes e respectivos acessos em rodovias federais: BR-319/RÓ Rio Madeira, BR-401/RR, Rio Itacutu, BR-020/CE, Rio Cocó, BR-116/BA Rio São Francisco, BR-262/MS/SP Rio Paraná, BR-030/BA Rio São Francisco, BR-230/PATO Rio Araguaia. Contratante: Fundação da Universidade Federal do Paraná – FUNPAR – DENIT.
2009 – em andamento	Integrante da equipe de elaboração e Coordenador do Meio Biológico do EIA/RIMA da implantação do trecho da Rodovia BR-285 entre São José dos Ausentes (RS) e Timbé do Sul (SC). FUNPAR - DENIT
2009	Coordenação geral do Relatório Ambiental Prévio para as obras do BID III no município de Curitiba – Fredolin Wolf (Corredor do Turismo), Ciclovía da Av. JK, Rua Waldemiro Pedroso, Rua Desembargador Antonio de Paula, Binário Chile e Trincheira Gustavo Ratmann. Contratante: Ferma Engenharia Ltda. Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba/IPPUC.
2008 - 09	Coordenação do Programa de resgate e valorização da Flora na UHE Passo São João – Rio Grande do Sul – Roque Gonzáles –RS. Contratante: FERMA Engenharia Ltda. – ELETROSUL.
2008	Integrante da equipe de Análise do EIA/RIMA da rodovia BR-487 “Estrada Boiadeiro”. Contratante: FUNPAR - DENIT
2007	Elaboração do Diagnóstico Ambiental do Plano Diretor do Município de Penha, SC. Contratante: Cidade Planos Consultoria Ltda.
2006	Elaboração do Diagnóstico Ambiental dos Planos Diretores de Pomerode, Bombinhas, Porto Belo, Luís Alves e Ilhota, SC. Contratante: Cidade Planos Consultoria Ltda.
2005	Participação da Avaliação e Elaboração de Projetos Estratégicos para a cidade de Cuiabá, MT para área de meio ambiente. Contratante: Jaime Lerner Arquitetos Associados.
2005	Coordenador Técnico do EIA RIMA do Aterro Sanitário de Morretes/Antonina. Contratante: ASM Engenharia.
2003	Elaboração do Diagnóstico Ambiental para o Plano Diretor de São Francisco do Sul. Contratante: Cidade Planos Consultoria Ltda.
2003	Elaboração do Diagnóstico Ambiental para o Programa de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Santa Catarina, Prodetur Sul. Contratante: Consultur Planejamento e Consultoria em Turismo Ltda.
2001	Elaboração do Diagnóstico Ambiental para o Programa de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Paraná, Prodetur Sul. Contratante: Serviço Social Autônomo Ecoparaná.
2001	Levantamento do Passivo Ambiental da Rodovia SC 471 e elaboração dos Estudos de Corredores entre Romelândia e Anchieta, SC. Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. Contratante Esteio Engenharia e Aerolevantamentos Ltda.
2000	Coordenação do Meio Biológico na elaboração do Relatório Ambiental Preliminar da Indústria Aeronáutica EMBRAER – Município de Gavião Peixoto, SP. Contratante Gouvêa da Costa e Jaakko Pöyry.

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Publicações Científicas
1983	BITTENCOURT, M.L. Orcinus orca "Baleia Assassina" (Cetacea, Delphinidae) Primeiro Registro para o Litoral Norte Catarinense, com Notas Osteológicas. Periódico: Arquivos de Biologia e Tecnologia Tecpar, 26 (1) 1983, 77-103 pp.
1983	BITTENCOURT, M.L. Primeiro Registro de "Bryde's Whale" Balaenoptera edeni (Cetacea, Balaenopteridae) para o Litoral do Estado do Paraná, Brasil. Periódico: Arquivos de Biologia e Tecnologia Tecpar, 26 (4) 1983, 485-488 pp
1984	BITTENCOURT, M.L. Primeira Ocorrência de Sotalia brasiliensis (boto), Cetacea Delphinidae, para a Baía de Paranaguá, Litoral Paranaense, Brasil. Periódico: Arquivos de Biologia e Tecnologia Tecpar, 27 (1) 1984,95-98PP.
1994	BITTENCOURT, M.L. Contribuições para a identificação dos Cetáceos ocorrentes na costa e águas interiores do Brasil. Periódico: Arquivos de Biologia e Tecnologia Tecpar, 27 (4) 1984.
1986	BITTENCOURT, M.L.; BOENGE C. Primeira ocorrência de Mirounga leonina Linnaeus, 1758, elefante-marinho-do-sul (Phocidae, Pinnipedia) para águas interiores do litoral paranaense, Baía de Paranaguá. Anais da 2a. Reunião de Especialista em mamíferos Aquáticos da América do Sul, 113 pp
1989	BITTENCOURT, M.L. Metodologias para Levantamentos e Análise de Fauna Anais do Seminário sobre Avaliação e Relatório de Impacto Ambiental - FUPEF - 126-149.
1990	BITTENCOURT, M.L. Investigações preliminares sobre as Relações Tróficas do paru Chaetodipterus faber (Broussonet,1789) (Pisces, Ehippidae) na Baía de Guaraqueçaba, Complexo Estuarino Baía de Paranaguá Periódico: Arquivos de Biologia e Tecnologia Tecpar, 33 (1):195-203.
1992	ZANELATO, R.C.; BITTENCOURT, M.L. Registro de mamíferos marinhos para o litoral do Estado do Paraná entre 07/1989 a 04/1992). V Reunión de Trabajo de Especialistas en Mamíferos Acuáticos de America del Sur, Bs.As, Argentina.
1992	HARDT, L.P.A.; AUER, A.M.; BATISTA, A.C.; FAYET, A.C.C.; GUAPYASSÚ, M. S.; BITTENCOURT, M.L.& NUNES, M.L. Levantamento fitofisionômico da Floresta Estadual Metropolitana de Curitiba. In: 2º Congresso Nacional sobre Ciências Nativas - Anais. São Paulo: Revista do Instituto Florestal, 1992 (parte 3.ª edição especial)
1995	ZANELATO, R.C BITTENCOURT, M.L. Ziphius cavirostris Cuvier, 1823 (Cetacea, Ziphiidae) on the brazilian coast, with notes on biometry. Iheringia, Sér. Zool., Porto Alegre, (79): 141-147, 29 set. 1995.
1995	BITTENCOURT, M.L. SWARTZ, H. Sistema KNEER de Compostagem Acelerada - Anais do Environtech 1995 - Rio de Janeiro.
1995	BITTENCOURT, M.L. SWARTZ, H. O Sistema Sthålermatic de tratamento de águas residuais urbanas. Anais do Environtech. 1995 - Rio de Janeiro

Curitiba, 03 de março de 2010.

EDUARDO FLÁVIO ZARDO
Especialista em Turismo

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Eduardo Flávio Zardo Idade: 34
Profissão: Bacharel em Turismo
Instituição: Consultur Assessoria em Projetos Ltda.
Identidade (RG): 5699438-6 SSP/PR CPF: 873.856.009-72
PIS/PASEP: 1704078847-9
Endereço residencial: Rua Augusto de Mari 2231. Bairro: Vila Guaíra
CEP: 80630-010 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular (41)9683 1444 residencial: (41) 3328 3153 comercial (41) 3232 2635
E-mail: eduardo@consulturplanejamento.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1991 - 95	Técnico de Desenho Industrial. Centro Tecnológico do Paraná. Curitiba.
1995 - 97	Bacharel em Turismo. Universidade Federal do Paraná. Curitiba.
1998 - 99	Pós-Graduação <i>Lato Sensu</i> – Planejamento e Gestão do Turismo. Universidade Federal do Paraná.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1998 atual	- Consultur Assessoria em Projetos Ltda.	Sócio Administrador/Diretor
2006 - 09	Assoc. Defesa do Meio Ambiente de Reimer	Coordenador Geral
2001 - 06	Universidade Tuiuti do Paraná	Professor e Assessor da Coordenação do Curso de Turismo.
2000 - 01	Faculdades OPET - FAO	Coordenador do Curso de Turismo
1998 - 00	Universidade Federal do Paraná	Professor substituto
1997	Paraná Turismo – Secretaria de Esporte, Indústria, Comércio e Turismo, Governo do Paraná	Assessor Técnico

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
1998	Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas - Sebrae	Consultor Terceirizado
2008 - 09	Proteção dos Direitos Relativos à Saúde - PROSAU	Assessoria da reorganização estatutária, administrativa e captação de projetos.
2006 - 09	Associação de Defesa do Meio Ambiente de Reimer	Assessoria da Coordenação de Projetos
2006 - 08	Ibratur/Aproideas	Assessoria da reorganização estatutária, administrativa e captação de projetos.
2007 - 09	Fundação dos Economistas Federais - Funcef	Consultor para implantação da RPPN no Eco Resort de Angra (Blue Tree/Via Galé) Angra dos Reis, RJ através da empresa Oikos Planejamento Ambiental.

Período	Empresa/Instituição	Função
2007	Instituto de Hospitalidade, Ministério do Turismo e Sebrae.	Consultor do Programa Bem Receber.
2001 - 06	Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo - Abbtur	Assessoria da reorganização estatutária, administrativa e captação de projetos.
2006	BIRD -Banco Mundial para o Ministério do Turismo	Consultor do Projeto de Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza.
2005	Desenvolvimento através do Ministério do Turismo	Consultor para o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal - Proecotur
2005	Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID , Ministério do Turismo	Consultor para o Programa de Desenvolvimento do Turismo - Prodetur Nordeste II através do Instituto Brasileiro de Administração Municipal - Ibam
2004	Willer Arquitetos Associados Ltda.	Consultor do Plano Diretor da Cidade de Luanda, Angola
2003 - 04	Ministério do Turismo e Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID	Consultor do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Sul do Brasil - Prodetur Santa Catarina

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2009	Diagnóstico e análise propositiva de negócios na formatação do Circuito Turístico nas estradas Hiller, Romeira e Romeirinha, no município de Maringá-PR, para o Sebrae e Prefeitura Municipal de Maringá.
2008 - 09	Coordenador do Programa de Apoio ao Turismo do Sebrae na Colônia de Witmarsum, município de Palmeira-PR.
2007 - 09	Coordenador do Convênio entre a Fundação Cultural Palmares e a Associação Reimer para a Análise Diagnóstica das Condições de Sustentabilidade nas Comunidades Quilombolas do Sudeste do Brasil – Adiqui – São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo.
2007	Capacitação em Gestão Pública e Projetos, para Secretários e Técnicos Municipais e do Governo do Estado de Roraima.
2005 - 07	Coordenação Técnica do Programa Nacional de Empreendedorismo e Empregabilidade no Setor de Turismo – EMPREENDETUR – ABBTUR/ SEBRAE Nacional / Ministério do Turismo.
2005	Assessoria ao Ministério do Turismo no Fórum Mundial de Turismo para alívio à pobreza e sustentabilidade.
2005	Assessoria à Abbtur e ao Ministério do Turismo na elaboração do manual e curso de Parecer Técnico para projetos de turismo
1999 – atual	Assessoria ao Sebrae para planejamento, projetos e programas de desenvolvimento do turismo.
2004 - 05	Assessoria ao Ministério do Turismo na formatação da Metodologia do Inventário Turístico.
2004	Análise do Potencial Turístico e proposição de produtos para Ilha do Cabo – Província de Luanda – Angola
2002	Participação como Expositor na World Travel Mart - WTM .Londres,Inglaterra
2002	Assessoria Técnica na Implantação de Turismo Indígena na Aldeia Marrecas, município deTurvo - PR.

2002	Elaboração da Proposta de uso turístico da Fazenda New Hope, Município de Jardim - MS
2001 - 03	Idealizador da Rota dos Tropeiros - projeto de integração turística no antigo caminho das tropas de Viamão - RS a Sorocaba-SP. Trecho paranaense
1998 - atual	Consultoria empresarial para mais de 100 empreendimentos, propriedades rurais, associações nas áreas econômica, marketing, turismo, meio ambiente e recursos humanos.
1998 - atual	Consultoria em Gestão Empresarial, reestruturação administrativa, marketing e formatação de produtos e serviços, além da implantação de sistemas de qualidade para mais de 90 empresas de diversas áreas.

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções
2005 – 07	Vice-Presidente da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo - Abbtur Nacional. Presidente da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo - ABBTUR-Pr, seccional Paraná.
2004 – 05	Vice-Presidente do Fórum Nacional dos Cursos de Graduação em Turismo e Hotelaria.
2003 – 05	Membro do Conselho Nacional de Turismo como Suplente.
2001 – 04	Assessor de Coordenação e Professor da Universidade Tuiuti do Paraná.
2001 – 03 1999 – 01	Presidente da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo – ABBTUR - Pr, seccional Paraná.

Mais de 300 palestras realizadas – Argentina (Senado de La Republica), Angola, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal, Bahia, Paraíba, Sergipe, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Ceará, Roraima e Pará. São temas das palestras: Gestão Pública; Tendências e Gestão Competitiva Empresarial; O Sucesso através do Diferencial Criativo; Desenvolvimento Econômico e Social, Marketing, Profissionalização e Gestão de Pequenas Empresas, Educação, Ensino e Desenvolvimento Pessoal e Profissional.

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1579072233218127>

Curitiba, 03 de março de 2010.

LÍVIA MARI KOHIYAMA
Especialista em Turismo

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Lívia Mari Kohiyama Idade: 31
Profissão: Turismóloga
Instituição: Consultur Assessoria em Projetos Ltda.
Identidade (RG): 6.267.927-1 SSP-PR CPF: 027.993.449-17
PIS/PASEP: 126.83180.52-9
Endereço residencial: Av. Munhoz da Rocha 159, AP 1701
CEP: 80030-475 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41)9979 1737 residencial: (41)3252 9442 comercial: (41)3232 2635
E-mail: livia@consulturplanejamento.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
2001 - 2002	Graduação Bacharel em Turismo. Universidade Federal do Paraná. Ênfase em eventos.
1997 - 2000	Graduação Bacharel em Turismo. Universidade Federal do Paraná. Ênfase em Planejamento Turístico.
1997 - 2000	Graduação Bacharel em Administração de Empresas com habilitação em Comércio Exterior. Centro Universitário Positivo.
2009 - 2010	Pós Graduação - Master Public Administration/ MPA em Administração Pública e Gerência de Cidades (Especialização)
2003 - 2004	Especialização em Cidade, Meio Ambiente e Políticas Públicas. Universidade Federal do Paraná.
2001 - 2003	Aperfeiçoamento em Gestão de Negócios. Universidade Federal do Paraná.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
2004 - atual	Universidade Tuiuti do Paraná	Docente das disciplinas Prática em Turismo em áreas Naturais, Planejamento e Organização do Turismo II e Orientação de Trabalhos de Conclusão de Curso/TCC.

Experiência Profissional: coordenação de projetos de turismo – qualificação profissional, planejamento turístico regional e local, formatação de produtos turísticos, educação para o turismo; acompanhamento e execução de eventos de turismo. Atuação como analista de qualidade de serviços turísticos (avaliação de agências de viagens, meios de hospedagem e cruzeiros marítimos). Atuação como docente em instituição de Ensino Superior do Paraná em disciplinas como Projetos Turísticos, Ordenamento Territorial e Turístico e Fundamentos Turísticos II; orientação de monografias; acompanhamento das atividades da coordenação do curso. Realização de palestras e cursos sobre turismo e temas afins.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
2008 atual	- GFK Indicator	Aferidora de qualidade em serviços diversos. Atividades realizadas como cliente oculto: avaliação de restaurantes, lojas de eletrodomésticos.
2008 atual	- Bare International	Aferidora de qualidade em serviços diversos. Atividades realizadas como cliente oculto : avaliação de lojas de motocicletas, postos de combustíveis, lojas de telefonia celular, comércio eletrônico, café solúvel (café expresso), concessionárias de veículos, lojas de conveniência.
2006	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento/PNUD, Ministério do Turismo	Consultora. Atividades realizadas: acompanhamento e avaliação do Projeto Brasil, Meu Negócio é Turismo nas 27 Unidades Federativas; avaliação da seleção e desenvolvimento dos cursos de qualificação para multiplicadores e Agentes Locais de Turismo; avaliação dos relatórios entregues como produtos dos contratos e convênios da Fundação Roberto Marinho e Fundação Interuniversitária de Estudos e Pesquisas sobre o Trabalho – Unitrabalho; elaboração de matriz de acompanhamento, monitoramento e avaliação do projeto em todos os estados; assessoria na organização do Seminário de Avaliação Nacional do projeto; elaboração de sete produtos/relatórios, conforme contrato estabelecido (Janeiro 2006 a Janeiro 2007)
2000 atual	- Consultor Planejamento e Consultoria em Turismo	Consultora. Atividades realizadas em 2009: assessoria na elaboração de projetos para captação de recursos financeiros a municípios, em consórcio com Bureau de Consultoria; Coordenação Geral das Pesquisas Turísticas 2009 do Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo, envolvendo a Pesquisa Turística na feira de Arte e Artesanato do Largo da Ordem, Pesquisa de Demanda Turística de Curitiba, Pesquisa de Natal, assessoria e elaboração de projetos para emendas parlamentares. Projetos anteriores: Pesquisa de Demanda Turística da Secretaria de Estado do Turismo, Pesquisa de Mercado para Parque Temático; levantamento da demanda por qualificação profissional turística em Maringá', Empreendetur, Prodetur Sul Santa Catarina, Projeto Rota dos Tropeiros, consultorias a empreendimentos turísticos, palestras e cursos na área de turismo.

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções

Mais informações CV Lattes: [HTTP//Lattes.cnpq.br/9420027357233236](http://Lattes.cnpq.br/9420027357233236)

Curitiba, 03 de março de 2010.

LUCINEI GUMY
Especialista em Turismo

1. DADOS PESSOAIS

Nome: Lucinei Gumy
Profissão: Turismóloga
Instituição: Universidade Tuiuti do Paraná
Identidade (RG): 6.745.241-0 PR CPF: 975.665.609-30
PIS/PASEP: 125.15976.67-2
Endereço Residencial: Rua Mar. José Bernardino Bormann, 1346 apto 1202
CEP:80730-350 - Cidade: Curitiba - PR
Telefone: celular: (41) 9632-0771 residencial: (41) 3015-7956
E-mail: lugumy@hotmail.com

FORMAÇÃO

- **Formação Universitária – graduação**
2002 - 06 Universidade Tuiuti do Paraná. Bacharelado em Turismo
- **Pós Graduação (Aperfeiçoamento)**
2007 – 08 Universidade Federal do Paraná. Planejamento e Gestão do Turismo

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

PERÍODO	EMPRESA/INSTITUIÇÃO	FUNÇÃO
2003 –2008	Dentalplan Assist. Odontológica (Curitiba).	Secretária
2008– 2008	Consultur Planejamento e Projetos (Curitiba).	Vice-Coordenadora de Pesquisa de Demanda
2008–2008	Agência Sidney Câmbio e Turismo (Curitiba).	Agente de Viagens
2008–2009	Grimpa Comércio de Alimentos (Curitiba).	Executiva de Vendas, Eventos e Marketing
2009–2009	Associação de Defesa do Meio Ambiente de Reimer (Curitiba).	Assistente Administrativa
2009–2010	Grimpa Comércio de Alimentos. (Curitiba)	Executiva de Vendas, Eventos e Marketing

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

PREMIAÇÕES

2006 **Prêmio “Sydnei Lima Santos”** por ter se destacado durante os quatros anos acadêmicos como melhor aluna do curso Turismo - Bacharelado

As presentes informações são a expressão da verdade, pelas quais assumo inteira responsabilidade.

Mais informações: CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9082141655023819>

Curitiba, 23 de março de 2010.

ANTONIO ROBERTO SARTOR
Especialista em Projetos de Infra-Estrutura
Profissional em Saneamento

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Antonio Roberto Sartor Idade: 60
Profissão: Engenheiro Químico, Engenheiro Civil
Instituição: PROENSI Projeto e Engenharia de Sistemas
Identidade (RG): 573.267 SSP PR CPF: 202.349.029-49
PIS/PASEP: 10274334930
Endereço residencial: Rua Padre Anchieta, 1007
CEP:80430-060 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular; (41)9191 0461 residencial: comercial: (41)3362 113
E-mail: sartor@proensi.com.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1974	Engenharia Química. Universidade Federal do Paraná.
1984	Engenharia Civil. Pontifícia Universidade Católica do Paraná.
1985	Disciplina de Portos e Hidrovias. Universidade Federal do Paraná.
2005	Auditoria Ambiental. PROENCO/Brasil, JPD Environmental Ltd / Environmental Auditors Registration Association – EARA.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1975	PROENSI Projeto e Engenharia de Sistemas	Sócio Gerente. Engenheiro Projetista: Projetos Básicos e executivos de Sistemas de Abastecimento de Água e de Esgotamento Sanitário de diversas cidades do Paraná.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
2007	Governo Federal/Ministério do Turismo	Análise de Planos Integrados de Resíduos Sólidos Urbanos no âmbito do PRODETUR.
2008 - atual	Governo Federal/ Ministério das Cidades	Análise de Projetos de Sistemas de Esgotos Sanitários no âmbito do PAC.

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções

Mais informações CV Lattes:

Curitiba, 03 de março de 2010.

MARIA LUIZA MARQUES DIAS
Especialista em Patrimônio Histórico

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Maria Luiza Marques Dias Idade: 58
Profissão: Arquiteta e Urbanista
Instituição: Universidade Federal do Paraná
Identidade (RG):778224-1 SSP PR CPF: 230.968.969-68
PIS/PASEP: 10099625307
Endereço residencial: Av. Sete de Setembro 5415 apto 901. Bairro Batel
CEP:80.240-000 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41) 9943 8838 residencial:(41)3779 8781 comercial: (41) 3360 5129
E-mail: maludias@ufpr.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1974	Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal do Paraná.
2005	Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas. Universidade de São Paulo.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
Atual	Universidade Federal do Paraná	Preside a Comissão do Plano Diretor da UFPR.
1995 - 02	Governo do Paraná/Secr. Estado da Cultura	Coordenadora do Patrimônio Cultural do Estado do Paraná.
1990 - 94	Universidade Federal do Paraná	Prefeita da Cidade Universitária.
1980 - atual	Universidade Federal do Paraná	Professora Adjunta e Coordenadora do Planejamento Institucional da Universidade Federal do Paraná.
1976 - 1987	Governo do Paraná/ Secr. Estado do Planejamento	Arquiteta e Urbanista

4 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
	Plano Diretor de Paranaguá. Universidade Federal do Paraná – FUNPAR. Prefeitura de Paranaguá.

5 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Publicações
2006	DIAS, M.L.M. O carro deve voltar à Rua XV? Revista do Comércio, Curitiba – PR, p.26 – 27,
2005	DIAS, M.L.M. Arquitetura cede espaço ao afeto. Jornal do Mercado, Curitiba, PR. p.4 – 4.
2004	DIAS, M.L.M. Se esta casa fosse minha. Jornal Gazeta do Povo, Curitiba – PR. P 6 - 6

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3495993664161611>

Curitiba, 03 de março de 2010.

CHRISTIAN LUIZ DA SILVA
Profissional em Economia

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Christian Luiz da Silva Idade:37
Profissão: Economista
Instituição:Universidade Tecnológica Federal do Paraná/UTFPR
Identidade (RG):7206810-6 SSP PR CPF: 838.989.219-72
PIS/PASEP: 12477692072
Endereço residencial: Rua Paulo Setúbal 2275 Sobrado 8 Bairro Boqueirão
CEP:81670-130 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41)8834 2351 residencial: comercial: (41) 3310 4611
E-mail: christiansilva@uol.com.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1994 - 98	Bacharel em Ciências Econômicas. Centro Universitário Franciscano do Paraná – UNIFAE
1999 - 00	Mestre em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.
2000 - 02	Doutor em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.
2004 - 05	Pós Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo – USP.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
2006 -atual	Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR	Professor do Curso de Doutorado em Tecnologia, do Departamento de Gestão e Economia; Líder do Grupo de Pesquisa em Gestão Pública e Desenvolvimento.
2006 - 07	Prefeitura de Curitiba Secretária Municipal de Educação.	Diretor de Planejamento de Informações. Integrou a equipe de revisão do Plano Diretor de Curitiba e de elaboração do Plano Setorial de Curitiba.
2003 - 04	Governo do Paraná/Secretaria de Planejamento	Gerente de Projetos. Integrou o grupo de avaliação do PRODETUR de Foz do Iguaçu.

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Desenvolve pesquisas relacionadas à política e gestão pública para o desenvolvimento sustentável, incorporando estudos sobre economia e política ambiental e tecnológica, sob a ótica neoinstitucionalista.

Período	Empresa/Instituição	Função
04 a 12 2008	Demandante: Associação Comercial de Toledo Executora: Unioeste – UTFPr	Avaliação econômica financeira da implantação do aeroporto da região de Cascavel.
04 a 06 2009	Demandante: ICVB Executora: Unioeste – UTFPr	Avaliação econômica financeira da ampliação do aeroporto de Foz do Iguaçu.
09 2009	Demandante: Secretaria Municipal de Saúde – Campo Magro	Elaboração de planejamento e orçamento público de municípios do Paraná.

Período	Empresa/Instituição	Função
	Executora: SODHEBRAS/UTFPr	

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2003-2004	Gerente de Projetos Secretaria Estadual de Planejamento do Paraná.
2006-2007	Diretor de Planejamento e Informações – Secretaria Municipal de Educação de Curitiba.
2006-atual	Professor adjunto da Universidade Tecnológica do Paraná – Departamento de Gestão e Economia e Programa de Pós-graduação em Tecnologia (Mestrado e Doutorado).

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções
2006 -atual	Pesquisador do CNPq e da Fundação Araucária
2005	Presidente do Conselho Regional de Economia – 6.ª. Região/ Paraná

Mais informações CV Lattes: [HTTP://lattes.cnpq.br/8046559694932152](http://lattes.cnpq.br/8046559694932152)

Curitiba, 03 de março de 2010.

LEONARDO DE OLIVEIRA LEITE
Profissional em Processamento de Dados

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Leonardo de Oliveira Leite Idade: 30 anos
Profissão: Analista de Sistemas
Instituição: Serviço Federal de Processamento de Dados – SERPRO.
Identidade (RG): 6.322.284-4 SSP/PR CPF: 025.180.559-08
PIS/PASEP: 025.180.559-08
Endereço residencial: Rua Dep. Joaquim José Pedrosa, 946, Ap. 504, BI 01
CEP: 80035-120 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41) 8801-4697 residencial: (41) 3311-1366 comercial: (41) 3593-8726
E-mail: leonardoleite1@gmail.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1997 - 03	Graduação em Engenheiro da Computação. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba.
2005 - 06	MBA em Sistemas da Informação. <i>Lato Sensu</i> . Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba
2006 - 07	Mestrado em Gestão Urbana. <i>Stricto Sensu</i> . Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba.
2009 -	Doutorado em Gestão Urbana. <i>Strictuo Sensu</i> . Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
2005 – atual	Serviço Federal de Processamento de Dados – SERPRO.	Líder de projetos de desenvolvimento de software.
2004 – 05	Instituto Curitiba de Informática – ICI.	Pesquisa e prospecção de novas tecnologias e suporte.
2001 – 04	Multidígitos Informática Ltda.	Sócio gerente
2000 – 03	Portinari Comércio Combustíveis Ltda.	Sócio gerente
1995 - 96	Companhia desenvolvimento agropecuário do Paraná – CODAPAR	de apoio técnico na área de informática

4 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções
2008	Certificação Project Management Profissional – PMP

Mais informações CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6881248081858595>

Curitiba, 03 de março de 2010.

AMAURI DOMAKOSKI
Especialista em Gestão Municipal

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Amauri Domakoski Idade: 40
Profissão: Bacharel em Contabilidade
Instituição: Prefeitura Municipal de Almirante Tamandaré, PR.
Identidade (RG): 4.930.484-6-SSP/PR CPF: 687.591.349-68
PIS/PASEP: 170.40788.47-9
Endereço residencial: Rod. Dos Minérios, km 18,5 – caixa postal 79
CEP: 80060-010 Cidade: Almirante Tamandaré - PR
Telefone: celular:(41)9219-6886 residencial:(41)3657-2334 comercial:(41)3657-2244-ramal 22
E-mail: a.domakoski@hotmail.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1986 - 89	Administração de Empresas. Escola Ambrósio Bine.
1990 - 95	Bacharel em Ciências Contábeis. Fundação de Estudos Sociais do Paraná – FESP.
2004 - 05	MBA Controladoria. Fundação de Estudos Sócios do Paraná – FESP.
2007 - 09	Mestrado em Gestão Urbana – PUC/PR.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
2005 - atual	Prefeitura Municipal de Almirante Tamandaré.	Diretor de Compras e Licitações.
2008 - atual	Nova Rifer Distribuidora de Auto Peças.	Contador
2002 – 05	Martini Meat do Brasil	Gerente Administrativo Financeiro
2000 – 03	Audiacto Auditores Independentes.	Sócio Proprietário
1993 – 03	Escritório de Contabilidade.	

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
---------	---------------------	--------

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função
2010 - atual	Professor Universitário no Curso de Ciências Contábeis da Universidade Positivo de Curitiba, na cadeira de Contabilidade II.
2009 - atual	Professor Universitário e Tutor nos Cursos de Pós Graduação em Finanças Públicas e Gestão de Finanças Públicas da Faculdade Internacional de Curitiba – FACINTER.
2009 – atual	Professor universitário no Curso de Ciências Contábeis da FAPAR E FAC na matéria de Contabilidade Intermediária.
2009	Professor universitário no Curso de Ciências Contábeis da FAPAR E FAC na matéria de Demonstrações Financeiras, Demonstrações Contábeis,
2008 - atual	Coordenador dos Cursos de Ciências Contábeis da FAPAR e FAC,

	Curitiba (Grupo Objetivo)
2008	Professor universitário no Curso de Ciências Contábeis da FAPAR E FAC na matéria de Contabilidade Intermediária.
2008	Professor universitário no Curso de Ciências Contábeis (convidado) na cadeira de Contabilidade I. Faculdades OPET.
1993 - 1997	Professor de ensino médio nas matérias de : matemática, administração de empresas, economia e contabilidade- - SEED/PR.

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Artigos Publicados em Anais
2008	Título: Relação entre os atores sociais realistas e construtivistas. Evento: V Seminário Nacional Dinâmico Territorial e Desenvolvimento Socioambiental. Universidade Católica de Salvador, BA.
2008	Título: Gestão de contratos administrativos e crescimento econômico. Um desafio ao gestor público. VI Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos. Aracaju, SE.
2008	DOMAKOSKI, A. REZENDE D. A. Pregão eletrônico como instrumento de gestão municipal: análise preliminar do estudo de caso na Pref. Munic. De Almirante Tamandaré, Paraná. In: X Mostra de Pesquisa PUC/PR 2008. Curitiba XVI Seminário de iniciação científica e X Mostra de Pesquisa da PUCPR. Curitiba. Editora Champagnat, 2008 (resumo). V1. P.190-190
2009	DOMAKOSKI, A. REZENDE D. A. Pregão eletrônico e tecnologia da informação: ferramenta indispensável em tempos modernos ao gestor público. V CONeGOV – Conferência Sul – Americana em Ciências e Tecnologia Aplicada ao Governo Eletrônico.

Mais informações CV Lattes:

Curitiba, 03 de março de 2010.

MARIA FERNANDA INCOTE MONTANHA TEIXEIRA
Especialista em Geoprocessamento

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Maria Fernanda Incote Montanha Teixeira Idade:26
Profissão:Arquiteta e Urbanista
Instituição: Profissional Autônoma
Identidade (RG): 6.274143-0 SSP PR CPF:035.941.019-75
PIS/PASEP: 128.19865.52-8
Endereço residencial: R. Nossa Senhora de Nazaré, 2401 apto 51 bl 1
CEP: 82.560-000 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41) 9966 3218 residencial: (41) 3203 3990 comercial: (41) 3029 2423
E-mail: mfernanda.arq@gmail.com

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
2006	Arquitetura e Urbanismo. Pontifícia Universidade Católica do Paraná
2008	Especialização em Planejamento de Ambientes Urbanos Sustentáveis. Universidade de Ferrara, Itália. Máster de secondo livello in Ambienti Urbani Sostenibili.
2010 - atual	Pós graduação em Gestão Técnica do Meio Urbano. Pontifícia Universidade Católica do Paraná

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
---------	---------------------	--------

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
2010 atual	- Jaime Lerner Arquitetos Associados	Integra a equipe de elaboração do Master Plan da Isla Amaitlán, Mazatlán, México.
2009	Ambiens Cooperativa	Integrou a equipe de elaboração de Planos de Regularização Fundiária para 11 Municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte, MG. (Baldim, Capim Branco, Esmeraldas, Florestal, Igarapé, Jaboticatubas, Juatuba, Mateus Leme, Matozinhos, São José da Lapa, São Joaquim de Bicas). Elaboração da cartografia, georeferenciamento e conteúdo.
2008	Jaime Lerner Arquitetos Associados Ltda.	Integrou a equipe de elaboração dos Projetos Estratégicos e de transporte para Brasília, DF, Rio de Janeiro, RJ e Recife, PE. Elaboração da cartografia.
2007 - 08	Ambiens Cooperativa	Integrou a equipe de elaboração dos Planos Diretores dos municípios de Cambará do Sul e São José dos Ausentes.Elaboração de conteúdo e cartografia.

Mais informações CV Lattes:

Curitiba, 03 de março de 2010.

ALDEMIR JUNGLOS
Estatístico

1 DADOS PESSOAIS

Nome: Aldemir Junglos Idade: 49
Profissão: Estatístico e Professor
Instituição: Universidade Federal do Paraná
Identidade (RG): 2.202.154 CPF: 393.024.409-82
PIS/PASEP: 107.435.160-84
Endereço residencial: Av. da República 4550
CEP: 80220-430 Cidade: Curitiba, PR
Telefone: celular: (41)9962 0614 residencial: (41) 3333 6540 comercial: (41) 3335 6206
E-mail: junglos@ufpr.br

2 FORMAÇÃO

Período	Titulação, Entidade
1983 - 1988	Bacharel em Estatística. Universidade Federal do Paraná
1991	Gestão Universitária – <i>Lato Sensu</i> – Universidade Federal do Paraná. Controle de Qualidade – <i>Lato Sensu</i> – Universidade Federal do Paraná. Gestão Estratégica Empresarial – MBA. Universidade Federal do Paraná. Mestrado em Métodos Numéricos em Engenharia – <i>Stricto Sensu</i> – Universidade Federal do Paraná.
2009	Doutorado em Estatística – <i>Stricto Sensu</i> . Universidade Federal do Paraná.

3 EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Período	Empresa/Instituição	Função
1981-1984	Balneário do farol	Tec. Contador
1987-1990	Col. Estadual do Pr	Prof. de Informática
1990-1992	FAE	Prof. de Estatística
1992-1994	UNICEMP	Prof. de Álgebra
1995-2003	Centro de Estudos Curitiba	Professor de Mat. financeira
2003-2006	Curso solução	Professor de Estatística
2004-2007	UFPR	Professor de BioEstatística
2007-2010	Curso Luiz Carlos	Professor de Raciocínio Lógico
2008-2010	Pós-graduação da UFPR	Prof. de Análise de Dados em Marketing
2008-2010	Pós-graduação da UFPR	Prof. de Metric Marketing
2008-2010	Pós-graduação da UFPR	Prof. de Business Marketing

4 FUNÇÕES DE CONSULTORIA E ASSESSORIA

Período	Empresa/Instituição	Função
1996-2010	UFPR	Estatístico
1991-2010	Consultoria Estatística	Consultor

5 QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

Período	Função

6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Período	Cargos/Funções
1997	Comissão de avaliação da Assistência do HC-UFPR.
1998	Coordenador da pesquisa do Perfil do servidor Público.
2000	Coordenador de Pesquisa de Avaliação dos Servidores- UFPR.
2002	Coordenador Técnico do modelo de Distribuição de vagas docentes.
2003	Coordenador Técnico do modelo de Distribuição de vagas de técnicos Administrativos.
2007	Coordenador Técnico do modelo de Distribuição de Recursos na UFPR.
2007	Coordenador Técnico do modelo de Distribuição de Equipamentos.
2008	Coordenador Técnico do modelo de Distribuição de Bolsas de Pós-graduação.
2003-2008	Coordenador Técnico e Estatístico do Programa de Avaliação.
2008-2010	CD – Coordenador Técnico e Estatístico do Programa Reuni – MEC e UFPR.

Mais informações CV Lattes:

Curitiba, 03 de março de 2010.

ANEXO 2 – PRODUTO 1 – PLANO DE TRABALHO

1 FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS DO PDITS CURITIBA, REGIÃO METROPOLITANA E CAMPOS GERAIS

A Área Turística será priorizada e contemplada com os recursos do PRODETUR a partir de estratégias e ações, determinando intervenções necessárias para que se alcancem os objetivos do turismo do Estado do Paraná e, principalmente, o objetivo geral do PDITS de Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais.

O objetivo do PDITS foi elaborado a partir de discussões realizadas entre a equipe técnica, gestores públicos e empresários, atendendo os anseios das comunidades impactadas. Como base bibliográfica foram analisados os documentos do planejamento estratégico para o turismo do Paraná, sobretudo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011, das duas regiões da Área Turística.

Dada a complexidade do planejamento do PDITS/CRMCG, o desenvolvimento deve contemplar uma visão estratégica de curto, médio e longo prazos.

No curto prazo, o desenvolvimento do polo recuperará os atrativos que apresentam algum grau de degradação do patrimônio, seja cultural ou natural, permitindo a inserção de um maior número de atrativos turísticos qualificados na oferta turística da Área Turística.

Após a qualificação dos atrativos turísticos espera-se que a médio prazo seja possível a consolidação de produtos turísticos competitivos, tornando a Área Turística melhor qualificada no mercado turístico nacional.

A longo prazo será possível posicionar e promover a Área Turística no mercado nacional e internacional de forma a ampliar sua competitividade internacional, agregando valor a seus produtos turísticos e facilitando sua operação no mercado turístico.

A seguir são apresentados os objetivos geral e específicos para o PDITS, considerando os princípios acima, assim como os aspectos temporais para sua devida consecução.

1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral é fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-metas principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos do PDITS foram formulados preliminarmente, e serão reformulados a partir do diagnóstico e das oficinas participativas. De forma geral, pode-se inferir como objetivos específicos:

- h) aumentar o tempo médio de permanência do turista no Polo Turístico, favorecendo maior circulação entre os atrativos turísticos existentes;
- i) ampliar o grau de satisfação do turista, possibilitando o atendimento às suas expectativas como turista-consumidor;
- j) consolidar e ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo;
- k) recuperar e proteger os recursos naturais e culturais utilizados pelo turismo, bem como sua gestão, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos;
- l) recuperar e valorizar o patrimônio cultural, mediante a estruturação e racionalização destes atrativos para o uso turístico;
- m) estruturar e adequar a acessibilidade do Polo Turístico, favorecendo e permitindo a distribuição do fluxo turístico, principalmente no modal rodoviário;
- n) desenvolver e fortalecer o setor público para a gestão da atividade turística, bem como das instâncias de governança.

1.3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

A elaboração do PDITS tem como fundamento o planejamento participativo. Serão envolvidos, no processo de elaboração, representantes do poder público e do setor privado que intervenham ou possam ser afetados pelo turismo, incluindo as organizações sociais. A elaboração do PDITS funda-se, também, no planejamento integrado, de modo a definir ações necessárias para melhorar a competitividade da área como destino turístico em um único plano, que seja integrado e com foco na sustentabilidade.

Os pressupostos teóricos que estão na base do Planejamento Estratégico-participativo surgem de uma abordagem cuja principal característica é a busca pela compreensão da realidade, modificando-a. Essa abordagem, baseada na concepção metodológica dialética, leva-nos a compreender a complexidade em que os acontecimentos estão situados e não admite leituras deterministas, embora considere que a estrutura da sociedade esteja demarcada por classes sociais diferentes e opostas.

Do ponto de vista filosófico, trata-se de uma compreensão que incorpora vários aspectos da realidade. Leva em conta o ser humano nas dimensões política, econômica, social, cultural e emocional.

Para essa concepção, a democracia dá-se em um processo permanente e nunca inteiramente acabado de construção da soberania popular. Em tal processo há a disputa sobre que modelo é mais adequado para o desenvolvimento dos direitos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Portanto, acredita-se que no processo de elaboração do PDITS a sociedade civil é parte integrante do processo. Tanto os partidos, os sindicatos, os movimentos sociais, bem como as organizações não-governamentais – ONG's estão na sociedade civil, exercendo papel para democratizá-lo. Desse modo, o fortalecimento da sociedade civil, a construção de espaços públicos e de um Estado permeável ao diálogo é central para a concretização de direitos e portanto, do êxito do PRODETUR no Paraná.

O sentido estratégico do planejamento supõe formulação de objetivos e superação de dificuldades que outros atores sociais apresentam. Assim, o cálculo estratégico supõe uma relação com o outro “e isto coloca problemas psicológicos, éticos e afetivos

numerosos e complexos” que dificilmente são tratados nos modelos matemáticos para abordar a estratégia (Matus, 1996, p. 36).

Não é possível prever comportamentos, mas apenas prever as relações interativas entre adversários e aliados a cada situação. Planejar é pactuar com um grupo de pessoas o que se pretende fazer. As forças sociais são o centro do plano. Como outros atores também planejam e opõem resistências a quem está planejando, é mais adequado falar em pode ser do que deve ser, em termos de futuro.

O PDITS será elaborado observando princípios do planejamento estratégico voltado ao mercado turístico e do desenvolvimento sustentável. Deve buscar a definição de produtos e mercados para a concentração de esforços, identificando-se os pontos fracos e fortes, as oportunidades e as ameaças, e analisando-se as medidas necessárias para a correção de rumo e a busca por maior competitividade; os investimentos devem buscar consolidar a posição da Área Turística prioritária no mercado turístico levando em conta a necessidade de diferenciação de destinos competidores.

O método empregado para a definição da Área Turística Prioritária é a hierarquização dos municípios de forma a permitir melhor compreensão dos níveis de desenvolvimento turístico dos municípios pertencentes a esta Área Turística. Para definição da metodologia, foram consideradas algumas metodologias e integradas suas variáveis de forma a permitir uma análise mais ampla e abrangente. Para esta análise foram utilizados como base da pesquisa alguns formulários, fichas utilizadas pela EMBRATUR e MTur no Programa de Inventariação Turística, a partir dos modelos da Organização dos Estados Americanos – OEA.

Por fim, foram adequados os formulários desenvolvidos pela empresa Consultur Assessoria em Projetos Ltda., para levantamentos de campo, que já foram aplicados na realização do PRODETUR Sul, para o Estado de Santa Catarina, em trabalhos realizados no PRODETUR II - Caminhos do Desenvolvimento, no nordeste brasileiro e no PROECOTUR na Amazônia Legal, tendo, portanto, uma avaliação de sua eficácia na captação de informações e a devida utilização nos diagnósticos das Áreas Turísticas prioritárias.

A partir dos levantamentos realizados, em base primária (in loco) e secundária (pesquisa bibliográfica), serão analisadas as potencialidades, definindo-se o grau de maturidade turística da Área Turística, levando-se em consideração a oferta e a demanda turística, a diversidade de atrativos e suas potencialidades, bem como a disponibilização de infraestrutura a médio e longo prazo.

Com o referendo dos envolvidos neste processo (poder público e representantes de classe), através das Oficinas de Trabalho que levarão em conta o processo participativo, com instrumentos da metodologia Zopp, Metaplan, Marco Lógico e Swot, os municípios da Área Turística serão distribuídos em quatro categorias:

- e) Polos Turísticos: aqueles que reconhecidamente já representam atratividade intrínseca, dispersando o fluxo de visitantes entre seus municípios vizinhos;
- f) Centros Turísticos: aqueles que, embora não apresentem grande atratividade turística, possui adequada estrutura para os visitantes, uma boa rede de comércio e serviços;
- g) Centros Distribuidores: aqueles que, embora não apresentem grande atratividade turística, possuem terminais de passageiros e portões de entrada para a Área Turística;

- h) Centros de Relevância: aqueles que não se enquadram nas categorias anteriores, mas apresentam atrativos turísticos ou oferta de equipamentos e serviços turísticos que servem como apoio ou são complementares entre si.

A partir da pontuação atingida pelos municípios com base nestas informações, é possível propor a hierarquização dos municípios da Área Turística.

Dessa forma, espera-se que seja possível identificar as necessidades de qualificação, estruturação e organização da Área Turística, definindo-se ações que irão contribuir para o atendimento dos objetivos propostos e, que por isso, serão referendados nas oficinas e na audiência pública.

Portanto, o PDITS deve buscar o atendimento aos turistas e benefícios aos residentes, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, mediante a geração de emprego e renda e a proteção dos recursos naturais e culturais; provisão de infra-estrutura e melhoria dos espaços urbanos disponíveis e utilizáveis; proteção e controle dos impactos estratégicos (oportunidades e riscos ambientais) decorrentes do desenvolvimento turístico.

O planejamento participativo permeará todas as etapas de elaboração do plano, e será efetivado através de três oficinas e uma audiência pública. Além das oficinas e da audiência pública, os produtos elaborados serão submetidos à análise e consideração pela equipe técnica da Secretaria de Estado do Turismo, demais órgãos governamentais envolvidos, trade turístico, conselhos ou órgãos vinculados ao turismo de cada município, outros setores econômicos interessados, associações civis e comunidades da Área Turística Prioritária.

1.4 DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ÁREA E DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

O conhecimento da realidade da Área Turística será realizado por meio de pesquisa, entrevistas, questionários, mapeamentos, oficinas com os atores envolvidos (poder público das três esferas e representantes do setor), levantamento histórico e iconográfico, de tal modo a obter, entre outros aspectos:

- a) a avaliação da situação estrutural da atividade turística na área;
- b) posição competitiva relativa da área no mercado turístico frente a consumidores e competidores.

A coleta e análise das informações abrangerão desde a oferta e a demanda turística da Área Turística Prioritária, levando em consideração a capacidade da infraestrutura e dos serviços básicos, o quadro institucional e os aspectos socioambientais relacionados com as atividades turísticas.

Também serão atualizadas as informações do inventário turístico dos municípios, pertinentes a este Plano de Trabalho, com uma avaliação quantitativa e qualitativa da oferta turística.

Na elaboração do diagnóstico, haverá a identificação dos segmentos turísticos prioritários e potenciais da Área Turística Prioritária, além da pesquisa e avaliação da inserção dos produtos e roteiros no mercado turístico local, regional, nacional e internacional.

Em seguida, será elaborada a matriz-resumo com as informações referentes a cada localidade da Área Turística Prioritária, para visualização do panorama geral e atual do turismo.

Ao final, será aplicada a matriz para hierarquização turística dos municípios da Área Turística Prioritária, permitindo uma comparação dos níveis de desenvolvimento turístico de cada município frente aos desafios atuais de competitividade turística, oportunizando uma melhor visão sobre as necessidades de intervenção por meio das ações do PRODETUR.

1.5 VALIDAÇÃO DA SELEÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA

A validação da seleção da Área Turística Prioritária dar-se-á a partir da primeira oficina com os envolvidos, onde serão apresentados os principais resultados do Diagnóstico Turístico e os critérios que levaram a priorização das localidades, destacando: a importância dos atrativos ou recursos turísticos; a acessibilidade e a conectividade com o mercado turístico; nível de uso atual ou potencial; condições físicas e serviços básicos; e quadro institucional e aspectos legais.

1.6 FORMULAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Esta etapa determinará as grandes linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos durante o período de vigência do PDITS. A partir do diagnóstico e das áreas críticas de intervenção identificadas, as estratégias determinarão as prioridades de desenvolvimento da atividade turística na área considerando:

- h) o posicionamento turístico desejável para a área e as estratégias de comercialização necessárias para sua consolidação;
- i) os produtos e os tipos/segmentos turísticos nos quais é necessário concentrar esforços e a seleção do portfólio estratégico de produtos turísticos;
- j) a forma de valorização e de exploração dos atrativos turísticos da Área Turística Prioritária;
- k) a geração de mecanismos de apoio para que os investimentos do setor privado possam se alinhar com os investimentos públicos;
- l) as infraestruturas e os serviços básicos requeridos;
- m) o quadro institucional requerido, com especial ênfase no apoio ao investimento turístico e ao fortalecimento da gestão pública de turismo e meio ambiente local; e
- n) as diretrizes socioambientais requeridas para preservar os ativos naturais e patrimoniais da Área Turística Prioritária, durante o desenvolvimento da atividade turística.

1.7 ELABORAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO

O Plano de Ação apresentará uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimentos a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável; o dimensionamento do investimento total; a seleção e a priorização

das ações; a descrição das ações a serem realizadas durante os 18 primeiros meses de financiamento do PRODETUR Nacional e a avaliação dos impactos socioambientais.

1.8 DEFINIÇÃO DE MECANISMOS DE FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO DO PDITS

O procedimento que consiste no provimento de informação para a gestão do turismo na Área Turística Prioritária e, portanto, sobre o desempenho da atividade turística e os efeitos das ações executadas pelo PRODETUR Nacional objetiva reprimir, reorientar e/ou estimular uma ou mais ações determinadas, executadas anteriormente no sentido de garantir a sustentabilidade do turismo.

Nesse processo de desenvolvimento do PRODETUR Nacional no Paraná, o feedback é um importante recurso porque permite, além da adequada gestão pública do setor, o controle social do turismo na Área Turística Prioritária. É ainda, uma atividade executada com a finalidade de maximizar o desempenho do PRODETUR Nacional. Processualmente, é oriundo de uma avaliação de monitoria que se pretende implementar.

Nessa etapa serão indicados os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do turismo na área, a avaliação dos resultados, bem como da revisão do plano.

1.9 ETAPAS DA ELABORAÇÃO DO PDITS

Elaboração do Plano de Trabalho / Formulação dos objetivos do PDITS		PRODUTO 1
Elaboração do Plano de Trabalho		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar e detalhar as etapas de elaboração do PDITS; • definir o cronograma de atividades a serem desenvolvidas. 	
Produto final:	documento contendo detalhamento da metodologia utilizada para desenvolver as etapas do PDITS, cronograma físico-financeiro e a identificação dos integrantes da Equipe Técnica de elaboração do PDITS.	

Elaboração do Plano de Trabalho / Formulação dos objetivos do PDITS		PRODUTO 1
Formulação dos objetivos do PDITS		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • definir objetivos gerais e específicos do PDITS e sua relação com as políticas de desenvolvimento turístico do País e do Estado. 	
Produto final:	relatório e material cartográfico contendo os objetivos gerais e específicos do PDITS.	

Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		PRODUTO 2
Diagnóstico estratégico		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • coletar as informações que permitam obter a avaliação da situação estrutural da atividade turística na área turística e a posição competitiva relativa da área no mercado turístico frente a consumidores e competidores. 	
Coleta de dados referentes a:	<ul style="list-style-type: none"> • análise do mercado turístico (demanda e oferta) da área turística (pesquisa para a análise da demanda turística atual; análise da demanda turística potencial da área; pesquisa para a análise da oferta turística da área turística) • análise da infraestrutura básica e dos serviços gerais encontrados na área turística (rede viária de acesso à área; sistema de abastecimento de água; 	

	<p>sistema de esgotamento sanitário; limpeza urbana; rede de drenagem pluvial; transporte urbano; sistemas de comunicação; iluminação pública; serviços de saúde; segurança).</p> <ul style="list-style-type: none"> • análise do quadro institucional da área turística (órgãos e instituições; impactos e limitações das políticas públicas; organização e coordenação do processo de planejamento turístico; legislação urbanística, ambiental e turística; quadro dos incentivos para o investimento turístico) • análise dos aspectos socioambientais na área turística (identificação e avaliação dos impactos no meio ambiente que já tenham sido causados por atividades turísticas; gestão ambiental pública; gestão ambiental nas empresas privadas; instrumentos de planejamento e controle territorial; grau de participação e inclusão dos diferentes grupos de interesse no desenvolvimento turístico da área; entre outros).
Produto final:	documento contendo a consolidação do diagnóstico estratégico (valoração ponderada dos produtos ou tipos/segmentos turísticos atuais e potenciais em relação aos mercados-meta; identificação das áreas críticas de intervenção, em cada linha de produto, e dos atores locais que são necessários mobilizar; posição atual da área no mercado turístico <i>versus</i> seu posicionamento potencial; estruturação da matriz SWOT; entre outros).

Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		PRODUTO 2
1.ª Oficina participativa		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar e discutir o resultado dos trabalhos realizados, além dos critérios para a definição da Área Turística Prioritária e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da Área Turística. 	

Validação da área turística / Formulação de estratégias		PRODUTO 3
Validação da área turística / 2.ª Oficina participativa		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • justificar a seleção da área no contexto da estratégia de desenvolvimento turístico estadual; • situar geograficamente a área selecionada em relação ao estado e à região; • mapear a área selecionada; • analisar os fatores que possuem influência crítica sobre a localização da atividade turística (importância dos atrativos ou recursos turísticos; acessibilidade e conectividade; nível de uso atual ou potencial; condições físicas e serviços básicos; quadro institucional e aspectos legais; validação da seleção da área turística). 	
Produto final:	documento contendo a análise geral da área turística selecionada, visando a validação da mesma como uma área turística prioritária e refletindo as vantagens do ponto de vista do visitante e dos gestores públicos e privados do turismo.	

Validação da área turística / Formulação de estratégias		PRODUTO 3
Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico/2.ª Oficina participativa		AÇÃO 2
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • determinar as linhas de ação necessárias para a consecução dos objetivos propostos durante o período de vigência do PDITS, de forma participativa. 	
Produto final:	documento contendo as estratégias de desenvolvimento turístico.	

Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação		PRODUTO 4
Plano de Ação: Seleção de procedimentos, ações e projetos		AÇÃO 1
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a 	

	<p>serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável;</p> <ul style="list-style-type: none"> • dimensionar o investimento total; • selecionar e priorizar ações; • descrever as ações a serem realizadas durante os dezoito primeiros meses de financiamento do PRODETUR Nacional; • avaliar os impactos socioambientais.
Produto final:	documento contendo o Plano de Ação.
Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação PRODUTO 4	
Definição de mecanismos de acompanhamento e avaliação do PDITS AÇÃO 2	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • indicar os atores e os mecanismos propostos necessários para promover o monitoramento da evolução da situação do turismo na área; a avaliação dos resultados e a revisão do plano.
Produto final:	documento contendo os mecanismos de acompanhamento e avaliação do PDITS.
Plano de Ação / Feedback: Acompanhamento e Avaliação PRODUTO 4	
Plano de Ação: 3.ª Oficina participativa AÇÃO 3	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar o resultado dos trabalhos realizados e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da área turística.

Versão preliminar do PDITS PRODUTO 5	
Elaboração de documento consolidado das etapas anteriores AÇÃO 1	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar a versão preliminar do PDITS para revisão.
Produto final:	documento contendo a consolidação dos relatórios e materiais anteriores.

Versão final do PDITS PRODUTO 6	
Realização de Audiência Pública AÇÃO 1	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar o resultado dos trabalhos realizados e abrir espaço para sugestões por parte dos órgãos governamentais envolvidos, do <i>trade</i> turístico, do Conselho de Turismo, de outros setores econômicos interessados, das associações civis e das comunidades da área turística, de forma a garantir o controle social.
Produto final:	Validar o PDITS perante a comunidade.

Versão final do PDITS PRODUTO 6	
Elaboração do documento final do PDITS AÇÃO 2	
Objetivos:	<ul style="list-style-type: none"> • apresentar a versão final do PDITS.
Produto final:	documento final do PDITS, contendo o resumo executivo e o registro dos processos de participação pública e validação do PDITS.

1.10 PREVISÃO DE DATAS

Quadro 1 - Previsão das datas das ações do PDITS

Produto	Ação	Descrição	Previsão
			Data
1	1	Plano de Trabalho: planejamento e cronograma dos trabalhos	02/03/2010
	2	Formulação dos objetivos do PDITS	02/03/2010
2	1	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas	30/04/2010
	2	1. ^a Oficina participativa	1. ^a quinzena de maio
3	1	Validação da seleção da área turística	2. ^a quinzena de maio
	2	Estratégias de desenvolvimento turístico	31/05/2010
	3	2. ^a Oficina participativa	Final de Junho
4	1	Plano de ação	30/06/2010
	2	<i>Feedback</i> : acompanhamento e avaliação	30/06/2010
	3	3. ^a Oficina participativa	1. ^a quinzena de julho
5	1	Versão preliminar do PDITS	30/07/2010
6	1	Audiência pública	2. ^a quinzena de agosto
	2	Versão final do PDITS	31/08/2010

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.11 SÍNTESE DAS ATIVIDADES DO PDITS

Quadro 2 - Síntese das atividades do PDITS

Produto	Descrição	Atividades	Métodos e técnicas	Produto
1	PLANO DE TRABALHO / FORMULAÇÃO DOS OBJETIVOS DO PDITS	Elaboração do Plano de Trabalho	Conciliação e organização das atividades previstas no tempo disponível para realização do PDITS	Documento – Plano de Trabalho
		Formulação dos objetivos do PDITS	Definição de objetivos gerais e específicos	Documento – Objetivos do PDITS
2	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas	Pesquisa bibliográfica e de campo; análises temáticas	Documento – Diagnóstico estratégico
		1. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	1. ^a Oficina participativa realizada
3	VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA / ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	Validação da Área Turística	Análise dos fatores relevantes	Documento – Validação da Área Turística
		Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico	Definição das estratégias	Documento – Estratégias de desenvolvimento turístico
		2. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	2. ^a Oficina participativa realizada
4	PLANO DE AÇÃO / FEEDBACK: ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	Elaboração do Plano de Ação	Seleção de procedimentos, ações e projetos	Documento – Plano de Ação
		Mecanismos de acompanhamento e controle	Elaboração dos mecanismos de feedback	Documento – Mecanismos de acompanhamento e avaliação
		3. ^a Oficina participativa	Apresentação e debate com os atores envolvidos	3. ^a Oficina participativa realizada
5	VERSÃO PRELIMINAR DO PDITS	Consolidação dos documentos anteriores	Consolidação dos documentos / alterações e correções sugeridas nas oficinas participativas	Documento – Versão preliminar do PDITS
6	VERSÃO FINAL DO PDITS	Audiência pública	Apresentação aos atores envolvidos para validação do PDITS	Versão final do PDITS validada
		Elaboração do produto final	Consolidação do PDITS	Documento – Versão final do PDITS

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.12 CRONOGRAMA DE TRABALHO

Quadro 3 - Cronograma das atividades do PDITS

Produto	Descrição	Atividades	Meses						
			fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago
1	PLANO DE TRABALHO / OBJETIVOS DO PDITS	Elaboração do Plano de Trabalho	■						
		Formulação dos objetivos do PDITS	■						
2	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	Diagnóstico estratégico da área e das atividades turísticas		■	■				
		1.ª Oficina participativa				■			
3	VALIDAÇÃO DA ÁREA TURÍSTICA / ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	Validação da Área Turística				■			
		Formulação das estratégias de desenvolvimento turístico				■			
		2.ª Oficina participativa				■			
4	PLANO DE AÇÃO / MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	Elaboração do Plano de Ação					■		
		Mecanismos de acompanhamento e controle					■		
		3.ª Oficina participativa					■		
5	VERSÃO PRELIMINAR DO PDITS	Consolidação dos documentos anteriores						■	
6	VERSÃO FINAL DO PDITS	Audiência pública / Elaboração do produto final							■

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.13 ORÇAMENTO ESTIMADO

Quadro 4 - Orçamento estimado do PDITS

Item	Especificação/discriminação	Unidade	Quantidade	Valor unitário	Valor total
A	EQUIPE TÉCNICA				
A1	PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR				
1.1	Supervisor geral	h/t	148	55,00	8.140,00
1.2	Coordenador da equipe	h/t	740	50,00	37.000,00
1.3	Especialista em urbanismo	h/t	180	50,00	9.000,00
1.4	Especialista em gestão ambiental	h/t	300	50,00	15.000,00
1.5	Especialista em turismo I	h/t	215	50,00	10.750,00
1.6	Especialista em turismo II	h/t	215	50,00	10.750,00
1.7	Especialista em turismo III	h/t	50	50,00	2.500,00
1.8	Especialista em projetos de infra-estrutura	h/t	150	30,00	4.500,00
1.9	Especialista em patrimônio histórico	h/t	150	40,00	6.000,00
1.10	Especialista em saneamento	h/t	150	30,00	4.500,00
1.11	Profissional em economia	h/t	200	30,00	6.000,00
1.12	Profissional em processamento de dados	h/t	200	30,00	6.000,00
1.13	Especialista em gestão pública I	h/t	40	30,00	1.200,00
1.13	Especialista em gestão pública II	h/t	160	30,00	4.800,00
1.14	Especialista em geoprocessamento	h/t	200	30,00	6.000,00
1.15	Profissional em estatística	h/t	100	30,00	3.000,00
	Subtotal				135.140,00
	Encargos sociais: INSS - 20%	contribuição	20%		27.028,00
	Subtotal (A1)				162.168,00
A2	PESSOAL AUXILIAR				
2.1	Auxiliar administrativo	mês	6	720,00	4.320,00
2.2	Encargos sociais e trabalhistas (65,17%)	encargos	65,17%		2.815,34
2.3	Desenhista/cadista	h/t	120	20,00	2.400,00
2.4	Revisor	h/t	80	35,00	2.800,00
2.5	Digitador	laudas	1.000	3,00	3.000,00
	INSS (20%)				1.640,00
	Subtotal (A2)				16.975,34
	TOTAL A				179.143,34
B	OUTRAS DESPESAS				
1.1	Hospedagem (diária completa)	diária	75	120,00	9.000,00
1.2	Refeições	unidade	400	18,00	7.200,00
1.3	Locação de veículo	diária	160	85,00	13.600,00
1.4	Combustível	litros	4200	2,56	10.752,00
1.5	Passagem aérea	uma	4	461,00	1.844,00
1.6	Passagem rodoviária	unidade	80	50,00	4.000,00
1.7	Transporte urbano: táxi	unidade	160	20,00	3.200,00
1.8	Serviços gráficos	unidade	1	5.200,00	5.200,00
1.9	Reprodução de material audiovisual	unidade	1	3.000,00	3.000,00
1.10	Locação equipam. digitais e audiovisuais	diária	6	120,00	720,00
1.11	Locação de equipamentos de informática	diária	120	40,00	4.800,00
1.12	Aluguel de sala	mês	6	1.000,00	6.000,00
1.13	Aluguel de auditórios, salas de convenção	diária	4	1.500,00	6.000,00
1.14	Palestrantes e debatedores eventos	participação	2	1.250,00	2.500,00
1.15	Material de expediente	unidade	1	6.000,00	6.000,00
1.16	Outras despesas de custeio				6.649,73
	TOTAL B				90.465,73
	TOTAL A+B				269.609,07
C	Remuneração Fundação (% subtotal A, B)	%	10%		26.960,91
	TOTAL GERAL (A+B+C)				296.569,98

Fonte: FAUEPG, 2010.

1.14 IDENTIFICAÇÃO DOS INTEGRANTES DA EQUIPE TÉCNICA

Quadro 5 - Identificação dos integrantes da equipe técnica

Nome	Formação 3.º grau	Responsabilidade pelos serviços
Milton Xavier Brollo	Ciências Econômicas	Supervisor geral do projeto
Clóvis Ultramari	Arquitetura e Urbanismo	Coordenador do projeto
Fábio Duarte	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em urbanismo
Rafaela Zatti Libardi	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em urbanismo
Marcio Bittencourt	Ciências Biológicas	Especialista em gestão ambiental
Eduardo Zardo	Turismo	Especialista em turismo
Lívia Kohiyama	Turismo	Especialista em turismo
Lucinei Gumy	Turismo	Especialista em turismo
Antonio Roberto Sartor	Engenharia Civil	Especialista em infraestrutura
Maria Luiza Marques Dias	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em patrimônio histórico
Antonio Roberto Sartor	Engenharia Civil	Especialista em saneamento
Christian Luiz da Silva	Ciências Econômicas	Economista
Leonardo Leite	Analista de Sistemas	Processamento de dados
Amauri Domakoski	Ciências Contábeis	Especialista em gestão pública
Clóvis Ultramari	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em gestão pública
Maria Fernanda Incote	Arquitetura e Urbanismo	Especialista em geoprocessamento
Aldemir Junglos	Estatístico	Especialista em estatística

Fonte: FAUEPG, 2010.

No Anexo 1 estão os currículos dos integrantes da equipe técnica (ANEXO 1).

ANEXO 3 – RESUMO EXECUTIVO

O presente documento do PDITS/CRMCG fundamenta-se no Termo de Referência²⁵, do PRODETUR Nacional, criado pelo Governo Federal no âmbito do Ministério do Turismo – MTur em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID.

A região inicialmente analisada é composta por 47 municípios, dos quais 25 foram selecionados para participar desta primeira fase do PRODETUR Nacional. São eles: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais, Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi.

No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo do Estado do Paraná, esses municípios pertencem a duas regiões turísticas: Rotas do Pinhão (formada pela Região Metropolitana de Curitiba) e Região dos Campos Gerais do Paraná (formada pelos municípios dos chamados Campos Gerais paranaense).

A realidade e propostas apresentadas neste documento é contextualizada de forma dual, meio a aspectos bastante positivos, mas também negativos e que podem reduzir os ganhos até então obtidos. Primeiramente, a realidade observada, pois, é a de uma dinâmica econômica e também turística com crescente dinamicidade revelada pela ocorrência de iniciativas privadas e governamentais isoladas de desenvolvimento, exemplos de avanços concretos na institucionalização das representações de classe, melhorias nas estruturas de governo locais e estaduais voltadas para o turismo, e incremento da renda da população, o que tem permitido a inclusão de classes até então marginalizadas de qualquer serviço turístico.

Essa mesma realidade ostensivamente positiva e observada em níveis diversos de sucesso segundo os diferentes municípios estudados, convive com uma outra, já há muito conhecida, negativa e preocupante. Tal contexto negativo, confirmado pelo diagnóstico apresentado a seguir neste documento, revela uma baixa integração dos produtos turísticos ofertados, uma reduzida relação cooperativa entre as duas regiões turísticas estudadas, uma pressão de uso muitas vezes superior à capacidade de suporte dos recursos naturais e uma expansão da ocupação urbana para sobre recursos de relevância e fragilidade paisagísticas, dentre outros.

Nesse mesmo contexto dual, observa-se também, esperadamente, um ativo potencial bastante significativo. A situação econômica favorável, em uns municípios mais que em outros, tem gerado um contexto de ação pragmática, com resultados, mas que deve ser submetido a diretrizes regionais e estaduais capazes não apenas de ordenar intervenções mas também de otimizar esforços. É neste contexto de oportunidade, mas também de compromisso, que se entende o presente programa de desenvolvimento turístico. As representações de classe com envolvimento na atividade turística, hoje mais organizadas que no passado recente, são também potenciais que podem ser utilizados para a devida apropriação de um momento singular como o observado.

²⁵ Governo do Estado Paraná, Secretaria de Estado do Turismo - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Paraná - PRODETUR Nacional/PR. Termo de Referência - *Elaboração dos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - PDITS de Curitiba, da Região Metropolitana e dos Campos Gerais. Curitiba, 2008.*

O resultado analítico e propositivo que aqui se apresenta inicia com a elaboração de um Plano de Trabalho, ou seja, o Produto 1 da série de seis que aqui se apresentam sintetizados e em versão final. Tal Plano definiu os objetivos gerais e específicos do PDTIS/CRMCG e sua relação com as políticas de desenvolvimento turístico do País e do Estado do Paraná. Esses objetivos, vale lembrar, estão adequados a uma realidade que já se conhecia em nível preliminar e também ao perfil de um programa de fomento com iniciativa governamental como o PRODETUR em questão. Isso significa que os objetivos resultam de uma visão pragmática; sujeita a uma realidade conhecida e também dos limites dos recursos que se tem para transformar positivamente essa mesma realidade.

Assim, definiu-se como objetivo geral deste PDITS: fortalecer o destino, mediante a integração dos municípios do Polo Turístico, consolidando os segmentos-metas principais, com o incremento de sua competitividade dentro do cenário turístico existente.

A esse objetivo principal, somam-se objetivos específicos.

- a) aumentar o tempo médio de permanência do turista no Polo Turístico, favorecendo maior circulação entre os atrativos turísticos existentes;
- b) ampliar o grau de satisfação do turista, mediante o reconhecimento do seu perfil sociodemográfico e padrões de consumo, possibilitando o atendimento as suas expectativas como turista-consumidor;
- c) consolidar e ampliar a qualidade dos serviços e produtos turísticos possibilitando o desenvolvimento sustentável competitivo;
- d) recuperar e proteger os recursos naturais e culturais utilizados pelo turismo, bem como sua gestão, facilitando e promovendo o uso sustentável destes atrativos;
- e) recuperar e valorizar o patrimônio cultural, mediante a estruturação e racionalização destes atrativos para o uso turístico;
- f) estruturar e adequar a acessibilidade do Polo Turístico, favorecendo e permitindo a distribuição do fluxo turístico, principalmente no modal rodoviário;
- g) desenvolver e fortalecer o poder público para a gestão da atividade turística, bem como das instâncias de governança regional.

A segunda etapa para finalmente se chegar ao presente documento é a elaboração do Diagnóstico Estratégico para o PDITS/CRMCG, consubstanciado no Produto 2. Esse diagnóstico teve como fundamento o planejamento integrado, abrangendo visões diferenciadas para que se pudesse fazer uma leitura da Área Turística de forma abrangente. Tais visões dizem respeito sobretudo àquelas advindas: a) do trabalho da equipe técnica contratada para elaboração do PDITS (de caráter multidisciplinar, experiente em projetos similares e capaz de contextualizar a área objeto de trabalho com outras já vivenciadas); b) do corpo funcional, técnico e administrativo da Secretaria de Estado do Turismo (garantindo o perfil desejado para este programa de desenvolvimento turístico, os necessários serviços de secretaria oficial para as atividades necessárias, a aproximação com outras instituições de governo e o incentivo à participação das entidades de classe atuantes na área do turismo); e c) de organizações não-governamentais diversas (o que garantiu o necessário caráter participativo do programa). A conciliação e otimização desses recursos humanos e institucionais diversos se deram por meio de reuniões técnicas, oficinas, audiência pública e revisões e atualizações de documentos apresentados).

Com os estudos e análises realizados, o diagnóstico realizado aponta para a configuração de uma Área Turística com vocação turística, destacando-se os segmentos, em ordem de potencialidade, turismo de negócios e eventos, turismo cultural e ecoturismo, sendo que cada um desses segmentos diversifica-se em nichos de mercado específicos.

Em relação aos entraves que impedem a consolidação da Área Turística como um destino de forte notoriedade, corroborado pelos estudos da Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná, esse mesmo diagnóstico considera aqueles vinculados à gestão e ao *marketing* para os produtos turísticos, tanto pelo poder público, quanto pela iniciativa privada. Outro entrave para a construção de uma verdadeira Área Turística é o fato de Curitiba apresentar-se com aproximadamente 80% do mercado turístico regional, tanto quando se analisa a oferta turística, como quando se analisa as receitas geradas com a atividade turística. Essa desproporcionalidade incorre em problemas estruturais no conjunto da oferta da Área Turística. Por último, esse diagnóstico revela um outro problema preocupante que é o da baixa estruturação dos atrativos turísticos, sobretudo o das Unidades de Conservação que, por estarem isoladas das cidades, contam com maiores dificuldades para sua operacionalização turística.

Com base nesse Diagnóstico foi realizada uma análise denominada hierarquização dos municípios e que representa o cenário atual da área trabalhada. Com a análise dos resultados fica clara a possibilidade de se agrupar os municípios em três grupos distintos: a) os indutores do turismo na região como Curitiba e Ponta Grossa; b) os que conseguem se beneficiar dos fluxos turísticos regionais, atraindo parte dos turistas para seus atrativos e usufruírem de sua atividade turística como um todo tais como São José dos Pinhais, Castro, Tibagi, Lapa e Quatro Barras; e c) os que são importantes na complementação da oferta turística regional tais como Campo Largo, Telêmaco Borba, Pinhais, Araucária, Piraí do Sul e Carambeí. Os demais municípios analisados pertencem a um grupo que ainda não atingiu o nível ideal de aproveitamento, de modo que os turistas já presentes na área turística não reconheçam a notoriedade dos seus atrativos.

Esse agrupamento de municípios resulta de uma pontuação obtida a partir de extenso diagnóstico que os insere em uma escala, possibilitando uma consequente Validação da Seleção da Área Turística (confirmada em oficina com participação de diversos agentes atuantes no turismo regional). Esses municípios que formaram o Polo Turístico tiveram pontuação superior a média (68,2) da matriz de hierarquização, permanecendo a partir desta delimitação, os treze municípios para a definição da matriz de investimentos do PRODETUR.

A justificativa da eleição desses municípios é dada pela relevância e destaque de sua diversidade e qualidade da atratividade turística de forma complementar à capital, que por sua posição política e econômica é o principal destino indutor do Estado. Além disso, as duas regiões turísticas complementam-se, dado o movimento pendular do fluxo de pessoas entre eles.

A eleição desses municípios justifica-se também por uma análise de territorialidade, uma vez que tanto os deslocamentos Norte-Sul quanto os deslocamentos Leste-Oeste, no Paraná, são realizados através da Área Turística, confirmando sua importância para a dinâmica do turismo no estado. Isso se deve ao fato de os principais corredores rodoviários para acesso ao litoral (BR 277 e Estrada da Graciosa) a partir de Curitiba cortarem a Área Turística. Do mesmo modo, a rodovia BR 277, no sentido Foz do Iguaçu (principal destino turístico do Estado) e as rodovias BR 376 (Norte) e PR 151 (Norte Pioneiro) também percorrem grandes porções da Área Turística selecionada.

As análises realizadas a partir do levantamento de informações permitiram uma melhor compreensão da Área Turística, dando subsídios imprescindíveis para a hierarquização dos municípios e as decisões sobre a priorização das ações. Adicionalmente às análises técnicas, com pesquisa primária e secundária setoriais, sua elaboração é subsidiada por debates relacionados ao tema, uma base bibliográfica diversificada, o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional 2008-2011 das duas regiões turísticas contidas no

Polo Turístico, Matriz Swot elaborada pela equipe técnica, contribuições dos municípios participantes das Oficinas de Validação e reuniões específicas.

O diagnóstico estratégico foi a ferramenta utilizada para a formulação das estratégias e as ações do PRODETUR para o Polo Turístico. Tais estratégias foram submetidas para avaliação e validação por meio do Produto 3 e constituem parte relevante do processo de planejamento. Quanto às decisões de investimento, foram consideradas estratégias de longo prazo na cadeia produtiva do turismo, dentro dos objetivos propostos no PDITS/CRMCG dos cinco componentes do PRODETUR. Para cada um desses componentes foram elaboradas as seguintes estratégias específicas.

Componente 1: Estratégia de Produto Turístico: ampliar a oferta turística do Polo Turístico, com a formatação de novos produtos e integração entre os atrativos existentes, bem como a excelência na qualidade dos serviços e equipamentos turísticos, valorizando as características culturais e ambientais.

Componente 2: Estratégia de Comercialização: fortalecer e estruturar a imagem e identidade do Polo Turístico, por meio do reconhecimento de seu posicionamento no mercado e definição das estratégias de promoção e comercialização mais eficazes.

Componente 3: Fortalecimento Institucional: fortalecer e qualificar as instâncias de governança regionais – Associação dos Municípios dos Campos Gerais – AMCG, Fórum Metropolitano de Turismo – FMT, além das instâncias administrativas municipais e empresas relacionadas com o setor do turismo, de forma a garantir o êxito das políticas de turismo em âmbito nacional, estadual e regional, e o desenvolvimento socioeconômico baseado nos princípios da sustentabilidade

Componente 4: Infraestrutura e Serviços Básicos: qualificar a infraestrutura geral do Polo Turístico, de forma a melhorar os serviços básicos, em especial a acessibilidade turística (aérea e rodoviária) ampliando a oferta de serviços aos visitantes e turistas.

Componente 5: Gestão Ambiental: implementar e monitorar medidas de proteção ambiental, promovendo a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais existentes, além da implementação de Programas de Uso Público das Unidades de Conservação, contemplados nos Planos de Manejo, de forma a transformá-las em produtos turísticos sustentáveis.

Após a definição dessas estratégias, foi elaborado o Plano de Ação, formatado no denominado Produto 4. Esse Plano estrutura-se segundo os cinco componentes mencionados e já apresenta valores de investimentos gerais, a seguir descritos.

Componente 1: 18 ações que contemplam a melhoria dos atrativos destacados, com vistas a potencializar o uso turístico e a formatação de novos produtos. Os valores propostos nesse componente são de R\$ 19.291.000,00.

Componente 2: cinco ações que contemplam a melhoria de tecnologias e estratégias de comercialização dos atrativos destacados, sobretudo preparando o Polo Turístico para o aproveitamento do fluxo de turistas da capital. Os valores propostos nesse componente são de R\$ 1.350.000,00.

Componente 3: duas ações que contemplam a melhoria da gestão pública de turismo, seja pelos municípios ou pelas instâncias de Governanças, gestão e estruturação dos órgãos de turismo. Os valores propostos nesse componente são de R\$ 2.438.000,00.

Componente 4: seis ações que contemplam a melhoria da infraestrutura geral do Polo, principalmente nos principais gargalos de acesso, ou seja, acesso aéreo e nas rodovias. Os valores propostos nesse componente são de R\$ 21.568.886,92

Componente 5: três ações que contemplam a melhoria da gestão ambiental, seja pública ou privada de turismo. Os valores propostos nesse componente são de R\$ 8.668.372,60

A implantação deste Plano de Ações está prevista para um período de cinco anos, sendo o cronograma físico-financeiro assim proposto:

Ano 1: R\$ 27.993.259,52, sendo que duas ações já se encontram em execução, restando ainda R\$ 4.108.000,00 a serem alocados.

Ano 2: R\$ 4.025.000,00;

Ano 3: R\$ 14.656.000,00;

Ano 4: R\$ 6.332.000,00;

Ano 5: R\$ 310.000,00.

Para os 18 primeiros meses do PRODETUR, estão previstos recursos da ordem de R\$ 30.468.259,52, incluindo neste valor as obras que já estão sendo executadas nos municípios da Lapa e Quatro Barras.

Vale notar que tais ações foram apresentadas independentemente da fonte de financiamento a ser mobilizada e das entidades por eles responsáveis; todavia, vale lembrar, que outras fontes além deste PRODETUR poderão e deverão ser buscadas. Esse procedimento se justifica pelo perfil desta linha de financiamento, o qual nem sempre atende à diversidade de situações encontradas no diagnóstico e recorrentemente apresentadas como importantes pelos agentes vinculados ao desenvolvimento turístico.

As ações, amplamente discutidas, publicamente ou pela equipe técnica, ou ainda pelas lideranças no Polo Turístico, guardam uma estreita relação com as estratégias determinadas e vinculam-se aos objetivos também anteriormente definidos.

Pretende-se que o presente plano seja um instrumento prático de planejamento, submetido a uma constante avaliação e monitoramento pelos diversos agentes que o construíram e outros que venham compor o cenário do desenvolvimento turístico do Polo Turístico estudado.

Por meio da articulação entre as diversas políticas públicas, instâncias de governança e participação da sociedade como um todo, é que se tornará possível a garantia da consolidação da atividade turística como fator preponderante do desenvolvimento sociocultural, ambiental, político-institucional e, sobretudo, econômico do Polo Turístico.

Com isso, o presente trabalho do PDITS Curitiba, Região Metropolitana e Campos Gerais buscou atender às exigências do Termo de Referência, apresentando uma visão geral do conjunto de atividades e projetos de investimento a serem realizados para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do turismo sustentável no Polo Turístico.

Para se chegar a essas ações, a elaboração deste PDITS contou com um trabalho de aproximadamente seis meses e agora se apresenta aqui consolidado em sua versão final para ainda ser submetido a uma audiência pública, dando como finalizado o processo de

compreensão da realidade e de proposições. Uma vez aprovado, ainda segundo o entendimento de planejamento como uma atividade contínua, inicia-se sua implementação, monitoramento e fiscalização; atividades aqui também indicadas em forma de diretrizes.

ANEXO 4 – FORMULÁRIO DE PESQUISA

matriz de competitividade turística		
	DIMENSÕES E VARIÁVEIS	Informações município
A	INFRAESTRUTURA GERAL	
1.	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO MÉDICO PARA O TURISTA NO DESTINO	
1.1	REFERÊNCIA EM SAÚDE Citar a classificação do município no SUS (fluxo e Referência e Contra-Referência)	
1.2	ESTABELECIMENTO COM ATENDIMENTO MÉDICO Citar o número de estabelecimentos	
1.3	QUANTIDADE DE LEITOS Citar o número de leitos	
1.4	HORÁRIO DE ATENDIMENTO Citar se é diurno/noturno/24horas/plantão em feriados	
1.5	TIPO DE ATENDIMENTO Citar se é pronto-socorro/posto de saúde/clínicas de saúde/UTI e CTI/ enfermaria/ particular	
1.6	ÁREA CLÍNICA ATENDIDA Citar as clínicas médias disponíveis para atendimento no município	
1.7	PLANOS DE ATENDIMENTO Citar os planos de saúde privados atendidos no município	
1.8	SERVIÇOS DE RESGATE Citar se inexistente/UTI móvel/ambulância/helicóptero/aviões/grupos de resgate	
1.9	DISTÂNCIA COM CENTRO DE ATENDIMENTO DE REFERÊNCIA EM SAÚDE Citar a distância: até 50km / 51 à 100km/acima de 100km	
2	FORNECIMENTO DE ENERGIA	
2.1	CAPACIDADE DE GERAÇÃO DE ENERGIA Citar se inexistente/insuficiente/suficiente Própria / COPEL / OUTRA Voltagem (110 ou 220)	
2.2	ESTRUTURA DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA () inexistente () insuficiente () suficiente	
2.3	CONSUMO DE ENERGIA ATUAL A energia gerada é inexistente/insuficiente/suficiente?	
2.4	PERCENTUAL DE DOMICÍLIOS ATENDIDOS Citar o número	
2.5	PERCENTUAL DE COMÉRCIO E SERVIÇOS ATENDIDOS Citar o número	
2.6	PERCENTUAL DE INDÚSTRIA ATENDIDA Citar o número	
3	SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO TURISTA	
3.1	EFETIVO POLICIAL OSTENSIVO (MUNICIPAL E ESTADUAL) Colocar o efetivo policial para: Polícia Federal, Polícia Militar, Polícia Civil, Guarda Municipal, Segurança privada, inexistente	
3.2	GRUPAMENTOS ESPECIAIS OU PROGRAMAS DE ATENDIMENTO AOS VISITANTES Existe delegacia especializada?	
3.3	EXISTÊNCIA DE POLICIAIS COM IDIOMA ESTRANGEIRO () inexistente () inglês () espanhol () francês	
3.4	OCORRÊNCIAS ENVOLVENDO VISITANTES Citar os dados sobre ocorrências policiais com: drogas para consumo pessoal, tráfico de drogas, ameaça, abordagem a suspeitos, lesão corporal, furto qualificado de veículo, acidente de trânsito, infrações de trânsito, desacato ou desobediência, roubo, furto, perturbação de sossego, latrocínio, homicídio, seqüestro	

4	ESTRUTURA URBANA NAS ÁREAS TURÍSTICAS	
4.1	QUANTIDADE DE LIXEIRAS Citar a quantidade, identificando se: () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.2	QUANTIDADE DE ABRIGOS DE ÔNIBUS Citar a quantidade, identificando se: () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.3	QUANTIDADE DE TELEFONES PÚBLICOS Citar a quantidade, identificando se: () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.4	QUANTIDADE DE SANITÁRIOS PÚBLICOS Citar a quantidade, identificando se: () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.5	QUANTIDADE DE ESTACIONAMENTO DE VEÍCULOS E ÔNIBUS Citar a quantidade, identificando se: inexistente/estacionamento público apenas para veículos/estacionamento público com área para ônibus de turismo/estacionamento privado apenas para veículos/estacionamento privado com área para ônibus de turismo	
4.6	ORGANIZAÇÃO DO TRÂNSITO DE VEÍCULOS E DE PESSOAS NAS ÁREAS TURÍSTICAS () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.7	DISPONIBILIDADE DE SINALIZAÇÃO VIÁRIA () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.8	IDENTIFICAÇÃO DAS RUAS COM PLACAS DE TRÂNSITO () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.9	SISTEMA DE DRENAGEM E ESCOAMENTO DE ÁGUAS PLUVIAIS (BUEIROS E MEIOS-FIOS) () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.10	PROGRAMAS PARA CONSERVAÇÃO DO MOBILIÁRIO URBANO E DAS ÁREAS VERDES NAS ÁREAS TURÍSTICAS. () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.11	ELEMENTOS DE EMBELEZAMENTO DAS ÁREAS TURÍSTICAS (PRAÇAS, JARDINS, ILUMINAÇÃO CENOGRÁFICA, CANTEIROS DE FLORES) () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.12	LIMPEZA PÚBLICA (REGULARIDADE E QUANTIDADE) () inexistente () insuficiente () suficiente	
B	ACESSO	
1	ACESSO AÉREO CASO NÃO EXISTA, PASSAR AO PRÓXIMO ITEM.	
1.1	VOLUME ANUAL DE PASSAGEIROS citar o número	
1.2	USO DO TERMINAL () inexistente () aeroclube () aeródromo () aeroporto	
1.3	ABRANGÊNCIA DE VÔOS COMERCIAIS () inexistente () regional/nacional () internacional	
1.4	MOVIMENTO DIÁRIO DE VÔOS NO TERMINAL Citar o número de vôos	
1.5	DISPONIBILIDADE DE TRANSPORTE PÚBLICO QUE INTERLIGA O AEROPORTO AO CENTRO DO DESTINO () inexistente () ônibus de transporte coletivo () ônibus de turismo () outros	
1.6	CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA) () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
1.7	LOJAS, RESTAURANTES E LANCHONETES Citar o número	
1.8	LOCADORAS DE VEÍCULOS Citar o número de locadoras de veículos	

1.9	SERVIÇOS DE TÁXI () não () sim () 24h	
1.10	SERVIÇOS BANCÁRIOS E DE CÂMBIO () inexistente () terminal bancário () casa de câmbio	
1.11	CONFORTO DOS USUÁRIOS <small>marcar com (X), caso exista:</small> () assentos () telefone público () sinalização () área de circulação adequada () iluminação () ventilação e temperatura do ar adequados () segurança () sanitário () limpeza () não há conforto aos usuários	
1.13	FACILIDADES PARA PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS () inexistente () insuficiente () suficiente	
1.14	SERVIÇOS DE OUVIDORIA () não () sim	
1.15	PRESENÇA DA INFRA-ESTRUTURA OU DE ADMINISTRAÇÃO TERCEIRIZADA () inexistente () INFRA-ESTRUTURA () administração municipal () administração terceirizada	
2	ACESSO RODOVIÁRIO	
2.1	QUANTIDADE DE EMPRESAS DE ÔNIBUS EM OPERAÇÃO <small>Citar o número</small>	
2.2	VOLUME DE PASSAGEIROS <small>Citar o número</small>	
2.3	DISPONIBILIDADE DE ASSENTOS OFERTADOS NAS LINHAS DESTINADAS AO MUNICÍPIO <small>Citar o número</small>	
2.4	ABRANGÊNCIA DAS LINHAS RODOVIÁRIAS () estadual () interestadual () internacional () direto () semi-direto	
2.5	DISPONIBILIDADE DE TRANSPORTE PÚBLICO QUE INTERLIGA O TERMINAL AO CENTRO DO DESTINO () inexistente () ônibus de transporte coletivo () ônibus de turismo () outros	
2.6	CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA) () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
2.7	LOJAS, RESTAURANTES E LANCHONETES <small>Citar o número</small>	
2.8	LOCADORAS DE VEÍCULOS <small>Citar o número de locadoras de veículos</small>	
2.9	SERVIÇOS DE TÁXI () não () sim () 24h	
2.10	SERVIÇOS BANCÁRIOS E DE CÂMBIO () inexistente () terminal bancário () casa de câmbio	
2.11	CONFORTO DOS USUÁRIOS () assentos () telefone público () sinalização () área de circulação adequada () iluminação () ventilação e temperatura do ar adequados () segurança () sanitário () limpeza () não há conforto aos usuários	
2.12	ILUMINAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE EMBARQUE/DESEMBARQUE E ÁREAS DE MANOBRA () inexistente () insuficiente () suficiente	
2.13	FACILIDADES PARA PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS () inexistente () insuficiente () suficiente	
2.14	SERVIÇOS DE OUVIDORIA () não () sim	
3	ACESSO AQUAVIÁRIO CASO NÃO EXISTA, PASSAR AO PRÓXIMO ITEM.	
3.1	HABILITAÇÃO PARA RECEBER EMBARCAÇÕES DE GRANDE PORTE DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS () não () sim	

3.2	DISPONIBILIDADE DE TRANSPORTE PÚBLICO QUE INTERLIGA O TERMINAL AO CENTRO DO DESTINO () inexistente () ônibus de transporte coletivo () ônibus de turismo () outros	
3.3	CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA) () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
3.4	LOJAS, RESTAURANTES E LANCHONETES <i>Citar o número</i>	
3.5	LOCADORAS DE VEÍCULOS <i>Citar o número de locadoras de veículos</i>	
3.6	SERVIÇOS DE TÁXI () não () sim () 24h	
3.7	SERVIÇOS BANCÁRIOS E DE CÂMBIO () inexistente () terminal bancário () casa de câmbio	
3.8	CONFORTO DOS USUÁRIOS () assentos () telefone público () sinalização () área de circulação adequada () iluminação () ventilação e temperatura do ar adequados () segurança () sanitário () limpeza () não há conforto aos usuários	
3.9	FACILIDADES PARA PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.10	SERVIÇOS DE OUVIDORIA () não () sim	
4	ACESSO FERROVIÁRIO CASO NÃO EXISTA, PASSAR AO PRÓXIMO ITEM.	
4.1	DISPONIBILIDADE DE TRANSPORTE PÚBLICO QUE INTERLIGA O TERMINAL AO CENTRO DO DESTINO () inexistente () ônibus de transporte coletivo () ônibus de turismo () outros	
4.2	CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA) () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
4.3	LOJAS, RESTAURANTES E LANCHONETES <i>Citar o número</i>	
4.4	LOCADORAS DE VEÍCULOS <i>Citar o número de locadoras de veículos</i>	
4.5	SERVIÇOS DE TÁXI () não () sim () 24h	
4.6	SERVIÇOS BANCÁRIOS E DE CÂMBIO () inexistente () terminal bancário () casa de câmbio	
4.7	CONFORTO DOS USUÁRIOS () assentos () telefone público () sinalização () área de circulação adequada () iluminação () ventilação e temperatura do ar adequados () segurança () sanitário () limpeza () não há conforto aos usuários	
4.8	FACILIDADES PARA PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.9	SERVIÇOS DE OUVIDORIA () não () sim	
5	SISTEMA DE TRANSPORTE NO DESTINO	
5.1	NÍVEL DE CONGESTIONAMENTO DO TRÂNSITO DURANTE A ALTA E BAIXA TEMPORADA () alta temporada () média temporada () baixa temporada () inexistente	
5.2	PERÍODO DE CONGESTIONAMENTO DO TRÂNSITO () inexistente () apenas em horários de pico () feriados/diário	
5.3	LOCALIZAÇÃO DE VAGAS DE ESTACIONAMENTO () inexistente () centro urbano () próximo aos atrativos	

5.4	NATUREZA DOS ESTACIONAMENTOS () inexistente () público () privado	
5.5	SERVIÇOS DE ÔNIBUS DE LINHA QUE CIRCULAM PRÓXIMO AOS ATRATIVOS () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.6	SERVIÇOS DE ÔNIBUS DE TURISMO () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.7	DISPONIBILIDADE DE SERVIÇOS DE TÁXI () inexistente () insuficiente () suficiente	
6	PROXIMIDADE DE GRANDES CENTROS EMISSIVOS DE TURISTAS	
6.1	DISTÂNCIA DA CAPITAL Citar a distância em quilômetros	
6.2	DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PÓLOS EMISSORES REGIONAIS Citar a distância em quilômetros: () Ponta Grossa () Londrina () Maringá () Foz do Iguaçu () Guarapuava () Joinville	
6.3	DISTÂNCIA DOS PRINCIPAIS PÓLOS EMISSORES NACIONAIS DE TURISTAS Citar a distância em quilômetros: () São Paulo () Rio de Janeiro () Florianópolis () Porto Alegre	
6.4	TIPOS DE LIGAÇÃO ENTRE O MUNICÍPIO E A CAPITAL () estrada sem pavimentação () estrada pavimentada pista simples () estrada pavimentada pista dupla (parcial) () estrada pavimentada pista dupla (total)	
6.5	PRAÇAS DE PEDÁGIOS (ENTRE CAPITAL E O DESTINO) () zero/uma () duas a quatro () acima de cinco	
6.6	CONSERVAÇÃO E MANUTENÇÃO DAS RODOVIAS () inexistente () insuficiente () suficiente	
6.7	FACILIDADES DAS RODOVIAS () sinalização viária () asfalto () acostamento () postos de polícia rodoviária () postos de combustível () postos de atendimento das concessionárias () inexistente	

C	SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	
1	SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	
1.1	EXISTÊNCIA DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NO DESTINO () inexistente () insuficiente () suficiente	
1.2	COBERTURA DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA NO DESTINO () inexistente () atrativos () equipamentos turísticos () acessos	
1.3	ADEQUAÇÃO AOS PADRÕES ESTABELECIDOS PELO MTUR () não () sim	
1.4	ESTADO DE CONSERVAÇÃO DAS PLACAS () ruim () regular () bom	
1.5	UTILIZAÇÃO DE IDIOMA ESTRANGEIRO () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
1.6	EXISTÊNCIA DE SINALIZAÇÃO INFORMATIVA NOS ATRATIVOS TURÍSTICOS () inexistente () insuficiente () suficiente	
1.7	COBERTURA DA SINALIZAÇÃO TURÍSTICA INFORMATIVA NO ATRATIVO () inexistente () todos os atrativos () atrativos principais () poucos atrativos	
1.8	ESTADO DE CONSERVAÇÃO DAS PLACAS DE SINALIZAÇÃO INFORMATIVA () ruim () regular () bom	
2	CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA	
2.1	EXISTÊNCIA DE Centro de Atendimento ao Turista (CAT) () não () sim	
2.2	QUANTIDADE DE CATS Citar o número	

2.3	LOCALIZAÇÃO DOS CATS () aeroporto () rodoviária () principal atrativo () centro da cidade () prefeitura () portão de entrada (rodovia)	
2.4	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
2.5	OFERTA DE SERVIÇOS E FACILIDADES AOS TURISTAS () inexistente () passeios () agências () hotel () restaurantes () eventos () táxi () calendário de eventos () mapa turístico () material promocional do destino () material promocional de outras localidades da região turística () comércio	

3 ESPAÇOS PARA EVENTOS		
3.1	EXISTÊNCIA DE ESTRUTURAS DISPONÍVEIS PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS () inexistente () centro de convenções () centro de eventos () centro de eventos em hotel () centro de exposição () auditório () restaurante () teatro () outro	
3.2	CAPACIDADE GERAL PARA REALIZAÇÃO DE EVENTOS <small>Citar o número de lugares nas estruturas de eventos</small>	
3.3	OFERTA DE TRANSPORTE PÚBLICO ATÉ O LOCAL () inexistente () ônibus de transporte coletivo () ônibus de turismo	
3.4	CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA DE TRANSPORTE PÚBLICO ATÉ O LOCAL () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.5	ESPAÇOS PARA EVENTOS CULTURAIS OU ARTÍSTICOS () inexistente () centro de eventos () teatro () praça () museu () outros	
3.6	ESPAÇOS PARA EVENTOS ESPORTIVOS () inexistente () estádio () ginásio esportivo () parques e praças () autódromo () velódromo () piscina () jôquei () clubes () quadra esportiva () outros	
4 CAPACIDADE DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM		
4.1	QUANTIDADE DE MEIOS DE HOSPEDAGEM <small>Citar o número de equipamentos</small>	
4.2	TIPOLOGIAS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM () hotel () hotel histórico () hotel de lazer () pousada () hotel de selva () flat () motel () pensão () camping () albergue () outros	
4.3	EQUIPAMENTOS NO CADASTUR <small>Citar o número de equipamentos</small>	
4.4	QUANTIDADE DE LEITOS <small>Citar o número de leitos</small>	
4.5	TAXA DE OCUPAÇÃO MÉDIA ANUAL <small>Citar o percentual de ocupação</small>	%
4.6	OFERTA DE CATEGORIAS HOTELEIRAS AOS TURISTAS () econômica () superior () luxo	
4.7	EXISTÊNCIA DE ESTABELECIMENTOS ALTERNATIVOS DE HOSPEDAGEM () inexistente () albergues () hospedagens domiciliares	
4.8	EXISTÊNCIA DE SISTEMA DE PADRONIZAÇÃO LOCAL DE QUALIDADE () inexistente () manual de classificação () selos de qualidade	
4.9	SISTEMA DE RESERVAS ON LINE () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.10	ACEITAÇÃO DE CARTÕES DE CRÉDITO () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.11	ACESSO A INTERNET () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.12	CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS DA LEI DE ACESSIBILIDADE () inexistente () insuficiente () suficiente	

4.13	INCENTIVOS LOCAIS () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.14	PARTICIPAÇÃO EM ROTEIROS E GRUPOS DE TURISMO () inexistente () insuficiente () suficiente	
5 CAPACIDADE DO TURISMO RECEPTIVO		
5.1	AGÊNCIA DE TURISMO RECEPTIVO EM ATIVIDADE () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.2	TRANSPORTADORA TURÍSTICA DE RECEPTIVO EM ATIVIDADE () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.3	CAPACIDADE NO ATENDIMENTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA () inexistente () inglês () espanhol () francês () outros	
5.4	OFERTA DE SERVIÇO DE CITY TOUR () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.5	OFERTA DE PASSEIOS AOS DESTINOS DO ENTORNO () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.6	OFERTA DE ROTEIROS DE TURISMO DE AVENTURA () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.7	OFERTA DE SERVIÇO DE TRANSFER () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.8	OFERTA DE PASSEIOS DE BARCO () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.9	VISITAS GUIADAS (INDIVIDUAIS E EM GRUPO) () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.10	OFERTA DE SERVIÇO BY NIGHT () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.11	GUIAS DE TURISMO (CADASTRADOS NO MTUR) <i>Citar a quantidade</i>	
5.12	CONDUTORES DE TURISMO LOCAL <i>Citar a quantidade</i>	
5.13	ASSOCIAÇÃO DE GUIAS E CONDUTORES () inexistente () pouco atuante () bastante atuante	
6 ESTRUTURA DE QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO		
6.1	INSTITUIÇÕES DE ENSINO NO DESTINO () inexistente () cursos livre () curso técnico () curso superior	
6.2	PROGRAMAS CONTÍNUOS DE QUALIFICAÇÃO () inexistente () insuficiente () suficiente	
6.3	ÁREAS ATENDIDAS PELAS INSTITUIÇÕES () inexistente () hoteleria () gastronomia () eventos () recreação () outros	
6.4	ACESSIBILIDADE GEOGRÁFICA () inexistente () insuficiente () suficiente	
6.5	REGULARIDADE DOS CURSOS () inexistente () insuficiente () suficiente	
7 CAPACIDADE DOS RESTAURANTES		
7.1	QUANTIDADE DE RESTAURANTES EM ATIVIDADE <i>Citar número de equipamentos</i>	
7.2	ASSOCIAÇÃO LOCAL DE RESTAURANTES () inexistente () ABRASEL () associação comercial (grupo de restaurantes) () outra associação	
7.3	PARTICIPAÇÃO DOS RESTAURANTES EM PROGRAMA ALIMENTO SEGURO (PAS) () inexistente () menos de 50% () entre 51% e 99% () 100%	
7.4	QUALIFICAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS E EMPREGADOS () inexistente () insuficiente () suficiente	

7.5	PADRÃO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> funcionamento em finais de semana e feriados <input type="checkbox"/> cardápios com pratos típicos ou regionais <input type="checkbox"/> capacidade de atendimento a grupos de excursão <input type="checkbox"/> aceitação de cartões de crédito <input type="checkbox"/> cardápios em idioma estrangeiro <input type="checkbox"/> funcionário com domínio de língua estrangeira	
7.6	CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS DA LEI DE ACESSIBILIDADE <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> insuficiente <input type="checkbox"/> suficiente	
7.7	PARTICIPAÇÃO EM ROTEIROS E GRUPOS DE TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> roteiro municipal <input type="checkbox"/> roteiro regional <input type="checkbox"/> grupo de turismo específico	
7.8	FORTALECIMENTO DA GASTRONOMIA LOCAL <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> apoio a abertura de novas empresas <input type="checkbox"/> festivais gastronômicos <input type="checkbox"/> selos de qualidade <input type="checkbox"/> qualificação profissional	

D ATRATIVOS TURÍSTICOS		
1 ATRATIVOS NATURAIS		
1.1	PRINCIPAL ATRATIVO () inexistente () fluxo turístico local () fluxo turístico regional () fluxo turístico nacional () fluxo turístico internacional	
1.2	ESTRUTURA DE ATENDIMENTO AOS TURISTAS DO ATRATIVO PRINCIPAL () inexistente () centro de atendimento () trilhas interpretativas () estacionamento () sanitários () sinalização () lixeiras () condutores locais () mapa turístico () material promocional () informações preliminares à visitação	
1.3	APRESENTAÇÃO DE DIFERENCIAIS EM RELAÇÃO A OUTROS ATRATIVOS DE MESMA NATUREZA () inexistente () pouco relevante () relevante () muito relevante () excepcional	
1.4	UTILIZAÇÃO DO ATRATIVO COMO PRODUTO TURÍSTICO () não existem pacotes sendo comercializados com o atrativo () pacotes formatados pelas agências de receptivo local () pacotes formatados pelas agências da região () pacotes formatados pelas agências do estado () pacotes formatados pelas agências nacionais () pacotes formatados pelas agências internacionais	
1.5	QUANTIDADE DE ATRATIVOS NATURAIS () inexistente () menos de 5 atrativos () entre 6 e 10 atrativos () mais de 10 atrativos	
1.6	TIPOLOGIAS DE ATRATIVOS NATURAIS EXISTENTES E UTILIZADOS PARA O TURISMO () inexistente () picos,cumes () serras/montes, morros, colinas () chapadas, tabuleiros () patamares/pedras () tabulares () vales () rochedos () praias () restingas () mangues () ba�as, enseadas () dunas () ilhas () sacos/pen�nsulas/fal�sias, barreiras () arquipélagos () recifes,atol () rios () lagos, lagoas () praias fluviais e lacustres () alagados () catarata () cachoeira () salto () cascata () corredeira () fontes hidrominerais, termais () unidades de conserva�o () cavernas,grutas,furnas () �reas de caça e pesca () flora () fauna	
1.7	UTILIZA�O DOS RECURSOS NATURAIS PARA ATIVIDADES TURÍSTICAS () não há possibilidade de uso () existe possibilidade, mas não � utilizado () existe, mas � pouco utilizado () existe e � adequadamente utilizado () existe e � intensamente utilizado () existe e seu uso � degradante	
1.8	ACESSO () inexistente () difícil acesso com muitos obstáculos () acesso sem manuten�o () acesso sem sinaliza�o () acesso fácil () acesso com sinaliza�o () acesso com manuten�o	
1.9	ESTUDO DE CAPACIDADE DE CARGA () inexistente () estudo de capacidade de carga (visitantes) () capacidade ecológica	
1.10	REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE () inexistente () informa�o e comunica�o sobre o atrativo () portais e endereços eletrônicos () sistema braille () guias, condutores ou funcionários com conhecimento da língua brasileira de sinais (LIBRAS) () rampa () corrimão () antiderrapante () banheiros adaptados () paviment�o adequada () ilumina�o () telefones públicos () rotas acessíveis () sinaliza�o () calçada rebaixada () vagas de estacionamento especiais	
2 ATRATIVOS CULTURAIS		
2.1	PRINCIPAL ATRATIVO () inexistente () fluxo turístico local () fluxo turístico regional () fluxo turístico nacional () fluxo turístico internacional	

2.2	<p>ESTRUTURA DE ATENDIMENTO AOS TURISTAS DO ATRATIVO PRINCIPAL</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente/ <input type="checkbox"/> centro de atendimento <input type="checkbox"/> trilhas interpretativas</p> <p><input type="checkbox"/> estacionamento <input type="checkbox"/> sanitários <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> lixeiras <input type="checkbox"/> condutores locais</p> <p><input type="checkbox"/> mapa turístico <input type="checkbox"/> material promocional <input type="checkbox"/> informações preliminares à visita</p>	
2.3	<p>APRESENTAÇÃO DE DIFERENCIAIS EM RELAÇÃO A OUTROS ATRATIVOS DE MESMA NATUREZA</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> pouco relevante <input type="checkbox"/> relevante <input type="checkbox"/> muito relevante <input type="checkbox"/> excepcional</p>	
2.4	<p>UTILIZAÇÃO DO ATRATIVO COMO PRODUTO TURÍSTICO</p> <p><input type="checkbox"/> não existem pacotes sendo comercializados com o atrativo</p> <p><input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências de receptivo local</p> <p><input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências da região</p> <p><input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências do Estado</p> <p><input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências nacionais</p> <p><input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências internacionais</p>	
2.5	<p>QUANTIDADE DE ATRATIVOS CULTURAIS</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> menos de 5 atrativos <input type="checkbox"/> entre 6 e 10 atrativos <input type="checkbox"/> mais de 10 atrativos</p>	
2.6	<p>TIPOLOGIA DOS ATRATIVOS CULTURAIS</p> <p><input type="checkbox"/> centro histórico <input type="checkbox"/> cidade histórica <input type="checkbox"/> conjunto histórico <input type="checkbox"/> quilombo</p> <p><input type="checkbox"/> terra indígena <input type="checkbox"/> conjunto paisagístico <input type="checkbox"/> monumento histórico <input type="checkbox"/> sítio arqueológico</p> <p><input type="checkbox"/> sítio paleontológico <input type="checkbox"/> jardim histórico <input type="checkbox"/> arquivo civil <input type="checkbox"/> arquitetura militar</p> <p><input type="checkbox"/> arquitetura religiosa <input type="checkbox"/> arquitetura industrial, agrícola <input type="checkbox"/> arquitetura vernacular</p> <p><input type="checkbox"/> arquitetura funerária <input type="checkbox"/> ruínas <input type="checkbox"/> escultura, monumento, obelisco</p> <p><input type="checkbox"/> pintura <input type="checkbox"/> murais <input type="checkbox"/> vitrais <input type="checkbox"/> azulejaria <input type="checkbox"/> outros legados <input type="checkbox"/> museu, memorial</p> <p><input type="checkbox"/> biblioteca <input type="checkbox"/> arquivo <input type="checkbox"/> instituto histórico e geográfico <input type="checkbox"/> centro cultural, casa da cultura</p> <p><input type="checkbox"/> teatro, anfiteatro <input type="checkbox"/> festas religiosas ou de manifestações da fé <input type="checkbox"/> festas folclóricas ou populares <input type="checkbox"/> festas cívicas <input type="checkbox"/> pratos típicos <input type="checkbox"/> iguarias regionais, doces e salgados</p> <p><input type="checkbox"/> frutas <input type="checkbox"/> bebidas <input type="checkbox"/> artesanato típico <input type="checkbox"/> música <input type="checkbox"/> dança <input type="checkbox"/> feiras <input type="checkbox"/> mercados <input type="checkbox"/> saberes e fazeres</p>	
2.7	<p>TIPOLOGIA DO PATRIMÔNIO</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> patrimônio natural <input type="checkbox"/> patrimônio arqueológico</p> <p><input type="checkbox"/> patrimônio documental <input type="checkbox"/> patrimônio histórico <input type="checkbox"/> patrimônio imaterial</p>	
2.8	<p>UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS PARA ATIVIDADES TURÍSTICAS</p> <p><input type="checkbox"/> não há possibilidade de uso <input type="checkbox"/> existe possibilidade, mas não é utilizado</p> <p><input type="checkbox"/> existe, mas é pouco utilizado <input type="checkbox"/> existe e é adequadamente utilizado</p> <p><input type="checkbox"/> existe e é intensamente utilizado <input type="checkbox"/> existe e seu uso é degradante</p>	
2.9	<p>ACESSO</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> difícil acesso com muitos obstáculos <input type="checkbox"/> acesso sem manutenção</p> <p><input type="checkbox"/> acesso sem sinalização <input type="checkbox"/> acesso fácil <input type="checkbox"/> acesso com sinalização</p> <p><input type="checkbox"/> acesso com manutenção</p>	
2.10	<p>ESTUDO DE CAPACIDADE DE CARGA</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> estudo de capacidade de carga (visitantes) <input type="checkbox"/> capacidade ecológica</p>	
2.11	<p>REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> informação e comunicação sobre o atrativo</p> <p><input type="checkbox"/> portais e endereços eletrônicos <input type="checkbox"/> sistema Braille <input type="checkbox"/> guias, condutores ou funcionários com conhecimento da língua brasileira de sinais (LIBRAS) <input type="checkbox"/> rampa</p> <p><input type="checkbox"/> corrimão <input type="checkbox"/> antiderrapante <input type="checkbox"/> banheiros adaptados <input type="checkbox"/> pavimentação adequada</p> <p><input type="checkbox"/> iluminação <input type="checkbox"/> telefones públicos <input type="checkbox"/> rotas acessíveis <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> calçada rebaixada <input type="checkbox"/> vagas de estacionamento especiais</p>	
2.12	<p>LEI DE TOMBAMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL</p> <p><input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> lei municipal <input type="checkbox"/> lei estadual <input type="checkbox"/> lei federal</p> <p><input type="checkbox"/> título de patrimônio da humanidade pela UNESCO</p>	
3	EVENTOS PROGRAMADOS	
3.1	PRINCIPAL EVENTO PROGRAMADO	

	<input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> fluxo turístico local <input type="checkbox"/> fluxo turístico regional <input type="checkbox"/> fluxo turístico nacional <input type="checkbox"/> fluxo turístico internacional	
3.2	ESTRUTURA DE ATENDIMENTO AOS TURISTAS DO PRINCIPAL EVENTO PROGRAMADO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> centro de atendimento <input type="checkbox"/> bilheteria <input type="checkbox"/> estacionamento <input type="checkbox"/> sanitários <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> lixeiras <input type="checkbox"/> condutores locais <input type="checkbox"/> mapa turístico <input type="checkbox"/> material promocional <input type="checkbox"/> informações preliminares à visitação	
3.3	APRESENTAÇÃO DE DIFERENCIAIS EM RELAÇÃO A OUTROS EVENTOS DE MESMA NATUREZA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> pouco relevante <input type="checkbox"/> relevante <input type="checkbox"/> muito relevante <input type="checkbox"/> excepcional	
3.4	REGULARIDADE DO EVENTO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> semanal <input type="checkbox"/> quinzenal <input type="checkbox"/> mensal <input type="checkbox"/> bimestral <input type="checkbox"/> semestral <input type="checkbox"/> anual	
3.5	NÚMERO DE EDIÇÕES <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> 1ª edição <input type="checkbox"/> 2ª edição <input type="checkbox"/> 3ª edição <input type="checkbox"/> acima da 4ª edição	
3.6	UTILIZAÇÃO DO EVENTO PROGRAMADO COMO PRODUTO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> não existem pacotes sendo comercializados com o evento <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências de receptivo local <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências da região <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências do estado <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências nacionais <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências internacionais	
3.7	QUANTIDADE DE ACONTECIMENTOS PROGRAMADOS COM APELO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> apenas 1 evento <input type="checkbox"/> de 2 a 3 eventos <input type="checkbox"/> de 4 a 5 eventos <input type="checkbox"/> acima de 6 eventos	
3.8	PARTICIPAÇÃO EM CALENDÁRIO DE EVENTOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> local <input type="checkbox"/> regional <input type="checkbox"/> estadual <input type="checkbox"/> nacional <input type="checkbox"/> internacional	
3.9	MEIOS DE DIVULGAÇÃO DOS EVENTOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> cartaz <input type="checkbox"/> folheteria <input type="checkbox"/> propaganda <input type="checkbox"/> publicidade <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> jornal <input type="checkbox"/> rádio <input type="checkbox"/> site de internet <input type="checkbox"/> mala direta <input type="checkbox"/> outros	
3.10	TIPOLOGIA DOS ACONTECIMENTOS PROGRAMADOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> evento religioso <input type="checkbox"/> evento gastronômico <input type="checkbox"/> evento desportivo <input type="checkbox"/> evento cultural <input type="checkbox"/> evento artístico <input type="checkbox"/> evento científico <input type="checkbox"/> evento técnico <input type="checkbox"/> evento recreativo <input type="checkbox"/> evento cívico <input type="checkbox"/> evento comercial <input type="checkbox"/> evento social e de assistencialismo <input type="checkbox"/> exposição/outros	
3.11	ACESSO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> difícil acesso com muitos obstáculos <input type="checkbox"/> acesso sem manutenção <input type="checkbox"/> acesso sem sinalização <input type="checkbox"/> acesso fácil <input type="checkbox"/> acesso com sinalização <input type="checkbox"/> acesso com manutenção	
3.12	ESTUDO DE CAPACIDADE DE CARGA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> estudo de capacidade de carga material <input type="checkbox"/> capacidade ecológica	
3.13	REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> informação e comunicação sobre o atrativo <input type="checkbox"/> portais e endereços eletrônicos <input type="checkbox"/> sistema braille <input type="checkbox"/> guias, condutores ou funcionários com conhecimento da língua brasileira de sinais (LIBRAS) <input type="checkbox"/> rampa <input type="checkbox"/> corrimão <input type="checkbox"/> antiderrapante <input type="checkbox"/> banheiros adaptados <input type="checkbox"/> pavimentação adequada <input type="checkbox"/> iluminação <input type="checkbox"/> telefones públicos <input type="checkbox"/> rotas acessíveis <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> calçada rebaixada <input type="checkbox"/> vagas de estacionamento especiais	
4	ATIVIDADES ECONÔMICAS	
4.1	PRINCIPAL ATIVIDADE ECONÔMICA COM APELO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> fluxo turístico local <input type="checkbox"/> fluxo turístico regional <input type="checkbox"/> fluxo turístico nacional <input type="checkbox"/> fluxo turístico internacional	
4.2	ESTRUTURA DE ATENDIMENTO AOS TURISTAS DA ATIVIDADE ECONÔMICA, CIENTÍFICA OU ARTÍSTICA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> centro de atendimento <input type="checkbox"/> bilheteria <input type="checkbox"/> estacionamento <input type="checkbox"/> sanitários <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> lixeiras <input type="checkbox"/> condutores locais <input type="checkbox"/> mapa turístico	

	<input type="checkbox"/> material promocional <input type="checkbox"/> informações preliminares à visitaçã	
4.3	APRESENTAÇÃO DE DIFERENCIAIS EM RELAÇÃO A OUTRAS ATIVIDADES ECONÔMICAS DE MESMA NATUREZA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> pouco relevante <input type="checkbox"/> relevante <input type="checkbox"/> muito relevante <input type="checkbox"/> excepcional	
4.4	UTILIZAÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA COMO PRODUTO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> não existem pacotes sendo comercializados com o evento <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências de receptivo local <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências da região <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências do estado <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências nacionais <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências internacionais	
4.5	QUANTIDADE DE ATIVIDADES ECONÔMICAS COM APELO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> apenas 1 atividade <input type="checkbox"/> de 2 a 3 atividades <input type="checkbox"/> de 4 a 5 atividades <input type="checkbox"/> acima de 6 atividades	
4.6	TIPOLOGIA DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS <input type="checkbox"/> exploração,extrativismo mineral <input type="checkbox"/> exploração,extrativismo vegetal <input type="checkbox"/> agricultura <input type="checkbox"/> pecuária <input type="checkbox"/> aquíicultura <input type="checkbox"/> criação de animais silvestres <input type="checkbox"/> agroindústria <input type="checkbox"/> outras culturas <input type="checkbox"/> indústria petrolífera <input type="checkbox"/> indústria automobilística <input type="checkbox"/> indústria têxtil <input type="checkbox"/> indústria de laticínios <input type="checkbox"/> indústria de bebidas <input type="checkbox"/> indústria de couro <input type="checkbox"/> indústria joalheira <input type="checkbox"/> indústria moveleira/outros	
4.7	ACESSO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> difícil acesso com muitos obstáculos <input type="checkbox"/> acesso sem manutenção <input type="checkbox"/> acesso sem sinalização <input type="checkbox"/> acesso fácil <input type="checkbox"/> acesso com sinalização <input type="checkbox"/> acesso com manutenção	
4.8	ESTUDO DE CAPACIDADE DE CARGA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> estudo de capacidade de carga (visitantes) <input type="checkbox"/> capacidade ecológica	
4.9	REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> informação e comunicação sobre o atrativo <input type="checkbox"/> portais e endereços eletrônicos <input type="checkbox"/> sistema braille <input type="checkbox"/> guias, condutores ou funcionários com conhecimento da língua brasileira de sinais (LIBRAS) <input type="checkbox"/> rampa <input type="checkbox"/> corrimão <input type="checkbox"/> antiderrapante <input type="checkbox"/> banheiros adaptados <input type="checkbox"/> pavimentação adequada <input type="checkbox"/> iluminação <input type="checkbox"/> telefones públicos <input type="checkbox"/> rotas acessíveis <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> calçada rebaixada <input type="checkbox"/> vagas de estacionamento especiais	
5	REALIZAÇÕES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS OU ARTÍSTICAS (veja item 5.7)	
5.1	PRINCIPAL REALIZAÇÃO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> fluxo turístico local <input type="checkbox"/> fluxo turístico regional <input type="checkbox"/> fluxo turístico nacional <input type="checkbox"/> fluxo turístico internacional	
5.2	ESTRUTURA DE ATENDIMENTO AOS TURISTAS DA REALIZAÇÃO TÉCNICA, CIENTÍFICA OU ARTÍSTICA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> centro de atendimento <input type="checkbox"/> bilheteria <input type="checkbox"/> estacionamento <input type="checkbox"/> sanitários <input type="checkbox"/> sinalização <input type="checkbox"/> lixeiras <input type="checkbox"/> condutores locais <input type="checkbox"/> mapa turístico <input type="checkbox"/> material promocional <input type="checkbox"/> informações preliminares à visitaçã	
5.3	APRESENTAÇÃO DE DIFERENCIAIS EM RELAÇÃO A OUTRAS REALIZAÇÕES DE MESMA NATUREZA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> pouco relevante <input type="checkbox"/> relevante <input type="checkbox"/> muito relevante <input type="checkbox"/> excepcional	
5.4	UTILIZAÇÃO DA REALIZAÇÃO COMO PRODUTO TURÍSTICO <input type="checkbox"/> não existem pacotes sendo comercializados com o evento <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências de receptivo local <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências da região <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências do Estado <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências nacionais <input type="checkbox"/> pacotes formatados pelas agências internacionais	

5.5	QUANTIDADE DE REALIZAÇÕES COM APELO TURÍSTICO () inexistente () apenas 1 realização () de 2 a 3 realizações () de 4 a 5 realizações () acima de 6 realizações	
5.6	PARTICIPAÇÃO EM CALENDÁRIO DE EVENTOS () inexistente () local () regional () estadual () nacional () internacional	
5.7	TIPOLOGIA DAS REALIZAÇÕES () inexistente () parque () parque industrial () museu tecnológico () centro de pesquisa () usina hidrelétrica, barragem, eclusas, açude () planetário () aquário () viveiro () exposição técnica () exposição artística () ateliê () zoológico () jardim botânico () outros	
5.8	ACESSO () inexistente () difícil acesso com muitos obstáculos () acesso sem manutenção () acesso sem sinalização () acesso fácil () acesso com sinalização () acesso com manutenção	
5.9	ESTUDO DE CAPACIDADE DE CARGA () inexistente () estudo de capacidade de carga (visitantes) () capacidade ecológica	
5.10	REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE () inexistente () informação e comunicação sobre o atrativo () portais e endereços eletrônicos () sistema Braille () guias, condutores ou funcionários com conhecimento da língua brasileira de sinais (LIBRAS) () rampa () corrimão () antiderrapante () banheiros adaptados () pavimentação adequada () iluminação () telefones públicos () rotas acessíveis () sinalização () calçada rebaixada () vagas de estacionamento especiais	
E MARKETING E PROMOÇÃO DO DESTINO		
1 PLANO DE MARKETING		
1.1	EXISTÊNCIA DE UM PLANO DE MARKETING DOCUMENTADO () inexistente () existem ações de marketing () existe documento escrito () ações desenvolvidas a partir do plano escrito () métodos de monitoramento de marketing () pesquisas de mercado com subsídios para montagem de produtos ou pacotes turísticos	
1.2	DEFINIÇÃO DA IMAGEM DO DESTINO () inexistente () existência de logomarca () existência de briefing da marca () ações desenvolvidas a partir da marca () marca adequada a tipologia do turismo do destino () marca consolidada no posicionamento do mercado () franqueamento da marca do destino () selo turístico	
1.3	ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO DO DESTINO () inexistente () folheteria turística () participação em eventos () estrutura promocional profissionalizada ou terceirizada () eventos integrados (<i>fam-tour, press-tour, workshop</i> etc.) () promoção integrada entre poder público e iniciativa privada	
1.4	ENVOLVIMENTO DOS EMPRESÁRIOS E TRADE TURÍSTICO NAS AÇÕES DE PROMOÇÃO () inexistente () existe com atuação insignificante () existe com mínima atuação () existe com boa atuação () existe com excelente atuação	
1.5	DEFINIÇÃO DOS INDICADORES DE DESEMPENHO DAS AÇÕES () inexistente () estudo de demanda () monitoramento do fluxo de turistas () avaliações diversas	
1.6	RECURSOS PARA EFETIVAR AS AÇÕES () inexistência () 1% à 5% do orçamento do órgão do turismo () 6% à 10% do orçamento do órgão do turismo () 11% à 15% do orçamento do órgão do turismo () 16% à 20% do orçamento do órgão do turismo () orçamento do órgão do turismo para marketing, superior à 21%	
2 PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E EVENTOS		

2.1	PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NOS ÚLTIMOS 2 ANOS () não participou () reuniões institucionais () feiras de turismo () ações promocionais em outros eventos regionais () outros eventos nacionais () salão do turismo (ABAV Paraná) () feira ABAV (Nacional) () eventos profissionais Internacionais	
2.2	ABRANGÊNCIA DOS EVENTOS PARTICIPADOS () inexistente () eventos locais () eventos regionais () eventos nacionais () eventos internacionais	
2.3	ORGANIZAÇÃO DE EVENTO PROMOCIONAL NO DESTINO NOS ÚLTIMOS 5 ANOS () realizou () não realizou	
2.4	PESQUISA NO PRÓPRIO EVENTO () inexistente () pesquisa de demanda () pesquisa de satisfação () pesquisa de melhoria () pesquisa de contagem de fluxo de participantes	
2.5	MONITORAMENTO DA PARTICIPAÇÃO NO EVENTO () inexistente () contagem de fluxo de pessoas no stand ou evento () contagem de relacionamentos estabelecidos () contagem do número de negócios efetivados/outros	
2.8	RECURSOS PARA PARTICIPAÇÃO DE EVENTOS () inexistente () 1% à 5% do orçamento do órgão do turismo () 6% à 10% do orçamento do órgão do turismo () 11% à 15% do orçamento do órgão do turismo () 16% à 20% do orçamento do órgão do turismo () orçamento do órgão do turismo para eventos, superior à 21%	
3	PROMOÇÃO DO DESTINO	
3.1	FORMATO DO MATERIAL () inexistente () material impresso () material <i>online</i>	
3.2	CARACTERÍSTICA DO MATERIAL PROMOCIONAL () inexistente () material único para o destino () material com apresentação individual dos segmentos () material meramente institucional () material comercial com apresentação dos produtos turísticos () material de captação de eventos () calendário de eventos () outros	
3.3	ATUALIZAÇÃO DO MATERIAL PROMOCIONAL () inexistente () conforme demanda () a cada dois anos () anual () semestral	
3.4	VARIEDADE DE MATERIAL PRODUZIDO () inexistente () folhetos/manuais impressos de comercialização dos atrativos () mapa turístico () CDs ou DVDs () brindes diversos (bonés, canetas, camisetas, chaveiros e adesivos) () postal/outros	
3.5	IDIOMA ESTRANGEIRO () inexistente () inglês () espanhol () francês () outro	
3.6	PROMOÇÃO ESCRITA CORRETA inexistente/contém erros ortográficos na versão em português/contém erros de concordância na versão em português/contém erros ortográficos na versão em língua estrangeira/contém erros de concordância na versão em língua estrangeira	
3.7	CONTEÚDO DO MATERIAL PROMOCIONAL (PERTINÊNCIA, VERACIDADE) () inexistente () informações superficiais () excesso de informações () informações completas () informações incorretas () informações corretas	
3.8	ALERTA PARA O COMBATE À EXPLORAÇÃO SEXUAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES () inexistente () logomarca da campanha () informações sobre a campanha () disque 100 () outro	
3.9	ALERTA PARA A RESPONSABILIDADE DO TURISTA COM A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL () inexistente () informações sobre preservação ambiental () informações sobre os 10 mandamentos do turista de aventura () outro	

3.10	SERVIÇO DE ACESSORIA DE IMPRENSA OU RELAÇÕES PÚBLICAS () inexistente () próprio do órgão de turismo () próprio da prefeitura () terceirizado	
4	PÁGINA DO DESTINO NA INTERNET (WEBSITE)	
4.1	SITE DO MUNICÍPIO NA INTERNET () inexistente () institucional (da prefeitura) () institucional (do órgão de turismo) () comercial	
4.2	INFORMAÇÕES TURÍSTICAS NO SITE DO MUNICÍPIO () inexistente () apresentação dos atrativos turísticos () lista de meios de hospedagem () lista de restaurantes () lista de agências de receptivo () roteiros turísticos existentes () calendário de eventos () mapa turístico	
4.4	ATUALIZAÇÃO DO SITE () Inexistente () conforme demanda () mensal () anual () semestral	
4.5	DISPONIBILIZAÇÃO DO SITE EM LÍNGUA ESTRANGEIRA () inexistente () inglês () espanhol () francês () outro	
4.6	CONTEÚDO DO SITE (PERTINÊNCIA, VERACIDADE, LAYOUT, REVISÃO ORTOGRÁFICA) () inexistente () informações superficiais () excesso de informações () informações completas () informações incorretas () informações corretas	
4.7	ALERTA PARA O COMBATE À EXPLORAÇÃO SEXUAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES () inexistente () logomarca da campanha () informações sobre a campanha () disque 100 () outro	
4.8	ALERTA PARA A RESPONSABILIDADE DO TURISTA COM A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL () inexistente () informações sobre preservação ambiental () informações sobre os 10 mandamentos do turista de aventura () outro	
4.9	INFORMAÇÕES SOBRE OUTROS MUNICÍPIOS DA REGIÃO TURÍSTICA () inexistente () apresentação dos municípios () roteiros turísticos integrados () mapa turístico da região turística () outras informações	
4.10	CONTEÚDO SOBRE O DESTINO EM SITES DE BUSCA () inexistente () conteúdos não-turísticos () menos de 5 sites com conteúdo turístico () entre 6 e 15 sites com conteúdo turístico () acima de 16 sites com conteúdo turístico	
F	POLÍTICAS PÚBLICAS	
1	ESTRUTURA MUNICIPAL PARA APOIO AO TURISMO	
1.1	ESTRUTURA MUNICIPAL PARA APOIO AO TURISMO () inexistente () secretaria de turismo () departamento de turismo () agência de desenvolvimento () instituto de turismo () estrutura conjunta com outra pasta () outros	
1.2	AUTONOMIA EM FUNÇÃO DA EXISTÊNCIA DE FONTES PRÓPRIAS DE RECURSOS () inexistente () orçamento próprio () fundo municipal de turismo () outro	
1.3	SERVIDORES CONCURSADOS ATIVOS () inexistente () menos de 10% da equipe () entre 11% e 20% () entre 21% e 50% () entre 51% e 80% () acima de 80%	
1.4	EXISTÊNCIA E ATUAÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO () inexistente () atuação insignificante () mínima atuação () boa atuação () excelente atuação	
1.5	EXISTÊNCIA E USO DO FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO () inexistente () apenas lei de criação () sem fonte de recurso () atuação insignificante () boa atuação () excelente atuação	
1.6	INTERAÇÃO COM OUTRAS PASTAS DA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL () inexistente () reuniões periódicas entre as diversas pastas () ações e projetos em conjunto com outras pastas () planejamento conjunto com outras pastas	
1.7	RECEBIMENTO DE RECURSOS FEDERAIS (PARA TURISMO) PROVENIENTES DE EMENDA	

	PARLAMENTAR EM 2009 <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> R\$100.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$100.001,00 e R\$300.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$300.001,00 e R\$500.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$500.001,00 e R\$1.000.000,00 <input type="checkbox"/> acima de R\$1.000.001,00	
1.8	PROGRAMAS PARTICIPANTES DOS PROJETOS APRESENTADOS E EXECUTADOS MEDIANTE EMENDA PARLAMENTAR <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> apoio a projetos de infraestrutura turística <input type="checkbox"/> sinalização turística <input type="checkbox"/> promoção de eventos para divulgação do turismo interno <input type="checkbox"/> qualificação de profissionais associados ao segmento do turismo <input type="checkbox"/> campanha para promoção do turismo no mercado nacional <input type="checkbox"/> prevenção e enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes <input type="checkbox"/> implantação de centros de informação turística	
2	GRAU DE COOPERAÇÃO COM O GOVERNO ESTADUAL	
2.1	PARTICIPAÇÃO NO CONSELHO ESTADUAL DE TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> participa apenas de reuniões <input type="checkbox"/> participa das câmaras temáticas <input type="checkbox"/> participa elaborando projetos <input type="checkbox"/> participa nos eventos <input type="checkbox"/> outras formas de participação	
2.2	RECEBIMENTO DE INVESTIMENTOS NO TURISMO POR PARTE DO GOVERNO ESTADUAL <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> investimento em material promocional <input type="checkbox"/> investimento para participação em eventos <input type="checkbox"/> investimento em qualificação/investimento em infraestrutura <input type="checkbox"/> investimento em projetos diversos	
2.3	VALORES DOS INVESTIMENTOS ESTADUAIS EM TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> até R\$50.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$50.001,00 e R\$100.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$100.001 a 200.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$200.001,00 e R\$500.000,00 <input type="checkbox"/> acima de R\$500.001,00	
3	GRAU DE COOPERAÇÃO COM GOVERNO FEDERAL	
3.1	PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMAS E PROJETOS DO MTUR <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> programa de regionalização <input type="checkbox"/> projetos de qualificação <input type="checkbox"/> programa de inventariação <input type="checkbox"/> programa de incentivo a eventos <input type="checkbox"/> programa de infraestrutura turística <input type="checkbox"/> outros	
3.2	RECEBIMENTO DE INVESTIMENTOS FEDERAIS EM TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> campanhas para promoção do turismo no mercado nacional <input type="checkbox"/> fomento ao desenvolvimento turístico local com inclusão social <input type="checkbox"/> estudos e pesquisas das oportunidades de investimento <input type="checkbox"/> adequação da infraestrutura do patrimônio histórico e cultural para utilização turística <input type="checkbox"/> implantação de centros de informações turísticas <input type="checkbox"/> sinalização turística <input type="checkbox"/> apoio a projetos de infraestrutura turística <input type="checkbox"/> promoção de eventos para divulgação do turismo interno <input type="checkbox"/> implantação do sistema de monitoramento e avaliação de desempenho do PNT <input type="checkbox"/> projetos de apoio à comercialização <input type="checkbox"/> fomento e promoção da produção associada ao turismo <input type="checkbox"/> outros programas	
3.3	VALORES DOS INVESTIMENTOS FEDERAIS EM TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> R\$100.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$100.001 a R\$500.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$500.001,00 e R\$800.000,00 <input type="checkbox"/> entre R\$800.001,00 e R\$1.000.000,00 <input type="checkbox"/> acima de R\$1.000.001,00	
4	PLANEJAMENTO PARA A CIDADE E PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA	
4.1	EXISTÊNCIA DE PLANO DIRETOR MUNICIPAL <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> elaborado em menos de um ano <input type="checkbox"/> revisado em menos de um ano	

	() revisado em mais de dois anos e menos de cinco anos () revisado em mais de seis anos	
4.2	INSERÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO PLANO DIRETOR () inexistente () definição de área prioritária para o turismo	
4.3	OUTROS PLANEJAMENTOS FORMAIS PARA O TURISMO () inexistente () plano de desenvolvimento turístico municipal () plano de desenvolvimento turístico regional () outros planos	
5	GRAU DE COOPERAÇÃO PÚBLICO-PRIVADA	
5.1	PROJETOS E AÇÕES DE COOPERAÇÃO PÚBLICO-PRIVADA PARA O TURISMO () inexistente () ações não ligadas ao turismo () ações ligadas ao turismo	
G	COOPERAÇÃO REGIONAL	
1	GOVERNANÇA	
1.1	PARTICIPAÇÃO NA INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA REGIONAL () sim () não	
1.2	PARTICIPANTES DA ORGANIZAÇÃO () prefeitura () meios de hospedagem () restaurantes () agência de viagem () atrativo turístico () organizadora de eventos () guia ou condutor de turismo () associação comercial () sistema S (SEBRAE/SENAC etc.) () entidade de classe () instituição de ensino superior () representante do poder legislativo () ONGs () outros	
1.3	PERIODICIDADE DAS REUNIÕES () inexistente () conforme demanda () quinzenal () mensal () bimestral	
1.4	AÇÕES REALIZADAS () inexistente () promoção turística () comercialização () participação em eventos () formatação de roteiros () qualificação profissional () avaliação e monitoramento do turismo na região () fortalecimento institucional () outros	
1.5	DISPONIBILIDADE DE RECURSOS PRÓPRIOS () inexistente () insuficiente para as ações previstas () suficientes para as ações previstas () rateio dos gastos entre os municípios participantes da governança () ações de captação de recurso estadual () ações de captação de recursos federais () ações de captação de recursos de terceiros privados	
1.6	GESTÃO DA GOVERNANÇA () inexistente () coordenadores de área () gestor executivo	
2	PROJETOS DE COOPERAÇÃO REGIONAL	
2.1	EXISTÊNCIA DE GRUPOS DE COOPERAÇÃO REGIONAL () inexistente () instância de governança () grupo de empresários () grupo de gestores públicos () outro	
2.2	PARTICIPANTES E REPRESENTATIVIDADE DO GRUPO PARA A REGIÃO () inexistente () poder público () empresários de turismo () profissionais de turismo () instituições de ensino superior em turismo () sociedade civil organizada () outro	
2.3	EXISTÊNCIA DE AÇÕES E PROJETOS () inexistente () promoção turística () comercialização () participação em eventos () formatação de roteiros () qualificação profissional () avaliação e monitoramento do turismo na região () fortalecimento institucional () outros	
2.4	PARCERIAS E CONVÊNIOS ASSINADOS COM DEMAIS MUNICÍPIOS DA REGIÃO () inexistente () menos de 10% dos municípios participantes () entre 11% e 50% dos municípios participantes () entre 51% e 80% dos municípios participantes () acima de 81% dos municípios participantes	
3	PLANEJAMENTO TURÍSTICO REGIONAL	
3.1	EXISTÊNCIA DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO REGIONAL () inexistente () plano de desenvolvimento turístico regional	

	<input type="checkbox"/> plano de marketing turístico regional <input type="checkbox"/> outros planos regionais	
3.2	AÇÕES E PROJETOS CONTIDOS NO PLANO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> promoção turística <input type="checkbox"/> comercialização <input type="checkbox"/> participação em eventos <input type="checkbox"/> formatação de roteiros <input type="checkbox"/> qualificação profissional <input type="checkbox"/> avaliação e monitoramento do turismo na região <input type="checkbox"/> fortalecimento institucional <input type="checkbox"/> outros	
3.3	IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS E GESTORES DOS PROJETOS REGIONAIS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> poder público <input type="checkbox"/> empresários de turismo <input type="checkbox"/> profissionais de turismo <input type="checkbox"/> instituições de ensino superior em turismo <input type="checkbox"/> sociedade civil organizada <input type="checkbox"/> outro	
3.4	EFETIVIDADE DO PLANO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> menos de 10% das ações previstas foram implementadas <input type="checkbox"/> entre 11% e 50% <input type="checkbox"/> entre 51% e 80% <input type="checkbox"/> acima de 81%	
4	ROTEIRIZAÇÃO	
4.1	INTEGRAÇÃO EM ROTEIROS TURÍSTICOS REGIONAIS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
4.2	PARTICIPAÇÃO DE AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
4.3	PARTICIPAÇÃO DE CONDUTORES OU GUIAS DE TURISMO LOCAL <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
4.4	SEGMENTAÇÃO DO ROTEIRO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> tipologias de turismo <input type="checkbox"/> público-alvo <input type="checkbox"/> outros	
4.5	COMERCIALIZAÇÃO DO ROTEIRO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> agências de receptivo locais <input type="checkbox"/> agências de receptivo regional <input type="checkbox"/> agências e operadoras nacionais <input type="checkbox"/> agências e operadoras internacionais	
5	PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO DE FORMA INTEGRADA	
5.1	ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
5.2	ATORES PARTICIPANTES DAS ESTRATÉGIAS E AÇÕES <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> poder público <input type="checkbox"/> empresários de turismo <input type="checkbox"/> profissionais de turismo <input type="checkbox"/> instituições de ensino superior em turismo <input type="checkbox"/> sociedade civil organizada <input type="checkbox"/> outro	
5.3	PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS PARA PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> local <input type="checkbox"/> regional <input type="checkbox"/> nacional <input type="checkbox"/> internacional	
5.4	AÇÕES DE PROMOÇÃO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> cartilhas e manuais de comercialização <input type="checkbox"/> material promocional destinado à comercialização <input type="checkbox"/> rodadas de negócio <input type="checkbox"/> workshops com operadoras e agências de turismo <input type="checkbox"/> famtour <input type="checkbox"/> press-tour <input type="checkbox"/> eventos de comercialização <input type="checkbox"/> propaganda <input type="checkbox"/> publicidade <input type="checkbox"/> outros	
5.5	DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> folheteria <input type="checkbox"/> CDs <input type="checkbox"/> sítios de internet <input type="checkbox"/> brindes <input type="checkbox"/> outros	
H	MONITORAMENTO	
1	PESQUISA DE DEMANDA	
1.1	EXISTÊNCIA DE PESQUISAS DE DEMANDA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> pesquisa de perfil do turista <input type="checkbox"/> pesquisa de fluxo de turistas <input type="checkbox"/> pesquisa de opinião do turista <input type="checkbox"/> pesquisa de satisfação <input type="checkbox"/> pesquisa de comportamento do turista	
1.2	PERIODICIDADE E SÉRIE HISTÓRICA DAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> uma edição <input type="checkbox"/> semestral <input type="checkbox"/> anual <input type="checkbox"/> conforme demanda	
1.3	ENTIDADE RESPONSÁVEL PELAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> departamento (dentro do órgão de turismo) específico de pesquisa <input type="checkbox"/> área de pesquisa da prefeitura <input type="checkbox"/> terceirizado	
1.4	ASPECTOS ABORDADOS NA PESQUISA	

	<input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> perfil sociodemográfico dos turistas <input type="checkbox"/> gastos realizados <input type="checkbox"/> grau de satisfação dos turistas quanto ao destino <input type="checkbox"/> avaliação dos equipamentos turísticos <input type="checkbox"/> avaliação da infraestrutura da cidade <input type="checkbox"/> hábitos de viagens dos turistas <input type="checkbox"/> contagem e residência dos turistas	
1.5	INSTRUMENTOS DE DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> relatórios gerenciais internos <input type="checkbox"/> divulgação pública geral <input type="checkbox"/> anuário estatístico	
1.6	EFETIVIDADE DAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> aplicação na elaboração das políticas públicas <input type="checkbox"/> utilização no planejamento <input type="checkbox"/> utilização no marketing <input type="checkbox"/> utilização na comercialização <input type="checkbox"/> utilização na captação de novos investimentos <input type="checkbox"/> outros	
2	PESQUISA DE OFERTA	
2.1	NATUREZA DOS DADOS LEVANTADOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> número de meios de hospedagem <input type="checkbox"/> unidades habitacionais <input type="checkbox"/> leitos <input type="checkbox"/> pessoal ocupado <input type="checkbox"/> atrativos turísticos <input type="checkbox"/> número de empreendimento gastronômico <input type="checkbox"/> número de empreendimento de eventos e correlatos <input type="checkbox"/> outros	
2.2	TIPOS DE LEVANTAMENTOS REALIZADOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> inventário turístico <input type="checkbox"/> cadastro de equipamentos turísticos <input type="checkbox"/> outros	
2.3	ENTIDADE RESPONSÁVEL PELAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> departamento (dentro do órgão de turismo) específico de pesquisa <input type="checkbox"/> área de pesquisa da prefeitura <input type="checkbox"/> terceirizado	
2.4	PERIODICIDADE E SÉRIE HISTÓRICA DAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> uma edição <input type="checkbox"/> semestral <input type="checkbox"/> anual <input type="checkbox"/> conforme demanda	
2.5	ASPECTOS ABORDADOS NA PESQUISA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> informações quantitativas <input type="checkbox"/> informações qualitativas <input type="checkbox"/> imagens	
2.6	INSTRUMENTOS DE DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> relatórios gerenciais internos <input type="checkbox"/> divulgação pública geral <input type="checkbox"/> anuário estatístico	
2.7	EFETIVIDADE DAS PESQUISAS <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> aplicação na elaboração das políticas públicas <input type="checkbox"/> utilização no planejamento <input type="checkbox"/> utilização no marketing <input type="checkbox"/> utilização na comercialização <input type="checkbox"/> utilização na captação de novos investimentos <input type="checkbox"/> outros	
3	SISTEMA DE ESTATÍSTICAS DO TURISMO	
3.1	EXISTÊNCIA DE SISTEMA ESTATÍSTICO DO TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
3.2	INDICADORES DE DESEMPENHO DO SETOR DE TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
3.3	PROJEÇÕES E ESTIMATIVAS RELEVANTES PARA O SETOR DE TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> projeção para 5 anos <input type="checkbox"/> projeção para 10 anos <input type="checkbox"/> projeção para 15 anos	
3.4	ENTIDADE RESPONSÁVEL PELO SISTEMA <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> departamento (dentro do órgão de turismo) específico de pesquisa <input type="checkbox"/> área de pesquisa da prefeitura <input type="checkbox"/> terceirizado	
3.5	DISPONIBILIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> relatórios gerenciais internos <input type="checkbox"/> divulgação pública geral <input type="checkbox"/> anuário estatístico	
3.6	SISTEMA DE ACOMPANHAMENTO DE OBJETIVOS DA POLÍTICA DE TURISMO <input type="checkbox"/> inexistente <input type="checkbox"/> existente	
4	MEDIÇÃO DOS IMPACTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA	

4.1	SISTEMA DE MONITORAMENTO DE IMPACTOS () inexistente () impacto social () impacto ambiental () impacto econômico	
4.2	INDICADORES DE IMPACTOS NO TURISMO () inexistente () número de empregos em turismo () investimentos realizados () fluxo de turistas () faturamento das empresas () impostos arrecadados de empresas de turismo () outros	
4.3	ENTIDADE RESPONSÁVEL PELO MONITORAMENTO () inexistente () departamento (dentro do órgão de turismo) específico de pesquisa () área de pesquisa da prefeitura () terceirizado	
4.4	AÇÕES MITIGADORAS DOS IMPACTOS () inexistente () campanhas ambientais () campanhas de formalização dos negócios () fomento ao aumento de empregos () estudos de capacidade de carga () outros	
5 SETOR ESPECÍFICO DE ESTUDOS E PESQUISAS		
5.1	EXISTÊNCIA DE SETOR/DEPARTAMENTO ESPECIALIZADO () inexistente () departamento (dentro do órgão de turismo) específico de pesquisa () área de pesquisa da prefeitura	
5.2	PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS () inexistente () estatístico () matemático () outros	
5.3	TEMPO DE FUNCIONAMENTO DO SETOR/DEPARTAMENTO () inexistente () menos de 1 ano () entre 2 e 3 anos () acima de 4 anos	
5.4	UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES ESTATÍSTICOS () inexistente () existente	
I ECONOMIA LOCAL		
1 ASPECTOS DA ECONOMIA LOCAL		
1.1	PIB E PIB PER CAPITA Citar número	
1.2	ARRECADAÇÃO DE ISS Citar número	
1.3	COTA DO DESTINO NO FUNDO DE PARTICIPAÇÃO DOS MUNICÍPIOS Citar número	
2 INFRAESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO		
2.1	NÚMERO DE TELEFONES PÚBLICOS Citar número	
2.2	NÚMERO DE OPERADORAS DE TELEFONE CELULAR QUE OFERECEM COBERTURA Citar número	
2.3	NÚMERO DE AGÊNCIAS DOS CORREIOS Citar número	
2.4	DISPONIBILIDADE DE SERVIÇOS DE INTERNET EM BANDA LARGA () inexistente () existe apenas na zona urbana () existe na totalidade do município	
3 INFRAESTRUTURA E FACILIDADES PARA NEGÓCIOS		
3.1	DISPONIBILIDADE DE TERMINAIS DE AUTOATENDIMENTO (CAIXAS ELETRÔNICOS) Citar número	
3.2	QUANTIDADE DE CAIXAS LOTÉRICAS Citar número	
3.3	PRÁTICAS DE BENEFÍCIOS FISCAIS () inexistente () desconto em IPTU () desconto em ISS () outros benefícios	
3.4	LINHAS ESPECIAIS DE FINANCIAMENTO PARA TURISMO () inexistente () linhas de crédito BB () linhas de crédito CEF () linhas de crédito BRDE () outras linhas	
4 EMPREENDIMENTOS OU EVENTOS ALAVANCADORES		

4.1	EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS ALAVANCADORES DE FLUXO TURÍSTICO () inexistente () apenas um empreendimento ou evento () entre dois e cinco () mais de seis	
4.2	EXISTÊNCIA DE CONVENTION & VISITORS BUREAU () inexistente () entidade local () entidade regional	
4.3	SEDE DE EVENTOS INTERNACIONAIS () inexistente () um evento internacional () entre dois e cinco eventos internacionais () mais de seis eventos internacionais	
4.4	EMPREENDIMENTOS SIGNIFICATIVOS (GERAM FLUXO TURÍSTICO RECEPTIVO) () inexistente () existente	
J CAPACIDADE EMPRESARIAL		
1 CAPACIDADE DE QUALIFICAÇÃO E APROVEITAMENTO DO PESSOAL LOCAL		
1.1	ESCOLAS TÉCNICAS () inexistente () turismo () eventos () guias de turismo () gastronomia () turismo rural () ecoturismo () hotelaria	
1.2	FACULDADES E UNIVERSIDADES Citar número	
1.3	CURSO SUPERIOR EM TURISMO Citar número	
1.4	UNIDADES DO SISTEMA S () inexistente () SEBRAE () SENAC () SENAI () SENAT () SENAR () SESC	
1.5	OFERTA DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO Citar número	
1.6	ESCOLAS DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS Citar número	
1.7	APROVEITAMENTO DA FORÇA DE TRABALHO LOCAL NO TURISMO (OPERACIONAL E GERENCIAL) () inexistente () mão de obra de localidades próximas () participação de menos de 50% da mão-de-obra local () acima de 50%	
2 PRESENÇA DE GRUPOS NACIONAIS OU INTERNACIONAIS NO SETOR DE TURISMO		
2.1	LOCADORAS DE VEÍCULO Citar número	
2.2	HOTÉIS Citar número	
2.3	RESTAURANTES/LANCHONETES Citar número	
3 CONCORRÊNCIA E BARREIRAS DE ENTRADA		
3.1	ORGANIZAÇÃO DE ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APLs) DE TURISMO () inexistente () APL em formação () APL organizada	
3.2	DISPONIBILIDADE DE TERRENOS OU ESPAÇO FÍSICO () indisponibilidade de oferta de terrenos () terrenos distantes da área turística ou central da cidade () terrenos com área insuficiente para grandes empreendimentos () grande oferta de terrenos próximo à área central () diversidade de terrenos disponíveis	
3.3	REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA () inexistente () existente	
3.5	BARREIRAS LEGAIS OU AUSÊNCIA DE INCENTIVOS FISCAIS () inexistente () existente	
3.6	ESCASSEZ DE PESSOAL CAPACITADO () inexistente () existente	
3.7	DIFICULDADES PARA OBTENÇÃO DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL () inexistente () existente	

4	PRESENÇA DE EMPRESAS DE GRANDE PORTE, FILIAIS OU SUBSIDIÁRIAS	
4.1	EXISTÊNCIA DE EMPRESAS DE GRANDE PORTE, FILIAIS OU SUBSIDIÁRIAS () inexistente () existente	
4.2	SEGMENTO DAS EMPRESAS () inexistente () empresas não-turísticas () empresas de turismo	
4.3	UTILIZAÇÃO DO TRANSPORTE AÉREO COMO CANAL DE ESCOAMENTO DE MERCADORIAS () inexistente () existente	
4.4	ATRAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS DE OUTRAS LOCALIDADES (CIDADES, PAÍSES) () inexistente () existente	
K	ASPECTOS SOCIAIS	
1	ACESSO À EDUCAÇÃO	
1.1	ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO MUNICIPAL-EDUCAÇÃO <small>Citar número</small>	
1.2	ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO BÁSICA <small>Citar número</small>	
1.3	TAXA DE ALFABETIZAÇÃO <small>Citar número</small>	
1.4	PERCENTUAL DE HABITANTES COM ACESSO AO SISTEMA DE ENSINO () inexistente () insuficiente () suficiente	
2	EMPREGOS GERADOS PELO TURISMO	
2.1	TAXA DE EMPREGO NAS ATIVIDADES DE TURISMO <small>Citar número</small>	
2.2	GRAU DE INFORMALIDADE OU DE EMPREGOS TEMPORÁRIOS () inexistente () menos de 10% () entre 11% e 20% () entre 21% e 50% () entre 51% e 80% () acima de 80%	
2.3	PRINCIPAIS DEFICIÊNCIAS NA FORMAÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO () inexistente () noções de higiene () alfabetização () idiomas () gestão de negócios e de atrativos () certificações individuais () outros	
3	POLÍTICA DE ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO À EXPLORAÇÃO SEXUAL INFANTO-JUVENIL	
3.1	EXISTÊNCIA DE POLÍTICA DE ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO () inexistente () existe uma política sem implementação () existe uma política implementada	
3.2	DIVULGAÇÃO DA POLÍTICA () inexistente () cartazes () palestras () outdoor () folhetos () outros	
3.3	FERRAMENTA DE DENÚNCIA () inexistente () disque 100 () ONG's especializadas () polícia local () promotoria () conselho tutelar	
3.4	EVIDÊNCIAS DE EXPLORAÇÃO SEXUAL INFANTO-JUVENIL () inexistente () existente	
4	USO DE ATRATIVOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS PELA POPULAÇÃO	
4.1	USO EFETIVO POR PARTE DA POPULAÇÃO () inexistente () atrativos e equipamentos de uso exclusivo dos turistas () aproveitamento parcial pela população local () aproveitamento total pela população local	
4.2	NATUREZA DA UTILIZAÇÃO () inexistente () gratuita () paga	
4.3	PROGRAMAS DE INCENTIVO À POPULAÇÃO () inexistente () realização de eventos nos atrativos () visitação aos atrativos () outros	

5	CIDADANIA, SENSIBILIZAÇÃO E PARTICIPAÇÃO NA ATIVIDADE TURÍSTICA	
5.1	EXISTÊNCIA DE POLÍTICAS FORMAIS DE SENSIBILIZAÇÃO SOBRE TURISMO () inexistente () contatos pessoais () oficinas, reuniões e seminários () outros	
5.2	EXISTÊNCIA DE POLÍTICAS FORMAIS DE CONSCIENTIZAÇÃO DO TURISTA () inexistente () informação na entrada da cidade ou no centro de informações turísticas () folhetos de conscientização () cartazes de conscientização distribuídos nos equipamentos e atrativos turísticos () sinalização adequada de informação () outros	
5.3	PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA NAS DECISÕES DE TURISMO () inexistente () participação no conselho municipal de turismo () envolvimento das ações de turismo () outros	
L	ASPECTOS AMBIENTAIS	
1	ESTRUTURA E LEGISLAÇÃO MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE	
1.1	EXISTÊNCIA DE ÓRGÃO RESPONSÁVEL SOBRE MEIO AMBIENTE () inexistente () secretaria () departamento () fundação	
1.2	EXISTÊNCIA DE CONSELHO OU FÓRUM DE MEIO AMBIENTE () inexistente () existente com pouca atuação () existente com grande atuação	
1.3	ATIVIDADES REALIZADAS PELO CONSELHO OU FÓRUM DE MEIO AMBIENTE () inexistente () propor a política ambiental do município e fiscalizar o seu cumprimento () analisar e, dependendo do caso, emitir licenças ambientais para atividades com potencial poluidor em âmbito municipal () promover ações, projetos e programas de educação ambiental () propor a criação de normas legais, bem como a adequação e regulamentação de leis, padrões e normas municipais, estaduais e federais () opinar sobre aspectos ambientais de políticas estaduais ou federais que tenham impactos locais () receber e apurar denúncias feitas pela população sobre degradação ambiental, sugerindo à Prefeitura as providências necessárias.	
1.4	EXISTÊNCIA DE CÓDIGO AMBIENTAL MUNICIPAL OU EQUIVALENTE () inexistente () existente	
2	ATIVIDADES EM CURSO POTENCIALMENTE POLUIDORAS	
2.1	EXISTÊNCIA DE ATIVIDADES POTENCIALMENTE POLUIDORAS AUTORIZADAS () inexistente () existe próximo a alguma atividade turística () existe sem qualquer contato com a atividade turística	
2.2	ELEMENTOS DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO AR () inexistente () indicadores de partículas totais em suspensão (PTS) () indicadores de fumaça () indicadores de partículas inaláveis (PI ou PM10) () indicadores de dióxido de enxofre (SO2) () indicadores de monóxido de carbono (CO) () indicadores de ozônio (O3) () indicadores de dióxido de nitrogênio (NO2)	
3	REDE PÚBLICA DE DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA	
3.1	DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA NO MUNICÍPIO () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.2	ABRANGÊNCIA DE ATENDIMENTO À POPULAÇÃO () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.3	ABRANGÊNCIA DE ATENDIMENTO AO EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.4	EXISTÊNCIA DE RESERVATÓRIO OU MANANCIAL DE ÁGUA NO TERRITÓRIO () inexistente () insuficiente () suficiente	
3.5	ESTRUTURA PARA TRATAMENTO E REUTILIZAÇÃO DE ÁGUA () inexistente () insuficiente () suficiente	

4	REDE PÚBLICA DE COLETA E TRATAMENTO DE ESGOTO	
4.1	PERCENTUAL DE ESGOTO COLETADO <i>Citar número</i>	
4.2	EXISTÊNCIA DE INCENTIVOS FORMAIS PARA ESTIMULAR A LIGAÇÃO DE RESIDÊNCIAS E ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS À REDE DE COLETA DE ESGOTO () inexistente () existente	
4.3	DISPONIBILIDADE DE ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO () inexistente () insuficiente () suficiente	
4.4	PERCENTUAL DE ESGOTO TRATADO <i>Citar número</i>	
5	COLETA E DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS	
5.1	EXISTÊNCIA DE SERVIÇO DE COLETA DOMICILIAR DE RESÍDUOS SÓLIDOS () inexistente () existente	
5.2	PERCENTUAL DA POPULAÇÃO ATENDIDA PELO SERVIÇO DE COLETA <i>Citar número</i>	
5.3	SERVIÇOS DE LIMPEZA PÚBLICA REALIZADOS NAS ÁREAS TURÍSTICAS () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.4	OPERAÇÃO DE COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS () inexistente () existente	
5.5	PROMOÇÃO DE CAMPANHA EDUCATIVA SOBRE A DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS () inexistente () existente	
5.6	CAPACIDADE OPERACIONAL DOS DEPÓSITOS QUE RECEBEM OS RESÍDUOS () inexistente () insuficiente () suficiente	
5.7	DISPONIBILIDADE DE USINA DE COMPOSTAGEM QUE ATENDA O DESTINO () inexistente () existente	
6	UNIDADES DE CONSERVAÇÃO NO TERRITÓRIO MUNICIPAL	
6.1	TIPOS DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO EXISTENTES () inexistente () estação ecológica () reserva biológica () parque nacional () monumento natural () refúgio de vida silvestre () área de proteção ambiental () área de relevante interesse ecológico () floresta nacional () reserva extrativista () reserva de fauna () reserva de desenvolvimento sustentável () reserva particular do patrimônio natural	
6.2	QUANTIDADE DE UCS EXISTENTE <i>Citar número</i>	
6.3	EXISTÊNCIA DE PLANOS DE MANEJO () inexistente a todas as UCs () menos de 50% das UCs () acima de 51% das UCs possuem () 100% das UCs possuem	
6.4	EXISTÊNCIA DE CONSELHO GESTOR () inexistente a todas as UCs () menos de 50% das UCs () acima de 51% das UCs possuem () 100% das UCs possuem	
6.5	EXISTÊNCIA DE ATIVIDADES ECONÔMICAS () inexistente a todas as UCs () menos de 50% das UCs () acima de 51% das UCs possuem () 100% das UCs possuem	
M	ASPECTOS CULTURAIS	
1	PRODUÇÃO CULTURAL ASSOCIADA AO TURISMO	
1.1	OCORRÊNCIA DE ATIVIDADES ARTESANAIS () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.2	OCORRÊNCIA DE ATIVIDADES DE CULINÁRIA TÍPICA () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.3	NÍVEL DE COMERCIALIZAÇÃO () inexistente () local () regional () nacional () internacional	

1.4	EXISTÊNCIA DE UM EVENTO LOCAL TRADICIONAL OU TÍPICO ASSOCIADO AO TURISMO () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.5	EVENTUAL INTERAÇÃO ENTRE VISITANTES E POPULAÇÃO LOCAL NESTE EVENTO () sim () não	
1.6	PREVISÃO DE ATRAÇÃO DE TURISTAS A ESTE EVENTO () sim () não	
1.7	EXISTÊNCIA E EFETIVIDADE DE TRADIÇÕES CULTURAIS EVIDENTES E TÍPICAS () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.8	EXISTÊNCIA E EFETIVIDADE DE MANIFESTAÇÕES RELIGIOSAS PREPONDERANTES E EVIDENTES () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.9	EXISTÊNCIA E EFETIVIDADE DE COMUNIDADES TRADICIONAIS () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
1.10	EXISTÊNCIA DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS () inexistente () videolocadoras () clubes e associações desportivas () livrarias () centros culturais () teatros () museus () bibliotecas públicas () cinemas () shoppings centers	
2 PATRIMÔNIO CULTURAL		
2.1	EXISTÊNCIA DE PATRIMÔNIO IMATERIAL () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
2.2	EXISTÊNCIA DE PATRIMÔNIO ARTÍSTICO () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
2.3	EXISTÊNCIA DE PATRIMÔNIO DE SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
2.4	EXISTÊNCIA DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO () inexistente () sem uso turístico () com uso turístico	
2.5	TÍTULO DE PATRIMÔNIO TOMBADO () inexistente () tombamento municipal () tombamento estadual () tombamento nacional () tombamento internacional	
2.6	TÍTULO DE PATRIMÔNIO DA HUMANIDADE TOMBADO PELA UNESCO () sim () não	
3 ESTRUTURA MUNICIPAL PARA APOIO À CULTURA		
3.1	ESTRUTURA MUNICIPAL PARA ADMINISTRAÇÃO DA CULTURA () inexistente () secretaria () departamento () fundação	
3.2	EXISTÊNCIA DE POLÍTICAS DE CULTURA () inexistente () políticas de tombamento () políticas de preservação e conservação () políticas de aproveitamento turístico	
3.3	PRÁTICA DO CONTROLE DE CAPACIDADE DE CARGA E MANEJO AOS BENS CULTURAIS () inexistente () estudo de capacidade de carga documentado () prática efetiva do controle de capacidade de carga () plano de manejo do patrimônio documentado () prática efetiva do manejo adequado do patrimônio	
3.4	EXISTÊNCIA DE LEGISLAÇÃO LOCAL PARA CULTURA () inexistente () legislação de preservação () legislação de tombamento () outra	
3.5	USO DA LEGISLAÇÃO () criado () regulamentado () utilizado	