



### PARTE I • PODER EXECUTIVO

#### GABINETE DO PREFEITO

LEI Nº 2.727, DE 22 DE JUNHO DE 2020.

Dispõe sobre a aprovação do Plano Municipal de Turismo de Corumbá para o quadriênio 2020/2023.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CORUMBÁ Faço saber que a Câmara Municipal de Corumbá aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

**Art. 1º** Fica aprovado o Plano Municipal de Turismo de Corumbá para o quadriênio 2020/2023, na forma do Anexo Único da presente Lei.

**Art. 2º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas disposições em contrário.

Corumbá, 22 de junho de 2020.

**MARCELO AGUILAR IUNES**  
PREFEITO MUNICIPAL

**ANEXO ÚNICO DA LEI Nº 2.727, DE 22 DE JUNHO DE 2020.**  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ - MS  
FUNDAÇÃO DE TURISMO DO PANTANAL

#### PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

2020 - 2023

CORUMBÁ, MS, FEVEREIRO DE 2020.

**Prefeito Municipal Corumbá**  
Marcelo Iunes

**Diretora Presidente da Fundação de Turismo do Pantanal**  
Elisângela Sienna da Costa Oliva

**Assessor Executivo**  
Sandro da Costa Asseff

**Gerente de Políticas de Turismo**  
Carlos Augusto Espíndola

**Gerente de Desenvolvimento do Turismo**  
Viviane de Arruda Neves

**Gerente Administrativo Financeiro**  
Kelly Duarte

#### FICHA TÉCNICA

#### EQUIPE TÉCNICA DA FUNDAÇÃO DE TURISMO DO PANTANAL

**Coordenação Geral**  
Carlos Augusto Espíndola

**Equipe Técnica**  
Alberto De Medeiros Guimarães  
Alfredo Barbosa Da Silva Neto  
Carlos Alberto Bazzana  
Carlos Augusto Espíndola  
Darinah Francisca Da Silva  
Danielly Carvalho De Souza Ramuniel  
Elisângela Sienna Da Costa Oliva  
Enildo Jorge Bezerra Junior  
Fernanda Tizzei  
Gleissy Fonseca Dos Santos Pandolfo  
Jacqueline Ferri De Moura  
Jeferson Rogério Cortez  
Jessica Coimbra Carvalho  
Kátiusca Eliana Garcia Marquez  
Kelly Duarte Da Silva  
Luiz Francisco Batista Valdonado  
Marcel Ferraz Ruy Dias  
Melchior Goulart Merida Monteiro  
Mercedes I. Cornejo Cabrera Fernandez  
Ricardo Costa De Oliveira  
Sandro Da Costa Asseff  
Vanessa Coelho Velasquez  
Viviane De Arruda Neves

### Marcelo Aguilar Iunes Prefeito



#### Município de Corumbá

Rua Gabriel Vandoni de Barros, 01  
CEP 79333-141

Corumbá - Mato Grosso do Sul

CNPJ(MF) 03.330.461/0001-10

FONE: (67) 3234-3463

E-mail :  
diariooficial@corumba.ms.gov.br

DIOCORUMBÁ,  
instituído por meio do decreto Nº1.061, de 25/06/2012

#### Secretarias

|  |  |
|--|--|
| Secretaria Municipal de Governo.....                                 | Cássio Augusto da Costa Marques          |
| Secretaria Municipal de Finanças e Gestão.....                       | Luiz Henrique Maia de Paula              |
| Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sustentável..... | Luciano Aguilar Rodrigues Leite          |
| Secretaria Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos.....      | Ricardo Campos Ametlla                   |
| Secretaria Municipal de Educação.....                                | Genilson Canavarro de Abreu              |
| Secretaria Municipal de Saúde.....                                   | Rogério dos Santos Leite                 |
| Secretaria Municipal de Assistência Social e Direitos Humanos.....   | Gláucia Antonia Fonseca dos Santos Iunes |
| Secretaria Municipal de Segurança Pública.....                       | Edson Panes de Oliveira Filho            |
| Secretaria Especial de Cidadania e Políticas Públicas.....           | Amanda Cristiane Balancieri Iunes        |
| Secretaria Especial de Agricultura Familiar.....                     | Lucio Gabriel Nascimento e Sá            |
| Secretaria Especial de Relações Institucionais.....                  |  |
| Procuradoria-Geral do Município.....                                 | Alcindo Cardoso do Valle Júnior          |
| Controladoria-Geral do Município.....                                | Cleliane Souza da Silva                  |
| Chefia da Casa Civil.....  | Luiz Antonio da Silva                    |

#### Agências e Fundações

|   |                                  |
|---|----------------------------------|
| Fundação do Meio Ambiente do Pantanal.....                    | Ana Cláudia Moreira Boabaid      |
| Fundação de Esportes de Corumbá.....                          | Paulo André de Araújo Junior     |
| Fundação de Turismo do Pantanal.....                          | Elisângela Sienna da Costa Oliva |
| Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá..... | Joilson Silva da Cruz            |
| Agência Municipal de Trânsito e Transporte.....               | Lucio André Messias de Barros    |
| Agência Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor.....     | Vital Gonçalves Miguéis          |
| Agência Municipal de Proteção e Defesa Civil.....             | Isaque do Nascimento             |
| Agência Municipal Portuária.....                              | Mario Sérgio Aguiar Siqueira     |



**CONSULTORIA CONTRATADA**

PROJECT MS - Projeto, Consultoria e Marketing LTDA.  
 Técnico Responsável:  
 Idevaldo Garcia Leal Junior  
 CRA/MS 4631

Revisão gramatical:  
 Prof.ª Dinorá Araújo Verdolin

Normalização:  
 Regina Zélia Purri  
 Janderson Garcia dos Anjos

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Mural Casa de Cultura Art Izu. 13  
 Figura 2 - Mural Casa de Cultura Art Izu. 37  
 Figura 3 - Mural Casa de Cultura Art Izu. 63  
 Figura 4 - Mural Casa de Cultura Art Izu. 70

**LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Análise da oferta e demanda turística da pesca esportiva em barcos hotéis no Rio Paraguai. 17  
 Quadro 2 - Análise da oferta e demanda de cruzeiros de ecoturismo do Rio Paraguai. 18  
 Quadro 3 - Análise da oferta e demanda de passeios de ecoturismo no Rio Paraguai. 19  
 Quadro 4 - Análise da oferta e da demanda da pesca em barcos hotéis no Passo do Lontra. 20  
 Quadro 5 - Análise da oferta e demanda das pousadas de ecoturismo do Passo do Lontra. 21  
 Quadro 6 - Análise da oferta e da demanda das fazendas e pousadas pantaneiras. 22  
 Quadro 7 - Análise da oferta e da demanda das pousadas de pesca em Albuquerque. 23  
 Quadro 8 - Análise da oferta e da demanda das pousadas de pesca em Porto Morrinho. 24  
 Quadro 9 - Análise da oferta e da demanda de pousadas de ecoturismo na Serra do Amolar. 25  
 Quadro 10 - Análise da oferta e da demanda em hotéis, pousadas e similares da área urbana. 26  
 Quadro 11 - Análise da oferta e da demanda dos eventos culturais, religiosos e esportivos. 27  
 Quadro 12 - Análise da oferta e da demanda dos atrativos históricos, culturais e do artesanato. 28  
 Quadro 13 - Ação: Integrar dados de Corumbá no Observatório de Turismo de MS. 29  
 Quadro 14 - Ação: Incentivar a modernização e abertura de novos equipamentos de turismo. 29  
 Quadro 15 - Ação: Implementação da Lei de Incentivos para investimentos em equipamentos de turismo. 30  
 Quadro 16 - Ação: Incentivar a inovação e a introdução de experiências nas empresas de turismo. 31  
 Quadro 17 - Ação: Legalizar a utilização da Área Não Operacional do Porto Fluvial, como centro de convenções. 31  
 Quadro 18 - Ação: Incentivar a abertura de cruzeiros de ecoturismo com saída de Corumbá, no Rio Paraguai. 32  
 Quadro 19 - Ação: Profissionalizar os passeios de ecoturismo no Rio Paraguai e na Baía do Tamengo. 33  
 Quadro 20 - Ação: Realização de palestras, seminários e workshops sobre preservação, conservação e sustentabilidade dos recursos pesqueiros. 33  
 Quadro 21 - Ação: Revitalização e profissionalização da Casa de Cultura Art Izu. 34  
 Quadro 22 - Ação: Ampliar a oferta de roteiros integrados com Bonito, Serra da Bodoquena e Bolívia. 35  
 Quadro 23 - Análise do acesso pela BR 262. 39  
 Quadro 24 - Análise do acesso pela Estrada Parque Pantanal. 39  
 Quadro 25 - Análise da infraestrutura de acesso por transporte aéreo. 40

Quadro 26 - Análise da infraestrutura do Porto Geral. 40  
 Quadro 27 - Análise da infraestrutura do Cristo Rei do Pantanal. 41  
 Quadro 28 - Análise da infraestrutura de espaços públicos no centro histórico. 41  
 Quadro 29 - Análise da infraestrutura de combate a incêndios florestais. 42  
 Quadro 30 - Análise da segurança pública. 43  
 Quadro 31 - Análise da infraestrutura de comunicação. 43  
 Quadro 32 - Ação: Tornar permanente a atuação e a infraestrutura de prevenção e combate à incêndios no Pantanal. 44  
 Quadro 33 - Ação: Implantar serviço especializado de atendimento ao turista na Polícia Civil. 45  
 Quadro 34 - Ação: Ampliação de atendimento do posto da Polícia Federal na fronteira. 45  
 Quadro 35 - Ação: Ampliar os dispositivos de prevenção de acidentes com animais na BR 262. 46  
 Quadro 36 - Ação: Aprimorar a sinalização em frente o acesso a mineradoras na BR 262. 46  
 Quadro 37 - Ação: Aperfeiçoar a infraestrutura e sinalização da Estrada Parque Pantanal. 47  
 Quadro 38 - Ação: Implantar saneamento básico, recuperação do meio ambiente e interpretação ambiental nas comunidades do Porto da Manga e do Passo do Lontra. 48  
 Quadro 39 - Ação: Projeto de restauração e utilização da Casa do Telégrafo Rondon. 49  
 Quadro 40 - Ação: Fortalecer a Rota da Estrada Parque Pantanal. 49  
 Quadro 41 - Ação: Reestruturar a concessão de exploração de serviços de travessia de balsa na Estrada Parque Pantanal. 50  
 Quadro 42 - Ação: Revitalização da Avenida Rio Branco. 51  
 Quadro 43 - Ação: implantar paisagismo, lixeiras e câmeras de monitoramento na Orla Portuária. 52  
 Quadro 44 - Ação: Melhorar a infraestrutura de apoio para embarques e desembarques de turistas. 52  
 Quadro 45 - Ação: Incentivar investimentos no setor de comunicação. 53  
 Quadro 46 - Ação: Captação de linhas aéreas. 53  
 Quadro 47 - Ação: Restauração do Cristo Rei do Pantanal. 54  
 Quadro 48 - Ação: Revitalização das praças do centro histórico. 54  
 Quadro 49 - Ação: Revitalização do Mirante da Capivara. 55  
 Quadro 50 - Análise do programa de apoio a promoção e comercialização por meio do perfil "Corumbá Incrível". 57  
 Quadro 51 - Análise do apoio a promoção e comercialização de segmentos específicos. 57  
 Quadro 52 - Análise do programa de apoio a promoção e comercialização em feiras. 58  
 Quadro 53 - Análise do programa de apoio a promoção e comercialização por meio de Fampress e Famturs. 58  
 Quadro 54 - Análise da promoção e apoio à comercialização por meio do calendário de eventos públicos. 59  
 Quadro 55 - Ação: Fortalecer a participação de empresas de barcos hotéis em feiras. 60  
 Quadro 56 - Ação: Plano de Comunicação para o setor de barcos hotéis. 60  
 Quadro 57 - Ação: Realização do Campeonato de Pesca Esportiva de Corumbá. 61  
 Quadro 58 - Ação: Incentivar a realização de produção áudio visual sobre as excepcionalidades de Corumbá. 62  
 Quadro 59 - Ação: Ampliar a presença das empresas de Corumbá no mundo virtual. 64  
 Quadro 60 - Ação: Promover a oferta de Corumbá através do posicionamento de mercado. 64  
 Quadro 61 - Análise da gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo. 66  
 Quadro 62 - Ação: Revisar a Lei do Conselho Municipal de Turismo. 67  
 Quadro 63 - Ação: Ordenamento e gestão do uso da Orla Portuária. 67  
 Quadro 64 - Ação: Criação de receita para o Fundo Municipal de Turismo. 68  
 Quadro 65 - Ação: Reuniões do COMTUR para controle e gestão do Plano Municipal de Turismo. 69  
 Quadro 66 - Planilha de controle de metas e de índices de desempenho das ações de oferta e demanda. 72  
 Quadro 67 - Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de infraestrutura turística. 75  
 Quadro 68 - Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de promoção e apoio à comercialização. 79  
 Quadro 69 - Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo. 81

**SUMÁRIO**

PARTE I - PODER EXECUTIVO.....1  
 GABINETE DO PREFEITO .....1  
 BOLETIM DE LICITAÇÃO.....77  
 SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO.....77  
 SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS E GESTÃO .....78  
 FUNDAÇÃO DE MEIO AMBIENTE DO PANTANAL .....80

**LISTA DE SIGLAS**

ABAV - Associação Brasileira dos Agências de Viagens  
 ABETA - Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Esportes de Aventura  
 ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Mato Grosso do Sul  
 ACERT - Associação Corumbaense das Empresas Regionais de Turismo  
 ACIC - Associação Comercial e Empresarial de Corumbá; UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
 AGEMP - Agência Municipal Portuária



AGESUL - Agência Estadual de Gestão de Empreendimentos  
 AGETRAT - Agência Municipal de Trânsito e Transporte  
 APP - Área de Preservação Permanente  
 ATRATUR - Associação dos Atrativos Turísticos de Bonito e Região  
 AVIRRP - Feira da Associação dos Agentes de Viagens de Ribeirão Preto  
 BB - Banco do Brasil  
 BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento  
 BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
 CADASTUR - Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que Atuam no Setor de Turismo  
 CEF - Caixa Econômica Federal  
 CODES - Programa Corumbá em Desenvolvimento  
 COMTUR - Conselho Municipal de Turismo  
 DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes  
 Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
 EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo  
 EPP - Estrada Parque Pantanal  
 Expocruz - Feira Internacional de Santa Cruz  
 FITPAR - Feira Internacional de Turismo do Paraguai  
 FMAP - Fundação de Meio Ambiente do Pantanal  
 FUNDTUR MS - Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

Fundtur/Pantanal - Fundação de Turismo do Pantanal  
 IBAMA - Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Renováveis  
 IDH - Índice de Desenvolvimento Humano  
 IMASUL - Instituto de Meio Ambiente de Mato Grosso do Sul  
 IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional  
 JBIC - Banco Japonês de Cooperação Internacional  
 MMA - Ministério do Meio Ambiente  
 MTUR - Ministério do Turismo  
 OGD - Organização e Gestão do Destino de Santa Cruz  
 PROCON - Programa de Proteção e Defesa do Consumidor  
 RAIS - Relação Anual de Informações Sociais - Ministério da Economia  
 SEINFRA - Secretaria de Infraestrutura do Município  
 SEMAGRO - Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar  
 SICOOB - Sistema Financeiro Cooperativo do Brasil  
 SICREDI - Sistema de Crédito Cooperativo  
 Sanesul - Empresa de Saneamento de Mato Grosso do Sul  
 SPU - Superintendência de Patrimônio da União  
 UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
 UNESCO - Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura  
 WTM - World Travel Market

# PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ

# DIOCORUMBÁ

# FONE: 3234-3463

## SUMÁRIO

|  |          |
|--|----------|
| 1 APRESENTAÇÃO .....   | 12       |
| 2 VISÃO DE FUTURO .....  | 14       |
| 3 EIXOS DE DESENVOLVIMENTO .....   | 15       |
| 3.1 Oferta e demanda turística .....   | 15       |
| <b>3.1.1 Análise, oferta e demanda turística</b><br>.....                      | <b>1</b> |
| 6  |          |
| <b>3.1.2 Ações propostas para oferta e demanda turística</b><br>.....          | <b>2</b> |
| 9  |          |
| 3.2 Infraestrutura turística .....   | 38       |
| <b>3.2.1 Análise de infraestrutura turística</b><br>.....                      | <b>3</b> |
| 8  |          |
| <b>3.2.2 Ações propostas para a infraestrutura turística</b><br>.....          | <b>4</b> |
| 4  |          |
| 3.3 Promoção e apoio à comercialização.....                                    | 56       |
| 3.3.1 Análise da promoção e apoio à comercialização .....                      | 56       |
| 3.3.2 Ações de promoção e apoio à comercialização .....                        | 60       |
| 3.4 Gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo .....                    | 65       |
| 3.4.1 Análise da gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo .....       | 66       |
| 3.4.2 Ações de gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo .....         | 67       |
| <b>3.4.3 Planilhas de gestão de metas e de índices de desempenho</b><br>.....  | <b>7</b> |
| 1  |          |
| REFERÊNCIAS.....   | 82       |
| APÊNDICE A: MAPA MENTAL DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE<br>CORUMBÁ – MS ..... | 83       |



## 1 APRESENTAÇÃO

O presente Plano Municipal de Turismo foi uma iniciativa da Prefeitura Municipal de Corumbá, por meio da Fundação de Turismo do Pantanal sob a autorização do Conselho Municipal de Turismo de Corumbá (COMTUR), com a parceria do Sebrae/MS.

Segundo Chias,

Quando um país, região ou cidade propõe como prioridade impulsionar o turismo, torna-se necessário formular um plano estratégico de longo prazo, que seja referência para todas suas ações num período de tempo extenso e que estabeleça as bases e estratégias para toda sua ação futura. (CHIAS, 2007).

Desta forma, o presente planejamento possui o objetivo de direcionar as ações para o desenvolvimento do turismo na Capital do Pantanal, orientando o poder público e o mercado para as tendências estratégicas apontadas.

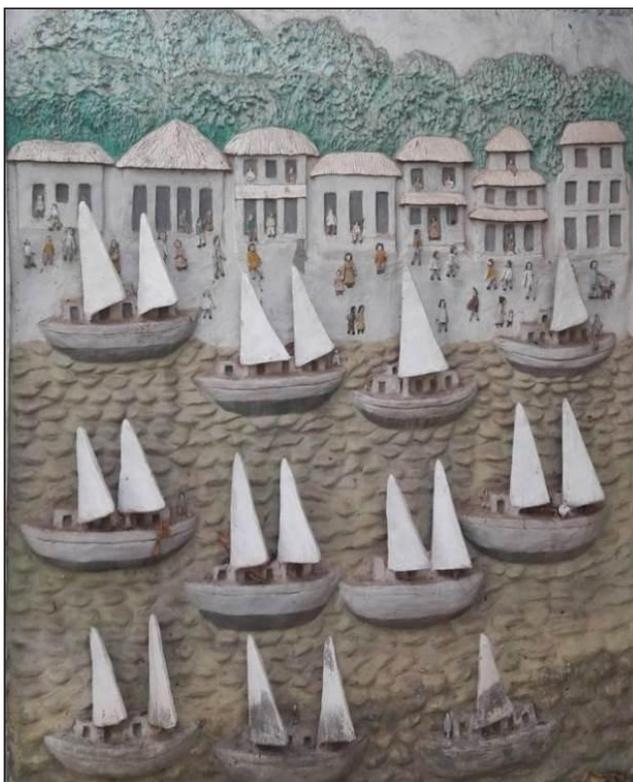
O reconhecimento do Pantanal como Patrimônio Nacional pela Constituição Federal, assim como os títulos de Reserva da Biosfera e Patrimônio Natural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), qualificam o território de Corumbá como excepcional, fato que direciona a análise territorial para o cumprimento dos requisitos não só do mercado turístico, mas, sobretudo, os requisitos da populações locais e também da humanidade.

Neste cenário, o reposicionamento das empresas de pesca esportiva, assim como a busca pelo fortalecimento do ecoturismo são planejados como instrumentos da integração da Rota Pantanal Bonito e Serra da Bodoquena.

Por meio de sessões plenárias, o Plano Municipal de Turismo de Corumbá foi construído estabelecendo ações para os Eixos: Oferta e Demanda Turística; Infraestrutura Turística; Promoção e Apoio à Comercialização; e Gestão do Destino e do Plano Municipal de Turismo.

Com o objetivo de retratar as oportunidades de temas e enredos a serem utilizados nos produtos turísticos, a riqueza cultural de Corumbá foi materializada nesse documento por meio de imagens de obras e textos de D. Izulina Gomes Xavier, artista local.

“EM 1.800, O PORTO DE CORUMBÁ, RECEBIA NAVIOS COM BANDEIRAS DE TODOS OS PAÍSES, FALAVAM TODAS AS LÍNGUAS, GENTE DE TODA COR, UM BORBURIM DE GENTE ALEGRE...”



*Figura 1 - Mural Casa de Cultura Art Izu.*



## 2 VISÃO DE FUTURO

“Ser reconhecido como principal destino turístico do Pantanal, referência em inovação e em hospitalidade. ”

### 3 EIXOS DE DESENVOLVIMENTO

Por meio de sessões plenárias, o Plano Municipal de Turismo de Corumbá foi construído, estabelecendo ações para os Eixos: Oferta e Demanda Turística; Infraestrutura Turística; Promoção e Apoio à Comercialização; e Gestão do Destino e do Plano Municipal de Turismo.

#### 3.1 Oferta e demanda turística

Por ser um caminho histórico entre nações e polo econômico regional, Corumbá produziu, em sua área urbana, um grande arranjo de empresas de turismo. A atividade portuária e a pesca formam a base do maior fluxo de turismo de lazer, além do grande fluxo de negócios existente.

As comunidades criadas em localidades estratégicas, distribuídas em seu extenso território também são exploradas, há décadas, por pousadas e outros equipamentos de turismo.

Foi possível, durante as oficinas, constatar a quantidade e a classificação de empresas de cada localidade, assim como algumas características da demanda. Porém, a ausência de índices de desempenho das empresas, de cada setor e de cada localidade, não permite uma análise mais profunda do ambiente econômico.

Nesse cenário, foi proposta a estratégia de somar os esforços da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul com a Fundação de Turismo do Pantanal, no compartilhamento de metodologia e de recursos humanos para a obtenção de índices de desempenho do setor turístico, integradas aos demais destinos turísticos do Estado no Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul.

“A gestão turística é um duplo processo de transformação, consistindo em transformar recursos em produtos e por sua vez, produtos em ofertas dirigidas ao mercado.” (CHIAS, 2007.)

A adaptação da oferta de pesca para os requisitos do mercado de pesca esportiva, assim como o aperfeiçoamento das empresas e espaços públicos existentes para atender aos requisitos do mercado de ecoturismo são as estratégias previstas para aprimorar os produtos existentes, direcionar e ampliar a oferta com maior competitividade no mercado.

A estratégia de promover, de forma combinada, o Programa Corumbá em



Desenvolvimento (CODES), as linhas de financiamentos com juros subsidiados e o Fundo de Aval para Micro e Pequenas Empresas (FAMPE), permitirá um avanço no fortalecimento do ambiente de negócios das localidades turísticas, independente dos segmentos praticados pelo conjunto da oferta.

A realização de eventos de promoção de negócios e de investimentos será o principal instrumento de incentivo à modernização das empresas de turismo e atração de novos investidores.

O incentivo à implantação de experiências e dispositivos tecnológicos de preservação ambiental também serão utilizados para valorizar a interpretação ambiental do bioma Pantanal, nos produtos turísticos e espaços públicos de Corumbá.

A estratégia já existente, de fortalecer a integração e comercialização de empresas de Bonito, Serra da Bodoquena, Corumbá e Bolívia, ganha força através de ação específica, de trocas de experiências de comercialização e promoção, com rodadas de negócios, prevendo o aumento de fluxo entre as empresas e os destinos.

### **3.1.1 Análise, oferta e demanda turística.**

Através de entrevistas, foi possível obter a percepção sobre os meios utilizados pelas empresas de cada localidade para ofertar seus produtos, as localidades às quais são dirigidas as ofertas e, conseqüentemente, as principais localidades emissoras da demanda.

Quando o produto é promovido fora de sua localidade, transforma-se numa oferta, que nada mais é que um produto, porém divulgado por meio de um programa dirigido a um público [...]. Finalmente, o mercado, atraído pelo produto e pela oferta, responde comprando (CHIAS, 2007).



Quadro 1– Análise da oferta e demanda turística da pesca esportiva em barcos hotéis no Rio Paraguai.

| RECURSO                  | PRODUTO   | OFERTA  | LOCALIDADE        | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO | AMEAÇA |
|--------------------------|---|---|-------------------|---|--|-------------|--------|
| Rio Paraguai e Pantanal. | Pesca Esportiva em Barcos Hotéis no Rio Paraguai. | Oferta realizada pelas empresas diretamente aos clientes através de site, redes sociais, feiras e indicações de clientes. | Público Nacional. | Oferta adequada ao perfil de cada grupo consumidor.<br>Personalização gera satisfação. Satisfação gera mais indicações.<br>Demanda da pesca significa 30,60% do fluxo de turistas do Município (Observatório do Turismo de Corumbá – 2016). | Oportunidade de se posicionar como um dos melhores destinos de pesca esportiva do Brasil.<br>Oportunidade de ampliar número de barcos hotéis que ofertam ecoturismo durante período da piracema. | N/A         | N/A    |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 2 – Análise da oferta e demanda de cruzeiros de ecoturismo do Rio Paraguai.

| RECURSO                  | PRODUTO                                  | OFERTA   | LOCALIDADE  | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO  | AMEAÇA   |
|--------------------------|--|--|---|---|---|--|--|
| Rio Paraguai e Pantanal. | Cruzeiros de Ecoturismo no Rio Paraguai. | Oferta realizada pelas empresas diretamente aos clientes através de site, indicações e parcerias com agências e operadores.<br>Oferta através de participação em feiras.<br>Realização de <i>Famturs</i> e <i>Fampress</i> para agências, operadoras, jornalistas e <i>influencers</i> . | Oferta realizada em território nacional, com foco nas Regiões Sudeste, Sul e Nordeste.<br>Oferta internacional com foco na Bolívia (Santa Cruz de La Sierra) e Paraguai (Assunção). | Consegue posicionar o produto e o destino em todo o país e países vizinhos.<br>Realização de <i>Famturs</i> e <i>Fampress</i> capacitam <i>Influenciadores</i> para promover e comercializar o produto e o destino. | Estimular a abertura de cruzeiros de ecoturismo em mais empresas.<br>Adequar os espaços públicos aos requisitos do público de ecoturismo.<br>Ofertar treinamento para agentes e operadores participantes das feiras e regiões.<br><i>Famturs</i> e <i>Fampress</i> .<br>Ofertar novos roteiros e novos atrativos. | Espaços públicos não atendem os requisitos do mercado de ecoturismo (praças e museus).<br>Tarifa alta para o transporte aéreo. | Turistas fiquem com imagem negativa do destino devido a infraestrutura e manutenção de espaços e atrativos públicos.<br>Ameaça de agências realizarem programação isolada dos atrativos urbanos.<br>Baixa competitividade devido ao preço elevado. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 3 - Análise da oferta e demanda de passeios de ecoturismo no Rio Paraguai.

| RECURSO                  | PRODUTO                                | OFERTA   | LOCALIDADE  | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE                                       | PONTO FRACO                          | AMEAÇA  |
|--------------------------|--|--|---|---|--|--------------------------------------|---|
| Rio Paraguai e Pantanal. | Passeio de Ecoturismo no Rio Paraguai. | Oferta realizada através de agências especializadas e de agenciadores na zona urbana de Corumbá. | Oferta realizada nas Regiões Sudeste e Sul do País.<br><br>Oferta realizada para agências emissoras da Bolívia.<br><br>Oferta realizada no Centro da cidade diretamente aos turistas. | Agências fidelizadas.<br><br>Passeios acessíveis com vários preços e possibilidade de almoço a bordo. | Regulamentar a comercialização direta do segmento. | Desentendimentos entre agenciadores. | Turistas ficarem com imagem negativa do destino devido a desregulamentação da oferta. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 4 - Análise da oferta e da demanda da pesca em barcos hotéis no Passo do Lontra.

| RECURSO                | PRODUTO   | OFERTA  | LOCALIDADE  | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO   | AMEAÇA  |
|------------------------|---|---|---|--|--|---|---|
| Rio Miranda e Pantanal | Pesca em Pousadas e Barcos Hotéis no Passo do Lontra. | Oferta realizada através de operadoras de turismo, redes sociais, sites próprios, sites de reservas, sites de avaliações e sites de gerenciamento de reservas.<br>Algumas empresas participam de feiras específicas.<br>Indicações de clientes auxiliam a oferta. | Oferta nacional com foco em São Paulo, Paraná, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Santa Catarina.<br>Algumas empresas enviam representantes em feiras nacionais e internacionais. | Operadoras oferecem acesso à novos mercados e difundem o destino.<br>Demanda da pesca significa 30,60% do fluxo de turistas do Município (Observatório do Turismo de Corumbá – 2016).<br>Algumas empresas realizam <i>Famturs</i> independentes, sem auxílio do Governo.<br>Experiências vividas por clientes transmitidas à novos grupos geram credibilidade. | Reposicionar o mercado para os requisitos da "cota zero".<br>Estimular o aumento da maturidade das empresas no gerenciamento de redes sociais e investimentos em impulsos de <i>posts</i> e ferramentas Google;<br>Estimular clientes a postarem nas redes sociais.<br>Preencher período da piracema com oferta de ecoturismo. | Empresas ainda conhecem pouco sobre gerenciamento de redes sociais.<br>Nem todas as empresas conseguem adequar a oferta para o público da "cota zero".<br>Infraestrutura da comunidade do Passo do Lontra não atende os requisitos do público da "cota zero". | Reposicionamento de mercado para os requisitos da "cota zero" pode prejudicar o fluxo de caixa no curto prazo.<br>Terceirização do gerenciamento de redes sociais pode não trazer resultados satisfatórios. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 5 - Análise da oferta e demanda das pousadas de ecoturismo do Passo do Lontra.

| RECURSO                 | PRODUTO                                   | OFERTA  | LOCALIDADE  | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA   |
|-------------------------|---|---|---|---|---|---|--|
| Rio Miranda e Pantanal. | Pousadas de Ecoturismo do Passo do Lontra | Oferta realizada através de sites próprios, redes sociais e sites de reservas e avaliações.<br><br>Parceria com agências e operadoras de turismo. | Oferta nacional com foco no Estado de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Minas Gerais.<br><br>Há oferta integrada com Bonito, Serra da Bodoquena e Foz do Iguaçu.<br><br>Oferta internacional com foco na Europa, EUA e Austrália, com presença de oferta na Bolívia e Paraguai na América do Sul. | Há empresas que impulsionam ofertas nas redes sociais.<br><br>Operadoras oferecem acesso à novos mercados e difundem o destino.<br><br>Algumas empresas realizam Famturs independentes, sem auxílio do Governo.<br><br>Experiências vividas por clientes transmitidas à novos grupos geram credibilidade.<br><br>Participação do ecoturismo no fluxo turístico de Corumbá foi ampliado de 17,70% em 2015, para 24,80% em 2016, segundo o Observatório do Turismo do Pantanal. | Implantar técnicas de gerenciamento de redes sociais nas empresas.<br><br>Adequar a infraestrutura, preservação e interpretação ambiental da comunidade do Passo do Lontra aos requisitos do público de ecoturismo.<br><br>Conhecer a taxa de ocupação da categoria e elaborar plano de oferta da localidade (conjunto de empresas com apoio do poder público) para as baixas temporadas. | Com exceções, empresas não oferecem tecnologias de preservação ambiental.<br><br>Comunidade do Passo do Lontra não atende aos requisitos do público de ecoturismo.<br><br>Empresas ainda conhecem pouco sobre gerenciamento de redes sociais. | Ausência de envolvimento da comunidade do Passo do Lontra na preservação e interpretação do meio ambiente gerar insatisfação dos turistas. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 6 - Análise da oferta e da demanda das fazendas e pousadas pantaneiras.

| RECURSO                             | PRODUTO                          | OFERTA  | LOCALIDADE  | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA   |
|-------------------------------------|----------------------------------|---|---|--|---|---|--|
| Pantanal e Estrada Parque Pantanal. | Fazendas e Pousadas Pantaneiras. | Oferta realizada através de sites próprios, redes sociais, sites de avaliações, agências, operadoras. Oferta em feiras nacionais e internacionais. Indicações de clientes ampliam oferta. | Oferta nacional com foco em São Paulo, Paraná, Minas Gerais, Bonito e Serra da Bodoquena.<br>Oferta internacional com foco em países europeus: Holanda Alemanha e França. | Opinião de quem vivenciou experiências ajudam a promover a oferta e a decisão de compra.<br>Pantanal vende com facilidade. | Implantar governança local, estruturar e ofertar a Rota Turística Estrada Parque Pantanal.<br>Realizar oferta de Pousadas Pantaneiras integradas com empresas e atrativos do centro urbano de Corumbá e da Rota Bonito e Serra da Bodoquena.<br>Profissionalizar o gerenciamento de redes sociais e sites de reservas.<br>Ampliar as recomendações de turistas através de sites de avaliações.<br>Impulsionar posts com imagens de turistas divulgadas nos sites e redes sociais.<br>Direcionar a oferta, nas baixas temporadas de fluxo internacional, para o mercado interno.<br>Ampliação e melhoria da oferta, utilizando linhas de financiamento com juros subsidiados e Lei Municipal de Incentivo.<br>Oportunidade para implantação de pousadas e hotéis na modalidade "ecolodge". | Empresas ainda conhecem pouco sobre gerenciamento de redes sociais.<br>Com exceções, empresas não oferecem tecnologias de preservação ambiental.<br>Há espaço para ampliar a competitividade da oferta através de gestão de desempenho das empresas e do setor. | Não ofertar com a competitividade de outras empresas e outros destinos.<br>Empresas não promoverem a oferta em períodos de baixa ocupação.<br>Ausência de governança na EPP não permitir a evolução da Rota. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 7 – Análise da oferta e da demanda das pousadas de pesca em *Albuquerque*.

| RECURSO  | PRODUTO                           | OFERTA   | LOCALIDADE   | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO  | AMEAÇA  |
|--|-----------------------------------|--|--|--|---|--|---|
| Rios Paraguai, Miranda, Abobral, Taquari, Negrinhos e afluentes. Pantanal. | Pousadas de Pesca em Albuquerque. | Oferta realizada através de sites próprios, redes sociais, sites de avaliações.<br>Indicações de clientes ampliam oferta.<br>Participação em feiras. | Oferta direcionada aos Estados de São Paulo, Paraná e Santa Catarina | Acesso à Baía de Albuquerque, aos Rios Paraguai, Miranda, Abobral, Taquari, Negrinhos e afluentes. | Reposicionar a pesca para mercado esportivo.<br>Implantar divulgação conjunta da pesca esportiva na localidade, com apoio governamental.<br>Adaptar oferta para o ecoturismo através da formação de guias e aquisição de equipamentos.<br>Ofertar pesca e passeios de barco à Baía de Albuquerque, aos Rios Paraguai, Miranda, Abobral, Taquari, Negrinhos e afluentes.<br>Implantar novas práticas para divulgação em redes sociais.<br>Ampliar o alcance das redes sociais para outros Estados do Brasil. | Necessidade de trabalhadores bilíngues.<br>Empresas com diferentes níveis de maturidade gerencial. | Ausência de maturidade estratégica das empresas não possibilitar o reposicionamento de mercado. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 8 – Análise da oferta e da demanda das pousadas de pesca em Porto Morrinho.

| RECURSO                  | PRODUTO                              | OFERTA   | LOCALIDADE   | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA  |
|--------------------------|--------------------------------------|--|--|---|---|---|---|
| Rio Paraguai e Pantanal. | Pousadas de Pesca em Porto Morrinho. | Ofertas realizadas em sites das empresas e redes sociais.<br>Algumas empresas ofertam em revistas e mídia especializada de pesca.<br>As indicações de clientes são a base da oferta de alguns empreendimentos. | Oferta em mercado nacional, com destaque para os Estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo. | Fidelização de clientes é utilizada pelas empresas. | Reposicionar a oferta para novo perfil de pescadores.<br>Implantar divulgação conjunta da pesca esportiva na localidade, com apoio governamental.<br>Ampliar a oferta de pesca esportiva direcionada à Cooperativas agrícolas do Sul do País.<br>Aprimorar a fiscalização da pesca na região.<br>Evoluir a participação no mundo virtual através de técnicas e utilização de ferramentas específicas. | Proximidade com o Paraguai impede políticas de preservação de estoque de peixes.<br>Pouca fiscalização sobre pescadores ribeirinhos.<br>Escassez de peixes afeta a demanda.<br>Empresas não possuem técnicas de gestão de redes sociais. Pouca presença no mundo virtual. | Baixo estoque pesqueiro pode impactar fluxo de turistas.<br>Ausência de maturidade estratégica das empresas não possibilitar o reposicionamento de mercado. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 9 – Análise da oferta e da demanda de pousadas de ecoturismo na Serra do Amolar.

| RECURSO                         | PRODUTO                                   | OFERTA  | LOCALIDADE   | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO                                  | AMEAÇA |
|---------------------------------|---|---|--|--|---|--|--------|
| Rio Paraguai e Serra do Amolar. | Pousada de Ecoturismo na Serra do Amolar. | Oferta realizada através de agências, operadoras, site próprio e redes sociais.<br>Oferta em feiras nacionais.<br>Oferta integrada com cruzeiros de ecoturismo. | Oferta através de agências e operadoras para público nacional nos Estados de Mato Grosso do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro.<br><br>Planejando ampliação da oferta, através de agências e operadoras, para os Estados Unidos e Europa. | Excepcionalidade do ambiente, flora e fauna.<br>Utiliza Impulsionamento em redes sociais, com retorno. | Oportunidade de implantar novas formas de ofertar o produto.<br><br>Oportunidade de abrir mercado através de novas agências e operadoras.<br><br>Integrar a Serra do Amolar ao roteiro urbano de Corumbá, à Rota da Estrada Parque Pantanal e à Rota Bonito Serra da Bodoquena e Pantanal.<br><br>Oportunidade de aprimorar técnicas de gerenciamento de redes sociais.<br><br>Oportunidade para implantação de pousadas e hotéis na modalidade "ecolodge". | Custo elevado de acesso, por barco ou avião. | N/A    |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 10 – Análise da oferta e da demanda em hotéis, pousadas e similares da área urbana.

| RECURSO   | PRODUTO   | OFERTA   | LOCALIDADE  | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO  | AMEAÇA  |
|---|---|--|---|---|--|--|---|
| Área Urbana de Corumbá.<br>Polo Comercial Regional.<br>Centro Histórico.<br>Orla Portuária. | Hotéis, Pousadas e similares da Área Urbana de Corumbá. | Oferta realizada através de sites próprios, sites de reservas, sites de avaliações, redes sociais e ferramentas Google.<br>Oferta através de agências e operadoras, incluindo corporativo.<br>Há casos específicos de oferta integrada com pesca esportiva em Barcos Hotéis e oferta impulsionada para eventos.<br>Oferta em feiras. | Oferta nacional com foco em Campo Grande, na região Sudeste (São Paulo) e Santa Catarina.<br>Oferta internacional com foco na Bolívia (Santa Cruz de La Sierra), sobretudo aos finais de semana, férias e eventos.<br>Rede internacional oferta através de aplicativo para Bolívia, Paraguai e Argentina. | Sites de reserva realizam marketing, acesso para reserva e pagamento seguro.<br>Grandes empresas asseguram bom faturamento ao setor.<br>Possuem técnicas de gerenciamento de redes sociais. | Investimentos em redes sociais e ferramentas Google ampliam venda direta, sem comissão.<br>Profissionalizar o uso de redes sociais para aumentar a taxa de ocupação aos finais de semana.<br>Modernização dos equipamentos e implantação de tecnologias sustentáveis.<br>Ampliação e melhoria da oferta utilizando linhas de financiamento com juros subsidiados e Lei Municipal de Incentivo.<br>Atração de investimentos em operadores de receptivo.<br>Ampliar a oferta integrada com empreendimentos da Estrada Parque Pantanal, Rota Bonito e Serra da Bodoquena e Bolívia.<br>Oportunidade para implantação de pousadas e hotéis na modalidade "ecolodge". | Comissão e custos dos sites de reserva diminuem a lucratividade.<br>Pouca mão de obra capacitada para administrar redes sociais.<br>Pouca oferta integrada com passeios.<br>Falta operadores de receptivos formalizados, com profissionalismo. | Escassez de mão de obra especializada restringir a utilização de marketing digital.<br>Ausência de profissionalismo no receptivo dificultar oferta integrada. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 11 – Análise da oferta e da demanda dos eventos culturais, religiosos e esportivos.

| RECURSO                          | PRODUTO   | OFERTA   | LOCALIDADE   | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO        | AMEAÇA                                 |
|----------------------------------|---|--|--|--|---|--------------------|--|
| Patrimônio Histórico e Cultural. | Calendário de Eventos Culturais, Religiosos e Esportivos. | Oferta estadual: internet, imprensa, rádio, panfletagem. | Estado de Mato Grosso do Sul com foco em Campo Grande.<br><br>Alguns eventos recebem mídia espontânea de abrangência nacional. | Mídia espontânea é o forte da promoção.<br><br>Recomendações de quem participou dos eventos. | Ampliar a oferta para o Oeste do Estado de São Paulo.<br><br>Ampliar oferta de pacotes com roteiros integrados envolvendo transporte, eventos, traslados, passeios, hospedagem e alimentação.<br><br>Oportunidade de definir calendário com foco na distribuição da ocupação hoteleira durante o ano. | Limitação de voos. | Limitação de fluxo devido poucos voos. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 12 – Análise da oferta e da demanda dos atrativos *históricos, culturais e do artesanato*.

| RECURSO                          | PRODUTO                                       | OFERTA   | LOCALIDADE   | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO  | AMEAÇA   |
|----------------------------------|---|--|--|---|---|--|--|
| Patrimônio Histórico e Cultural. | Atrativos Históricos, Culturais e Artesanato. | Oferta realizada através de redes sociais, indicações, mídia espontânea.<br>Oferta integrada, realizada por agência de turismo especializada em cruzeiros de ecoturismo.<br>Divulgação e vendas de artesanato em feiras e eventos.<br>Oferta realizada através da Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul e Fundação de Cultura do Pantanal.<br>Oferta realizada com panfletos nos balcões dos hotéis. | Oferta direcionada à Instituições de ensino (escolas e universidades) do Estado, com foco em Campo Grande.<br>Demanda internacional pequena. | Promovem visitação nos atrativos e comercialização de artesanatos em datas específicas, para grupos dos cruzeiros de ecoturismo divulgam o local.<br>Fundação de Cultura de MS e Fundação de Cultura do Pantanal promovem os atrativos. | Ampliar relacionamentos com outras agências e hotéis de Corumbá, com pousadas da Estrada Parque Pantanal e do fluxo de Bonito e Serra da Bodoquena.<br>Profissionalizar a presença no mundo digital (sites) e aprimorar o uso de redes sociais e ferramentas virtuais (Google).<br>Elaborar convênio para Fundação de Turismo impulsionar publicações da instituição.<br>Implantar cobrança para visitação de alguns atrativos. | Infraestrutura deficiente e ausência de ambientes climatizados prejudicam as visitas.<br>Não possuem guias bilingues.<br>Ausência de oferta integrada entre empresas de turismo e atrativos culturais da cidade.<br>Pouco interesse dos equipamentos de turismo em ofertar os atrativos culturais.<br>Não possuem conhecimento sobre gerenciamento de redes sociais. | Visitação gratuita compromete a sustentabilidade de atrativos. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



### 3.1.2 Ações propostas para oferta e demanda turística

Quadro 13 – Ação: Integrar dados de Corumbá no Observatório de Turismo de MS.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Obter indicadores da demanda e da oferta para orientar políticas públicas e investimentos privados.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Estabelecer cooperação para obter indicadores integrados sobre a oferta e a demanda no Estado;<br>Conhecer e divulgar índices da oferta e da demanda periodicamente.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de termo de parceria e cooperação entre a Fundação de Turismo do Pantanal e da FUNDTUR/MS, ampliar a abrangência do Observatório de Turismo de MS para Corumbá, unificando a metodologia, compartilhando tecnologia, recursos humanos e financeiros. Realizar Termo de Cooperação com parceiros e iniciativa privada. Criar procedimento de análise periódica pelo COMTUR, para gestão dos Indicadores. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e FUNDTUR/MS.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Universidades; Empresas de Turismo.  |
| <b>METAS</b>                 | Convênio assinado em 2019.<br>4 boletins com participação de Corumbá por ano.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de Reuniões do COMTUR para análise dos indicadores/ Ano   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 14 – Ação: Incentivar a modernização e abertura de novos equipamentos de turismo.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Aumentar a competitividade dos empreendimentos e a oferta de produtos.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Modernizar os equipamentos existentes;<br>Incentivar a implantação de melhorias, inovações e experiências nas empresas;<br>Incentivar a abertura de novos equipamentos;<br>Fortalecer a identidade do destino, através dos empreendimentos;<br>Promover o uso de tecnologias ambientais de ponta nos equipamentos turísticos, como experiência de preservação ambiental.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, realizar seminários para investidores e oferecer acesso a tendências da economia da experiência combinadas com o acesso à linhas de crédito subsidiadas e ao Programa CODES – Corumbá em Desenvolvimento. Realizar seminários semestrais, em uma sequência evolutiva de temas, reunindo palestra se workshops sobre arquitetura, temas regionais, experiências, tecnologia e inovação. Realizar rodadas de negócios, como parte da programação dos seminários, aproximando empresários locais e de outros Estados, investidores (acesso às linhas de créditos com juros subsidiados e fundo de aval existentes: FCO – FUNGETUR – FAMPE), agências e operadoras de turismo, fornecedores de tecnologia. |

Quadro 14 – Ação: Incentivar a modernização e abertura de novos equipamentos de turismo.

(Conclusão)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | Fundação de Turismo do Pantanal   |
| <b>PARCEIROS</b>         | SEBRAE; FUNDTUR/MS; BB; CEF; BNDES; SICOOB; SICREDI.  |
| <b>METAS</b>             | 1 seminário em 2020; 1 seminário em 2021; 1 seminário em 2022; 1 seminários em 2023.  |
| <b>INDICADORES</b>       | Número de Financiamentos/ano;<br>Volume financiado/ano (R\$);<br>Aumento do Número de Empresas Abertas/ Ano dentre as ACTs Cadastur;<br>Saldo de Empresas Abertas/ Ano dentre as ACTs Cadastur. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 15 – Ação: Implementação da Lei de Incentivos para investimentos em equipamentos de turismo.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Oferecer isenção de impostos municipais para construção, reformas, ampliações e modernização de equipamentos turísticos.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Criar campanha nacional, para promover a oportunidade de investimentos no setor de turismo, em Corumbá;<br>Combinar linhas de financiamento subsidiadas com incentivos fiscais municipais, para atrair investimentos.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, elaborar material institucional de divulgação do Programa Corumbá em Desenvolvimento – CODES, integrado com as linhas de financiamento subsidiadas existentes e divulgar, internamente, em Corumbá e no Mato Grosso do Sul, nos demais Estados da Federação e no Exterior, as oportunidades de investimentos em Turismo, no Município de Corumbá. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | FUNDTUR MS; SEMAGRO; Ministério do Turismo; Embratur.  |
| <b>METAS</b>                 | Elaboração de material gráfico específico;<br>Visitas a instituições, feiras e grupos empresariais.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas atendidas pela Lei/ano;<br>Aumento no número de Vínculos Formais de Emprego relacionados à Lei/Ano em Corumbá – RAIS;   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 16 – Ação: Incentivar a inovação e a introdução de *experiências nas empresas de turismo*.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Oferecer aos empresários, acesso a técnicas de experiências e tecnologias utilizadas em outros destinos turísticos.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Incentivar a modernização dos equipamentos existentes,<br>Fomentar a implantação de melhorias, inovações e experiências nos empreendimentos;<br>Fortalecer a identidade do destino turístico, através dos empreendimentos.                   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal e empresas de turismo, planejar e realizar missões técnicas a outros destinos turísticos consolidados, oferecendo acesso às tendências da economia da experiência realizadas em outros destinos. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e Empresas de Turismo  |
| <b>PARCEIROS</b>             | SEBRAE; FUNDTUR MS.  |
| <b>METAS</b>                 | 1 missão em 2020;1 missão em 2021;1 missão em 2022; 1 missão em 2023.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas participantes por missão técnica.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 17 – Ação: Legalizar a utilização da Área Não Operacional do Porto Fluvial, como centro de convenções.

(Continua)

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Fomentar o turismo de eventos.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Legalizar o uso da Área Não Operacional do Porto Fluvial, junto as instituições, para ser utilizado como Centro de Convenções;<br>Captar recursos para a conclusão das obras do auditório e equipamentos;<br>Implantar dispositivos de uso responsável de economia de água e energia;<br>Executar o Plano de Marketing já existente do Centro de Convenções. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de levantamento jurídico realizado pela AGEMP, verificar as pendências para a legalização do uso do Centro de Convenções e executá-las. Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal e da AGEMP, elaborar o memorial descritivo e cronograma físico-financeiro de obras, para captação de recursos e implantação da ampliação.                       |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | FUNDTUR/Pantanal; AGEMP – Agência Municipal Portuária  |
| <b>PARCEIROS</b>             | SPU; MTUR; FUNDTUR MS  |
| <b>METAS</b>                 | Legalização da operação em 2020;<br>5 eventos em 2021;<br>8 eventos em 2022;<br>Conclusão da Ampliação em 2022<br>10 eventos em 2023;  |

Quadro 17 – Ação: Legalizar a utilização da Área Não Operacional do Porto Fluvial, como centro de convenções.

(Conclusão)

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>INDICADORES</b> | Número de eventos realizados/ano;<br>Taxa de ocupação/ mês. |
|--------------------|---|

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 18 - Ação: Incentivar a abertura de cruzeiros de ecoturismo com saída de Corumbá, no Rio Paraguai.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Ampliar o número de produtos e a oferta de cruzeiros de ecoturismo com saída de Corumbá, no Rio Paraguai.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Criar texto para unificação da linguagem e teor para comunicação do cruzeiro de ecoturismo em barcos hotéis no Pantanal;<br>Intercâmbio de experiências com outros destinos consolidados;<br>Criação de novas rotas fluviais;<br>Aprimorar a prática de observação de natureza nas programações dos cruzeiros;<br>Implantar sistema de aventura segura nos cruzeiros.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da ACERT e da Fundação de Turismo do Pantanal, unificar a comunicação sobre os cruzeiros de ecoturismo no Pantanal; através das duas instituições, articular a realização de missões técnicas para destinos consolidados de cruzeiros fluviais. Através de oficinas, elaborar novas rotas entre barcos hotéis e fazendas na margem do Rio Paraguai e implantar técnicas de observação de natureza. Por meio de parceria com a ABETA, implantar sistema de aventura segura nos cruzeiros. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | ACERT – Associação Corumbaense das Empresas Regionais de Turismo e Fundação de Turismo do Pantanal.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Sebrae/ MS; Senac, Fundtur/ MS e ABETA.   |
| <b>METAS</b>                 | Texto unificado em 2020;<br>Missão técnica para Manaus – 2020;<br>Oficina de Roteirização – 2020;<br>Oficina de Observação de Natureza – 2020;<br>Missão Técnica para ABETA Summit – 2020;<br>Oficina de Sistema de Aventura Segura – 2020/ 2021;<br>Missão Técnica para destino Europeu – 2021.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas operando cruzeiros de ecoturismo no Pantanal;<br>Número de embarques em cruzeiros de ecoturismo/ ano.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 19 – Ação: Profissionalizar os passeios de ecoturismo no Rio Paraguai e na Baía do Tamengo.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Profissionalizar a oferta, a comercialização e a operação dos passeios de ecoturismo realizados a partir da Orla Portuária.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Regulamentar a comercialização;<br>Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía;<br>Implantação de painel ilustrativo sobre a geografia e sobre o bioma Pantanal no Rio Paraguai e Baía do Tamengo, a ser localizado na Orla Portuária;<br>Incentivar o acesso das micro e pequenas empresas à linhas de financiamento subsidiadas e à implantação de novas tecnologias.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal e FMAP, AGEMP e empresários do setor, formar comissão para discutir a regulamentação da comercialização de passeios. Por meio da Fundação de meio Ambiente, realizar ação de limpeza e conscientização ambiental da Baía do Tamengo. Por meio da Fundação de Turismo, AGEMP, articular a autorização do IPHAN para instalação do Painel na Orla Portuária. Por meio de parceria entre a Fundação de Turismo do Pantanal e o Sebrae/ MS, oferecer consultorias para facilitar o acesso à linhas de financiamento subsidiadas e implantação de novas tecnologias. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal; FMAP e AGEMP.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | IPHAN; Empresas do segmento.  |
| <b>METAS</b>                 | Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía 2019;<br>Painel Ilustrativo em 2020;<br>Resolução da AGEMP para Comercialização – 2021.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de embarques para passeios de ecoturismo.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 20 – Ação: Realização de palestras, seminários e workshops sobre preservação, conservação e sustentabilidade dos recursos pesqueiros.

(Continua)

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b> | Consolidar Corumbá como principal destino de pesca esportiva da América do Sul |
|-----------------------|--|

Quadro 20 – Ação: Realização de palestras, seminários e workshops sobre preservação, conservação e sustentabilidade dos recursos pesqueiros.

(Conclusão)

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Planejar o formato dos eventos;<br>Captar recursos;<br>Qualificar empreendedores, colaboradores e comunidades.<br>Campanhas de Marketing para o setor;<br>Fiscalização do setor de pesca esportiva.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de palestras, seminários e workshops sobre preservação conservação e sustentabilidade dos recursos pesqueiros, campanhas de marketing e de fiscalização do setor, consolidar Corumbá como principal destino de pesca esportiva da América do Sul. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | ACERT.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Turismo do Pantanal; FUNDTUR MS; Polícia Militar Ambiental; IMASUL; Marinha do Brasil  |
| <b>METAS</b>                 | 1 evento em 2020; 1 evento em 2021; 1 evento em 2022; 1 evento em 2023.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de PAX/Mês em Barcos Hotéis – Capitania Fluvial;<br>Número de quantidade de visitas para pesca/Ano – Imasul.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 21 – Ação: Revitalização e profissionalização da Casa de Cultura Art Izu.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Revitalizar o espaço, valorizar a história da artista local e incentivar a visitação do atrativo.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Adaptar o espaço à visitação turística;<br>Valorizar a arte e a artista;<br>Profissionalizar a comunicação e a visitação do espaço;<br>Integrar o atrativo aos roteiros de visitação oferecidos pelas agências.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de projeto de reforma, adaptar o espaço à visitação, planejando acesso às obras, incluindo a oficina com os murais. Por meio de planejamento, estabelecer dias, horários e regras de visitação. Implantar um plano de comunicação para ampliar a divulgação e as regras de visitação, incluindo página na internet, perfil nas redes sociais (Instagram e Facebook) e placa com regras na entrada do atrativo. |



Quadro 21 – Ação: Revitalização e profissionalização da Casa de Cultura Art Izu.

(Conclusão)

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | Família Dona Izulina Gomes Xavier  |
| <b>PARCEIROS</b>         | N/A  |
| <b>METAS</b>             | Projeto Arquitetônico do espaço (casa e oficina);<br>Execução do Projeto de reforma;<br>Implantação do plano de comunicação;<br>Contratação de colaborador específico. |
| <b>INDICADORES</b>       | Número de Visitantes/ Ano  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 22 – Ação: Ampliar a oferta de roteiros integrados com Bonito, Serra da Bodoquena e Bolívia.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Incentivar a integração e a comercialização entre empresas dos destinos de Bonito, Serra da Bodoquena, Corumbá e Bolívia.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Incentivar a oferta integrada de roteiros envolvendo empresas dos diferentes destinos;<br>Trocar experiências de comercialização e de promoção;<br>Realizar rodadas de negócios entre empresários;<br>Aumentar o fluxo de turistas entre os destinos.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, com a parceria do Sebrae/ MS, realizar missão técnica para Bonito, e outra para as Missões La Gran Chiquitania e Salar de Uyuni, com objetivo de apresentar as boas práticas de comercialização, promoção, infraestrutura, gestão e organização dos destinos. Após as missões, realizar rodadas de negócios entre empresas dos destinos, com objetivo de integrar os roteiros. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Sebrae/MS; Fundação de Turismo de MS; COMTUR de Corumbá, COMTUR de Bonito, ATRATUR, OGD – Organização e Gestão do Destino de Santa Cruz.  |
| <b>METAS</b>                 | Missão Técnica para Bonito 2020;<br>Missão Técnica para Missões La Gran Chiquitania e Salar de Uyuni 2021;<br>Oficinas de Roteirização e Comercialização (Tarifário) 2020/ 2021/ 2022/ 2023;<br>Rodadas de Negócios 2020/ 2021/ 2022/ 2023.   |



Quadro 23 – Ação: Ampliar a oferta de roteiros integrados com Bonito,  
Serra da Bodoquena e Bolívia.

*(Conclusão)*

| INDICADORES | Número de Participantes nas Missões Técnicas;<br>Número de empresas comercializando roteiros integrados; |
|-------------|--|
|-------------|--|

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

“GUATÓS, ÍNDIOS PASSIVOS, MAS VALENTES CAÇADORES DE ONÇA. DESTREZA NO ARCO E FLEXA AZAGAIA. POR CADA ONÇA ABATIDA TINHA DIREITO A MAIS UMA MULHER ALGUNS TINHAM MAIS DE DEZ...”

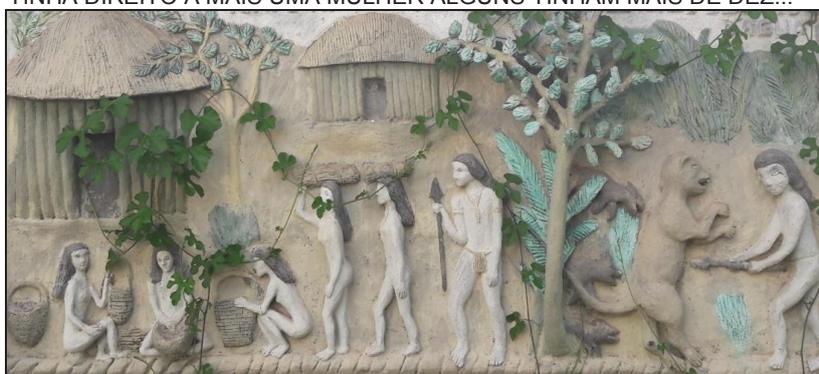


Figura 2 - Mural Casa de Cultura Art Izu.

### 3.2 Infraestrutura turística

O plano de desenvolvimento turístico tem como objetivo transformar os recursos em produtos turísticos. Para isso, será necessário atuar sobre o conjunto de atrativos do território (seu patrimônio natural e cultural), sua infraestrutura e serviços públicos relacionados com o uso e desfrute desses recursos (acessibilidade, comunicações, saneamento, etc.), sobre as pessoas que vivem no local e a organização do turismo (especialmente seus mecanismos de planejamento e gestão e legislação). (CHIAS, 2007).

Nesse aspecto, o Plano Municipal de Turismo de Corumbá considerou como ponto de partida, a estratégia de implantar melhorias e inovações na infraestrutura de acesso da área urbana e seus atrativos, através da BR 262 e da Estrada Parque Pantanal, fortalecendo a integração da Rota Pantanal, Bonito e Serra da Bodoquena.

Devido à existência de um aglomerado de empresas de turismo em sua extensão, a Estrada Parque Pantanal, estrategicamente, será contemplada com ações específicas de incentivo à governança da localidade, com participação de comunidades e empresas, além de programas específicos de saneamento, regularização fundiária e educação ambiental. Esses elementos buscam atender os requisitos dos títulos de Reserva da Biosfera e Patrimônio Natural da Humanidade, este último concedido pela UNESCO.

A Estrada Parque Pantanal também receberá infraestrutura turística, com plano de marketing associado, permitindo a profissionalização e o fortalecimento da “Rota Estrada Parque Pantanal”, com definição clara das empresas de turismo participantes e seus padrões específicos de qualidade.

Na área urbana as ações de infraestrutura projetam aprimorar o ambiente de negócios e oferecer maior competitividade para o Centro Histórico, para a Orla Portuária, para o Cristo Rei do Pantanal e para o Mirante da Capivara.

#### 3.2.1 Análise infraestrutura turística

[...] já que em outros lugares pôde-se comprovar que fundos haviam se destinado principalmente a novos equipamentos e infraestrutura pública, mas pouca atividade turística havia sido gerada, o que resultou em investimento privado escasso ou nulo. (CHIAS, 2007).

Como forma de direcionar a estruturação de ações de melhorias e inovações, foi realizada a análise das principais infraestruturas existentes no município.



Quadro 23 - Análise do acesso pela BR 262.

| INFRAESTRUTUR A     | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA  |
|---------------------|--|---|---|---|
| Acesso pela BR 262. | BR 262 totalmente pavimentada, com câmeras de controle de velocidade e alambrados para evitar atropelamento de animais nos trechos de maior incidência de acidentes. | Realizar estudos sobre estratégias de prevenção de acidentes com animais.<br>Implantar melhorias objetivando ampliar a integração entre o fluxo de Bonito e Estrada Parque Pantanal até o Centro Urbano de Corumbá. | Trecho da BR 262, próximo ao trevo da mineração com sinalização de trânsito deficiente.<br>Após Miranda, há um longo trecho na BR 262 sem Posto de Combustível ou ponto de apoio. | Risco de acidentes.<br>Viagem tensa.<br>Desestímulo ao deslocamento de turistas até a zona urbana de Corumbá. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 24 - Análise do acesso pela Estrada Parque Pantanal.

| INFRAESTRUTUR A                      | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO  | AMEAÇA   |
|--------------------------------------|--|---|--|--|
| Acesso pela Estrada Parque Pantanal. | Estrada Parque Pantanal denominada Área de Especial Interesse Turístico através de Decreto Estadual. | Profissionalizar a Rota da Estrada Parque do Pantanal através da gestão da localidade turística (empresas de turismo), fortalecimento da identidade (marca - rota), infraestrutura e promoção. Integração da Rota Bonito Pantanal via EPP com empreendimentos urbanos de Corumbá. | Ausência de fiscalização da oferta de travessia de balsa na EPP; custo elevado e ausência de atendimento noturno da balsa na EPP.<br>Pouca sinalização de trânsito e sinalização turística na EPP. | Ausência de atendimento de emergência e operações noturnas.<br>Diminuir a competitividade do passeio pela EPP. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 25 – Análise da infraestrutura de acesso por transporte aéreo.

| INFRAESTRUTURA                      | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO                | AMEAÇA                      |
|-------------------------------------|---|---|----------------------------|-----------------------------|
| Aeroporto Internacional de Corumbá. | Aeroporto Internacional com boa infraestrutura. Translado feito por táxi e aplicativo de celular. | Incentivar as Companhias Aéreas para realizarem estudos de implantação de escala em Corumbá de voos existentes. | Poucas opções de conexões. | Fluxo menor de passageiros. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 26 – Análise da infraestrutura do Porto Geral.

| INFRAESTRUTUR A | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA   |
|-----------------|--|---|---|--|
| Porto Geral     | Porto Geral com infraestrutura e Casario Histórico parcialmente restaurado com algumas empresas instaladas (artesanato, agências, lanchonetes, produtos náuticos, esportes). | Implantar o ordenamento e a gestão do local turístico com foco na atração de investidores e turistas.<br>Implantar paisagismo e lixeiras. | Desordenamento no Porto Geral (lixo, mau cheiro, atividades ilícitas, ausência de segurança, poluição visual e sonora).<br>Infraestrutura portuária é deficiente em questões de segurança, acessibilidade no embarque e desembarque | Atividades sem controle no Porto Geral prejudicarem a imagem do destino e a atração de investimento privado para o local.<br>Dificuldade de embarque e desembarque de pessoas idosas e portadores de necessidades especiais. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 27 – Análise da infraestrutura do Cristo Rei do Pantanal.

| INFRAESTRUTURA         | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO  | AMEAÇA                      |
|------------------------|---|--|--|-----------------------------|
| Cristo Rei do Pantanal | Obra da artista Izulina Xavier, possui visão privilegiada do Pantanal, de Corumbá, Ladário e Bolívia, com horário de funcionamento das 8 horas às 18 horas. | Restaurar o monumento, implantando paisagismo, iluminação e dispositivos de segurança (câmeras e alambrado). Oportunidade de instalação de placa com horário de funcionamento no portão. Oportunidade de instalação de totem com informações sobre as estações da "via sacra" e um breve histórico da artista e instalação de uma "rosa dos ventos" indicando a posição geográfica (Norte, Sul, Leste, Bolívia). | Monumentos depredados e lixo prejudicarem a visitaçao. | Afetar a imagem do destino. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 28 – Análise da infraestrutura de espaços públicos no centro histórico.

(Continua)

| INFRAESTRUTURA              | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO   | AMEAÇA  |
|-----------------------------|---|--|---|---|
| Praças do Centro Histórico. | Existência de três Praças no Centro Histórico, com monumentos e passeios. Destaque para o lago da Praça da Independência. | Reformar o lago da Praça da Independência, inclusive como dispositivo de conforto térmico. Implantação de paisagismo adequado ao clima e | Ausência de lixeiras e placas com os nomes das ruas no centro histórico. Jardim da Independência com lago vazio, sem paisagismo e manutenção. | Ocorrência de acidentes prejudica a imagem do destino. Espaços serem excluídos da programação de agências e operadoras. |



Quadro 28 – Análise da infraestrutura de espaços públicos no centro histórico

(Conclusão)

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  |  | dispositivos de irrigação.<br>Aprimorar a manutenção e limpeza do local. | Há ausência de segurança e pontos de venda e consumo de drogas.<br>Ausência de sanitário público.<br>Ausência do cumprimento de normas técnicas nas calçadas do centro histórico. | Dificuldade de localização no trânsito. Lixo nas ruas.<br>Desvalorização do passeio pelo Centro Histórico. |
|--|--|--|---|--|

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 29 – Análise da infraestrutura de combate a incêndios florestais.

| INFRAESTRUTURA                                    | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO                               | AMEAÇA                         |
|---|--|---|---|--------------------------------|
| Infraestrutura de Combate a Incêndios Florestais. | Existência de Brigadas contra incêndios no Pantanal. | Ampliar a infraestrutura de prevenção e de combate a incêndios. | Alta incidência de queimadas no Pantanal. | Imagem do destino prejudicada. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 30 – Análise da segurança pública.

| INFRAESTRUTURA     | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO   | AMEAÇA   |
|--------------------|--|--|---|--|
| Segurança Pública. | Município atendido pelas Polícias Civil, Militar, Ambiental e Federal. | Implantar batalhão de atendimento especializado ao turista.<br><br>Implantar monitoria ou vigilância por câmeras nas áreas turísticas. | Carência de monitoria ou vigilância por câmeras nas áreas turísticas (Estrada Parque, Porto Geral, Centro Histórico, Cristo Rei Mirante da Capivara).<br><br>Ausência de atendimento policial especializado ao turista. | Sensação de insegurança prejudicar a atratividade dos locais turísticos.<br><br>Imagem do destino prejudicada pela falta de atendimento especializado. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 31 – Análise da infraestrutura de comunicação.

| INFRAESTRUTURA           | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO  | AMEAÇA   |
|--------------------------|--|--|--|--|
| Serviços de Comunicação. | Existem serviços de telefonia móvel e internet 4G na área urbana atendendo algumas áreas rurais. | Aprimorar a oferta de serviços de telefonia e internet móvel na área urbana, Baía do Tamengo, Estrada Parque Pantanal, Albuquerque, Porto Morrinho e Serra do Amolar | A oferta de serviços de internet não suporta a demanda. Ausência de cobertura de internet em diversos pontos do município. | Falta de conectividade impedir ou dificultar a promoção, gestão de negócios, divulgação e presença no mundo virtual. Gerar insatisfação em turistas. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



### 3.2.2 Ações propostas para infraestrutura turística

Quadro 32 – Ação: Tornar permanente a atuação e a infraestrutura de prevenção e combate à incêndios no Pantanal.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Implantar brigada permanente de prevenção e de combate a incêndios no Pantanal, dotada de infraestrutura modelo.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Tornar a Prevfogo uma Brigada Permanente;<br>Reativar o Conselho Intersetorial de Prevenção e de Combate ao incêndio.<br>Criar uma plataforma de gestão de análise de causas de incêndios.<br>Capacitação de Peritos em incêndios florestais.<br>Investir em recursos tecnológicos e pessoal para combate à incêndio.<br>Criar um Fundo de Prevenção e Combate à Incêndios.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Meio Ambiente do Pantanal, reativar o Conselho Intersetorial de Prevenção e de Combate a Incêndio para elaboração de projeto de implantação e Infraestrutura da Brigada Permanente de Prevenção e Combate a Incêndio. Criar comissão do Conselho para elaborar plataforma de gestão de análise de causas de incêndios e para planejamento de Fundo específico que permita captação de recursos para tornar a brigada permanente, para a aquisição de equipamentos tecnológicos e capacitação de pessoal. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação Municipal de Meio Ambiente; IBAMA; Brigada Prevfogo; Corpo de Bombeiros de Corumbá.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Governo de Mato Grosso do Sul; Embrapa; Defesa Civil; Sindicato Rural; Forças Armadas (Marinha e Exército); Ministério Público; Polícia Federal.   |
| <b>METAS</b>                 | Conselho Intersetorial de Prevenção e de Combate a incêndio reativado em 2020.<br>Fundo de Prevenção e de Combate a Incêndios em 2021.<br>Implantação Brigada Permanente em 2021.<br>Projeto de Infraestrutura e Tecnologia em 2022.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de Incêndios/ano no território municipal<br>Área queimada/ano no território municipal   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 33 – Ação: *Implantar serviço especializado de atendimento ao turista na Polícia Civil.*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Aprimorar o atendimento ao turista.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Oferecer rapidez no atendimento de ocorrências policiais envolvendo turistas;<br>Oferecer serviço policial bilíngue;<br>Oferecer atendimento especial a turistas.                                       |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de articulação da Fundação de Turismo do Pantanal junto à Secretaria Estadual de Segurança Pública, implantar serviço especializado de atendimento ao turista em uma das delegacias da cidade. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal; Governo de Mato Grosso do Sul.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | N/A   |
| <b>METAS</b>                 | 1 equipe de policiais bilíngues com treinamento especializado   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de ocorrências atendidas/ano   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 34 – Ação: *Ampliação de atendimento do posto da Polícia Federal na fronteira.*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Facilitar a entrada e a saída de turistas da Bolívia.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Facilitar o fluxo de turistas vindos da Bolívia.<br>Diminuir o tempo de espera de turistas da Bolívia para entrar e sair do Brasil.<br>Melhorar a infraestrutura de espera e sanitários do Posto. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de gestão da Fundação de Turismo do Pantanal junto à Polícia Federal, propor a ampliação física e de atendimento do Posto da Polícia Federal na Fronteira.                               |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Polícia federal; UFMS.  |
| <b>METAS</b>                 | Ampliação de 2 sanitários em 2020.<br>Ampliação de 2 guichês de atendimento em 2020.<br>Implantação de sala de espera com cadeiras em 2020.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Pesquisa de satisfação com turistas.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 35 – Ação: Ampliar os dispositivos de prevenção de acidentes com animais na BR 262.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Integrar os estudos de prevenção de acidentes com animais na BR 262 e propor a implantação de novos dispositivos.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Integrar estudos sobre a eficiência dos alambrados instalados na BR 262.<br>Ampliar a disposição de dispositivos de prevenção de acidentes com animais silvestres.<br>Ampliar a sinalização existente.<br>Diminuir o número de incidência de animais mortos na pista.<br>Aumentar a segurança dos usuários.<br>Melhorar a imagem de sustentabilidade do destino turístico.         |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, criar um Fórum para integrar os estudos existentes e os órgãos responsáveis com o objetivo de propor a ampliação de dispositivos de prevenção de acidentes com animais silvestres na BR 262.<br>Elaborar projeto executivo, incluindo placas (campanha); Captar recursos; executar através da Fundação de Turismo do Pantanal e DNIT. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Meio Ambiente do Pantanal; DNIT.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | IMASUL; Polícia Rodoviária Federal; Embrapa; IBAMA; Ministério Público Federal; Instituto Homem Pantaneiro.  |
| <b>METAS</b>                 | Fórum de discussão em 2020.<br>1 Projeto Executivo em 2021.<br>Implantação de dispositivos e campanha em 2021.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de animais silvestres mortos/ano na BR 262 (Trecho Miranda a Corumbá).<br>Número de acidentes envolvendo animais/ ano (Trecho Miranda a Corumbá).   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 36 – Ação: Aprimorar a sinalização em frente o acesso a mineradoras na BR 262.

(Continua)

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Oferecer segurança e conforto aos usuários da rodovia, em trecho impactado pelo trânsito de transporte de minério. |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Diminuir o risco de acidentes.<br>Ampliar a segurança aos usuários da rodovia.                                     |
| <b>COMO FAZER</b>            | Elaborar projeto de sinalização e readequação da rodovia. Exigir a limpeza do trecho pelas empresas mineradoras.   |



(Conclusão)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | DNIT  |
| <b>PARCEIROS</b>         | Empresas Mineradoras.   |
| <b>METAS</b>             | Trecho de pista limpo em 2020.<br>Projeto de readequação e sinalização em 2020. |
| <b>INDICADORES</b>       | Número de acidentes de trânsito no local.                                       |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

*Quadro 37 – Ação: Aperfeiçoar a infraestrutura e sinalização da Estrada Parque Pantanal.*

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Fomentar o fluxo turístico e investimentos privados na Rota da Estrada Parque Pantanal.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Ampliar a segurança aos usuários da estrada.<br>Incentivar a integração dos empreendimentos turísticos da Estrada Parque do Pantanal com os empreendimentos urbanos de Corumbá e vice versa.<br>Atrair investimentos.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de articulação da Fundação de Turismo do Pantanal junto à AGESUL, elaborar projeto executivo para captação de recursos, prevendo implantar sinalização turística na EPP (Rio Paraguai; Região de Cervo; Região de Ariranha; Espécies de Peixes; Espécies de Mamíferos; Vegetação; Localidades – Porto da Manga, Morro de São João, Curva do Leque, Abobral, Miranda; Casa de Rondon/ Sítios Arqueológicos/ Buraco das Piranhas); sistema de monitoramento por câmera no Porto da Manga e na Curva do Leque; Manutenção de pontes; Portais de Entrada no Buraco das Piranhas e no Acesso pela BR 262; CAT no Buraco das Piranhas (BR 262); Placa indicativa no acesso pela Nhecolândia e Torre de observação no Buraco das Piranhas.<br>Sensibilização da AGESUL sobre podas e derrubadas de árvores na EPP. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal; FUNDTUR/ MS; AGESUL.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Empresas Mineradoras; Empreendimentos Turísticos.  |
| <b>METAS</b>                 | Projeto executivo em 2020.<br>Execução em 2021.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Taxa de ocupação dos hotéis, pousadas e similares da localidade.<br>Número de veículos transportados pela balsa do Porto da Manga.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 38 – Ação: Implantar saneamento básico, recuperação do meio ambiente e interpretação ambiental nas comunidades do Porto da Manga e do Passo do Lontra. *(Continua)*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Reposicionar o “Porto da Manga” e o “Passo do Lontra” como modelos de exploração integrada, participativa e sustentável de recursos naturais, conforme declarado no “Programa de Desenvolvimento Sustentável do Pantanal”.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | <p>Implantar governança Local.</p> <p>Promover a regularização fundiária das moradias e empreendimentos.</p> <p>Realizar mutirões de limpeza subsequentes.</p> <p>Implantar saneamento básico no “Porto da Manga” e no “Passo do Lontra” (Água e esgoto).</p> <p>Aprimorar a coleta de lixo, implantar coleta seletiva e compostagem.</p> <p>Recuperar a mata ciliar do Rio Paraguai.</p> <p>Melhorar condições de ensino (política de educação).</p> <p>Implantar campanha continuada de educação e interpretação ambiental.</p> <p>Incentivar a integração dos empreendimentos turísticos do local aos demais empreendimentos da Estrada Parque do Pantanal e aos empreendimentos urbanos de Corumbá e vice versa.</p> <p>Atrair investimentos.</p>   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de iniciativa da Fundação de Turismo do Pantanal e empresas de turismo da EPP, incentivar a formalização de instituição local para defesa dos interesses de empresários e moradores. Por meio de parceria com o MMA, captar recursos através do “Programa de Desenvolvimento Sustentável do Pantanal”. Por meio de parceria com a Sanesul, desenvolver tecnologia específica para a localidade e implantar projeto de saneamento básico (estação de tratamento de água e estação de tratamento de esgoto) com tecnologia adequada às características do local (enchentes). Fomentar a implantar coleta de lixo seletiva com comercialização por Associação ou Cooperativa. Implantar composteira e horta comunitária. Reflorestar a mata ciliar da Área de Preservação Permanente nas duas margens do Rio Paraguai e do Rio Miranda. Captar investimentos para melhorias na educação (construção de escola e recursos tecnológicos: torre de internet comunitária, sala especial de informática). Realizar campanha continuada de preservação e interpretação ambiental. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal; Empresas de Turismo e Sanesul.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Banco Japonês de Cooperação Internacional (JBIC); Conselho Deliberativo da Reserva da Biosfera do Pantanal; Programa de Formação em Educação Ambiental no Pantanal; Governo de MS; MMA.  |
| <b>METAS</b>                 | <p>Formalização de governança local em 2020.</p> <p>Mutirão de limpeza e campanha de sensibilização em 2020 (anual).</p> <p>Composteiras e hortas comunitárias em 2021.</p> <p>Reflorestamento de APP's em 2022.</p> <p>Implantação de Coleta Seletiva em 2023.</p> <p>Implantação de saneamento básico em 2023.</p> <p>Escolas e torre de internet em 2023.</p>  |

Quadro 38 – Ação: Implantar saneamento básico, recuperação do meio ambiente e interpretação ambiental nas comunidades do Porto da Manga e do Passo do Lontra.  
(Conclusão)

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>INDICADORES</b> | Número de residências atendidas por saneamento básico/ Localidades. |
|--------------------|---|

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 39 – Ação: Projeto de restauração e utilização da Casa do Telégrafo Rondon.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Restaurar a Casa do Telégrafo Rondon e Implantar um Centro Educacional Comunitário  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Verificar legalidade da proposta.<br>Fazer projeto arquitetônico de restauração e projeto executivo.<br>Captar recursos.<br>Restaurar Monumento.<br>Implantar Centro Educacional com biblioteca e sala de informática.                      |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de levantamento jurídico, verificar a legalidade da proposta, elaborar projeto técnico de restauração. Por meio do “Programa de Formação em Educação Ambiental no Pantanal”, captar recursos junto ao Ministério do Meio Ambiente. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Prefeitura Municipal de Corumbá; Fundação de Turismo do Pantanal. Fundação de Cultura do Pantanal; Secretaria Municipal de Educação.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | MMA; SPU; BID e Banco Japonês de Cooperação Internacional – JBIC  |
| <b>METAS</b>                 | Análise jurídica da proposta em 2020.<br>Projeto Executivo em 2020.<br>Casa restaurada, móveis máquinas e equipamentos em 2022.<br>Recursos para operação assegurados no orçamento municipal em 2022.                                       |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de crianças atendidas pelo projeto.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 40 – Ação: Fortalecer a Rota da Estrada Parque Pantanal.

(Continua)

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b> | Criar Marca e Selo de Qualidade para empreendimentos da Estrada Parque Pantanal. |
|-----------------------|--|

Quadro 40 – Ação: Fortalecer a Rota da Estrada Parque Pantanal.

(Conclusão)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Fortalecer a identidade da Rota Estrada Parque Pantanal.<br>Estabelecer padrões de qualidade para os empreendimentos da Rota.<br>Incentivar a integração dos empreendimentos turísticos da EPP com os empreendimentos urbanos de Corumbá e vice versa.                      |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da gestão empresarial da Rota, estabelecer padrões de qualidade para a obtenção de um selo de qualidade que identifique os empreendimentos participantes.<br>Por meio de um plano de marketing, criar marca para a rota, e plano de promoção do destino turístico. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Empresas da Rota Estrada Parque do Pantanal.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Turismo do Pantanal; FUNDTUR MS e Sebrae/MS.  |
| <b>METAS</b>                 | Instituição de gestão empresarial local em 2020.<br>Elaboração e execução Plano de Marketing da Rota em 2021.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Taxa de ocupação dos hotéis pousadas e similares da localidade.<br>Número de veículos transportados pela balsa do Porto da Manga.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 41 – Ação: Reestruturar a concessão de exploração de serviços de travessia de balsa na Estrada Parque Pantanal.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Profissionalizar o serviço de travessia de balsa na EPP.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Rever a concessão da exploração do serviço de travessia.<br>Profissionalizar os serviços de travessia.<br>Implantar infraestrutura de embarque e desembarque de veículos.<br>Obter licenciamento ambiental para a implantação da infraestrutura e operação.<br>Fortalecer a da Rota Estrada Parque Pantanal.<br>Incentivar a integração dos empreendimentos turísticos da EPP com os empreendimentos urbanos de Corumbá e vice versa.<br>Fiscalizar os termos da concessão. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, em parceria com a AGESUL, revisar os termos da concessão atual de exploração do serviço de travessia de balsa no Porto da Manga. Por meio do COMTUR, propor à AGESUL, a criação de um edital de licitação prevendo investimentos em contrapartida à exploração dos serviços.   |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | COMTUR; Fundação de Turismo do Pantanal; AGESUL.  |



Quadro 41– Ação: Reestruturar a concessão de exploração de serviços de travessia de balsa na Estrada Parque Pantanal.

(Conclusão)

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>PARCEIROS</b>   | UFMS   |
| <b>METAS</b>       | Edital de Licitação em 2020.<br>Investimentos previstos cumpridos em 2022.   |
| <b>INDICADORES</b> | <b>Indicadores:</b><br>Valor de investimento previsto no Edital de Concessão.<br>Número de veículos transportados pela balsa do Porto da Manga.<br>Pesquisa de Satisfação. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 42 – Ação: Revitalização da Avenida Rio Branco.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Revitalizar a avenida prevendo a atração de investimentos privados para o espaço.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Melhorar a pavimentação asfáltica.<br>Melhorar a sinalização de trânsito e turística;<br>Melhorar a ciclovia.<br>Revitalizar a calçada.<br>Implantação de paisagismo.<br>Reforma de alambrados.<br>Revitalização da indústria de cimento.<br>Ampliar o ambiente de negócios.<br>Atração de investidores. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da AGETRAT e FMAP, realizar projeto executivo e captar recursos para a execução. Por meio do Conselho Municipal de Turismo, sensibilizar a indústria de cimento para a importância de revitalizar a fábrica e implantar pintura alusiva ao Pantanal feita por artista regional.                 |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | AGETRAT e Fundação de Meio Ambiente Pantanal.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | MTUR; Empresas da localidade; Grupo Votorantim; Biava.   |
| <b>METAS</b>                 | Projeto Executivo da Revitalização da Avenida em 2020.<br>Captação do recurso em 2021.<br>Execução em 2022.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Valor investido na obra.<br>Número de empreendimentos revitalizados/implantados.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 43 – Ação: *implantar paisagismo, lixeiras e câmeras de monitoramento na Orla Portuária.*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Ampliar o ambiente de negócios no Porto Geral através da complementação da infraestrutura existente.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Melhorar o visual do local;<br>Aprimorar a limpeza;<br>Oferecer o monitoramento por câmeras como serviço turístico;<br>Preparar a localidade para reposicionamento de mercado (ecoturismo);<br>Incentivar investimentos privados no Casario do Porto. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal e da AGEMP, elaborar projeto projetos específicos e implantar paisagismo, sistema de irrigação, lixeiras padronizadas e sistema de monitoramento por câmeras na Orla Portuária.                           |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal; AGEMP; FMAP; Secretaria Especial de Segurança Pública.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | ACERT e IPHAN.  |
| <b>METAS</b>                 | Projeto executivo em 2020;<br>Lixeiras, paisagismo e câmeras instaladas em 2021;  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas implantadas no Casario do Porto  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 44 – Ação: *Melhorar a infraestrutura de apoio para embarques e desembarques de turistas.*

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Realização de projeto já elaborado pela Prefeitura Municipal, em fase de obtenção de recursos.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Aprimorar a segurança e acessibilidade nos embarques e desembarques realizados no Porto Geral.<br>Diminuição do tempo e do custo de embarque e desembarque.<br>Conforto e qualidade no embarque e desembarque.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da AGEMP, elaborar projeto de obras de melhorias no terminal de embarque e desembarque, com aquisição de prancha portuária flutuante, além das melhorias já perpetradas nas escadarias do Porto, com substituição dos corrimãos e sinalização dos degraus. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Prefeitura Municipal de Corumbá.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | N/A   |
| <b>METAS</b>                 | Obras de sinalização de embarque e desembarque e desembarque em 2020.<br>Aquisição de prancha portuária flutuante em 2020.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Tempo de embarque por pessoa.<br>Custo de embarque por pessoa.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 45 – Ação: Incentivar investimentos no setor de comunicação.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Melhorar a internet e telefonia móvel na zona urbana e implantar sinal na Área Rural.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Oferecer incentivos para operadoras de telefonia investir em novas redes próprias de fibra ótica, visando a melhoria dos serviços ofertados no município.<br>Ampliar o número de empresas de fibra ótica e respectivos investimentos, prevendo obtenção de links próprios e a cobertura de 100% da cidade.<br><br>Implantação de cobertura de serviços de telefonia móvel e internet via satélite na EPP, através do programa do Governo Federal ou por empresas.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Prefeitura Municipal de Corumbá, utilizar a Lei de Incentivos do Programa Corumbá em Desenvolvimento – CODES, a fim de oferecer incentivos para a entrada de novas operadoras de comunicação, realizando investimentos em redes próprias para a melhoria deste serviço na cidade, concedendo redução de impostos como contrapartida.<br><br>Por meio da Prefeitura Municipal, verificar a viabilidade de o Programa do Governo Federal, utilizado em escolas, em atender a extensão da Estrada Parque Pantanal. Como alternativa, averiguar a viabilidade de a localidade ser atendida pelas empresas de comunicação. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Corumbá  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Procon  |
| <b>METAS</b>                 | 3 operadoras de fibra ótica na zona urbana em 2022.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de redes de fibra ótica atendendo Corumbá.<br>Número de localidades da EPP atendidas por internet e telefonia.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 46 – Ação: Captação de linhas aéreas.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Incentivar as Companhias Aéreas para realizarem estudos de implantação de escala em Corumbá de voos existentes.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Proporcionar conexões com os centros emissores de turistas.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, em parceria com a FUNDTUR/MS, articular junto a empresas aéreas a implantação da linha aérea entre Corumbá e Campo Grande. |

Quadro 46 – Ação: Captação de linhas aéreas.

(Conclusão)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | Fundação de Turismo do Pantanal.                            |
| <b>PARCEIROS</b>         | FUNDTUR MS.   |
| <b>METAS</b>             | 2 voos por semana.  |
| <b>INDICADORES</b>       | Número de passageiros/ ano entre Corumbá e outros destinos. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 47 – Ação: Restauração do Cristo Rei do Pantanal.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Restaurar o monumento de importância cultural e turística.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Restaurar as estátuas.<br>Revitalizar o mirante.<br>Oferecer segurança aos turistas.   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, restaurar o monumento, implantando paisagismo, iluminação e dispositivos de segurança (câmeras e alambrado). Oportunidade de instalação de placa com horário de funcionamento no portão. Oportunidade de instalação de totem com informações sobre as estações da "via sacra" e um breve histórico da artista. Instalação de uma "rosa dos ventos" indicando a posição geográfica (Norte, Sul, Leste, Bolívia). |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | N/A  |
| <b>METAS</b>                 | 13 Estátuas restauradas em 2020.<br>Câmeras e alambrado instalados em 2020.<br>História da artista comunicada através de placa em 2020.  |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de visitantes no monumento/ano.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 48 – Ação: Revitalização das praças do centro histórico.

(Continua)

|                       |  |
|-----------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b> | Restaurar as três Praças do Centro Histórico de Corumbá. |
|-----------------------|--|

Quadro 48 – Ação: Revitalização das praças do centro histórico.

(Conclusão)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Revitalizar o Centro Histórico.<br>Remover trailers de lanche instalados em via pública.<br>Aprimorar a limpeza e manutenção das praças.<br>Utilizar o lago da Praça da Independência como dispositivo de conforto térmico.<br>Incentivar o fluxo de turismo da Bolívia.<br>Promover apresentações culturais na praça, em dias programados para maiores fluxos. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal e da SEINFRA, elaborar projetos específicos e revitalizar as praças através de implantação de paisagismo adequado ao clima, com dispositivos de irrigação; aprimorar a manutenção e limpeza do local.   |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e SEINFRA.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Cultura de MS; Ministério Público de Mato Grosso do Sul (MPMS).   |
| <b>METAS</b>                 | 3 Praças revitalizadas em 2022.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de apresentações artísticas/ano.<br>Pesquisa de satisfação dos turistas.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 49 – Ação: Revitalização do Mirante da Capivara.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Revitalizar o espaço de contemplação da Baía do Tamengo.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Revitalização da estrutura física;<br>Arborização do local;<br>Manutenção do local;<br>Indicação do trajeto até o local (Rua D. Aquino);<br>Placa com descrição do local;   |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Secretaria de Infraestrutura, fazer projeto executivo de revitalização, captar recursos e executar a obra. Prever melhorias na manutenção do local após a reforma. Por meio de universidades, realizar pesquisa de satisfação, antes e depois da revitalização. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e SEINFRA.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Universidades.  |
| <b>METAS</b>                 | Projeto executivo em 2020;<br>Execução da revitalização em 2021;<br>Melhorias na manutenção após a revitalização em 2021.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Pesquisa de satisfação.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



### 3.3 Promoção e apoio à comercialização

A estratégia de fortalecer o posicionamento do destino, através de mensagem global, utilizando a marca “Corumbá Incrível” será ampliada.

Em geral, um destino precisa estabelecer uma mensagem global que sirva para todos os públicos e que transmita seus valores e posicionamento. A mensagem global permite integrar a comunicação. Os produtos, com o tempo mudam, mas o destino fica. (CHIAS, 2007).

Porém, a diversidade de produtos, assim como as respectivas localidades onde se encontram as empresas de turismo de Corumbá, exigirão ações específicas de promoção e de apoio à comercialização da oferta.

Segundo Chias (2007),

“A decisão sobre o programa e as ações de comunicação correspondentes a cada público-alvo baseiam-se no conhecimento detalhado de seus hábitos de informação, nos estudos de difusão dos meios, oportunidades de contato e no orçamento disponível.”

Nesse cenário de potencialização da promoção conjunta de empresas do mesmo segmento, o setor de barcos hotéis, por estar mais organizado, propõe com maior desenvoltura, nesse momento.

A exemplo da ampla visibilidade nacional proporcionada pela novela “Pantanal”, haverá incentivos para a realização de produção áudio visual com alcance nacional e países vizinhos, exaltando as excepcionalidades de Corumbá.

Um programa de incentivos à profissionalização da presença das empresas e produtos no mundo virtual será implementado, ampliando a visibilidade dos produtos, da oferta, e do destino.

#### 3.3.1 Análise da promoção e apoio à comercialização

Foram analisadas as formas de promoção e apoio à comercialização realizada com a parceria do poder público, conforme apresentado a seguir.

Quadro 50 – *Análise do programa de apoio a promoção e comercialização por meio do perfil "Corumbá Incrível".*

| PROGRAMA                                      | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO                                      | AMEAÇA   |
|---|--|---|--|--|
| Perfil nas Redes Sociais: "Corumbá Incrível". | Fundação de Turismo do Pantanal possui equipe responsável, equipamentos e técnicas de gestão de redes sociais. | Fortalecer o posicionamento do destino por meio da integração da comunicação dos diversos produtos.<br>Implantar mecanismos de impulsionamentos pagos.<br>Divulgar os produtos e localidades do destino, com impulsionamentos pagos, com foco no perfil e abrangência geográfica de cada segmento.<br>Ampliar o canal de promoção através da implantação de site.<br>Incentivar a utilização da marca "Corumbá Incrível" por empresas do destino. | Limitação orçamentária e processos burocráticos. | Presença limitada do destino no mundo virtual por falta de orçamento e condições de utilização de ferramentas pagas. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 51 - *Análise do apoio a promoção e comercialização de segmentos específicos.*

| PROGRAMA   | PONTO FORTE                 | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO                        | AMEAÇA   |
|--|-----------------------------|--|------------------------------------|--|
| Apoio a Promoção e Comercialização de Segmentos Específicos. | N/A (Programa inexistente). | Aumentar a maturidade de gestão por segmento (união de empresários). Implantar análise de índices dos segmentos para direcionar a oferta e a promoção.<br>Implantar programas para promoção conjunta de produtos dos mesmos segmentos e/ ou localidades, unindo recursos privados com apoio do poder público.<br>Elaborar e comunicar textos com linguagem e teor unificados para cada segmento. | Empresas promovem individualmente. | Promoção individual das empresas podem não fortalecer o posicionamento do destino. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 52 – Análise do programa de apoio a promoção e comercialização em feiras.

| PROGRAMA                    | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE   | PONTO FRACO  | AMEAÇA  |
|-----------------------------|---|--|--|---|
| Apoio a Promoção em Feiras. | Fundação de Turismo de MS e Fundação de Turismo do Pantanal apoiam a participação em feiras através de stands.<br>Além de posicionamento de mercado, abre relacionamento comercial. | Abrir novos canais de vendas, nacionais e internacionais.<br>Envolver empresas do mesmo segmento ou localidade para participação conjunta em feiras.<br>Ofertar treinamento para agentes e operadores participantes das feiras.<br>Oportunidade de explicar detalhes da nova política de pesca (Cota Zero) ao público final. | Investimento elevado.<br>Pouca participação de empresas nos stands das feiras. | Ausência de participação de empresas desestimular o Governo a priorizar setores específicos nos stands. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 53 – Análise do programa de apoio a promoção e comercialização por meio de Fampress e Famturs.

| PROGRAMA   | PONTO FORTE  | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO  | AMEAÇA                              |
|--|--|---|--|-------------------------------------|
| Realização de Famturs e Fampress para Agências, Operadoras, Jornalistas e Influencers. | Fundação de Turismo do Pantanal oferece apoio a demandas específicas.<br>Influenciadores saem capacitados para promover e comercializar o produto e o destino. | Criar Programa específico para a realização de Famturs e Fampress, prevendo contemplar todos os segmentos e localidades da oferta, com foco nos respectivos mercados. | Não há um Programa específico.<br>Necessita profissionalismo na execução | Não obter retorno, se mal executado |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 54 – *Análise da promoção e apoio à comercialização por meio do calendário de eventos públicos.*

| PROGRAMA                        | PONTO FORTE   | OPORTUNIDADE  | PONTO FRACO   | AMEAÇA |
|---------------------------------|---|---|---|--------|
| Calendário de Eventos Públicos. | Calendário de eventos ofertado no Estado fomenta o setor turístico em vários períodos do ano. | Definir o calendário com foco na ocupação hoteleira.<br>Integrar a oferta dos eventos com a oferta dos produtos da Rota Bonito e Serra da Bodoquena e da EPP. | Eventos realizados simultaneamente lotam a rede hoteleira em uma só data. | N/A    |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



### 3.3.2 Ações de promoção e apoio à comercialização

Quadro 55 – Ação: Fortalecer a participação de empresas de barcos hotéis em feiras.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Posicionar os barcos hotéis de Corumbá no mercado de pesca esportiva nacional e países vizinhos.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Mobilização dos empresários para participar das feiras;<br>Articulação para inserção da pesca esportiva nas peças promocionais governamentais em feiras;<br>Eleger um calendário: ABAV/ Pesca Trade Show/ WTM, Festuris (Gramado), AVIRP, ABAV Minas/ Fitpar (Paraguai)/ Expocruz (Bolívia). |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da ACERT, realizar o levantamento de investimentos necessários para participação nas feiras elencadas. Realizar articulação com o poder público e parceiros para a contratação de stands, decoração e caravanas.  |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | ACERT.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Turismo do Pantanal; FUNDTUR/MS; Sebrae.   |
| <b>METAS</b>                 | 2020: WTM/ ABAV/ Pesca Trade Show;<br>2021: WTM/ ABAV/ Pesca Trade Show/ Fitpar;<br>2022: WTM/ ABAV/ Pesca Trade Show/ Fitpar;<br>2023: WTM/ ABAV/ Pesca Trade Show/ Fitpar/ Expocruz (Bolívia).   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas de barcos hotéis participantes/ Feira.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 56 – Ação: Plano de Comunicação para o setor de barcos hotéis.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Ampliar a oferta de pesca esportiva em barcos hotéis de Corumbá no território nacional e países vizinhos.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Criar texto para unificação da linguagem e teor para comunicação da pesca esportiva de barcos hotéis no Pantanal.<br>Inserir e fortalecer o setor de pesca esportiva em barcos hotéis na folheteria e redes sociais oficiais do destino.<br>Impulsionar publicações nas redes sociais.<br>Criar banco de imagens profissionais para o setor.<br>Criar folheteria específica sobre a pesca esportiva em barcos hotéis no destino.<br>Criar um calendário anual para a atração de mídia espontânea.<br>Direcionar oferta para os Estados de São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Tocantins, Pernambuco, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e países vizinhos, Bolívia e Paraguai. |



Quadro 56 – Ação: Plano de Comunicação para o setor de barcos hotéis.

(Conclusão)

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>COMO FAZER</b>        | Por meio da ACERT e da Fundação de Turismo do Pantanal, elaborar texto unificado sobre a comunicação do setor. Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, inserir divulgação específica do setor nas redes sociais e folheteria oficial do destino. Por meio da ACERT e Fundação de Turismo do Pantanal, criar banco de imagens, folheteria especializada do setor, calendário anual para atração de mídia espontânea. Por meio da AGEMP, calcular a taxa média de ocupação dos Barcos Hotéis. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | ACERT e Fundação de Turismo do Pantanal.   |
| <b>PARCEIROS</b>         | FUNDTUR/MS; Comunicação da Prefeitura; AGEMP.  |
| <b>METAS</b>             | Texto unificado em 2020.<br>Redes sociais e Folheteria do Destino em 2020.<br>Banco de Imagens e Folheteria especializada em 2020.<br>Calendário anual de mídia espontânea 2020.   |
| <b>INDICADORES</b>       | Top 3 de alcance por publicação no Facebook e Instagram.<br>Número de reportagens espontâneas/ano.<br>Taxa média de ocupação de barcos hotéis.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 57 – Ação: Realização do *Campeonato de Pesca Esportiva de Corumbá*.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Posicionar Corumbá como destino de pesca esportiva.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Incentivar a pesca esportiva.<br>Posicionar Corumbá como destino de pesca esportiva.<br>Esclarecer as políticas de pesca atual.<br>Difundir técnicas de pesca esportiva.<br>Gerar ocupação na rede hoteleira e barcos hotéis.<br>Gerar mídia espontânea.<br>Atrair investidores do segmento. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Através de comissão organizadora, composta por empresários e membros da Fundação de Turismo do Pantanal, discutir o projeto existente, levantar custos e buscar fontes de financiamento. Realizar o evento na abertura da pesca.   |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal  |
| <b>PARCEIROS</b>             | ACERT; MTUR; FUNDTUR/MS; Empresas privadas.  |
| <b>METAS</b>                 | 01 Campeonato de Pesca Esportiva / Ano a partir de 2020.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de inscritos/ campeonato;<br>Taxa de ocupação hotéis e barcos hotéis durante os eventos.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



**Quadro 58 – Ação: Incentivar a realização de produção áudio visual sobre as excepcionalidades de Corumbá.**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Promover o turismo de Corumbá em território nacional e países vizinhos.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Unir incentivos do Programa CODES - Corumbá em Desenvolvimento à investimentos privados como instrumento de atração de projetos e produções de áudio visuais.<br>Articular a atração de empresas para realização de produção áudio visual sobre temas relacionados a Corumbá.<br>Projetar Corumbá em território nacional e países vizinhos.  |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, da Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável, divulgar os incentivos fiscais previstos no Programa CODES para grupos empresariais e instituições, com objetivo de estimular projetos e atrair a realização de produção áudio visual que permita projetar a excepcionalidade do patrimônio natural e histórico cultural de Corumbá em território nacional e internacional (países vizinhos). |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e Secretaria de Desenvolvimento Econômico.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Cultura de MS/ FUNDTUR/MS.   |
| <b>METAS</b>                 | 1 produção áudio visual com difusão realizada em território nacional e em países vizinhos.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de buscas do destino Corumbá no Google/ ano   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

“NO DIA 15 DE MAIO DE 1.867 O CORONEL ANTÔNIO MARIA COELHO PARTE DE CUIABÁ COM 400 PRAÇAS, COM OS NAVIOS JAURU ALFA E ANTONIO JOÃO A VIAGEM FOI FEITA EM IGARATES, A PESO DE ZINGA E BRAÇOS, ATÉ O DIA 11 DE JUNHO DE 1867. NO DIA SEGUINTE A EXPEDIÇÃO ESCREVERIA A MAIS BELA HISTÓRIA MILITAR DO NOSSO PAÍS.”



Figura 3 - Mural Casa de Cultura Art Izu.

Quadro 59 – Ação: Ampliar a presença das empresas de Corumbá no mundo virtual.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Disponibilizar mecanismos subsidiados para a implantação de plano de comunicação das empresas no mundo virtual.  |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Sensibilizar os empresários sobre a importância de divulgar as empresas no mundo virtual.<br>Incentivar o acesso das empresas ao Sebraetec.<br>Ampliar a presença de empresas de turismo de Corumbá no mundo virtual.<br>Incentivar a utilização da Marca Corumbá Incrível pelas empresas do destino.<br>Estimular o uso das ferramenta Google e Trip Advisor. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, realizar visitas às empresas de turismo, com objetivo de sensibilizar sobre a importância de investimentos das empresas para posicionamento no mundo virtual. Por meio de parceria com o Sebrae/MS, oferecer as condições de subsídios da linha Sebraetec para as empresas.                                       |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Fundação de Turismo do Pantanal e empresas de turismo.   |
| <b>PARCEIROS</b>             | Sebrae/MS.   |
| <b>METAS</b>                 | Visita a todas as empresas de turismo 2020.<br>Construção de sites e redes sociais nas empresas 2020.<br>Manutenção de redes sociais pelas empresas.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de empresas de Corumbá (Cadastur) com sites na internet.<br>Número de empresas de Corumbá (Cadastur) com perfil no Facebook e Instagram.<br>Nota média das empresas no Trip Advisor.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 60 – Ação: Promover a oferta de Corumbá através do posicionamento de mercado.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Realizar ações de incentivo ao fortalecimento do Destino Turístico Corumbá.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Incentivar a utilização da Marca Corumbá Incrível pelas empresas do destino.<br>Participar em feiras e eventos: ABAV/ Pesca Trade Show/ WTM, Festuris (Gramado), AVIRP, ABAV Minas/ <i>Fitpar</i> (Paraguai)/ Expocruz (Bolívia).<br>Campanha anual de promoção do destino.<br>Receber digital <i>influencers</i> .<br>Promover <i>press trips</i> .<br>Elaboração de um plano de marketing turístico do destino Corumbá. |



Quadro 60 – Ação: Promover a oferta de Corumbá através do posicionamento de mercado.

(Conclusão)

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>COMO FAZER</b>        | Por meio da Fundação de Turismo do Pantanal, elaborar um plano de marketing do destino Corumbá, com metas, objetivos, ações norteadas por levantamentos de dados e pesquisas, com foco no posicionamento de mercado, em conjunto com o <i>trade</i> turístico. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | FUNDTUR/Pantanal.  |
| <b>PARCEIROS</b>         | Trade turístico, FUNDTUR MS.   |
| <b>METAS</b>             | Elaborar o plano de marketing com ações de curto, médio e longo prazo em conjunto com o trade turístico (1 a 5 anos).  |
| <b>INDICADORES</b>       | N/A  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

### 3.4 Gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo

Para a implementação do Plano Municipal de Turismo, assim como para a gestão do destino, serão necessários a profissionalização e o fortalecimento do Conselho Municipal de Turismo, órgão deliberativo que reúne o poder público, empresários e representantes de comunidades.

“Esse sistema de informação e controle se transforma, assim, no elemento técnico necessário para que as diferentes comissões ou comitês de continuidade possam realizar a avaliação dos resultados obtidos. Esse aspecto, que é muito lógico, não é encontrado com muita frequência.” (CHIAS, 2007).

O Fundo Municipal de Turismo será uma instituição indispensável para financiar parte das ações. Sua implementação deve ser assertiva e gerar recursos com o mínimo de investimentos e burocracia, necessitando de legislações específicas e monitoramento sistemático.

A deliberação sobre o Fundo Municipal de Turismo atrairá o protagonismo do setor empresarial em função da decisão sobre a gestão do investimento dos recursos.

O Conselho Municipal de Turismo de Corumbá realizará reuniões semestrais para controlar a realização das ações, alterar, incluir ou excluir ações.



3.4.1 Análise da gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo

Quadro 61 – Análise da gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo.

| INSTITUIÇÃO DE GESTÃO      | PONTOS FORTES  | OPORTUNIDADES  | PONTOS FRACOS  | AMEAÇAS  |
|----------------------------|--|--|--|--|
| COMTUR                     | Existe Lei de Criação do Conselho. Houve três mandatos de Conselhos.<br>Houve deliberações, Atas e Comissões. Atualmente há uma Comissão para discutir a Taxa de Turismo.  | Atualizar a estrutura do Conselho, institucionalizando a participação dos segmentos.   | Há poucos representantes do COMTUR nas reuniões de elaboração do Plano Municipal de Turismo. Há pouca presença nas reuniões. Última reunião do Conselho foi em fevereiro de 2019. Número muito elevado de representantes.                          | Diminuir a nota de classificação do destino junto ao MTUR.<br>Não envolver a participação de empresários e sociedade organizada da gestão do turismo do destino. |
| Fundo Municipal de Turismo | Existência de Lei do Fundo Municipal de Turismo, prevendo receitas de taxas de turismo, transferências, Alvarás do setor de turismo e doações.   | Apontar formas de recursos para constituir o Fundo Municipal de Turismo.   | Não existe movimentação do Fundo Municipal de Turismo.<br>Não existe uma fonte de receita real para o Fundo Municipal de Turismo.  | COMTUR não deliberar sobre orçamento.<br>Ausência de deliberação sobre orçamento não estimular a participação no COMTUR.   |
| Gestão da Orla Portuária.  | Excelente infraestrutura e casario histórico com potencial muito elevado.<br>Existência de uma Agência Portuária e Fundação de Turismo com áreas delimitadas de gestão.<br>Há um Decreto que regulamenta a gestão do espaço.<br>Há uma proposta de ordenamento prevista. | Rever a proposta de ordenamento existente, e adequá-la para a realidade atual, prevendo a criação de um ambiente para implantação de empresas, de aperfeiçoamento do uso do espaço público e de segurança no embarque e desembarque. | Área reduzida de embarque e desembarque administrada pela Agência Municipal Portuária.<br>Falta de definição nos papéis das instituições gestoras da Orla.<br>Ausência de Ordenamento.<br>Ausência de ambiente de Negócios. Ausência de Segurança. | Ambiente impedir a implantação de novas empresas.<br>Ausência de segurança inviabilizar fluxo de turismo.<br>Ausência de fluxo inviabilizar negócios.            |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



3.4.2 Ações de gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo

Quadro 62 – Ação: Revisar a Lei do Conselho Municipal de Turismo.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Atualizar a Lei do Conselho Municipal de Turismo.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Institucionalizar a participação dos segmentos organizados.<br>Estimular a institucionalização de novos segmentos (ainda não organizados).<br>Ampliar a participação empresarial.<br>Fortalecer pautas de desenvolvimento econômico do setor. |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio de reunião do atual Conselho Municipal de Turismo e empresários, realizar revisão da Lei do COMTUR, propondo alterações que permitam o fortalecimento e a profissionalização da Governança Municipal do Turismo.                     |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | Conselho Municipal de Turismo e Fundação de Turismo do Pantanal.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | ACERT; ACIC; UFMS; ABIH.  |
| <b>METAS</b>                 | Lei do COMTUR revisada e aprovada na Câmara de Vereadores em 2020.<br>Posse da Nova Diretoria em 2020.<br>Reuniões Mensais com Atas/ Ano.   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de reuniões do Conselho/ Ano.<br>Índice de Participação nas Reuniões.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 63 – Ação: Ordenamento e gestão do uso da Orla Portuária.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Rever a proposta de ordenamento existente, e adequá-la para a realidade atual, prevendo a criação de um ambiente para implantação de empresas, de aperfeiçoamento do uso do espaço público e da segurança no embarque e desembarque em toda a Orla.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Ampliar a área de embarque e desembarque sob a responsabilidade da AGEMP para toda a Orla.<br>Implantar os requisitos legais de embarque e desembarque em toda a Orla Portuária.<br>Ordenar o trânsito e áreas de estacionamento na localidade.<br>Aplicar a Legislação vigente em relação ao banho.<br>Ordenar e fiscalizar o comércio ambulante.<br>Aplicar o Código de Postura do Município: Lixo, churrasco, poluição visual, poluição sonora.<br>Reforço no policiamento do local. |

Quadro 63 – Ação: Ordenamento e gestão do uso da Orla Portuária.

(Conclusão)

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>COMO FAZER</b>        | Por meio de reuniões específicas, coordenadas pela Fundação de Turismo e a AGEMP, a proposta existente de ordenamento da Orla do Porto Geral será revista e implantada, com o apoio do COMTUR e outras instituições. |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | Fundação de Turismo do Pantanal e AGEMP.   |
| <b>PARCEIROS</b>         | ACERT; ABIH; COMTUR; AGETRAT; IPHAN; Polícia Militar; Corpo de Bombeiros; Guarda Municipal; FMAP; Capitania Fluvial do Pantanal.   |
| <b>METAS</b>             | Proposta de ordenamento do uso da Orla revalidada em 2020;<br>Prolongamento legal da Orla Portuária em 2021;<br>Implantação das ações de ordenamento da Orla em 2021.  |
| <b>INDICADORES</b>       | Número de Ambulantes Padronizados/Ano;<br>Número de empresas abertas no Casario do Porto/Ano;<br>Número de embarques e desembarques/ Ano;<br>Número de Embarcações Operando/ Ano.                                    |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

“Há também outros casos em que a organização, mesmo sendo de caráter público, é mais precisamente mista, pela participação do setor privado tanto na direção como no financiamento.” (CHIAS, 2007).

Quadro 64 – Ação: Criação de receita para o Fundo Municipal de Turismo.

(Continua)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Implantar fontes de Receita para o Fundo Municipal de Turismo   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | Implementar o Fundo Municipal de Turismo, para deliberação do Conselho Municipal de Turismo.<br>Implantar serviço cobrado de embarque e desembarque de pequenas embarcações no Porto Geral administrada pela AGEMP.<br>Implantar Taxa de Turismo Opcional nos Hotéis, Barcos Hotéis e Restaurantes.<br>Implementar o repasse do valor de Alvará do setor turístico para o Fundo Municipal de Turismo conforme Lei 1693/2001.<br>Implantar arrecadação na travessia da balsa da EPP para o Fundo Municipal de Turismo. |



Quadro 64 – Ação: Criação de receita para o Fundo Municipal de Turismo.  
(Conclusão)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>COMO FAZER</b>        | <p>Por meio do prolongamento da Orla Portuária até a “Prainha”, a administração da AGEMP passará a oferecer serviço cobrado de embarque e desembarque, com parte do recurso transferido para o Fundo Municipal de Turismo.</p> <p>Por meio da Comissão para estudo da criação da Taxa de Turismo, avaliar a viabilidade da implantação da cobrança opcional em hotéis, restaurantes e barcos hotéis.</p> <p>Por meio da proposta de edital para concessão dos serviços de travessia de balsa no Porto da Manga, incluir estudo de viabilidade de implantação de contribuição obrigatória para o Fundo Municipal de Turismo.</p> |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b> | Fundação de Turismo do Pantanal; AGEMP; COMTUR.   |
| <b>PARCEIROS</b>         | Empresas de Turismo   |
| <b>METAS</b>             | <p>Implantação de serviço de embarque e desembarque em toda a Orla Portuária (2020);</p> <p>Deliberação do COMTUR e Decreto para cobrança de Taxa Opcional de Turismo;</p> <p>Regulamentação do serviço de cobrança da taxa na travessia de balsa do Porto da Manga</p>   |
| <b>INDICADORES</b>       | Volume de Recurso depositado no Fundo Municipal de Turismo/Ano<br>Relatório de Arrecadação do Fundo por Segmento.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 65 – Ação: Reuniões do COMTUR para controle e gestão do Plano Municipal de Turismo.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>OBJETIVO GERAL</b>        | Realizar controle sobre as realizações e ações preventivas de atualização do Plano Municipal de Turismo.   |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> | <p>Garantir que as ações do Plano sejam implantadas corretamente, assegurando qualidade, cronograma e cumprimento dos índices de desempenho propostos.</p> <p>Atualizar os elementos das análises conforme mudanças no cenário e realizar adaptações, alterações, inclusões e exclusões nas ações propostas.</p> |
| <b>COMO FAZER</b>            | Por meio do COMTUR, realizar reuniões semestrais de controle e gestão do Plano Municipal de Turismo.   |
| <b>RESPONSÁVEL (EIS)</b>     | COMTUR.  |
| <b>PARCEIROS</b>             | Fundação de Turismo do Pantanal.   |
| <b>METAS</b>                 | 2 Reuniões/ ano (Exclusivas para controle do Plano).   |
| <b>INDICADORES</b>           | Número de ações executadas dentro do cronograma.   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

PAIAGUAS ÍNDIOS CANOEIROS CONVERTERAM OS RIOS PANTANEIROS EM CAMPOS DE BATALHA USAVAM LIGEIRÍSSIMAS CANOAS COM EXTRAORDINÁRIA FORÇA NENHUM NAVIO SERIA CAPAZ DE ALCANÇÁ-LOS INIMIGOS DOS BRANCOS GUERREIROS IMBATÍVEIS..."



Figura 4 - Mural Casa de Cultura Art Izu.



### **3.4.3 Planilhas de gestão de metas e de índices de desempenho**

Segundo Chias, “[...] Um dos erros mais frequentes na implantação é considerar o plano como um elemento do passado e não o guia sobre o qual se deve atuar a cada dia”.

Com objetivo de facilitar o monitoramento do Plano Municipal de Turismo de Corumbá, as ações, os responsáveis, as metas e os índices de desempenho foram reunidos em planilhas, permitindo ao Conselho Municipal de Turismo realizar avaliações sobre o desempenho da implantação a cada semestre, como proposto.

Do ponto de vista do controle, é preciso configurar um sistema duplo:

- a) O controle de realizações. Para garantir que as ações sejam implantadas corretamente, tanto em seu conteúdo como no tempo e no cumprimento orçamentário.
- b) O controle preventivo. Para ir atualizando os elementos na fase de análise, sobre a qual se estabeleceram os objetivos, as políticas, as estratégias, os macroprogramas e seus detalhes. (CHIAS, 2007).

Quadro 66 – Planilha de controle de metas e de índices de desempenho das ações de oferta e demanda.

(Continua)

| Ação   | Responsável (eis)  | Metas                                   |   |   |   | Indicadores   |
|--|--|---|---|---|---|---|
|  |  | 2020                                    | 2021                                    | 2022                                    | 2023                                    |   |
| Integrar dados de Corumbá no Observatório de Turismo de Mato Grosso do Sul.                | Fundação de Turismo do Pantanal;<br>FUNDTUR/MS.  | 4 boletins com participação de Corumbá. | Número de Boletins com participação de Corumbá/Ano.   |
| Incentivar a modernização, ampliação e abertura de novos equipamentos de turismo.          | Fundação de Turismo do Pantanal.   | 1 Seminário com Rodada de Negócios.     | Número de Financiamentos/ano;<br>Volume financiado/ano (R\$);<br>Aumento do Número de Empresas Abertas/ Ano dentre as ACTs Cadastur;<br>Saldo de Empresas Abertas/ Ano dentre as ACTs Cadastur. |
| Implementação da Lei de incentivo para investimentos em equipamentos de turismo.           | Fundação de Turismo do Pantanal e Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Sustentável. | Campanha nacional de divulgação.        | Número de Empresas atendidas pela Lei/ Ano.   |
| Incentivar inovação e introdução de experiências nas empresas de turismo.                  | Fundação de Turismo do Pantanal.   | 1 Missão Técnica.                       | 1 Missão Técnica.                       | 1 Missão Técnica.                       | 1 Missão Técnica.                       | Número de participantes em missões/ano.   |
| Legalizar a utilização da Área Não Operacional do Porto Fluvial como centro de convenções. | Fundação de Turismo do Pantanal; AGEMP.  | legalização da operação.                | 4 eventos Comercializados.              | 6 eventos Comercializados.              | 8 eventos Comercializados.              | Número de eventos realizados/Ano;<br>Receita (R\$) com Eventos/Ano.   |



Quadro 66 – Planilha de controle de metas e de índices de desempenho das ações de oferta e demanda.

(Continua)

| Ação  | Responsável (eis)   | Metas   |  |   |   | Indicadores  |
|---|---|---|--|---|---|--|
|   |   | 2020  | 2021   | 2022  | 2023  |  |
| Incentivar a abertura de cruzeiros de ecoturismo com saída de Corumbá, no Rio Paraguai.                                   | ACERT e Fundação de Turismo do Pantanal.  | Texto unificado; Missão técnica para Manaus; Oficina de Roteirização; Oficina de Observação de Natureza; Missão Técnica para ABETA Summit; Oficina de Sistema de Aventura Segura. | Oficina de Sistema de Aventura Segura; Missão Técnica para destino Europeu.  | N/A   | N/A   | Número de empresas operando cruzeiros de ecoturismo no Pantanal;<br>Número de embarques em cruzeiros de ecoturismo/ ano. |
| Promover os passeios de ecoturismo no rio Paraguai e na baía do Tamengo.  | Fundação de Turismo do Pantanal; Fundação de Meio Ambiente do Pantanal e AGEMP. | Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía;<br>Instalação de Painel Ilustrativo.  | Resolução da AGEMP para Comercialização<br><br>Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía. | Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía. | Limpeza e campanha de preservação ambiental junto à frequentadores da Baía. | Número de embarques para passeios de ecoturismo.   |
| Realização de palestras, seminários e workshops sobre preservação conservação e sustentabilidade dos recursos pesqueiros. | ACERT; Fundação de Turismo do Pantanal.   | 1 Seminário com Rodada de Negócios.   | 1 Seminário com Rodada de Negócios.  | 1 Seminário com Rodada de Negócios.   | 1 Seminário com Rodada de Negócios.   | Valor de investimento por evento;<br>Número de empresas participantes por evento.  |



Quadro 66 – Planilha de controle de metas e de índices de desempenho das ações de oferta e demanda.

(Conclusão)

| Ação  | Responsável (eis)                  | Metas  |   |  |  | Indicadores  |
|---|------------------------------------|--|---|--|--|--|
|   |                                    | 2020   | 2021  | 2022   | 2023   |  |
| Revitalização e profissionalização da Casa de Cultura Art Izu.                    | Família Dona Izulina Gomes Xavier. | Projeto Arquitetônico do espaço;<br>Execução do Projeto de reforma;<br>Implantação do plano de comunicação;<br>Contratação de colaborador. | N/A   | N/A  | N/A  | Número de Visitantes/ Ano.   |
| Ampliar a oferta de roteiros integrados com Bonito, Serra da Bodoquena e Bolívia. | Fundação de Turismo do Pantanal.   | Missão Técnica para Bonito;<br>Oficinas de Roteirização e Comercialização (Tarifário);<br>Rodada de Negócios.                              | Missão Técnica para Missões La Gran Chiquitania e Salar de Uyuni;<br>Oficinas de Roteirização e Comercialização (Tarifário);<br>Rodada de Negócios. | Oficinas de Roteirização e Comercialização (Tarifário);<br>Rodada de Negócios. | Oficinas de Roteirização e Comercialização (Tarifário);<br>Rodada de Negócios. | Número de empresas participantes/ Oficinas;<br>Número de empresas participantes/ Missões Técnicas. |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

Quadro 67 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de infraestrutura turística.

(Continua)

| Ação   | Responsável (eis)  | Metas   |  |   |                     | Indicadores   |
|--|--|---|--|---|---------------------|---|
|  |  | 2020  | 2021   | 2022                                      | 2023                |   |
| Tornar permanente a atuação e a infraestrutura de prevenção e combate à incêndios no Pantanal. | Fundação de Meio Ambiente do Pantanal e Prevfogo.        | Conselho reativado; Projeto de Infraestrutura e tecnologia. | Implantação da infraestrutura e da brigada permanente.   | Implantação de dispositivos tecnológicos. | N/A                 | Número de Incêndios/ano no território municipal.  |
| Implantar serviço especializado de atendimento ao turista na Polícia Civil.                    | Fundação de Turismo do Pantanal e Governo de MS.         | 01 equipe de policiais bilíngues treinados.                 | N/A  | N/A                                       | N/A                 | Número de ocorrências atendidas.  |
| Ampliação de atendimento do Posto da Polícia Federal na Fronteira.                             | Fundação de Turismo do Pantanal; Polícia Federal e UFMS. | Articulação e projeto.                                      | Ampliação de 2 sanitários; Ampliação de 2 guichês atendimento; Implantação de sala de espera com cadeiras; | N/A                                       | N/A                 | Pesquisa de satisfação com turistas.  |
| Ampliar os dispositivos de prevenção de acidentes com animais na BR 262.                       | Fundação de Meio Ambiente do Pantanal e DNIT.            | 01 Fórum de discussão; O1 Projeto Executivo.                | Implantação de dispositivos e Campanha Prevenção.  | Campanha Prevenção.                       | Campanha Prevenção. | Número de animais silvestres mortos/ano na BR 262 – Trecho Miranda a Corumbá; Número de acidentes envolvendo animais/ ano Trecho Miranda a Corumbá. |
| Aprimorar a sinalização em frente o acesso às mineradoras na BR 262.                           | AGETRAT; DNIT; Empresas Mineradoras.                     | Projeto executivo.  | Implantação sinalização.   | Manutenção.                               | Manutenção.         | Número de acidentes de trânsito/ano no local.   |



Quadro 67 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de infraestrutura turística.

(Continua)

| Ação  | Responsável (eis)   | Metas   |   |   |                     | Indicadores   |
|---|---|---|---|---|---------------------|---|
|   |   | 2020  | 2021  | 2022  | 2023                |   |
| Aperfeiçoar a infraestrutura e sinalização da Estrada Parque do Pantanal.   | Fundação de Turismo do Pantanal; Empreendimentos Turísticos; IMASUL; AGESUL.  | Projeto Executivo.  | Implantação da Infraestrutura e sinalização.  | Manutenção.   | Manutenção.         | Taxa de ocupação dos hotéis, pousadas e similares da localidade; Número de veículos transportados pela balsa do Porto da Manga. |
| Implantar saneamento básico, recuperação do meio ambiente e interpretação ambiental nas Comunidades do "Porto da Manga" e de "Passo do Lontra". | Fundação de Turismo do Pantanal; Sanesul; Empresas de Turismo.  | Associação Comunitária Passo do Lontra e Porto da Manga; Projeto Executivo saneamento básico.     | Captação Recursos; Execução Saneamento Básico; Campanha educação ambiental.             | Coleta Seletiva; Compostagem e Horta Comunitária; Educação ambiental. | Educação ambiental. | Número de residências atendidas por saneamento básico.  |
| Projeto de restauração e utilização da Casa do Telégrafo Rondon.  | Prefeitura Municipal; Fundação de Turismo do Pantanal; Fundação de Cultura do Pantanal; Secretaria Municipal de Educação. | Verificar legalidade da proposta; Fazer projeto arquitetônico de restauração e projeto executivo. | Captar recursos; Restaurar Monumento; Centro Educacional; Biblioteca; Sala Informática. | N/A   | N/A                 | Número de crianças atendidas/ano.   |
| Fortalecer a Rota Estrada Parque Pantanal.  | Empresas da Rota Estrada Parque do Pantanal;  | Instituição de gestão empresarial local; Plano de Marketing com Marca para a Rota.                | Implantação Plano de Marketing; Promoção.   | Promoção.   | Promoção.           | Taxa de ocupação dos hotéis pousadas e similares da localidade; Número de veículos transportados pela balsa do Porto da Manga.  |
| Reestruturar a concessão de exploração de serviços de travessia de balsa na EPP.  | Fundação de Turismo do Pantanal; AGESUL; Ministério dos Transportes.  | Projeto Executivo Edital de Licitação.  | Implantação Investimentos.  | N/A   | N/A                 | Nº de veículos transportados pela balsa - Porto da Manga; Pesquisa de Satisfação.   |



Quadro 67 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de infraestrutura turística.

(Continua)

| Ação  | Responsável (eis)  | Metas   |  |   |      | Indicadores  |
|---|--|---|--|---|------|--|
|   |  | 2020  | 2021   | 2022  | 2023 |  |
| Revitalização da Avenida Rio Branco.  | AGETRAT e FMAP.  | Projeto Executivo.  | Captação de Recursos.                            | Avenida restaurada<br>Pintura na Fábrica de Cimento . | N/A  | Valor investido na obra; Empreendimentos revitalizados/ implantados. |
| Implantar paisagismo, lixeiras e câmeras de monitoramento na Orla Portuária.  | Fundação de Turismo do Pantanal; FMAP e ACERT.                   | Paisagismo, sistema de irrigação, lixeiras e câmeras.                                     | N/A  | N/A   | N/A  | Número de empresas implantadas no Casario do Porto.                  |
| Melhorar a infraestrutura de apoio para embarques e desembarques de turistas. | Prefeitura Municipal de Corumbá; AGEMP.                          | Obras de sinalização de embarque e desembarque; Aquisição de prancha portuária flutuante. | N/A  | N/A   | N/A  | Tempo de embarque por pessoa; Custo de embarque por pessoa.          |
| Incentivar investimentos no setor de comunicações.                            | Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Sustentável. | N/A   | 3 redes próprias de fibra óptica na zona urbana. | N/A   | N/A  | 3 operadoras de fibra óptica na zona urbana.                         |
| Captação de linhas aéreas.  | Fundação de Turismo do Pantanal e FUNDTUR/MS.                    | 2 voos entre Corumbá e Campo Grande por semana.   | N/A  | N/A   | N/A  | Número de passageiros/ ano entre Corumbá e outros destinos.          |



Quadro 67 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de infraestrutura turística.  
(Conclusão)

| Ação  | Responsável (eis)  | Metas  |   |                       |      | Indicadores                             |
|---|--|--|---|-----------------------|------|---|
|   |  | 2020   | 2021  | 2022                  | 2023 |   |
| Restauração do Cristo Rei do Pantanal.        | Fundação de Turismo do Pantanal.   | 13 Estátuas;<br>Câmeras;<br>Alambrado;<br>História da artista. | N/A   | N/A                   | N/A  | Número de visitantes no monumento/ ano. |
| Revitalização das Praças do centro Histórico. | Fundação de Turismo do Pantanal;<br>SEINFRA e Ministério Público Estadual. | 1 praça revitalizadas<br>Remoção de trailers.                  | 1 praça revitalizada;   | 1 praça revitalizada. | N/A  | Pesquisa de Satisfação dos Turistas.    |
| Revitalização do Mirante da Capivara.         | Fundação de Turismo do Pantanal e SEINFRA.                                 | Projeto Executivo.   | Revitalização;<br>Arborização;<br>Indicação do trajeto (R D. Aquino);<br>Placa com descrição. | N/A                   | N/A  | Pesquisa de Satisfação dos Turistas.    |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 68 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de promoção e apoio à comercialização.

(Continua)

| Ação  | Responsável (eis)  | Metas  |                                      |  |  | Indicadores  |
|---|--|--|--------------------------------------|--|--|--|
|   |  | 2020   | 2021                                 | 2022   | 2023   |  |
| Fortalecer a participação de empresas de barcos hotéis em feiras.                       | ACERT.   | WTM; ABAV; Pesca Trade Show.   | WTM; ABAV; Pesca Trade Show; Fitpar. | WTM/ ABAV/ Pesca Trade Show/ Fitpar.   | WTM; ABAV; Pesca Trade Show; Fitpar; Expocruz (Bolívia). | Número de empresas de barcos hotéis participantes/ Feira.  |
| Plano de comunicação para o setor de barcos hotéis.                                     | ACERT e Fundação de Turismo do Pantanal.                                   | Texto unificado; Redes sociais e Folheteria do Destino; Banco de Imagens e Folheteria especializada; Calendário anual de mídia espontânea. | Nova Campanha.                       | Nova Campanha.   | Nova Campanha.   | Top 3 de alcance por publicação no Facebook e Instagram; Número de reportagens espontâneas/ano; Taxa média de ocupação de barcos hotéis. |
| Realização do campeonato de pesca esportiva de Corumbá.                                 | Fundação de Turismo do Pantanal.   | Projeto; Captação de Recurso. 01 Campeonato de Pesca Esportiva.  | 01 Campeonato de Pesca Esportiva.    | 01 Campeonato de Pesca Esportiva.  | 01 Campeonato de Pesca Esportiva.                        | Número de inscritos/ campeonato; Taxa de ocupação hotéis e barcos hotéis durante os eventos.   |
| Incentivar a realização de produção áudio visual sobre as excepcionalidades de Corumbá. | Fundação de Turismo do Pantanal e Secretaria de Desenvolvimento Econômico. | Visitas a instituições;  | Visitas a instituições;              | 1 produção áudio visual com difusão realizada em território nacional e em países vizinhos. | N/A  | Número de buscas do destino Corumbá no Google/ ano.  |



Quadro 68 – Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de promoção e apoio à comercialização  
(Conclusão)

| Ação   | Responsável (eis)                                      | Metas  |   |  |      | Indicadores   |
|--|--|--|---|--|------|---|
|  |  | 2020   | 2021  | 2022   | 2023 |   |
| Ampliar a presença das empresas de Corumbá no mundo virtual.       | Fundação de Turismo do Pantanal e empresas de turismo. | Visita a todas as empresas de turismo; Construção de sites e redes sociais nas empresas; Manutenção de redes sociais pelas empresas. | N/A   | Visita a todas as empresas de turismo; Construção de sites e redes sociais nas empresas; Manutenção de redes sociais pelas empresas. | N/A  | Número de empresas de Corumbá (Cadastro) com sites na internet; Número de empresas de Corumbá (Cadastro) com perfil no Facebook e Instagram; Nota média das empresas no Trip Advisor. |
| Promover a oferta de Corumbá através do posicionamento de mercado. | FUNDTUR/Pantanal;<br>Trade turístico;<br>FUNDTUR MS.   | N/A  | Elaborar o plano de marketing com ações de curto, médio e longo prazo (1 a 5 anos). | N/A  | N/A  | N/A   |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



Quadro 69 - Planilha de controle de metas e índices de desempenho das ações de gestão do destino e do Plano Municipal de Turismo.

| Ação   | Responsável (eis)  | Metas  |             |  |             | Indicadores   |
|--|--|--|-------------|--|-------------|---|
|  |  | 2020   | 2021        | 2022   | 2023        |   |
| Revisar a Lei do Conselho Municipal de Turismo.                          | Conselho Municipal de Turismo e Fundação de Turismo do Pantanal. | Lei do COMTUR revisada, Lei aprovada na Câmara de Vereadores; Posse da Nova Diretoria.   | N/A         | N/A  | N/A         | Número de reuniões do Conselho/ Ano;<br>Índice de Participação nas Reuniões.  |
| Ordenamento e Gestão do uso da Orla Portuária.                           | Fundação de Turismo do Pantanal e AGEMP.                         | Proposta de ordenamento do uso da Orla revalidada; Prolongamento legal da Orla Portuária; Implantação das ações de ordenamento da Orla.                      | N/A         | N/A  | N/A         | Número de Ambulantes Padronizados/Ano;<br>Número de empresas abertas no Casario do Porto/Ano;<br>Número de embarques e desembarques/ Ano;<br>Número de Embarcações Operando/ Ano. |
| Criação de receita para o Fundo Municipal de Turismo.                    | Fundação de Turismo do Pantanal; AGEMP e COMTUR.                 | Implantação de serviço de embarque e desembarque em toda a Orla Portuária (2020); Deliberação do COMTUR e Decreto para cobrança de Taxa Opcional de Turismo. | N/A         | Regulamentação do serviço de cobrança da taxa na travessia de balsa do Porto da Manga. | N/A         | Volume de Recurso depositado no Fundo Municipal de Turismo/Ano;<br>Relatório de Arrecadação do Fundo por Segmento.  |
| Reuniões do COMTUR para controle e gestão do Plano Municipal de Turismo. | COMTUR.  | 2 Reuniões.  | 2 Reuniões. | 2 Reuniões.  | 2 Reuniões. | Número de ações executadas dentro do cronograma.  |

Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei Complementar n. 160**, de 17 de setembro de 2013. Regulamentado pelo Decreto n 1.405 de 06 de agosto de 2014. (06 de 08 de 2014). Programa Corumbá em Desenvolvimento. Corumbá, MS, Brasil.

BRASIL. Ministério do Turismo. Regiões Turísticas e Mapa do Turismo Brasileiro (2019). Disponível em: <<http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>> Acesso em 28 set. 2019,

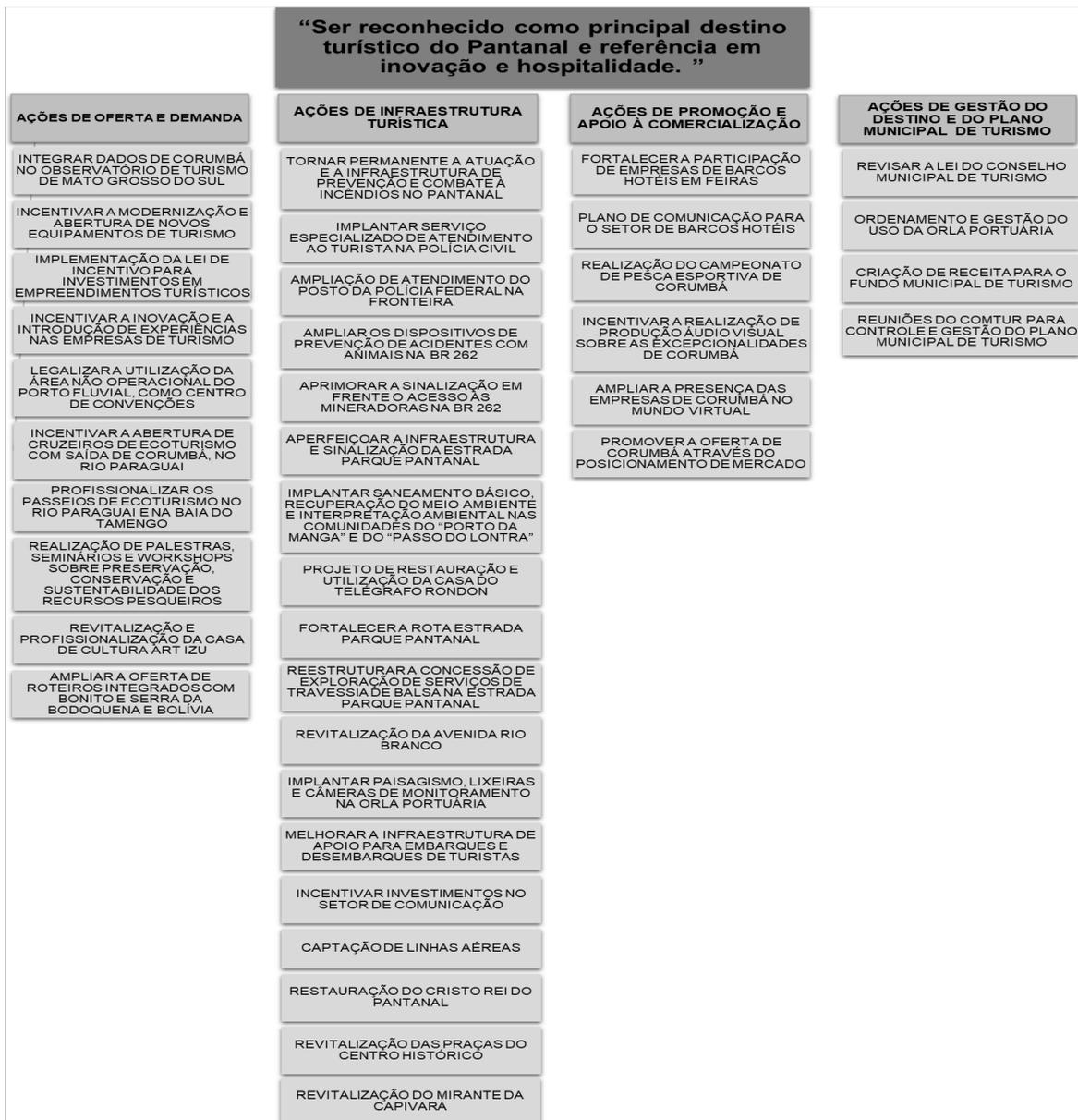
CAMINHA, A. F. (14 de 10 de 2010). Patrimônio natural da humanidade, Pantanal guarda biodiversidade única. Ministério do Meio Ambiente Informa. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/informma/item/6622-patrimonio-natural-da-humanidade-pantanal-guarda-biodiversidade-unica.html>> Acesso em: 27 out. 2019.

CHIAS, J. Turismo o Negócio da Felicidade - Desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CORUMBÁ  
GABINETE DO PREFEITO**

**APÊNDICE A: MAPA MENTAL DO PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE CORUMBÁ**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.



# BOLETIM DE LICITAÇÃO

## Aviso de Homologação e Adjucação.

O Município de Corumbá - MS torna público através Grupo Executivo de Licitações - GELIC e comunica aos interessados que homologou e adjudicou a licitação: **Tomada de Preço nº 02/2020 - Processo nº 45748/2018.** Objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE PEQUENOS REPAROS E PINTURA PARA ENTREGA DO IMÓVEL ONDE FUNCIONA O CREAS, NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ/MS. Em favor da empresa **M.A. DORNELL CONSTRUTORA E EMPREENDIMENTOS EIRELI**, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 24.205.885/0001-23, sendo o valor total de R\$ **38.670,23 (trinta e oito mil seiscentos e setenta reais e vinte e três centavos).**

Corumbá / MS, 18 de Junho de 2020.

(a) Glauca Antonia Fonseca dos Santos lunes  
Secretária Municipal de Assistência Social.

## SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

### RESOLUÇÃO nº. 018, DE 17 DE JUNHO DE 2020

*Designar servidores para a fiscalização e gestão de Carta Contrato Nº. 002/2020 - Processo Nº 12.064/2020, firmado pela Secretária Municipal de Governo e a empresa NASSER SAFA AHMAD-ME, no Município de Corumbá MS.*

O Secretário Municipal de Governo do Município de Corumbá, Estado de Mato

Grosso do Sul, no uso das atribuições que lhe são conferidas no § 1º, artigo 52 combinado com o inciso II, artigo 71 ambas da Lei Complementar nº 219 de 20 de dezembro de 2017,

### RESOLVE:

**Art. 1º.** Designar **ELISAMA DE FREITAS CABALLERO**, matrícula n. 3.563, para atuar como **Fiscal** da Carta Contrato nº 002/2020, Processo administrativo 12.064/2020.

**Art. 2º.** Designar **MARIA JOSÉ DUARTE CAMPOS**, matrícula n. 6.278, para atuar como **Gestora** da Carta Contrato nº 002/2020, Processo administrativo 12.064/2020.

**Art. 3º.** Os servidores designados serão responsáveis pela gestão, acompanhamento, fiscalização e avaliação da execução do instrumento contratual sobredito, que tem por objeto *Aquisição de cestas básicas (sacolé), para atender as necessidades das ações do Programa social "POVO DAS ÁGUAS"*.

**Art. 4º.** Estabelece a vigência desta Resolução até o recebimento final do objeto contratual.

**Art. 5º.** A presente designação não implicará em remuneração adicional ao servidor público.

**Art. 6º.** Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação, com efeitos a contar em **02/06/2020**.

Corumbá-MS, 17 de junho de 2020.

**Cássio Augusto da Costa Marques**  
Secretário Municipal de Governo  
PORTARIA "P" Nº 487, DE 4 DE SETEMBRO DE 2019

## SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS E GESTÃO

### SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS E GESTÃO SALDO DE UTILIZAÇÃO DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS - 2º TRIMESTRE

ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº 04/2019

PROCESSO Nº 6.608/2018

PREGÃO PRESENCIAL Nº 025/2019

OBJETO: Registro de preço para eventual prestação de serviços de confecção de pastas com impressão, no período de 12 (doze) meses.

#### EMPRESA: L.F. DE SOUZA - ME

| OBJETO                   |   | REGISTRADO |        |            |              | CONSUMIDO 1º TRIMESTRE |             | CONSUMIDO 2º TRIMESTRE |             | SALDO  |            |              |
|--------------------------|---|------------|--------|------------|--------------|------------------------|-------------|------------------------|-------------|--------|------------|--------------|
| ITEM                     | ESPECIFICAÇÃO   | UNID.      | QUANT. | PREÇO UNIT | PREÇO TOTAL  | QUANT.                 | PREÇO TOTAL | QUANT.                 | PREÇO TOTAL | QUANT. | PREÇO UNIT | PREÇO TOTAL  |
| 1                        | SERVIÇOS DE CONFECCÃO DE SEPARADORES NA COR BRANCA E POSTA VERMELHA COM FUNDO BRANCO, MEDINDO 21,00 X 29,70 CM. CONFECCIONADO EM PAPEL COUCHE 150G. Serviços de confecção de separadores na Cor Branca e posta Vermelha com fundo branco, medindo 21,00 x 29,70 cm, confeccionado em Papel Couche 150g, conforme especificação. Termo de Referência, modelos anexos e com fornecimento de material. | UNID.      | 3500   | R\$ 0,96   | R\$ 3.360,00 | 0                      | R\$ 0,00    | 150                    | R\$ 144,00  | 3.350  | R\$ 0,96   | R\$ 3.216,00 |
| VALOR TOTAL DOS SERVIÇOS |   |            |        |            | R\$ 3.360,00 | R\$ 0,00               | 150         | R\$ 144,00             | -           |        |            | R\$ 3.216,00 |

#### EMPRESA: VERANILCE DA SILVA - ME

| OBJETO                   |  | REGISTRADO |        |            |               | CONSUMIDO 1º TRIMESTRE |             | CONSUMIDO 2º TRIMESTRE |               | SALDO  |            |               |
|--------------------------|--|------------|--------|------------|---------------|------------------------|-------------|------------------------|---------------|--------|------------|---------------|
| ITEM                     | ESPECIFICAÇÃO  | UNID.      | QUANT. | PREÇO UNIT | PREÇO TOTAL   | QUANT.                 | PREÇO TOTAL | QUANT.                 | PREÇO TOTAL   | QUANT. | PREÇO UNIT | PREÇO TOTAL   |
| 1                        | SERVIÇOS DE CONFECCÃO DE PASTAS (CAPAS), MEDINDO 46,00 X 32,00 CM (ABERTA), CONFECCIONADA EM PAPEL COUCHE 250G. Serviços de confecção de pastas (capas) Verde (inexistibilidade), Verde Claro (Convite), Laranja (Concorrência), Vermelha (Pregão) e Azul (Tomada de Preço), medindo 46,00 x 32,00 cm (aberta), confeccionada em papel Cartolina 240g, conforme especificação. Termo de Referência, modelos anexos e com fornecimento de material. | UNID.      | 2075   | R\$ 3,47   | R\$ 7.200,25  | 0                      | R\$ 0,00    | 150                    | R\$ 520,50    | 1.925  | R\$ 3,47   | R\$ 6.679,75  |
| 2                        | SERVIÇOS DE CONFECCÃO DE PASTAS (CAPAS) BRANCA COM IMPRESSÃO, MEDINDO 47,00 X 32,50 CM - Serviços de confecção de pastas (capas) Branca com impressão, medindo 47,00 x 32,50 cm (aberta) confeccionada em Papel Cartolina 240g, conforme especificação. Termo de Referência, modelos anexos e com fornecimento de material.  | UNID.      | 17050  | R\$ 2,75   | R\$ 46.887,50 | 0                      | R\$ 0,00    | 4300                   | R\$ 11.825,00 | 12.750 | R\$ 2,75   | R\$ 35.062,50 |
| VALOR TOTAL DOS SERVIÇOS |  |            |        |            | R\$ 54.087,75 | R\$ 0,00               | 4450        | R\$ 12.345,50          | -             |        |            | R\$ 41.742,25 |

CORUMBÁ-MS, 19/06/2020.

# FUNDAÇÃO DE MEIO AMBIENTE DO PANTANAL

## Edital do Concurso

“Seja um cidadão responsável por um meio ambiente saudável!”

### APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Corumbá, por meio da Fundação de Meio Ambiente do Pantanal lança o Concurso “Seja um cidadão responsável por um meio ambiente saudável!” em alusão ao Dia Mundial do Meio Ambiente celebrado no dia 05 de junho.

O Concurso faz parte da Campanha #MEUambiente que visa realizar uma ação de Educação Ambiental que conscientize a população sobre o papel de cada um em prol de um meio ambiente saudável e justo para todos.

A proposta do Concurso é levar o participante a identificar qual o problema ambiental de Corumbá que depende da mudança de comportamento da população para ser resolvido. E a partir disso, criar um cartaz que alerte a população sobre o que fazer para evitar esse problema ambiental.

O cartaz vencedor será divulgado em outdoor, contendo a assinatura do autor e será lançado como campanha pela conservação do meio ambiente em Corumbá.

Dessa forma, Corumbá irá celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente de forma diferenciada, em respeito à necessidade de isolamento social para evitar o alastramento da pandemia ocasionada pelo CoronaVírus.

### PÚBLICO ALVO

Para participar do Concurso basta ter idade a partir de 14 anos e residir na cidade de Corumbá-MS.

### INSCRIÇÃO E PARTICIPAÇÃO

Ao se inscrever nesse Concurso, o participante declara estar de acordo com tudo que consta nesse edital.

O não cumprimento do que está disposto no edital poderá causar a desclassificação do participante.

Cada participante poderá submeter a esse Concurso apenas 1 cartaz.

O cartaz deverá ser elaborado em uma folha em branco A4.

A arte e os dizeres do cartaz deverão ser feitos manualmente.

O tipo de tinta, lápis de cor, giz de cera e outras ferramentas similares para ilustrar o cartaz ficará a critério do participante.

O cartaz deverá ser enviado com o assunto “Inscrição Concurso” para o e-mail [concursocorumba@yahoo.com](mailto:concursocorumba@yahoo.com)

A inscrição será efetivada mediante o recebimento do e-mail com o cartaz anexado. No corpo do e-mail deverão constar os seguintes dados:

- Nome completo
- Data de Nascimento
- Endereço completo
- Celular
- E as respostas das perguntas:
  - 1) Qual problema ambiental de Corumbá-MS depende da mudança de comportamento da população?
  - 2) O que cada um de nós podemos fazer para colaborar?

### DIREITOS

Todos os cartazes inscritos podem ser expostos, veiculados e reproduzidos em publicações, programas e eventos do interesse da organização do concurso, desde que citada a autoria, independente de qualquer remuneração, pagamento, autorização e licença de seus autores.

O participante é responsável pela autenticidade do cartaz por ele inscrito. A comissão organizadora não será responsabilizada em caso de plágio.

### COMISSÃO JULGADORA

Os cartazes serão avaliados por uma Comissão Julgadora composta por uma equipe técnica formada por um componente de cada órgão ambiental abaixo:

- Fundação de Meio Ambiente do Pantanal (FMAP)
- Polícia Militar Ambiental (PMA)
- Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA)

### CRONOGRAMA

- Inscrições por e-mail** - de 05/06 a 22/06 - **PRORROGADAS ATÉ O DIA 25/06**
- Avaliação dos trabalhos** - 24/06 - **PRORROGADA PARA O DIA 29/06**
- Divulgação do vencedor** - 25/06 - **PRORROGADA PARA O DIA 30/06**
- Premiação** - 26/06 - **PRORROGADA PARA O DIA 01/07**
- Lançamento do outdoor** - mês de julho

### PREMIAÇÃO

O vencedor do Concurso receberá as seguintes premiações:

- Um livro autografado da autora Sílvia Almeida denominado “Porta-retratos”, uma obra fotográfica que homenageia o Pantanal de MS;
- O cartaz vencedor (contendo o nome do autor) será divulgado em um outdoor da Campanha #MEUambiente lançado pela Fundação de Meio Ambiente do Pantanal no mês de julho;
- Se o vencedor concordar, terá também a sua foto exposta no outdoor junto com o cartaz;
- O vencedor também terá o seu cartaz e o seu nome veiculados nas redes de comunicação de maior visibilidade do Município.

### DÚVIDAS

Para mais informações, entrar em contato pelo whatsapp (67)999557773