



ANÁLISE DOS NÍVEIS DE SATISFAÇÃO DO USUÁRIO DO BALNEÁRIO MUNICIPAL DE ROSANA A PARTIR DE AVALIAÇÕES ONLINE E MÍDIAS SOCIAIS E O PAPEL DO PLANEJAMENTO PÚBLICO

Resumo: O potencial turístico é grande no município de Rosana pelo motivo de a cidade possuir uma beleza natural riquíssima, dessa maneira atraindo para o Balneário Municipal um número considerado de usuários vindos principalmente do município e do seu entorno em períodos de final de semana, além de receber visitantes de outros estados, na alta temporada da pesca ou em períodos de férias. O presente trabalho tem como objetivo analisar através das avaliações online e nas mídias sociais os níveis de satisfação do usuário, que visita o Balneário Municipal de Rosana.

Palavras-chave: Balneário Municipal; Mídias sociais; Planejamento Público.

Introdução

O município de Rosana possui um grande potencial turístico devido a seus atrativos culturais e naturais e pela confluência do rio Paraná e Paranapanema os quais geram a potencialidade de fomento de um atrativo turístico em nível superior.

Dessa forma pelo o município está em processo de desenvolvimento é preciso saber se estar beneficiando os turistas, isto é, saber se está havendo pontos positivos e negativos, para isso é preciso um estudo sobre a visão dos mesmos. Posto isso, o planejamento estratégico apresenta-se como importante elemento na cessão de possíveis deficiências além de permitir o aperfeiçoamento de suas qualidades. Contudo planejar é pensar sobre aquilo que existe, sobre o que se quer alcançar, com que meios se pretende agir (Oliveira, 2007, p. 21).

Segundo a OMT (1998), tradicionalmente, o planejamento da atividade turística tem sido mais orientado para atender às exigências do turista, investindo em facilidades e serviços que estes necessitam, sem que o bem-estar dos residentes tenha sido levado em conta. Segundo esta organização, este enfoque não pode ser mantido se pretende-se garantir o êxito das

intervenções turísticas a longo prazo e garantir uma experiência turística de qualidade que melhore a capacidade de retenção do destino.

O Balneário Municipal de Rosana é um atrativo que recebe anualmente um considerado número de usuários vindos principalmente do município e do seu entorno em períodos de final de semana, além de receber visitantes de outros estados, especialmente na alta temporada da pesca ou em períodos de férias.

O atrativo possui uma infraestrutura para o uso público, no qual é composto por banheiros, duchas, lanchonetes, rampas, quiosques, estacionamento, playground, acessibilidade, corpo de bombeiro, desta forma suprimindo as necessidades dos visitantes.

O trabalho permite avançar na discussão do fomento de atrativos turísticos em pequenas localidades, o que o coloca em uma situação de importância dada a extensão do território brasileiro e do conjunto de ofertas em localidades que almejam tornar-se ao menos atrativos regionais e gerar com isso um conjunto de benefícios tanto sociais, quanto econômicos quanto ambientais a partir da exploração consciente da atividade turística.

Dessa maneira esse estudo teve como proposta o levantamento da visão do turista, especificamente seus níveis de satisfação enquanto usuário do balneário municipal de Rosana a partir de avaliações online e nas mídias sociais. Estando dividido em Introdução, Referencial Teórico, Metodologia, Resultados e Discussões, Implicações Práticas e/ou Teóricas e Considerações Finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Planejamento estratégico

Na concepção de Luecke (2009, p. 09) “Estratégia (do grego strategos) é um termo militar usado na descrição da arte do general. Refere-se ao plano do general para dispor e manobrar suas forças com o objetivo de derrotar o exército inimigo”.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

[...] A estratégia é a ação ou o caminho mais adequado a ser executado para alcançar, preferencialmente desafios e metas estabelecidos, no melhor posicionamento da empresa perante seu ambiente. É importante procurar substabelecer estratégias alternativas para facilitar as alterações dos caminhos ou ações de acordo com as necessidades (OLIVEIRA, 2007, p. 53).

Desse modo é preciso traçar estratégias certas para conseguir atingir as metas e os objetivos de forma mais eficaz, algo mal planejado causa a falta de bons resultados. Planejamento estratégico é o modo de colocar em prática ações no qual acontecerá em um determinado tempo. Entendendo que tem como intuito de atingir metas e objetivos, dessa maneira organizando as ideias que pretende ser atingidas. As estratégias é essencial para averiguar o que está acontecendo naquele determinado ambiente, isto é usa-se indicadores críticos para solucionar o que fazer.

Em vista disso “Planejamento Estratégico é uma técnica administrativa que, através da análise do ambiente de uma organização, cria a consistência das suas oportunidades e ameaças do ambiente de uma organização”. (FISCHIMANN, 2009, p.27)

Dessa maneira pode-se dizer que “O planejamento não é um ato isolado. Portanto, deve ser visualizado como um processo composto de ações inter-relacionadas e interdependentes que visam ao alcance de objetivos previamente estabelecidos” (OLIVEIRA, 2007, p.6).

Sendo assim é importante ressaltar que “O objetivo do planejamento é fornecer aos gestores e suas equipes uma ferramenta que os municipe de informações para a tomada de decisão, ajudando-os a atuar de forma proativa, antecipando-se às mudanças que ocorrem”. (ANDION E FAVA, 2002, p.36).

Nesse sentido o setor público apresenta no planejamento características de extrema importância para o município sendo conceituado para corrigir distorções administrativas, no qual auxilia a gestão municipal.

O planejamento beneficia a comunidade local de modo que ajudará resolver os pontos indesejáveis, assim ele que dará qualidade a rumos da boa e má gestão, obtendo dessa maneira respostas para o bem estar dos municípios. Além disso “[...] planejar a cidade é essencial, é o ponto de partida



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

para uma gestão municipal efetiva diante da máquina pública” (Andrade et al., 2005).

Conforme Rezende et al (2007, p. 02):

“Na história recente do planejamento urbano brasileiro observam-se diferentes tentativas de compreensão e de ordenamento do espaço de nossas cidades”. A sociedade está em constante mudança, tal fator ocorre devido aos avanços tecnológicos, científicos, culturais e populacionais. Assim a maneira de se administrar a gestão pública também deve acompanhar tais mudanças para apresentar melhores resultados, apresentando conceitos inovadores, acompanhando legislações vigentes que também sofrem alterações.

Portanto é possível compreender que o planejamento e os planos municipais estão associados a disponibilidade de informações que o município possui, os conhecimentos e sua estrutura de gestão, as possíveis estratégias e a postura dos gestores locais é importante quando se possui o querer de inovar.

Comportamento do consumidor

Qualquer procedimento de compra antes de tudo passa por uma expectativa ou seja por um reconhecimento de necessidade. Alguns exemplos seria uma expectativa de estar vestido com uma roupa da moda, comer uma comida nova, necessidade em comer algo pois está com fome, viajar para um lugar que tanto deseja, dessa forma sendo sensações satisfatórias, que irá trazer um tipo de experiência. Isso acontece pela a necessidade interior do consumidor que faz com que ele toma como fator a motivação.

Abraham Maslow (Apud KOTLER e KELLER, 2006) afirmou que o que motiva as pessoas a agirem são as necessidades não atendidas e que as pessoas satisfazem certas necessidades básicas antes de sentir altamente motivadas a satisfazer outras.

Segundo Drucker (1994), os consumidores são maximizados de valor, limitados pelos custos, conhecimentos, mobilidade e renda. Formam uma expectativa de valor e agem sobre ela. Sua satisfação e probabilidade de recompra dependem dessa expectativa de valor ser ou não superada.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Posto isso, para Churchill (2005) consumidores são pessoas que compram bens e serviços para si mesmos ou para outros, e não para revendê-los ou usá-los como insumos.

Com o avanço da tecnologia da informação e comunicação (TIC) e a popularização da internet, o acesso dos usuários as redes cresceu e o mercado passou a ter que se atualizar constantemente em virtude do aumento da concorrência aliada a percepção de alteração do comportamento do consumidor de modo acelerado.

Na busca pela adequação mercadológica as organizações de forma geral precisaram e precisam criar estratégias inovadoras capazes de atingir o (s) público(s) alvo a que se propõe a atender com o objetivo de idealizá-los. O mercado virtual que alcança milhares de pessoas passam a ser a nova estratégia de marketing utilizada pelas empresas, para criar um canal com os consumidores. Além disso:

A habilidade de buscar informações na internet expõe os turistas a uma série de análises comparativas de custos e benefícios. Os principais benefícios estão relacionados à economia de tempo, conveniência, e à variedade de produtos disponíveis a qualquer hora e lugar, assim como à facilidade de fazer comparações durante o processo de decisão de compra (MELO, 2013, p.3).

Ao decorrer do tempo diversas funções foram criadas, para que os usuários tivessem maior interação como: compartilhar experiências, avaliar o destino e os atrativos, comenta pontos positivos e negativos e pontuar seu nível de satisfação. Tornando os sites, plataformas e redes sociais cada vez mais dinâmico.

METODOLOGIA

Para a execução do trabalho foi necessário a utilização de uma pesquisa de natureza qualitativa. Segundo Minayo (1995, p.21-22):

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitude, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações dos processos



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

O presente estudo mostra-se qualitativo pois, não se propõe a explicar todos os espaços similares a esse.

Esclarece Fonseca (2002, p. 20):

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. [...] A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

Buscamos o público alvo nas mídias sociais no qual são as pessoas que já passaram pelo atrativo e deixaram seu ponto de vista. Para a realização do estudo separamos os materiais que achamos relevantes e com isso começamos a nossas análises.

A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

Pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2007).

Em virtude do que foi mencionado, nosso estudo obteve como base artigos científicos que foi o instrumento de pesquisa auxiliando com conceitos de autores, as mídias sociais que realizamos as avaliações da percepção através dos usuários que visitaram o Balneário Municipal de Rosana. Buscamos analisar os comentários e o ponto de vista dos visitantes, para saber



o que eles acham que deve ser melhorado e o que o balneário trás de mais bonito.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As mídias virtuais não têm somente como intuito divulgar determinado atrativo, mais sim permitir com que as pessoas que os visitam de sua visão sobre o lugar, com isso auxiliando a gestão tanto pública quanto privada a tomarem suas decisões.

Um conjunto de dimensões são analisadas a partir desse ponto.

Condições de uso - balneabilidade (boas e ruins da condição de uso), limpeza, qualidade da água)

De acordo com análise das mídias pesquisadas os turistas descrevem a qualidade da água como limpa e cristalina, porém a limpeza do balneário não é tão adequada, pelo fato dos banhistas que ali visita jogarem dejetos na areia, isso acontece principalmente quando ocorre eventos no local, pois muitas pessoas não têm consciência e também pela falta de lixeiras leva-as a jogarem no chão, não que seja justificativa. Jogando o lixo na areia, como bi tucas, plásticos entre diversas coisas acabam sendo levadas pelo rio, dessa forma degradando o que há de mais bonito no balneário que é o rio Paraná e sua vegetação natural. O relato de um visitante: “O Balneário possui uma das melhores estruturas das praias de água doce que visitei. Possui salva vidas, banheiro, restaurantes. Contudo, a areia é um pouco suja, devido ao comportamento de alguns banhistas que jogam na areia.”

Estrutura do local (banheiros, estacionamento, lixeiras)

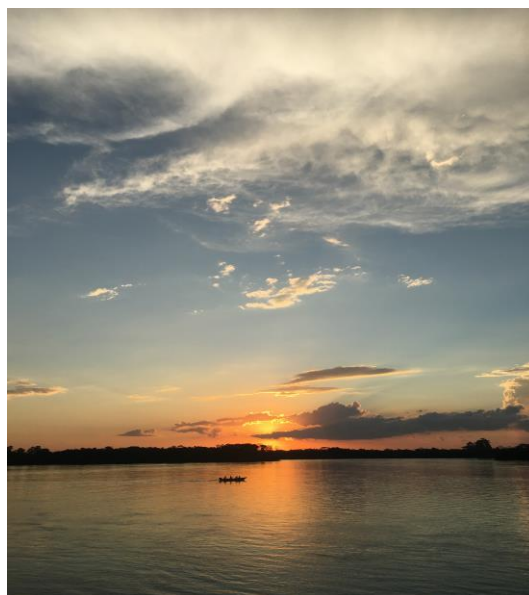
O local possui um amplo espaço para estacionamento ao ar livre, conta com alguns banheiros sem a mínima limpeza os visitantes avaliam os banheiros com uma nota muito baixa (1-3), reclamaram de não possuir nenhum box fechado com chuveiro dentro do banheiro, pois somente na parte exterior existe ducha. Só ducha na parte exterior. O balneário conta com poucas

lixeiras, dessa forma acaba não suprimindo a necessidade dos visitantes, se caso tivesse uma numeração maior melhoraria a quantidade de lixos no chão e na areia.

Atrativos (passeios, acesso às ilhas, eventos)

Durante as avaliações nos sites os passeios são muito bem comentados e recomendados entre os visitantes, descritos de formas muito positivas. Se surpreendem com as paisagens ao longo do rio, se impressionaram com os bancos de areia que formam ao redor de determinadas ilhas, sem falar do espetáculo que é o pôr do sol no município. De acordo com a análise no comentário a seguir foi possível analisar que as pessoas veem o balneário como algo positivo porém acham que precisa de melhorias quando falam: “Só bonito, o Balneário é muito bonito ver o pôr do sol, legal para as crianças brincarem na areia e parquinho, não tem muita estrutura no meu ponto de vista, o bom são os passeios de barco.”

Figura 1 - Pôr do sol no Balneário Municipal de Rosana



Autores, 2019.

Observa-se que a paisagem do local apresenta diversidade nos elementos naturais e sua ligação com o atrativo.

Preços e ofertas de produtos e serviços

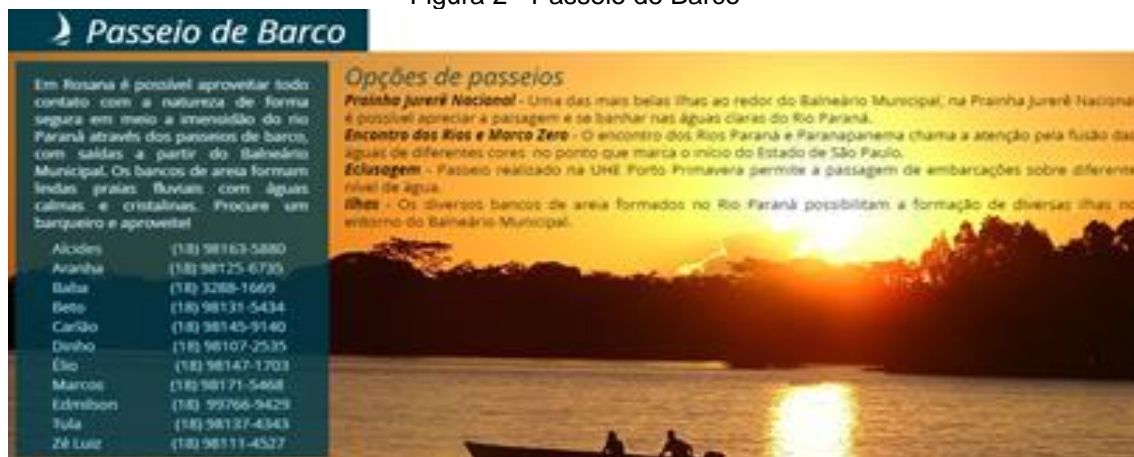
Os passeios de barco custam em média R\$ 20,00 por pessoa e incluem passeio de ida e volta para diversos locais do balneário entre eles a ilha Jurerê, Três Rampas, Barragem, Encontro dos Rios, dessa maneira a última parada do passeio costuma ser no Encontro dos Rios no final da tarde, dando dessa maneira a experiência ao visitante, ver o mais belo pôr do sol do Pontal.

Acesso à informação

As formas mais comuns de acesso às informações ocorrem através de sites de busca, site da prefeitura municipal além da página oficial do balneário no facebook, dessa maneira a seguir será ilustrado por imagens e depoimentos dos visitantes segundo os mesmos.

Nesse sentido foi possível observar que o site da prefeitura apresenta informações tais como chegar em Rosana-SP, mostrando em forma de mapa, dessa forma auxiliando o visitante que procurar a cidade.

Figura 2 - Passeio de Barco



Passeio de Barco

Em Rosana é possível aproveitar todo contato com a natureza de forma segura em meio a imensidão do rio Paraná através dos passeios de barco, com saídas a partir do Balneário Municipal. Os bancos de areia formam lindas praias fluviais com águas calmas e cristalinas. Procure um barqueiro e aproveite!

Alcides	(18) 98163-5880
Arariha	(18) 98125-6795
Balta	(18) 3288-1669
Bete	(18) 98131-5434
Carão	(18) 98145-9140
Denho	(18) 98107-2535
Élio	(18) 98147-1703
Marcos	(18) 98171-5468
Edmilson	(18) 99766-9429
Tula	(18) 98157-4343
Zé Luiz	(18) 98111-4527

Opções de passeios

Praia Jurerê Nacional - Uma das mais belas ilhas ao redor do Balneário Municipal, na Praia Jurerê Nacional é possível apreciar a paisagem e se banhar nas águas claras do Rio Paraná.

Encontro dos Rios e Marco Zero - O encontro dos Rios Paraná e Paranapanema chama a atenção pela fusão das águas de diferentes cores no ponto que marca o início do Estado de São Paulo.

Eclusagem - Passeio realizado na UHE Porto Primavera permite a passagem de embarcações sobre diferente nível de água.

Ilhas - Os diversos bancos de areia formados no Rio Paraná possibilitam a formação de diversas ilhas no entorno do Balneário Municipal.

Fonte: Site da Prefeitura do Município de Rosana, 2019.

No site da prefeitura disponibiliza os passeios de barcos, dando uma prévia de cada atrativo a ser explorado e o número de telefone dos barqueiros para caso o visitante ter interesse ligar para realizar o passeio. Porém foi possível perceber que nem todos turistas vão procurar no site, pelo fato em um dos comentários dizer: “A prainha é linda mas pegando o barco (informe-se

com os habitantes) chegando até uma ilha, a água é cristalina e se formam bancos de areia, uma paisagem inacreditável no interior de SP”. Nessa parte informe-se com os habitantes foi visível perceber que nem todos vão pensar em acessar o site.

Imagem 3 - Prato Típico



Fonte: Site da Prefeitura do Município de Rosana, 2019.

No mesmo também disponibiliza o prato principal do município e o local que pode ser encontrado e dessa forma mostra os estabelecimentos de alimentos e bebidas, que o turista pode ligar e pedir sua refeição ou se deslocar até o local para conhecê-lo. Na página oficial do balneário no facebook contém vários comentários entre eles muitos positivos, outros nem tantos.

Foi possível perceber que os visitantes gostam da Casa do Peixe na qual é uma lanchonete localizada no Balneário Municipal de Rosana que você tem o privilégio de comer de frente para a vista do rio Paraná, percebe-se que alguns comentários as pessoas recomendam outras pessoas a conhecem Rosana: “Recomendo o Balneário de Rosana, casa do peixe, um excelente quiosque para comer porções de tilápia, entre outros. Tudo muito perfeito e gostoso, vocês irão amar este lugar chamado Rosana, sem contar ver as maravilhas que é o encontro dos rios Paranapanema e a pesca na qual se inicia em março, quem quer sossego e tranquilidade vem para cá”. Na página possui várias informações sobre o local, muitas imagens do local dos passeios. Possui breves informações sobre como chegar ao município.

Figura 4: Avaliações dos viajantes



Fonte: Tripadvisor, 2019.

Conforme pode ser observado através da figura no site do Tripadvisor, houve 18 avaliações, no qual os usuários inserem fotos e comentários, nesse sentido a partir da avaliação do mesmo 62% das pessoas acham o balneário bom, sendo que 22% excelente e 16% razoável, ruim e horrível não teve nenhuma avaliação no qual totalizou 0%.

Construído às margens do rio Paraná, o balneário conta com uma infraestrutura de banheiros públicos, quiosques (com churrasqueira, mesa, torneira, pia e energia), lanchonetes, restaurantes, quadras de areia com estrutura para a prática de vôlei e futebol, duchas personalizadas em forma de animais característicos da região, playground para as crianças, espaço para camping, estacionamento e uma base do corpo de bombeiros. O balneário conta com uma demarcação de banho dentro do rio, por motivos de segurança, conta com o apoio de um dique para a contenção da correnteza, além de o local ser um belo ponto de contemplação. Possui rampa de embarcações com acesso direto ao rio. O balneário é regionalmente conhecido e apreciado pelos visitantes por ter um fácil acesso ao encontro dos rios (Paraná e Paranapanema).

De acordo com a análise feita a partir das avaliações realizadas no site Tripadvisor existe um conjunto substancial de avaliações ressaltando a conservação do entorno e da natureza, além do acesso facilitado ao local.

Como ponto negativo destaca-se a ausência de lixeiras e de alguns usuários que deixam lixo no local.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

A visita *in loco* indicou que o Balneário Municipal de Rosana possui infraestrutura adequada, porém as avaliações realizadas nas mídias virtuais indicaram a necessidade de alguns elementos tais como:

- i. Limpeza da areia,
- ii. Implantação de mais lixeiras,
- iii. chuveiros dentro dos banheiros e não fora dele, e
- iv. Ampliação do horário de atendimento das lanchonetes.

Observou-se que a parte de sinalização do local, especialmente dos acessos e restrições poderiam ser aderidas de modo amplo pela gestão do local, o que em última instância facilitaria a informação e a compreensão da estrutura para uso do frequentador.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

O estudo sinaliza para a importância das mídias virtuais para a gestão pública em especial, considerando sua abrangência e relevância no escopo da tomada de decisão de aprimoramento de atrativos, desse modo, a contribuição prática desse estudo centra-se na forma de levantamento e observação do contexto de usufruto por parte dos visitantes e a contribuição desse tipo de avaliação quando positiva mas, também a extensão da propagação negativa da imagem quando da observância de gargalos nas localidades.

Do ponto de vista teórico, o estudo avança ao categorizar e propor elementos para análise conceitual em atrativos de pequeno porte em locais ainda não consolidados como atrativo turístico de maior abrangência, como observa-se em destinos já consagrados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do que foi mencionado o Município de Rosana possui um riquíssimo atrativo de beleza natural, dessa maneira é considerado município de interesse turístico. O Balneário Municipal de Rosana no qual é composto por uma infraestrutura para suprir a necessidades dos visitantes é considerado o principal atrativo do município.

As avaliações online em mídias sociais são de extrema importância para o planejamento público, pois elas servem de estratégia para o mesmo. Pelo motivo de atualmente dificilmente pessoas não têm acesso a internet, possuindo o direito de expressar sua opinião, isto é uma abertura maior para diálogo.

Contudo no presente estudo buscou dessa maneira analisar a avaliação online e mídias sociais de acordo com a visão dos turistas, no final do mesmo conclui-se que o atrativo precisa de melhorias na limpeza, nos banheiros, implantação de lixeiras entre outros indicadores.

Percebe-se que se haver sujeira na areia acarretará poluição no rio e dessa forma os visitantes não achará mais a água limpa e cristalina, além de o turismo de pesca ser afetado por conta da saúde dos peixes. É interessante além de resolver todos esses problemas implantar um programa no qual o intuito seria motivar os turistas a não poluir o ambiente presente, implantando dessa maneira plaquinhas motivadoras e lixeiras no local.

Indica-se que as mídias virtuais merecem pelo menos dois grandes questionamentos quanto a sua importância. O primeiro deles é a forma de propagação rápida, irrestrita e sem filtro da opinião dos usuários de algum tipo de produto, serviço ou local e sua correlação com a formação de opinião e influência em possíveis visitantes, ou seja, a propagação da informação está a cargo de que se valeu do espaço e pontos de aferição negativos podem de modo substancial servirem como fiéis da balança quando da escolha de uma localidade.

E, o segundo grande ponto é a possibilidade da gestão pública e também das empresas privadas poderem aferir de que modo os usuários da localidade estão percebendo o espaço e suas ofertas com o intuito de corrigir distorções ou balizar os elementos inseridos em seu planejamento.



REFERÊNCIAS

FERNANDES, Isac Gabriel Martins *et al.* PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: ANÁLISE SWOT. **Análise Swot**, Três Lagoas-MS, 2013. Disponível em: [http://www.aems.com.br/conexao/edicaoatual/Sumario-2/downloads/2013/3/1%20\(81\).pdf](http://www.aems.com.br/conexao/edicaoatual/Sumario-2/downloads/2013/3/1%20(81).pdf). Acesso em: 7 maio 2019.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo Silveira. Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural. **Planejamento/ Gestão**, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 10 maio 2019.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, Rio de Janeiro: ABRASCO;1992.

MELO, F. V. S. Websites as a promoting tool for the identity of touristic destinations. TURyDES – Revista de investigación en turismo y desarrollo local. v. 6, n.14, jun-jul, 2013.

PORTELA, Carmen Beatriz Miranda. O Marketing e o Comportamento do Consumidor. **Marketing/ Comportamento do consumidor**, São Paulo, 2010. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3488.pdf. Acesso em: 18 abr. 2019.

REZENDE, Denis Alcides; ULTRAMARI, Clovis. Plano diretor e planejamento estratégico municipal: introdução teórico-conceitual. **Planejamento Estratégico**, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n2/05.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2019.

SANTOS, Clediane Nascimento. O patrimônio cultural e as identidades territoriais como possibilidades de desenvolvimento da atividade turística no município de Rosana/SP. 2013. 178 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/96757>>. Acesso em: 2 abril. 2019.

ROSANA. Divisão de turismo e cultura. Plano diretor de desenvolvimento turístico do município de Rosana – SP. Rosana, 2015. Disponível em: <<http://www.rosana.sp.gov.br/plano-diretor-de-turismo/Plano-Diretor-Desenvolvimento-Turístico-Município-Rosana.pdf>>. Acesso em: 06 de maio 2019.