

## A IMPORTÂNCIA DE UM CENTRO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS NO MUNICÍPIO DE IRATI-PR, À LUZ DO CONCEITO DE HOSPITALIDADE

Monike Caroline de Ramos<sup>1</sup>  
Maycon Luiz Tchmolo<sup>2</sup>  
Nátalia Salvate Brasil<sup>3</sup>  
Diogo Lüders Fernandes<sup>4</sup>  
Ronaldo Ferreira Maganhotto<sup>5</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho teve como objetivos: analisar a importância de um Centro de Informações Turísticas em Irati-PR; discorrer sobre a influência de um CIT em destinos com potenciais turísticos, a partir do conceito de hospitalidade; e, verificar as atuações da gestão pública municipal, frente aos serviços turísticos do município. O problema de pesquisa questionou: de que maneira um CIT pode ser conveniente para o município, a partir da concepção de hospitalidade? A metodologia usada foi de abordagem qualitativa, utilizando-se métodos exploratórios, interpretativos e analíticos. As técnicas de pesquisa foram o levantamento bibliográfico e a aplicação de uma entrevista semiestruturada com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Como resultados foi possível notar que a ausência (ou desconhecimento pela maioria da população) de um Centro de Informações Turísticas representa um prejuízo para a cidade, pois afasta turistas que podem contribuir com o desenvolvimento local, aumentando a geração de renda e de empregos para a população local. Investigou-se, também, que a escassez de investimentos públicos para o turismo local representa um obstáculo para o desenvolvimento do turismo em Irati.

**Palavras-chave:** Gestão pública municipal. Serviços de informações. Centro de Informações Turísticas. Hospitalidade pública.

### INTRODUÇÃO

A importância de uma gestão pública municipal deve-se ao conjunto de questões econômicas, sociais e ambientais, as quais devem sempre estar em processo contínuo de pesquisas e ações, contemplando em seus objetivos a melhoria da qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente. O turismo pode estar integrado de forma harmônica com a comunidade local, verificando-se a disponibilidade de recursos para desenvolvê-lo.

Com a crescente participação do turismo nas decisões da administração pública em todos os níveis, essa atividade passou a ser sistematizada e objetivada por meio de estratégias de interiorização que visam tornar os municípios, até os mais distanciados do

---

<sup>1</sup> Bacharelanda em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste.

<sup>2</sup> Doutorando no PPG em Desenvolvimento Comunitário (Unicentro). Mestre em Geografia (UEPG). Bacharel em Turismo (Unicentro).

<sup>3</sup> Doutora em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Mestre em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Bacharel em Turismo (UFSCar)

<sup>4</sup> Doutor em Geografia (UFPR). Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). Bacharel em Turismo (UEPG).

<sup>5</sup> Doutor em Geografia (UFPR). Mestre em Geografia (UFPR). Especialista em Análise Ambiental (UFPR). Bacharel em Turismo (UEPG). Graduado em Geografia (UNINTER).

turismo, destinos turísticos com ofertas suficientes e adequadas para visitantes (SILVA e MIRANDA, 2014).

Dentro da gestão pública municipal do turismo, entende-se que é indispensável a hospitalidade pública ou social, que se trata dos espaços públicos de convivências, das relações humanas e das políticas públicas, bem como a hospitalidade urbana que é a capacidade natural de atratividade, ou seja, os pontos de interesse de visitação pelos quais os turistas são atraídos. Assim, um fator chave na atividade turística é a eficácia da informação recebida, além da qualidade dos serviços e equipamentos de receptivo, que devem ser priorizados. Isso se dá pela necessidade de receber com cortesia, respeito e atenção os visitantes e/ou turistas que chegam a um destino turístico, ou seja, ser hospitaleiro com estes, pois como diz Grinover (2007, p. 126) “oferecer e receber informação é um mecanismo de hospitalidade”.

A hospitalidade precisa ser ensinada com ética, que rege todo e qualquer contato com o turista, ou seja, uma atividade na qual as pessoas buscam por novas experiências. Percebe-se como fator relevante a interação entre pessoas e, portanto, sendo que se faz necessária uma infraestrutura para acomodar os visitantes, contribuindo para a sua satisfação, de modo a este voltar outras vezes a visitar o mesmo destino, assim como indicar para outras pessoas. Este fator está relacionado com a acomodação, a alimentação, o conforto, o acolhimento e, não menos importante, com a informação disponível ao visitante a fim de que se entenda que o bem receber é papel fundamental de quem acolhe o outro em sua cidade, proporcionando bem-estar.

Considerando o turismo como um fenômeno social crescente no mundo, que contribui para o desenvolvimento das localidades, essa pesquisa se propôs em: analisar a importância de um Centro de Informações Turísticas (CIT) em Irati-PR; discorrer sobre a influência de um CIT em destinos com potenciais turísticos, a partir do conceito de hospitalidade; e, verificar as atuações da gestão pública municipal, frente aos serviços turísticos do município. O problema de pesquisa questionou: de que maneira um CIT pode ser conveniente para o município, a partir da concepção de hospitalidade?

Outra questão a ser debatida é se a instalação de um CIT em Irati, ou seja, uma estrutura física, seria viável? Pensando em um mundo cada vez mais digitalizado, em função das despesas de mantê-lo em funcionamento e de recursos humanos para atendimento, em uma cidade onde o fluxo de turistas é baixo.

Neste mesmo ponto de vista, a alta competitividade entre destinos turísticos faz com que a prestação de mais e melhores serviços se tornem condição obrigatória para atrair visitantes e turistas, as novas tecnologias continuarão a impactar. Visto o pouco fluxo de turistas no município seria mais atraente uma página na internet de qualidade, fluida e intuitiva, de forma que as pessoas conseguissem encontrar informações e se localizar com facilidade?

Esse estudo visa contribuir para a gestão pública do turismo no município de Irati e, conseqüentemente, para a melhoria da sua hospitalidade. Portanto este artigo, está dividido em três capítulos, além da introdução. No próximo apresentam-se as concepções teóricas acerca dos temas de gestão municipal do turismo, dos serviços de informações e CIT e de hospitalidade pública ou social. Em seguida, expõe-se o percurso metodológico utilizado para se obter os dados necessários para posterior análise. Logo depois, trazem-se os resultados obtidos na pesquisa para que, enfim, sejam apresentadas as considerações finais do estudo.

## **HOSPITALIDADE EM CIT NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL: O QUE DIZ A TEORIA?**

Segundo Plentz (2005) o turismo é um fenômeno complexo e deve ser olhado de uma maneira interdisciplinar, pois são diversas as razões que motivam um turista a se deslocar de sua casa para outro local, gerando assim, não somente a importância econômica, além disso, o encontro com o “outro”, a oportunidade de uma vivência e de um intercâmbio cultural e social entre os que visitam e os visitados. Isso gera algo primordial para o turismo, que é proporcionar a sensação de bem-estar na experiência, permitindo ao visitante sentir-se confortável, seguro e acolhido.

Entretanto, para a atividade seguir de maneira ordenada e organizada, somente a receptividade não basta. O planejamento, seguido da gestão municipal do turismo, é uma estratégia para que a comunidade receptora estimule uma resposta mais positiva sobre o turismo, em longo prazo, além de minimizar impactos negativos e maximizar retornos econômicos (HALL, 2021). E quando um município tem uma equivocada ou calamitosa gestão se dão diversos problemas relacionados à uma atividade turística desordenada. Assim sendo, “[...] cabe ao governo a tarefa de planejar a atividade de forma a proporcionar o bem-estar da população local e do turista, aliado à conservação dos recursos naturais e culturais da comunidade e a normatização da atividade turística” (TONON e FERNANDES, 2010, s.p.).

Porém, anteriormente a gestão, entende-se que o planejamento turístico tem efeito direto nas decisões tomadas pelos agentes públicos, pois “consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando assim os efeitos negativos nos recursos, como sua destruição e a redução de sua atratividade” (RUSCHMANN, 1997, p. 9).

O setor de turismo quando adequadamente planejado torna-se uma oportunidade de novos negócios enfatizando a necessidade, tanto da qualidade da experiência proporcionada aos turistas, como, também, a relacionada ao destino, exaltando a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora. Entende-se, desta forma, segundo Camargo (2008, p.18), que a recepção “consiste no acolhimento do visitante nos espaços públicos da cidade” e pode ser considerado como um primeiro contato de um turista com um município ou destino um CIT. Conseqüentemente, a sua primeira impressão sobre o lugar visitado é diante do atendimento recebido neste local. Sendo assim, reflete-se por que existem CIT em determinados municípios e em outros não?

Moscardo (1998, p. 138-143) e Pearce (1991, p.138-143) escrevem sobre as funções básicas de CIT, que são:

Quatro funções básicas para Centros de Informações Turísticas: 1) Marketing e acesso – promove uma área e seus produtos. Fornece informação, envolve vendas, sugestões de onde ficar e do que fazer, como chegar. 2) Aprimorar e informar – aumentar a qualidade da estadia do visitante, fornecendo informações mais profundas. 3) Controle e filtragem – tenta reduzir os gastos desnecessários dos turistas e ajuda a informar o que ele não quer ver. Por exemplo, se o turista deseja permanecer mais tempo em determinado atrativo turístico, o Centro de Informações Turísticas deve informar as opções de hospedagem e alimentação nas imediações. Ou ainda, se existe alguma região em que os índices de violência estejam altos, compete ao CIT informar ao turista. 4) Substituição – sugere locais que não sejam indicados para que o turista visite – aconselhando a troca de atrativos em casos específicos.

Assim, a gestão pública municipal do turismo tem papel fundamental quanto a informação disponibilizada em um CIT, uma vez que a facilidade de acesso e a eficácia da informação recebida contribuem para a percepção de acolhimento e definição de uma cidade hospitaleira, identificando seus acertos e deficiências para o desenvolvimento da cidade.

A hospitalidade é uma qualidade social, que é a arte receber um visitante de maneira natural e agradável em um local fora do seu habitat natural (GRINOVER, 2007). E a hospitalidade pode ser dividida em três grandes nichos: 1) hospitalidade doméstica; 2)

hospitalidade comercial ou profissional; 3) hospitalidade pública ou social (FRANCO e PADRO, 2020).

Tendo como base do estudo a hospitalidade pública ou social, Camargo (2008, p. 35) entende que

A hospitalidade pública acontece em rituais que se dividem em: recepção, que consiste no acolhimento do visitante nos espaços públicos da cidade; “hospedagem”, que se refere à oferta de aparelhos públicos de recepção, como terminais de transportes e centros de informações; alimentação em ambiente público, que se baseia na oferta de gastronomia em geral, da culinária mais simples às típicas e regionais (sendo por vezes a gastronomia da região o elemento motivacional principal da viagem); e, por fim, entreter em ambiente público, que se constitui na oferta de equipamentos urbanos de lazer e eventos, além da oferta de áreas livres, parques e centros culturais que devem ser planejados essencialmente para a população residente e, conseqüentemente, para desfrute turístico.

A informação possui uma enorme importância para o setor turístico, essa necessidade está relacionada a riscos financeiros e emocionais. Dependendo da ocorrência, o visitante pode se sentir prejudicado e possivelmente não retorna àquela localidade.

A criação desse serviço de informação é extremamente importante, além da hospedagem, alimentação, entretenimento e condições de segurança, o turista precisa ser auxiliado a localizar tais serviços, papel a ser cumprido pela informação turística disponibilizada de forma pública, tanto presencial como virtual.

O turista tem a possibilidade de conhecer melhor o destino que quer seguir, pode conhecer pontos alternativos, produtos complementares, entre outros. Com base em Grinover (2007, p. 125), “o viajante, o turista ou o imigrante, quando chega em uma cidade e percorre os espaços que constroem essa forma urbana, é submetido a um sem-número de percepções, de situações e de processos importantes de informações.”

Quando o turista planeja sua viagem, ele procura obter informações através da internet, buscando informações e avaliações sobre os hotéis, restaurantes, pontos de ônibus, horários e valores. Mas, ao chegar ao local escolhido, deseja saber mais, conhecer pontos alternativos, produtos complementares entre outros. Portanto, podemos perceber o quanto turismo e informação são dois campos que estão interligados, sendo que a informação é componente essencial em qualquer lugar onde haja manifestações e experiência humanas (ALVES et al., 2012).

Os CIT, trazidos por Alves et al. (2012) como Pontos de Informações Turísticas, são importantes porque oferecem aos turistas um ponto de contato onde podem obter informações precisas e atualizadas, bem como ajuda com planejamento de viagens, reservas e dicas locais. Eles também podem fornecer materiais promocionais, como mapas, guias turísticos e folhetos informativos, além disso, é uma importante ferramenta para a gestão turística, pois permitem que os gestores coletem dados sobre o fluxo de turistas e suas necessidades. Sobre isso, os autores discorrem que:

Os pontos de informação são unidades que dão suporte informacional aos turistas como forma de lhe assegurar a hospitalidade, contribuindo para que os visitantes sintam-se a vontade em seu local de destino. Os pontos de informação são bases para que os turista tenha acesso às informações de que necessitam para aproveitar as belezas naturais, culturais de um determinado lugar, isso é necessário que os PI's tenha infraestrutura de qualidade, disponha de informações eficazes e recursos humanos qualificados (ALVES et al., 2012, s.p.)

Um dos objetivos dos CIT é atender os turistas com informações precisas e atualizadas e atendimento personalizados, mostrando o que se tem de melhor na cidade, agregando sistemas indispensáveis como, por exemplo: orientações de logísticas, hospedagem, gastronomia, profissionais liberais, eventos saúde e segurança para todos os gostos e perfis de visitantes. Contudo, a revolução da tecnologia da informação (TI) está causando um impacto fundamental nos serviços, inovar nos centros de informação turística é atender aquele visitante que prefere encontrar as informações de forma online utilizando as mídias sociais para compartilhar histórias da região, inspirando o viajante a conhecer o destino.

Sheldon (1997), O'Connor (2001) e Karcher (2001) dizem que as tecnologias da informação e comunicação devem estar presentes em Centros de Informações Turísticas, cada vez mais disponibilizando informação eletrônica ao usuário. Complementando, Rodrigues e Alexandre (2020) enfatizam que com o crescimento do setor turístico, unido com os avanços tecnológicos permitiram que as pessoas pudessem realizar deslocamentos mais rápidos e planejados. Logo, o uso da internet e de novas ferramentas tecnológicas em aparelhos móveis facilitam o fluxo turístico entre os destinos.

Dessa forma, as informações apresentam-se como necessárias durante todo o período da viagem, e não só no momento da chegada e das boas vindas, contribuindo para a formação geral da imagem daquele destino em todos os momentos da sua estadia no local.

Em resumo, os CIT são uma parte fundamental do sistema turístico e ajudam a melhorar a experiência do turista e a gestão do turismo em uma determinada região, desenvolvendo suas potencialidades, aprimorando a oferta e tornando o município atrativo e hospitaleiro para os turistas. O objetivo é oferecer uma experiência única e positiva aos visitantes, incentivando-os a retornar e recomendar o município a outras pessoas.

## **METODOLOGIA**

A presente pesquisa caracteriza-se com a abordagem qualitativa, pois procurou entender o contexto da importância de um CIT em Irati, utilizando-se de métodos exploratórios, interpretativos e analíticos. Houve a exploração de um tema ainda não pesquisado no município em questão, onde complementou-se com a interpretação e análise das informações coletadas na fase de campo.

Sendo assim, para chegar ao objetivo traçado e responder o problema de pesquisa, foram utilizadas as técnicas de pesquisas explicadas em seguida.

O levantamento bibliográfico em livros, em artigos publicados em anais de eventos e em periódicos científicos. Foram usadas as seguintes bibliotecas digitais de base de dados: Periódicos em Turismo, Redalyc, SciELO e Portal de Periódicos CAPES. Foram relacionados os temas de interesse: gestão pública municipal, serviços de informação e hospitalidade pública. A primeira atribuição deste levantamento foi a construção da fundamentação teórica.

A aplicação de uma entrevista semiestruturada, contendo 6 (seis) perguntas abertas, realizadas de maneira presencial e gravada, com a SMCT, a qual chamar-se-á de “a participante” no decorrer do texto deste artigo, tendo em vista o acordo da não exposição de nomes por ambas as partes. Essas perguntas e a observação participante dos pesquisadores contribuíram para verificar a importância de um CIT e se este é conveniente diante a demanda de turistas no município. A conversa foi realizada no dia 14 de março de 2023.

O roteiro de entrevista, teve as seguintes questões: 1. Por que em Irati não existe um Centro de Informações Turísticas? 2. Existe algum projeto ou interesse de construir um ponto de informações turísticas? 3. Para Irati, quais são os prós e os contras na instalação de um ponto de informações turísticas? 4. Você acha que um ponto de informações turísticas pode ser um diferencial para pessoas que chegam e não conhecem o município?

5. Qual a sua opinião sobre a criação de um ponto de informações turísticas em Irati? e 6. Por que foi desativado o ponto de informações que se localizava na Santa?

Por fim, para se chegar aos resultados e a uma discussão teórico-prática, foi confrontada a entrevista e as informações coletadas, com o levantamento bibliográfico.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

A entrevista com a participante da SMCT gerou uma análise com considerações a respeito do cenário atual, em alguns aspectos que dizem respeito a um CIT físico em Irati. Em relação aos motivos pelos quais o município não possui um CIT, a participante explica que: *na verdade o Centro de Informações Turísticas é junto da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Sempre que alguém precisa de informações é junto da secretaria, hoje no momento.*

Tal informação foi uma surpresa, devido a observação preliminar dos autores, os quais não tinham o conhecimento que existia um CIT no município. Assim, analisa-se que muito embora - segundo a fala da participante - exista um CIT, na prática nem ao menos existem placas de sinalização que informem a existência deste ponto físico no município. O que também foi comprovado pela observação dos pesquisadores, antes mesmo de se iniciar essa investigação.

Aliás, a participante revelou, do mesmo modo, o horário de funcionamento deste dito CIT: horários comerciais, ou seja, de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h. Ignarra (1999) corrobora dizendo que os organismos públicos possuem um papel predominante no estabelecimento de um marco para o desenvolvimento da qualidade de um destino turístico, sendo que suas principais funções seriam o planejamento, a regulamentação, a organização, a fiscalização e a promoção.

Entende-se, portanto, que o não funcionamento aos fins de semana – factualmente é o período semanal em que a maioria das pessoas não estão trabalhando e quando estes tem o seu momento de lazer – , junto ao desconhecimento da maioria da população e a falta de sinalização, como fatores que prejudicam a economia local, uma vez que os turistas podem optar por visitar outras regiões que oferecem uma infraestrutura mais adequada para o turismo. E, relacionando com Ignarra (1999) vê-se um desacerto no planejamento, organização e promoção deste suposto CIT.

Ao verificar o Inventário Turístico Municipal de Irati (2011) constatou-se que em 14 de julho de 2009 foi inaugurado, na Colina Nossa Senhora das Graças, o Centro de

Informações Turísticas, juntamente com a Loja de Artesanato Iratiense. Informações oficiais da Prefeitura Municipal indicam que no ano de 2012 “já passaram mais de dez mil pessoas vindas de diversas cidades e países” (PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI, 2012, s.p.).

Sobre isso, a participante revelou que este CIT foi desativado no ano de 2013, com a mudança da gestão pública: *na época (a nova gestão) não quis dar continuidade no projeto, e com isso foi desativado. O local não era da prefeitura, e sim da comissão da Santa, então quando ocorreu essa desativação do Ponto de Informações Turísticas pela gestão, a Comissão da Santa se reuniu e decidiu alugar o espaço para uma loja particular que vende artigos religiosos que até hoje está no local.*

A partir dessa informação acredita-se que a mudança organizacional é um processo incerto, descontínuo e conflitivo, como reforça Motta (1997). E, além do mais, cada governo tem seu próprios modelos e ferramentas de gestão (RONDEAU, 1999). Isto é, os interesses se distinguem entre o grupo político que está no poder. E, existem governos com mais ou menos parcerias público-privado.

Quanto a isso, Beni (2003) entendem que o conjunto de atividades responsáveis pela acolhida dos viajantes nos locais, são desenvolvidas pelo setor público e privado. Ao setor privado competem as atividades empresariais, enquanto ao setor público, cabe a manutenção da infraestrutura para o desenvolvimento turístico, gerenciando atividades como: segurança, abastecimento de água, limpeza urbana, sinalização viária e informações turísticas.

UM CIT é de responsabilidade do setor público e se insere no sistema turístico como parte da infraestrutura de que uma localidade necessita para atender bem ao turista. Porém, uma estratégia acertada para manter esse espaço são parcerias com a iniciativa privada, para o seu melhor funcionamento. Ao contrário do que diz Beni (2003), defende-se que a ideia não é tratar com dicotomia o setor público e privado, mas com aliança entre ambos.

Leva-se em consideração, no que diz respeito à descontinuidade de projetos públicos, que é uma prática que prejudica a população e o desenvolvimento municipal e regional. É necessário que as autoridades públicas se comprometam com a continuidade de projetos e investimentos importantes para a região, independentemente de políticas de mudança e de mandatos. A estabilidade e a continuidade das políticas públicas são fundamentais para o desenvolvimento sustentável da região e para o bem-estar da população.

Congruentemente, foi perguntado para a participante se há projetos para a implementação de um CIT? Mesmo com a afirmação que já exista um ponto físico, há controvérsias: *sim, junto ao parque da Vila São João e pra ser junto tanto uma loja de artesanato como um centro de informações turísticas. Mas, a maior dificuldade no momento é um funcionário público que não pode passar da carga horária em folha, bem como gastos ao município que já está no limite.* Existe ou não existe um CIT em Irati? Eis, a questão.

Quanto a dificuldade de investimentos em infraestrutura turística, entende-se que é um fator negativo e que contribui para a pouquidade de demanda turística do município. Portanto, é importante que os governos municipais, estaduais e federais invistam em recursos para o setor turístico, promovendo a capacitação de profissionais e investindo em infraestrutura turística. Somente assim será possível estimular o desenvolvimento econômico, gerando emprego e renda para a população local, e atraindo visitantes para desfrutar dos passeios turísticos disponíveis.

Confronta-se o parágrafo anterior com a afirmação da World Tourism Organization (1998, s. p.)

Entre as responsabilidades que o sector público deve assumir em prol do desenvolvimento do turismo destacam-se as seguintes: a política, o planejamento e a pesquisa; a oferta de infraestruturas básicas; o desenvolvimento de algumas atrações turísticas; a gestão de alguns serviços e equipamentos; a gestão e a proteção do uso de ambientes protegidos; o fornecimento e o incentivo à educação e formação em turismo; e a implementação de algumas funções de marketing.

Além disso, a falta de investimentos públicos em funcionários capacitados para o turismo, atendentes em centros de informações turísticas, entre outros, pode prejudicar a qualidade dos serviços prestados aos visitantes, bem como a sua experiência turística.

Quanto a importância de um CIT, a participante destaca: *é um diferencial, ter essa praticidade de uma pessoa chegar e tirar todas as informações em um único local. É muito mais fácil. Ponto Positivo, tanto na parte gastronômica, cultural quanto pontos turísticos, áreas naturais.* Considera-se, deste modo, que “é indispensável a compreensão de um sistema de ofertas dentro do turismo que inclua um serviço de prestação de informações turísticas eficaz como exigência predominante para o sucesso da experiência total do visitante” (SANTIAGO e LANÇA, 2019, s. p.). Sendo que essas experiências em grande parte são subjetivas (MOESCH, 2002), como é o caso do ato de bem receber: da hospitalidade.

Um CIT pode ser considerado, também, como um espaço de apoio a economia local, o qual promove serviços e atrações locais e que movimentam financeiramente as empresas de um município. Petrocchi (2001) acrescenta que o desempenho do sistema de turismo depende do desempenho de cada elemento que o compõe. O resultado do desempenho de todos os elementos é o que irá definir o nível de competitividade de todo o sistema, dentro de um mercado concorrido. A sobrevivência do sistema pode ser ameaçada quando inexistir uma oferta de serviços competitivos (qualidade, preço e imagem). Essa sobrevivência está diretamente relacionada com a satisfação do cliente, daí a necessidade de se investir em qualificação profissional e voltar todos os esforços ao cliente.

Oferecer serviços diferenciados pode ser uma estratégia para se destacar no mercado, experiências únicas e outras opções que agreguem valor aos serviços oferecidos sendo possível atrair e manter a demanda do mercado, aumentando as chances de sucesso em oferecer uma infraestrutura adequada, bons serviços e um ambiente acolhedor e receptivo.

Durante as observações da pesquisa foi possível constatar que há exequibilidade para a implantação de um CIT (mesmo com as controvérsias que se encontraram no decurso da pesquisa). Ainda, vê-se que este ponto de apoio pode ser fundamental para fomentar a economia local, devido o agrupamento de todas as informações turísticas e comerciais de Irati em um único local. Embora, ao esbarrar em questões políticas e financeiras, existem possibilidades de parcerias privadas e até mesmo com Instituições de Ensino Superior (que será mencionado nas considerações finais). Portanto, a criação ou não de um CIT em Irati é uma discussão que se traz à tona, com o intuito de convidar todos os atores da sociedade – que de maneira direta ou indireta estejam relacionados com o turismo iratiense – a pensarem e pesarem os prós e os contras desta ação.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com a entrevista realizada com a participante foi possível observar que a criação de um CIT é viável, exequível e importante para o desenvolvimento socioeconômico e turístico do município. Ressalta-se isso, devido ao que foi verificado, com base na Prefeitura Municipal, que registrou em 2012, cerca de 10 (dez) mil pessoas, entre elas turistas, visitantes e residentes que assinaram o livro de visitantes. Na época, este centro de informações, encontrava-se na Colina Nossa Senhora das Graças.

Atualmente, esse ponto físico, segundo a entrevistada, encontra-se juntamente com a Casa da Cultura, que funciona somente de segunda-feira à sexta-feira, devido à falta de funcionários públicos para o atendimento aos finais de semana. Outro ponto relevante é a importância de um profissional qualificado que tenha habilidades de comunicação e atendimento ao cliente, para que possa prestar um serviço de qualidade. Como ponderou a participante, está em discussão um projeto para a implementação de um espaço para o CIT no Parque da Vila São João. Nesse sentido, é importante que os investimentos em turismo sejam direcionados de forma estratégica, considerando as potencialidades turísticas da região e as necessidades dos visitantes.

Pode ser eficiente investir em estruturas e serviços que atraiam visitantes para o parque citado (como, por exemplo, feiras, eventos esportivos) como forma de incentivar a visitação das atrações turísticas do município. Além disso, o CIT pode ser uma ferramenta importante para o desenvolvimento do turismo local, atraindo novos investidores e parceiros para o setor.

As dificuldades encontradas em implantar um CIT podem estar relacionadas ao financeiro como, por exemplo, a mão de obra. Importante destacar que existem diferentes modelos de CIT que podem ser adaptados às necessidades e recursos locais. Uma alternativa possível é a parceria com Instituições de Ensino Superior. A colaboração entre a gestão pública municipal e outras instituições pode trazer benefícios significativos promovendo o desenvolvimento econômico e social.

Além disso, projetos podem ser criados como, por exemplo, o uso de tecnologias móveis, QR Codes e outras ferramentas digitais, como já há em desenvolvimento em um projeto de docentes da Universidade Estadual do Centro-Oeste. Uma opção mais econômica e eficiente para fornecer informações.

O desconhecimento por parte da população e de visitantes da existência do CIT, anexo a Casa da Cultura, faz com que a promoção do turismo local fique às escuras. Portanto, sugere-se, com a elaboração desta pesquisa e sobre toda importância já discutida sobre serviços de informação, que a gestão municipal repense e seja uma alternativa para fomentar o turismo de Irati, bem como seja um primeiro contato de visitantes e turistas, para uma hospitalidade pública.

Quanto o problema de pesquisa: de que maneira um Ponto de Informações Turísticas (PIT) pode ser útil alavancar o desenvolvimento turístico do município, contribuindo para a sua hospitalidade? Entende-se que:

a) um ponto de informação turística é uma estrutura que tem como objetivo fornecer informações aos turistas sobre as atrações turísticas disponíveis na região, bem como orientá-los em relação a questões práticas, como horários de funcionamento, preços, rotas e transporte público, entre outros. Desempenhando um papel importante na promoção da hospitalidade;

b) a hospitalidade no turismo pode ser oferecida em diferentes tipos de estabelecimentos como, por exemplo, hotéis, pousadas, restaurantes, bares, lojas e outros serviços turísticos. Entretanto, é no PIT que vão se reunir todos os produtos e serviços turísticos, com forma de orientação e divulgação, para o visitante/turista. Assim sendo, com colaboradores treinados e capacitados é a partida para tornar Irati uma cidade hospitaleira.

c) e, a hospitalidade também pode gerar um impacto econômico positivo na região, uma vez que os turistas ficam satisfeitos em gastar mais e retornar em viagens futuras. Por isso, a hospitalidade é uma prática importante tanto para os fluxos de serviços turísticos, quanto para as autoridades locais que buscam desenvolver o turismo em suas regiões.

Em resumo, a gestão turística municipal é estrategicamente essencial para o desenvolvimento do turismo no município e seu entorno, permitindo que os governos locais incluam oportunidades, definam objetivos e metas claras, coordenem esforços, orientem o desenvolvimento turístico e promovam a região de forma eficaz.

## REFERÊNCIAS

ALVES, A. A. B. et al. O uso da informação no setor turístico. **Encontro Regional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Ciência e Gestão da Informação**. 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/98788> Acesso em: 15 fev. 2023.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 8 ed. São Paulo: Senac, 2003.

CAMARGO, L. O. de L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul./dez. 2008.

FRANCO, P. dos S.; PRADO, J. do. A hospitalidade e a cordialidade: reflexões sobre o Brasil. **Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial**. 2020. Disponível em: <https://ibhe.com.br/wp-content/uploads/2020/09/hg.pdf> Acesso em: 16 fev. 2023.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

HALL, M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

MOESCH, N. M. Turismo: virtudes e pecados. In: GASTAL, S. (org.). **Turismo: 9 propostas para um saber fazer**. Porto Alegre, Ed. PUC-RS, 2002, p. 92-102.

MOSCARDO, G. Interpretation and sustainable tourism: functions, examples and principles. **Journal of Tourism Studies**, v. 9, n. 2, p. 13-28, 1998.

MOTTA, P. R. **Transformação organizacional**: a teoria e a prática de inovar. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

PEARCE, P. Visitor's centres and their function in the landscape of tourism. In: MOSCARDO, G.; UGHES, K. (Orgs.) **Visitor centres**: exploring new territory. National Conference on Visitor Centres. Townsville, Australia: James Cook University. 1991, p. 138-143.

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PLENTZ, R. S. O papel da hospitalidade na busca de um outro turismo. **Anais do III SEMINTUR**, 2005. Disponível em: <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf>  
Acesso em: 16 fev. 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI. **Inventário Turístico Municipal**. 2011.

RONDEAU, A. Transformer l'organisation comprendre les forces que façonnent l'organization et le travail. **Gestion**, v. 24, n. 3, 1999.

RODRIGUES, F. I. B. V. e; ALEXANDRE, M. L. Tecnologia da Informação no planejamento de viagens e turismo: análise do uso de aplicativos. **Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 10, n. 1, jun. 2020, p. 130-144.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SANTIAGO P. E. de S., LANÇA, V. S. **A importância do bem receber no espaço público**: estudo de caso da empresa RIOTUR e seu serviço de informações turísticas. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UF Rural RJ), Brasil

SILVA, M. D. G.; MIRANDA, E. A. **Planejamento do turismo para o desenvolvimento local**. Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento, v. 2, n. 2, p. 94-103, 2014.

TONON, L. M. P.; FERNANDES, D. L. Pesquisa de opinião pública sobre o turismo em Irati-PR no setor público. **Anais do XIX Encontro Anual de Iniciação Científica**. Unicentro: Guarapuava-PR, 2010.

World Tourism Organization. **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism**, 1998.