



PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DO GESTUR

SUMÁRIO

1. O que é o GESTUR	01
2. Posicionamento Estratégico	02
2.1 Papel do GESTUR	02
2.2 Públicos de interesse	02
3. Diretrizes de Comunicação	02
3.1 Educação e Sensibilização	02
3.2 Mobilização e Presença territorial	02
4. Canais de Comunicação	03
4.1 Digitais	03
4.2 Presenciais	03
4.3 Institucionais	03
5. Ações de Comunicação	03
5.1 Redes sociais	03
5.2 Campanhas	03
5.3 Ações presenciais	03
5.4 Parcerias	03
6. Aplicação	04

O que é o GESTUR

O GESTUR – Gestão Integrada do Turismo é um projeto voltado ao fortalecimento da gestão do turismo nos municípios do Piauí, com foco na organização do setor, na qualificação dos atores locais e na ampliação da formalização das atividades turísticas.

A iniciativa atua de forma descentralizada, por meio de ações itinerantes nos territórios, promovendo orientação, capacitação e mobilização junto a gestores públicos e empreendedores do setor.

Um dos principais eixos do projeto é o incentivo à regularização dos prestadores de serviços turísticos por meio do Cadastur, ferramenta que permite o acesso a políticas públicas, oportunidades de mercado e ações de fortalecimento do turismo.

Nesse contexto, o GESTUR se posiciona como um facilitador, oferecendo suporte técnico e institucional para que os profissionais do turismo possam se regularizar, se qualificar e ampliar sua atuação de forma estruturada.

2. Posicionamento Estratégico

2.1 Papel do GESTUR

O GESTUR se posiciona como um facilitador do desenvolvimento do turismo nos municípios, atuando como apoio direto aos profissionais e gestores que fazem o turismo acontecer no dia a dia.

Sua atuação está voltada para orientar, mobilizar e acompanhar os atores locais no processo de organização e fortalecimento da atividade turística, com foco na regularização, qualificação e acesso a oportunidades no setor.

Nesse contexto, o GESTUR funciona como uma ponte entre os prestadores de serviços turísticos e instrumentos estratégicos, como o Cadastur, contribuindo para que esses públicos possam se inserir de forma mais estruturada nas políticas públicas e no mercado turístico.

De forma prática, o projeto se aproxima dos municípios, compreende suas realidades e oferece suporte para que o desenvolvimento do turismo aconteça de forma mais organizada, integrada e sustentável.

2.2 Públicos de interesse

O GESTUR se comunica com os principais atores envolvidos no desenvolvimento do turismo nos municípios, com foco naqueles que atuam diretamente na atividade turística ou que influenciam sua organização e crescimento.

Entre os públicos de interesse, destacam-se:

- Prestadores de serviços turísticos
- Empreendedores locais
- Gestores públicos municipais
- Profissionais que atuam direta ou indiretamente no setor

Além disso, o projeto também se relaciona com instituições parceiras e lideranças locais, que contribuem para a mobilização, articulação e fortalecimento das ações nos territórios.

A comunicação deve ser direcionada a esses públicos de forma clara, acessível e orientada à prática, considerando diferentes níveis de conhecimento sobre o setor e sobre o Cadastur.

3. Diretrizes de Comunicação

As diretrizes de comunicação do GESTUR orientam a forma como o projeto se comunica com seus públicos, garantindo clareza, proximidade e alinhamento com seu papel de facilitador.

A comunicação deve ser acessível, direta e voltada à prática, incentivando a participação dos públicos e a adesão às ações do projeto, especialmente no que se refere à regularização por meio do Cadastur.

3.1 Educação e Sensibilização

A comunicação deve informar, orientar e gerar identificação com os públicos, destacando a importância da organização do setor turístico e da formalização das atividades.

Os conteúdos devem ser claros, acessíveis e próximos da realidade dos profissionais, explicando como se regularizar, quais são os benefícios desse processo e como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento local.

3.2 Mobilização e Presença territorial

A comunicação deve incentivar a participação ativa dos públicos nas ações do GESTUR, promovendo o engajamento em atividades como caravanas, encontros e ações nos municípios. Além disso, deve refletir a presença do projeto nos territórios, valorizando as ações realizadas, os públicos envolvidos e os resultados alcançados, fortalecendo a conexão com a realidade local.

4. Canais de Comunicação

A comunicação do GESTUR será realizada de forma integrada, com foco em direcionar os públicos para o ambiente digital do projeto, especialmente o site oficial, que atuará como principal ponto de informação e encaminhamento para o Cadastur.

4.1 Digitais

Canais responsáveis por atrair, informar e direcionar o público para o site do GESTUR, com destaque para redes sociais e ambiente digital do projeto.

4.2 Presenciais

Ações itinerantes nos municípios, voltadas à mobilização direta dos públicos e fortalecimento da presença do projeto no território.

4.3 Institucionais

Articulação com órgãos públicos e parceiros locais para ampliar o alcance e fortalecer a credibilidade do GESTUR.

5. Ações de Comunicação

As ações de comunicação do GESTUR serão desenvolvidas de forma integrada, com foco na informação, mobilização e direcionamento dos públicos para o site oficial e para o Cadastur.

5.1 Redes sociais

Produção de conteúdos informativos, educativos e de mobilização, com foco em atrair o público e direcionar para o site do GESTUR.

5.2 Campanhas

Desenvolvimento de campanhas institucionais para sensibilização e incentivo à regularização no setor turístico.

5.3 Ações presenciais

Realização de atividades itinerantes, como caravanas, encontros, capacitações e participação em feiras e eventos, voltadas à orientação, mobilização e qualificação dos públicos.

5.4 Parcerias

Articulação com instituições e lideranças locais para ampliar o alcance e a mobilização das ações.

6. Aplicação e Ajustes

As ações de comunicação do GESTUR devem ser aplicadas de forma contínua, com foco em orientar, mobilizar e direcionar os públicos para o site do projeto e para o Cadastur.

A execução deve considerar a realidade de cada município, adaptando as ações conforme o contexto local, o perfil dos públicos e o tipo de atividade realizada.

As estratégias podem ser ajustadas ao longo do projeto, priorizando canais com melhor resultado, formatos mais eficazes e ações que gerem maior adesão.

