

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ
MESTRADO ACADÊMICO EM TURISMO E HOTELARIA

NÁDIA TERUMI JOBOJI

**PROJETO TURÍSTICO INTEGRADO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL:
o caso da Rota dos Tropeiros no Estado do Paraná**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Balneário Camboriú - SC
2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

NÁDIA TERUMI JOBOJI

**PROJETO TURÍSTICO INTEGRADO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL:
o caso da Rota dos Tropeiros no Estado do Paraná**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo e Hotelaria pelo Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí.

Orientadora: Profª Drª Elaine Ferreira

**Balneário Camboriú - SC
2009**

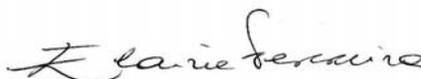
Nádia Terumi Joboji

“Projeto Turístico Integrado de desenvolvimento regional: o caso da Rota dos Tropeiros no Estado do Paraná”.

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do título de Mestre em Turismo e Hotelaria e aprovada pelo Curso de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí, Campus Balneário Camboriú.

Área de Concentração: Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria

Balneário Camboriú, 30 de Março de 2009



Prof^a. Dr^a. Elaine Ferreira
UNIVALI – Balneário Camboriú (SC)
Orientadora



Prof^a. Dr^a. Dóris van de Meene Ruschmann
UNIVALI – Balneário Camboriú (SC)
Membro



Prof. Dr. Cláudio Jorge Guimarães
UEPG – Ponta Grossa (PR)
Membro

DEDICATÓRIA

À minha “grande família” por sempre estar ao meu lado em todos os momentos da minha vida!

AGRADECIMENTOS

O “MEU MUITO OBRIGADA!!”

À Deus, por ter me dado a vida magnífica e força em todos os momentos!

A minha professora orientadora doutora Elaine Ferreira, pelo apoio, incentivo, compreensão, carinho, ensino, sabedoria e paciência.

Aos professores do Mestrado, pelos valiosos ensinamentos.

Aos meus amigos Flavinho “Arma”, Dani e Adonai, um agradecimento especial pela convivência e cumplicidade nos momentos do mestrado. A grande Alessandra e Juliana, pela receptividade e carinho. A Uhly, a Lu, o Rudy e o Adriano pela atenção e trabalhos. A Márcia, da secretaria do mestrado, meu agradecimento especial pela força. Ao Luiz, professora Márcia, Graziela pelo incentivo a fazer o mestrado e a amizade! A Michelli, por me escutar e apoiar, ao Luiz Maurício que sempre me deu forças nessa caminhada!!

Aos colegas do mestrado, pelo companheirismo e a amizade.

Ao Erê, que animou e descontraiu a gente nessa grande caminhada!!

Aos meus chefes Gava, Aldo e Ricardinho e ex-chefes de trabalho, pela confiança, oportunidade profissional e social.

Ao pessoal do trabalho e parceiros: Pat, Danis, Thaisa, Deise e Caren, pelo incentivo, paciência e companheirismo.

As pessoas que convivem comigo, pelo incentivo e carinho.

À Minha “grande” família (papai, mamãe, Nancy e Xandi), sem vocês nada valeria à pena!

EPÍGRAFE

**“Tudo que possas ou sonhas fazer,
comece. A audácia contém gênio,
poder e magia”.**

(Goethe)

RESUMO

O território de atuação da Rota dos Tropeiros no Paraná é constituído por 16 municípios, sendo um dos projetos de turismo prioritários do Governo do Estado. É também citado como modelo, tendo uma proposta de ampliação do Projeto nos demais Estados do Sul do Brasil, partindo de um elo histórico-cultural do antigo Caminho das Tropas. Aliando a questão de planejamento da atividade turística nesta região, este estudo se propôs a analisar a contribuição do Projeto Rota dos Tropeiros para o desenvolvimento local e turístico da região dos Campos Gerais do Paraná, focando a Instância de Governança, os aspectos importantes para que outros projetos utilizem este como uma ferramenta de orientação de trabalho integrado. Assim, este trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva, um estudo de caso. A coleta de dados foi realizada através de pesquisa documental e de entrevistas com os *stakeholders* do projeto: entidades parceiras, representantes das Secretarias Municipais de Turismo, integrantes da Diretoria da Agência Rota dos Tropeiros e de empresários associados. Verifica-se que os municípios individualizados não se tornam grandes atrativos, por isso a regionalização é um fator que contribui para agregar a gama de variedades turísticas. Devem-se conhecer as características das localidades, pois cada município possui suas particularidades, por isso, não deve ser inventado ou forjado algo que não está evidenciado na memória das pessoas, o qual contribuirá para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida daqueles que ali vivem.

Palavras-chave: Rota dos Tropeiros/PR; Planejamento Turístico; Projeto Turístico Integrado; Instância de Governança.

ABSTRACT

The territory covered by the *Tropeiros* Route in the State of Paraná comprises sixteen municipal districts, and it is one of the priority tourism projects of the State government. It is also cited as a model, and there is a proposal to expand the project to the other States in the south of Brazil, based on a historical and cultural link with the ancient *Tropeiros* Route. Linking the issue of tourism planning in this region, this study proposes to analyze the contribution of the project to local and tourism development in the *Campos Gerais do Paraná* region, focusing on the governance body and its main aspects, so that other projects can use it as a tool for guidance and integrated work. This work is therefore described as a descriptive study, or case study. Data were collected through document research and interviews with the following project stakeholders: Partner organizations, representatives of the Municipal Tourism Offices, board members of the *Tropeiros* Route agency, and associated entrepreneurs. It was observed that the municipal districts do not, in themselves, constitute significant tourist attractions, therefore regionalization is a factor that contributes to increasing the range of tourism activities. The local features of each district should be recognized, since each location has its own special characteristics. Therefore, there should be no attempt to invent or make up something that is not part of the memory of the local population, but rather use something that will contribute to the local development and improve the quality of life of those who live there.

Key-words: *Tropeiros* Route/Paraná; Tourism Planning; Integrated Tourism Project; Governance Body.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Receita Cambial Turística (Milhões US\$)	26
Gráfico 02 - Desembarque de Vôos Internacionais (Milhões)	27
Gráfico 03: Grau de Formalização das empresas	92
Gráfico 04: Grau de Desenvolvimento do Turismo	92
Gráfico 05: Principais carências para o desenvolvimento do Turismo	93
Gráfico 06: Conhecimento do Projeto Rota dos Tropeiros	94
Gráfico 07: Conhecimento da Agência de Desenvolvimento Rota dos Tropeiros	95
Gráfico 08: Desempenho da empresa nos últimos 3 anos	95
Gráfico 09: Importância da Rota dos Tropeiros	96
Gráfico 10: Empreendimento possui diferencial em Tropeirismo	96
Gráfico 11: Origem dos Clientes	97
Gráfico 12: Principal Motivação do Turista	98
Gráfico 13- Análise de produtos e atrativos ligados ao tropeirismo	110
Gráfico 14- Análise de acordo com o aval técnico da ficha de produto	111
Gráfico 15- Análise de acordo com os Atrativos existentes , identificando o ícone, o segmento e o tempo estimado no município	113
Gráfico16 - Análise dos Produtos Turísticos	114
Gráfico 17- Análise de acordo com o potencial do atrativo municipal	117
Gráfico 18- Análise de acordo com os bens e serviços ofertados para o turismo	118
Gráfico 19- Análise de acordo com a gestão política para o turismo	119
Gráfico 20 - Análise de acordo com a influência dos turistas	120
Gráfico 21 - Em relação aos atrativos em seu município	121
Gráfico 22 - Em relação aos bens e serviços ofertados para o Turismo	122
Gráfico 23 - Em relação à Gestão Política do Destino	122
Gráfico 24 - Em relação aos Turistas	123

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Processo de regionalização e de roteirização do Programa de Regionalização do Turismo.	28
Figura 02- Área de abrangência dos Campos Gerais- PR- Universidade Estadual de Ponta Grossa- UEPG	45
Figura 03- Área de abrangência dos Campos Gerais- PR- Associação dos Municípios dos Campos Gerais- AMCG	46
Figura 04- Mapa da Rota dos Tropeiros (Material de Divulgação)	80

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Entrada de Turistas no Brasil	26
Tabela 02: Residência permanente dos entrevistados	103
Tabela 03: Grupos profissionais segundo local de permanência	104
Tabela 04: Local de permanência do Turista segundo motivo de viagem	105
Tabela 05: Local de permanência segundo a forma de viajar	105
Tabela 06: Visita aos atrativos	106
Tabela 07: Região de residência e local de permanência segundo conhecimento sobre a existência da Rota	106
Tabela 08: Região de residência e local de permanência segundo conhecimento sobre estar na Rota dos Tropeiros	107
Tabela 09: Local de permanência segundo identificação Turística do destino Rota dos Tropeiros	108
Tabela 10- Classificação de municípios	115
Tabela 11- Indicadores da região dos Campos Gerais	116

LISTA DE QUADROS

Quadro 01- Necessidades e oportunidades de negócios	78
Quadro 02- Universo de entrevistados	85
Quadro 03- Indicadores	86

LISTA DE FOTOS

Foto 01 – Estação ferroviária Casa da Cultura	60
Foto 02 – Parque Manancial	61
Foto 03 – Mosteiro Tropista Novo Mundo	62
Foto 04 – Museu Histórico	63
Foto 05 – Fazenda Carambey	64
Foto 06 – Fazenda Capão-Alto	65
Foto 07 – Palacete Matarazzo	66
Foto 08 – Theatro São-João	67
Foto 09 – Capelinhas de Vieiras	68
Foto 10 – Santuário das Brotas	70
Foto 11 – Parque Estadual de Vila-Velha	71
Foto 12 – Prefeitura Municipal	72
Foto 13 – Antigo Seminário – Atual Prefeitura	73
Foto 14 – Cachoeira Corisco	74
Foto 15 – Bonde Aéreo	75
Foto 16 – Cânion Guartelá	76

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AMCG - Associação dos Municípios dos Campos Gerais

BOH - Boletim de Ocupação Hoteleira

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

G32- Grupo Gestor

GEOR - Gestão Estratégica Orientada para Resultados

GT - Grupo Técnico Estratégico da Rota dos Tropeiros

MTUR - Ministério do Turismo

PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PRT - Programa de Regionalização do Turismo

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SETU - Secretaria de Estado do Turismo no Paraná

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

UEPG - Universidade Estadual de Ponta Grossa

UFPR - Universidade Estadual do Paraná

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. Objetivos	20
1.1.1. Objetivo Geral	20
1.1.2. Objetivos Específicos	20
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	22
2.1 Turismo	22
2.1.1 Dados do Turismo no Brasil	25
2.2 Políticas Públicas	29
2.3 Planejamento Turístico	33
2.4 Programa de Regionalização do Turismo	36
2.5 Roteiros Turísticos	37
2.6 Região dos Campos Gerais	39
2.6.1. Mapa da Região	44
2.7 <i>Stakeholders</i>	47
2.8 Governança	49
2.8.1 Instância de Governança	51
3. PROJETO TURÍSTICO INTEGRADO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL- ROTA DOS TROPEIROS	54
3.1. Resgate Histórico	54
3.2 Justificativa do Projeto Rota dos Tropeiros	58
3.3 Objetivos do Projeto Rota dos Tropeiros	58
3.4. Municípios Participantes	59
3.4.1 Município de Araripoti	59
3.4.2 Município de Balsa Nova	60
3.4.3. Município de Campos do Tenente	61
3.4.4 Município de Campo Largo	62
3.4.5. Município de Carambeí	63
3.4.6. Município de Castro	64
3.4.7. Município de Jaguariaíva	65
3.4.8. Município de Lapa	66
3.4.9. Município de Palmeira	68
3.4.10 Município de Piraí do Sul	69
3.4.11. Município de Ponta Grossa	70
3.4.12. Município de Porto Amazonas	71
3.4.13. Município de Rio Negro	72
3.4.14. Município de Sengés	73
3.4.15. Município de Telêmaco Borba	74
3.4.16 Município de Tibagi	75
3.5 O processo operacional	77
3.6 As fases de Implantação do Projeto	78
3.7 O plano de ação do Projeto Turístico	81
4. O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO	83
4.1 O processo da Pesquisa	83
4.2 Universo e amostra	85
4.3. Instrumentos de coleta de dados	85
4.4. Ferramentas de análise de dados	86

5. RESULTADOS	88
5.1 Discussão dos resultados	88
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
7. REFERÊNCIAS	128
8. APÊNDICES.....	133

]

1. INTRODUÇÃO

A Rota dos Tropeiros é um projeto turístico regional, que foi lançado em 2003 e envolve 16 municípios paranaenses, fazendo divisa com o estado de Santa Catarina e São Paulo, tendo acesso por meio de 21 rodovias federais e estaduais, além de estradas rurais. Essa rota apresenta um destacado patrimônio cultural, fruto da imigração de diversas etnias, que deixaram seu legado na arquitetura, na culinária, no artesanato, e em diversas outras manifestações culturais, que, somadas a paisagem natural preservada em diversos locais, apresenta potencial turístico.

Este projeto foi idealizado em torno de uma proposta de desenvolvimento regional integrado, possibilitando o crescimento da atividade turística em diversos municípios que individualmente, teriam maior dificuldade em se organizar e obter êxito neste setor. Ao mesmo tempo, a proposta oportunizaria ao turista maior comodidade, qualidade e segurança na utilização dos serviços turísticos interligados, possibilitando fazer inúmeros roteiros, maximizando sua estada no local.

No Paraná, o projeto tem a participação do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, da AMCG - Associação dos Municípios dos Campos Gerais (representada pelos seguintes municípios: Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi), da Secretaria de Estado do Turismo e suas vinculadas a Eco Paraná e a Paraná Turismo e das Secretarias de Turismo dos municípios de Rio Negro, Lapa, Campo do Tenente, Campo Largo e Balsa Nova.

A intenção das entidades mencionadas era que a Rota dos Tropeiros se tornasse um destino turístico importante do Paraná, assim como é, atualmente, Foz do Iguaçu, Curitiba e o Litoral Paranaense, possibilitando mais opções a serem comercializadas e possivelmente um crescimento do turismo no Estado.

Assim, de forma sistemática, pode-se afirmar que objetiva-se com a consolidação do projeto da Rota dos Tropeiros: a) formar novos produtos turísticos; b) consolidar novos pólos de turismo; c) ampliar o número de turistas para a Região, e a taxa de permanência e os seus gastos; e, d) agregar valor ao turismo regional.

Cabe ressaltar, que em 2004, o Ministério do Turismo verificou a importância de qualificar os produtos turísticos e implantou os macro-programas do Plano Nacional de Turismo, cuja prioridade é o Programa de Regionalização do Turismo -

Roteiros do Brasil, que, de acordo com o Ministério, é um programa estruturante para promover o desenvolvimento turístico sustentável de forma regionalizada no Brasil (2006).

Tratando-se de um modelo de gestão coordenada, integrada e descentralizada de política pública para diversificar, ampliar e estruturar a oferta turística brasileira. Uma proposta de gestão baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação inter-setorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. Esse Programa propõe transformar a ação centrada na unidade municipal em pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local, regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada. (2006)

A partir desse programa, muitos dos roteiros existentes foram fortalecidos, pois o Ministério propôs a divulgá-los e também fomentou a formatação de novos roteiros turísticos no Brasil, dentro da política de regionalização dos estados brasileiros.

A Rota dos Tropeiros é um desses exemplos, o qual se tornou uma das prioridades do Estado do Paraná e do Governo Federal nos Roteiros do Brasil, o qual se encontra registrado dentro desse programa.

Neste ponto, cabe apresentar um dos conceitos sobre roteiro turístico, que segundo Bahl (2004, p.31),

um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar

A oferta de roteiros atualmente demonstra a busca pela satisfação das necessidades do turista em potencial, porque busca a facilidade para a realização dos seus deslocamentos, gerando um processo de escolha e seleção de localidades a visitar.

Os roteiros turísticos se caracterizam como uma das principais formas de comercializar determinadas regiões. Por isso esta pesquisa teve como objetivo a compreensão do programa de regionalização turismo, utilizando-se o projeto turístico intitulado Rota dos Tropeiros para um estudo de caso. Essa rota foi escolhida para este estudo devido ao seu projeto ter sido concebido anteriormente ao processo de regionalização do turismo estimulado pelo Ministério do Turismo e

por ser uma das prioridades de investimento na área de turismo do Estado do Paraná, tanto para a Secretaria de Estado do Turismo do Paraná e suas vinculadas como para o SEBRAE-PR.

Devido também à importância do contexto histórico e cultural, e considerando ainda a pouca existência de bibliografia na área de roteiros turísticos e a falta de planejamento na elaboração de roteiros que visam à divulgação do destino turístico sem estrutura, tornou-se relevante esta pesquisa, a qual se propôs a analisar esse projeto turístico integrado de desenvolvimento regional, bem como avaliar a eficácia e influência do programa proposto pelo governo federal, por meio da experiência desenvolvida na Rota dos Tropeiros, que fomentou a formatação de uma governança, para a sua gestão.

Para se compreender de que forma os municípios integrantes da Rota dos Tropeiros se motivaram a integrar um projeto regional, é preciso destacar o papel da AMCG- Associação dos Municípios dos Campos Gerais e o PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo.

A AMCG é um órgão de representação municipal microrregional, sendo constituída sob forma de sociedade civil sem fins lucrativos. Tem como objetivo maior a integração regional, econômica e administrativa dos municípios associados. Outros objetivos são defender os interesses e reivindicar em favor deles, bem como ampliar e fortalecer a capacidade técnica dos mesmos. (2008) Esta entidade busca o desenvolvimento da região e tem o turismo como uma das alternativas.

Com a implantação do PNMT, houve destacado interesse por parte dos gestores públicos da região dos Campos Gerais no turismo, já que a proposta do programa era o desenvolvimento sustentável desta atividade nos municípios, resultando em emprego e renda a comunidade, idéia esta que a AMCG aderiu e apoiou. Para a EMBRATUR (1999), o PNMT era considerado:

processo que visa à conscientização, à sensibilização, ao estímulo e à capacitação dos vários Monitores Municipais, para que despertem e reconheçam a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção dos patrimônios ambiental, histórico e cultural, e tendo, como resultado, a participação e a gestão da comunidade no Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável. (EMBRATUR, 1999).

Desta forma, entende-se que um dos fatores mais relevantes para a credibilidade da rota entre os gestores públicos da região, foi a idéia de que o

turismo poderia ser uma importante atividade econômica, aspecto este difundido nas oficinas de capacitação/formação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT.

Para entender a criação do PNMT, cabe contextualizar alguns aspectos anteriores a sua criação. Em 1993, o presidente Itamar Franco, autorizou a construção de políticas públicas de turismo para o país, culminando com o lançamento do PNMT, que tinha como características a integração de todos os atores intervenientes no setor, agindo na base dos acontecimentos, ou seja, nos municípios (PEREIRA, 1999, p. 17). O governo seguinte, Fernando Henrique Cardoso, deu continuidade ao PNMT e foi nesse período que atingiu seu pleno desenvolvimento.

Em 1996, o programa foi lançado no Paraná e a maioria dos municípios participantes da AMCG começou a participar do mesmo. No ano de 2003, o PNMT foi extinto, sendo que a municipalização passou a fazer parte do Planejamento Integrado e Participativo, uma das Estratégias de Ação do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Essa mudança ocorre dada às novas políticas públicas de turismo implantadas pelo governo Lula, e também pela alteração realizada na estrutura dos órgãos oficiais de turismo. O turismo passa a ganhar força politicamente, com a criação do Ministério do Turismo.

O Turismo é uma atividade, que pode sustentar a economia do local, além de valorizar os atrativos naturais e culturais, reconhecendo a identidade, melhorando a qualidade de vida de seus habitantes, valorizando no sentido de sua manutenção, identificação e perpetuação da memória, seja ela individual ou coletiva, da história, referenciação do modo de vida e identidade social, e não no sentido de torná-lo ilusório, um espetáculo artificial para impressionar os turistas, produzindo mercadorias e não criando identidades. Por isso, a preocupação é grande quando se trata do desenvolvimento do turismo de uma região, pois este deve agregar valor regionalmente, aliando a identidade cultural, e também, as particularidades, ganhando destaque nas vocações e desenvolvendo produtos turísticos. Conforme destaca Trigo (2000, p.105) que “apesar de a oferta turística natural ser abundante, nada se faz sem transformar essa oferta bruta em produto acabado, pronto para consumo”.

Em face da competitividade e das exigências da demanda, cada vez mais é necessário o aperfeiçoamento para melhor atender os turistas. Nesse sentido, apresentou-se a seguinte questão: *Qual tem sido a contribuição do Projeto Rota dos Tropeiros para o desenvolvimento local e turístico da Região dos Campos Gerais do Paraná?*

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo geral do projeto de pesquisa era o seguinte:

- Analisar a contribuição do Projeto Rota dos Tropeiros para o desenvolvimento local e turístico da região dos Campos Gerais do Paraná desde sua implantação até os dias de hoje.

1.1.2. Apresentaram-se os seguintes objetivos específicos, que foram formalizados no projeto:

- Descrever a região da Rota dos Tropeiros, especificamente os municípios da região turística dos Campos Gerais;
- Verificar na gestão da Rota dos Tropeiros, os fatores que foram relevantes, políticos, gerenciais e metodológicos, desde sua implantação até os dias de hoje, no desenvolvimento da região;
- Identificar a qualidade da participação das organizações públicas e da iniciativa privada quanto à atividade turística nesse espaço e o papel destas no desenvolvimento local;
- Levantar os resultados obtidos com a implantação do Projeto, com os *stakeholders* envolvidos.

Diante dessas questões, verificou-se a importância deste estudo para que fosse possível chegar às conclusões e contribuições. Para alcançá-las, o mesmo foi dividido em quatro capítulos para facilitar a vida do leitor.

No primeiro capítulo, tem toda a fundamentação teórica do trabalho, onde por meio de várias referências bibliográficas foram discutidos os diversos assuntos: Turismo, Políticas Públicas, Planejamento Turístico, Programa de Regionalização do

Turismo, Roteiros Turísticos, Região dos Campos Gerais, *Stakeholders*, Governança e Instância de Governança Regional.

No segundo capítulo entramos no caso estudado que é Projeto Turístico Integrado de Desenvolvimento Regional Rota dos Tropeiros. Nesse capítulo foi possível fazer um breve histórico do projeto, verificando a justificativa do projeto, bem como descrever os municípios participantes, o processo operacional e as fases de implantação.

O terceiro capítulo apresentou o processo de investigação da pesquisa, universo e amostra, os indicadores pesquisados, o instrumento da coleta de dados e a ferramenta para a análise propriamente dita.

No último capítulo discutimos os resultados das pesquisas para chegarmos às considerações.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo estão descritas as bases de argumentação para este trabalho. Apresentam-se os conteúdos propostos, comparando pensamentos de diversos autores, relacionados aos assuntos descritos.

Nesta fundamentação, além de levantar dados da região em estudo, são abordados alguns assuntos relacionados com o turismo e planejamento: sua importância para um desenvolvimento sustentável e local; roteiros turísticos; políticas públicas; e, instituições ligadas ao turismo. Além disso, discutir os Programas propostos pelo governo federal e suas influências, os *stakeholders* e a instância de governança regional no processo de roteirização.

2.1. Turismo

O turismo é conceituado de várias maneiras; alguns autores o definem como deslocamento de pessoas do seu lugar domiciliar para outras localidades, com a finalidade de lazer, recreação; outros definem como fins de atividades profissionais, mas que não sejam constantes, satisfação de prazeres, consumo de bens econômicos e culturais, entre outros. Independente das definições existentes, todos consomem bens e serviços.

As definições ressaltam diversos fatores que marcam vários tempos, com distintos motivos formulados, os quais mostram a complexidade do fenômeno turístico.

O turismo não é necessariamente viável e desejável em todos os lugares. O potencial para o desenvolvimento do turismo tem que ser examinado pontualmente junto a cada comunidade. Mas verifica-se que tanto o Estado como as empresas ligadas ao ramo turístico têm como objetivo real, o lucro. O Estado espera que com o turismo gere mais divisas, empregos e as empresas que atuam no setor igualmente dimensionam a prestação de serviços em razão da lucratividade dos investimentos necessários. Beneficiando alguns setores diretamente e outros indiretamente.

A atividade turística, se bem conduzida, gera empregos, aumentando o nível de consumo, que trará conseqüências na parte social da população, pois surgirão novas infra-estruturas, novos treinamentos, melhorando até mesmo a cultura geral,

pois todos os envolvidos com a atividade turística buscam o aperfeiçoamento para melhor atender os turistas. Pode gerar uma maior consciência e proteção do meio ambiente, desenvolvimento de novos investimentos na localidade, intercâmbio cultural, entre outros benefícios.

Portanto, se todas as ações forem bem planejadas, a tendência é o desenvolvimento. O turismo está ligado às políticas públicas e às iniciativas privadas, podendo estar submetido aos centros de decisão do capitalismo hegemônico global. Conforme Rodrigues (1997, p. 17) menciona:

o turismo representa, hoje, uma das mais importantes formas de reprodução do capital e de captação de divisas no comércio internacional [...] Quando centralizado por grandes empresas de capitais transnacionais, seu comando central elege taticamente as áreas onde expandir seus domínios.

Infelizmente, quando o turismo desperta o interesse de empresas de capitais transnacionais que desejam investir em mega projetos turísticos, normalmente é visto apenas como fonte de lucro, sem levar em conta as diversidades de recursos naturais e culturais da região onde será inserido o projeto turístico. Normalmente, estes acabam não contribuindo de forma efetiva para o benefício da comunidade do entorno e nem para a preservação do meio ambiente.

Por mais que o Desenvolvimento Sustentável do Turismo seja um tema polêmico, os planejadores da atividade turística devem buscar o Turismo Sustentável, ou seja, não buscar apenas o discurso da sustentabilidade, pois se percebe que há casos no Brasil onde o modelo econômico imposto esgota os recursos naturais e exclui a maioria da população, causando grandes impactos negativos. Segundo Murta e Goodey (2002, p. 16),

Hoje se concorda que o turismo sustentado deve voltar-se para harmonizar as necessidades de seus quatro componentes: a comunidade receptora, os visitantes, o meio ambiente e a própria atividade turística. Se bem planejado dentro dos princípios de sustentabilidade, o turismo pode ter um impacto positivo e ser um catalisador da restauração, conservação e revitalização de ambientes naturais e culturais, reforçando a cultura local e contribuindo para a geração de empregos e renda das comunidades.

Por isso, antes de transformar um local em produto turístico, os gestores devem analisar em conjunto com a comunidade, pois é ela que arca com as

conseqüências em última instância. O meio ambiente também é afetado, pois se essa atividade não for bem planejada poderá ter conseqüências negativas com a presença dos turistas. Segundo Magalhães (2002, p. 56-57),

[...] apesar das críticas negativas de vários autores, referentes às bases teóricas de desenvolvimento sustentável e da dificuldade de se resgatar e alcançar, no turismo sustentável, todas as variáveis que envolvem o bom desempenho de uma atividade sustentável, não se pode deixar de buscar, mesmo que pareça utopia, saída satisfatória para as práticas turísticas maléficas. É preciso acreditar na possibilidade de mudanças, ainda que em longo prazo. Verifica-se que os modelos de turismo que conseguiram alcançar patamares mais avançados de conceito de sustentabilidade, estão aqui mesmo, em nosso país e podem ser copiados. É preciso, entretanto, um comprometimento dos administradores locais e da comunidade com as novas formas de planejamento desses modelos.

Verificam-se, que para que as ações de turismo na região se concretizem, estas dependem muito da política local. Segundo Ruschmann (2000, p.28), “em lugar de proporcionar a implantação de projetos socialmente equilibrados, no setor turístico prevalece à política de criação de pólos de desenvolvimento, comprometendo e destruindo a economia tradicional”.

O lado econômico prevalece às questões sócio-culturais. Se for para ganhar dinheiro, não importa a descaracterização da história e da cultura. A realidade ainda é essa, de acordo com Ruschmann (2000, p. 30):

Utilizando-se politicamente dos fundamentos filosóficos e conceituais que norteiam o desenvolvimento sustentável, os governos das esferas federal, estadual e municipal ampliam sua base de aceitação social de possível atuação, quando definem políticas nas quais vinculam a necessidade de o turismo ser planejado e praticado de forma sustentável. A expressão “turismo sustentável” é ícone preferido atualmente pelos discursos ambientais e sócio-culturais ocasionados na implantação dos grandes projetos turísticos.

O turismo não planejado, que não busca a sustentabilidade, poderá trazer enormes problemas sociais, como a violência, o desemprego, a concentração da riqueza em mãos estrangeiras, e ainda, investimentos em infra-estrutura acima do necessário e com desvio de verbas públicas. Quem acaba prejudicada é a própria localidade. Da mesma forma, o uso irracional dos recursos do meio ambiente levará a alterações climáticas, descaracterização da paisagem natural, desaparecimento de espécies, poluição entre outros problemas. (RUSCHMANN, 2000). Só uma abordagem sustentável do turismo e da economia local poderá evitar.

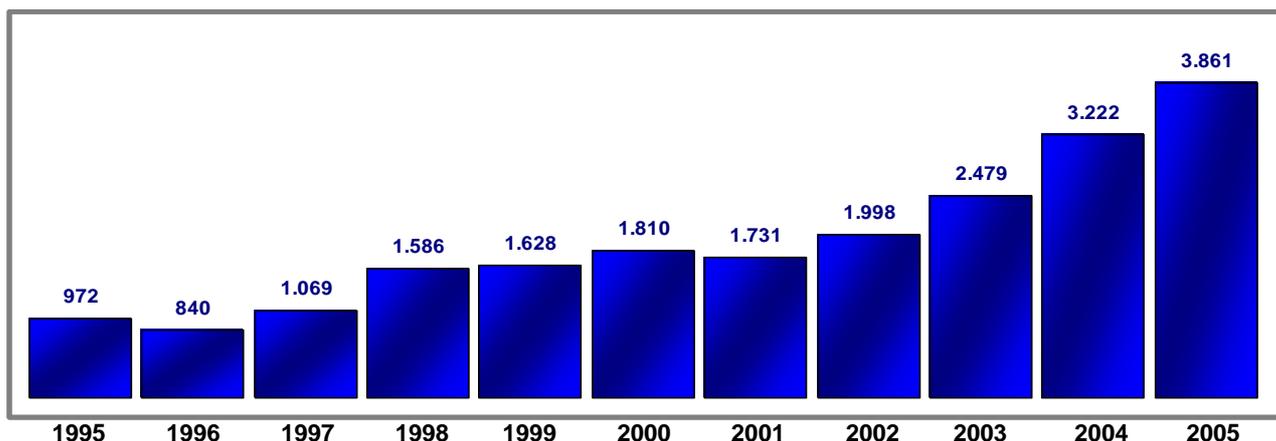
2.1.1. Dados do Turismo no Brasil

Segundo o documento referencial do turismo no Brasil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006) como resultado do esforço do Governo, da prioridade dada ao Turismo e da gestão descentralizada e compartilhada proposta pelo Plano Nacional, o Turismo do Brasil vem evidenciando um crescimento acima da média mundial. O crescimento do turismo no Brasil em 2004 e 2005 foi da ordem de 12,6%, sendo que o crescimento do turismo internacional no mundo foi de 5,7%. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006)

A execução dos Programas e Ações do Plano Nacional de Turismo inseridos no Plano Plurianual de Governo, considerando a execução orçamentária de 2004 e de 2005 e, ainda, a conjuntura externa favorável, propiciaram as condições para que o País obtivesse, nos últimos três anos, os seus melhores resultados em relação a todo o histórico do setor.

Um resultado que aponta para a performance excepcional da atividade turística no mercado internacional e que merece destaque, após três anos de existência do Ministério, é a receita cambial turística. Seguem os dados dessa análise: em 2005, o Brasil alcançou a receita cambial turística de US\$ 3,86 bilhões, superior em 19,83% ao ano de 2004 (US\$ 3,22 bilhões), atingindo a marca de 34 meses consecutivos de crescimento desde março de 2003. Em 2004, a receita cambial turística atingiu o montante de US\$ 3,22 bilhões, superior em 30% com relação ao ano anterior (US\$ 2,48 bilhões), registrando um superávit da ordem de US\$ 351,0 milhões, o maior dos últimos 15 anos, superior em 61% em relação a 2003, da ordem US\$ 218,0 milhões. (EMBRATUR, 2006). Os dados em relação a receita cambial turística atual que encontra-se disponível no site da EMBRATUR é de US\$5.785 bilhões no ano de 2008.

(http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos/conteudo/receita_cambial, 2009)



Fonte: EMBRATUR - Relatório do Turismo no Brasil, 2006

Gráfico 01 - Receita Cambial Turística (Milhões US\$)

O crescimento da entrada de turistas estrangeiros no País, depois de experimentar uma queda em 2001 e 2002, apresentou uma tendência de recuperação e crescimento em 2003, que se manteve constante até 2005. Tomando o ano de 2002, como referência, o crescimento até 2005 foi da ordem de 43%, tendo sido de 13% entre 2004 e 2005. (EMBRATUR, 2006)

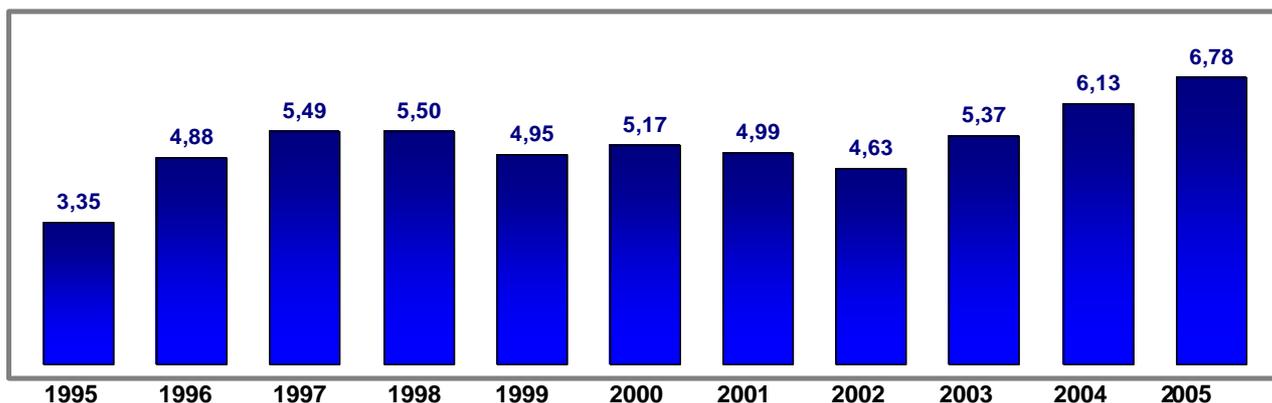
Tabela 01 - Entrada de Turistas no Brasil (número de turistas)

ANO									
1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005(*)
2.665.508	2.849.750	4.818.084	5.107.169	5.313.463	4.772.575	3.784.898	4.132.847	4.793.703	5.400.000

Fonte: EMBRATUR - Relatório do Turismo no Brasil, 2006

Considerando os resultados a partir do ano de 1996 até 2005, o crescimento na entrada de turistas estrangeiros no Brasil foi da ordem de 103%.

Conforme o Relatório do Turismo no Brasil, em 2005, o País recebeu cerca de 6,79 milhões de passageiros de vôos internacionais, incluindo brasileiros voltando do exterior e turistas estrangeiros, valor superior em 10,52% ao total dos desembarques no período de 2004 (6,14 milhões). São 36 meses consecutivos de crescimento, desde janeiro de 2003. No ano de 2004, os desembarques de vôos internacionais atingiram 6,14 milhões de passageiros, um incremento de 14,19%, em relação ao ano de 2003 (5,38 milhões). (EMBRATUR, 2006) (Ver Gráfico 02 abaixo)

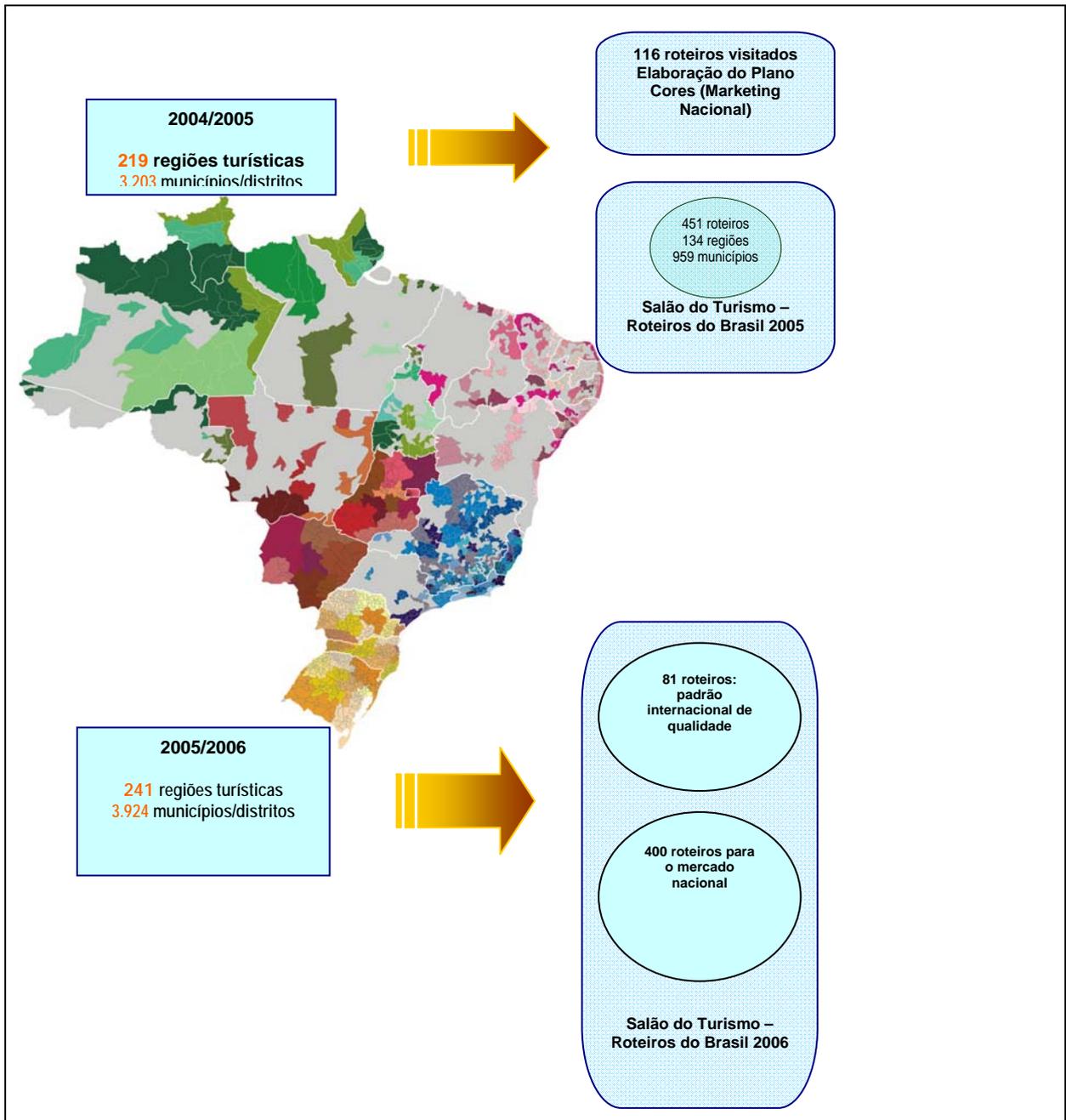


Fonte: EMBRATUR - Relatório do Turismo no Brasil, 2006

Gráfico 02 - Desembarque de Vôos Internacionais (Milhões)

Conforme o Relatório do Turismo no Brasil, o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil realizou o mapeamento turístico do País, para identificar as regiões turísticas existentes. No mapeamento, realizado no ano de 2004, foram identificadas 219 regiões turísticas, envolvendo 3.203 municípios. Destas 219 regiões turísticas, 134 apresentaram novos roteiros turísticos no Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, realizado em 2005, em São Paulo, resultando em 241 roteiros, os quais participaram dos Módulos “Feira” e “Rodada de Negócios” do evento. (EMBRATUR, 2006)

A ilustração, a seguir, resume o processo de regionalização e de roteirização do Programa de Regionalização do Turismo.



Fonte: EMBRATUR - Relatório do Turismo no Brasil, 2006

Figura 01- Processo de regionalização e de roteirização do Programa de Regionalização do Turismo.

O mapeamento do turismo no País resultou do processo de gestão descentralizada proposto pelo Plano Nacional de Turismo, que mobilizou contingentes de atores em todas as regiões do País.

2.2. Políticas Públicas

As ações para o turismo não podem mais deixar de serem planejadas. Segundo o Ministério do Turismo, na Cartilha do Plano Nacional do Turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003 p.04),

O turismo quando bem planejado, dentro de um modelo adequado, onde as comunidades participam do processo, possibilita a inclusão dos mais variados agentes sociais. Os recursos gerados pelo turista circulam a partir dos gastos praticado nos hotéis, nos restaurantes, nos bares, nas áreas de diversões e entretenimento. Todo comércio local é beneficiado.

Quando há envolvimento de todos pela atividade acaba trazendo benefícios para a comunidade receptiva. Como no turismo trata-se de uma venda de serviços, é necessária a utilização de recursos humanos, fazendo um setor fundamental para o cumprimento do governo. Ciente disso, uma das prioridades do governo é o turismo, por isso ele vem cumprindo o seu papel de buscar maior transversalidade entre o Ministério do turismo e outros órgãos, a fim de proporcionar as ferramentas necessárias para cumprir suas metas.

O Ministério do Turismo tem condições de se articular com os demais Ministérios, com governos estaduais e municipais, com o poder legislativo, com o setor empresarial e a sociedade organizada, integrando as políticas públicas e o setor privado, maximizando resultados e racionalizando gastos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003)

A estrutura do Ministério do Turismo é a seguinte:

- **SECRETARIA DE POLÍTICAS DE TURISMO:** formula, elabora, avalia e monitora a Política Nacional do Turismo, por meio das diretrizes propostas pelo Conselho Nacional de Turismo.
- **SECRETARIA DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO:** ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo, de fomento, de promoção de investimentos com programas regionais de desenvolvimento.
- **INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR:** promover, divulgar e apoiar a comercialização de produtos e serviços turísticos no país e no exterior.
- **CONSELHO NACIONAL DE TURISMO:** diretamente vinculado ao Ministério do Turismo, tendo a atribuição de propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo.

Para dinamizar-se o processo de descentralização, foram criados:

- **FÓRUM NACIONAL DOS SECRETÁRIOS DE TURISMO:** órgão informal, consultivo, constituído por secretários e dirigentes estaduais de turismo que auxiliará no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas oriundas dos Estados e Municípios.
- **FÓRUM ESTADUAL DE TURISMO:** papel fundamental para a operacionalização das políticas formuladas pelo governo estratégico, constituindo-se em um canal de ligação entre o Governo Federal e os destinos turísticos.
- **SECRETARIA ESTADUAL:** No Paraná, é a Secretaria de Estado do Turismo - SETU, órgão da administração direta do Governo do Estado, com objetivo de estruturação e monitoramento da Política Estadual de Turismo, através de suas assessorias, coordenadorias e grupos setoriais, como também seus órgãos descentralizados: Paraná Turismo, Centro de Convenções de Curitiba e o Serviço Autônomo ECOPARANÁ.

Dentro da gestão pública estadual do Turismo, estão sendo estabelecidos os seguintes órgãos, assegurando uma atuação descentralizada:

- **CONSELHO ESTADUAL DE TURISMO E FÓRUM ESTADUAL DE TURISMO:** entidades representativas do turismo paranaense, órgãos municipais do turismo e cursos superiores de turismo/hotelaria do Paraná.
- **SECRETARIAS MUNICIPAIS DE TURISMO:** têm a finalidade de incrementar o desenvolvimento turístico no município.

Na necessidade de fomentar e auxiliar as secretarias municipais de Turismo na região dos Campos Gerais foi criado na Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG) um setor que cuidasse dessa área.

Verifica-se que as ações para o turismo estão amarradas politicamente e há uma hierarquia para isso. Muitos projetos que poderiam ser realizados dependem da aprovação política. Por isso é necessário estarem embasados nas políticas públicas existentes.

Segundo o Ministério do Turismo, os objetivos gerais do Plano Nacional do Turismo são:

- Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais.
- Promover o turismo com um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros.
- Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007)

E dentre os objetivos específicos, encontram-se os seguintes:

- Garantir a continuidade e o fortalecimento da Política Nacional do Turismo e da gestão descentralizada.
- Estruturar os destinos, diversificar a oferta e dar qualidade ao produto turístico brasileiro.
- Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado nacional e internacional e proporcionar condições favoráveis ao investimento e à expansão da iniciativa privada.
- Apoiar a recuperação e a adequação da infraestrutura e dos equipamentos nos destinos turísticos, garantindo a acessibilidade aos portadores de necessidades especiais.
- Ampliar e qualificar o mercado de trabalho nas diversas atividades que integram a cadeia produtiva do turismo.
- Promover a ampliação e a diversificação do consumo do produto turístico no mercado nacional e no mercado internacional, incentivando o aumento da taxa de permanência e do gasto médio do turista.
- Consolidar um sistema de informações turísticas que possibilite monitorar os impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade, facilitando a tomada de decisões no setor e promovendo a utilização da tecnologia da informação como indutora de competitividade.
- Desenvolver e implementar estratégias relacionadas à logística de transportes articulados, que viabilizem a integração de regiões e destinos turísticos e promovam a conexão soberana do País com o mundo. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007)

As metas do Plano Nacional do Turismo são:

- Promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado internacional e criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações;
- Criar 1,7 milhão de novos empregos e ocupações;
- Estruturar 65 destinos com padrão de qualidade internacional;
- Gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas; (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007)

Os objetivos gerais do Governo Estadual no Plano de Desenvolvimento do Turismo no Paraná para a gestão de 2008-2011 é que o: (SETU, 2008)

Turismo no Estado do Paraná seja desenvolvido de forma eficaz, dentro dos padrões de sustentabilidade, qualidade e competitividade, utilizando-se de ações de gestão, fomento e promoção, que permitam o incremento da economia Estadual e a inclusão social de sua população e a satisfação dos seus visitantes, utilizando como indicadores:

- Fluxo turístico
- Permanência média
- Gasto médio *per capita*/dia
- Receita gerada pela atividade
- Destinos turísticos efetivos
- Empreendimentos turísticos cadastrados no MTur
- Taxa de ocupação hoteleira
- Nível de satisfação dos turistas

E as metas são (SETU, 2008)

- Aumentar o fluxo de turistas em 25%
- Aumentar a permanência média em 15%
- Aumentar o gasto médio per capita/dia em 15%
- Aumentar a receita gerada em 30%
- Aumentar o número de destinos turísticos em 70%

Para viabilizar esses objetivos e metas a Secretaria de Estado do Turismo vêm realizando oficinas, encontros, mapeamentos, projetos, planejamentos, pesquisas, fortalecimento da estrutura turística, programas conveniados de micro-crédito, promoções, eventos e feiras, incentivando os municípios paranaenses.

Um dos programas de turismo em que o Ministério tem investido bastante é o Programa de Regionalização do Turismo - PRT - Roteiros do Brasil. Segundo a Secretaria de Estado do Turismo (SETU, 2003)

Este programa é uma nova proposta de gestão de forma descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões. Propõe transformar a ação centrada na unidade municipal e em uma pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e coordenar o processo de desenvolvimento local e regional, estadual e nacional de forma articulada e compartilhada.

Foi iniciado no Estado do Paraná nos dias 5 e 6 de abril de 2004, tendo como objetivo promover a Regionalização do Turismo, através do envolvimento da sociedade, da organização e do planejamento municipal, visando a diversificação da oferta turística de forma participativa e integrada.

O Estado do Paraná se constitui de 20 associações microrregionais, de acordo com semelhanças econômicas, políticas e sócio-culturais; essas associações foram agrupadas em nove grupos, como resultado de oficinas organizadas pela secretaria Estadual de Turismo. A Associação dos Municípios dos Campos Gerais - AMCG ficou sozinha e em destaque, por causa do trabalho integrado com os municípios e por ter um Roteiro Turístico Regional - A Rota dos Tropeiros. Mas essa Rota pertence a mais uma região turística, pois envolve municípios que não são dos Campos Gerais, sendo eles: Balsa Nova, Campo Largo, Campo do Tenente, Lapa e Rio Negro.

2.3. Planejamento Turístico

O planejamento turístico pode ser utilizado como uma importante ferramenta para o desenvolvimento de uma comunidade. Podendo acelerar e maximizar os efeitos positivos do turismo, como também servindo para combater os efeitos negativos de um planejamento mau feito para uma região turística. Conforme Ignarra (1999, p. 61), “o planejamento pode ser considerado como a formulação sistemática de um conjunto de decisões, devidamente integrado, que expressa os propósitos de uma empresa e condiciona os meios de alcançá-los”.

RUSCHMANN (1997, p. 84) destaca que, ainda que o planejamento turístico seja fomentado por um órgão público, não há como concebê-lo sem a colaboração da iniciativa privada, que deverá atuar de forma direta ou indireta no desenvolvimento da atividade.

O planejamento turístico pode abranger tanto órgãos públicos como empresas privadas, podendo ser realizado no nível local, regional, de países e até continentes (RUSCHMANN, 1997, p. 85), apresentando os seguintes objetivos:

- Definir políticas e processo de implementação de equipamentos e atividades, e seus respectivos prazos;
- Coordenar e controlar o desenvolvimento espontâneo;

- Prover os incentivos necessários para estimular a implantação de equipamentos e serviços turísticos, tanto para empresas públicas como privadas;
- Maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos (tanto os de investimentos como os de operação), visando ao bem-estar da comunidade receptora e à rentabilidade dos empreendimentos do setor;
- Garantir que os espaços necessários ao desenvolvimento turístico não sejam utilizados para outras atividades econômicas;
- Evitar deficiências ou congestionamentos onerosos [...] por meio de uma determinação cuidadosa das fases do desenvolvimento;
- Minimizar a degradação dos locais e recursos sobre os quais o turismo se estrutura, e proteger aqueles que são únicos;
- Cientificar a autoridade política responsável pela sua implantação de todas as implicações do planejamento;
- Capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística, a fim de que se organizem e correspondam favoravelmente quando solicitados;
- Garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada;
- Garantir que a imagem da destinação se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados;
- Atrair financiamentos nacionais ou internacionais e assistência técnica para o desenvolvimento do turismo e a preservação ambiental;
- Coordenar o turismo com outras atividades econômicas, integrando seu desenvolvimento aos planos econômicos e físicos do país.

O planejamento turístico poderá abranger mais de um recurso e mais de uma localidade, atuando em todo o entorno do espaço turístico. Sendo considerada também importante em relevar não apenas a homogeneidade geográfica, mas também as características culturais e econômicas que unificam os espaços, distinguindo-os de outros semelhantes. Frisa que para trabalhar com o planejamento turístico regional, devem ser enfrentadas dificuldades relacionadas à tomada de decisão, mas que ainda assim deve ser superada a idéia de delimitação de regiões turísticas baseada puramente em premissas políticas ou administrativas. (RUSCHMANN, 1997)

De acordo com Ruschmann (1997, p. 89) na organização pública do turismo, os planos de ação variam de acordo com o seu âmbito de atuação – local, regional, nacional e internacional. O poder público no âmbito regional pode direcionar seu planejamento para:

- Desenvolver pólos, corredores e pontos turísticos cujo planejamento considere os elementos econômicos, sociais e físicos da atividade;
- Elaborar estratégias para o desenvolvimento turístico relacionadas a:

- Planos para o desenvolvimento da infra-estrutura, do uso do solo e do transporte;
- Planos para o desenvolvimento da recreação e dos esportes, tanto para a população residente como para os turistas;
- Planos de conservação e de administração para os parques nacionais, as reservas naturais, as reservas florestais, estações ecológicas, etc.;
- Criação de normas e padrões de desenvolvimento e administração para extensão da capacidade e das características dos recursos turísticos, das facilidades e dos serviços e da capacidade de carga das áreas naturais. Estimular a cultura regional o renascimento de áreas decadentes, o surgimento de novos pontos de atração.

No caso do desenvolvimento do turismo a partir da exploração dos atrativos turísticos localizados em pequenos municípios, com pouca infra-estrutura turística e também com poucos recursos financeiros para investimentos e manutenção dos atrativos locais, o turismo trabalhado de forma regional, em complementaridade da oferta entre os municípios vizinhos, pode ser fundamental para o sucesso da atividade (RUSCHMANN, 1997, p. 90).

Percebe-se que muitos são os benefícios que se podem alcançar ao trabalhar-se a organização do turismo de forma regionalizada. B AHL (2004, p. 31) afirma que nem toda a localidade possui atrativo turístico para gerar fluxo por si só, por isso é necessário trabalhar com a oferta de atrativos, equipamentos e serviços turísticos do entorno é uma alternativa para ampliar as opções aos turistas.

A regionalização para B AHL (2004, p.37) pode ainda ser considerada como uma ferramenta “para o planejamento e gestão do turismo, melhor definindo políticas estaduais e regionais, vislumbrando o grau de complexidade ou carências de infra-estrutura e de orientação de incentivos para investimentos”.

Por isso deve-se ordenar a atividade, recorrendo a mecanismos de solidariedade e de organização regional, de forma que todas as comunidades do entorno de um atrativo turístico beneficiem-se direta ou indiretamente da exploração do turismo (RUSCHMANN, 1997, p. 90). Assim,

Quando um sistema de planejamento nacional começa a operar, a primeira coisa que se deve fazer é definir seu âmbito de ação em função da regionalização do país. Essa tarefa consiste em dividi-lo em partes, de acordo com uma série de critérios técnicos. Depois, por um lado, serão elaborados os planos para cada região e, por outro, os planos setoriais, mas não separadamente, e sim integrando-os. O objetivo é que, ao menos teoricamente, cada plano setorial seja dividido por regiões, para que os planos regionais compatibilizem interesses e problemas diversos. (BOULLÓN, 2002, p. 71)

A idéia de região utilizada pelos economistas refere-se às porções do território cujos indicadores econômicos e de desenvolvimento social sejam parecidos, garantindo uma identidade que leve a qualificar o espaço como homogêneo e contínuo. Sendo necessário levar em conta a polarização das regiões, que têm como tendência estender seus raios de influência para além dos limites físicos. Outro tipo de região que pode ser trabalhada ainda é aquela delimitada por decisões político-econômicas, podendo ser denominadas como região-plano ou região-programa. (BOULLÓN, 2002).

2.4. Programa de Regionalização do Turismo

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é um programa estruturante do Ministério do Turismo, para promover o desenvolvimento turístico sustentável de forma regionalizada no Brasil. Traduz um modelo de gestão coordenada, integrada e descentralizada de política pública para diversificar, ampliar e estruturar a oferta turística brasileira. (SETU, 2005).

Este programa tem como diretriz a promoção do desenvolvimento do turismo regional promovendo as articulações necessárias para assegurar: (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004)

- o envolvimento comunitário;
- a capacitação dos atores envolvidos;
- a sistematização da informação e a sua comunicação ao público interessado;
- o ordenamento, a normatização e regulação da atividade;
- a disponibilização de incentivos e financiamentos;
- a construção da infra-estrutura necessária e adequada; e,
- a promoção e comercialização dos produtos turísticos.

Os objetivos do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil são: (SETU, 2005)

- Diversificar a oferta turística
- Estruturar os destinos turísticos
- Dar qualidade ao produto turístico
- Ampliar e qualificar o mercado de trabalho
- Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional
- Ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional
- Aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turismo

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil apresenta como princípios fundamentais a descentralização, integração, participação e a sustentabilidade ambiental, sócio-cultural e econômica. É constituído de um conjunto de nove módulos operacionais, que apresentam conceitos, princípios e orientações para a condução do processo de desenvolvimento do turismo no âmbito da Região Turística. Os módulos são: 1) Sensibilização; 2) Mobilização; 3) Institucionalização da Instância de Governança Regional; 4) Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional; 5) Implementação do Plano Estratégico; 6) Sistema de Informações Turísticas do Programa; 7) Roteirização Turística; 8) Promoção e Apoio à Comercialização; e, 9) Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004)

Os módulos são complementados e detalhados em documentos técnicos orientadores específicos que estão disponibilizados pelo Ministério do Turismo. Não precisam ser implementados seqüencialmente; cada Região Turística poderá implementar o Programa de acordo com seu estágio de desenvolvimento, inserindo-se no processo a partir de um dos Módulos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004)

2.5. Roteiros Turísticos

Para melhor atender os turistas, de acordo com suas exigências, o turismo, como outras atividades, é segmentado. O estudo cuidadoso sobre as motivações, que agem na decisão do turista, permite a elaboração de roteiros gerais ou específicos. A oferta de roteiros ocorre para satisfazer as necessidades geradas no ser humano, no caso do turista em potencial e busca facilitar a realização dos seus deslocamentos, gerando um processo de escolha e seleção de localidades a visitar, motivado por um marketing.

O conhecimento da oferta da localidade receptora permite prever e utilizar adequadamente os elementos componentes do roteiro, ou seja, selecionar os atrativos, equipamentos e serviços. É recomendável verificar as implicações na infra e macro estruturas.

Os serviços e estruturas de recepção também influem na procura de localidades, conseqüentemente existe a necessidade de conservação constante e a busca do equilíbrio, através da organização e planejamento dos serviços,

equipamentos, instalações, saneamento, benfeitorias, vias de acesso e restaurantes, vislumbrando-se a absorção e expansão dos fluxos.

A elaboração de um programa turístico tem diferentes possibilidades de uso, uma delas é a possibilidade da criação de rotas turísticas, baseadas em um itinerário prévio, fato que facilita a orientação do turista ao destino. Ao se elaborar uma Rota Turística, dever-se-á estabelecer com precisão os aspectos que formarão o marco da programação, a saber: o objetivo final, o produto, o alcance de sua distribuição, o uso que dará ao passageiro, o espaço que abrangerá, a temática que abordará, o circuito a percorrer e o nível de informação a oferecer.

A regionalização do turismo, por meio da descentralização dos centros de recepção ao turista, pode desenvolver a atividade de forma que os impactos positivos sejam maximizados e, conseqüentemente, os impactos negativos sejam cada vez menos degradantes, .

A regionalização do turismo e o aumento da oferta de destinos turísticos permitem ao turista a escolha entre várias modalidades, diminuindo os malefícios da massificação de regiões que antes sofriam com o grande acúmulo de visitantes em um número reduzido de lugares. Dessa maneira, a maximização regional de um estado como produto turístico, diminui significativamente elementos como a sazonalidade e a massificação, pois modalidades distintas de turismo podem ser praticadas durante o ano todo, em suas diferentes estações e em lugares distintos.

A espacialização do turismo é diretamente dependente da inter-relação de todas as variáveis envolvidas, desde questões culturais, sociais, ambientais, políticas, econômicas, da infra-estrutura básica, da estrutura de apoio, da prestação de serviços e da comunidade do entorno, que é, de certa forma, o cartão de visitas de tal região. Os traços singulares da cultura e do turismo trazem uma visão mais ampla dos diferentes segmentos econômicos, sociais e políticos, que formam o *cluster* turístico, baseado na relação de dependência para o sucesso da atividade, necessitando de um planejamento estratégico como sistema integrado.

Por isso, na Rota dos Tropeiros é necessário desenvolver um trabalho que visa aumentar a demanda turística com responsabilidade. Com sua gama de produtos turísticos regionais ela acaba comportando um grande potencial arquitetônico, cultural, histórico e natural. Observando a situação atual da região, nota-se que o incentivo para o desenvolvimento do turismo ainda é precário; falta muito a fazer, pois ainda a atividade em muitos dos municípios citados anteriormente

encontra-se em segundo plano. O interesse pelo turismo ainda é pequeno em função do pouco conhecimento que as pessoas possuem em relação aos benefícios que a atividade turística pode proporcionar.

Há ainda muita coisa para se concretizar, além de muitos municípios precisarem melhorar a infra-estrutura básica, que é essencial não somente para atrair turistas, mas também para a comunidade local. Analisando os inventários turísticos da oferta turística dos municípios envolvidos na Rota dos Tropeiros percebe-se claramente a diversidade de opções para o desenvolvimento do turismo na formatação de produtos para esta Rota, num conjunto de características históricas, culturais, geográficas, físicas, patrimoniais e de infra-estrutura, que são fatores fundamentais para o aumento da demanda.

As avaliações dos espaços permitem uma variedade na oferta de produtos turísticos. É necessário fortalecer a Rota dos Tropeiros visando às temáticas do território, sendo elas: Natureza e Aventura, Saúde e Bem Estar, Fé e Misticismo, e História e Cultura; desta forma se estará mostrando que cada roteiro e município tem suas particularidades.

2.6. Região dos Campos Gerais

A região dos Campos Gerais, há tempos, tem seus caminhos percorridos por viajantes e estudiosos que não se cansam de admirar sua beleza. Um deles, Auguste Saint Hillaire (1995, p. 11-12), botânico francês, quando cruzou a região na primeira metade do século XIX, relatou as suas impressões:

Os Campos Gerais, assim chamados devido à sua vasta extensão, não constituem uma comarca nem um distrito; trata-se de um desses territórios que, independentemente de divisões políticas, se distinguem em qualquer região pelo seu aspecto e pela natureza de seus produtos e de seu solo; onde deixam de existir as características que deram à região um nome particular - aí ficam os limites deste território [...]. Esses campos são certamente uma das mais belas regiões que já percorri desde que cheguei à América; suas terras são menos planas, não tendo, pois a monotonia das nossas planícies de Beauce, mas as ondulações do terreno não chegam a ser tão acentuadas de maneira a limitar o horizonte. Até onde a vista alcança, descortinam-se extensas pastagens; pequenos capões onde sobressai à valiosa e imponente Araucária surgem aqui e ali nas baixadas, o tom imponente de suas folhas contrastando com o verde claro e viçoso do capinzal. De vez em quando apontam rochas nas encostas dos morros, onde se despeja uma cortina de água que vai se perder no fundo dos vales; uma

numerosa quantidade de éguas e bois pastam no campo e dão vida à paisagem [...].

Esta região foi originalmente definida como a borda do segundo planalto paranaense, ocupando uma parte do primeiro planalto, onde por ocasião de diversos fatores ambientais, propiciou a formação de uma vegetação dominante de campos com rica flora e fauna, diferentes ecossistemas, como campos, refúgios de cerrados, floresta de araucária e formações rochosas diversas. (MELO; MENEGUZZO, 2001).

A expressão Campos Gerais foi consagrada por Maack em 1948¹ quando, por critérios fitogeográficos e geomorfológicos, definiu os Campos Gerais como uma zona fitogeográfica natural, com campos limpos e matas de galerias ou capões isolados de floresta ombrófila mista, situada sobre o segundo planalto paranaense reverso da Escarpa Devoniana, a qual separa o primeiro planalto, situado a leste, aparecendo o pinheiro araucária.

Há muitos autores que utilizam à definição da região de acordo com o foco de seu estudo. Segundo Melo e Meneguzzo (2001, p.417), ela “tem sido modificada atendendo as necessidades e conveniências de uma identificação regional dentro de um estado com marcante dinâmica territorial e populacional nas últimas décadas”.

Devido a várias visões, acabam ocorrendo diferentes delimitações e outras definições têm sido adotadas para os Campos Gerais, atendendo a objetivos e interesses diversos. De acordo com os mesmos autores citados acima,

para a Associação dos Municípios dos Campos Gerais - AMCG prevalecem critérios econômicos e políticos. Para a Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG têm prevalecido critérios de identidade histórica e geográfica, além da área de influência da Universidade e seu *campi* avançados [...] (MELO; MENEGUZZO, 2001, p. 418-419).

Por isso, para atingir os objetivos e o desenvolvimento desse trabalho adotaram-se esses critérios de abrangência da AMCG, focando aqueles que participam do projeto turístico Rota dos Tropeiros. Sendo os seguintes: Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi.

Devido ao relevo da região, nessa época, ela era muito valorizada, por isso a coroa portuguesa começou a expedir cartas de sesmarias em favor de homens a ela fiéis e de prestígio político local, estendendo-se o ciclo do tropeirismo até o início do

¹ Dicionário Histórico e Geográfico dos Campos Gerais, acessado em 20 de outubro de 2007, Disponível em: // www.uepg.br/dicion/index.htm.

século XX. O relevo é levemente ondulado, destacando-se afloramentos de arenitos, onde muitas vezes os rios acabam se formando cânions e lajeados com cachoeiras. (MELO; MORO; GUIMARÃES, 2007).

Segundo Lange (2002 p. 1-00)

O revestimento florístico primitivo dos Campos Gerais é descrito, segundo terminologia de Reinhard Maack, como “campos limpos – estepes gramíneas com capões com matas ciliares ou galerias ao longo dos rios e arroios” com manchas de “campos cerrados- estepes arbustivas”. Estes “campos limpos” ou “cerrados”, na maior parte foram substituídos por lavouras de soja, milho, trigo, aveia, centeio, pastagens artificiais, culturas de pinus [...].

O clima da região também é um fator positivo, sendo definido como subtropical úmido mesotérmico, ou seja, os verões são frescos, os invernos são propícios para a ocorrência de geadas fortes e freqüentes, não tendo uma estação seca definida. (LANGE, 2002).

Saint Hillaire, em sua passagem pelo Brasil, ficou tão surpreso com a região que deu o seguinte depoimento afirmando o benefício dos imigrantes se instalarem nos Campos Gerais:

[...] os Campos Gerais é o paraíso terrestre do Brasil. Entre todas as partes desse império que percorri até agora, não há nenhuma outra onde uma colônia de agricultores europeus tenha “possibilidade” de se estabelecer com mais sucesso do que ali. Eles encontraram um clima temperado, um ar puro, as frutas de seu país e um solo no qual poderão desenvolver qualquer tipo de cultura a que estejam acostumados, sem grande dispêndio de energia [...] (HILAIRE, 1978, p. 27).

Os mais antigos registros de existência humana datam na região de 2500 anos A.C. Em vários municípios dos Campos Gerais podem ser observados pinturas rupestres e utensílios destes primeiros habitantes, comprovando a existência deles, que pertenciam ao grupo tupi-guarani. Estes ainda habitavam a região quando os portugueses vieram para o Brasil em 1500.

Estes povos indígenas utilizavam um caminho chamado Peabirú para se comunicar entre si. Este cruzava os Campos Gerais. No século XVII, padres espanhóis da Companhia de Jesus fundaram várias reduções no Paraná com objetivo de catequizar os índios guaranis. Também fizeram esse caminho num sistema que ficou conhecido como “Reduções Jesuíticas”. Estas foram totalmente

destruídas pelos bandeirantes portugueses que aprisionavam os índios para servirem de escravos. (GUIMARÃES; DROPA; JORGE, 2003).

A região permaneceu abandonada durante uns 100 anos, quando tribos caingangues passaram a habitar essas terras. No início do século XVIII começaram a ser requeridas as primeiras sesmarias dos Campos Gerais - fazendas para a criação de gado, onde a mão de obra era basicamente escrava.

Melo, Moro e Guimarães (2007, p.18-19) afirmam que a identidade histórica e cultural da região dos Campos Gerais,

remonta ao século XVIII, quando graças aos ricos pastos naturais, abundância de invernadas, com boa água e relevo suave, foi Rota do tropeirismo do Sul do Brasil, com o deslocamento de tropas e muares e, posteriormente gado de abate, provenientes do Rio Grande do Sul com destino aos mercados de São Paulo e Minas Gerais.

Por volta de 1731, o percurso do Caminho do Sul do Viamão concretizou-se com a passagem da primeira tropa de muares que ligava os Campos do Sul a Viamão, passando pelos Campos Gerais, que nesse período representava corredor de ligação entre o mercado de venda de animais, que destinavam principalmente a Minas Gerais e São Paulo, onde os animais eram necessários para o transporte e alimentações dessas regiões. A região passou a ser ocupada por enormes latifúndios, que se dedicavam a três atividades econômicas principais: criação de gado para venda aproveitando atividades ligadas a ele; aluguel de invernadas para as tropas vindas do sul; e, atividades ligadas ao tropeirismo de compras de animais e venda na feira de Sorocaba.

A vegetação originária desses campos foi um dos grandes motivos que condicionou parte da ocupação humana e o tipo de atividade econômica na região. Estes foram atraídos pelas vastas paisagens, firmando um importante corredor comercial.

Retratando a posição geográfica da região dos Campos Gerais, Melo e Meneguzzo descrevem (2001, p. 413),

A região dos Campos Gerais do Paraná, cuja concepção vem se modificando ao longo do tempo, foi originalmente definida como a borda do segundo Planalto Paranaense, no reverso do degrau topográfico representado pela Escarpa Devoniana. Ali, uma conjugação de fatores ambientais, envolvendo paleoclimas, tipos de solos e a existência de barreira naturais à dispersão de sementes,

propiciou a preservação de vegetação dominante de campos, que outrora dominou a passagem paranaense.

Sua posição geográfica é privilegiada para o turismo, sendo cortada por várias estradas estaduais e federais, encontrando-se em bom estado, sendo a maioria privatizada. Segundo Sahr e Sahr (2001, p. 396), “no caso do Planalto dos Campos Gerais, a espinha dorsal da estrutura material é o sistema rodoviário, que permite a ação de viajar para o turista e facilita o intercâmbio cultural entre as populações locais.”

Percebe-se que as estradas que cortam a região ligam tanto o norte como o sul, leste e oeste do Paraná e Região Sul do Brasil. Por isso, o fluxo de turistas, por diversos motivos que os atraem a região, já é uma consequência certa. Se a Rota dos Tropeiros conseguir segurar esses turistas, proporcionará um grande progresso econômico regional.

Dentre as principais estradas estaduais e federais que cruzam a região, temos:

- PR 151 - liga Ponta Grossa a Itararé em São Paulo. Ao sul, estende-se até São Mateus do Sul e segue para a região de Três Barras - SC.
- BR 376 - liga São Luiz do Purunã, Ponta Grossa ao norte paranaense - antiga Rodovia do Café, abrangendo também a BR 277, que liga Curitiba a Paranaguá;
- BR 277 - liga o leste ao oeste do Paraná (litoral), cruzando os Campos Gerais e indo até Foz do Iguaçu;
- BR 476 - liga Curitiba a União da Vitória, Rodovia do Xisto, partindo da Lapa;
- PR 116, PR 092 - fazem divisas de Estados.

Segundo Guimarães, Droga e Jorge (2003, p. 62), a rodovia PR 151 tem importância histórica por vários motivos, dentre eles:

[...] o trecho da Lapa a Sengés foi percorrida desde 1731 pelos tropeiros, por meio de picadas que caracterizavam por um longo período o Caminho das Tropas. Inclusive, várias cidades que são atendidas por essa rodovia, tiveram sua origem com o pouso dos

tropeiros. O caminho das tropas e a antiga Estrada Real eram os únicos que ligavam o Rio Grande do Sul a São Paulo pelo interior, até as primeiras décadas do século XX; a ferrovia São Paulo- Rio Grande, que também teve um papel decisivo na ocupação do território paranaense, tem seu trajeto na região de Ponta Grossa a Sengés.

Devido à importância desses caminhos, elas foram se tornando estradas, sendo de grande benefício ao contexto brasileiro, pois ligam os municípios de maneira rodoviária que é o meio de transporte mais utilizado no momento, nesse percurso. A maioria desses caminhos foram abertas por índios, portugueses, espanhóis, bandeirantes, tropeiros; enfim todos estes que fizeram parte da história brasileira e que as utilizavam como meio de locomoção, de maneira a integrar o Paraná.

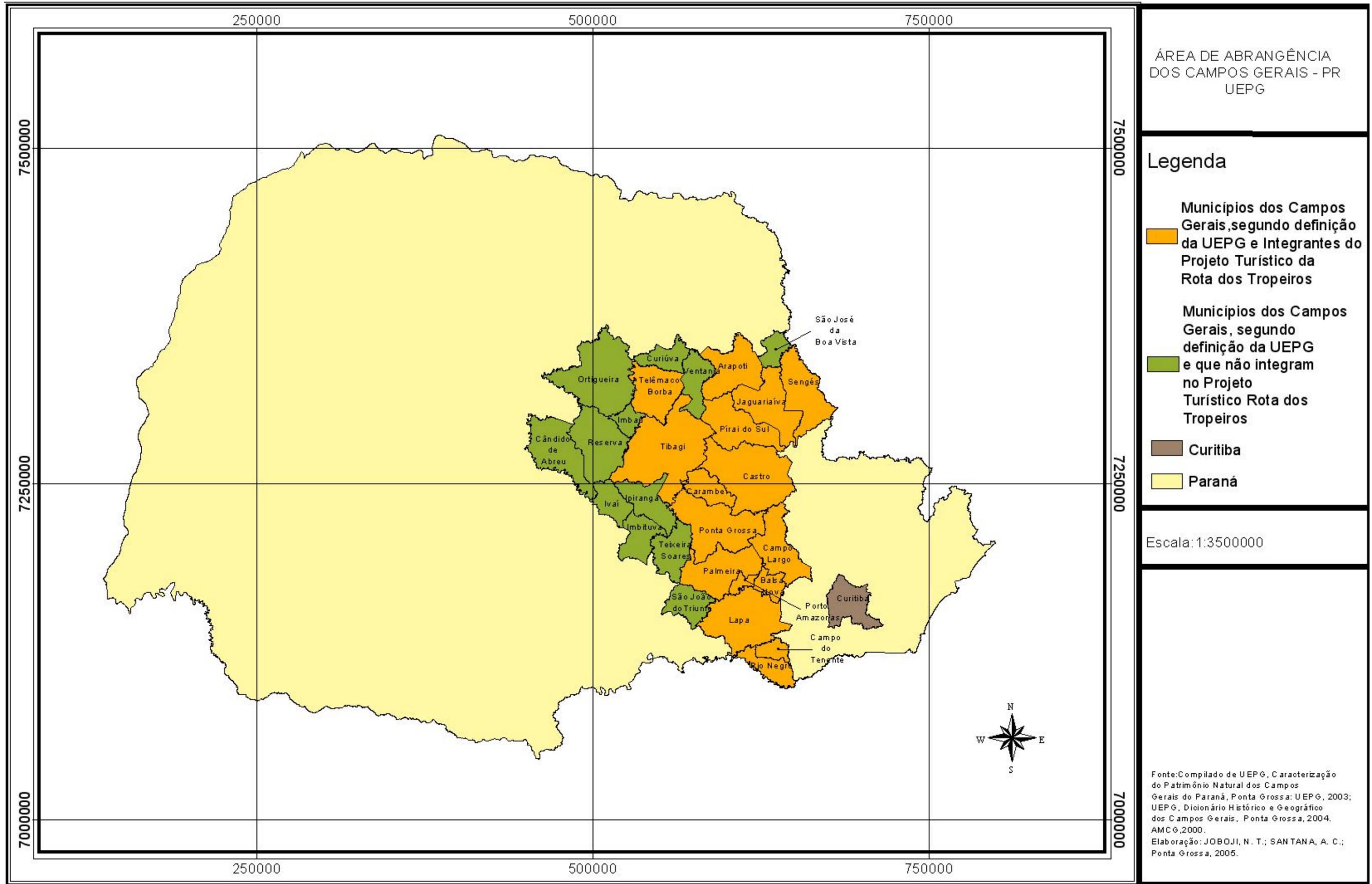
Segundo Goodey (2002, p. 79)

[...] se uma comunidade se fixa em um lugar e quer trabalhar e crescer, ela precisa ter contato com as redondezas, bem como um local mais para o interior onde haja comida e outros recursos. Ela também precisa de estradas para efetuar trocas com outros centros, permitindo assim o intercâmbio e a exportação.

Assim, as estradas fazem com que haja uma conexão entre as cidades, propiciando intercâmbios cultural, social e econômico.

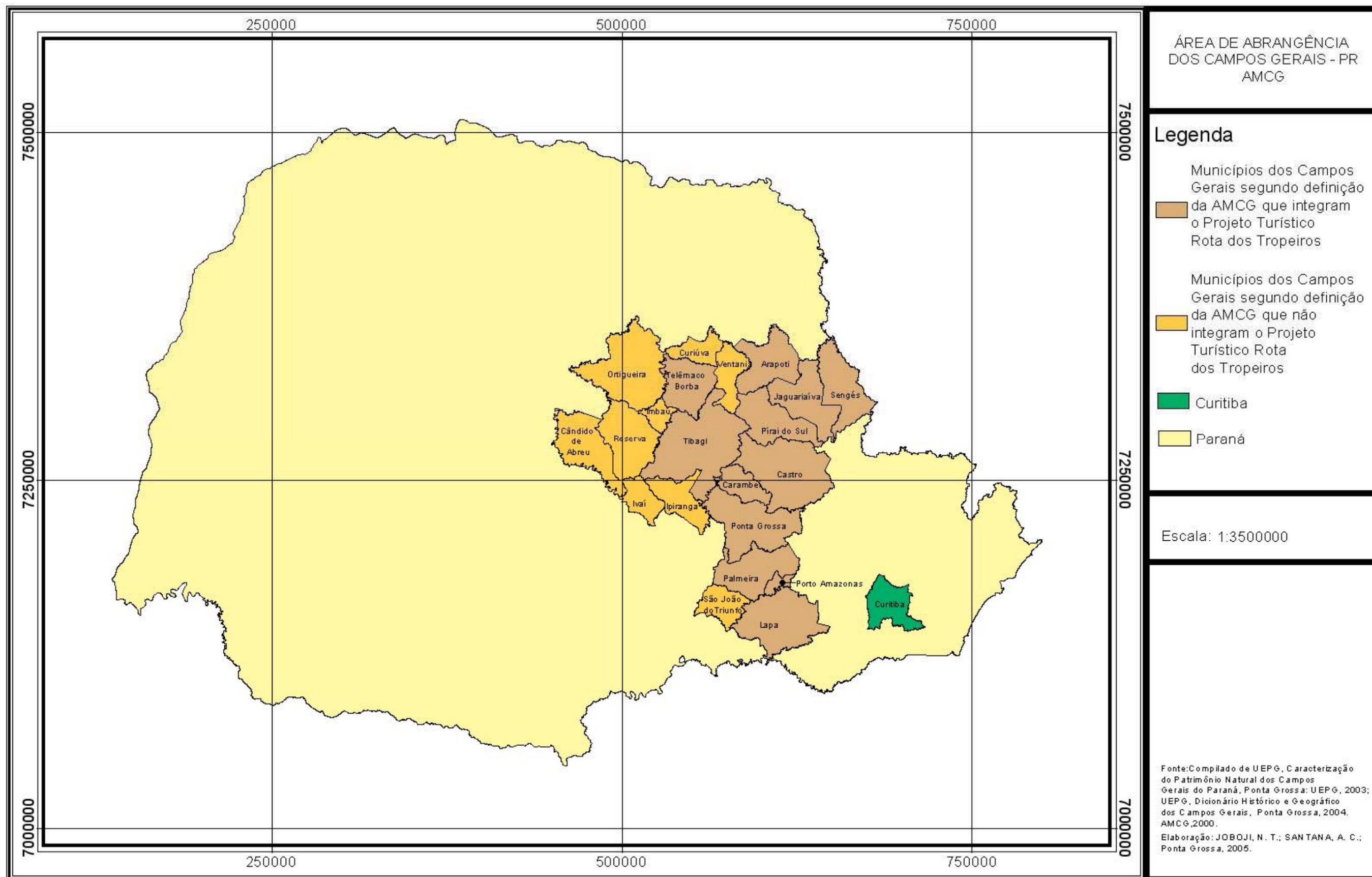
2.6.1. Mapa da Região

Para situar-se melhor, seguem os mapas de localização, segundo as definições da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e dos critérios da Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG), ressaltando os municípios que fazem parte do Projeto da Rota dos Tropeiros.



Fonte: JOBOJI, N.T., 2005

Figura 02- Área de abrangência dos Campos Gerais- PR- Universidade Estadual de Ponta Grossa- UEPG



2.7. Stakeholders

É necessário considerar que todos os atores sociais que envolvem a atividade turística interferem significativamente no Turismo, sendo que estes necessitam ser considerados no ato da elaboração de estratégias em busca de vantagens competitivas, em especial para roteiros turísticos.

A sociedade é composta por atores sociais, que interferem e proporcionam os parâmetros que as organizações públicas e privadas precisam seguir e respeitar. Tais atores são conhecidos como *stakeholders*. Sob este prisma, traz-se à cena discussões acerca da Teoria dos *stakeholders*, que esclarece quem são os atores, que interesses têm nas operações e decisões, e que devem ser considerados nas orientações da organização.

Sender e Fleck (2004) mencionam que a gestão de *stakeholder* compreende escutar ativamente, processar e responder construtivamente os anseios, os valores e as crenças de todas as partes que nutrem algum interesse na organização.

Na atividade turística, em especial em circuitos e roteiros turísticos, os *stakeholders* são caracterizados por todos os atores envolvidos, podendo ser turistas, comunidade do entorno, fornecedores, poder público, organizações reguladoras e de apoio, sendo que dentre estes “o papel desempenhado pela comunidade e pela participação no processo de formação das identidades regionais é fundamental para se criar um produto turístico diferenciado dentro de uma abordagem”. (BAHL, 2004, p.15)

Todos os *stakeholders* têm um papel importante no processo, mas como o projeto da Rota dos Tropeiros foi incentivado com a gestão pública, percebe-se uma grande dificuldade de credibilidade comercial. Por isso foi organizada a governança da Rota dos Tropeiros, com a criação de uma associação, com intuito de gerir a rota, formada principalmente por empresários do setor.

O poder público é considerado como um *stakeholder* estratégico, o qual tem o poder de afetar a organização, mantendo o gerenciamento de interesses, para que desta forma as organizações possam alcançar seus objetivos, sendo que o seu apoio e a sua interação com outros *stakeholders* são vitais para a solução dos problemas.

Desta forma, na atividade turística os *stakeholders* possuem interferência significativa na definição das políticas públicas e nas estratégias das organizações

que oferecem serviços turísticos. Para um roteiro turístico, que integra municípios com diferentes pontos de vista administrativos, torna-se fundamental que haja integração entre as definições de estratégias turísticas, as quais irão determinar o nível de competitividade do roteiro turístico como um todo.

O autor Goodpastor (1991 apud FROOMAN, 1999) observou que há dois tipos de *stakeholders*: o estratégico e o moral. Sendo que o *stakeholder* estratégico (é aquele que tem o poder de afetar a organização) mantém um gerenciamento de interesses, que devem ser tratados preferencialmente para que a organização possa alcançar seus objetivos. O *stakeholder* moral (aquele que é afetado pela empresa) mantém um equilíbrio de interesses provendo um relacionamento ético em ambos os lados. Frooman (1999) frisa que existe uma grande ênfase do tratamento dos indivíduos participantes nos relacionamentos, e não nos relacionamentos em si.

Isso pode ser verificado na Rota dos Tropeiros, os quais têm os parceiros que planejam as principais ações que poderão realizar no projeto, afetando toda a organização, no caso influi em benefícios ou problemas à Agência da Rota dos Tropeiros. A diretoria da agência também é estratégico, pois mantém um gerenciamento de interesses, para alcançar os objetivos da mesma. Os associados, empresários e a comunidade são que participam das ações, os quais são propostos pela agência(projeto) e se beneficia dele, tendo liberdade de escolhas.

Tanto um quanto o outro tipo é importante para a organização, grupos essenciais a ela.

Verifica-se a os estudos de Frooman (1999) sobre a Teoria da Dependência de Recursos, o qual tem como conceito o entendimento de que a necessidade de recursos de uma empresa é que vai proporcionar oportunidades de que outros dominem a situação, obtendo controle sobre ela. Para o funcionamento da Agência verifica-se essa questão.

As estratégias de controle de recursos, que são um tipo de estratégia de influência, os quais são explicitados ao determinar se a empresa obtém recursos e se pode utilizá-los da maneira que deseja, sendo também úteis para verificar se os outros podem exercer controle sobre uma organização (FROOMAN, 1999).

O mesmo autor defende que os *stakeholders* tentam atuar para influenciar a tomada de decisão na organização, isso fica perceptível no caso da Rota dos Tropeiros.

2. 8. Governança

A origem do termo governança provém da teoria das firmas e da chamada "governança corporativa". Nesse contexto, o termo foi utilizado, primeiramente, para descrever novos mecanismos de coordenação e controle de redes internas e externas às empresas, estando referenciado ao grau de hierarquização das estruturas de decisão das organizações. O termo foi posteriormente utilizado, mais amplamente, para designar:

- processos complexos de tomada de decisão levando a: repartição de poder entre governantes e governados, descentralização da autoridade e das funções ligadas ao ato de governar, bem como parceria entre o público e o privado;
- conjuntos de redes organizadas, gestão das interações, sistemas de regulação e mecanismos de coordenação e negociação entre atores sociais. (LASTRES; CASSIOLATO, 2003)

Genericamente, então, o conceito de governança refere-se às diversas formas pelas quais indivíduos e organizações (públicas e privadas) gerenciam seus problemas comuns, acomodando interesses conflitantes ou diferenciados e realizando ações cooperativas. Diz respeito não só a instituições e regimes formais de coordenação e autoridade, mas também a sistemas informais. (LASTRES; CASSIOLATO, 2003)

Segundo Santos (1997, p. 342), a governança refere-se a

padrões de articulação e cooperação entre atores sociais e políticos e arranjos institucionais que coordenam e regulam transações dentro e através das fronteiras do sistema econômico [...] não apenas os mecanismos tradicionais de agregação e articulação de interesses, tais como os partidos políticos e grupos de pressão, como também redes sociais informais (de fornecedores, famílias, gerentes), hierarquias e associações de diversos tipos.

Observa-se que a agência Rota dos Tropeiros é a governança do Produto, pois eles têm padrões de articulação e cooperação entre eles, com interesses em comuns, focando a atividade turística.

O programa de regionalização do turismo propõe aos roteiros que seja formado uma Instância de Governança para gerir melhor o roteiro.

De acordo com Rosenau (2000, p. 15),

governança não é o mesmo que governo [...] governo sugere atividades sustentadas por uma autoridade formal, pelo poder de polícia que garante a implementação das políticas devidamente instituídas, enquanto governança refere-se a atividades apoiadas em objetivos comuns, que podem ou não derivar de responsabilidades legais e formalmente prescritas e não dependem, necessariamente, do poder de polícia para que sejam aceitas e vençam resistências.

Nota-se que a governança é um conceito suficientemente amplo para conter dentro de si a dimensão governamental, desta forma salienta-se o pensamento de Rosenau (2000, p. 15-16), quando afirma que a governança

implica também mecanismos informais, de caráter não-governamental, que fazem com que as pessoas e as organizações dentro da sua área de atuação tenham uma conduta determinada, satisfaçam suas necessidades e respondam às suas demandas.

A definição da Comissão sobre Governança Global (1996, p.2), é bastante ampla. Para esta Comissão,

Governança é a totalidade das diversas maneiras pelas quais os indivíduos e as instituições, públicas e privadas, administram seus problemas comuns [...] diz respeito não só a instituições e regimes formais autorizados a impor obediência, mas também a acordos informais que atendam aos interesses das pessoas e instituições.

Para aquela Comissão, inicialmente, em plano global, a governança foi tratada como

um conjunto de relações intergovernamentais, mas agora deve ser entendida de forma mais ampla, envolvendo organizações não-governamentais (ONG), movimentos civis, empresas multinacionais e mercados de capitais globais. Com estes interagem os meios de comunicação de massa, que exercem hoje enorme influência". (COMISSÃO SOBRE GOVERNANÇA GLOBAL, 1996, p. 2).

Merece atenção especial o fato que a governança tem a ver ao mesmo tempo com meios e processos quanto com resultados. A outra dimensão essencial na definição de governança diz respeito aos atores envolvidos em sua realização.

Neste trabalho adotou-se a definição de governança como meio e processo capaz de produzir resultados eficazes, sem excluir a dimensão estatal, ao contrário, envolvendo-a. Entende-se a governança como o conjunto das diversas maneiras possíveis de administrar problemas, com a participação e ação do Estado e dos setores privados. É evidente, porém, que a dimensão não-estatal é o traço proeminente e de certa forma inédito trazido pela governança ao debate e à

formulação de políticas e de ações nos planos nacional e internacional (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008)

O papel delas no turismo é fundamental para que se possam produzir resultados eficazes e efetivos, mesmo quando tiver a mudança dos gestores públicos.

2.8.1. Instância de Governança

Muito embora o Planejamento Turístico Municipal seja o elemento ímpar para a organização do turismo, deve-se perceber que a grande maioria dos municípios não possui potencial turístico suficiente para desenvolver a economia local em torno da prática do turismo. Para alguns municípios a possibilidade se volta para o desenvolvimento do turismo regional, onde a soma de características de vários municípios, em torno de um fator em comum, que pode ser cultural, natural ou geográfico, entre outros, pode gerar este potencial.

Regiões que envolvem vários municípios acabam sendo politicamente divididas, mesmo que possuam aspectos culturais, e principalmente geográficos, em comum. Porém, sabe-se da importância desta regionalização, visto que esses municípios isoladamente não possuem atrativos com apelos fortemente concorrentes para outros atrativos existentes em outros municípios no país.

Para o desenvolvimento de produtos turísticos competitivos, em se tratando de turismo regional, percebe-se a necessidade de criar mecanismos regionais que garantam a qualidade, competitividade e sinergia dos atores envolvidos na exploração da prática do turismo.

Para ser realmente competitiva, cada unidade da empresa deve estar em competição, e se isto não acontecer, o sucesso da corporação não acontecerá. Realizando uma relação entre a empresa e suas unidades com cada município que constitui uma região em comum a ser explorada como atrativo turístico, pode-se afirmar, segundo PORTER (1993), que somente acontecerá o sucesso se todos os municípios estiverem trabalhando para o turismo, pensando em primeiro lugar na sua competitividade interna, e em conjunto, a externa. Em outros termos, pensar global agindo localmente, simultaneamente ao pensar local para agir globalmente.

Por isso, para a implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil foi proposta a descentralização do poder de decisão, com base na gestão democrática, a partir da participação social. Ao considerar as Diretrizes e

Princípios de Integração (gestão coordenada, participação e descentralização do Programa), as Governanças Regionais passam a ser responsáveis pela definição de prioridades, pela coordenação do processo decisório, pelo planejamento e pela execução do processo de desenvolvimento do turismo, na região turística. Elas devem participar nas decisões políticas, econômicas e sociais no âmbito regional. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

O Programa tem como objetivo a ampliação da participação da sociedade nos processos decisórios e na gestão da atividade turística. Serve como mecanismo para a qualificação e ampliação da oferta turística regional, integrando os municípios para o desenvolvimento regional; ou seja, objetiva envolver todos os *stakeholders* no processo, prevendo o estabelecimento ou fortalecimento de parcerias com os atores envolvidos, sejam eles públicos ou privados. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

Desta forma, a criação de uma Entidade Gestora para o produto turístico - Rota dos Tropeiros, além de um antigo anseio dos envolvidos no processo de planejamento e desenvolvimento da mesma, tornou-se, com o Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil uma necessidade ainda mais presente, uma vez que o mesmo tem por objetivo incentivar o ordenamento da atividade turística de forma estruturada, visando aumentar, diversificar e qualificar a oferta turística do Brasil, de forma descentralizada, integrada e participativa, com ênfase na política de desenvolvimento regionalizado e tem, dentre seus nove módulos operacionais, um específico que incentiva e orienta a criação de Instâncias de Governança Regionais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005)

Este processo culminou com a Assembléia de Fundação da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná - “Agência Rota dos Tropeiros” - realizada no dia 07/03/07, em Ponta Grossa/PR. Esta Agência é uma organização representativa dos poderes público e privado, da sociedade civil organizada e dos municípios que compõem a Rota dos Tropeiros do Paraná. Possui personalidade jurídica própria e atua como uma agência de desenvolvimento, cuja finalidade principal é ser o órgão gestor e de apoio às atividades, aos projetos e às iniciativas relacionadas ao turismo na Rota dos Tropeiros do Paraná.

Para a região dos Campos Gerais, que é uma das regiões definidas pelo Programa de Regionalização, o qual por meio de oficinas com a própria região, levou-se em consideração os princípios da participação, sustentabilidade, integração e descentralização é importante contar com o envolvimento do poder público,

empresários, sociedade civil e instituições de ensino dos municípios de uma região turística para reforçar o desenvolvimento do turismo por meio da implementação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

Em uma dessas oficinas e reuniões a região escolheu a AMCG como instância de Governança, sendo reconhecida no processo, apesar de ser composta apenas por municípios associados, não tendo empresários participando diretamente da diretoria e nem dos conselhos.

3. PROJETO TURÍSTICO INTEGRADO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL - ROTA DOS TROPEIROS

Nesse capítulo descreve-se o Projeto da Rota dos Tropeiros e a região por onde ela passa para poder analisar os aspectos relevantes, sejam políticos, gerenciais e metodológicos, desde sua implantação até os dias de hoje, no desenvolvimento da região.

3.1. Resgate Histórico

Verifica-se que o Turismo deve ser levado a sério e, para que isso ocorra torna-se necessário um bom planejamento, visando à disponibilidade de atrativos, que não causem impactos negativos nem descontentamento para a comunidade local e sim, que auxiliem a conquistar o desenvolvimento regional. Diante dos inventários e diagnósticos realizados na região dos Campos Gerais foi identificada a oportunidade de ser trabalhado um projeto regional.

Nesse sentido, alguns dos gestores responsáveis pelo turismo dos municípios integrantes da Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG) começaram a trabalhar de maneira integrada. Perante esses ideais, a proposta de desenvolvimento regional, integrado e sustentável, se consolidou dando origem a idéia do Projeto Rota dos Tropeiros, pois por meio daqueles levantamentos (inventários e diagnósticos) observou-se que o corredor histórico-cultural da temática tropeirismo com base nos recursos históricos, culturais, arquitetônicos, dentro das paisagens urbanas e naturais era um forte elo entre os municípios envolvidos.

A escolha do título do projeto – Rota dos Tropeiros - ocorreu por que o tropeirismo foi um processo que deixou muitas marcas na formação do território em estudo, visto que foi o propulsor do comércio e o indutor no aparecimento das vilas que se tornaram cidades, ao longo do tempo, no sul do país. Segundo Filipak (2003, p.658):

o tropeirismo sul-brasileiro nasceu da imperiosa necessidade de muares no transporte de minérios como o ouro, em Minas Gerais, de cana de açúcar nos engenhos do nordeste, do café nas fazendas de São Paulo e da necessidade de mulas arreadas no transporte de mercadorias entre cidades brasileiras.

Sendo assim, foram surgindo os caminhos que estabeleciam ligação entre o Sul e o Brasil Central, que se tornou o grande consumidor de muars da época, pela abundância de ouro encontrado em Minas Gerais e pela grande quantidade de gado deixado pelo desmantelamento das missões no sul do país, diante da ação dos bandeirantes e dos conflitos fronteiriços entre portugueses e espanhóis.

A ligação inter-regional se fazia pelo Caminho das Tropas ou Caminho de Viamão que, a partir do século XVIII, ligava São Paulo ao extremo sul do país, servindo como passagem de animais pelos campos de Vacaria (RS), Lages (SC), Campos Gerais (PR) e Itararé (SP), chegando a Sorocaba (SP), ponto escolhido para a venda dos animais. Segundo Silva (2004, p.285),

Caminhos como este tiveram grande importância na economia colonial, principalmente durante o século XVIII, quando a prática mineradora ganhou dimensões significativas no quadro social e econômico da América Portuguesa. A intensidade da atividade mineradora leva a região das gerais à absoluta carência por produtos de primeira necessidade, como gêneros alimentícios e animais de tração e transporte [...].

Estradas, como o “Caminho das Tropas”, foram cruciais para a dinamização e segurança do transporte de diversos artigos, que chegando a Sorocaba eram comercializados em uma feira e destinados à região das Gerais. (SILVA, 2004)

Nos locais em que as tropas fixavam pouso, fazendo seus pequenos ranchos para descanso, para o trato e engorda do rebanho, ou até mesmo esperando passar as chuvas e baixar o nível dos rios, logo surgia um ou outro morador, fundando casa de comércio, interessado em atender as necessidades dos tropeiros que utilizavam o serviço desses habitantes e interagiam com eles. Essa interação acabou possibilitando a integração entre as pequenas povoações por qual passavam, pois, muitas vezes, serviam de “correio”, levando recados entre uma paragem e outra. (SILVA, 2004)

Além das casas de comércio, os donos das terras por onde passavam os tropeiros, começaram a construir pequenos pousos que se tornaram fonte de renda na época. Esses viajantes atraíam pessoas pelos campos onde passavam, porque além das mulas, comercializavam utensílios, roupas e mantimentos, possibilitando essa ocupação territorial ao longo do percurso. (FILIPAK, 2003)

O início do tropeirismo se deu pela passagem da primeira tropa em 1732, tendo à frente Cristóvão Pereira de Abreu, que desbravou os caminhos que

passavam pelos Campos Gerais conduzindo o gado muar de Viamão à Sorocaba (SP). (ABREU, 2004)

Esta atividade trouxe para a região o modo de viver tropeiro, que era o transporte de mercadoria para posterior venda nos caminhos que percorriam. Ele (o tropeiro) também tinha seu estilo de vida diferenciado pela vestimenta, alimentação e até por seus acampamentos que, em locais estratégicos, podiam abrigar os animais para descanso, alimentação e invernagem, que era a engorda dos animais, como cita Abreu (2004, p.626),

Na árdua tarefa de conduzirem as tropas, tanto soltas como arreadas, os tropeiros de pouso em pouso, sempre em lugares de bons pastos, boas aguadas e facilidade para rondarem a tropa durante as paradas os tropeiros, foram abrindo caminhos, plantando povoados que mais tarde se tornaram cidades.

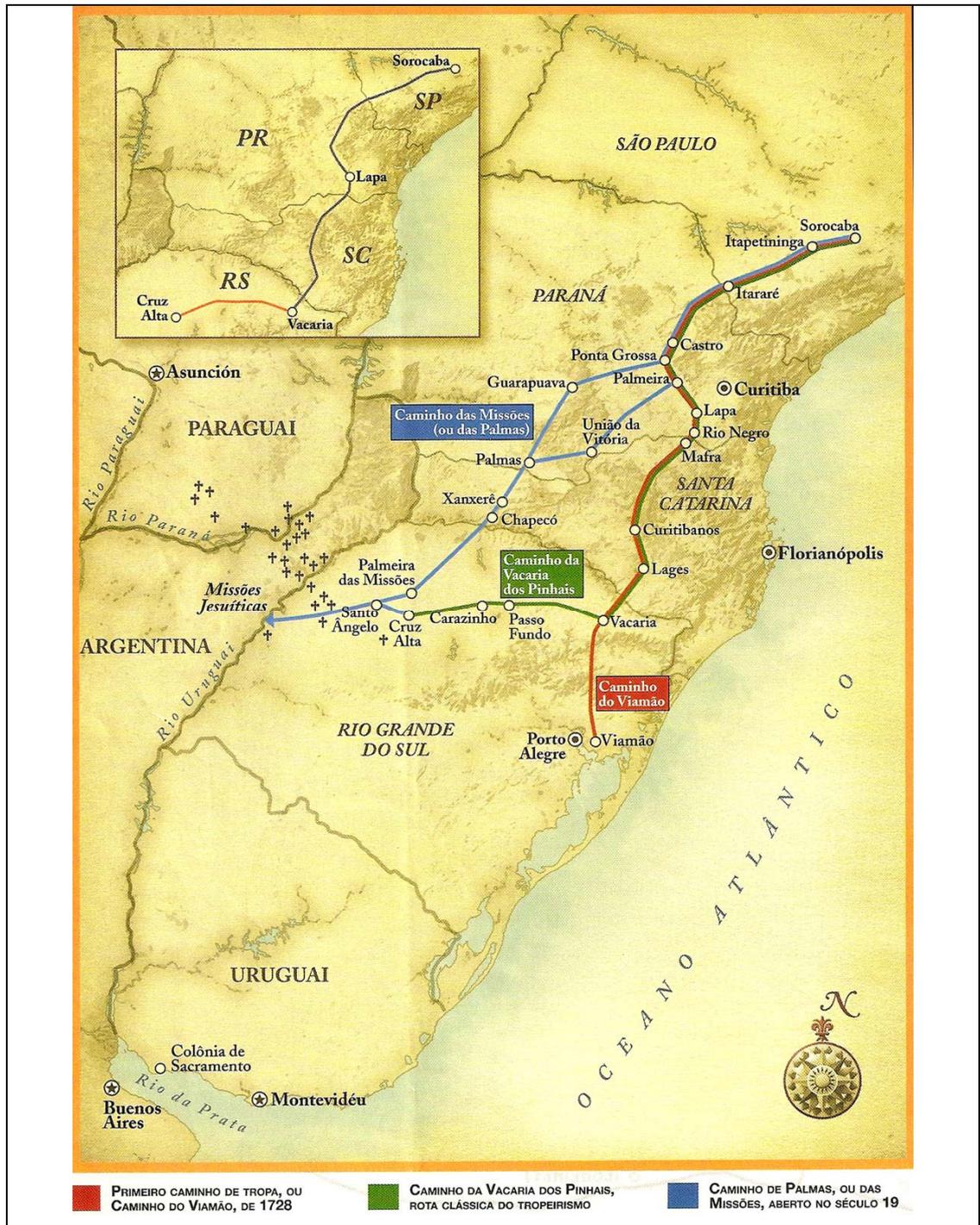
A partir deste fato, o tropeirismo se concretizou como atividade econômica na região Centro-Sul, contribuindo para o desenvolvimento de toda uma região e na formação dos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. No Rio Grande do Sul, a cidade de Viamão tornou-se um dos principais centros de comércio e formação de tropas que tinham como destino os mercados de São Paulo, porém, de outras regiões do sul também partiam tropas, quase sempre com o mesmo destino. Nesses trajetos, os tropeiros procuravam seguir o curso dos rios ou atravessar as áreas mais abertas, os "Campos Gerais".

A ocupação das terras nos Campos Gerais começou, oficialmente, em 1704, com a concessão das terras da Sesmaria Sant'Ana do Iapó solicitada por Pedro Taques de Almeida ao Rei de Portugal. Por ser um local próprio para o desenvolvimento da pecuária, os Campos Gerais tornaram-se passagem obrigatória na rota do comércio que levava gado bovino e muares do Rio Grande do Sul para o abastecimento de São Paulo e de Minas Gerais. E muitos caminhos que serviram de passagem pelos tropeiros atualmente funcionam como vias (estradas) principais de desenvolvimento, desta forma a região dos Campos Gerais continua fazendo a ligação do extremo sul e do centro-oeste do Brasil.

Além de toda a riqueza natural, na região praticamente formada pelo tropeirismo, foi-se criando um corredor cultural, influenciando hábitos, costumes, gastronomia, música, dentre outros aspectos. Assim, o tropeirismo não foi somente uma alternativa de transporte e um ciclo econômico social, teve relação com o

povoamento, contribuindo para a consolidação de fronteiras, mudando também a história das relações comerciais do país. (FILIPAK, 2003)

A seguir segue uma figura ilustrando esse importante corredor cultural.



Fonte: Revista Globo Rural, 2006

Figura 04- Mapa dos Caminhos

Nessa figura é possível verificar os caminhos que os tropeiros faziam em suas viagens, mostrando a importância do tropeirismo ao Brasil.

3.2. Justificativa do Projeto Turístico

O grande potencial turístico revelado pelos recursos naturais, históricos e culturais da região reforçou a necessidade de se planejar ações estratégicas para o desenvolvimento de uma política de turismo que visasse à sustentabilidade da atividade no decorrer de sua implantação. (PROJETO ROTA DOS TROPEIROS, 2003).

Dessa maneira, foi apresentada uma proposta de projeto turístico integrado de desenvolvimento regional, identificando a necessidade de um planejamento integrado, cuja metodologia fomentasse o desenvolvimento sustentável da região dos Campos Gerais, com base no tema Tropeirismo, evidenciando os ciclos econômicos, que possibilitaram o crescimento de várias cidades que formam a região; além de possibilitar a agregação de outras atividades econômicas (um novo ciclo), trabalhando com toda a cadeia produtiva do turismo (PROJETO ROTA DOS TROPEIROS, 2003).

A AMCG levou a proposta ao SEBRAE no Paraná, o qual firmou parceria também com outras instituições - Paraná Turismo e Eco Paraná. E obteve apoio das seguintes entidades: Fórum para o Turismo Sustentável no Paraná, Senar-PR, Senac, Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR (UEPG) e Universidade Federal do Paraná (UFPR). A partir desse momento foram contratadas consultorias (que tinham toda a responsabilidade técnica no projeto): a Consultur - Planejamento e Consultoria em Turismo e a Protur Purunã.

No Projeto Rota dos Tropeiros os projetistas trabalharam desde sua concepção com uma metodologia que buscasse alcançar o Turismo Sustentável, ou seja, não buscar apenas o discurso da sustentabilidade, pois se percebe que há casos no Brasil onde o modelo econômico imposto esgota os recursos naturais e exclui a maioria da população, causando grandes impactos negativos.

3.3. Objetivos do Projeto Turístico

O grande objetivo do Projeto Rota dos Tropeiros era possibilitar aos municípios da região dos Campos Gerais a geração de mercado de trabalho e agregação de renda através da atividade turística, sendo determinado como objetivos específicos: (PROJETO ROTA DOS TROPEIROS, 2003).

- Formatar novos produtos turísticos regionais e integrados;
- Consolidar novos pólos de turismo;
- Ampliar o número de turistas para as regiões dos municípios que integrariam o projeto;
- Aumentar a taxa de permanência e o gasto médio dos turistas;
- Agregar valor ao turismo regional.

O projeto tinha a intenção de tornar a Rota dos Tropeiros mais um destino turístico de expressão no Paraná, estendendo-se à localização de atrações, serviços e instalações relacionadas; fornecendo mais opções para os turistas que já vão para outros destinos consolidados; e, oferecendo serviços que eles possam desfrutar dos atrativos que encontrarão na região dos Campos Gerais.

Diante do grande potencial turístico levantado e documentado nos inventários turísticos municipais, por estudos mercadológicos realizados, este projeto está sendo trabalhado para ser comercializado com as seguintes temáticas: História e Cultura, Fé e Misticismo, Natureza e Aventura e, Saúde e Bem-Estar, sendo que os roteiros turísticos devem atender a todo tipo de demanda turística. (PROJETO ROTA DOS TROPEIROS, 2003).

3.4. Municípios participantes

Este item tem como objetivo descrever os municípios participantes da Rota dos Tropeiros, para que o leitor possa verificar os principais atrativos de cada um, para que depois possa ter conhecimento da análise do potencial. Assim, realizou-se um breve resumo histórico de cada município participante focando a ligação com o tropeirismo e citando os principais produtos. Os textos foram compilados de inventários turísticos, diagnósticos da região e visitas *in loco*.

3.4.1. Município de Arapoti

Tem suas origens na fazenda Jaguariaíva, cujos campos eram ocupados por criatórios de gado e serviam como pouso para tropas vindas do sul. O município começou a se desenvolver a partir de 1910, com a instalação da serraria LUMBER. A vinda de imigrantes de origens espanhola, polonesa e holandesa auxiliou na emancipação do município em 18 de dezembro de 1955. Em pouco tempo, o município tornou-se um centro de alta tecnologia em agricultura e pecuária. Possui um roteiro de turismo cultural denominado “Linha verde”, onde podem ser visitados alguns atrativos.

Os principais atrativos são: Reserva Ecológica Poty, Moinho Holandês, Cachoeiras, Paróquia São João Batista, Chácara Casa Antiga, Parque Florestal INPACEL e a Casa da Cultura.



Fonte: Autora, 2004

Foto 01- Estação Ferroviária- Casa da Cultura

3.4.2. Município de Balsa Nova

O município se desenvolveu a partir de 1700 quando os campos localizados serra acima foram ocupados por criatórios e invernagem de tropas, fazendo surgir um povoamento. O mesmo aconteceu mais tarde serra abaixo, nas localidades de Rodeio e Rodeiozinho, no pouso de tropas, próximas ao rio Iguçu, onde

inicialmente eram feitas as travessias através de canoas, que foram depois substituídas por uma precária balsa. Esta precária balsa foi arrastada em uma grande enchente e deu lugar a uma nova, mais moderna e segura, que foi logo referenciada pelos moradores como a Balsa Nova, denominação que prevaleceu e deu origem ao nome do Município de Balsa Nova.

Seus principais atrativos são: Fazenda Monjolo, Parque Manancial de Balsa Nova, Serra de São Luiz do Purunã, Capela do Tamanduá, Mirante do Cristo, Recanto dos Papagaios, Ponte do Rio dos Papagaios, Vila de São Luiz do Purunã e a Casa de Artesanato. O destaque para o município são as pousadas rurais.



Fonte: SEBRAE, 2006

Foto 02- Parque Manacial

3.4.3. Município de Campo do Tenente

Foi percorrido no século XVII por garimpeiros, nas buscas pelas minas de ouro do Morro Taio, em Santa Catarina. Suas origens mais conhecidas datam por volta de 1730 como pouso tropeiro junto ao Caminho do Viamão. Segundo a história, poderia ter sido também um acampamento chamado "As Rancharias", construído pelo Tenente Afonso Botelho em torno de 1770, como ponto de defesa do governo Colonial Português contra a invasão de castelhanos vindos do sul. Como área pertencente ao município de Rio Negro, teve o seu povoamento iniciado entre os anos de 1816 e 1829, com a vinda de imigrantes açorianos e alemães na

expectativa de uma colonização que consolidasse o desenvolvimento da região, o que não aconteceu. Com a transferência em 1835 do Registro de Curitiba, local onde eram cobrados os direitos sobre a passagem de animais, das margens do rio Iguaçu para as do rio Negro, estas paragens passaram a receber novos moradores o que possibilitou o aparecimento de um incipiente comércio para assistência aos tropeiros.

Os principais atrativos são: Morro do Sant'Ana, Igreja Matriz, Igreja do Divino Espírito Santo, Grupo Folclórico Niezapominajka e a Capela do Mosteiro Trapista.



Fonte: Arquivo Municipal, 2004

Foto 03- Mosteiro Trapista Novo Mundo

3.4.4. Município de Campo Largo

Foi à busca de ouro e de prata que trouxe no início do século XVII, os primeiros moradores para a região, os quais se instalaram por quase um século em pequenos acampamentos chamados arraiais, sendo obrigados a recolher os “Quintos Reais” para a Coroa Portuguesa. A partir de 1700 estes campos passaram a ser ocupados por fazendas e currais de gado, onde assaltantes e escravos foragidos se escondiam nos conhecidos quilombolas. Esses sujeitos provocavam roubos e desordens, levando muita insegurança, principalmente aos tropeiros que cruzavam a região.

Em 02 de abril de 1870, a freguesia de Campo Largo da Piedade foi desmembrada de Curitiba e transformada em Município, a qual começou a receber imigrantes italianos, poloneses e ucranianos. Atualmente, abriga um parque industrial que despontam empresas dos setores: moveleiro, metal, mecânica, vinícola e cerâmica (pisos, louças e azulejos). É considerada nacionalmente como a “Capital da Louça”, constituindo um centro de compras, com lojas de varejo das fábricas e uma diversidade de artesanatos.

Seus principais atrativos são: Parque Histórico do Mate, Parque Cambuí, Lagoa Grande, Serra da Endoença, Rota da Louça, Casa da Cultura Dr. José Antônio Puppi, Painel de Poty Lazarotto e o Museu Histórico.



Fonte: Autora, 2006

Foto 04 – Museu Histórico

3.4.5. Município de Carambeí

Situada na antiga Paragem de São João, pertenceu ao município de Castro. Em 1751 os religiosos carmelitas proibiram a passagem de tropeiros pelo vau² do Capão Alto, em terras que haviam recebido como doação. Um novo caminho foi aberto passando pela Fazenda Carambey, onde hoje está a sede do município,

² Um vau é o trecho de um rio, lago, mar com profundidade suficientemente rasa para passar a pé, a cavalo ou com um veículo.

buscando atingir outro vau para a travessia do rio Iapó. Isso fez com que, com o passar do tempo, a Fazenda Carambey se transformasse em um grande pouso e em campos de invernagem para as tropas vindas do sul, e também, sendo utilizada para a realização de um intenso comércio de muare.

Posteriormente, em 1911, aconteceu a chegada dos imigrantes holandeses que, juntamente com imigrantes alemães, adquiriram terrenos e foram se estabelecendo na região. Fixaram-se baseando sua produção agrícola e fundaram: a Sociedade Cooperativa Holandesa de Laticínios e a Cooperativa Mista Batavo; e posteriormente, juntamente com outras famílias de imigrantes, a Cooperativa Agropecuária Batavo Ltda.

Seus principais atrativos são: a Casa da Memória, Capela de Nossa Senhora Imaculada, Represa de Alagados e a Fazenda Carambey.



Fonte: Autora, 2003

Foto 05- Fazenda Carambey

3.4.6. Município de Castro

O município surgiu às margens do Caminho do Viamão e foi o maior centro tropeiro do Paraná. O Rio Iapó, por ser alagadiço, obrigava os tropeiros em trânsito a acampar e esperar. Desse modo, formou-se o Pouso do Iapó, no vau de baixo, trecho raso do rio. No vau de cima, construiu-se a capela em louvor a Santo Antonio. Essa paragem, conhecida como Capão Alto, tornou-se propriedade dos religiosos da Ordem dos Carmelitas, fato que propiciou o crescimento do pouso, que evoluiu

posteriormente para categoria de Freguesia de Sant'Ana do Iapó, em 1774; Vila Nova de Castro, em 1789; e sendo elevada a categoria de cidade, em 1857 - primeira cidade instituída no Estado. Após 1885, Castro começou a receber um grande fluxo de imigrantes: alemães, poloneses, holandeses, japoneses que, com o passar dos anos, transformaram-na em um centro nacional de referência em produção agrícola e pecuária.

Além das atividades agropecuárias, o município possui muitos atrativos turísticos, sendo eles: Colônia Castrolanda, Museu do Tropeiro, Casa da Sinhara, Salto da Cotia, Grutas, Morro do Cristo, Parque Lacustre, Prainha Parque Municipal Dr. Libânio Cardoso e a Fazenda Capão Alto.



Fonte: SEBRAE, 2006

Foto 06- Fazenda Capão Alto

3.4.7. Município de Jaguariaíva

Significando ‘rio da onça brava’ no dialeto tupi-guarani, sua origem remonta a ocupação de seus campos para implantação de fazendas de invernadas e criatórios de gado, sendo a principal a Fazenda Jaguariaíva do Coronel Luciano Carneiro Lobo, passagem de tropas e tropeiros. Este obteve licença para erigir uma capela sob a invocação do Senhor Bom Jesus da Pedra Fria, que foi feita em “taipa de barro” no mesmo local onde hoje se encontra o Santuário na cidade alta, ao redor do qual cresceu a cidade de Jaguariaíva.

Com a morte do coronel em 1842, sua esposa Isabel muito religiosa, doou como Patrimônio à imagem do santo, uma grande área de terras permitindo que

aqueles que quisessem ali, construíssem suas moradias. Transformou-se o local em um grande entroncamento ferroviário com a chegada da Estrada de Ferro São Paulo - Rio Grande em 1902, e do ramal Paranapanema em 1910, o que permitiu a instalação de um grande número de indústrias, como a do Conde Francisco Matarazzo, que possibilitaram o crescimento da cidade.

Destacam-se os seguintes atrativos: Parque Estadual do Cerrado, Serra Velha/ Santa do Paredão, Parque Linear, Parque Ambiental Dr. Ruy Cunha - Bosque do Tropeiro, Pinturas Rupestres, Casa da Cultura Dr. João Batista da Cruz (Antiga sede da Prefeitura Municipal) e o Palacete Conde Francisco Matarazzo.



Fonte: Autora, 2003

Foto 07- Palacete Matarazzo

3.4.8. Município de Lapa

Seu surgimento está marcado pelo tropeirismo e ocorre no início do século XVIII, quando os Campos Gerais e Curitiba passam a ser ocupados com fazendas para criatórios e invernagem de gado. A abertura do Caminho dos Conventos, a partir de 1733 estabeleceu a passagem de grande número de tropas vindas do sul e, muitas pessoas se fixaram nestas passagens com o intuito de trabalhar de alguma forma nesta nova atividade que florescia. Embora sempre voltada para invernagem de tropas vindas do sul, com o passar do tempo novas atividades econômicas

surgiram, como criatórios de gado lanígero, engenhos de soque de erva mate, produção de milho, feijão e fumo entre outras.

Finalmente, em 07 de março de 1872 tem território desmembrado de Curitiba, sendo emancipada como cidade e município com a denominação de Lapa. A cidade foi palco de significativo episódio ocorrido durante a Revolução Federalista em 1894, conhecido como Cerco da Lapa, quando sitiada pelas tropas de Gumercindo Saraiva resistiu bravamente o tempo necessário para a recomposição das tropas legalistas.

O município guarda um dos maiores patrimônios culturais e arquitetônicos do Paraná, abrigando histórias, lendas e tradições. Após anos de esforço contínuo, em agosto de 1989, as normas de uso do Setor Histórico, com todo o detalhamento que envolve o casario e a paisagem integrada, foram tombados pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, preservando assim, a memória.

Destacam-se os seguintes atrativos: Acampamento Palavra da Vida, Lapinha Clinica Naturalista, Centro Histórico, Casa Vermelha - Museu do Tropeiro, Avenida Dr. Manoel Pedro, Gruta do Monge, Santuário de São Benedito, Igreja Matriz de Santo Antônio, Parque Estadual do Monge e o Theatro São João.



Fonte: Arquivo Prefeitura Municipal, 2003

Foto 08- Theatro São João

3.4.9. Município de Palmeira

No ano de 1732, passou pela região deste município o primeiro grupo de tropeiros vindos do sul. A partir desta data, a acolhida destes e de outros tropeiros que passavam pelo local, fez surgir um povoado, que anos mais tarde tornou-se a Freguesia de Nossa Senhora de Conceição de Palmeira.

Considerada a cidade clima do Brasil, em Palmeira pode-se fazer um passeio histórico e cultural, desfrutando de um clima ameno, belezas naturais, tranqüilidade, e hospitalidade. Em suas ruas, praças e recantos, encontram-se a história de um povo, que tem suas raízes no tropeirismo e na imigração de tantos grupos étnicos. Um exemplo disso está nos detalhes arquitetônicos, na natureza, na tranqüilidade das ruas, nas praças, nas igrejas construídas em estilo barroco colonial, como as capelas, do Senhor Bom Jesus e Nossa Senhora das Neves, que servia de pouso aos tropeiros, possuindo assim um papel importante na história do tropeirismo na região.

Seguem os principais atrativos do município: Capela Nossa Senhora das Pedras, Museu de Witmarsum, Museu Histórico de Palmeira, Espaço Cultural do “Sítio Minguinho”, Rota Caminhos da Cecília, Colônia Witmarsum, Roteiro Turístico dos Imigrantes, Turismo Cooperativo, e a Capela do Senhor do Bom Jesus-Capelinhas de Vieiras.



Fonte: Arquivo Municipal, 2003

Foto 09- Capelinhas de Vieiras

3.4.10. Município de Piraí do Sul

No século XVI, o local onde hoje se localiza o município de Piraí do Sul, era um ponto de parada e descanso de tropeiros, que transportavam gado e muares de Viamão, no Rio Grande do Sul, para Sorocaba, no estado de São Paulo. A região, portanto, bem como outros pousos, se desenvolveram devido ao Tropeirismo. Em 1872, o povoamento do antigo Bairro da Lança foi elevado à freguesia, com a denominação de freguesia do Senhor Menino Deus de Pirahy, fazendo parte do município de Castro. A instalação do município ocorreu solenemente em 24 de julho de 1882; a princípio com o nome de Piraí-Mirim e, posteriormente, de Piraí do Sul.

O forte do município é o turismo religioso, mas possui potencial para o ecoturismo e o turismo rural, com *canyons*, arenitos, quedas d'água, furnas, pinturas rupestres e fazendas históricas.

Suas festividades são reconhecidas nacionalmente e a religiosidade é percebida na Festa de Nossa Senhora das Brotas, uma das maiores comemorações religiosas do Paraná. Nossa Senhora das Brotas foi reconhecida e intitulada pelo Conselho Nacional de Bispos – CNBB, em 2004, como padroeira oficial do caminho dos Tropeiros. O Santuário de Nossa Senhora das Brotas, local preferido pelos tropeiros como estação de pernoite e repouso, hoje acolhe muitos romeiros. Na cidade destacam-se as igrejas do Senhor Menino Deus e de São José Operário, o Colégio Santa Marcelina, uma antiga construção em estilo colonial com grande influência dos imigrantes italianos.

Destacam-se a Floresta Nacional de Piraí do Sul IBAMA, Floresta Nacional da Remonta, Fazenda Cercado Grande, Fazenda Itóca, Morro da Nhá Gica, Furna das Curucacas, Fenda das Andorinhas, Bosque das Brotas, Cânion Campina do Cadeado, Cachoeira dos Macacos, Casa da Cultura, Igreja Matriz Senhor Menino Deus e o Santuário de Nossa Senhora das Brotas



Fonte: SEBRAE, 2006

Foto 10- Santuário das Brotas

3.4.11. Município de Ponta Grossa

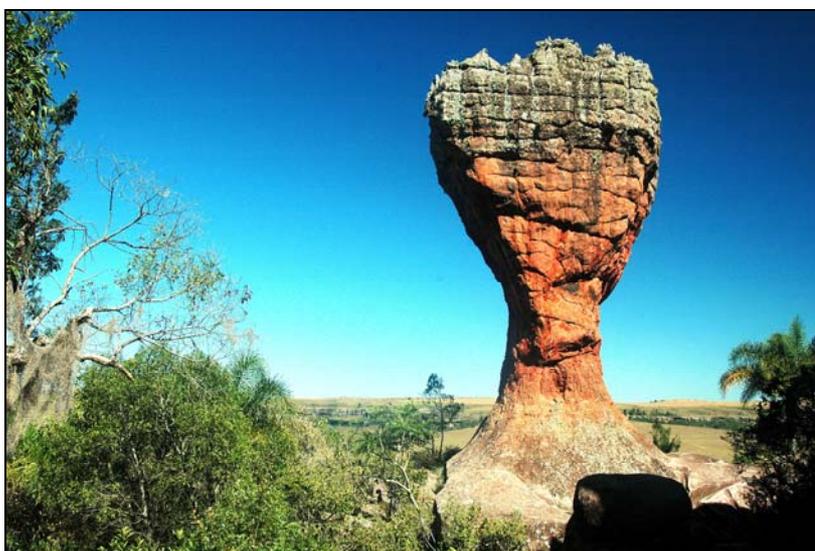
Ponta Grossa nasceu às margens do Caminho das Tropas, tradicional rota utilizada por criadores e comerciantes de gado, que ligava o Rio Grande do Sul a São Paulo. Em uma área doada para a Companhia de Jesus, em Itaycoca, foi construída uma capela sob a invocação de Santa Bárbara (marco da ocupação desta região) surgindo em seu entorno um pouso tropeiro. Criou-se no local um ponto de encontro de caminhos, aumentando o trânsito de tropas e o estabelecimento de armazéns, selarias, ferrarias, engenhos, barbearias dentre outros serviços para atender às necessidades dos tropeiros, propiciando, assim, o aparecimento do povoado.

Em 1894, a chegada da estação de ferro ligando Ponta Grossa a Curitiba, e em 1912 ligando São Paulo ao Rio Grande do Sul, consolidou a região como grande entroncamento ferroviário, contribuindo para o crescimento regional e para a chegada dos imigrantes. A presença da imigração impulsionou as atividades industriais, comerciais, culturais e de transporte.

Ponta Grossa destaca-se hoje no cenário turístico do sul do Brasil devido aos seus atrativos turísticos nacionalmente reconhecidos. O município possui alguns dos mais importantes atrativos turísticos do Paraná - a Festa Nacional do Chopp Escuro

– Münchenfest – o maior evento da cidade, que acontece todo ano, prestigiada por pessoas de todo o país.

Sejam naturais, culturais ou históricos, os atrativos turísticos em Ponta Grossa proporcionam o turismo aliado ao lazer, a cultura e a diversão. Citam-se seus principais atrativos: Museu Campos Gerais, Complexo Ferroviário, Igreja Matriz de Sant'Ana – Catedral; Mosteiro da Ressurreição, Capela Santa Bárbara, Igreja Nossa Senhora do Rosário, Buraco do Padre, Cânion e Rio São Jorge, Parque Margherita Sannini Masini, Recanto do Botuquara, Parque Municipal Rio Verde e o Parque Estadual de Vila Velha - Arenitos, Furnas e Lagoa Dourada.



Fonte: SEBRAE, 2006

Foto 11- Parque Estadual de Vila Velha

3.4.12. Município de Porto Amazonas

No final do século XVIII e início do século XIX, Porto Amazonas foi passagem das tropas vindas da região sul, o local era chamado de Caiacanga. No final da década de 1870, o Senhor Amazonas de Araújo Marcondes (denominado pioneiro da navegação fluvial do Paraná) organizou uma empresa de transporte fluvial, a qual foi a primeira a cortar as águas do Rio Iguaçu. O Coronel tornou-se um semeador de progresso do vale do Rio Iguaçu e fundador de várias cidades, como Porto Amazonas.

Paralelamente à navegação, surgiu a ferrovia que encurtou os caminhos e facilitou a comunicação com outras localidades. A navegação entrou em decadência

devido à construção da Rodovia do Xisto e da ampliação da estrada de ferro do Paraná. O município continuou progredindo por causa da estrada de ferro, que era a principal via de transporte, isso ocorreu até a década de 1970 quando houve a desativação da mesma.

A cidade de Porto Amazonas é conhecida como a Terra da Maçã, pois é o 2º maior produtor do Estado do Paraná, proporcionando divisas ao município. Seus principais atrativos são: Quedas d'água, Salto do Caiacanga, Perau do Corvo, Casa do Artesão, Ponte dos Arcos, Igreja Restinga Seca e Prefeitura Municipal, que tem formato de um barco.



Fonte: Arquivo Municipal, 2002

Foto12 – Prefeitura Municipal

3.4.13. Município de Rio Negro

Rio Negro fazia parte do município da Lapa na época da passagem das tropas vindas do sul pelo Caminho do Viamão, que estendia seus limites meridionais até Lages. Sendo o único local que possibilitava a passagem de tropas e tropeiros através do rio Negro, tendo seus extensos campos ocupados para invernagem. Com intuito de coibir a evasão de impostos cobrados pelas passagens dos animais, o governo português transferiu para lá, no início do ano de 1800, o Registro de Curitiba, que ficava nas margens do rio Iguaçu, na Vila Nova do Príncipe.

Em 1816, foi realizada uma tentativa de implantação de uma colônia agrícola com a presença de casais açorianos e, depois, em 1829, com colonos alemães.

Apesar desta não se consolidar, a vinda dos imigrantes produziu efeitos benéficos como a fundação do povoamento do Senhor Bom Jesus do Rio Negro, que mais tarde, desenvolveu-se com a presença da estrada de ferro e a implantação de indústrias diversas, nesta cidade.

Seus principais atrativos são: Ponte Metálica “Dr. Diniz Assis Henning”, Igreja Matriz Senhor Bom Jesus da Coluna, Igreja Nossa Senhora Aparecida, Parque Ecoturístico “São Luiz de Tolosa” de Rio Negro, Centro Ambiental Casa Branca, Capela Cônego José Ernser, Presépio em Palha de Milho, Loja de Artesanato e o Seminário Seráfico São Luiz de Tolosa.



Fonte: Autora, 2003

Foto 13- Antigo Seminário- Atual Prefeitura

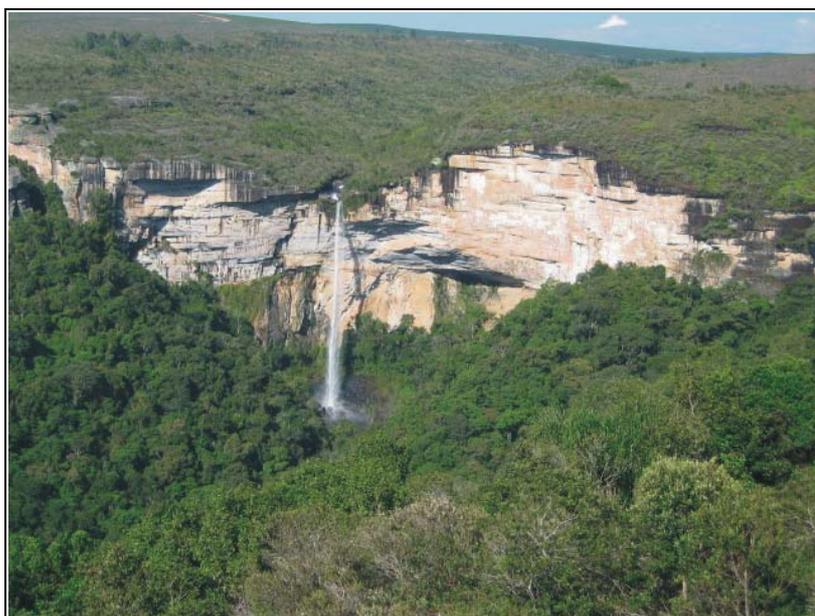
3.4.14. Município de Sengés

Os primeiros moradores do território de Sengés chegaram por volta de 1883 atraídos pelo solo e pelas riquezas naturais existentes. Estes desbravadores usaram da plantação de milho e da criação de suínos para se desenvolver. Em 1908, a Estação da Estrada de Ferro São Paulo – Rio Grande era inaugurada sob o comando do engenheiro Gastão Sengés. Com a implantação desta estrada ocorreu um grande desenvolvimento na região. Muitos novos moradores e uma serraria, que

exploraria a grande quantidade de pinheiros existente, se instalaram nesta mesma época.

Outro fator de extrema importância para o desenvolvimento da região foi o tropeirismo, uma vez que a região era ponto de passagem entre Viamão e Sorocaba. A cidade participou da Revolução de 30, quando ataques aéreos foram presenciados. Era comum ver a população fugir dos bombardeios e tiros. A Revolução trouxe muitos prejuízos ao povoado que teve que reconstruir boa parte de suas casas e ruas.

Em 1927 o povoado já possuía condições de se elevar a município e, em 1934 foi decretada a sua nova denominação. Com isso, o município recebeu o nome de Sengés, homenageando o Engenheiro da Companhia da Estrada de Ferro São Paulo- Rio Grande. Seus principais atrativos são: Caverna do Pinhalzinho, Canyon do Jaguaricatú, Sítios Arqueológicos, Estátua de São Sebastião, Cachoeiras, Quedas d'água e trilhas.



Fonte: Gilson Reck, 2004

Foto 14 – Cachoeira do Corisco

3.4.15. Município de Telêmaco Borba

As primeiras referências históricas desta região datam do final dos anos 1700 quando José Félix da Silva e Antônio Machado Ribeiro ocuparam grandes extensões de terras, a maioria cortada pelo rio Tibagi. A história deste rio se confunde com a do município de Tibagi, pela presença de garimpeiros e dos campos de invernagem

para as tropas. Neste local surgiu um pequeno povoado, o qual mais tarde recebeu o nome de Cidade Nova, graças à dedicação e esforço do desbravador e pioneiro da região, o Coronel Telêmaco Enéias Augusto Morocines Borba.

Posteriormente, com a aquisição de uma grande área de terras, a família Klabin instalou a indústria papelreira - Klabin do Paraná (KFPC). Com o alojamento da fábrica, o povoado conseguiu dar os primeiros passos para a criação de uma comunidade na região, a qual apresentou em um curto período de tempo, um certo desenvolvimento econômico e social, o que permitiu sua emancipação já em 1963.

Hoje, a cidade possui em seu entorno, uma imensa floresta com árvores distintas utilizadas para a produção de papel e de móveis, que são usufruídas por muitas indústrias instaladas no município. Este parque industrial colocam o município como centro de referência nacional daqueles setores. A floresta pertence a um parque ecológico de preservação ambiental.

Os principais atrativos são: Trilha Ecológica e Trilha das Águas, Parque Ecológico Klabin, Criadouro científico de animais silvestres, Museu do parque ecológico, Casa do Artesão e o Bonde Aéreo.



Fonte: Arquivo Municipal, 2003

Foto 15- Bonde Aéreo

3.4.16. Município de Tibagi

O significado da palavra Tibagi vem do Tupi-Guarani e quer dizer “TIBA” = muito e “GY” = água. O município está localizado às margens do Rio Tibagi, sendo maior município em extensão territorial do Estado do Paraná. Sua fundação como

povoado ocorreu somente na última década do século XVIII por Antônio Machado Ribeiro, vulgo Machadinho, que veio de São Paulo em 1782.

Porém, desde os tempos mais remotos a região já era conhecida por possuir ouro e pedras preciosas, principalmente diamantes, fato que motivou numerosas expedições até as margens deste rio, desde os primeiros tempos das entradas no sertão feitas pelos bandeirantes paulistas. Este tipo de garimpo foi um dos responsáveis pelo povoamento da região, trazendo pessoas de vários Estados do Brasil.

O povoado foi fundado por portugueses, mas aos poucos teve sua população enriquecida com a presença dos mestiços resultantes do cruzamento entre brancos, índios e negros, e mais recentemente, pelos imigrantes holandeses, vindos dos municípios de Carambeí e Castro. Diante deste crescimento, a freguesia de Tibagi foi elevada a categoria de vila em 18 de março de 1872, e posteriormente a cidade, no dia 27 de dezembro de 1897.

Destacam-se os seguintes atrativos: Museu Histórico “Desembargador Edmundo Mercer Júnior”, Casa da Cidade, Palácio do Diamante- Prefeitura Municipal, Igreja Nossa Senhora dos Remédios, Bom Jesus da Cana Verde da Fortaleza, Salto Santa Rosa, Salto Puxa Nervos, Reserva Ecológica Itáytyba, Parque Passo do Riseti, Balneário do Arroio da Ingrata, Chafariz da Nhá Cota e o Parque Estadual do Guartelá



Fonte: Autora, 2003

Foto16- Cânion Guartelá

3.5. O Processo Operacional do Projeto Turístico

Para consolidar uma visão de integração de municípios, foi realizada uma viagem técnica ao Rio Grande do Sul, onde os representantes dos municípios envolvidos no Projeto Rota dos Tropeiros puderam trocar experiências com os responsáveis por processos turísticos consolidados e organizados de forma associativa naquela região. (RELATÓRIO, 2002)

Logo após a visita técnica foram realizadas duas Macro-Oficinas, sendo uma em Ponta Grossa e outra em Curitiba. Na seqüência, aconteceram as Oficinas de Implantação nos municípios selecionados. Paralelamente àquelas oficinas parte da equipe técnica realizou o levantamento de dados nos 16 municípios, tendo como objetivo a formação de um banco de dados, que permitisse diagnosticar suas necessidades para o desenvolvimento sustentável do turismo, bem como, verificar as oportunidades de negócios que poderiam ser geradas na região com a implantação desse projeto. Resumidamente, se pode apresentar no Quadro 1, a seguir, os dados levantados. (RELATÓRIO, 2002)

Área	Carência	Necessidades
Comércio	Compreensão do sistema turístico Atendimento ao consumidor Diversificação de produtos e serviços Valorização de produtos locais Agregação de valor	Palestras de sensibilização e conscientização Treinamentos profissionalizantes Treinamentos de gestão empresarial Visão e criatividade aos produtos locais
Artesanato	Diversificação de temas e matérias-primas Criatividade e empreendedorismo Qualidade dos produtos	Capacitação em design e tecnologia dos materiais Programa de qualidade Capacitação em comercialização de produtos
Hospedagem	Qualidade na prestação de serviços Qualidade dos equipamentos e edifícios Capacitação empresarial Capacitação profissional	Capacitação e qualificação profissional Motivação Visitas técnicas Programa de treinamentos
Agroprodutos	Aproveitamento de produtos locais Associativismo Empreendedorismo Qualidade de produtos Identificação de oportunidades	Avaliação dos aspectos legais e sanitários Capacitação profissional Criação de uma marca Pontos de venda
Agenciamento	Qualidade na prestação de serviços Diversidade de produtos e serviços Serviços de receptivo	Capacitação profissional Capacitação empresarial Associativismo

		Rodadas de negócios
Investimentos	Identificação de negócios Parcerias Organização para atração de investidores	Banco de investimentos Cartilha de oportunidades Linhas de crédito Cursos de empreendedorismo

Fonte: Relatório da Consultoria, 2002

Quadro 01- Necessidades e oportunidades de negócios

Através daquele levantamento foram verificadas as oportunidades para o desenvolvimento sustentável nos municípios, relacionadas abaixo:

- Geração de micro e pequenas empresas nas seguintes áreas: turismo, agronegócios, artesanato, meio ambiente, capacitação profissional, marketing, fundição artesanal, esportes, arriamento, alimentação, hospedagem, lazer e recreação dentre outras;
- Agregação de valor aos produtos caseiros, artesanais e manuais;
- Criação de novos produtos, novos mercados consumidores, incremento de qualidade, concepção e promoção;
- Geração de novos postos de trabalho através da capacitação profissional em gastronomia, hospedagem, recepção turísticas, agenciamento, condução de grupos, entre outras.

3.6. As Fases de Implantação do Projeto Turístico

O projeto foi dividido em três fases estratégicas, que serão descritas a seguir. Na Fase 1, denominada de “Análise da realidade turística”, foi contratada uma consultoria especializada, que estruturou todo projeto, envolvendo acadêmicos de turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e da Universidade Federal do Paraná (UFPR) para fazer estudos técnicos sobre o potencial turístico da região, os empreendimentos turísticos, analisando os produtos e serviços turísticos. Nessa fase, também, foi diagnosticado que eram necessários treinamentos e cursos de capacitação. Com esse estudo, foram elaborados o mapa e o guia da Rota dos Tropeiros, que ressaltam os serviços e atrativos turísticos de forma integrada. Organizou-se uma saída técnica para verificar *in loco* o Roteiro Turístico da Serra Gaúcha-RS, visando analisar e trocar experiências sobre o trabalho dos empreendedores e fomentadores da mesma. (PROJETO, 2003)

Essa fase se encerrou, após dois anos de duração, com uma festa de lançamento, em maio de 2003, na cidade de Castro. Na ocasião, foi formado o Conselho Gestor da Rota (G32), com 32 pessoas, no qual participavam representantes do setor público e da iniciativa privada. O G32 tinha por objetivos: a) nortear as ações das entidades parceiras; e, b) ser interlocutor da Rota nos municípios. (PROJETO ROTA DOS TROPEIROS, 2003).

Também foi a fase de entrega dos seguintes materiais:

- Manual técnico da sinalização turística para a Rota dos Tropeiros;
- Relatório com levantamento de dados realizado nos municípios;
- Relatório com levantamento sobre a demanda de capacitação profissional dos municípios;
- Relatório com levantamento de oportunidades de negócios nos municípios;
- Proposta do material promocional para a Rota dos Tropeiros;
- Plano de Marketing para a Rota dos Tropeiros;
- Manual de realização da Olimpíada Tropeira - 16 etapas nos municípios e a final em local a ser definido pelo G32.

As ações que estavam previstas pela consultoria, dentro da Fase I, foram as seguintes:

- Realização de palestras técnicas nos municípios para empresários, comunidade local e governo;
- Encontro com conselhos de trabalho dos municípios integrantes da Rota dos Tropeiros e das entidades apoiadoras;
- Continuidade das reuniões do grupo gestor - G32;
- Realização de rodadas de negócios e visitas técnicas;
- Realização da Olimpíada Tropeira;
- Entrega de documentos ao Conselho Executivo e aos municípios participantes;
- Elaboração da proposta de trabalho para a fase II da Rota dos Tropeiros;
- Reuniões com o Conselho Executivo da Rota dos tropeiros;
- Reuniões com as entidades que apóiam a continuidade da Rota dos Tropeiros.

Na Fase 2, chamada de 'Qualidade e competitividade dos produtos e serviços turísticos', teve duração de três anos e nela foram realizados vários cursos de capacitação, a partir do diagnóstico, os quais foram escolhidos pelos representantes municipais. Foi a fase de estruturação e de estudos de equipamentos, serviços

turísticos, mirantes, postos de informações, portais, totens entre outros. Nela também foram estabelecidas parcerias com o Senar e o Senac, para ofertar os cursos gratuitamente.

Em 2004, foi criado o Grupo Técnico (GT), formado por representantes do G32, com o objetivo de contribuir e participar das deliberações do Conselho Executivo. As ações previstas para este grupo foram: articulação de ampliação da Rota dos Tropeiros; repasse de informações sobre a Rota dos Tropeiros a todos os candidatos a prefeito dos municípios da Rota; elaboração e envio dos Informativos da Rota dos Tropeiros; formatação dos roteiros comercializáveis da Rota dos Tropeiros; reformulação do Plano de Marketing da Rota dos Tropeiros; criação de novos materiais da Rota dos Tropeiros; elaboração do Projeto Selo de Adesão; criação da Marca e site da Rota dos Tropeiros; e, estruturação da OSCIP.

Segue abaixo a figura do Mapa da Rota dos Tropeiros (material de Divulgação)



Fonte: SEBRAE, 2003

Figura 04- Mapa da Rota dos Tropeiros (Material de Divulgação)

A Fase 3 – ‘Elaboração do Plano de Marketing’ está ainda em implementação, e visa desenvolver políticas para produto, promoção e comercialização, preço e mercados-alvo. O Plano foi elaborado em 2007, por meio de outra consultoria.

3.7. O Plano de Ação do Projeto Turístico

O processo de gerenciamento do projeto foi realizado em três níveis: Câmara de Implantação, Conselho Executivo e Agentes Facilitadores. Para a Câmara de Implantação foi sugerido pela consultoria que fossem encaminhados dois nomes, sendo um representante da Prefeitura Municipal (preferencialmente o Secretário de Turismo) e um representante dos empresários de turismo (preferencialmente da Associação Comercial). O Conselho Executivo era composto por pessoas das entidades parceiras: SEBRAE/PR, AMCG, ECOPARANÁ, e PARANÁ TURISMO, assessorados pelos agentes facilitadores, formados pela equipe de consultores.

Para a implantação do Plano de ação foram realizadas as macro-oficinas participativas, com os seguintes objetivos:

- Iniciar o processo de consolidação da Rota dos Tropeiros;
- Definir as ações para a implantação do turismo nos municípios;
- Definir o envolvimento dos parceiros e participantes nas ações de ordenamento e organização do turismo histórico e cultural;
- Sensibilizar os participantes sobre a importância do comprometimento dos envolvidos neste processo;
- Trocar experiências sobre o turismo, o troperismo e o desenvolvimento dos municípios.

Neste Plano constava a criação de uma apostila de orientação para os facilitadores locais, com propostas para: integração regional em toda a cadeia produtiva do turismo; formação de uma identidade própria e comercial forte; criação de novas opções regionais para o turismo estadual; consolidação interinstitucional pró-turismo; e, articulação de macro-estratégias para criação de novos pólos diferenciados de turismo.

O produto destas oficinas serviu para a formatação de rotas a serem percorridas a pé, a cavalo, de bicicleta ou de carro; sinalização turística da rota dos tropeiros; elaboração de um Guia Turístico com mapa turístico da Rota dos Tropeiros; a criação do Caderno sobre as oportunidades de negócios; e, proposta para capacitação profissional da população.

Como o planejamento turístico não é estático, é necessário sempre avaliar as ações e verificar o andamento das mesmas, para que possamos alcançar os objetivos propostos. Assim, diante da mudança de consultores e gestores dos órgãos municipais de turismo da região, bem como da maioria dos prefeitos, pode-se perceber que muitas ações, que constavam do Plano inicial, acabaram não acontecendo. Por isso, a proposta desde o início do projeto, da consolidação de uma Governança, para que o se projeto tivesse continuidade, combatendo as premissas existentes.

O G32 levantou algumas dificuldades de gerenciamento do projeto, quais sejam: deslocamentos (em virtude das reuniões itinerantes); repasse das informações as entidades nos município; desinteresse de alguns municípios e/ou representantes; reuniões inócuas; e, pouco acesso a tomada de decisões

4. O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Nesta seção descrevem-se os aspectos metodológicos adotados na pesquisa, os quais foram utilizados para compreender a participação das organizações públicas e da iniciativa privada relacionada com a atividade turística nesse espaço geográfico e o papel destas organizações no desenvolvimento local, bem como para analisar os resultados obtidos com a implantação do Projeto Rota dos Tropeiros, com os *stakeholders* envolvidos.

4.1. O processo da pesquisa

Num primeiro momento, pretendeu-se neste estudo, realizar uma pesquisa documental, examinando todos os documentos relativos ao Projeto Rota dos Tropeiros, desde sua concepção até os dias de hoje, tais como os relatórios, as propostas feitas, o plano de ação de cada um dos municípios pertencentes ao projeto, por meio de indicadores definidos. Num segundo momento, essa pesquisa buscou aprofundar a investigação sobre o desempenho dos *stakeholders* envolvidos no projeto em análise, através de uma pesquisa exploratória-descritiva, de cunho qualitativo.

Utilizou-se a pesquisa documental, pois através dela “são investigados documentos, a fim de se poder descrever e comparar com outros documentos, costumes, tendências, diferenças e outras características” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 174). Assim, neste estudo buscou-se estudar e entender a situação presente e, também trabalhar sobre dados da própria realidade do Projeto Rota dos Tropeiros.

Os estudos exploratórios são meios valiosos para encontrar respostas para perguntas. É particularmente uma abordagem útil quando se deseja clarear o entendimento sobre um problema. Existem três principais meios para se conduzir uma pesquisa exploratória: pesquisando em referências, conversando com especialistas e conduzindo entrevistas.

O objeto de estudo da pesquisa descritiva é retratar um perfil dos fatos ou situações, podendo ser uma extensão ou parte de um estudo exploratório. Gil (1999) destaca que entre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por finalidade estudar as características de um grupo. Na pesquisa descritiva procura-se descrever as características de um fenômeno, e “desenvolve-se principalmente nas

Ciências Humanas e Sociais, abordando aqueles dados e problemas que merecem ser estudados e cujo registro não consta de documentos” (GODOY, 2006, p. 130-131). Esse tipo de pesquisa procura familiarizar-se com os fenômenos ou obter conceitos deles, descobrindo assim novas idéias.

O presente estudo teve como técnica o estudo de caso descritivo, ou seja, um estudo que “procura ilustrar a complexidade da situação e os aspectos nela envolvidos [...]” (GODOY, 2006). A definição de Yin (2005) de estudo de caso único, informa que neste tipo de estratégia de pesquisa se realiza uma investigação que preserva as características holísticas e significativas dos eventos da vida real, tais como processos administrativos e organizacionais, e ciclos de vida individuais entre outros.

Concomitantemente foram coletados dados dos indicadores quantitativos e qualitativos, que serviram de referenciais para mensurar os resultados pretendidos no Projeto Rota dos Tropeiros e que colaboraram na interpretação dos fatores relevantes deste projeto de turismo.

A pesquisa por meio do estudo de caso pode ser utilizada com vários propósitos, ou seja, explorar, ilustrar, descrever e explicar diferentes fenômenos. Embora o estudo de caso seja freqüentemente utilizado junto com outras técnicas de pesquisas para complementar e mostrar os resultados, não deveria ser identificado como um subconjunto de outro método. Portanto, o estudo de caso é uma escolha apropriada e tem justificativa metodológica quando as perguntas de pesquisas enfatizarem em assuntos de “como” ou “por quê” e “quando” o pesquisador tiver pouco controle sobre os acontecimentos. (YIN, 2005).

O estudo da Rota dos Tropeiros caracterizou-se como um estudo de caso, pois se tratou de compreender a importância do planejamento turístico, na região dos Campos Gerais.

Como mencionado, o objetivo desse estudo foi analisar o projeto, tentando compreendê-lo. Em função desse objetivo e das características do método de caso, o estudo de caso é a estratégia que se apresentou como a mais adequada para esta pesquisa, pois permitiu o entendimento do fenômeno como um todo, com profundidade, além de permitir a obtenção de elevado grau de detalhe sobre as percepções dos diversos grupos que interferem na gestão do objeto do estudo.

Neste estudo de caso os diferentes municípios e suas respectivas formas de gestão dos recursos foram analisados individualmente, a partir de uma mesma

perspectiva, de forma a possibilitar posteriores comentários comparativos. Verifica-se que as ações não podem ser trabalhadas de maneira igual nos municípios, pela diferença e grau que se encontram.

4.2. Universo e Amostra

O universo pesquisado constitui-se no território da Rota dos Tropeiros/PR e a população em estudo são os *stakeholders* envolvidos com a governança do referido projeto.

Para a identificação da funcionalidade da Rota dos Tropeiros foi necessário fazer uma análise da pesquisa *in loco* com os empresários do território, bem como uma Oficina entre os parceiros institucionais do projeto (SEBRAE/PR, SETU e AMCG), representantes de turismo da área pública de turismo, bem como os participantes da atual governança, incluindo principalmente representantes da iniciativa privada, da diretoria e dos associados.

A amostragem foi selecionada de maneira intencional, tendo como critério de escolha o fato de pertencerem aos municípios envolvidos e fazerem parte do processo. Assim, o critério foi de participação e acessibilidade, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo (GIL, 1999).

A seguir, no Quadro 03, se resume a amostra que foi utilizada nesta pesquisa:

STAKEHOLDERS	ENTIDADES	MÉTODO	NÚMERO
Entidades parceiras	SEBRAE, AMCG, SETU (vinculadas-PR TURISMO e ECOPARANÁ)	OFICINA	8
Representantes públicos de turismo	Prefeituras municipais	QUESTIONÁRIO	16
Integrantes da diretoria	Agência Rota dos Tropeiros-Instância de Governança	OFICINA	5
Empresários	Empresas do <i>trade</i> turístico	QUESTIONÁRIO	163

Fonte: Autora, 2008

Quadro 02 - Universo de entrevistados

4.3. Instrumentos de coleta de dados

Pretendeu-se verificar por meio dos fatores materiais e de indicadores, o reflexo do desenvolvimento ocorrido após a implantação do projeto na região.

Os dados de indicadores quantitativos foram levantados em documentos e relatórios existentes. Os dados qualitativos, utilizados para compreender melhor os resultados foram coletados nas entrevistas semi-estruturadas, permitindo ao

pesquisador explorar mais amplamente o problema, visto que o principal valor está na profundidade das informações e nos detalhes que foram obtidos.

No Quadro 04, a seguir, se apresentam os indicadores que foram utilizados na análise, qual a sua fonte de referência, como foi realizada a coleta e a frequência dos dados.

INDICADOR	FONTE DOS DADOS	PROCESSO DE COLETA	FREQUÊNCIA DE DADOS
Número de equipamentos e serviços turísticos cadastrados no Mtur	Mtur/Secretaria de Turismo	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Anualmente
Número de roteiros comercializados	Secretaria de Turismo	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Anualmente
Fluxo Turístico - Procedência baseada no BOH	Secretaria de Turismo/ BOH ³	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Anualmente
Número de pernoites gerados na ocupação hoteleira	Boletim de ocupação hoteleira – BOH/ SETU	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Anualmente
Pesquisa de demanda da Rota dos Tropeiros	Secretaria de Turismo	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Ano de 2006
Avaliação dos municípios	Secretaria de Turismo/ SEBRAE	Planilha de dados e/ ou levantamentos disponíveis	Ano de 2006

Fonte: Autora, 2009

Quadro 03 – Indicadores

4.4. Ferramentas de análise dos dados

Para poder analisar alguns dos indicadores e dados coletados para o presente trabalho, foi necessário o auxílio do *Software* denominado *Statistica*. O qual segundo Ogliari e Pacheco (2004, p. 3) “é um programa integrado para gerenciar Análise Estatística e Base de Dados, caracterizando uma ampla seleção do processo analítico, do básico ao avançado, para as mais diversas áreas [...]”.

De acordo com os mesmos autores (2004, p.5), o *Statistica* “trabalha com variáveis categorizadas, qualitativas e quantitativas, permitindo a formação de grupos que serão analisados”.

Por isso, organizaram-se alguns dos dados que são importantes para que fossem realizadas as análises estatísticas. Os dados analisados foram os seguintes:

³ BOH- Boletim de Ocupação Hoteleira

Os dados primários desse trabalho foram levantados no instrumento de coleta de dados e foram analisados pela estatística multivariada, que segundo Pereira (1997, p. 102)

a análise multivariada é a rigor qualquer abordagem analítica que considere o comportamento de muitas variáveis simultaneamente. As diversas técnicas de regressão múltipla são, nesse sentido, uma forma de análise multivariada.

Desta forma, pode-se fornecer objetividade nos dados alcançados, para que assim seja possível tirar as conclusões. Outros dados levantados também precisaram do auxílio do *software* Excel para que fosse possível fazer a tabulação deles, para melhor entendê-los.

As variáveis e os dados analisados serão explicitados no capítulo a seguir.

5. RESULTADOS

Os resultados serão apresentados com o objetivo de expor a análise da contribuição do Projeto Rota dos Tropeiros para o desenvolvimento local e turístico da região dos Campos Gerais do Paraná desde sua implantação até os dias de hoje, discutindo os resultados obtidos.

5.1. Discussão dos Resultados

A seguir foi feita uma análise com a Pesquisa realizada na região com 163 empresários e a Oficina de Reposicionamento da Rota dos Tropeiros, realizada com parceiros e integrantes da diretoria da Agência Rota dos Tropeiros.

Diante da percepção técnica sobre o projeto da Rota dos Tropeiros, para que isso não fosse uma suposição de fatos, mas que fosse realmente analisado com os envolvidos do *Trade* Turístico, ou seja, com os empresários, tendo a comprovação da opinião deles sob o projeto da Rota dos Tropeiros, foi realizada pelo SEBRAE-PR uma pesquisa, com o auxílio de consultores especialistas de turismo, o consultor Yure Lobo e a consultora Luciana Oliveira, ambos já trabalharam como consultores no projeto da Rota dos Tropeiros, ou seja, têm conhecimento técnico e da realidade, sendo aprovado pelas instituições parceiras do projeto para que fosse realizado não somente com os empresários associados à Rota dos Tropeiros, mas sim com aqueles que já participaram do projeto e novos candidatos a participar, localizados no território de estudo.

Esta pesquisa, conforme o SEBRAE-PR (2008) “teve como objetivo conhecer, de maneira sistematizada, a situação atual das micro e pequenas empresas do setor de turismo e hospitalidade instaladas no território abrangido pelo Projeto Rota dos Tropeiros, buscando estabelecer uma visão ampla e segura do nível organizacional destas empresas e sua relação com o referido Projeto.”

Este estudo foi utilizado para a análise da visão dos empresários e poderá ser tomado como subsídio para fundamentar decisões, traçar cenários e direcionar as ações dos organismos de desenvolvimento envolvidos com o Projeto Rota dos Tropeiros, servindo com um instrumento direcionador para futuras ações e atividades ligadas ao seu desenvolvimento turístico. (SEBRAE, 2008)

Conforme o SEBRAE-PR, a área delimitada pelo trabalho foi composta por 16 municípios, listados abaixo, integrantes da Rota dos Tropeiros:

1. Arapoti
2. Balsa Nova
3. Campo Largo
4. Carambeí
5. Campo do Tenente*
6. Castro
7. Jaguariaíva
8. Lapa
9. Palmeira
10. Piraí do Sul
11. Ponta Grossa
12. Porto Amazonas
13. Rio Negro
14. Sengés
15. Telêmaco Borba
16. Tibagi

* O município de Campo do Tenente, apesar de fazer parte do objeto delimitado não participou da pesquisa devido ao fato de não ter sido identificado nenhum empreendimento interessados em responder a pesquisa.

O período que foi realizado esta pesquisa foi em Abril e Maio de 2008.

Estruturação do Questionário (Encontra-se no Apêndice)

A estruturação de um questionário padrão contemplando os seguintes itens básicos: cadastro; percepção turística do empreendedor sobre o município; análise dos principais itens relacionados ao empreendimento como perfil do proprietário, planejamento, gestão, estrutura organizacional, funcionamento, recursos humanos, marketing, entre outros.

Pré-teste

Com objetivo de testar o questionário elaborado foi realizado um pré-teste de uma versão preliminar, durante o 14º Salão Paranaense de Turismo - Abav-PR

com objetivo de identificar possíveis ajustes a serem efetuados na versão final.

Período: Abril e Maio/2008

Pesquisa de Campo

Correspondem às visitas técnicas “in loco” aos **15 municípios** participantes da pesquisa, para aplicação do questionário.

Nesta fase foram aplicados **163** questionários, de maneira individualizada e no próprio empreendimento.

Tabulação

Tratamento das informações obtidas por meio da etapa anterior. Análise e formatação do documento final.

Período: Abril, Maio e Junho/2008

A realização dessa pesquisa, denominada: Diagnóstico Turístico Empresarial Rota dos Tropeiros permitiu analisar a atual situação das principais micro e pequenas empresas do setor de turismo e hospitalidade instaladas no território abrangido pelo Projeto, trazendo informações seguras sobre aspectos relacionados à percepção turística dos empreendedores sobre o seu município e a região; desempenho dos empreendimentos, principais carências e dificuldades enfrentadas no dia-a-dia das empresas, ações de planejamento e gestão, estrutura e cultura organizacional, funcionamento, diferenciais, relação dos empreendimentos com o tema tropeirismo e a visão dos empresários sobre o Projeto Rota dos Tropeiros. Vale ressaltar, também, que a realização da pesquisa, oportunizou uma rica troca de informações entre os pesquisadores e os entrevistados, permitindo esclarecer dúvidas, levar informações sobre a Rota dos Tropeiros e se aproximar mais dos empreendedores da área de abrangência do Projeto.

Conforme análise dos dados dessa pesquisa, conclui-se que devia dar um novo norte ao projeto, para que o mesmo tenha uma continuidade, o qual realmente consiga realizar os objetivos propostos, sendo consenso de todos os parceiros do projeto.

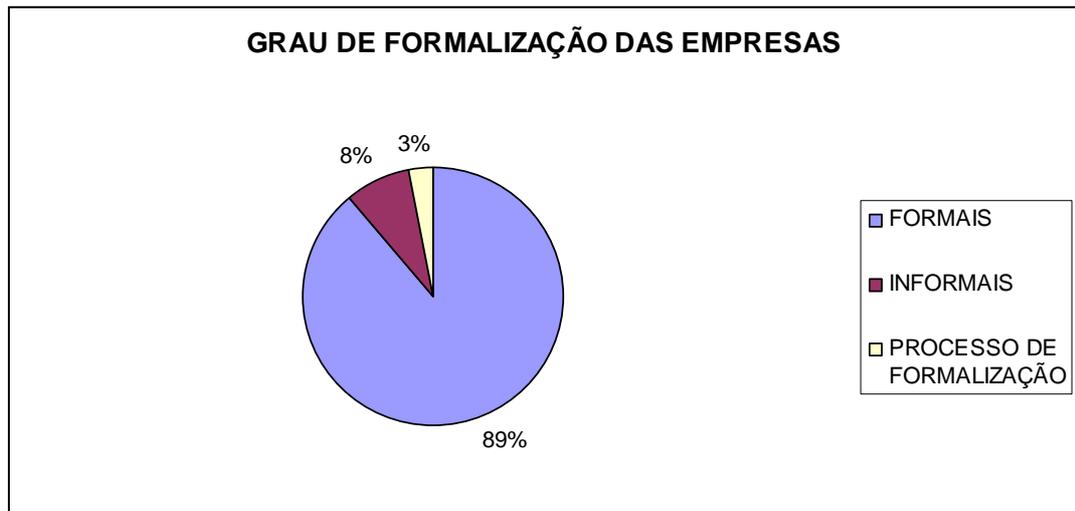
Por isso foi realizada em Junho uma Oficina denominada “Oficina de Reposicionamento”, o qual teve como objetivo, reposicionar o projeto. Foi conduzida por um consultor especialista em Planejamento Estratégico, Sr. Claudinei Alves no

dia 30 de junho de 2008. A oficina foi realizada com empresários, representantes das entidades parceiras e representantes dos municípios que integram a Rota dos Tropeiros. Foram convidados também todos os consultores que trabalharam na Rota dos Tropeiros, com o propósito fazer uma análise do desempenho e dos resultados da Rota dos Tropeiros com a visão de um produto e destino turístico oferecido ao mercado. O público presente foi predominado pelos representantes dos municípios e entidades e da iniciativa privada. A oficina foi realizada na Associação Comercial e Empresarial de Ponta Grossa. Diante dessa oficina percebe-se que é necessário mudar o foco para o projeto e para a região como um todo.

Diante desses documentos, foi possível fazer uma interpretação de dados, verificando que deve ser feitas ações que fortaleçam a Rota dos Tropeiros como produto turístico e não como região turística, a qual estava sendo trabalhado o projeto.

Sendo assim, seguem alguns desses dados que foram utilizados para fazer essa análise mais profunda a nível regional, os quais serviram para essa pesquisa. Nesse diagnóstico contém muitos outros questionamentos importantes que poderão auxiliar as demais entidades e municípios para um planejamento de ações específicas.

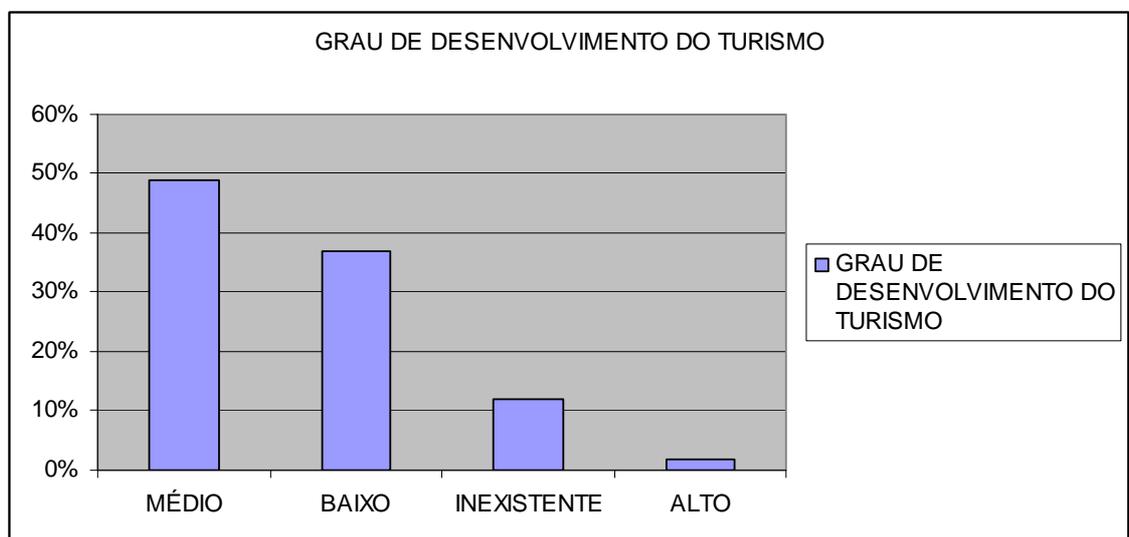
Em relação à questão 1, conforme o gráfico abaixo, em relação ao grau de formalização das empresas, verificou-se que houve uma preocupação do território em melhorar como empresa os seus serviços, das 163 empresas, 89% são formais, sendo que 8% são informais e 3% está em processo de formalização. Pode-se verificar que houve uma preocupação em formalizar, qualificar a empresa nesses últimos anos.



Fonte: Autora, 2009

Gráfico 03: Grau de Formalização das empresas

Na visão deles, ainda há muito que o município investir no turismo. Em relação a questão 3, sobre o grau de desenvolvimento do turismo, 49% acha que é médio. 37% acha que é baixo, 12% acha que é inexistente e apenas 2% avalia como alto.

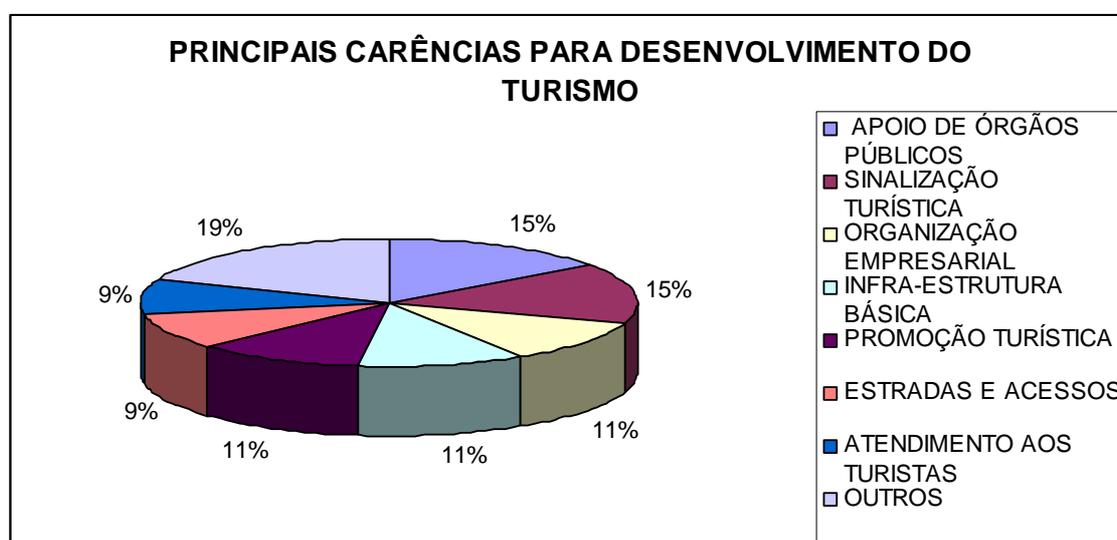


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 04: Grau de Desenvolvimento do Turismo

Percebe-se que na visão dos empresários o desenvolvimento do turismo ainda precisa ser melhorado. Verifica-se que somente 2% dos entrevistados consideram que o grau de desenvolvimento está alto.

No item seguinte, sobre quais são as principais carências para o desenvolvimento do turismo, 15% dos entrevistados dizem que falta apoio de órgãos públicos, 15% dizem que é a falta de sinalização turística. 11% verificam que a organização empresarial é fraca, 11% também acham que ainda o município é carente em infra-estrutura básica, 11% dizem que a promoção turística ainda é escassa também. 9% afirmam que são as estradas e acessos ainda e 9% afirmam também que são carentes no atendimento aos turistas. Os demais itens envolveram os atrativos culturais, mão-de-obra, atrativos naturais, meios de hospedagem, alimentação e outras.

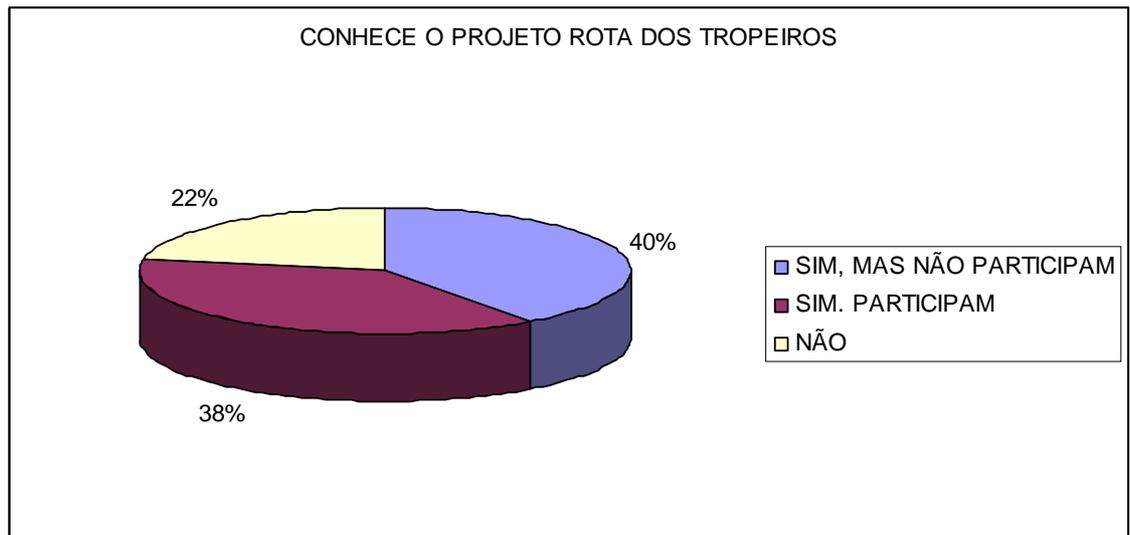


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 05: Principais carências para o desenvolvimento do Turismo

Diante desse resultado pode-se verificar que há muita crítica dos empresários com os órgãos públicos. Outro item de empate foi a sinalização turística, citada como precária, o qual é um dos principais itens para fomentar os produtos turísticos. Os itens de organização empresarial, infra-estrutura básica e promoção turística empatam, sendo levantados pelos empresários. As estradas e acessos e atendimento aos turistas também teve um percentual igual. No item outros, foram levantadas outras questões de carências para os municípios como: atrativos culturais, mão-de-obra, atrativos naturais, meios de hospedagem e alimentação.

Um item questionado de importância é se o empresário tem conhecimento sobre o Projeto Rota dos Tropeiros. 40% dos entrevistados conhecem, mas não participam. 38% conhecem e participam e 22% não conhecem o projeto.



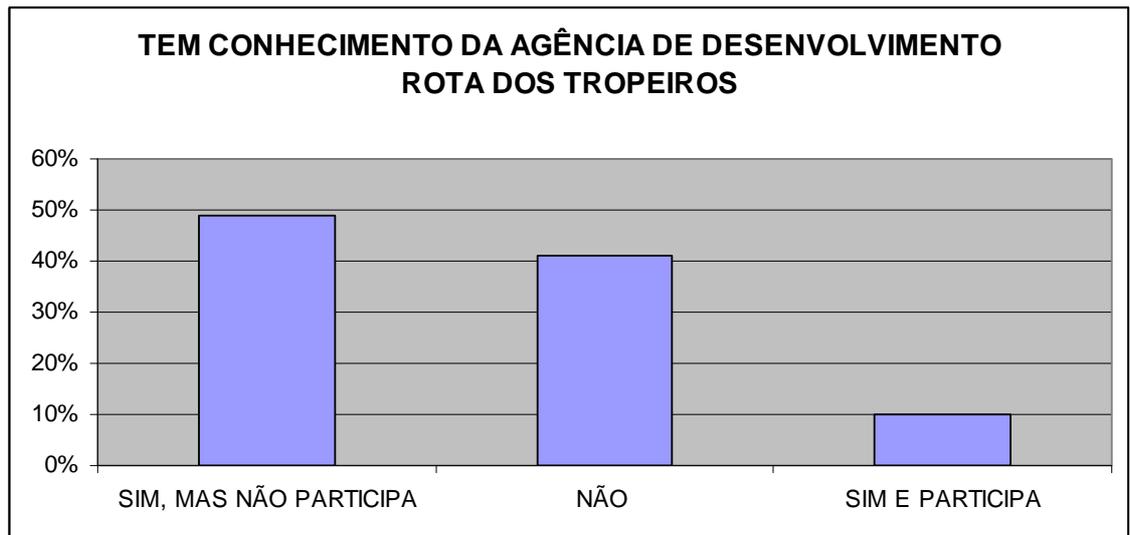
Fonte: Autora, 2009

Gráfico 06: Conhecimento do Projeto Rota dos Tropeiros

Verifica-se que grande parte dos empresários não participam do projeto porque nem conhecem e também não vêem benefício em participar. Nesse sentido é viável fazer uma investigação mais profunda para comprovar esse fato. Trazendo os empresários para o projeto, tanto os que conhecem e aqueles que não conhecem.

Diante desses contatos, os consultores puderam verificar que um grande erro do projeto foi não ter critérios de participação, ou seja, todos os empresários podiam participar e tem alguns que estavam contemplados o projeto e nem sabiam que participavam. Sendo assim, não tinha muita vantagem participar do projeto, já que os benefícios eram os mesmos para aqueles que nem participavam.

Nessa mesma linha, foi perguntado se eles têm conhecimento da agência de desenvolvimento da Rota dos Tropeiros, 49% conhecem, mas não participam 41% não conhece e 10% conhecem e participam.

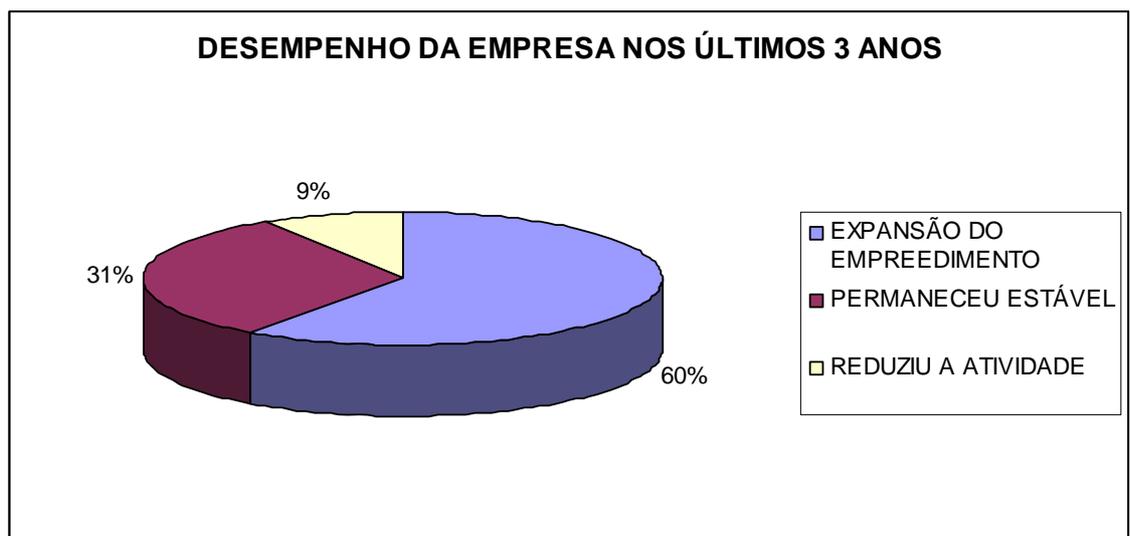


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 07: Conhecimento da Agência de Desenvolvimento Rota dos Tropeiros

Verifica-se que a Agência Rota dos Tropeiros precisa melhorar o MKT, pois 41% dos empresários nem ouviram falar e somente 10% participam, ou seja, são associados.

O questionamento sobre o desempenho do empreendimento também é importante ser considerado para analisar a relação de crescimento nesses últimos 3 anos. 60% dos empreendimentos expandiram, 31% permaneceu estável e 9% reduziram as atividades.

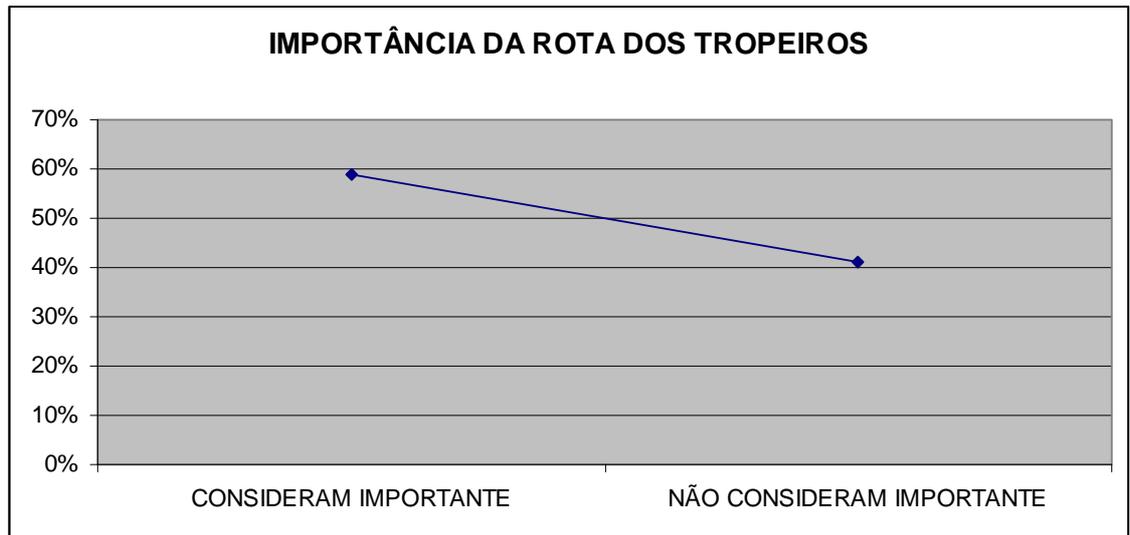


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 08: Desempenho da empresa nos últimos 3 anos

Nota-se que a atividade turística cresceu na região, diante desse questionamento num período de 3 anos de 2005 à 2008.

Foi questionado sobre a importância da Rota dos Tropeiros para o empreendimento, 59% consideram importante e 41% não consideram importante ou nem souberam responder.

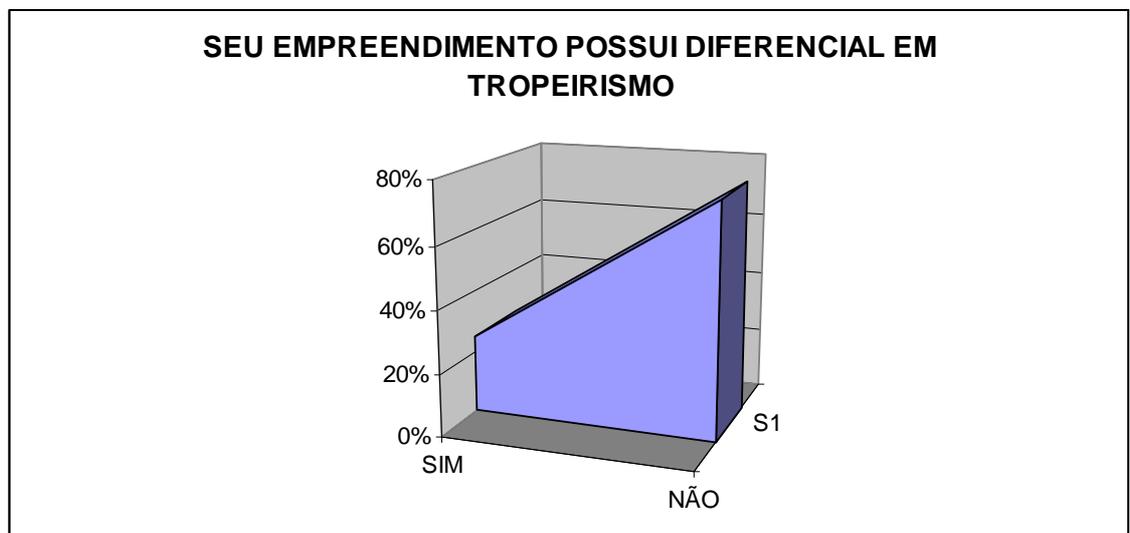


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 09: Importância da Rota dos Tropeiros

Verifica-se ainda que muitos empresários não consideram o Projeto Rota dos Tropeiros importante para seu empreendimento, pois não se identificam com a temática.

Foi perguntado também se o empreendimento tem algum diferencial em Tropeirismo, 75% disseram que não e 25% que sim.

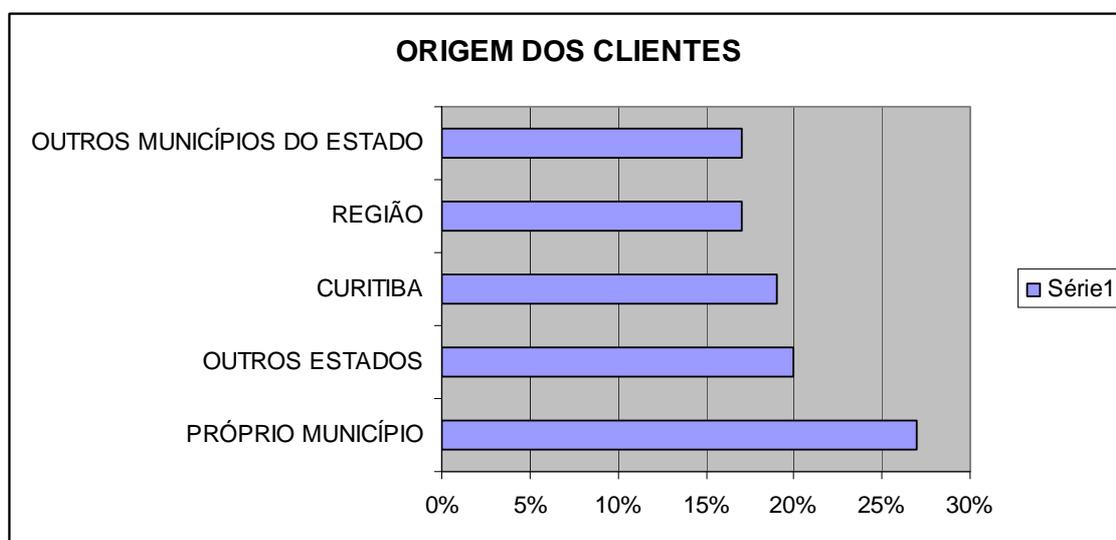


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 10: Empreendimento possui diferencial em Tropeirismo

Verificou-se que grande parte dos empreendimentos não possuem diferencial em tropeirismo, sendo necessário avaliar o cruzamento dessas informações, ou seja, qual empresa participa e quer participar do projeto que não possui diferencial em tropeirismo, pois é necessário que a mesma possua algo ligado ao tema.

A origem dos principais clientes os quais foram respondidos pelos empresários vem do próprio município- 27%, de outros estados (SP, SC, RS)- 20%, Curitiba-19%, da região- 17% e de outros municípios do Estado- 17%.

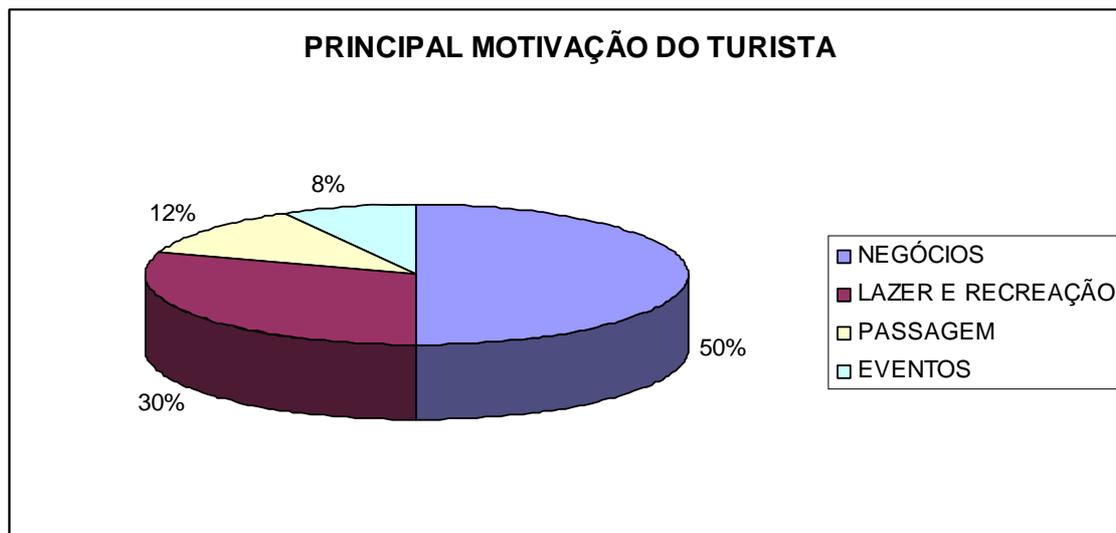


Fonte: Autora, 2009

Gráfico 11: Origem dos Clientes

No gráfico acima, a maior origem vêm do próprio município, diante do fato dessa pesquisa ser feita com restaurantes também, sendo que seu maior público são os próprios residentes. Mas verifica que o maior público consumidor é de fora do Estado. Dado importante para as estratégias de MKT.

A principal motivação desses para a região são os negócios existentes, 50%, 30% vão a lazer e recreação, 12% estão de passagem, transitam pela região e 8% vão por causa dos eventos.



Fonte: Autora, 2009

Gráfico 12: Principal Motivação do Turista

Esse dado é importante para conhecer o público-alvo e o motivo que ele vai para o destino, direcionando as estratégias de MKT.

Em relação a disponibilizar informações turísticas nos empreendimentos, a questão ficou igual, 50% fornece e 50% não fornecem. Esse também é um dado que pode ser melhor trabalhado na empresas do *Trade* Turístico.

Diante desses fatores levantados, percebe-se que houve um desenvolvimento turístico na região, mas muitos não visualizam a contribuição do projeto Rota dos Tropeiros, pois não se identificam com ele. As ações para a região chegavam por meio do projeto, mas isso não fica claro para os empresários. Essas ações eram ofertadas de maneira igual a todos os municípios que participam da Rota, sem avaliar o grau de desenvolvimento do município.

O projeto a nível institucional tem um grande reconhecimento, na própria relação com a Marca, que é conhecida nacionalmente, mas como produto turístico ainda não está consolidado. Por isso percebe-se que deve haver mudanças de estratégias para que a Rota dos Tropeiros seja comercializada.

Isso fica claro na análise de outro documento, que foi citado anteriormente, que foi a Oficina de Reposicionamento.

Uma das questões levantadas aos participantes da Oficina foi a seguinte pergunta: “Sob o ponto de vista de negócios e considerando a Rota dos Tropeiros como um PRODUTO, o que a pesquisa nos mostra, que conclusões podemos tirar?”

A construção de idéias que foi levantada foi a seguinte:

- Falta de identidade;
- Falta de organização e cooperação dos empresários;
- Falta de critérios para participação na Rota;
- Baixo comprometimento dos municípios (Poder Público);
- Falta de promoção da Rota enquanto produto na região e
- Falta de estratégia comercial.

Diante disso verifica-se que precisam ser desenvolvidas ações que fortaleçam o produto Rota dos Tropeiros. Em outra questão, verificam-se os pontos fortes: Sob o ponto de vista de negócios e considerando a Rota dos Tropeiros como um PRODUTO. Quais são os Pontos Fortes da Rota dos Tropeiros? (OFICINA DE REPOSICIONAMENTO DA ROTA DOS TROPEIROS, 2008)

- Marca, OSCIP constituída;
- Atrativos naturais;
- Diversidade Étnica;
- Proximidade do mercado consumidor;
- Localização estratégica;
- Diversidade de atrativos;
- Atrativos naturais expressivos;
- Apelo histórico / originalidade;
- Elo entre os estados do Sul;
- Possuir uma agência para comercialização;
- Facilidade de acesso (rodovias);
- Proximidade com o maior pólo emissor (São Paulo e Curitiba);
- Reconhecimento do nome;
- Parcerias fortes (SETU, SEBRAE, AMCG);
- Ampliação/Integração com outros Estados;
- Localização (privilegiada e estratégica);
- Acessos de boa qualidade;
- Envolvimento da AMCG;
- Marca e imagem consolidada;
- Tema

Para que o projeto Rota dos Tropeiros seja fortalecido como produto turístico, é necessário que as ações sejam realizadas de acordo com o que foi diagnosticado. Sendo assim, nessa oficina de Reposicionamento da Rota dos (2008) foi identificado algumas ações estratégicas para os próximos anos, as ações foram definidas pelo grupo e as idéias foram agrupadas.

Reavaliação do Plano de Marketing

- Adoção e utilização da marca no material promocional dos municípios e empreendimentos;
- Implantar totens e sinalização turística com a indicação da rota;
- Adequar o plano de marketing da rota

Realizar reuniões com empresários

- Criar uma rede dos equipamentos e serviços da rota dos tropeiros;
- Estabelecimento de núcleos setoriais nos municípios;
- Fortalecimento do associativismo;
- Incentivo ao cooperativismo

Estabelecer critérios para inclusão e permanência na rota

- Definição de critérios;
- Certificação através de um selo com revisão anual

Fortalecer os conselhos municipais do turismo

- Comprometimento do conselho de turismo nos municípios.

Fomentar ações políticas voltadas ao turismo regional

- Comprometimento dos municípios com a continuidade do processo;
- Sensibilizar os empresários e poder público;
- Organizar evento com os novos prefeitos e secretários de turismo para reapresentar o projeto da rota;
- Fomentar a participação dos OOT na mobilização municipal.

Desenvolver material de sensibilização sobre tropeirismo

- Resgate histórico;
- Oficinas, cursos sobre tropeirismo;
- Consciência sobre o tema tropeirismo;
- Realizar campanhas de sensibilização para comunidade sobre o tropeirismo.

Fortalecer a agência Rota dos Tropeiros

- Rever a diretoria e as formas de sustentabilidade da agência;
- Buscar novas entidades parceiras

Elaborar roteiros que possibilitem a vivência do tropeirismo

- Criar novos roteiros vinculados a temática rota através da agência.

Fazer um plano comercial

- Vender a rota para própria rota

Ficou acordado entre os parceiros que o Projeto Rota dos Tropeiros terá uma mudança de estratégia, para fortalecimento como produto turístico e a atuação na região será ampliada focando a região dos Campos Gerais como um todo.

Diante das pesquisas realizadas em Abril e Maio de 2008 com empresários do Território da Rota dos Tropeiros no Paraná, composta por 16 municípios pertencentes a 2 Regiões Turísticas do Estado (Região Turística dos Campos Gerais e Região Turística Metropolitana de Curitiba), verificou-se a necessidade de mudanças de estratégias para a atuação territorial. Por isso, em Junho do mesmo ano foi realizada a Oficina de Reposicionamento da Rota dos Tropeiros, as quais foram levantadas com os empresários, líderes públicos e parceiros, as principais ações necessárias para o fortalecimento da Rota dos Tropeiros.

Este projeto vem sendo desenvolvida há cerca de 6 anos, resultado do esforço conjunto do Sebrae no Paraná, da Secretaria de Estado do Turismo, incluindo a Paraná Turismo e a Ecoparaná, da Associação dos Municípios dos Campos Gerais, das Prefeituras e Órgãos Municipais de Turismo dos 16 municípios que compõem o território abrangido pela Rota dos Tropeiros, entre outros parceiros que sempre se empenharam em transformar este destino turístico numa realidade.

Passado cerca de 6 anos, a Rota dos Tropeiros demonstrou maturidade e um nível de desenvolvimento considerado satisfatório, sobretudo do ponto de vista institucional. Sendo necessário investir esforços contínuos e conjuntos para reforçar seu nível de desenvolvimento comercial, agora sendo trabalhado como produto e não região turística. Neste sentido e com intuito de reforçar as ações comerciais, foi criada a Agência Rota dos Tropeiros, uma organização privada com personalidade jurídica própria, cujo objetivo é atuar como uma agência de desenvolvimento e ser o órgão gestor e de apoio às atividades, projetos e iniciativas relacionadas ao turismo na Rota dos Tropeiros do Paraná.

Entretanto a região dos Campos Gerais possui diversos outros produtos turísticos, dentre atrativos e serviços que não estavam sendo contemplados pelo projeto nessa concepção.

Por isso, para que possa fortalecer a Rota dos Tropeiros e ampliar a oferta de produtos nos Campos Gerais foi necessário fazer essa mudança. (ACORDO DE RESULTADOS DE 2009).

Outra análise importante a ser discutida nesse trabalho foi a interpretação dos dados do estudo de demanda realizado pela SETU em 2006, denominado: "Estudo

da Demanda Turística da Rota dos Tropeiros”, com o principal objetivo de ampliar as informações estatísticas concernentes ao setor turístico do estado do Paraná, em especial da Rota dos Tropeiros. (PARANÁ, 2007).

Conforme a SETU (2007, p.9),

atualmente a Rota dos Tropeiros é um dos principais produtos turísticos do Estado do Paraná e para melhor embasar as ações das entidades responsáveis pelo projeto, a Secretaria de Estado do Turismo efetuou a Pesquisa da Demanda Turística da Rota dos Tropeiros.

Tal pesquisa teve como objetivo coletar informações estatísticas básicas sobre os demandantes desta Rota, a fim de traçar o perfil dos visitantes e dimensionar a receita gerada pelo turismo, traçando um quadro confiável do setor turístico que serviria para dar suporte à formulação de diretrizes para subsidiar o planejamento estratégico, bem como para o planejamento de ações do “Trade turístico” Essa pesquisa foi realizada no período de 16 a 23 de Fevereiro de 2006, nos seguintes locais:

- Rodoviárias dos municípios: Arapoti, Catro, Jaguariaíva, Lapa, Ortigueira, Palmeira, Piraí do Sul e Ponta Grossa.
- Rodovias: BR277- Campo Largo, BR 277- Irati, BR373- Imbituva, PR427- Lapa, PR376- Ortigueira, PR151- Piraí do Sul, BR476- São Mateus do Sul e PR090- Ventania.
- Foram realizadas entrevistas com os visitantes dos municípios pertencentes à Rota dos Tropeiros, que permaneceram no mínimo 4 horas e no máximo 45 dias. Ao todo foram abordados 8711 pessoas.

O principal motivo dessa pesquisa é subsidiar as ações do projeto, na tabulação dos dados adotou-se o seguinte agrupamento:

Rota Sul: Balsa Nova, Campo do Tenente, Campo Largo, Lapa, Palmeira, Porto Amazonas e Rio Negro.

Rota Norte: Arapoti, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Piraí do Sul, Sengés, Telêmaco Borba e Tibagi

Ponta Grossa: município Pólo, devido sua posição Geográfica na Rota dos Tropeiros.

Para atingir os objetivos desse trabalho, foram trazidos à discussão os dados que são importantes para identificar o resultado da implantação do Projeto Rota dos Tropeiros.

Dentre os entrevistados 77,5% residem no próprio Paraná, sendo 35,2% da Região Metropolitana de Curitiba e 16,1% dos Campos Gerais. Os residentes de outras regiões do Brasil totalizam 21,8% e os estrangeiros representam 0,7% dos visitantes entrevistados.

Tabela 02: Residência permanente dos entrevistados

REGIÕES DE RESIDÊNCIA	ENTREVISTADOS	
	FREQUÊNCIA.	%
Paraná		
Campos Gerais	138	16,1
Centro	44	5,1
Centro-Sul	46	5,4
Litoral	6	0,7
Metropolitana de Curitiba	302	35,2
Noroeste	22	2,6
Norte	57	6,7
Oeste e Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipu	35	4,1
Sudoeste	14	1,6
Centro Oeste/BR	14	1,6
Nordeste/BR	4	0,5
Norte/BR	2	0,5
Sudeste/BR	87	10,2
Sul/BR	80	9,3
Países	6	0,7
TOTAL	857	100

Fonte:SETU, 2007

Uma das análises importantes para saber o perfil dos turistas é a atividade profissional exercida. Sendo que a ocupação que mais se destacou foi a de comerciante, com 18,6% dos entrevistados, a Rota Norte possui maior índice com 21,7% dos seus visitantes sendo comerciantes.

A ocupação que tem menos incidência é a do “profissional liberal”, com 1,3% do total e 0,4% dos entrevistados que esteve na Rota Sul conforme ilustra a tabela a seguir.

Tabela 03: Grupos profissionais segundo local de permanência

OCUPAÇÃO	LOCAIS DE PERMANÊNCIA (%)			
	Rota Norte	Rota Sul	Ponta Grossa	TOTAL
Dirigente/Industriário	2,5	1,3	4,7	3,3
Aposentado	5,7	7,7	3	4,9
Profissional da Saúde/Biologia	5,7	6	6,6	6,2
Profissional de Escritório	3,8	4,7	4,4	4,4
Comerciante	21,7	19,6	16,9	18,6
Estudante	2,5	5,1	7	5,6
Profissional de Exatas	6,4	1,7	8	5,9
Funcionário Público	1,9	4,3	3,5	3,4
Técnicos	6,4	2,1	3,7	3,8
Do Lar	3,2	3,4	6,3	4,9
Professor	2,5	5,1	2,8	3,4
Profissional de Humanas/Religiosos	6,4	5,5	7,3	6,6
Profissional Liberal	3,2	0,4	1,2	1,3
Outros	28,1	33,1	24,6	27,7
TOTAL	100	100	100	100
TIPO DE VÍNCULO PROFISSIONAL	LOCAIS DE PERMANÊNCIA (%)			
	Rota Norte	Rota Sul	Ponta Grossa	TOTAL
Com vínculo empregatício	45	47,1	48,9	47,6
Autônomo ou profissional liberal	40,6	39,9	38,9	39,6
Aposentado	9,4	6,3	4,8	6,2
Estudante/Estagiário	1,3	5,8	3,4	3,7
Outros	3,7	0,9	4	2,9
TOTAL	100	100	100	100

Fonte:SETU, 2007

A tabulação da motivação da viagem é que a maior percentual dos visitantes da Rota dos Tropeiros são motivados pelos negócios, destacando os que permaneceram na Rota Norte, onde 45 % estiveram nos municípios por esse motivo.

Outro motivo com bastante incidência é a visita a parentes e amigos, representando uma média de 31, 2% do total de entrevistados.

Tanto a Rota Sul quanto o município de Ponta Grossa possuem poucos visitantes atraídos por motivo religiosos a Rota Norte é a quem tem mais entrevistados oriundos por esse motivo, 1,2%. Evidencia-se que a Rota Sul é a que mais recebe visitantes por motivo de lazer, cerca de 22,7% dos entrevistados.

Tabela 04: Local de permanência do Turista segundo motivo de viagem

MOTIVO DA VIAGEM	LOCAIS DE PERMANÊNCIA (%)			
	Rota Norte	Rota Sul	Ponta Grossa	TOTAL
Negócios	45,2	37,2	39	39,7
Parentes/Amigos	32,7	30,8	30,4	31,2
Lazer	13,1	22,7	16,8	17,8
Eventos	1,2	3,6	1,1	1,9
Religiosos	1,2	0,4	0,5	0,6
Outros	6,6	5,3	12,2	9
TOTAL	100	100	100	100

Fonte:SETU, 2007

Verifica-se que as estratégias devem ser voltadas a esse tipo de público- alvo, fazendo com que eles permaneçam ou retornem para a região para desfrutar dos atrativos existentes na mesma.

A análise a seguir, confirma o perfil dos turistas, retratando a forma de viajar. A maioria dos entrevistados visita os municípios da Rota dos Tropeiros sozinha 53,4%, sendo apenas 0,1% viaja em excursão. Cabe destacar que 61,1% dos entrevistados que permaneceram na Rota Sul viajam sozinhos.

Além disso, os visitantes de Ponta Grossa são os que viajam com a família e representam 35,7% dos entrevistados que permaneceram no município.

Tabela 05: Local de permanência segundo a forma de viajar

FORMA DE VIAJAR	LOCAIS DE PERMANÊNCIA (%)			
	Rota Norte	Rota Sul	Ponta Grossa	TOTAL
Só	58,6	61,1	47,1	53,4
Em grupo	22,2	25,9	17	20,6
Com Família	19,2	13	35,7	25,9
Em excursão	0	0	0,2	0,1
TOTAL	100	100	100	100

Fonte:SETU, 2007

Os entrevistados foram questionados quanto à visita a algum atrativo turístico. Apenas 20,7% declaram ter visitado, dentre estes 30,4% permaneceram na rota sul. Em Ponta Grossa, 86,6% dos visitantes não foram a atrativos turísticos. Verifica-se que é necessário fazer um trabalho com esses turistas que já vêm para a região e não visitam os atrativos.

Tabela 06: Visita aos atrativos

LOCAIS DE PERMANÊNCIA	VISITOU ATRATIVOS (%)	
	SIM	NÃO
Rota Norte	24,8	75,2
Rota Sul	30,4	69,6
Ponta Grossa	13,7	86,3
TOTAL	20,7	79,3

Fonte:SETU, 2007

Os dados a seguir comprovam que ainda deve ser divulgada a Rota e não mais como região turística e sim como produto. Muitos dos turistas que vem para a região nem sabem que estão na Rota dos Tropeiros, muito menos ouviram falar.

Observa-se que 41% nunca ouviu falar. Fora da região, o índice é maior, 60% desconhecem, em contra-partida 69,6% da região já ouviram falar.

Com base no local de permanência, 41,6% dos visitantes da rota sul não ouviram e da rota norte, 59,9% tem carência da existência também.

Tabela 07: Região de residência e local de permanência segundo conhecimento sobre a existência da Rota

REGIÕES DE RESIDÊNCIA	OUVIU FALAR DA ROTA (%)		
	SIM	NÃO	TOTAL
Campos Gerais/PR	69,6	30,4	16,1
Outras Regiões/PR	64,5	35,5	14,1
Centro-Sul/PR	71,7	28,3	5,4
Metropolitana de Curitiba/PR	60,6	39,4	35,2
Norte/PR	59,6	40,4	6,7
Outras Regiões/BR	40	60	2,3
Sudeste/BR	47,1	52,9	10,2
Sul/BR	41,3	58,7	9,3
Países	0	100	0,7
TOTAL	59	41	100
LOCAIS DE PERMANÊNCIA	OUVIU FALAR DA ROTA (%)		
	SIM	NÃO	TOTAL
Rota Norte	59,9	40,1	100
Rota Sul	58,4	41,6	100
Ponta Grossa	59	41	100
TOTAL	59,9	41	100

Fonte:SETU, 2007

Observa-se que mais da metade (60,7%) não sabia que estava na Rota dos Tropeiros, aumentando esse número quando se trata de visitantes residentes da região noroeste do Paraná, 82,4%. Com relação aos que moram na regional central do Paraná 51,2% identificaram que estavam na Rota dos Tropeiros.

Tabela 08: Região de residência e local de permanência segundo conhecimento sobre estar na Rota dos Tropeiros

REGIÕES DE RESIDÊNCIA	OUVIU FALAR DA ROTA (%)	
	SIM	NÃO
Campos Gerais/PR	50,8	49,2
Centro/PR	51,2	48,8
Centro-Sul/PR	40,5	59,5
Litoral/PR	50	50
Metropolitana de Curitiba/PR	39	61
Noroeste/PR	17,6	82,4
Norte/PR	34	66
Oeste e Municípios Lindeiros ao Lago de Itaipú/PR	48,4	51,6
Sudoeste/Pr	30,8	69,2
Centro Oeste/BR	23,1	76,9
Nordeste/BR	33,3	66,7
Norte/BR	100	
Sudeste/BR	35,1	64,9
Sul/BR	28,2	71,8
Países		100
TOTAL	39,3	60,7
LOCAIS DE PERMANÊNCIA	IDENTIFICA QUE ESTÁ NA ROTA (%)	
	SIM	NÃO
Rota Norte	36,5	63,5
Rota Sul	44,2	55,8
Ponta Grossa	37,2	62,8
TOTAL	39,3	60,7

Fonte:SETU, 2007

Dos entrevistados 76,9% dos residentes da Região Centro Oeste não sabiam que estavam na Rota. 100% dos residentes da região Norte sabiam que estavam na Rota. Tendo em vista o local de permanência, 63,5% dos visitantes da rota norte não identificaram que estavam na Rota dos Tropeiros e 44,2% dos visitantes da rota sul sabiam que estavam.

Grande maioria dos entrevistados identifica o destino rota como turístico. Dos 26,7% que responderam negativamente, 30,9% permaneceram na rota norte e não a identificam como destino turístico. Em contrapartida, 76,4% dos visitantes da rota sul declaram que o referido destino é turístico.

Tabela 09: Local de permanência segundo identificação Turística do destino Rota dos Tropeiros

LOCAIS DE PERMANÊNCIA	IDENTIFICA A ROTA COMO DESTINO TURÍSTICO (%)		
	SIM	NÃO	TOTAL
Rota Norte	69,1	30,9	100
Rota Sul	76,4	23,6	100
Ponta Grossa	73,2	26,8	100
TOTAL	73,3	26,7	100

Fonte:SETU, 2007.

Nessa análise verifica-se que a Rota dos Tropeiros poderá ser consolidada como um destino turístico. Uma das sugestões que foi levantada pelos entrevistados é a melhoria na divulgação. Verifica-se que por mais ações de marketing realizadas, ainda é um trabalho a ser feito.

Outras questões que se pode comentar é que basicamente o projeto Rota dos Tropeiros foi concebido tendo em vista como um conjunto de 16 municípios com afinidades culturais, sociais e econômicas que tinha o objetivo de organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, por meio da integração desses municípios. Seu propósito era consolidar uma atividade regional, como um “parque temático” o qual propunha articular os serviços e produtos existentes no trajeto, criando, formatando e diversificando-os sendo agrupados em quatro “linhas temáticas”, sendo elas: “História e Cultura, Natureza e Aventura, Saúde e Bem estar e Fé e Misticismo”.

Mas o nome (marca) Rota dos Tropeiros é extremamente forte e induz ao público final querer consumir produtos ligados ao tropeirismo, a questão histórica-cultural, o qual é retratado na própria marca.

Segundo o Manual da Marca - identidade visual da Rota dos Tropeiros (2006),

a marca Rota dos Tropeiros trabalha em cima do seguintes pontos: tranquilidade, a beleza, a andança, a busca do homem por um momento...Grandes descobertas, riquezas, sonhos e expectativas de uma viagem... A ampliação de espaços, novos horizontes... Abundância, campos... Região tranqüila, agradável... Natureza

exuberante e rica... Povo hospitaleiro, receptivo... e com muita fé...cultura... Resumindo-se em:Tranqüilidade, Andança/ Viagem, Descobertas, Riquezas/ Abundância, Novos Horizontes e Qualidade de Vida.

Ruschmann (2000) afirma que o turismo, por se tratar de um bem de consumo abstrato, ou seja, intangível, o qual não se pode avaliar previamente, deve ser apresentado aos consumidores potenciais de forma que o induzam a comprá-lo, prometendo assim, sua plena satisfação. A maneira pela qual esse produto se apresenta, ou, a promessa retratada, em ações publicitárias e promocionais, torna-se fundamental para a decisão de compra do turista.

Nesse sentido, não é possível querer comercializar outros produtos que não tenham relação com o tema central dentro da Rota dos Tropeiros, porque nem as próprias regiões se identificam com a temática

Isso conclui que ainda há uma má formação do produto, ou seja, ainda está em estágio de consolidação, pois é necessário relacionar os atrativos apresentados à história do tropeirismo, que atualmente ainda não é observado.

A divisão da Rota dos Tropeiros em temas- história e cultura,natureza e aventura, fé e misticismo e saúde e bem estar sugere uma maior segmentação de mercado, no entanto se faz necessário agrupá-los em mini-rotas, a fim de moldá-los de acordo com o perfil do público-alvo, sendo trabalhados em outros roteiros, onde cada tema exploraria os principais atrativos.

Por isso a análise a seguir é pertinente, pois vem ao encontro com o que foi discutido sobre o produto.

Em uma das oficinas com o GTE- Grupo Técnico Estratégico da Rota dos Tropeiros, realizada em 10 de Agosto de 2006, uma das prioridades levantadas ao grupo foi a avaliação dos 16 municípios integrantes da Rota dos Tropeiros (OFICINA DE TRABALHO DO GTE, 2006)

Esse trabalho foi coordenado pela Sra Deize Bezerra, coordenadora de planejamento turístico da SETU- Secretaria de Estado de Turismo do Paraná, o qual foi elaborado uma ficha técnica (Apêndice) para avaliar os municípios participantes da Rota dos Tropeiros. Os técnicos fizeram a avaliação e validaram com os Conselhos Municipais de Turismo existentes. Os municípios que não possuíam Conselho de Turismo, foram validados pelo gestor responsável de turismo e empresários do *Trade* Turístico.

Diante desse trabalho pode-se verificar a situação e nível de desenvolvimento que o município se encontra.

Todos esses estudos serão demonstrados nos gráficos a seguir: (Consideram-se os municípios em ordem alfabética, com os números correspondentes:)

ARAPOTI (1), Balsa Nova (2), CAMPO LARGO (3), CAMPO DO TENENTE (4), CARAMBEÍ (5), CASTRO (6), JAGUARIAÍVA (7), LAPA (8), PALMEIRA (9), PIRAI DO SUL (10), PONTA GROSSA (11), PORTO AMAZONAS (12), RIO NEGRO (13), SENGÉS (14), TELÊMACO BORBA (15) e TIBAGI (16).

No gráfico abaixo se pode fazer a seguinte análise: verifica-se que todos esses municípios têm correlação. Nota-se que os Municípios de Arapoti e Carambeí não possuem nenhum produto ou atrativo ligado ao Tropeirismo, ou seja são isentos. Campo Largo, Campo do Tenente, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Rio Negro e Sengés possuem, mas são poucos, ou seja ruins. Telêmaco Borba, possui mas é razoável. Os produtos e atrativos de Tibagi, Jaguariaíva e Palmeira são considerados bons, de Castro, Lapa e Pirai do Sul são ótimos. Somente Balsa Nova, os elementos tropeiros encontram-se excelentes.

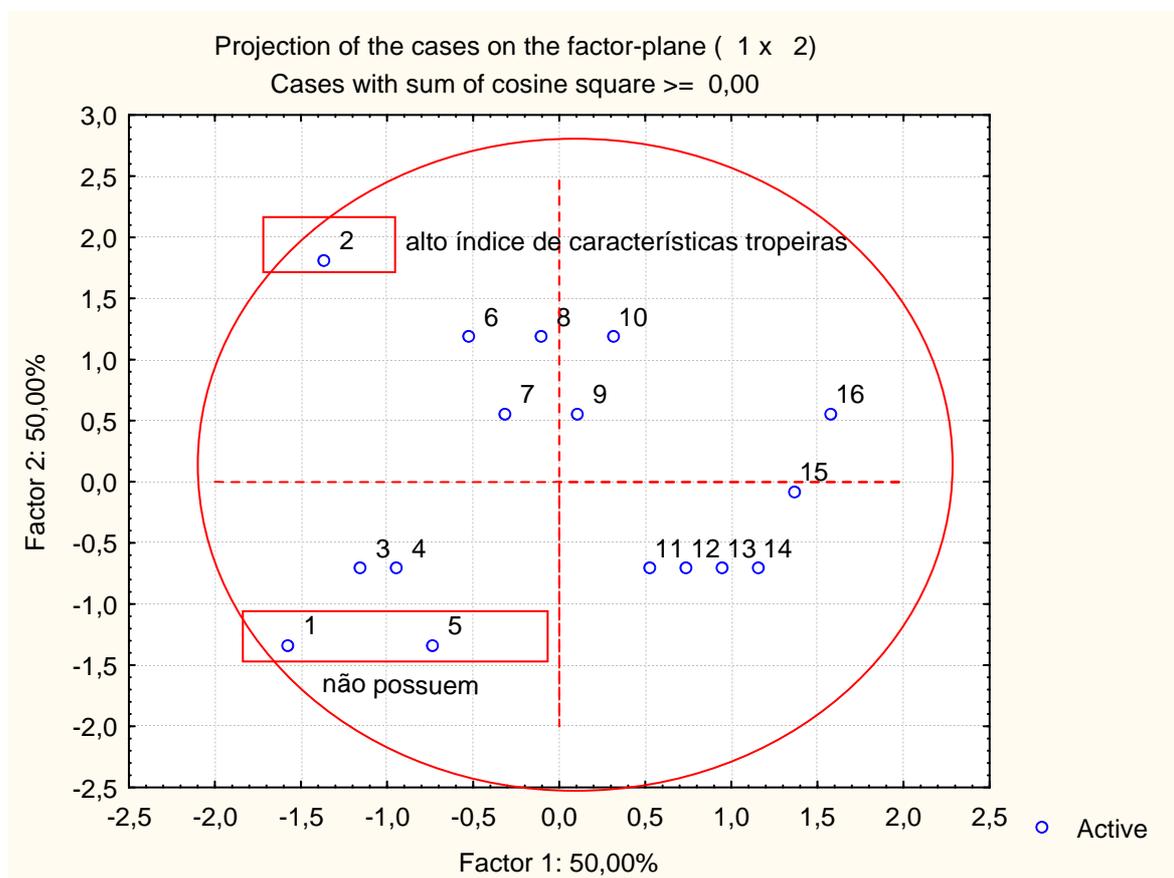
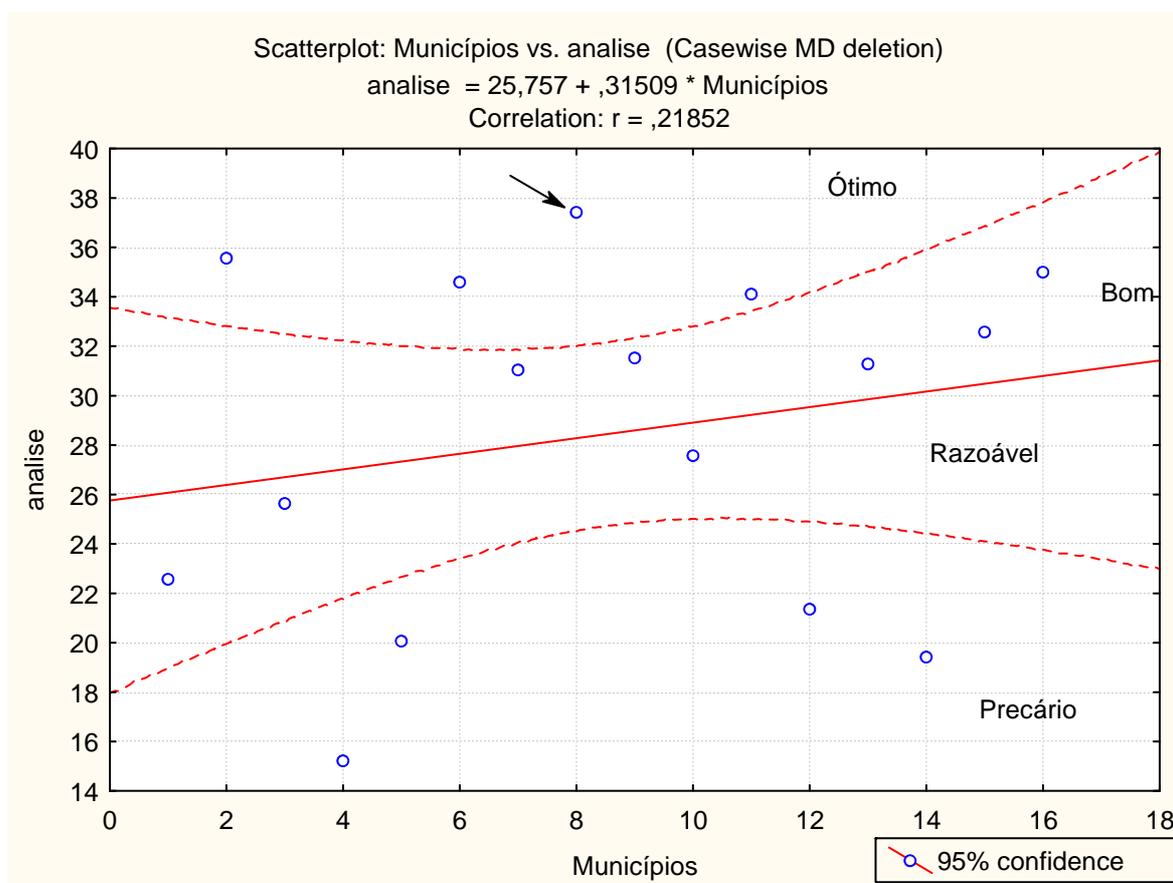


Gráfico 13- Análise de produtos e atrativos ligados ao tropeirismo

Fonte: Autora, 2008

O gráfico a seguir analisa o grau de competitividade dos municípios de acordo com a ficha técnica de produto do município como um todo. Dentre os municípios que são mais competitivos separadamente, encontram-se, em ordem decrescente a seguir: Lapa (8), Balsa Nova (2), Tibagi (16), Castro (6) e Ponta Grossa (11). Estes são os que têm mais produtos para ofertar na região, com resultado de ótimo. Depois vem essa gama de municípios que têm bons produtos a serem fornecidos: Telêmaco Borba (15), Palmeira (9), Rio Negro (13) e Jaguariaíva (7). Os municípios de Piraí do Sul (10), Campo Largo (3) e Arapoti(1) tem produtos razoáveis. Porto Amazonas (12), Sengés(14) e Campo do Tenente (4) são precários os quais devem ser feitos um trabalho mais condensado, se quiserem permanecer no projeto turístico Rota dos Tropeiros. Não atraem individualmente turistas.

**Gráfico 14-** Análise de acordo com o aval técnico da ficha de produto

Fonte: Autora, 2008

O gráfico a seguir ilustra a análise de acordo com os atrativos existentes, nessa questão foi possível identificar o ícone, o segmento e o tempo estimado que o turista possa ficar no município. Pode-se analisar que todos os municípios possuem atrativos, complementando o gráfico anterior, mas tem aquele que é âncora, a particularidade do mesmo. Foi possível verificar o segmento destaque, bem como dizer até quantos dias o turista poderá aproveitar para visitar os atrativos. Dos 16 municípios, 50% deles são municípios de passar o dia, sendo eles: Arapoti (AR), Campo Largo (CL), Campo do Tenente (CT), Carambeí (CAR), Piraí do Sul (PIR), Porto Amazonas (POA), Rio Negro (RN) e Telêmaco Borba (TB). Já os municípios de: Balsa Nova (BN), Jaguariaíva (JAG), Lapa (LAP), Palmeira (PAL), Ponta Grossa (PG) e Sengés (SG), o turista poderá ficar até 2 dias para verem tudo. Os únicos municípios que os turistas precisam de 3 dias são: Tibagi (TI) e Castro (CAS). O maior destaque são os atrativos culturais, sendo 11 deles: Arapoti com a Estação Ferroviária, Campo Largo com o Parque Histórico do Mate, Campo do Tenente com o Mosteiro Trapista, Carambeí com a Casa da Memória, Castro com a Fazenda Capão Alto, Lapa com o Centro Histórico, Palmeira, com a Igreja Matriz, Piraí do Sul, com a Nossa Senhora das Brotas, Padroeira da Rota dos Tropeiros, Porto Amazonas, com o passeio de Barco no Rio Iguaçu, Rio Negro, com o Parque Ecoturístico São Luis de Tolosa e Telêmaco Borba com o Bonde Aéreo. No restante dos municípios o atrativo âncora é natural, sendo eles: Balsa Nova com a Serra de São Luiz do Purunã, Jaguariaíva com o Parque Estadual do Cerrado, Ponta Grossa com o Parque Estadual de Vila Velha, Sengés com a Cachoeira do Corisco e Tibagi com o Parque Estadual do Cânion Guartelá.

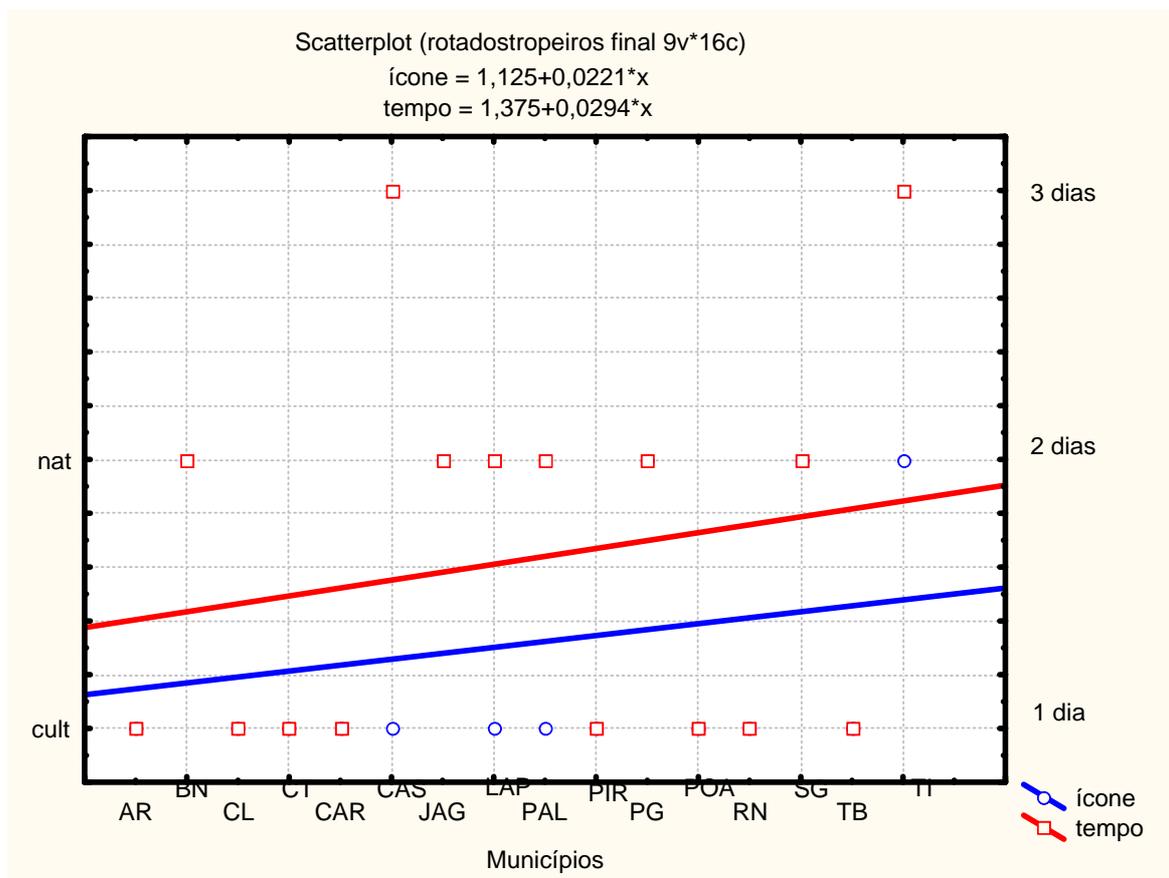


Gráfico 15- Análise de acordo com os Atrativos existentes , identificando o ícone, o segmento e o tempo estimado no município

Fonte: Autora, 2008

A SETU- Secretaria de Estado do Turismo do Paraná e o SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, apresentaram os seguintes dados tabulados na Oficina de Monitoramento e Definição de Estratégias para o ano de 2007, realizada em Dezembro de 2006, a nível regional.

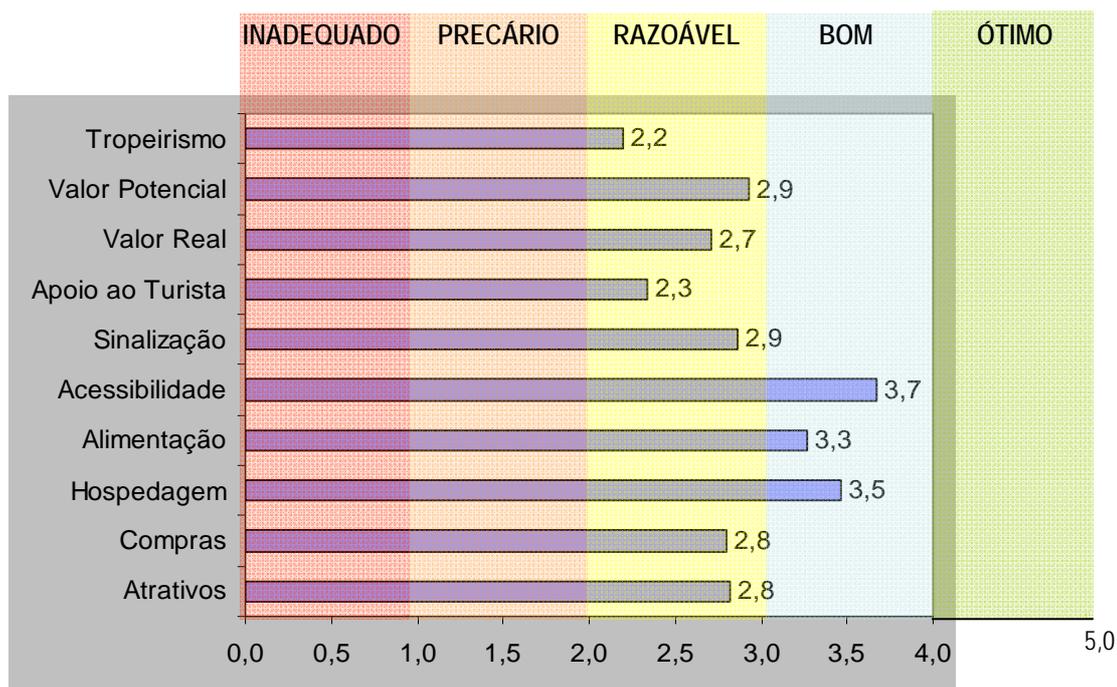


Gráfico16 - Análise dos Produtos Turísticos

Fonte: Oficina de Monitoramento e Definição de Estratégias, 2006

Verifica-se que os municípios individualizados não se tornam grandes atrativos, por isso a regionalização é um fator que contribui para agregar a gama de variedades turísticas.

Além disso, é necessário que cada município desenvolva seus produtos e formatem os roteiros para serem oferecidos de maneira regional, pois muitos lugares levantados como atrativos turísticos não têm condições de serem visitados. Por isso é importante toda essa análise minuciosa desses resultados coletados que servirão para o planejamento de vários projetos para o desenvolvimento turístico da região.

Outro gráfico apresentado na oficina em 2006 que foca o Planejamento da Rota é a classificação dos municípios.

<u>PROMOVER</u>	<u>QUALIFICAR</u>	<u>DESENVOLVER</u>
LAPA TIBAGI CASTRO PONTA GROSSA	BALSA NOVA CAMPO LARGO PALMEIRA RIO NEGRO TELÊMACO BORBA	ARAPOTI CARAMBÉI CAMPO DO TENENTE JAGUARIAÍVA PIRAÍ DO SUL PORTO AMAZONAS SENGÉS

Tabela 10- Classificação de municípios

Fonte: Oficina de Monitoramento e Definição de Estratégias, 2006

Essa classificação dos municípios é importante para o planejamento das ações e necessidades em cada município. Buscando realizar ações diferenciadas, mudando a estratégia inicial de fazer ações de maneira igualitária aos municípios, adotando a classificação que a SETU- Secretaria de Estado do Turismo vem adotando para as regiões turísticas.

Avaliando todo esse material verifica-se que ainda há muito trabalho a ser realizado na região para que a Rota dos Tropeiros seja um produto turístico competitivo no mercado.

Um dos elementos importantes para medir de maneira efetiva os resultados desse projeto para a região é a análise dos indicadores existentes. Foi possível trazer para discussão os dados de 2005 em diante, os quais se podem tirar conclusões pertinentes a esse trabalho. Após a implantação do projeto de 2005 ao ano de 2008, conforme a procedência no BOH houve um crescimento do fluxo turístico do paranaense para a própria região e de outros países. Em relação ao nível geral dos outros municípios do Brasil houve uma diminuição.

Em relação à taxa de ocupação Hoteleira para a região, aumentou 20% nesses últimos anos. Isso foi feito anualmente, com exceção ano a ano de 2009, que são dados de Janeiro.

A permanência média dos hotéis cadastrados no Mtur- Ministério do Turismo é de 15%.

O número de unidades habitacionais tem um índice de 15% também.

Os roteiros comercializados na revista do Paraná também tiveram um crescimento, sinal que há mais produtos formatados.

Em relação aos equipamentos e serviços turísticos cadastrados no Mtur- Ministério do Turismo também teve um aumento expressivo, conforme mostra o quadro abaixo.

Tabela 11- Indicadores da região dos Campos Gerais

Indicadores Região Turística Campos Gerais						
Indicadores	ANOS					Índice
	2005	2006	2007	2008	2009	
Fluxo Turístico - Procedência baseada no BOH						
Paraná	52,20	53,90	56,60	54,23		
Brasil	47,20	42,60	39,40	43,07		
Países	0,60	3,50	4,00	2,70		
Taxa de Ocupação Hoteleira	31,94	39,51	38,94	46,73	56,07	20%
Permanência Média (hotéis cadastrados no Mtur)	1,90	2,10	1,70	1,96	2,25	15%
Número de UH's		1.435	1.827	2.010	2.211	10%
Roteiros comercializados			6	7		15%
Número de equipamentos e serviços turísticos no Mtur						
Hotéis	39	39	35	44	55	25%
Agências de Turismo	27	24	19	24	30	25%
Transportadoras Turísticas	46	51	45	56	70	25%
Organizadoras de Eventos	1	1	1	1	2	25%

Fonte: SETU- Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, 2009

Diante desses indicadores, podemos notar que houve um crescimento da atividade turística na região. Isso é percebido no crescimento de oferta de produtos e serviços existentes na região

E para finalizar a discussão de resultados desse capítulo, foi realizada uma pesquisa com os *Stakeholders* do poder público, ou seja, os gestores dos municípios que compõem a Rota dos Tropeiros.

O poder público é considerado um *stakeholder* estratégico, possuindo interferência significativa na definição das políticas públicas e nas estratégias das organizações que oferecem serviços turísticos. Por isso foi necessário realizar essa pesquisa. As questões que integraram o instrumento de coleta de dados foram formuladas para analisar a competitividade de atrativos turísticos. (APÊNDICE)

Com a pesquisa foi possível verificar quais os municípios que tem mais atratividade em relação aos atrativos fornecidos, de acordo com a opinião deles. Os municípios pesquisados estão separados em grupos, que podem ser visualizados no Gráfico 17, refletindo a visão dos secretários e diretores de turismo municipais. Analisando o gráfico, verificou-se que se encontra em desvantagem de competitividade individual o município de Sengés (SENG), seguido por Arapoti (ARA). Depois verifica que Campo Largo (CL) e Campo do Tenente (CT) se encontram com a mesma pontuação. Lapa (LAP) e Carambeí (CAR) também se encontram com a mesma nota, depois Balsa Nova (BN) e Piraí do Sul (PIR). Jaguariaíva (JAG) e Palmeira (PAL) têm a pontuação similar. Telêmaco Borba (TB), Ponta Grossa (PG) e Porto Amazonas (POA) encontram-se logo após. Os municípios que têm a maior pontuação em relação à oferta de atrativos, pela visão dos *stakeholders* do setor público são: Tibagi (TI), Castro (CAS) e Rio Negro (RN).

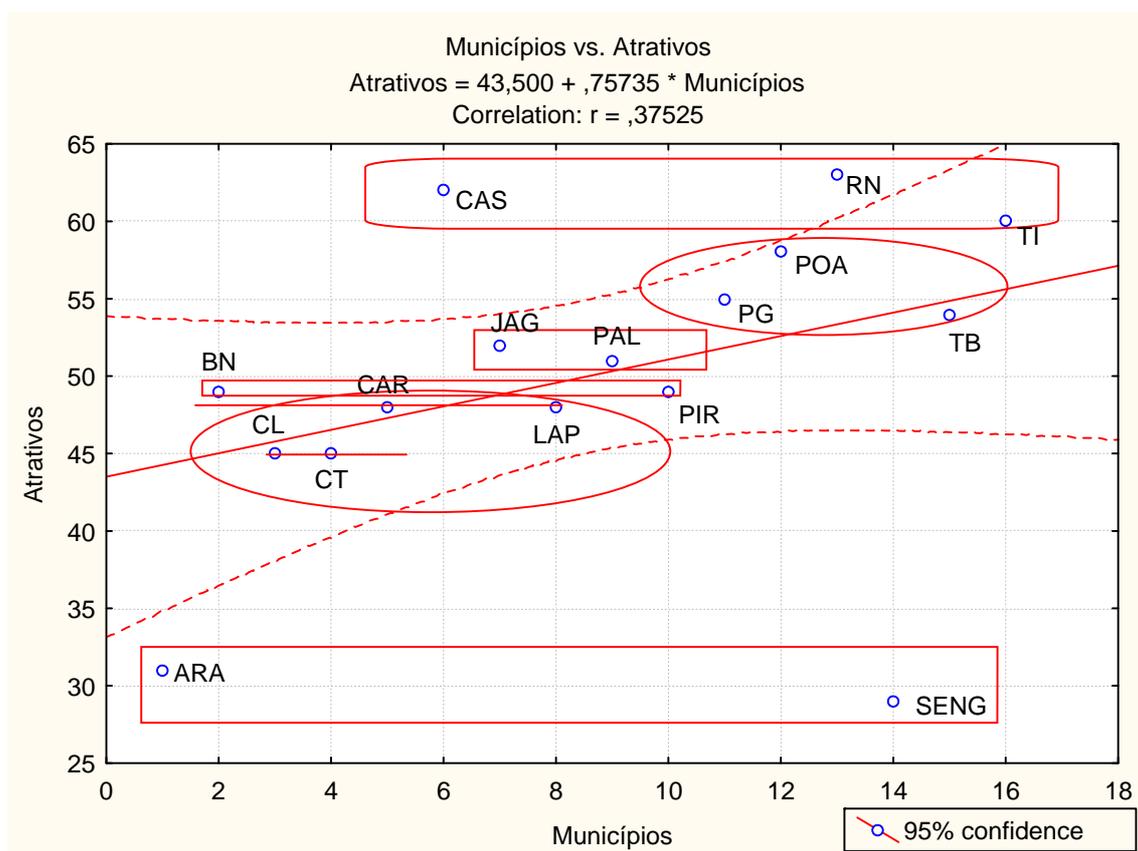


Gráfico 17- Análise de acordo com o potencial do atrativo municipal

Fonte: Autora, 2008

Quando o questionário menciona os serviços turísticos que dão suporte à atividade nos municípios ficou evidente que empresas de transporte e hospedagem são consideradas na média pela maioria dos respondentes, bem como qualidade em

serviços, sensibilização da população e limpeza pública. Por sua vez, variáveis como acesso, sinalização, espaço para eventos, recreação e lazer, e prática de esportes são considerados abaixo da média.

Neste item observou-se uma disparidade nas opiniões, o que denota uma falta de uniformidade nos equipamentos e serviços dos municípios participantes da Rota dos Tropeiros, sendo os municípios de Castro, Rio Negro e Telêmaco Borba obtiveram os melhores resultados considerando seus serviços como acima da média, e Piraí do Sul e Sengés com os resultados menos expressivos, considerando abaixo da média e em muitos aspectos tendendo para o ruim, o qual é observado no gráfico abaixo.

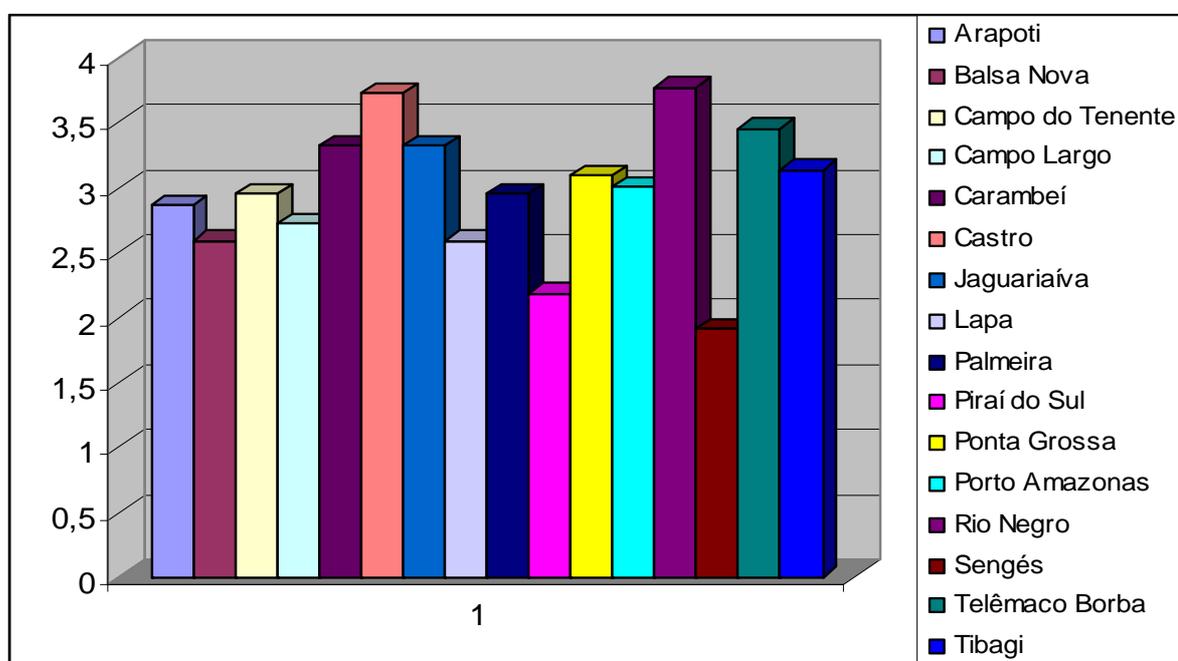


Gráfico 18- Análise de acordo com os bens e serviços ofertados para o turismo
Fonte: STADLER, JOBOJI, DAZZI, 2008

Quanto à gestão da política pública aplicada ao turismo observou-se um fato considerável, apenas 56% dos itens respondidos situam-se na média e 44% dos respondentes julgaram como abaixo da média os fatores como: fundos municipais de turismo, incentivo ao turismo, fóruns municipais, pesquisas de demanda e os mais variados tipos de incentivos governamentais para o desenvolvimento do turismo. Este fato é crucial, já que expressa o ponto de vista do próprio poder público, o que atribui uma grande responsabilidade no desenvolvimento e sustentabilidade do município como turístico. Faz-se relevante destacar que em nenhum município foi

considerado ligeiramente acima da média ou ótimo este aspecto, o que demonstra a fragilidade do sistema político de fomento ao turismo regional, bem como a necessidade de integração a roteiros turísticos que possam dar sustentação e apoio técnico para as estratégias dentro do município.

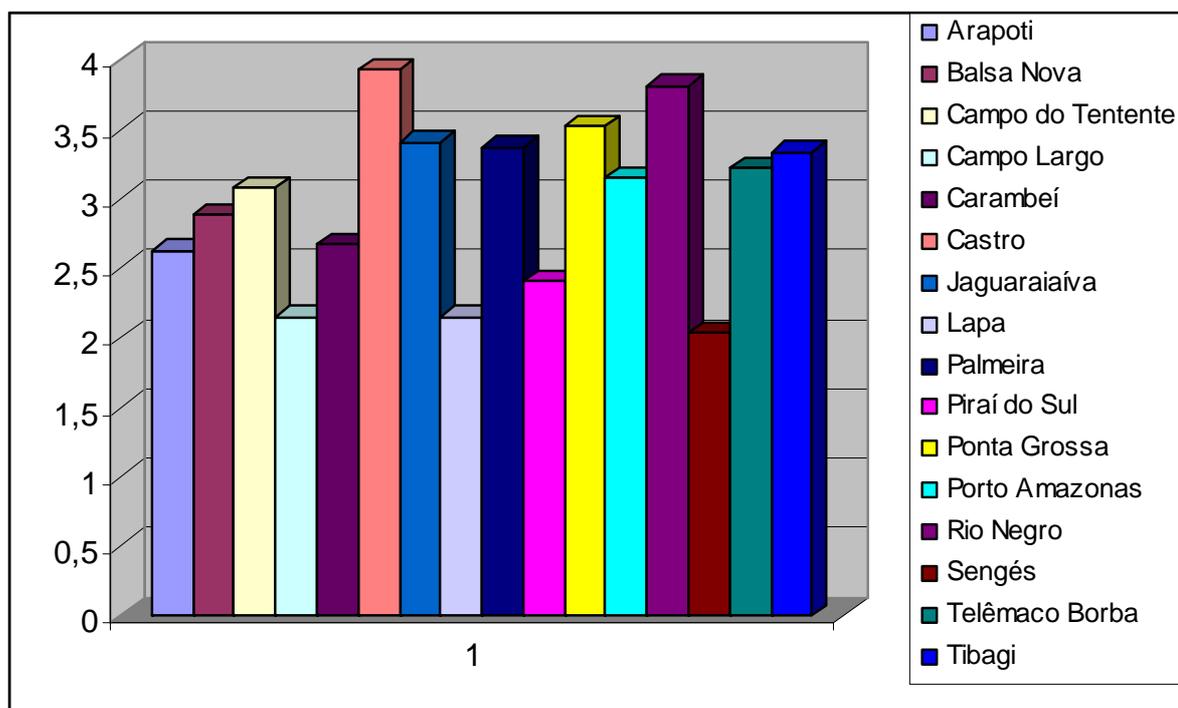


Gráfico 19- Análise de acordo com a gestão política para o turismo

Fonte: Fonte: STADLER, JOBOJI, DAZZI, 2008

Quando o *stakeholder* poder público foi questionado acerca da influência dos turistas para o município fica evidente que é necessário estudar a demanda, bem como quanto a influência deles é decisiva no planejamento público. Tal item foi considerado pelos respondentes com uma grande disparidade, já que Piraí do Sul (PIR) e Sengés (SG) consideram como ruim a importância atribuída aos turistas.

Grande parte dos 16 municípios pesquisados responderam entre “abaixo da média” e “na média” para tal item, sendo que itens como: roteiros especializados para os turistas, informações precisas e serviços de turismo receptivo faziam parte desta análise. Municípios como Castro (CAS), Jaguaraiáiva (JAG), Rio Negro (RN), Telêmaco Borba (TB) e Tibagi (TI) destacaram-se, demonstrando grande preocupação e cientes da influência dos turistas.

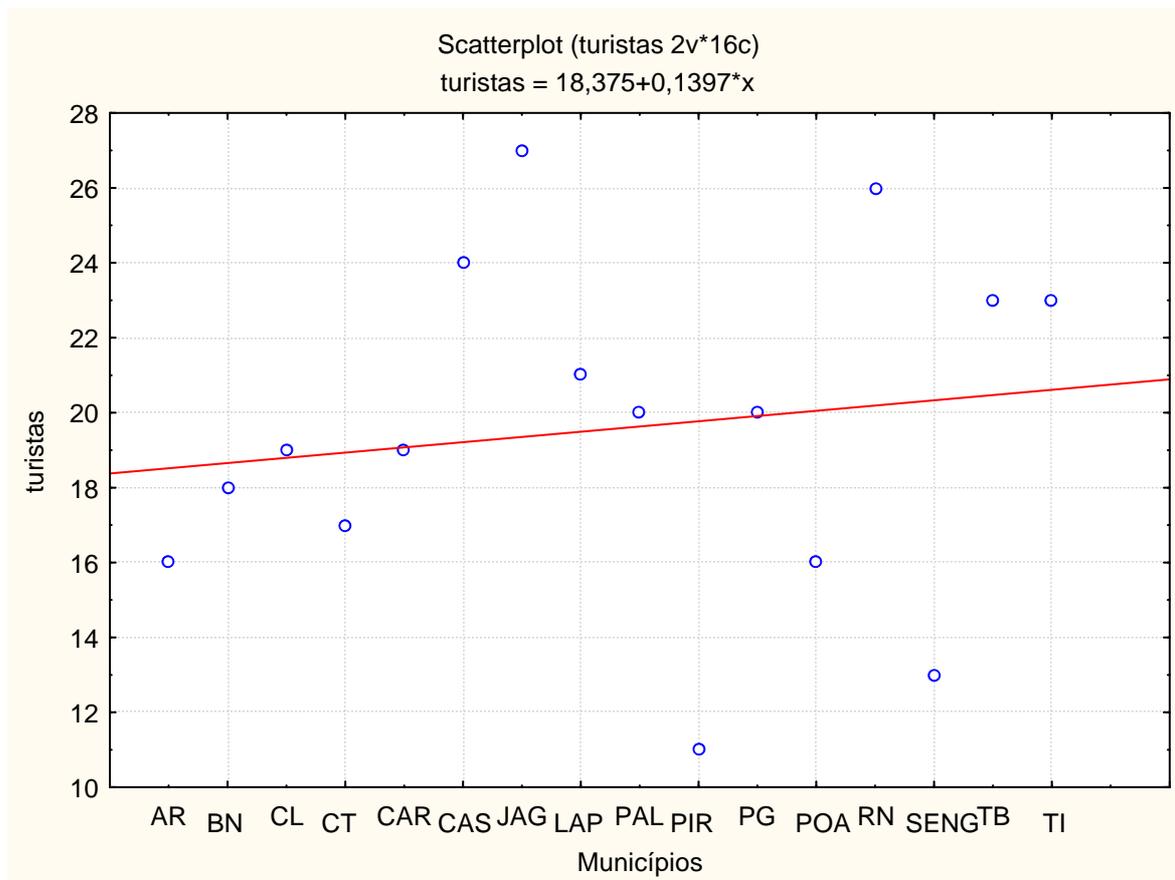


Gráfico 20 - Análise de acordo com a influência dos turistas
 Fonte: Autora, 2008

A análise dos dados da pesquisa realizada demonstrou que apesar da importância reconhecida do turismo como fator de desenvolvimento e da necessidade de políticas públicas focadas para tal, ainda há uma carência expressiva no que se refere a atrativos, bens e serviços disponibilizados, bem como carência da própria gestão pública. Também é importante destacar que: para que a performance de um roteiro turístico seja positiva, faz-se necessário que as estratégias delineadas pelo poder público estejam em conformidade com os demais municípios participantes da rota, seguindo uma única diretriz ; e, que a falta de comprometimento ou a fragilidade da organização pública em prol do turismo faz com que um roteiro não tenha homogeneidade nas ações estratégicas em especial no que tange à comercialização do produto.

Analisando os questionários, percebeu-se que todos os municípios tiveram uma melhoria no item “Utilização de meios de divulgação para a cidade”, pois todos tiveram suas cidades divulgadas com a Rota dos Tropeiros.

Pode-se verificar no Gráfico 5 que Arapoti (AR), Castro (CS), Lapa(LP), Palmeira (PL), Piraí do Sul(PI), Telêmaco Borba(TB) e Tibagi(TI) tiveram uma

melhoria nesses últimos anos com a implantação da Rota dos Tropeiros nos elementos relacionados aos atrativos em seu município. Em Campo Largo (CL), Carambeí (CR), Jaguariaíva (JAG) e Rio Negro (RN), os itens que melhoraram empataram com os que ficaram estabilizados. O restante dos municípios pesquisados não tiveram uma melhoria expressiva.

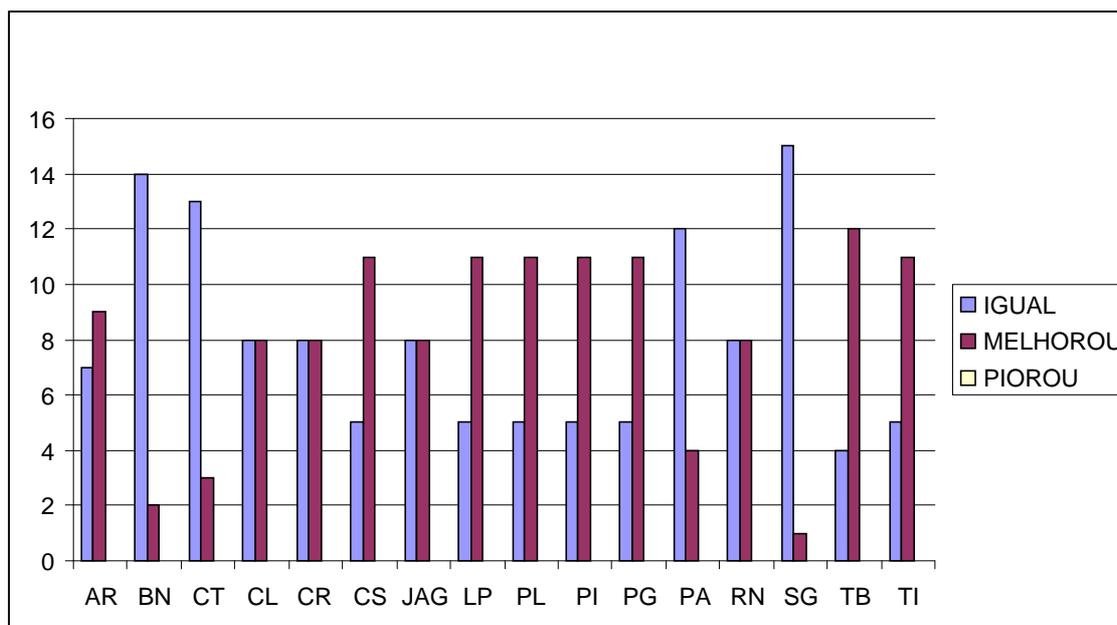


Gráfico 21 - Em relação aos atrativos em seu município

Fonte: Autora, 2009

Os elementos de 11 municípios tiveram uma melhoria expressiva no item “Bens e serviços ofertados para o Turismo”, sendo eles: Arapoti (AR), Campo Largo (CL), Carambeí (CR), Castro (CS), Jaguariaíva (JAG), Lapa (LP), Palmeira (PL), Piraí do Sul (PI), Ponta Grossa (PG), Telêmaco Borba (TB) e Tibagi (TI). Apenas nos municípios de Balsa Nova (BN), Campo do Tenente (CT), Porto Amazonas (PA), Rio Negro (RN) e Sengés (SG) os bens e serviços ofertados para o turismo continuaram com elementos que permaneceram iguais, ou seja, não tiveram uma evolução.

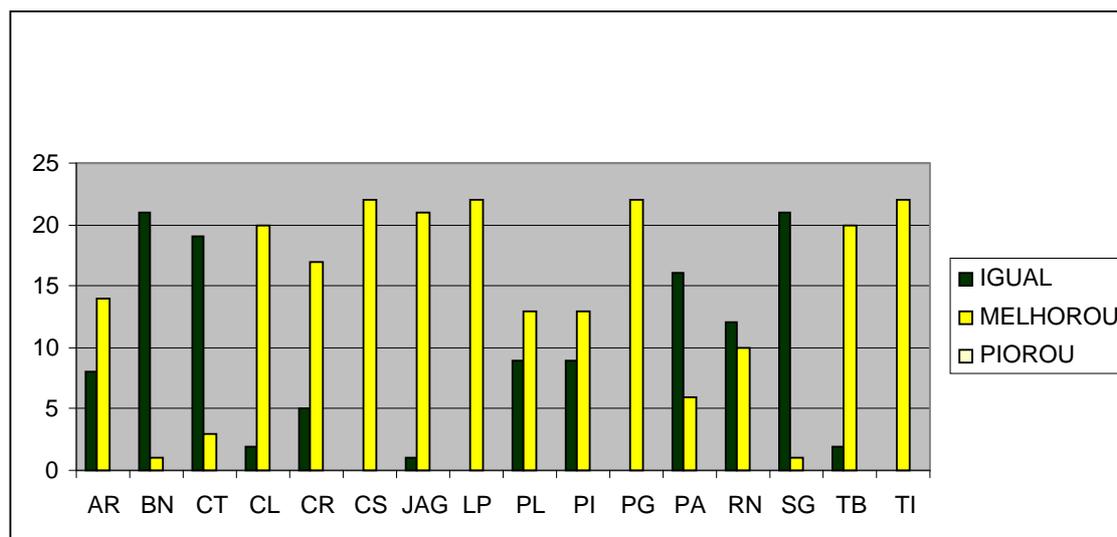


Gráfico 22 - Em relação aos bens e serviços ofertados para o Turismo
Fonte: Autora, 2009

Como no item anterior, 11 municípios tiveram uma melhoria nesses elementos que compõem a “Gestão Política do Destino”, sendo eles: Campo Largo (CL), Carambeí (CR), Castro (CS), Jaguariaíva (JAG), Lapa (LP), Palmeira (PL), Piraí do Sul (PI), Ponta Grossa (PG), Rio Negro (RN), Telêmaco Borba (TB) e Tibagi (TI). Os demais municípios tiveram melhorias em alguns elementos, mas o índice de permanência igualitária foi maior.

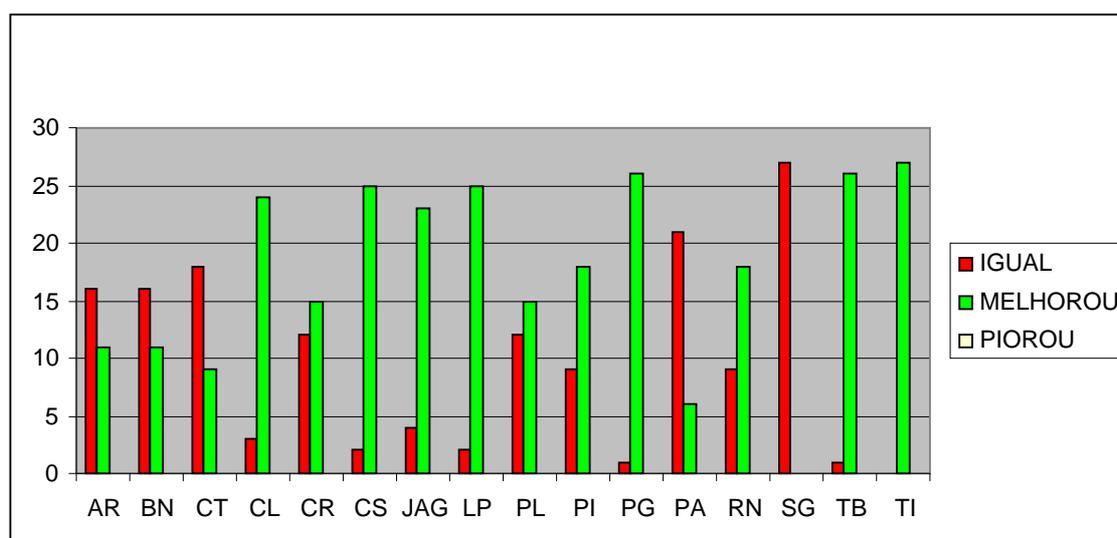


Gráfico 23 - Em relação à Gestão Política do Destino
Fonte: Autora, 2009

Nesse gráfico notamos que Campo Largo (CL), Castro (CS), Lapa (LP), Ponta Grossa (PG), Telêmaco Borba (TB) e Tibagi (TI) responderam que os itens referentes ao turista diretamente melhoraram nesses municípios.

Sengés (SG) e Porto Amazonas (PA) tiveram em suas respostas que no município os itens não mudaram nada, estão iguais.

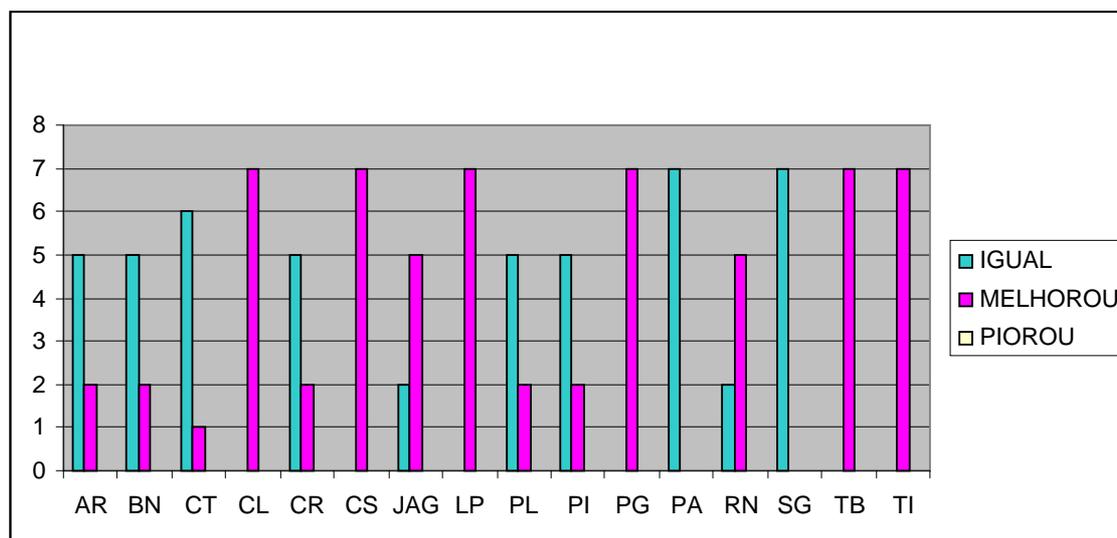


Gráfico 24 - Em relação aos Turistas
Fonte: Autora, 2009

Assim, desenvolver o turismo passou a ser uma opção de rendimento e desenvolvimento sustentável para muitos municípios carentes de recursos financeiros, mas com excelente potencial turístico. Desta forma, a importância tanto de políticas públicas apropriadas como de organização dos recursos turísticos, passa a ser imprescindível para que os esforços obtenham resultados satisfatórios. Neste contexto, é imprescindível o entendimento de como esses meios podem ser utilizados estrategicamente para o desenvolvimento dos municípios e das regiões.

Uma forma de organização entre municípios é a exploração de roteiros turísticos que visam utilizar as potencialidades de cada município em prol do desenvolvimento da região, ampliando os benefícios e as possibilidades, tanto dos municípios como dos turistas que para lá se dirigirem. Verificou-se que tal afirmação beneficiou o município que soube aproveitar o projeto Rota dos Tropeiros, trazendo melhorias ao seu município desde sua implantação até os dias de hoje.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se verificar nesse estudo que o momento em que o Projeto Turístico Integrado de Desenvolvimento Regional - Rota dos Tropeiros foi proposto para a região, no ano de 2002, foi propício, pois os gestores públicos, ou seja, os administradores municipais (prefeitos), bem como os secretários / diretores de turismo estavam entusiasmados e motivados com os resultados socioeconômicos positivos que o turismo poderia trazer. A região Campos Gerais tinha realizado o PNMT- Programa de Municipalização do Turismo e tendo o apoio da AMCG.

Sendo assim essa articulação institucional regional foi muito intensa, tornando-se um dos projetos prioritários de Turismo do Paraná, e um dos pilotos ao se tratar de região, vindo antes do Programa de Regionalização do Turismo. Tendo a SETU- Secretaria de Estado do Turismo, que na época ainda nem era secretaria e o SEBRAE/PR como fortes parceiros articulando essa iniciativa regional.

O projeto foi idealizado buscando fomentar na atividade turística como uma importante fonte de soluções de problemas, seja de ordem econômica, sociocultural, entre outros. Uma temática que unia todos esses municípios era o Tropeirismo. Pois a maioria dos municípios da região foi formada por esse ciclo importante, deixando as características em sua cultura e história. Sendo assim o projeto ganhou o nome de Rota dos Tropeiros. Esse projeto foi embasado com pesquisas das empresas de consultorias contratadas para desenvolvê-lo, com uma metodologia proposta por elas. Por mais estudos que se houve, a Marca que identificaria a região, tendo esse objetivo de desenvolvimento regional a partir da atividade turística deveria ser escolhida de forma participativa envolvendo a comunidade que deve se identificar com o processo.

A marca conforme define Valls (2006, p.163) “é a semantização conjunta do emissor e da mensagem. Essa semantização é produzida a partir de um duplo processo de tradução da imagem da marca do produto; por outro, para a imagem da marca institucional.”

Por isso essa representação iconográfica induz a um forte segmento do turismo histórico-cultural e também ao rural. As outras temáticas (Natureza e Aventura, Saúde e Bem Estar, Fé e Misticismo) devem ter algo relacionado ao tropeirismo para que seja comercializado de forma como está sendo representado na marca, ou seja está vendendo-se a Rota dos Tropeiros.

Ou seja, o valor de um determinado lugar terá de se aproximar o máximo possível de seu valor original, de sua função, de seu uso histórico, social, ambiental, etc.(Valls, 2006)

O turista tem que se identificar com o lugar em que visita, o que não foi comprovado o Estudo denominado Pesquisa de Demanda da Rota dos Tropeiros, onde muitos turistas não sabiam que estavam na Rota.

Após pesquisa com empresários do *trade* turístico foi possível verificar também algumas “frestas” de Planejamento, os quais foram propostas para um reposicionamento.

Por mais que o planejamento foi participativo, percebe-se que a participação efetiva da comunidade foi e ainda é baixa. Ele acabou ficando muito forte no cunho das esferas políticas. E essa falta de envolvimento é percebida no conhecimento sobre o projeto.

A gestão do projeto também passou por várias fases diferentes, o qual se percebe a falta de participação do setor privado e da comunidade no processo.

Atualmente a Rota possui uma agência de Desenvolvimento que é formada por empresários e que está procurando focar o lado comercial.

Porém, como visto no estudo, tendo o objetivo de analisar a contribuição do Projeto Rota dos Tropeiros para o desenvolvimento local e turístico da região dos Campos Gerais do Paraná desde sua implantação até os dias de hoje, foi necessário ressaltar esse levantamento de todos os fatores para que pudesse ser analisado de fato.

Com esse levantamento foi possível verificar que partiu de uma ação política, sendo uma “proposta de solução” para a região. Mas suas propostas acabaram focando o direcionamento econômico, observado nos objetivos do projeto, tendo conseqüências dessa visão, o planejamento das ações de consolidação, foram feitas com intuito de almejar à obtenção de resultados a curto e médio prazo.

Esses resultados podem ser observados nos indicadores e gráficos apresentados e discutidos nesse estudo os quais se nota um crescimento da atividade turística , o qual é percebido no crescimento de oferta de produtos e serviços, na ocupação hoteleira, na taxa de permanência, entre outros. A própria melhoria da gestão política.

Outro fator identificado é que todos os municípios melhoraram na divulgação de MKT.

Antes se procurou discutir também sobre a atividade turística, trazendo dados do Brasil, as políticas públicas, o planejamento turístico, o Programa de Regionalização do turismo, Roteiros Turísticos a Governança, os quais permitiram entender melhor toda a influência no processo.

Verifica-se que os municípios individualizados não se tornam grandes atrativos, por isso a regionalização é um fator que contribui para agregar a gama de variedades turísticas. Devem-se conhecer as características das localidades, pois cada município possui suas particularidades, por isso, não deve ser inventado ou forjado algo que não está evidenciado na memória das pessoas, o qual contribuirá para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida daqueles que ali vivem, não se limitando a satisfação exclusiva do turista, causando prejuízos ao meio ambiente e às comunidades envolvidas.

Além disso, é necessário que cada município desenvolva seus produtos e formatem os roteiros para serem oferecidos de maneira regional. É necessário, que o produto turístico possua qualidade, seja bem elaborado, bem explorado, bem planejado e bem dimensionado, pois o estágio que mede a diferença entre o potencial e produto exige uma série de esforços conjuntos para se alcançar os resultados desejados de comercialização, dentro de uma política de marketing forte.

Ainda há muito a melhorar, mas a região já teve muitas conquistas e possui pontos fortes nesse setor.

Salienta-se ainda com relação às propostas levantadas, elas sejam implementadas e conforme diz Molina (2005, p.39) “Atualmente é fundamental ampliar o âmbito do planejamento do turismo, transcender o meramente econômico- no melhor dos casos-, para estabelecer um compromisso mais sério com os aspectos culturais do turismo (cultura no amplo sentido do termo: todas as manifestações da sociedade).”

Diante dos resultados analisados, constatou-se que ainda é necessário melhorar a atuação de acordo com o nível de desenvolvimento dos municípios, pois se verificou que as ações eram ofertadas a todos de maneira igual, mesmo a divulgação de produtos que nem estavam consolidados.

O potencial identificado na região precisa ser transformado em um produto turístico efetivo, que garanta a atração de turistas motivados a conhecer os municípios por seus atrativos e por uma estrutura que comporte a capacidade planejada. Nesse sentido, identifica-se a necessidade uma maior consciência sobre

a atividade turística de forma coletiva, uma reavaliação das políticas públicas e uma maior participação e integração entre o setor público, privado e a comunidade, a fim de criar novos produtos e fortalecer outros produtos na região.

Pretende-se que este estudo ofereça subsídios para compreender a importância do planejamento participativo no turismo, como forma de envolver a iniciativa privada do turismo no processo de gestão, o setor público e a comunidade focando nos fatores que foram relevantes, políticos, gerenciais e metodológicos, desde a implantação da Rota dos Tropeiros até os dias de hoje, no desenvolvimento da região.

REFERÊNCIAS

- ABREU, J.L. Manifestações populares e o Tropeirismo. In: SANTOS, L. M. S.;
- BARROSO, V. L. M. (orgs). **Bom Jesus na Rota do Tropeirismo Cone Sul**. Porto Alegre, RS: Edições Est, 2004.
- ACORDO DE RESULTADOS 2009. **Projeto de Turismo nos Campos Gerais e na Rota dos Tropeiros**. Ponta Grossa, 2009.
- AMCG- Associação dos Municípios dos Campos Gerais < WWW.amcg.com.br > Acessado em 10 de Novembro de 2008.
- ANJOS, F. A. **Planejamento e Gestão Territorial**: Contextos novos nos cenários de mudanças, 2001.
- BAHL, M. **Viagens e Roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BAHL, M. **Agrupamentos Turísticos Municipais**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru-SP. EDUSC, 2002.
- COMISSÃO SOBRE GOVERNANÇA GLOBAL. **Nossa Comunidade Global**. O Relatório da Comissão sobre Governança Global. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.
- DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EMPRESARIAL ROTA DOS TROPEIROS. Curitiba, 2008.
- DWYER, L., KIM, C. **Destination Competitiveness: Determinants and Indicators**. Current Issues in Tourism, vol 6, nº 5, 2003
- EMBRATUR. **Procedimentos do Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Elaborado pela Gerência de Programas Nacionais. Supervisão de Projetos de Descentralização. Brasília, 1999.
- FILIPAK, F. O tropeirismo Meridional e seu legado Sociolingüístico. In: SANTOS, L. M. S. e BARROSO V. L. M. (orgs). **Bom Jesus na Rota do Tropeirismo Cone Sul**. Porto Alegre, RS: Edições Est, 2004.
- FROOMAN, J. **Stakeholder influence strategies**. Academy of Management Review, vol. 24, nº 2, April 1999
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: SILVA, A. B.; GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: paradigmas, estratégia e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

GUIMARÃES, C. J.; DROPA, M. M. ; JORGE, M. A. P. **Dos Caminhos de Circulação às Rodovias de Integração**. Ponta Grossa, 2003.

HILAIRE, A. S. **Viagem pela Comarca de Curitiba- 1779-1853**. Tradução de Cassiana Lacerda Carollo- Farol do Saber, Curitiba: Fundação Cultural, 1995.

HILAIRE, A.S. **Viagem à Curitiba e a Província de Santa Catarina**. São Paulo: Itatiaia, 1978.

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

JOBOJI, N.T. **Rota dos Tropeiros- Campos Gerais- PR: Destino Turístico ou Utopia?** Trabalho de conclusão de curso de Pós Graduação em Geografia e Desenvolvimento Regional, do Departamento de Geociências, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LANGE, F. L. P. **Campos Gerais - Visões do Paraíso, 1922-** Curitiba, 2002.

LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J. E. **Glossário de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2003.

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL. **Normas e Padrões de Utilização**. Ponta Grossa, 2006.

MAGALHÃES, C.F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 1996.

MELO, M.S.; MENEGUZZO, I.S. Patrimônio dos campos Gerais do Paraná. In: DITZEL, C. de H. M e SAHR, C. L. L. **Espaço e Cultura - Ponta Grossa e os Campos Gerais**. Ponta Grossa, Pr: Ed. UEPG, 2001.

MELO, M.S.; MORO, R.S.; GUIMARÃES, G.B. **Patrimônio Natural dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cartilha do Plano Nacional de Turismo**. Brasília, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2003-2007** – Diretrizes, Metas e Programas. Brasília, 2004.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010** – Uma viagem de Inclusão. Brasília, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Módulo Operacional 3** - Instância de Governança. Brasília, 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo no Brasil 2007/2010**. Documento Referencial. Brasília, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização** – Roteiros do Brasil (Versão 001). Brasília-DF, 2004. Em fase de elaboração.

MOLINA, S. Turismo: **Metodologia e Planejamento**. Bauru: EDUSC, 2005

MURTA, S.M.; GOODEY, M. Interpretação do Patrimônio para visitantes: um quadro conceitual. In: MURTA, S.M. ; ALBANO, C.(orgs) **Interpretar o Patrimônio**- Um exercício do olhar. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG, 2002.

OFICINA DE MONITORAMENTO E DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS PARA O ANO DE 2007, realizada em Dezembro de 2006.

OFICINA DE REPOSICIONAMENTO DA ROTA DOS TROPEIROS. Ponta Grossa, 2008.

OGLIARI, P.J , PACHECO, J.A.. **Análise Estatística usando o Statistica 6.0**. Florianópolis: UFSC, 2004.

PEREIRA, C. A. Políticas Públicas no Setor de Turismo. **Turismo em Análise**. São Paulo, v.10, n.2, p.7-21, nov, 1999.

PEREIRA, J.C.R. **Análise de Dados qualitativos**.São Paulo: Edusp, 1997

POLETTE, M. **Gerenciamento Costeiro Integrado**: Proposta Metodológica para a paisagem litorânea da microbacia de Mariscal (Bombinhas - SC). 1997. 546f. UFSCar, São Carlos, 1997.

- PORTER, M. E. **A Vantagem Competitiva das Nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e Desenvolvimento Local**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- PROJETO ROTA DOS TROPEIROS. **Projeto**. Curitiba, 2003.
- PROJETO ROTA DOS TROPEIROS. **Plano de Marketing**. Curitiba, 2003.
- PROJETO ROTA DOS TROPEIROS. **Relatório da Consultoria**. Curitiba, 2002.
- PROJETO ROTA DOS TROPEIROS. **Oficina com o Grupo Técnico Estratégico – GTE**, Curitiba, 2006.
- RELATÓRIO DA CONSULTORIA. **Consultur**. Curitiba, 2002.
- ROSENAU, J N. Governança, Ordem e Transformação na Política Mundial. In: ROSENAU, J N.; CZEMPIEI, E. **Governança sem governo: ordem e transformação na política mundial**. Brasília: Ed. Unb. 2000.
- RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.
- RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**. Campinas: Papirus, 2000.
- SANTOS, M. H. C. Governabilidade, Governança e Democracia: Criação da Capacidade Governativa e Relações Executivo-Legislativo no Brasil Pós-Constituinte **DADOS – Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, v. 40, n.3, 1997. p. 335-376.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Política Estadual de Turismo 2003-2007**. Curitiba-PR, 2003.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Oficina de Atualização do Mapeamento das Regiões Turísticas Brasileiras**, 2005.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Estudo da Demanda Turística da Rota dos Tropeiros**. Curitiba, 2007
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Plano do Desenvolvimento do Turismo do Paraná**. Curitiba, 2008.
- SENDER, G.; FLECK, D. L. Folga organizacional e gestão de stakeholders: Um estudo em bancos brasileiros. **Anais...** Enanpad 2004.

SILVA, N.L.A. No norte do Planalto, a ocupação do território e as primeiras fazendas. In : SANTOS, L. M. S. e BARROSO, V. L. M. (orgs). **Bom Jesus na Rota do Tropeirismo Cone Sul**. Porto Alegre, RS: Edições Est, 2004.

STADLER, A, JOBOJI, N, DAZZI, R. **Competitividade de roteiros turísticos: Estudo de caso da Rota dos Tropeiros-PR**. Artigo. Univali. Balneário Camboriú: SC, 2008.

TRIGO, L. G. G. **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas**. 7. ed. Campinas-SP: Papirus, 2001.

VALLS, J.F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Editora: FGV, 2006.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICES

QUESTIONÁRIO



QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL ROTA DOS TROPEIROS

135

1. CADASTRO

<input type="checkbox"/> EMPRESA FORMAL			<input type="checkbox"/> EMPRESA INFORMAL			<input type="checkbox"/> EMPRESA EM FASE DE FORMALIZAÇÃO		
RAZÃO SOCIAL :								
NOME FANTASIA:								
CNPJ:					CPF:			
RAMO DE ATIVIDADE:								
Nº. DE FUNCIONÁRIOS:			HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO:					
DIAS DE DA SEMANA:		<input type="checkbox"/> DIARIAMENTE <input type="checkbox"/> SEG. A SEX. <input type="checkbox"/> SEG. A SÁB. <input type="checkbox"/> EXCETO UM DIA NA SEMANA. QUAL?						
ENDEREÇO COMPLETO:								
						CIDADE:		
NOME DO EMPRESÁRIO:								
FONE COMERCIAL:					CELULAR:			
HOME PAGE:								
E-MAIL:								

2. PERCEPÇÃO TURÍSTICA

COMO AVALIA O GRAU DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM SEU MUNICÍPIO?								
<input type="checkbox"/> ALTO GRAU DE DESENVOLVIMENTO			<input type="checkbox"/> MÉDIO GRAU DE DESENVOLVIDO			<input type="checkbox"/> BAIXO GRAU DE DESENVOLVIMENTO		<input type="checkbox"/> INEXISTENTE
QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS CARENCIAS PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM SEU MUNICÍPIO?								
<input type="checkbox"/> INFRA-ESTRUTURA BÁSICA		<input type="checkbox"/> ATRATIVOS NATURAIS		<input type="checkbox"/> ATRATIVOS CULTURAIS		<input type="checkbox"/> MEIOS DE HOSPEDAGEM		<input type="checkbox"/> ALIMENTAÇÃO
<input type="checkbox"/> SINALIZAÇÃO TURÍSTICA		<input type="checkbox"/> ESTRADAS E ACESSOS		<input type="checkbox"/> ATENDIMENTO AO TURISTA		<input type="checkbox"/> PROMOÇÃO TURÍSTICA		<input type="checkbox"/> MÃO-DE-OBRA
<input type="checkbox"/> APOIO DE ÓRGÃOS PÚBLICOS		<input type="checkbox"/> ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL		<input type="checkbox"/> OUTRAS. CITAR:				
SEU MUNICÍPIO POSSUI CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/> NÃO SABE. EM CASO AFIRMATIVO: <input type="checkbox"/> PARTICIPA <input type="checkbox"/> NÃO PARTICIPA								
SEU MUNICÍPIO POSSUI ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL DE TURISMO? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/> NÃO SABE. EM CASO AFIRMATIVO: <input type="checkbox"/> PARTICIPA <input type="checkbox"/> NÃO PARTICIPA								
CONHECE O TRABALHO INTEGRADO DA ROTA DOS TROPEIROS? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO.								
EM CASO AFIRMATIVO: <input type="checkbox"/> PARTICIPA <input type="checkbox"/> NÃO PARTICIPA								
EM CASO NEGATIVO: <input type="checkbox"/> TEM INTERESSEM EM CONHECER E PARTICIPAR <input type="checkbox"/> NÃO TEM INTERESSEM EM CONHECER E PARTICIPAR								
SABE DA EXISTÊNCIA DA AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA ROTA DOS TROPEIROS? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO.								
EM CASO AFIRMATIVO: <input type="checkbox"/> PARTICIPA <input type="checkbox"/> NÃO PARTICIPA								
EM CASO NEGATIVO: <input type="checkbox"/> TEM INTERESSEM EM CONHECER E PARTICIPAR <input type="checkbox"/> NÃO TEM INTERESSEM EM CONHECER E PARTICIPAR								
CONSIDERA-SE UM EMPRESÁRIO DO SETOR DE TURISMO E HOSPITALIDADE? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO <input type="checkbox"/> NÃO SABE.								
CONHECE OS PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO SEU MUNICÍPIO? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO								
SEUS FUNCIONÁRIOS CONHECEM OS PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO SEU MUNICÍPIO? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO								
EM CASO NEGATIVO: <input type="checkbox"/> SABEM PASSAR INFORMAÇÕES TURÍSTICAS AOS CLIENTES <input type="checkbox"/> NÃO SABEM PASSAR INFORMAÇÕES TURÍSTICAS AOS CLIENTES								

3. ANÁLISE DO EMPREENDIMENTO

HÁ QUANTO TEMPO O SEU EMPREENDIMENTO ESTÁ ATUANDO NO MERCADO?								
<input type="checkbox"/> MENOS DE 2 ANOS			<input type="checkbox"/> ENTRE 2 E 5 ANOS		<input type="checkbox"/> ENTRE 5 E 10 ANOS		<input type="checkbox"/> ENTRE 10 E 20 ANOS	<input type="checkbox"/> MAIS DE 20 ANOS
ESTA É A SUA PRINCIPAL ATIVIDADE ECONÔMICA? <input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO. EM CASO NEGATIVO INFORME SUA PRINCIPA ATIVIDADE:								
SOBRE O DESEMPENHO NOS ÚLTIMOS 3 ANOS, ESTE EMPREENDIMENTO:								
<input type="checkbox"/> PERMANECERU ESTÁVEL		<input type="checkbox"/> EXPANDIU		<input type="checkbox"/> REDUZIU ATIVIDADES		<input type="checkbox"/> NÃO SABE/NÃO RESPONDEU		<input type="checkbox"/> EMPRESA COM MENOS DE 3 ANOS
SOBRE O NÚMERO DE EMPREGADOS NOS ÚLTIMOS 3 ANOS, ESTE EMPREENDIMENTO:								
<input type="checkbox"/> PERMANECERU ESTÁVEL		<input type="checkbox"/> EXPANDIU		<input type="checkbox"/> REDUZIU EMPREGADOS		<input type="checkbox"/> NÃO SABE/NÃO RESPONDEU		<input type="checkbox"/> EMPRESA COM MENOS DE 3 ANOS
CONSIDERA A ROTA DOS TROPEIROS IMPORTANTE PARA ESTE EMPREENDIMENTO?								
<input type="checkbox"/> SIM			<input type="checkbox"/> NÃO			<input type="checkbox"/> NÃO SABE/NÃO RESPONDEU		

135



QUESTIONÁRIO DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL ROTA DOS TROPEIROS

136

REALIZA ALGUM TIPO DE PROMOÇÃO DESTE EMPREENDIMENTO? () SIM () NÃO		
EM CASO AFIRMATIVO: () JORNAL () REVISTA () PÁGINAS AMARELAS () TV () SITE INTERNET () E-MAIL () MALA DIRETA () FOLDER () PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS () OUTROS. CITAR:		
EM CASO NEGATIVO: () () NÃO TEM INTERESSEM EM CONHECER E PARTICIPAR		
O SEU EMPREEDIMENTO POSSUI ALGUM DOS INSTRUMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO/PROMOÇÃO ABAIXO: () FOLDER () TARIFÁRIO () REPRESENTANTE COMERCIAL () CARTÃO COMERCIAL () NENHUM () OUTROS. CITAR:		
QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS ATUALMENTE POR SEU EMPREENDIMENTO? (ATÉ 3 ALTERNATIVAS DA CARTELA ABAIXO)		
1- () TAXA DE JUROS ELEVADA	8- () DESCONHECIMENTO DO MERCADO	15- () BAIXO PODER DE COMPRA DO CONSUMIDOR
2- () DESPESAS COM PESSOAL	9- () FALTA DE CONHECIMENTOS GERENCIAIS	16- () FALTA DE APOIO DO GOVERNO MUNICIPAL
3- () DIFICULDADES DE PAGAMENTO AOS CREDORES	10- () FALTA DE MÃO-DE-OBRA QUALIFICADA	17- () CONCORRÊNCIA COM OUTROS EMPREENDIMENTOS NA REGIÃO
4- () CARGA TRIBUTÁRIA ELEVADA	11- () OBTENÇÃO DE CRÉDITO	18- () CONCORRÊNCIA COM OUTROS EMPREENDIMENTOS NACIONAIS
5- () AQUISIÇÃO DE MERCADORIAS	12- () SITUAÇÃO ECONÓMICA DO PAÍS	19- () CONCORRÊNCIA PRATICANDO PREÇOS MUITO BAIXOS
6- () INADIMPLÊNCIA	13- () CONDIÇÕES DE ACESSO À REGIÃO	20- () NÃO POSSUI DIFICULDADES
7- () FALTA DE CAPITAL DE GIRO	14- () FALTA DE CLIENTE	21- () OUTRAS. CITAR:
QUAL O GRAU DE INSTRUÇÃO DO PROPRIETÁRIO? () ENSINO FUNDAMENTAL (1º GRAU). COMPLETO () ENSINO FUNDAMENTAL (1º GRAU). INCOMPLETO () ENSINO MÉDIO (2º GRAU). COMPLETO () ENSINO MÉDIO (2º GRAU). INCOMPLETO () ENSINO SUPERIOR (3º GRAU). COMPLETO () ENSINO SUPERIOR (3º GRAU). INCOMPLETO		
OS PRINCIPAIS INSUMOS/PRODUTOS UTILIZADOS NESTE EMPREENDIMENTO SÃO DE ORIGEM: () LOCAL () ESTADUAL () OUTROS ESTADOS () INTERNACIONAL		
ESTE EMPREENDIMENTO POSSUI ALGUM DIFERENCIAL LIGADO AO TEMA TROPEIRISMO? () SIM () NÃO EM CASO AFIRMATIVO CITAR:		
PARTICIPA DE ALGUMA ENTIDADE/ASSOCIAÇÃO OU SINDICATO? () SIM () NÃO EM CASO AFIRMATIVO CITAR:		
A MÃO-DE-OBRA EMPREGADA NO SEU EMPREENDIMENTO É DO PRÓPRIO MUNICÍPIO? () SIM () NÃO. POR QUÊ? () ALGUNS. QUANTOS?		
INVESTE OU JÁ INVESTIU EM TREINAMENTO PARA SEUS FUNCIONÁRIOS? () SIM. QUE TIPO? () NÃO. POR QUÊ?		
INVESTE OU JÁ INVESTIU EM TREINAMENTO GERENCIAL PARA VOCÊ MESMO? () SIM. QUE TIPO? () NÃO. POR QUÊ?		
EM QUE ÁREAS SEU EMPREENDIMENTO POSUI NECESSIDADE DE ALGUM TIPO DE TREINAMENTO, CURSOS OU CONSULTORIA? (ATÉ 5 ALTERNATIVAS DA CARTELA ABAIXO)		
1- () ATENDIMENTO AO CLIENTE	6- () CONSULTORIA EM TECNOLOGIA	11- () CONSULTORIA EM TURISMO
2- () HABILIDADES GERENCIAIS E LIDERANÇA	7- () IDIOMAS	12- () FORMATAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS
3- () FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA	8- () INFORMÁTICA	13- () CONSULTORIA EM MARKETING
4- () CONSULTORIA EM MEIO AMBIENTE	9- () FINANCIAMENTO/OBTENÇÃO DE CRÉDITO	14- () PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
5- () CONSULTORA FINANCEIRA	10- () FORMAÇÃO DE EQUIPE	15- () OUTRAS. CITAR:

136



**QUESTIONÁRIO
DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL
ROTA DOS TROPEIROS**

137

REALIZA ALGUM TIPO DE ESTUDO PARA CONHECER O PERFIL DO SEU CLIENTE?

- () SIM. QUE TIPO?

() NÃO. POR QUÊ?

REALIZA ALGUM TIPO DE ESTUDO PARA CONHECER O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO SEU CLIENTE?

- () SIM. QUE TIPO?

() NÃO. POR QUÊ?

CONHECE E/OU COMERCIALIZA OS PRODUTOS LOCAIS (ARTESANATO, PRODUTO COLONIAIS, OUTROS) NO SEU EMPREENDIMENTO?

- () CONHEÇO. MAS NÃO COMERCIALIZO.
() CONHEÇO E COMERCIALIZO. CITAR?
() NÃO CONHEÇO.

O EMPREENDIMENTO ACEITA CARTÕES DE CRÉDITO OU DÉBITO? () SOMENTE DÉBITO () SOMENTE CRÉDITO () AMBOS () NÃO UTILIZA
EM CASO AFIRMATIVO CITAR:

RECEBE TURISTAS ESTRANGEIROS NO SEU EMPREENDIMENTO? () FREQUENTEMENTE () RARAMENTE () NÃO RECEBE
EM CASO DE RECEBER: () POSSUI FUNCIONÁRIOS CAPACITADOS - BILÍNGÜES () NÃO POSSUI

O SEU EMPREENDIMENTO ESTA ADAPTADO DO PONTO DE VISTA DA ACESSIBILIDADE? () SIM. PARCIALMENTE () SIM. TOTALMENTE () NÃO ADAPTADO.
EM CASO NEGATIVO: () POSSUI INTERESSE EM ADAPTAR () NÃO POSSUI INTERESSE EM ADAPTAR

ASSINALE O PRINCIPAL MOTIVO

QUAL O PRINCIPAL DIFERENCIAL DO SEU EMPREENDIMENTO?

QUAL O PRINCIPAL LOCAL DE ORIGEM DOS SEUS CLIENTES? (ASSINALAR SOMENTE 1)

- () O PRÓPRIO MUNICÍPIO () CAPITAL/CURITIBA () MICRORREGIONAL. MUNICÍPIOS PRÓXIMOS () ESTADUAL. DIVERSOS MUNICÍPIOS DO ESTADO
() OUTROS ESTADOS. CITAR O PRINCIPAL:

EM SUA OPINIÃO O QUE MOTIVA A VINDA DO TURISTA EM SEU EMPREENDIMENTO?

- () NEGÓCIOS NA CIDADE () LAZER E RECREAÇÃO () EVENTOS () OUTROS. CITAR:

POSSUI PARCERIA COM ALGUMA AGÊNCIA DE VIAGEM E TURISMO?

- () SIM. CITAR:

() NÃO. POR QUÊ?

O SEU EMPREENDIMENTO DISPONIBILIZA ALGUM TIPO DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA SOBRE O MUNICÍPIO OU REGIÃO PARA O CLIENTE?

- () SIM. CITAR:

() NÃO.

GOSTARIA DE DEIXAR ALGUMA CRÍTICA, SUGESTÃO OU COMENTÁRIO?

137

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO – ANÁLISE

TÉCNICO: Yure Lobo (Consultor)	DATA: SETEMBRO/2006
MUNICÍPIO/UF: ARAPOTI/PR	REGIÃO TURÍSTICA: Campos Gerais
MELHOR ÉPOCA PARA VISITAR: Não estipulado	
TEMPO ESTIMADO: 1 DIA.	
AVALIAÇÃO: 5 – Excelente 4 – Bom 3 – Razoável 2 – Precário 1 – Inadequado 0 - Inexistente	

ITENS AVALIADOS

1. ATRATIVOS:	PONTUAÇÃO	1,6
----------------------	------------------	------------

CULTURAIS	AVALIAÇÃO:	3
<u>ATRATIVOS OBSERVADOS:</u> - Chácara Casa Antiga; - Igreja São João Batista; - Casa da Cultura – Estação Ferroviária – Memorial Capão Bonito; - Moinho Holandês; - Museu de Máquinas Agrícolas Antigas;	<u>ATRATIVOS DESTACADOS:</u> - Casa da Cultura – Estação Ferroviária – Memorial Capão Bonito; - Museu de Máquinas Agrícolas Antigas.	

NATURAIS	AVALIAÇÃO:	2
<u>ATRATIVOS OBSERVADOS:</u> - Reserva Ecológica Poti; - Cachoeira do Seu Ari; - Cachoeira Usina Tigrinho; - PARQUE FLORESTAL INPACEL.	<u>ATRATIVOS DESTACADOS:</u> - PARQUE FLORESTAL INPACEL; - Reserva Ecológica Poti.	

OUTROS	AVALIAÇÃO:	0
<u>CITAR:</u>	<u>ATRATIVOS DESTACADOS:</u>	

2. COMPRAS:	PONTUAÇÃO	2,5
--------------------	------------------	------------

ARTESANATO	AVALIAÇÃO:	3
<u>CONSIDERAR OS MAIS EXPRESSIVOS:</u> - Crochês e trabalhos manuais.		

OUTROS PRODUTOS	AVALIAÇÃO:	2
<u>CITAR:</u> - Produtos coloniais (geléias e doces). Feira da Lua.		

3. HOSPEDAGEM:	PONTUAÇÃO	3,0
-----------------------	------------------	------------

MEIOS DE HOSPEDAGEM	AVALIAÇÃO:	3
<u>CITAR/COMENTÁRIOS:</u> - Hotel São Luiz; - Hotel Poti;		

- Hotel Inpacenter;
- Hotel Campos Floridos;
- Hotel Arapoti Palace;

4. ALIMENTAÇÃO:	PONTUAÇÃO	3,0
------------------------	------------------	------------

SERVIÇOS UTILIZADOS	AVALIAÇÃO:	3
CITAR/COMENTÁRIOS: - Pizzaria San Genaro; - Restaurante e Lanchonete Skinão; - Restaurante Giasson; - Restaurante Refúgio; - Restaurante Hulk; - Restaurante Confraria do Sabor; - Restaurante Di Nápoli.		

5. ACESSIBILIDADE:	PONTUAÇÃO	3,0
---------------------------	------------------	------------

MEIOS DE ACESSOS:	<input checked="" type="checkbox"/> RODoviÁRIO <input type="checkbox"/> AÉREO <input type="checkbox"/> OUTROS	AVALIAÇÃO:	3
COMENTÁRIOS: - Acesso principal pela PR-092 sentido Jaguariaiva – Wenceslau Braz e pela PR-239 sentido Ventania – Arapoti. Estrada asfaltada, mas em fase de recuperação.			

6. SINALIZAÇÃO:	PONTUAÇÃO	2,0
------------------------	------------------	------------

TIPOS DE SINALIZAÇÃO:	<input type="checkbox"/> DE APROXIMAÇÃO <input type="checkbox"/> DE ACESSO <input checked="" type="checkbox"/> NO LOCAL	AVALIAÇÃO:	2
COMENTÁRIOS: - Os empreendimentos privados possuem sinalização própria fora dos padrões Embratur.			

7. APOIO AO TURISTA:	PONTUAÇÃO	2,0
-----------------------------	------------------	------------

INFORMAÇÕES TURÍSTICAS:	<input type="checkbox"/> POSTO DE INFORMAÇÕES <input type="checkbox"/> FOLHETERIA	AVALIAÇÃO:	3
COMENTÁRIOS: - Possui um sistema de envio de cartões postais do município que estão à disposição nos restaurantes, hotéis, etc em que o turista o subscrita e a Prefeitura envia para o destino desejado.			

SERVIÇOS DE TRANSPORTE:	<input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> OUTROS <input checked="" type="checkbox"/> NÃO DISPÕE.	AVALIAÇÃO:	0
--------------------------------	--	-------------------	----------

COMENTÁRIOS: - Não dispõe de transporte regular próprio para percorrer os atrativos turísticos.			
--	--	--	--

OUTROS SERVIÇOS:	<input checked="" type="checkbox"/> BANCOS <input checked="" type="checkbox"/> SAÚDE <input checked="" type="checkbox"/> SEGURANÇA <input checked="" type="checkbox"/> COMUNICAÇÃO	AVALIAÇÃO:	3
	<input type="checkbox"/> GUIAS <input type="checkbox"/> OUTROS		

COMENTÁRIOS: - Serviços disponíveis na área urbana do município.			
---	--	--	--

8. VALOR REAL:	PONTUAÇÃO	2,5
-----------------------	------------------	------------

MERCADO CONSUMIDOR ATUAL:	AVALIAÇÃO:	3
<u>COMENTÁRIOS:</u> - Destino visitado por turistas vindos do interior de São Paulo, interior do Paraná, dentre outros estados pois tem grande movimentação de turistas de negócios, ocasionalmente advindos do exterior por motivo de existir colonização holandesa.		

GRAU DE USO ATUAL	AVALIAÇÃO:	2
<u>COMENTÁRIOS:</u> - POSSUI RAZOÁVEL NÍVEL DE USO, NA MAIOR PARTE É TURISMO DE NEGÓCIOS.		

OFERTADO NO MERCADO:	(X) SIM () NÃO	AVALIAÇÃO:	2
<u>COMENTÁRIOS:</u> - OFERTADO JUNTAMENTE COM OS 15 MUNICÍPIOS DA ROTA DOS TROPEIROS. – ROTEIRO DOS IMIGRANTES.			

GRADE DE PRODUTOS:	AVALIAÇÃO:	3
X	RURAL:	
X	TÉCNICO:	
	ECOTURISMO:	
	AVENTURA:	
	ESPORTIVO:	
X	CULTURAL:	
X	NEGÓCIOS E EVENTOS:	
	OUTROS:	

9. VALOR POTENCIAL:	PONTUAÇÃO	2,6
----------------------------	------------------	------------

SINGULARIDADE	AVALIAÇÃO:	3
<u>COMENTÁRIOS:</u> - São representativos ou singulares os seguintes atrativos: - Importância histórica e cultural do município no contexto do Paraná.		

VALOR INTRÍNSECO	AVALIAÇÃO:	3
<u>COMENTÁRIOS:</u> - Representa pólo de influencia regional pois possui fábrica de papel que influencia toda a região.		

APOIO LOCAL E COMUNITÁRIO	AVALIAÇÃO:	2
<u>COMENTÁRIOS:</u> - A comunidade local começa a se conscientizar da importância da atividade turística para o município, mas ainda apresenta pouca participação no seu processo de desenvolvimento.		

ESTADO DE CONSERVAÇÃO E PAISAGEM CIRCUNDANTE	AVALIAÇÃO:	3
<u>COMENTÁRIOS:</u> POSSUI RESERVA ECOLOGICA DE GRANDE IMPORTÂNCIA REGIONAL.		

MERCADO CONSUMIDOR POTENCIAL:	AVALIAÇÃO:	2
<u>COMENTÁRIOS:</u> - Possibilidade de ampliação de mercado no interior dos estados de São Paulo e Santa Catarina e respectivas		

capitais.

10. POSSUI PRODUTOS OU ATRATIVOS LIGADOS AO TROPEIRISMO: () SIM (X) NÃO EXISTE UMA FAZENDA HISTÓRICA, MAS NÃO ESTA EM FUNCIONAMENTO.	PONTUAÇÃO	0,0
--	------------------	------------

PONTUAÇÃO GERAL: 22,6

ESCALA DE PONTUAÇÃO:

0 a 10 = INADEQUADO

11 a 20 = PRECÁRIO

21 a 30 = RAZOÁVEL

31 a 40 = BOM

41 a 50 = EXCELENTE

ÍCONE: Estação Ferroviária – Casa da Cultura

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA 3- REPRESENTANTES PÚBLICOS DE TURISMO

OBJETIVO DO QUESTIONÁRIO:

- Por meio deste questionário foi possível analisar os elementos da destinação pela visão dos *stakeholders* (Secretários/ Diretores de Turismo dos municípios pertencentes à Rota dos Tropeiros).

Instruções:

Para cada item listado, favor marcar um (x) na sua opinião quanto ao melhoramento em relação ao seu município em cada fator de influência após a implantação da Rota dos Tropeiros. Em relação a cada elemento de como se encontra, favor pontuar de 1 a 5.

Metodologia

As questões que integram o instrumento de coleta de dados foram formuladas com base no modelo proposto por Dwyer e Kim (2003) que analisa a competitividade de atrativos turísticos sejam os recursos dotados, os criados, fatores de suporte, a administração do destino, condições situacionais e os indicadores de performance de mercado. Por isso, ele foi dividido nas seguintes áreas de estratégia, para que se possa analisar a visão dos *stakeholders* (Secretários/ Diretores de Turismo dos 16 municípios pertencentes ao projeto): atrativos do município, bens e serviços ofertados para o turismo, gestão política do destino e turista.

MUNICÍPIO DE ARAPOTI
ENTREVISTADO: DIRETOR DE TURISMO FABRÍCIO PALERMO PUPO (GESTÃO 2005-2008)

Elementos	Após a implantação da Rota dos Tropeiros			Encontra-se:				
	PIOROU	IGUAL	MELHOROU	RUIM	ABAIXO DA MÉDIA	NA MÉDIA	LIGEIRAMENTE ACIMA DA MÉDIA	ÓTIMO
EM RELAÇÃO AOS ATRATIVOS EM SEU MUNICÍPIO								
Paisagens naturais e belezas cênicas		X				3		
Flora e fauna em geral		X				3		
Clima		X					4	
História e Cultura do município			X				4	
Museus			X		2			
Manifestações artísticas e arquitetônicas			X			3		
Manifestações culturais (pintura, escultura, teatro, etc.)			X			3		
Gastronomia		X					4	
Conservação de atrativos			X			3		
Eventos			X				-	
Variedade de entretenimento			X				4	
Atividades de turismo de aventura nos atrativos		X		1				
Atividades junto à natureza		X		1				
Vida noturna			X			3		
Herança cultural e folclórica		X					4	
Áreas de proteção ambiental			X			3		

Elementos	Após a implantação da Rota dos Tropeiros			Encontra-se:				
	PIOROU	IGUAL	MELHOROU	RUIM	ABAIXO DA MÉDIA	NA MÉDIA	LIGEIRAMENTE ACIMA DA MÉDIA	ÓTIMO
EM RELAÇÃO AOS BENS E SERVIÇOS OFERTADOS PARA O TURISMO								
Meios de hospedagem			X				4	
Preço das diárias das hospedagens			X					5
Eficiência dos serviços			X				4	
Guias de turismo		X		1				
Sinalização turística		X			2			
Centro de informações turísticas		X		1				
Eficiência e qualidade do transporte		X				3		
Opções para compras			X		2			
Alimentação			X				4	
Acessos aos pontos turísticos			X			3		
Capacidade e qualidade para serviços de convenções e eventos (locais, regionais, nacionais)			X			3		
Serviços de recreação e entretenimento		X			2			
Suporte para prática de esportes			X			3		
Suporte para eventos			X			3		
Serviço médico/hospitalar			X			3		
Financiamentos		X			2			
Existência de empresas			X			3		

turísticas								
Qualidade dos serviços turísticos oferecidos			X			3		
Sistema de telecomunicações			X				4	
Sensibilização turística		X			2			
Limpeza		X				3		
Utilização de meios de divulgação para a cidade			X			3		

Elementos	Após a implantação da Rota dos Tropeiros			Encontra-se:				
	PIOROU	IGUAL	MELHOROU	RUIM	ABAIXO DA MÉDIA	NA MÉDIA	LIGEIRAMENTE ACIMA DA MÉDIA	ÓTIMO
EM RELAÇÃO À GESTÃO POLÍTICA DO DESTINO								
Desempenho das empresas turísticas em relação aos serviços concedidos			X			3		
Inventário turístico			X					5
Planejamento turístico			X				4	
Conselho de turismo		X			2			
Fundo municipal de turismo		X		1				
Plano municipal de turismo		X			2			
Monitoramento da satisfação dos turistas		X		1				
Sensibilização dos empresários perante a importância da qualidade de serviços			X		2			
Programas de incentivo ao turismo		X			2			
Investimentos			X		2			

Segurança		X				3		
Treinamentos			X			3		
Integração de roteiros		X				3		
MKT			X			3		
Entrada de capital		X			2			
Comunicação entre a comunidade e o turista		X				3		
Entrosamento da comunidade em relação ao turismo		X			2			
Relação entre o município (destinação) e o <i>trade</i> turístico		X				3		
A imagem do município			X			3		
Política para o turismo		X				3		
Pesquisa			X		2			
Apoio dos residentes no desenvolvimento do turismo		X			2			
Comprometimento do setor público (governo, instituições) com a educação e treinamento para o turismo		X				3		
Comprometimento do setor privado com a educação e treinamento para o turismo		X				3		
Treinamento e capacitação em turismo de acordo com as necessidades e desejos dos visitantes			X		2			
Reconhecimento por parte do setor público (governo,			X				4	

instituições) da importância do desenvolvimento de um turismo sustentável								
Reconhecimento por parte do setor privado da importância do desenvolvimento de um turismo sustentável		X				3		

Elementos	Após a implantação da Rota dos Tropeiros			Encontra-se:					
	PIOROU	IGUAL	MELHOROU	RUIM	ABAIXO DA MÉDIA	NA MÉDIA	LIGEIRAMENTE ACIMA DA MÉDIA	ÓTIMO	
EM RELAÇÃO AOS TURISTAS									
Estudo de público alvo			X			3			
Roteiros comercializados			X			3			
Serviços de Agências / operadoras		X		1					
Pesquisa de demanda		X			2				
Importante para o desenvolvimento do Turismo		X				3			
Avaliação de gastos		X			2				
Informações consistentes		X			2				

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)