

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
NÍVEL MESTRADO**

**JEAN GILBERTO CAETANO**

**A DIMENSÃO GEOGRÁFICA E O MODO DE PRODUÇÃO DE UM DESTINO  
COMO FATORES DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

**Rio do Sul, Santa Catarina**

**2018**

JEAN GILBERTO CAETANO

**A DIMENSÃO GEOGRÁFICA E O MODO DE PRODUÇÃO DE UM DESTINO  
COMO FATORES DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Douglas Wegner

Rio do Sul, Santa Catarina

2018

C127d

Caetano, Jean Gilberto

A dimensão geográfica e o modo de produção de um destino como fatores de desenvolvimento turístico / por Jean Gilberto Caetano. – 2018.

118 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Administração, Rio do Sul, SC, 2018.

“Orientador: Dr. Douglas Wegner”.

1. Destino turístico. 2. Dimensão geográfica. 3. modo de produção. I. Título.

CDU: 379.85

JEAN GILBERTO CAETANO

**A DIMENSÃO GEOGRÁFICA E O MODO DE PRODUÇÃO DE UM DESTINO  
COMO FATORES DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovado em (dia) (mês) (ano)

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Douglas Wegner - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

---

Prof. Dr. Diego A.B. Marconatto - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

---

Prof. Dr. Ivan L. Garrido - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

---

Prof. Dr. Thiago Reis Xavier - Universidade Federal de Santa Maria

Agradeço a Deus por ter me dado força e saúde para cumprir mais essa jornada. A minha esposa Larisa e meus filhos Bruno e Sophia pelo incentivo e paciência. E a UNIDAVI por me proporcionar essa oportunidade.

## RESUMO

Dada relevância e atenção que os destinos turísticos têm despertado nas pesquisas recentes e levando em consideração as possibilidades de que um território ou lugar tem para alavancar o turismo a partir dos seus recursos, o presente estudo tem como objetivo identificar como a dimensão geográfica e o modo de produção de um destino turístico contribuem para seu desenvolvimento. O estudo baseou-se no modelo integrativo de destinos (PEARCE, 2014), a partir de uma abordagem exploratória e descritiva, de um método de análise qualitativo, baseado em um estudo de caso único. A coleta de dados secundários deu-se por meio da análise documental e os dados primários foram obtidos partir de entrevistas individuais, com a utilização de roteiros de entrevista semiestruturado. A análise dos dados deu-se a partir da análise de conteúdos e a unidade de análise baseou-se no Circuito das Araucárias, formado pelas cidades de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul, norte de Santa Catarina. As evidências apontaram para elementos identificados no destino, que foram analisados e aproximados às dimensões geográfica e modo de produção. Na sequência fez-se quatro relações entre os elementos. Como resultados da análise, a relação R1 se dá a partir do aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes e a presença de uma estrutura organizacional. Já a relação R2 é caracterizada pela ligação entre os atores locais, o aprimoramento de processos e do trade turístico, o grupo gestor e a cultura comunitária. A Relação R3 é identificada no Circuito das Araucárias e trata da ligação entre delimitação de fronteiras, o grupo gestor, poder público e a cultura comunitária. E a relação R4 é evidenciada pela realização de eventos para promover o produto turístico e com o auxílio mútuo de todas as prefeituras e gestores, pelo trabalho conjunto entre as secretarias de turismo, de forma integrada e regional. A partir dessas relações pode-se afirmar que, para um destino turístico tornar-se reconhecido é necessário muito mais que belos atrativos naturais. É necessária uma forte relação entre elementos geográficos e organizacionais, ou seja, pessoas e que estas estejam articuladas e engajadas, que aproveitem os recursos existentes no território, que criem um produto turístico atrativos e que tenham como maior objetivo o sucesso sistêmico de todos os envolvidos no destino turístico.

**Palavras-chave:** Destino turístico. Dimensão Geográfica. Modo de Produção.

## ABSTRACT

Given the relevance and attention that tourist destinations have aroused in recent research and taking into account the possibilities that a territory or place has to leverage tourism from its resources, the present study aims to identify how the geographic dimension and the way of a tourist destination contribute to its development. The study was based on the integrative destination model (PEARCE, 2014), based on an exploratory and descriptive approach, of a qualitative analysis method based on a single case study. Secondary data collection was done through documentary analysis and the primary data were obtained from individual interviews, using semi-structured interview scripts. The analysis of the data was based on the content analysis and the unit of analysis was based on the Araucarias Circuit, formed by the cities of Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho and São Bento do Sul, north of Santa Catarina. The evidence pointed to elements identified in the destination, which were analyzed and approximated to the geographic dimensions and mode of production. Four relationships were then made between the elements. As a result of the analysis, the R1 relationship is based on the use of existing natural, cultural and attractive resources and the presence of an organizational structure. The R2 relationship is characterized by the link between local actors, the improvement of processes and the tourism trade, the management group and the community culture. The R3 Ratio is identified in the Araucarias Circuit and deals with the connection between border delimitation, the management group, public power and community culture. And the R4 relationship is evidenced by the realization of events to promote the tourism product and with the mutual help of all city halls and managers, by the joint work between the tourism departments, in an integrated and regional way. From these relations it can be affirmed that, for a tourist destination to become recognized, it is necessary more than beautiful natural attractions. It is necessary a strong relationship between geographic and organizational elements, that is, people and that they are articulated and engaged, that take advantage of the existing resources in the territory, that create an attractive tourist product and that have as a greater objective the systemic success of all those involved in the tourist destination.

**Key-words:** Tourist destination. Geographic Dimension. Production Mode.





## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Dimensões e elementos do destino .....	22
Figura 2 - Modelo de Pesquisa .....	38
Figura 3 - Região Turística Caminhos dos Príncipes e cidades do Circuito das Araucárias.....	55
Figura 4 - Mapa e trechos do Circuito das Araucárias.....	57
Figura 5 - Relações entre os contextos geográfico e organizacional.....	81

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dimensões e elementos do destino .....	24
Quadro 2 – Definição dos elementos da Dimensão Geográfica - Lugar.....	28
Quadro 3 – Definições, resultados e características para Modo de Produção .....	35
Quadro 4 - Síntese das etapas da pesquisa .....	43
Quadro 5 - Tópicos de pesquisa e questionamentos.....	44
Quadro 6 - Perfil dos Entrevistados do Circuito das Araucárias.....	47
Quadro 7 - Lista de documentos analisados .....	48
Quadro 8 - Frentes Estratégicas do Programa Quiriri Sustentável .....	53
Quadro 9 - Número de estabelecimentos e serviços cadastrados no Circuito das Araucárias.....	58
Quadro 10 - Categorias iniciais e evidências empíricas identificadas no destino. ....	77
Quadro 11 - Aproximação das evidências do Circuito das Araucárias ao modelo integrativo .....	80

## LISTA DE SIGLAS

PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
FECOMÉRCIO/SC	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
FIESC	Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
MICE	<i>Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions</i>
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
EUA	Estados Unidos da América

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1 Problema de Pesquisa</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2 Objetivos</b> .....	<b>17</b>
1.2.1 Objetivo Geral.....	17
1.4.2 Objetivos Específicos .....	17
<b>1.3 Justificativa</b> .....	<b>17</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1 Conceitualização de destinos turísticos</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2 - Dimensões e elementos do destino</b> .....	<b>22</b>
2.2.1 Dimensão Geográfica - Lugar.....	24
2.2.2 - Modo de Produção - Estrutura, Comportamento e Atores .....	30
<b>2.3 - Relações entre as Dimensões do Destino</b> .....	<b>37</b>
<b>3 MÉTODO</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1 Caracterização da Pesquisa</b> .....	<b>39</b>
<b>3.3 Seleção do caso</b> .....	<b>40</b>
<b>3.4 - Coleta de dados</b> .....	<b>43</b>
<b>3.4 - Instrumentos de coleta de dados</b> .....	<b>44</b>
<b>3.5 - Técnicas de análise de conteúdo</b> .....	<b>46</b>
<b>4. RESULTADOS</b> .....	<b>50</b>
<b>4.1 Histórico e Contextualização do Destino</b> .....	<b>50</b>
4.1.1 Circuito das Araucárias .....	55
<b>4.2 CATEGORIAS IDENTIFICADAS NA ANÁLISE DE CONTEÚDO</b> .....	<b>60</b>
4.2.1 Categoria 1: Aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes.....	60
4.2.2 Categoria 2: Delimitação de fronteiras .....	64
4.2.3 Categoria 3: Aprimoramento de processos e do trade turístico .....	65
4.2.4 Categoria 4: Envolvimento dos atores locais .....	68
4.2.5 Categoria 5: Cultura comunitária .....	70
4.2.6 Categoria 6: Ações promocionais.....	72
4.2.7 Categoria 7: Presença de uma estrutura organizacional.....	74
4.2.8 Categoria 8: Participação do poder público .....	76
<b>4.3 – Barreiras e dificuldades</b> .....	<b>78</b>

<b>5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>80</b>
<b>6 IMPLICAÇÕES.....</b>	<b>86</b>
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>89</b>
<b>7.1 Limitações e estudos futuros .....</b>	<b>93</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>94</b>
<b>APÊNDICE A – PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXO A – SITE CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS.....</b>	<b>112</b>
<b>ANEXO B – CARTILHA CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS .....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO C – CARTILHA CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS .....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXO D – FOLDER AGÊNCIA SELEDON .....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO E – PLACAS DE SINALIZAÇÃO .....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO F – SELO ESTABELECIMENTO CAPACITADO .....</b>	<b>117</b>
<b>ANEXO G – KIT MANUTENÇÃO.....</b>	<b>118</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo tem se revelado como um grande fator de desenvolvimento econômico, social e cultural em diversas regiões do mundo. Uma atividade importante para a economia local, regional e nacional por meio da geração de emprego, desenvolvimento de empresas e negócios, injeção de recursos na economia e impacto no Produto Interno Bruto (PIB). Além disso, o turismo contribui na melhoria da infraestrutura de cidades, de rodovias, de saneamento, na diversificação de serviços prestados e produtos oferecidos pelas empresas e nas opções de entretenimento e lazer (SEBRAE, 2017).

Pesquisas revelam que em 2015 houve uma movimentação de 1,184 bilhão de pessoas no turismo mundial. A maioria destes turistas, 51,4% do fluxo total, optou pela Europa, 23,4% viajaram à Ásia e ao Pacífico, outros 16,1% vieram para as Américas, incluindo Norte, Sul e Central e os demais foram ao Oriente Médio e à África. Nesse mesmo ano, o Brasil recebeu mais de 6 milhões de turistas internacionais, responsáveis pela injeção de US\$ 5,8 bilhões na economia brasileira (PACET, 2016).

O *The World Economic Forum* classifica o Brasil como 27º no índice de competitividade em viagens e turismo, que considera diversos aspectos, dentre os quais, o País se destaca em: 1ª posição em recursos naturais e 8ª posição em viagens de negócios no mundo (CROTTI e MISRAHI, 2017). Santa Catarina é o 6º Estado que mais recebe turistas internacionais, cerca de 149 mil em 2015; o 6º que mais emprega trabalhadores no setor no País, cerca de 5% da mão de obra e o 8º Estado com maior número de estabelecimentos associados ao turismo, 4% do número total de empreendimentos (SEBRAE, 2017).

Estes números evidenciam a importância do turismo como um setor relevante e promissor para a economia mundial, nacional, regional e local. Em especial, Santa Catarina já concentra esforços e investimentos no setor. Entidades como a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (FECOMÉRCIO/SC), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/SC) e a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) uniram forças para traçar uma rota estruturante para o turismo catarinense. A partir de uma nova visão sobre o destino turístico, o Caderno Rotas Estratégicas Setoriais - Turismo, contempla as particularidades de cada região do Estado, suas vocações e

desafios e teve como objetivo oferecer informações e propostas para concretização de ações de curto, médio e longo prazo. O estudo foi resultado de uma construção coletiva que envolveu representantes do governo, do trade turístico, do terceiro setor, da academia e da indústria (FIESC, 2016).

Segundo dados da Federação das Indústrias de Santa Catarina, o Estado tem como força econômica prioritária o setor de serviços, que em 2014 representou 62,9% do PIB do estadual. Em virtude da amplitude e diversidade dos serviços ofertados, somente o turismo representou, em 2013, aproximadamente 12,5% do PIB (FIESC, 2016). Esta relevância pode ser atribuída a diversos fatores. Um deles é o alinhamento com a vocação nacional. Ao analisar os mesmos quesitos no Estado catarinense verifica-se que os recursos naturais e culturais estão presentes em todas as regiões e possuem alta atratividade e competitividade (FIESC, 2016).

Para explorar todo este potencial o Caderno Rotas Estratégicas Setoriais - Turismo (FIESC, 2016), ainda apresenta tendências e oportunidades para cinco macrosssegmentos do turismo catarinense: Turismo de Orla, Turismo em Regiões Históricas e Turísticas, MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*), Turismo em Áreas Naturais e Parques Temáticos. Dentre esses macrosssegmentos, o presente estudo terá como foco dois deles: o Turismo em Regiões Históricas e Turísticas e o Turismo em Áreas Naturais.

O Turismo em regiões históricas e turísticas é configurado principalmente pelo turismo cultural onde há um interesse particular em localidades que preservam as tradições, os costumes, os recursos históricos e onde se constata o orgulho local pelo patrimônio. Já o Turismo em Áreas Naturais reúne diversos segmentos, entre eles: Turismo de Aventura, Turismo de Natureza, Turismo Rural, Ecoturismo, entre outros. A presença de recursos naturais e características culturais e históricas no território catarinense faz do Estado um cenário propício para o desenvolvimento turístico competitivo e sustentável (FIESC, 2016).

Mas, para que este desenvolvimento seja alcançado é necessário muito mais do que tradições, costumes, história e belas paisagens. Elementos como infraestrutura local, participação comunitária e políticas de apoio ao turismo, entre outros, podem determinar a consolidação e o desenvolvimeto de um destino turístico. Esta pesquisa analisa esses elementos e aborda outros que, se articulados de forma adequada, podem consolidar um produto ou destino turístico.

## 1.1 Problema de Pesquisa

Os macrossegmentos apresentados no Caderno Rotas Estratégicas Setoriais -Turismo (FIESC, 2016) servem como ponto de partida para que as regiões turísticas catarinenses explorem o turismo a partir de suas características locais. Porém, é necessário que o setor esteja atento também a outras tendências que podem influenciar o turista na escolha de sua próxima viagem. A internet como principal fonte de pesquisa, aliada a inovações tecnológicas para promoção do turismo, como lojas com realidade virtual, permitem que o potencial turista vivencie o local antes mesmo da compra do pacote de viagem (SEBRAE, 2017).

A partir do Turismo em Regiões Históricas e Turísticas, e do Turismo em Áreas Naturais é possível ampliar as opções apresentadas aos visitantes. A combinação de características locais e a articulação dos atores, por exemplo, podem gerar produtos turísticos, alinhados com as necessidades de um público que busca vivenciar e experimentar novas formas de turismo, o chamado Turismo de Experiência e Turismo Criativo.

Para Trigo (2010) o Turismo de Experiência está baseado em viagens que superam a banalidade, o trivial e o convencional, onde o viajante busca momentos e lugares que enriquecem a sua história. O turismo de experiência tem a característica de transformar o viajante, levando-o a uma experiência singular ao se envolver com uma atração específica do local, com o jeito de viver das pessoas, com a cultura e outras atividades (SEBRAE, 2016). A oferta de experiência acontece quando os atrativos oferecem intencionalmente produtos e serviços para atrair o viajante e criar um acontecimento memorável. (PINE II e GILMORE, 1999).

A UNESCO (2006) definiu Turismo Criativo como uma viagem para uma experiência autêntica, com uma aprendizagem participativa e que facilita a ligação com aqueles que residem no local. Para Carvalho (2011) o turismo criativo caracteriza-se em oferecer ao visitante oportunidades para desenvolver seu potencial criativo, por meio da participação em cursos ou momentos de aprendizagem que possibilitem conhecer melhor as características do destino visitado. O turista criativo difere-se do turista casual por optar por uma vivência mais próxima da comunidade local ao querer experienciar na prática algo de característico e representativo dessas comunidades e lugares.



O Turismo de Experiência e o Turismo Criativo estão presentes em diversos lugares do mundo como no Japão onde o turista pode aprender a cozinhar comida japonesa caseira e ainda vivenciar experiências religiosas e de artes tradicionais. Enquanto em Paris, o turista tem a possibilidade de cozinhar pratos tradicionais da cidade ou participar de *workshops* de fotografia enquanto caminha pelas ruas, na Tailândia o turista pode treinar boxe tailandês (SEBRAE, 2017).

No Brasil o turismo criativo ganha força em cidades como Porto Alegre (RS) onde os turistas podem aprender a dança gaúcha, fazer um *tour* de fotografia, ou mesmo aprender a preparar o chimarrão e o churrasco; em Petrópolis (RJ) onde o turista pode participar de dramatizações de época no Museu Imperial; em São Paulo (SP) visitando microcervejarias no interior e na Chapada dos Veadeiros (GO) onde existe um passeio de três dias, que envolve voo de balão, um *workshop* de fotografia, a realização de fotos das paisagens e ver o nascer do sol na localidade (SEBRAE, 2017).

Para que o Turismo Criativo e o Turismo de Experiência aconteçam é necessário conceber produtos que trabalhem com a cultura local, que tenham interação com os atores e principalmente que representem a essência do destino. Não é difícil encontrar exemplos de territórios que criaram um diferencial específico e hoje são reconhecidos mundialmente, como é o caso da Índia com a imagem do Taj Mahal, a Califórnia com a Disneyland, o Brasil com a Selva Amazônica ou o Carnaval no Rio, e o Nepal com o Monte Everest (BATISTA, 2013).

Considerando os recursos históricos, culturais e naturais o território catarinense apresenta amplas condições para oferecer novas experiências a seus visitantes. A diversidade de fauna, flora e paisagens demonstram este alto potencial de atratividade para o ecoturismo. Por exemplo, a Baleia Franca na região dos Encantos do Sul (Criciúma, Laguna, Tubarão, Imbituba, entre outros) e os *canyons* do Parque Nacional Aparados da Serra, as praias da Grande Florianópolis, Costa Verde & Mar ( Balneário Camboriú, Itapema, Porto Belo, entre outras cidades).

Além dos atrativos naturais o Estado é rico em sua diversidade cultural e em seu patrimônio histórico e turístico. O vinho e a neve da Serra Catarinense e as festas típicas do Vale Europeu, os museus e marcos dos Caminhos das Fronteiras ( São Miguel do Oeste, Itapiranga, Anchieta, entre outras), as estâncias termais e hidrominerais do Vale das Águas (Águas de Chapecó, Palmitos, São Carlos, entre

outras) e as paisagens rurais do Caminhos do Alto Vale ( Rio do Sul, Taió, Ibirama, entre outras) são apenas alguns exemplos da diversidade turística do Estado.

Mesmo assim, não só em Santa Catarina mas em todo o Brasil, existe uma expressiva quantidade de lugares que, mesmo com todo potencial natural, cultural e social, ainda não conseguiram ser reconhecidos como destinos turísticos atrativos. O estudo apresentado por Vieira e Hoffmann (2013) em sessenta e cinco destinos brasileiros concluíram que a gestão dos destinos turísticos seria o principal aspecto a ser considerado para o desenvolvimento da competitividade do lugar.

A construção deste reconhecimento perpassa por diversas etapas e necessita da participação de atores do setor público, privado e terceiro setor, comprometidos com o desenvolvimento da atividade turística. Sebrae e Ministério do Turismo esperam que gestores de instâncias públicas e privadas, envolvidos com o turismo, sejam instigados e convidados a pensar em maneiras de incrementar ações já existentes ou mesmo criar novos projetos e arranjos locais, com foco na diferenciação de produtos e serviços turísticos (SEBRAE, 2013). Além dos gestores, o papel da comunidade local é fundamental para a sustentabilidade do destino por meio da participação dos residentes, assumindo uma função de liderança no processo de desenvolvimento da atividade turística (CHAGAS, MARCIO et al., 2016).

Conceber opções de Turismo Criativo ou Turismo de Aventura, demanda dos destinos uma certa organização. Pearce (2014) apresenta uma estrutura integrativa do destino, composta pela Dimensão Geográfica, Modo de Produção e Dimensão Dinâmica. De uma maneira geral, a Dimensão Geográfica se refere às características do território. O Modo de Produção aborda o comportamento dos atores e a Dimensão Dinâmica a relação entre os elementos e sua constante evolução.

O grande desafio no desenvolvimento do turismo está no delineamento de estratégias que possam tornar um destino atrativo e reconhecido, ou seja, reconhecer os recursos naturais, culturais e históricos do território e, com o envolvimento dos diversos atores locais, criar novas experiências ao visitante. Identificar como alguns destinos chegam a um nível de reconhecimento e atratividade, pode ser um balizador para que outros destinos alcancem o mesmo *status*. Entender como os atores se articulam e exploram o potencial turístico em um

destino, vem ao encontro da estrutura integrativa do destino apresentada por Pearce (2014).

A estrutura apresentada por Pearce (2014), sugere que o destino seja visto a partir de sua natureza geograficamente complexa, levando-se em conta os fatores geográficos, sociais e culturais. Outro olhar é para a forma como seus atores estão organizados e se interrelacionam, o que é chamado de modo de produção. O autor também enfatiza a natureza dinâmica do destino rumo a melhoria e evolução, porém para que isso aconteça, o modo de produção e os fatores geográficos devem coexistir, já que os resultados evolutivos serão apresentados a partir deles. Assim, o presente estudo voltará seu foco para as duas primeiras dimensões (Geográfica e Modo de Produção), entendendo que seria primordiais para a existência da terceira dimensão (Dinâmica).

Com base neste contexto, a pergunta que move este estudo é **como a dimensão geográfica e o modo de produção de um destino turístico contribuem para torná-lo reconhecido?**

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo Geral

Identificar como a dimensão geográfica e o modo de produção de um destino turístico contribuem para seu desenvolvimento.

### 1.4.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as características da dimensão geográfica em um destino turístico desenvolvido.
- b) Analisar como se configura o modo de produção dos atores deste destino.
- c) Destacar as relações entre a dimensão geográfica e o modo de produção e como elas contribuem para torna-lo desenvolvido.

## 1.3 Justificativa

O presente estudo tem como ponto de partida a abordagem teórica de Pearce (2014) que apresenta uma estrutura integrativa para a análise do destino turístico e

sugere que os fatores chave sejam identificados e as relações entre eles sejam estabelecidos. A estrutura integrativa serve ainda como orientação para pesquisas como esta e ajuda a mostrar de forma mais direta como esses fatores podem contribuir para a compreensão e estruturação dos destinos.

Pearce (2014) identificou que os destinos turísticos são comumente analisados sob cinco perspectivas: destinos turísticos compreendidos como distritos industriais, clusters, redes, sistemas e construções sociais. Na sequência o autor supracitado identifica, sintetiza e discute um conjunto de elementos ou atributos recorrentes nos destinos, que puderam ser agrupados em três grandes dimensões: geográfico, modo de produção e dinâmico. Cada dimensão é composta ainda por outros elementos de análise que ajudam na compreensão do destino.

O modelo integrativo proposto por Pearce (2014) infere implicações diretas para o gerenciamento de destinos. Uma visão mais abrangente dos conceitos e elementos apresentados permite aos gestores do destino, por exemplo, definir prioridades, alocação de recursos ou outras abordagens gerenciais. Por outro lado, lidar com todas as dimensões, elementos e atributos pode ser uma tarefa complexa e fora do alcance dos gerentes. Assim, Pearce (2014) sugere que pesquisas empíricas demonstrem formas e medidas para explicar o desempenho dos destinos a partir dos conceitos ou elementos particulares. Ressalta ainda que, dada a multiplicidade de elementos identificados e a gama de relações potenciais existentes, nenhum estudo conseguiria abranger todos os aspectos da estrutura.

Dessa forma, acatando a sugestão do autor para estudo futuros, esta pesquisa explica como a Dimensão Geográfica e do Modo de Produção contribuem para a consolidação do destino turístico. Dentro dessas dimensões serão abordados aspectos formadores como lugar, estrutura, comportamento e atores. Além disso, o estudo tem como objeto um destino que já apresenta uma certa organização entre os atores e que já explora características do turismo de Áreas Naturais e de Regiões Históricas e Turísticas. Tal escolha se deve ao fato de existirem diversos destinos, no Brasil e no mundo, que apresentam as mesmas características e por isso podem ser considerados destinos potenciais para o para o desenvolvimento do turismo.

Com base nessa contextualização, a **justificativa teórica** para a realização deste estudo está na possibilidade de contribuir com o modelo de Pearce (2014) apresentando evidências que comprovam as relações entre as dimensões e os elementos que compõem seu modelo.

No âmbito **gerencial**, analisar um destino já reconhecido e organizado e observar as relações entre os atores e o contexto local, pode revelar fatores importantes para a geração de estratégias e ações de desenvolvimento em outros destinos turísticos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentadas as bases teóricas para alcançar o objetivo deste estudo. Partindo da necessidade de entender o destino, é necessário compreender a essência de cada conceito e os estudos relacionados a cada um deles. Em seguida, é apresentada a estrutura integrativa proposta por Pearce (2014), suas dimensões e elementos. As dimensões geográficas e de modos de produção, conforme justificado anteriormente, serão abordadas com maior ênfase.

### 2.1 Conceitualização de destinos turísticos

O presente estudo aborda o turismo na perspectiva do destino, composto desde os recursos locais existentes até a relação entre os atores envolvidos na atividade turística. Os destinos podem ser entendidos como lugares indutores de desenvolvimento turístico que dispõem de infraestrutura básica e turística, atrativos qualificados e se caracterizam como núcleos receptores ou distribuidores do fluxo turístico, capazes de atrair turistas e dinamizar a economia do território em que estão inseridos (BARBOSA, 2008).

O destino turístico também compreende atividades econômicas, culturais e sociais, vindo a ser entendido como um produto de oferta (BREA, 2011). Ou ainda, como uma soma de interesses, atividades, instalações, infra-estrutura e atrações que criam a identidade de um lugar (FRAMKE, 2002). No entanto, para que um lugar seja reconhecido como destino, não basta apenas a existência de interesses, atividades, instalações, infra-estrutura e recursos. É necessário que esses elementos sejam interpretados, planejados e gerenciados, atendendo as seus aspectos individuais e principalmente às interações entre esses elementos (TIMÓN, 2004).

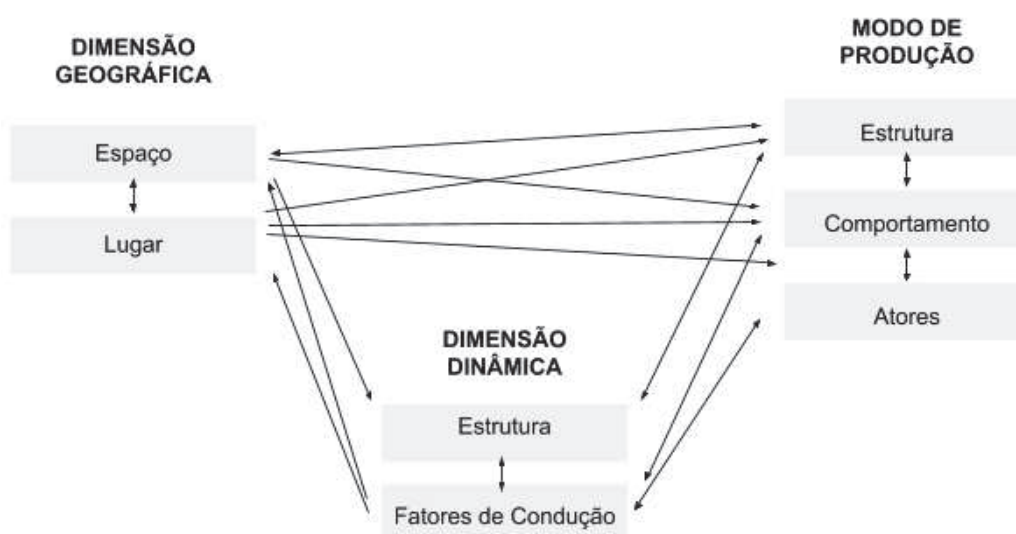
A forma como essa organização acontece recebe a atenção de diferentes autores. Pyke, Becattini e Sengenberger (1990), comparam o destino a um Distrito Industrial pela presença ativa de uma comunidade de pessoas e uma população de empresas, em uma área natural e historicamente limitada. Características como interdependência, fronteiras flexíveis das firmas, concorrência cooperativa, confiança em colaboração e uma "cultura comunitária" também são abordadas por Hjalager (2000). A organização espacial e funcional, a competição e inserção sociocultural entre as partes interessadas são citadas também por Petrić e Mrnjavac (2003).

Nessa mesma linha Gaido (2002) enfatiza as características geográficas, culturais e sociais. A organização do destino também pode ser comparado com um cluster onde há concentrações geográficas de empresas e instituições interligadas em um campo específico (PORTER, 1998). Porém os clusters de turismo diferem dos industriais, pois são áreas em que a produção e o consumo do turismo ocorrem simultaneamente (FABRY, 2009). O destino ainda pode configurar-se como uma rede, com a presença de nós e conexões (ROCKS, GILMORE e GIBSON, 2005) onde os nós são substituídos por atores e conexões com laços e vínculos sociais (DAVERN, 1997).

Outros estudos ainda comparam o destino turístico com um sistema, formado por um grupo de elementos inter-relacionados, interdependentes e interagindo que juntos formam uma única estrutura funcional (WEAVER e OPPERMANN, 2000) ou quando todos os recursos envolvidos na atividade são mutuamente ligados por relações mais fortes (BONETTI, PETRILLO e SIMONI, 2006). Por fim, um destino turístico ainda pode ser visto como uma construção social, por meio da interação de pessoas e atividades humanas na sociedade (IWASHITA, 2003).

Até aqui os autores supracitados abordam o destino como um espaço de relações interorganizacionais, em termos de quem e como deve ser gerenciado e qual a estrutura de gerenciamento é mais apropriada. No entanto, essa abordagem dá pouca importância ao que está sendo gerenciado (produtos ou experiências) e ao contexto do destino (inclusão de residentes locais, setores e fatores ambientais, sociais e históricos). Este olhar holístico é apresentado por Pearce (2014), que identifica e sintetiza os elementos-chave a partir dos cinco grandes conjuntos de conceitos (distritos industriais, clusters redes, sistemas e construções sociais) e gera o que ele chama de estrutura conceitual integrativa de destinos (Figura 1).

Figura 1 – Dimensões e elementos do destino



Fonte: elaborado pelo autor, baseado em Pearce (2014).

A estrutura conceitual integrativa do destino apresentada por Pearce (2014) indica que a Dimensão Geográfica e o Modo de Produção apresentam diversas ligações, assim como os elementos de cada dimensão. As conexões com a Dimensão Dinâmica mostra que tanto a Dimensão Geográfica como o Modo de Produção irão mudar ao longo do tempo devido aos vários fatores de condução. O resultado evolutivo, obtido na Dimensão Dinâmica, mostra a necessidade da existências das outras duas dimensões. Dessa forma, a abordagem a seguir mantém o foco nas características geográficas e na forma como os atores locais se relacionam.

## 2.2 - Dimensões e elementos do destino

Embora Pearce (2014) apresente um conjunto de três dimensões que devem ser observados no destino (Dimensão Geográfica, Modo de Produção e Dimensão Dinâmica) e haja uma inter-relação entre elas, é necessário a existência ou identificação das duas primeiras para que a terceira apareça no território. O próprio autor conceitua o destino como "um modo de produção dinâmico, geograficamente baseado, que fornece produtos interdependentes e complementares aos turistas e



transforma os espaços e lugares nos quais essa produção ocorre" (PEARCE, 2014. p. 149). Em outro estudo realizado sobre estruturas e funções em destinos na Nova Zelândia, Pearce (2015) destaca a atenção dada às funções de gerenciamento e ao contexto geográfico ou territorial em que os destinos estão inseridos, duas características principais que influenciam as estruturas de gerenciamento do destino.

Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) reforçam essa visão em seu estudo que analisou três importantes destinos alpinos italianos. Eles afirmam que a vantagem competitiva vem da capacidade de se diferenciar em termos de características do cluster e integração efetiva. O Fator Competitividade também aparece no estudo de Vieira e Hoffmann (2013) em 65 destinos brasileiros. Os resultados mostram que a gestão dos destinos turísticos seria o principal aspecto a ser considerado para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos. Isso talvez explique a razão pela qual diversos destinos turísticos, ainda que dotados de recursos e atrativos naturais e culturais, não consigam desenvolver o turismo.

Outra abordagem científica chamada "Inteligência Territorial" é citada por Luque Gil (2015) e tem como objetivo estabelecer um conjunto de conhecimentos multidisciplinares usando aspectos ambientais, econômicos e sociais para garantir a sustentabilidade dos territórios. A importância da dimensão geográfica na composição do núcleo do destino é abordada também por Jovicic (2016). O autor afirma ainda que dela dependem todas as outras dimensões de um destino e traz o exemplo de um pequeno município na Sicília que ganhou grande popularidade porque é o principal ponto de parada turística para expedições ao cume do Monte Etna. Jovicic (2016) reforça a importância geográfica quando compara o turismo com outras indústrias: "ao contrário de outras indústrias, o desenvolvimento do turismo requer áreas geográficas de qualidade, bem conservadas e atraentes, com atributos físicos e humanos que possam satisfazer a demanda" (JOVICIC, 2016. Pág. 14).

Com base nos estudos apresentados e a partir do entendimento da importância das dimensões geográficas e modo de produção proposto no modelo de Pearce (2014), as próximas seções focam nas duas dimensões, elementos que as compõem (Quadro 1) e estudos em que são evidenciadas.

Quadro 1 – Dimensões e elementos do destino

Dimensão Geográfica	Lugar	Fatores Contextuais, Inserção Social, Inserção Geográfica, Características Culturais e Recursos Naturais
Dimensão Modo de Produção	Estrutura	Interdependência e Complementaridade
	Comportamento	Cooperativo e Competitivo
	Atores	

Fonte: elaborado pelo autor, baseado em Pearce (2014).

### 2.2.1 Dimensão Geográfica - Lugar

A dimensão geográfica dos destinos pode ser representada por uma série de elementos em diferentes níveis de significância. O lugar é formado e influenciado por fatores contextuais, características culturais, incorporações sociais e geográficas e recursos turísticos (PEARCE, 2014). Estes itens não devem ser analisados de forma independente, mas sim de forma integrada e combinada. Enquanto um destino pode apresentar características culturais que o diferenciam, outro pode explorar seus recursos turísticos somados às capacidades dos atores.

Assim, mesmo que se pretenda conceituar e exemplificar isoladamente os fatores formadores do lugar, em algum momentos eles estão sendo combinados e/ou complementados por outros fatores. Por isso os elementos que compõem a dimensão geográfica não serão tratados isoladamente, mas abordados de acordo com o contexto dos estudos e apresentados em um quadro síntese ao final desta seção.

Até por uma questão semântica, a geografia está no centro das atenções, já que o turismo é inseparável dos espaços e lugares em que é criado, imaginado, percebido e experimentado (ATELJEVIC, 2000). Por isso, em um primeiro momento, a dimensão geográfica dos destinos tem seu foco voltado às características espaciais. O mais comum é a concentração espacial de empresas e atividades ligadas ao turismo (PEARCE, 2014). As formas como essas empresas se unem, criam vantagens competitivas e atuam em um espaço geográfico em relação a uma cadeia de valor, são definidas como cluster (PORTER, 1998). No turismo, o cluster

aparece a partir do agrupamento de atores e é a maneira mais eficiente para alcançar o desenvolvimento de destinos e alcançar um turismo mais competitivo (IVANIŠ, 2011). Ainda em uma visão de negócio, o destino é fator chave no turismo pois contém atores que, juntos, produzem um produto local, que é a resposta às expectativas do turista (FRAMKE, 2002).

Em uma perspectiva espacial, a dimensão geográfica é abordada também por Leiper (1979). Para ele, o turismo necessita de três elementos: a região geradora de origem ou turista, que é o local onde começam e terminam as excursões; a região de destino ou local de acolhimento, onde os turistas ficam temporariamente; e, por fim, a região ou rota de trânsito por onde os turistas viajam. Este último elemento amplia a perspectiva espacial em relação ao turismo, e pode incluir cidades ou regiões que hoje não são destinos, mas que servem como rota de trânsito para o fluxo de turistas. Estas rotas que ligam os destinos incluem pontos de parada que podem ser usados por conveniência ou por causa da existência de atrações. As rotas são elementos vitais no sistema, pois influenciam a qualidade do acesso a determinados destinos, e conseqüentemente, o tamanho e a direção dos fluxos turísticos (LEIPER, 1979).

Dependendo de sua localização dentro do itinerário, os lugares podem exibir características de um ou mais tipos. Lohmann e Pearce (2010) referem-se a essas características e classificam os lugares como Origem, Destino, *Gateways*, *Hubs*, Paradas e Funções Múltiplas. Lew e McKercher (2002), a partir de dados coletados de viajantes aéreos internacionais, que Hong Kong exibe características dos quatro primeiros padrões. Por exemplo, residentes de Taiwan e Cingapura usaram principalmente Hong Kong como um destino único para férias curtas, feriados e para negócios. Os residentes dos EUA e da Austrália foram os mais propensos a usar Hong Kong como uma viagem *Gateway* para outro destino turístico, especialmente para a China. Os residentes da China eram mais propensos a usar Hong Kong como destino de viagem. Assim pode-se considerar Hong Kong como uma "porta de entrada para a China" e um "centro de viagens asiático".

Analisar o lugar e classificá-lo como região de destino, origem ou rota (LEIPER, 1979) ou ainda como *Gateways*, *Hubs*, Paradas e Funções Múltiplas (LOHMANN e PEARCE, 2010), pode ser estratégico para a viabilidade e sustentabilidade da atividade turística.

Mas a dimensão geográfica apresenta ainda outras características além das empresas e do fluxo de visitantes. Os destinos devem ser vistos como unidades, mas com a possibilidade de ampliar seu limite geográfico por conta de uma prática social integrativa (FRAMKE, 2002). Os recursos geográficos, sociais e culturais devem ser analisados e combinados de forma a criar uma vantagem competitiva, ou seja, algo que só pode ser encontrado no referido destino (RODRÍGUES, 2008). Nesta perspectiva, deve-se considerar as interações entre os atores e os recursos naturais e culturais, os turistas, o setor produtivo, instituições públicas e privadas, os residentes e o próprio território. Se por um lado o destino é visto como uma aglomeração de atrações e serviços, por outro deve-se considerá-lo como uma aglomeração dinâmica de atrações, cultura, eventos, paisagens e serviços (FRAMKE, 2002).

Os recursos de um território vão além dos naturais e físicos. Eles podem ser retratados pela tradição local, pelas características climáticas, eventos e festas típicas, costumes, identidade, atrativos naturais, entre tantos outros. Dessa forma, com um olhar minucioso, a combinação de território e recursos pode ser compreendido como um *terroir* onde os recursos são vistos como valores patrimoniais resultantes de relações entre os elementos culturais, sociais, ecológicos e econômicos se desenvolveram ao longo do tempo. Um *terroir* consiste também em um espaço geográfico complexo, caracterizado por seu clima e condições de solo, pelo ambiente de conhecimentos e práticas e pelo grupo de tradições e costumes locais (BARJOLLE et al., 1998).

Timón (2004) afirma que para conseguir desenvolvimentos turísticos equilibrados é necessário entender o destino como um espaço geográfico, social e econômico com certas qualidades, onde as experiências de turismo são oferecidas aos seus visitantes, mas também oportunidades e qualidade de vida para seus habitantes. Essa inserção social dos atores é fator determinante para o desenvolvimento dos destinos turísticos. É vital levar em consideração as relações complexas entre produtores, consumidores, pessoas locais e autoridades (SARANIEMI, 2010).

Ao abordar a problematização dos conceitos dos destinos turísticos Saraniemi (2010) reforça os papéis e posições dos diferentes atores. Em seu entendimento, o turista deve ser visto também como um produtor do turismo, pois ele está procurando por produtos específicos (e significados) para comercializar sua auto-

imagem e sua própria identidade no mercado. Quando o turista visita um lugar ele cria seu próprio espaço turístico, ou seja, o turista é caracterizado não só como um consumidor econômico, mas como um ator social e consumidor em busca de experiência (FRAMKE, 2002).

A capacidade dos atores locais aproveitarem os recursos internos e externos a favor do desenvolvimento da atividade turística é definida por Varisco (2004) como Endogeneidade. Em seu estudo, o autor analisa a capacidade do turismo de Miramar e mostra que o destino apresenta um elevado percentual de serviços de transporte (96%) oriundos de outras localidades. Da mesma forma o número de alojamentos pertencentes a empresas externas ou pessoas que não residem em Miramar (34%) é considerado alto. Os dados retratam a fuga de recursos para fora da localidade, o que leva a inexistência de novos investimentos e a dificuldade de inovação. A falta de articulação entre os atores locais ou a baixa endogeneidade, retrata a situação estanque do turismo em Miramar.

Varisco (2004) infere que os recursos naturais e culturais constituem a matéria-prima do turismo e definem o potencial da atividade para atrair visitantes regionais, nacionais e internacionais. Não é difícil encontrar destinos que se formaram a partir de fatores contextuais e/ou características culturais, como o cluster turístico formados por fazendas familiares, associações esportivas e outros que podem contribuir com o turismo rural nas cidades de Lipik e Pakrac, na Croácia. Outras 40 entidades turísticas da área de Lonjsko polje, proponentes de serviços turísticos, fabricantes de alimentos saudáveis, fabricantes de vinhos e queijos, formaram um dos primeiros *cluster* turístico daquele país. O mesmo acontece com hotéis familiares, restaurantes, *coffee shops* e *resorts* de férias, fazendas camponesas, adegas e fabricantes de lembranças, que vêem o *cluster* como um agente de desenvolvimento da zona turística comum chamada Touring Sutla e Žumberak (IVANIŠ, 2011).

No Brasil, os *clusters* turísticos também podem ser encontrados em diversas regiões. Essa denominação se dá quando empresas ou atores que têm uma limitada disponibilidade de recursos, mesmo disputando o mesmo mercado, conseguem cooperar entre si e obter ganhos mútuos (SOUZA e GIL, 2015). Em seu estudo, os autores ainda compilaram a produção científica sobre *clusters* turísticos nacionais, que tratam da identificação, elaboração de modelos e avaliação, articulação entre atores, competitividade, desempenho e regiões turísticas. Souza e Gil (2015) ainda

identificaram *clusters* em regiões de turismo como Minas Gerais, Espírito Santo, região nordeste, municípios catarinenses e municípios litorâneos do Estado de São Paulo.

Por fim, percebe-se que a Dimensão Geográfica apresenta características que vão muito além das físicas. A identificação de agrupamentos entre os atores locais, a existência de produção conjunta, o reconhecimento da região como geradora, destino ou rota, a participação nas políticas de regionalização do turismo, a exploração dos recursos geográficos, econômicos e sociais, a participação dos atores locais nos processos turísticos e o aproveitamento dos recursos internos e externos, são aspectos importantes que devem ser avaliados nesta dimensão.

Mesmo que os elementos que compõem a dimensão geográfica não possam ser tratados isoladamente, cada estudo ressalta características que se aproximam de uma classificação. Dessa forma, Quadro 02 apresenta um agrupamento de definições e seus respectivos autores, de acordo com os elementos da Dimensão Geográfica.

Quadro 2 – Definição dos elementos da Dimensão Geográfica - Lugar

Lugar	Definição	Referências
Fatores contextuais	Concentração espacial de empresas e atividades ligadas ao turismo	Pearce, 2014; Porter, 1990 e Ivanis, 2011
	Aglomeração dinâmica de atrações, cultura, eventos, paisagens e serviços	Framke, 2002
	Região como geradora de origem, como destino e rota de trânsito	Leiper, 1979
	Destino como um espaço geográfico, social e econômico	Timón, 2004 e Barjolle et al., 1998.
Inserção Social	O destino formado por atores que juntos produzem um produto local, que atende às expectativas do turista	Framke, 2002
Inserção Geográfica	Lugar como origem, destino, gateways, hubs, paradas e funções múltiplas	Lohmann e Pearce, 2010
	Demarcações geográficas - descentralização e regionalização do destino	Brasil, 2004
	Presença de características como fronteiras flexíveis	Gaido, 2002
Características Culturais	Terroir como valores patrimoniais, resultantes de relações entre os elementos culturais, sociais, ecológicos e econômicos	Barjolle et al., 1998.

Recursos Naturais	Atores locais aproveitam recursos interno e externos	Varisco, 2004
	Recurso naturais e culturais como matéria prima do turismo	Varisco, 2004
	Terroir como um espaço geográfico complexo, caracterizado pelo seu clima e condições de solo, pelo ambiente de conhecimentos e práticas e pelo grupo de tradições e costumes locais	Barjolle et al. 1998

Fonte: elaborado pelo autor.

A Dimensão Geográfica proposta por Pearce (2014) é formada pelo elemento Lugar, que por sua vez é subdividido em fatores e características reconhecidas no destino. Os fatores contextuais referem-se à concentração de empresas e atividades ligadas ao turismo, nas aglomerações de atrações culturais e serviços, na caracterização da região de acordo com o fluxo de visitantes e no destino como um espaço geográfico, social e econômico (PEARCE, 2014; PORTER, 1990; IVANIS, 2011; FRAMKE, 2002; LEIPER, 1979; TIMÓN, 2004 e BARJOLLE et al., 1998).

Por sua vez, a inserção social, propõe uma cultura comunitária, com olhar para o coletivo e com uma comunidade ativa de pessoas e empresas que buscam o sucesso sistêmico do destino, além da possibilidade dos atores juntos, criarem um produto local voltado ao turista (FRAMKE, 2002).

A inserção geográfica refere-se às demarcações dos limites geográficos que auxiliam na construção da imagem do destino, na identificação e promoção do lugar. Mesmo assim, a adoção de uma fronteira flexível pode possibilitar o incremento do produto turístico local (LOHMANN E PEARCE, 2010; BRASIL, 2004 e GAIDO, 2002).

As características culturais do lugar referem-se aos valores patrimoniais, resultantes da relação cultural, social, ecológica e econômica. Estes valores influenciam diretamente a imagem do destino e suas políticas e apelos promocionais. Por fim, os recursos naturais referem-se à matéria-prima do turismo, e que a partir do olhar atento dos atores, devem ser aproveitados ao máximo em prol do turismo (BARJOLLE ET AL., 1998; VARISCO, 2004).

Após análise da Dimensão Geográfica, a próxima seção aborda a Dimensão Modo de Produção, assim como seus elementos e estudos que evidenciam sua aplicação.



## 2.2.2 - Modo de Produção - Estrutura, Comportamento e Atores

A Dimensão de Modo de Produção apresentada por Pearce (2014) enfatiza o modo como funcionam os destinos, e não a forma como eles se desenvolvem. Nesta dimensão o autor apresenta três elementos - Estrutura, Comportamento e Atores. No âmbito de uma organização estrutural o destino pode ser visto como Distrito Industrial ou Cluster, quando apresentam uma proximidade entre empresas de turismo e instituições relacionadas (HJALAGER, 2000 e PORTER, 1998). O destino também pode configurar-se como uma rede, com a presença de nós e conexões (ROCKS, GILMORE e GIBSON, 2005) onde os nós são substituídos por atores e conexões com laços e vínculos sociais (DAVERN, 1997). Essa rede heterogênea é composta por vários atores humanos e não humanos devidamente ordenados (REN, 2010) e o grau dos links entre os nós pode definir sua extensão espacial (SCOTT, COOPER e BAGGIO, 2008).

Outros estudos ainda comparam o destino turístico com um sistema, formado por um grupo de elementos inter-relacionados, interdependentes e interagindo que juntos formam uma única estrutura funcional (WEAVER e OPPERMANN, 2000). Bonetti, Petrillo e Simoni (2006) entendem que existe um sistema de turismo quando todos os recursos envolvidos na atividade são mutuamente ligados por relações mais fortes. Na Itália o modelo SLOT (Tourism Local System) é popular e refere-se às atividades integradas enraizadas no território e que requerem coordenação e envolvimento de todas as partes interessadas (CAPONE, 2006). Na mesma linha Prats, Guia e Molina (2008), que suscitam o território como uma construção coletiva, em vez de simplesmente como proximidade geográfica. Por fim, um destino turístico ainda pode ser visto como uma construção social, produzida e reproduzida, historicamente e culturalmente, por meio da interação de pessoas e atividades humanas na sociedade (IWASHITA, 2003).

A literatura aponta diversas características para o destino mas, segundo Hjalager (2000), cinco delas são mencionadas repetidamente: interdependência; limites flexíveis; competição cooperativa; confiança na colaboração sustentada; "cultura comunitária" com políticas públicas favoráveis. Em uma comparação com o modelo de Pearce (2014), a interdependência e os limites flexíveis (HJALAGER, 2000) estão diretamente ligados à estrutura (PEARCE, 2014). Já a competição



cooperativa citada por Hjalager (2000), está diretamente atrelada ao comportamento dos atores (PEARCE, 2014).

O fato de uma série de empresas atingirem exatamente os mesmos mercados, mas ainda assim serem capazes de compartilhar o acesso a oportunidades de várias maneiras, torna a competição cooperativa uma das características mais paradoxais de um distrito industrial (HJALAGER, 2000). Na visão de Maulet (2006) o distrito turístico vive numa cultura de complementaridade e cooperação interna, mas sem perder a cultura da disputa.

A competição cooperativa nos distritos turísticos é caracterizada também pela ausência de "leis" ou acordos escritos para regular as disputas que possam surgir entre as empresas ou atores. No entanto, Hjalager (2000) também afirma que existem modelos comportamentais tácitos que minimizam a busca de interesses próprios e de comportamento oportunistas. Ainda assim, pode ocorrer a presença de empresas oportunistas que aproveitam os recursos comuns, mas que não contribuem com o todo. As lojas, por exemplo, são beneficiadas pelo turismo mas geralmente são relutantes em participar dos custos de marketing de destino.

As relações entre os atores em aglomerados turísticos podem variar de destino para destino. Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) analisaram três importantes destinos alpinos italianos. As principais descobertas da pesquisa resultaram na identificação de quatro formas (ou estruturas) Interorganizacionais típicas em resorts de turismo alpino. O modelo de comunidade, onde cada operador turístico trabalha sozinho, sem visão interorganizacional; o modelo corporativo, onde há uma organização altamente concentrada baseada em acordos reconhecidos e geralmente administrados por algumas pessoas; o modelo governado, onde os turistas são gerenciados através de associações ou consórcios; e o modelo de constelação, onde a alta densidade relacional e confiança recíproca permitem uma boa coordenação e equilíbrio de poder entre as empresas de turismo. Mesmo que essas estruturas tenham sido identificadas, os autores constataram uma lacuna de inovação interorganizacional no turismo alpino e concluíram que a cultura empresarial deve buscar o conceito de sucesso sistêmico em vez do sucesso individual.

Essa estrutura organizacional também aparece em outros estudos sobre territórios. Nas comunidades de localidades da Mata Atlântica, Franzato, Krucken e Reyes (2013) destacam o protagonismo das comunidades habitacionais e sua

capacidade de auto-organização, em busca de soluções para valorizar os recursos e produtos locais, contribuindo assim para a preservação e valorização do território. Já nos destinos indutores do Ceará, o estudo de Fernandes e Coriolano (2015) mostrou que os grupos gestores não ganham impulso e não conseguem estabelecer vínculos fortes entre si e com as forças políticas. Identificaram ainda a atuação de que grupos e lideranças constituídos anteriormente, mas não são reconhecidos ou denominados como grupo gestor.

Na mesma linha, Barbará, Da Silva Leitão e Fontes Filhos (2005) analisaram a governança regional da Estrada Real que passa por três estados, 177 cidades e tem 1.400 km de extensão. Devido a sua dimensão, lá existiam 11 circuitos turísticos resultantes da descentralização do processo de levantamento e gestão da oferta turística. Os autores identificaram que, mesmo sendo uma “marca forte”, as várias iniciativas (circuitos, agências e conselhos regionais) de institucionalização de uma governança regional têm esbarrado em problemas de comunicação, de integração e de articulação entre os diversos atores, sejam do setor público, do privado ou da sociedade civil organizada.

Ainda sobre a Estrada Real, Gomes, Da Silva e Neto (2006) apresentam resultados sobre a dinâmica de funcionamento dos circuitos turísticos de Minas Gerais. A partir da política voltada para a regionalização e descentralização das decisões, a Secretaria Estadual de Turismo de Minas Gerais passou a organizar os municípios em circuitos, que eram administrados por uma entidade sem fins lucrativos, que possui nomenclatura “Circuito Turístico”, mantida através de mensalidades pagas pelos associados. Os autores relatam que circuitos muito grandes, com 28 municípios por exemplo, não tem conseguido avançar em seu processo de organização. Por outro lado, o fator determinante do sucesso é a existência de objetivos comuns entre seus membros.

Na Austrália, uma pesquisa em quatro cidades localizadas na região do rio Murray, mostrou um ambiente favorável e potencial para a implantação de um cluster turístico. A pesquisa constatou que a maioria dos entrevistados está disposta a trabalhar em cooperação com outros membros da indústria turística, buscar a inovação e a diferenciação em seus produtos, em vez de se concentrar na concorrência baseada em imitação ou em preços. A participação em organizações locais de turismo também foi identificada como importante pelos entrevistados (JACKSON e MURPHY, 2002).

Os casos mostram a necessidade ou a intenção dos atores em organizarem-se. Essa organização pode ser uma comunidade habitacional, um grupo gestor ou um circuito turístico. Independente da nomenclatura que recebe essas organizações estruturais e seus relacionamentos devem voltar suas forças ao sucesso sistêmico do destino, na busca da interdependência das empresas de turismo, produtos e serviços complementares (PEARCE, 2014). Conhecer os produtos e serviços internos do destino possibilita identificar sua *core competence* e definir estratégias que despertem o interesse dos turistas em visitar a região.

É o que a província italiana de Pavia fez, conforme constata o estudo de Denicolai, Cioccarelli e Zucchella (2010). Em sua pesquisa, os autores analisam a região que é caracterizada por um alto potencial em termos de recursos turísticos, mas também, especialmente no passado, uma baixa relevância turística e uma marca territorial bastante fraca. Cenário que está sendo mudado após as instituições locais e as partes interessadas promoverem um reposicionamento estratégico que tem como base o conceito de *waterscape*, turismo fluvial e atividades relacionadas (esportes, spa, bem-estar, passeios fluviais, etc.), patrimônio histórico e monumentos, rotas de comunicação antigas, eco-museus.

No turismo, identificar os recursos e as competências, organizar os atores e comunidade local para criar estratégias de promoção e desenvolvimento local, são intrínsecos ao destino ou território. Isso é evidenciado no estudo de Krucken (2009) sobre o *limoncello* de Sorrento e da Costa Amalfitana. O *limoncello* é um licor que tem como matéria-prima principal o limão natural das regiões da Costa Amalfitana, Costa Sorrentina e ilha de Capri, Itália. Sua produção está relacionada com a cultura e a história da população local e tem grande importância para a região do ponto de econômico. O limão é visto como um recurso valioso, que compõe o cenário e parte do patrimônio gastronômico local e a articulação de interesse de diversos atores locais dessa produção e de serviços relacionados favoreceu o desenvolvimento e o reconhecimento da região.

O papel dos atores locais é evidenciado também por Lopes e Reinhard (1998) que argumentam que os recursos que dão origem e mantêm a vantagem competitiva estão mudando, dos baseados em propriedade para os baseados em conhecimento, associados com a geração de informações e as atividades de processamento. Gunn (1994), reforça este conceito quando diz que a implementação e o sucesso de um plano de desenvolvimento turístico é frequentemente baseado no apoio aos

stakeholders da comunidade, que incluem os cidadãos, empresários e comunidade, líderes e convidados.

Franzato (2013) apresenta contribuições que mostram o protagonismo das comunidades do território e sua capacidade de auto-organização em busca de soluções para valorizar os recursos e produtos locais. O estudo apresenta o caso dos Recursos de Biodiversidade na Mata Atlântica, durante os anos de 2008 e 2009 e que envolveu atividades com as comunidades de localidades da Mata Atlântica. Outro caso evidencia a articulação dos atores do Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha, por meio da criação da APROVALE, associação que atua no gerenciamento do território, criada em 1995. A pesquisa ressaltou o "valor econômico do território", representado por suas respectivas polaridades "patrimônio" e "especulação"; e ainda no "valor cultural do território", representado por suas respectivas polaridades "tradição" e "inovação".

Ao contrário dos casos anteriores, Varisco (2004), em seu estudo sobre o cluster turístico em Miramar, analisou a articulação dos atores locais como relações sociais que geram redes de intercâmbio baseados na cooperação. Em Miramar, o autor constatou que esta cooperação não está presente já que 76% dos empresários não realizam atividades com outras empresas. Além disso, não foram identificados projetos que envolvem a participação de diferentes atores na atividade turística.

A organização dos atores e a intenção de cooperar em um destino turístico também podem ser encontradas no Brasil. Costa, Costa e Miranda Júnior (2012) estudaram o arranjo produtivo local (APL) da região turística Costa dos Corais, situada no litoral do Estado de Alagoas, com o propósito de identificar sua potencial contribuição na ampliação das vantagens competitivas das micro e pequenas empresas do turismo e no desenvolvimento local. Os autores concluíram que os empreendimentos contribuem apenas de forma indireta para o desenvolvimento da região e do APL, sendo raras as ações de cunho socioambiental empreendidas pelas empresas do APL. Além disso, constataram a necessidade de formação de alianças entre os atores com vistas a promover a cooperação e uma cultura compartilhada entre todos os envolvidos com o turismo na região.

Já Lazzarotti et al. (2008) analisaram o aglomerado turístico formado pelos empreendimentos localizados nos municípios integrantes do Projeto Rota da Amizade, situados na região Meio Oeste do Estado de Santa Catarina. Os resultados indicaram que as empresas que fazem parte do Projeto Rota da Amizade

apresentam maior capacitação empresarial, principalmente no quesito recursos humanos e produção, quando comparadas com as empresas não pertencentes ao projeto.

Ainda no Brasil, Peixoto et al. (2007) realizaram um estudo com o propósito de identificar como os atores se articulam em dois arranjos produtivos de turismo do Estado de Alagoas e como se dão suas relações com o desenvolvimento regional. Os autores concluíram que os atores desses dois APLs apresentam deficiências na interação e para alcançar níveis de competitividade, que reflitam no desenvolvimento regional, haveria necessidade de uma mobilização das capacidades sociais, para que alternativas fossem desenvolvidas de forma a promover competências distintas, por meio da aprendizagem mútua, da articulação e do consenso entre os diferentes atores do arranjo.

Por fim, a Dimensão de Modo de Produção apresentada por Pearce (2014) enfatiza o modo como os destinos funcionam. Esse funcionamento passa pela estrutura, comportamento e pelos atores. Percebe-se, por meio dos estudos apresentados, que a articulação dos atores locais em um cenário de competição cooperativa é uma opção interessante para o desenvolvimento dos destinos turísticos. Para isso, são necessários alguns outros elementos como a presença de uma "cultura comunitária", de uma visão de complementaridade de serviços, um ambiente favorável à cooperação e principalmente, uma visão estratégica que busque o sucesso sistêmico do destino. Dessa forma, o Quadro 3 apresenta um agrupamento de definições e seus respectivos autores, de acordo com os elementos da Dimensão Modo de Produção.

Quadro 3 – Definições, resultados e características para Modo de Produção

<b>Estrutura</b>	<b>Definição</b>	<b>Referências</b>
Interdependência	Proximidade entre empresas de turismo e instituições relacionadas.	Hjalager, 2000 e Porter, 1990
	Rede onde os nós são representados pelos atores e as conexões por laços e vínculos sociais.	Davern, 1997
Complementaridade	Inter-relacionados, interdependentes e interagindo que juntos formam uma única estrutura funcional.	Weaver e Oppermann, 2000
	Estruturas interorganizaionais (presença de uma organização estruturada)	Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004)

<b>Comportamento</b>	<b>Definição</b>	<b>Referências</b>
Cooperativo	Orientação para uma cultura empresarial que busque o conceito de sucesso sistêmico em vez do amplo de sucesso individual.	Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004)
	Organização ou relacionamentos devem ser voltados ao sucesso sistêmico do destino	Pearce, 2014
	Organização dos atores e a intenção de cooperar em um destino turístico	Costa, Costa e Miranda Júnior, 2012; Freger et al., 2008;
Competitivo	Cultura de complementaridade e cooperação interna, sem perder a cultura da disputa	Maulet, 2006
	Gestão dos destinos com principal aspecto a ser considerado para o desenvolvimento da competitividade	Vieira e Hoffmann, 2013
<b>Atores</b>	<b>Definição</b>	<b>Referências</b>
Atores	Identificar recursos e competências, organizar os atores e comunidade local e criar estratégias de promoção e desenvolvimento local	Krucken, 2009
	Os recursos que dão origem e mantêm a vantagem competitiva estão mudando, dos baseados em propriedades para os baseados em conhecimento	Lopes e Reinhard, 1998
	Desenvolvimento turístico depende do apoio dos cidadãos, empresários, comunidade, líderes e convidados	Gunn, 1994

Fonte: elaborado pelo autor a partir dos estudos publicados.

A Dimensão Modo de Produção proposta por Pearce (2014), é formada pelos elementos Atores e Comportamento. Este último ainda é subdividido em cooperativo e competitivo. Estes elementos se apresentam como peça fundamental para o desenvolvimento do destino. A organização e a articulação dos atores locais deve ser estimulada de forma que envolva os próprios cidadãos, empresários, comunidade, líderes e outros atores convidados que sejam importante para a atividade (GUNN, 1994). Esta organização estrutural mostrou-se fator determinante para o sucesso (FRANZATO KRUCKEN e REYES, 2013; GOMES, DA SILVA e NETO, 2006; JACKSON e MURPHY, 2002), e até para o insucesso do destino turístico (BARBARÁ, DA SILVA LEITÃO e FONTES FILHO, 2005; VARISCO, 2004; SANTA RITA et al.,2007). Tal configuração também pode estimular a criação de

estratégias de promoção e desenvolvimento local (KRUCKEN, 2009) e originar e manter vantagens competitivas (LOPES e REINHARDT, 1009).

Além dos atores, o ambiente organizacional pode influenciar o comportamento. A presença de uma cultura comunitária com políticas públicas favoráveis (HJALAGER, 2000), pode ser fator fundamental para a orientação dos atores na busca do sucesso sistêmico do destino que supere o sucesso individual (BODEGA, CIOCCARELLI e DENICOLLI, 2004; PEARCE, 2014). A intenção dos atores em cooperar é outro fator relevante para este sucesso (COSTA, COSTA e MIRANDA JÚNIOR, 2012; FREGER et al. 2008). Já o comportamento competitivo e de disputa deve estar presente, em um nível de complementaridade e cooperação entre os atores (MAULET, 2006). A gestão do destino também deve adotar uma posição competitiva como um fator fundamental para o desenvolvimento turístico (VIEIRA e HOFFMANN, 2013).

### **2.3 - Relações entre as Dimensões do Destino**

A estrutura integrativa do destino proposta por Pearce (2014) estabelece relações-chave entre as dimensões como por exemplo: o Modo de Produção e os elementos da Dimensão Geográfica estão intimamente ligados e ambos podem sofrer mudanças ao longo do tempo devido aos elementos da Dimensão Dinâmica; o comportamento das empresas é influenciado pela complementaridade dos serviços, das economias de escala e da concorrência resultantes da concentração e por características do local que podem gerar confiança; as mudanças estruturais resultantes de tal comportamento podem, por sua vez, alterar as características espaciais e de local do destino, à medida que as comunidades se adaptam e evoluem; a estrutura do modo de produção, a gama de atores envolvidos e o processo de mudança podem ser influenciados por elementos espaciais como ligações externas; e por fim, os elementos de cada dimensão estão inter-relacionados: os diferentes atores, por exemplo, podem comportar-se de maneiras diferentes para produzir diferentes configurações estruturais do modo de produção.

Com base neste modelo e como já justificado anteriormente, o presente estudo voltará sua atenção para duas dimensões. Na Dimensão Geográfica, o Lugar será o elemento de análise e no Modo de Produção, a Estrutura, o Comportamento e os Atores serão analisados. Neste contexto, o modelo conceitual deste estudo é



apresentado na Figura 2, onde as relações entre as Dimensões Geográfica e Modo de Produção e seus respectivos elementos formadores, influenciam o desenvolvimento do destino turístico. As relações entre os elementos serão mantidas, conforme proposto por Pearce (2014), mas novas relações podem ser encontradas no decorrer da pesquisa.

Figura 2 - Modelo de Pesquisa



Fonte: elaborado pelo autor, com base em PEARCE, 2104.



### **3 MÉTODO**

Neste capítulo, são apresentados os elementos metodológicos empregados neste estudo. Na sequência serão detalhadas a abordagem da pesquisa, a seleção do caso, a técnica de coleta de dados, a construção do instrumento de coleta de dados e por fim os procedimentos para a análise dos dados.

#### **3.1 Caracterização da Pesquisa**

A partir do modelo de pesquisa e para atender ao objetivo proposto de identificar “como a dimensão geográfica e o modo de produção de um destino turístico contribuem para o seu desenvolvimento”, o presente estudo utilizou uma abordagem exploratória e descritiva e um método de análise qualitativo por meio de um estudo de caso. A coleta de dados foi realizada a partir de entrevista e análise de documentos e os resultados obtidos a partir da análise de conteúdo.

As pesquisas exploratórias visam proporcionar ao pesquisador maior familiaridade com o problema em estudo. Também permitem encontrar dados iniciais sobre um problema de pesquisa, uma nova oportunidade de mercado ou ainda mapear tendências de consumo (NIQUE e LADEIRA, 2014). A pesquisa exploratória é utilizada como ponto de partida de toda a concepção de pesquisa e possibilita a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador (MALHOTRA, 2011). Para viabilizar a aplicação desta abordagem, a primeira fase da pesquisa exploratória contou com a busca de informações secundárias através de pesquisas via sítios eletrônicos, documentos e materiais impressos.

Nesta etapa de exploração, o objetivo foi obter familiaridade com a área do tema de forma a orientar as próximas etapas da investigação. Com essa finalidade, além de uma rigorosa análise sistemática da literatura relacionada ao tema, a pesquisa buscou informações em documentos oficiais, publicações e registros em redes sociais e materiais impressos utilizados para a divulgação do destino turístico. A pesquisa também buscou a campo informações sobre a estrutura formadora do destino, bem como as particularidades do seu funcionamento.

Já a abordagem de pesquisa descritiva tem como finalidade principal a descrição das características de determinado fenômeno, estabelecendo relações

entre variáveis existentes no estudo (NIQUE, LADEIRA, 2014). É, segundo os autores, recomendada quando são conhecidas algumas características do fenômeno estudado e necessita-se encontrar mais informações. Para a realização desta etapa foi criado um Protocolo para Estudo de Caso conforme Apêndice A.

A etapa descritiva baseou-se em 11 entrevistas individuais com 01 gestor do Consórcio Quirir, 01 gestor do Consórcio das Araucárias, 3 representantes das prefeituras, 01 representante da ASBCiclo, 03 empreendedores de meios de hospedagens e 02 empreendedores de agência de turismo e oficina de bicicletas. Esta etapa será melhor detalhada nas próximas seções.

A fim de analisar cuidadosamente uma determinada situação, identificar e avaliar as variáveis endógenas e exógenas (NIQUE e LADEIRA, 2014), o estudo de caso aplica-se a esta pesquisa por fornecer indicações das relações entre os elementos e das dimensões propostas no modelo desta pesquisa. O fato de o estudo de caso ser uma estratégia para pesquisa empírica empregada para a investigação de um fenômeno contemporâneo, em seu contexto real, possibilitando a explicação de ligações causais de situações singulares (YIN, 2015), reforça a escolha desta abordagem.

Por fim, a pesquisa qualitativa tem como objetivo coletar, tratar e analisar dados através de aspectos particulares da realidade humana e social, através da compreensão das experiências, valores, desejos e significações (NIQUE e LADEIRA, 2014).

### **3.3 Seleção do caso**

A escolha do caso surgiu a partir de uma análise de destinos turísticos reconhecidos no Estado de Santa Catarina. Após conversas com profissionais da área e buscas de informações na internet chegou-se a uma lista de possíveis destinos que apresentavam uma certa estrutura organizacional. Outro fator determinante na escolha do caso veio com uma reunião com Reneide Campelo, gerente da startup BeYourTrip, uma ferramenta tecnológica que visa facilitar a qualquer pessoa o acesso a roteiros de Cicloturismo e Trekking, no Brasil e no exterior. A fase inicial do projeto está publicado e reúne roteiros autoguiados ou acompanhados por especialistas. Em janeiro de 2017 a startup participou do Campus Party - edição São Paulo, um importante evento internacional de tecnologia,

inovação, criatividade e cultura digital. Além disso, em setembro do mesmo ano, o projeto foi convidado a participar de dois dos mais importantes eventos do mercado da Bicicleta na América Latina.

Na conversa com Campelo, constatou-se que a mesma conhecia detalhes sobre diversas regiões turísticas do Brasil, já que promovera uma série de entrevistas com gestores, líderes e organizadores das regiões turísticas catarinenses. Ao solicitar a indicação de um destino que apresentasse características que configuram o turismo em áreas naturais e o turismo em regiões históricas e turísticas, bem como a presença de uma estrutura e organização dos atores, houve a indicação do Circuito das Araucárias, na região conhecida como Caminho dos Príncipes no norte Catarinense. Após a indicação, uma busca por conteúdos ligados ao cicloturismo levou ao site Go Outside<sup>1</sup> que em uma de suas matérias destaca o Circuito das Araucárias como um dos 15 roteiros no mundo que valem a pena ser conhecidos de bicicleta. Já no site da Seledon<sup>2</sup> - turismo & treinamento, o Circuito aparece como uma alternativa de roteiros para cicloturismo. O Circuito já ganhou visibilidade também nos sites Bikers Rio Pardo<sup>3</sup>, Clube de Cicloturismo do Brasil<sup>4</sup> e Qual Viagem<sup>5</sup>, todos sites de destaque nacional no ramo do cicloturismo.

Assim, o estudo de caso único tem como objeto a região formada pelas cidades de São Bento do Sul, Corupá, Rio Negrinho e Campo Alegre que formam o Circuito das Araucárias. O Circuito das Araucárias é um roteiro de cicloturismo repleto de atrativos naturais, históricos, gastronômicos e culturais. Com paisagens variadas, alternando entre altos de serras e planaltos ou vales de rios o visitante ainda encontra a Mata Atlântica bem preservada, mesclada com florestas de imponentes e belas araucárias. A região apresenta diversos atrativos como a Rota das Cachoeiras, uma sequência de 14 quedas em menos de 3 km, Morro da Igreja, que se destaca a grande distância e possui um paredão de pedra onde os escaladores praticam o rapel (um dos maiores do Brasil, com 245m), os Campos do Quiriri, uma área de preservação que pode ser conhecida a partir do Circuito e de onde, em dias claros, avista-se todo o litoral norte de Santa Catarina.

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://gooutside.com.br/3964-pedalar-e-preciso/>

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.seledon.com.br/produtos.php?c=3&t=cicloturismo>

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.bikersriopardo.com.br/roteiro/15/show>

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.clubedecicloturismo.com.br/roteiros-1/300-circuito-das-araucarias>

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.qualviagem.com.br/?s=circuito+das+araucarias>

O aspecto histórico fica por conta da Estrada Dona Francisca já que o circuito passa por vários trechos do traçado original da estrada, construída por volta de 1865. O aspecto cultural está muito presente na influência alemã, polonesa e italiana, notável principalmente nos costumes e tradições, como as festas locais, a comida, os tipos de construções e os traços físicos de sua gente. Ao longo do Circuito encontram-se pequenos museus com peças e artefatos, principalmente rurais, trazidos ou fabricados pelos primeiros colonizadores. As quatro cidades, São Bento do Sul, Corupá, Campo Alegre e Rio Negrinho, possuem vários prédios históricos bem conservados, muitos deles funcionando como órgãos públicos.

Outro fator determinante para a escolha deste destino é a presença de uma estrutura organizacional. O Circuito das Araucárias de Cicloturismo foi lançado em 2012 e é um roteiro de 250 km que percorre quatro municípios e contempla serra, planalto, vales, montanhas, rios e cachoeiras com o objetivo de despertar a co-responsabilidade dos cidadãos frente aos aspectos socioambientais. O programa é gerenciado pela Associação São Bentense de Ciclismo que, desde a criação do programa, desenvolve atividades de gerenciamento, capacitação e manutenção do roteiro Circuito das Araucárias de Cicloturismo nos municípios de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul.

O Circuito das Araucárias de Cicloturismo integra o Programa Quiriri Sustentável, do Consórcio Intermunicipal Quiriri. O Consórcio, constituído em 1997, hoje é uma forma jurídica de Associação Civil Para Fins Não Econômicos e na sua criação buscou resgatar, operacionalizar e otimizar os trabalhos cooperativos desenvolvidos informalmente pelos municípios consorciados. A constituição do Consórcio Quiriri buscou resgatar, operacionalizar e otimizar os trabalhos cooperativos desenvolvidos informalmente pelos municípios consorciados.

Além das características organizacionais, o Circuito apresenta em seu site<sup>6</sup> uma lista com aproximadamente 68 estabelecimentos parceiros e amigos do ciclista, divididos em categorias como hospedagens, alimentação, informações turísticas, agências de turismo, comércio de produtos e Mão de Obra Especializada em Bicicletas. Esta diversidade de atores que compõem o circuito oferece uma grande oportunidade para identificar as formas de articulação em favor do destino.

---

<sup>6</sup> Disponível em <https://circuitodasaraucarias.com.br/parceiros/todos>

Por fim, a escolha deste caso torna-se relevante por apresentar os principais elementos necessários para este estudo: o Lugar (Dimensão Geográfica) e os Atores e Comportamentos (Dimensão Modo de Produção) (PEARCE, 2014).

### 3.4 - Coleta de dados

Para atender ao objetivo foi realizada a coleta de dados secundários e coleta de dados primários. A primeira consistiu na pesquisa de informações disponíveis do destino turístico selecionado, atrativos, produtos e serviços disponíveis na internet, materiais promocionais e outros documentos. Na segunda foi realizada a coleta de dados primários por meio de entrevistas individuais com a utilização de roteiros semiestruturados.

Por tratar-se de uma técnica de pesquisa que permite que o pesquisador desenvolva uma estreita relação com as pessoas envolvidas, a entrevista busca ainda, examinar o fenômeno dentro do seu contexto (NIQUE e LADEIRA, 2014). O presente estudo utilizou a entrevista individual em profundidade, com a intenção de buscar o aprofundamento do assunto e conhecer melhor o problema a ser pesquisado.

Para visualizar as etapas da pesquisa o Quadro 4 apresenta uma síntese da etapas da pesquisa.

Quadro 4 - Síntese das etapas da pesquisa

<b>Etapa</b>	<b>Fontes</b>	<b>Técnica de coleta de dados</b>
1 - levantamento de dados secundários	Consulta de informações no site do Circuito das Araucárias, Consórcio Quiriri e ASBCiclo.	Pesquisa virtual e análise de documentos
2 - levantamento de dados primários	Representantes das entidades organizacionais, atores e representantes dos municípios que integram o Consórcio Quiriri e a ASBCiclo	Entrevista em profundidade, roteiro estruturado com perguntas abertas e semiabertas

Fonte: elaborado pelo autor

### 3.4 - Instrumentos de coleta de dados

A pesquisa tem como função a coleta de informações necessárias para responder ao problema de pesquisa. O pesquisador tem então como meta encontrar dados que serão transformados em informações (NIQUE e LADEIRA, 2014). Para chegar a esses dados a presente pesquisa utiliza o roteiro de entrevista estruturado e em profundidade. Para a coleta de dados secundários foi realizada a pesquisa virtual e análise de documentos.

O roteiro de entrevista (APÊNDICE A) foi composto por perguntas abertas e semiabertas de forma que o entrevistado pudesse discorrer sobre o tema e consiga expressar suas opiniões. A construção do roteiro de entrevista foi baseado nos conceitos apresentados nas Figuras 2 e 3 e que apresentam-se compilados no Quadro 5. Nela são atribuídos questionamentos para cada elemento formador da dimensão.

Quadro 5 - Tópicos de pesquisa e questionamentos

Dimensão Geográfica		
Características	Dados e definições para coleta de evidências	Autores
Dados socioeconômico	Informações que identificam o entrevistado como: sexo, idade, atuação/profissão, escolaridade, estado civil, bairro que reside, cidade e há quanto tempo residem no local, sua história com o destino, etc.	
Fatores Contextuais	Concentração espacial de empresas ligadas ao turismo	Pearce, 2014; Porter, 1990 e Ivanis, 2011
	Aglomeração de atrativos culturais e serviços	Framke, 2002
Características Culturais	Valores patrimoniais, culturais, sociais e econômicos.	Timón, 2004 e Barjolle et al., 1998.
	Exploração dos atributos culturais como apelo promocional	Barjolle et al., 1998.
Inserção Social	Presença de cultura comunitária, onde os atores participam na construção do destino turístico	Framke, 2002
Inserção Geográfica	Evidências da Demarcação geográfica da região turística	Brasil, 2004
	Limites ajudam na promoção da imagem do destino	Brasil, 2004

	Presença de fronteiras flexíveis para incremento da atividade	Gaido, 2002
	Características do Destino: Origem, destino, gateway, hub, parada ou funções múltiplas	Lohmann e Pearce, 2010
Recursos Turísticos	Aproveitamento dos recursos naturais - clima, geografia, etc	Barjolle et al. 1998
	Atores aproveitam recursos internos e externos	Varisco, 2004
<b>Dimensão Modo de Produção</b>		
<b>Características</b>	<b>Dados e definições para coleta de evidências</b>	<b>Autores</b>
Interdependência e complementaridade	Proximidade entre empresas de turismo e instituições relacionadas	Hjalager, 2000 e Porter, 1990
	Rede onde os nós são representados pelos atores e as conexões por laços e vínculos sociais.	Davern, 1997
	Inter-relacionados, interdependentes e interagindo que juntos formam uma única estrutura funcional.	Weaver e Oppermann, 2000
	Presença de uma estrutura organizacional	Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004)
	Comportamento de complementaridade	Weaver e Oppermann, 2000
Cooperativo	Presença de uma cultura empresarial que busca sucesso sistêmico	Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) e Pearce, 2014
	Comunidade ativa e participante no processo	Franzato, Krucken e Reyes, 2013; Gomes, Da Silva e Neto, 2006; Jackson e Murphy, 2002
	Intenção dos atores em cooperar	Costa, Costa e Miranda Júnior, 2012; Freger et al., 2008;
Competitivo	Destino adota postura competitiva	Maulet, 2006; Vieira e Hoffmann, 2013
Atores	Envolvimento dos cidadão, empresários, comunidade, líderes e outros convidados	Krucken, 2009
	Atores estimulam a criação de novas estratégias de promoção ou vantagem competitiva	Gunn, 1994

Fonte: elaborado pelo autor

A partir do quadro acima o roteiro de entrevista (APÊNDICE A) foi construído e adaptado de acordo com os atores representativos do destino. De acordo com as

características e o papel de cada ator no destino, foram elaborados quatro modelos de questionário. Cada modelo pretendeu coletar informações dos perfis: Empreendedor, Gestor do Circuito das Araucárias, Gestor do Consórcio Quirir e Profissional do Turismo. A aplicação procedeu-se na forma de inquérito pessoal. Antes da aplicação foi realizada a validação do roteiro de entrevistas de duas formas: ( i ) conteúdo - por três profissionais da área do turismo e servirá como balizador técnico dos conceitos, expressões e conteúdos relacionados a área; ( ii ) aparente ou de face - junto a três atores locais, na busca de evidências de que os respondentes da pesquisa compreenderam exatamente o que se desejava avaliar (SILVERMAN, 2009). Após a validação, por solicitação de um dos profissionais, houve ajustes em algumas questões de forma a deixá-las mais claras no seu entendimento. Outra sugestão foi que as questões sofressem alteração em sua ordem. Já os atores locais sugeriram a troca, ou que os termos técnicos fossem discriminados antes da aplicação do questionário.

### 3.5 - Técnicas de análise de conteúdo

O processo de análise de dados qualitativos consiste em extrair informação de textos e imagens (CRESWELL, 2010). Sendo que, para o autor, dois processos são importantes nesta fase: a **abstração**, que consiste em conceitualizar os dados em níveis mais altos, ou seja, de um contexto específico para outro mais genérico, mas que façam sentido, e, a **comparação**, que visa identificar as similaridades e diferenças entre dados e entre conceitos. Para Silverman (2009) o fator mais valorizado neste processo é a autenticidade da análise do pesquisador no seu entendimento das experiências das pessoas, do contexto e das atividades relacionadas ao fenômeno que está sendo estudado.

Este estudo utilizou a análise de conteúdo como técnica de tratamento de dados em pesquisa qualitativa. Para Bardin (2011), o termo designa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam obter - por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens - indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos à produção/recepção destas mensagens. A análise de conteúdo teve como base os insumos coletados nas entrevistas e as evidências encontradas em documentos e publicações relacionados



ao Circuito. A interpretação dos conteúdos e dos dados foi realizada a partir da organização e tratamento das informações coletadas.

Para que fosse possível a apresentação e análise dos conteúdos coletados, inicialmente foi realizada a transcrição das entrevistas. As gravações em áudio, foram transcritas com o auxílio da ferramenta on line oTranscribe<sup>7</sup>. Após uma primeira análise, as respostas foram agrupadas em categorias de acordo com a temática abordada. Para a organização das categoriais e das respectivas respostas foi utilizado o aplicativo Google Keep. A ferramenta permite "etiquetar" os depoimentos e classificá-los de acordo com o conteúdo apresentado, podendo inclusive receber mais de uma "etiqueta". Por último, foi realizada a reflexão dos resultados obtidos de modo a responder os objetivos da pesquisa, identificando as características de um destino turístico consolidado, analisando como se relacionam as dimensões geográficas e o modo de produção, apresentados por Pearce (2014).

O Quadro 6 apresenta a lista dos atores locais entrevistados, bem como sua função, cidade e tempo de entrevista. Cada entrevistado recebeu um código que irá identificá-lo na seção de resultados.

Quadro 6 - Perfil dos Entrevistados do Circuito das Araucárias

<b>Atores locais</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Código</b>	<b>Cidade</b>	<b>Tempo da entrevista</b>
Consórcio Quiriri	Gestor Consórcio Quiriri	GCQ	São Bento do Sul	1h22min
ASBCiclo / Circuito das Araucárias	Gestor Consórcio das Araucárias	GCA	São Bento do Sul	35min
Prefeitura	Diretora Turismo / Turismóloga	TUR1	São Bento do Sul	48min
	Turismóloga	TUR2	Rio Negrinho	23min
	Secretária Turismo	TUR3	Campo Alegre	38min
ASBCiclo / Voluntário	Turismólogo	TUR4	São Bento do Sul	30min
Hospedagem	Empreendedor	EMP1	São Bento do Sul	23min
	Empreendedor	EMP2	Campo Alegre	32min

<sup>7</sup> Disponível em <http://otranscribe.com/>

	Empreendedor	EMP3	São Bento do Sul	28min
Agência Turismo	Empreendedor	EMP4	São Bento do Sul	25min
Oficina Bicicleta	Empreendedor	EMP5	São Bento do Sul	32min

Fonte: elaborado pelo autor

Além das entrevistas, foram consultados documentos oficiais como atas, ofícios e resoluções, assim como documentos não oficiais como publicações em redes sociais e matérias em sites que resultaram em dados secundários. O Quadro 7 apresenta a lista dos documentos, bem como as principais evidências encontradas.

Quadro 7 - Lista de documentos analisados

Documento	Evidência encontrada	Meio	Disponível em
Site	Informações sobre o Circuito das Araucárias – histórico, trechos, mapas, cartilha, atrativos	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a> Anexo A
Site	Principais atrativos, pontos turísticos, descrição e fotos.	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Site	Lista de parceiros e amigos do ciclista com endereço, contato e descrição	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Mapa interativo	Mapa do Circuito das Araucárias com identificação do início e fim de cada trecho.	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Facebook	Página no facebook com informações sobre reuniões de trabalho, eventos, promoção do destino e dos ciclistas que finalizaram o Circuito.	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Cartilha	Informações sobre o Circuito das Araucárias, trechos, distâncias, cidades, atrativos, programação de viagens, explicação das placas e tulipas e espaço para carimbos.	Impresso	Anexo B Anexo C
Folder	Roteiros de Cicloturismo da Agência de Turismo e Treinamento Seledon, ofertando o Circuito das Araucárias	Impresso	Anexo D
Site	Informações sobre o Consórcio Quiriri, institucional, histórico, projetos e ações, reconhecimentos e premiações.	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Site	Informações sobre o programa Quirir Sustentável e frente estratégicas.	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>
Site	Documentos legais relacionados ao Consórcio	Eletrônico	<a href="#">Acesse aqui</a>

	Quiriri.		
--	----------	--	--

Fonte: elaborado pelo autor

## **4. RESULTADOS**

Neste capítulo são apresentados os resultados do estudo. Inicialmente é apresentado um breve histórico e contextualização do destino. Na sequência descrevem-se os resultados obtidos a partir da análise das entrevistas. Esses resultados são caracterizados e classificados como categorias iniciais, que agrupadas formam as categorias intermediárias e conseqüentemente, configuram a dimensão no destino turístico.

### **4.1 Histórico e Contextualização do Destino**

Para entender o contexto do Circuito das Araucárias, é preciso voltar na história e buscar dados históricos que mostram a concretização do destino como se apresenta nos dias de hoje. Antes de pensar em Cicloturismo, os municípios de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul, em Santa Catarina, preocuparam-se com o Planejamento Ambiental de Bacias Hidrográficas. Assim, como a Legislação brasileira que instituiu a água como bem público e colocou a sua gestão ao alcance dos moradores das bacias hidrográficas, o modelo de Consórcio se apresentava como um instrumento operacional, integrador, estruturador e potencializador de soluções participativas a problemas regionais comuns.

Na busca em promover um sistema participativo e compartilhado de decisões, em 28 de setembro de 1997 foi instituído o Consórcio Intermunicipal da Bacia Hidrográfica do Alto Rio Negro Catarinense – Consórcio Quiriri, na forma jurídica de Associação Civil Sem Fins Lucrativos. A palavra Quiriri significa silêncio noturno, calada da noite, e foi utilizada pelos índios da região para indicar a serra de mesmo nome na região de Campo Alegre, local onde nasce o Rio Negro, principal rio da bacia hidrográfica. O Consórcio Quiriri foi criado para o trabalho de gestão em um território, utilizando a bacia hidrográfica como unidade de planejamento e introduziu a água como eixo estruturante de uma política ambiental.

Em sua constituição inicial participaram os municípios de Campo Alegre, Rio Negrinho e São Bento do Sul. Em 1999, dado o interesse em compartilhar as ações ambientais consorciadas, incluiu-se o município de Corupá. Em 2006, frente às imposições que o novo Código Civil exigia e para a perfeita inclusão do município de Corupá, que pertence à Bacia Hidrográfica do Rio Itapocú, foi, após amplo debate,

reformulado seu estatuto, passando a denominar-se Consórcio Intermunicipal de Bacias Hidrográficas – Consórcio Ambiental Quiriri, sob a forma jurídica de Associação Civil Para Fins Não Econômicos.

Reuniões e seminários de lideranças locais foram os principais instrumentos participativos utilizados no início dos trabalhos do Consórcio Quiriri e que tiveram entre outros resultados os cadernos de diagnóstico participativo, que resultaram na identificação das primeiras frentes de ação. O principal problema ambiental levantado, cuja solução era considerada prioritária, foi a má utilização dos recursos hídricos. Para a reversão do quadro apontado, que reflete diretamente na conservação das águas, foram definidas ações iniciais em três frentes estratégicas que contemplaram, em um primeiro momento, os seguintes temas: Resíduos Sólidos, Áreas de Proteção Ambiental e Turismo. Além de encontrar soluções para essas frentes estratégicas, outro desafio foi mobilizar e buscar o comprometimento das prefeituras envolvidas, como mencionado por GCQ.

*“A maior dificuldade que a gente tinha era reunir as pessoas voluntariamente aqui, em função de uma demanda comum dos municípios. Por exemplo, os quatro municípios têm um problema X para enfrentar e nós vamos reunir um grupo pra pensar nisso. Esse grupo gerava uma proposta, essa proposta vinha para o conselho de prefeitos e esse conselho de prefeitos aprovava e custeava através de um contrato de rateio. Tudo lindo e maravilhoso nesse processo, mas na hora de repassar o recurso de fato, chegava fevereiro, março, abril e lá em dezembro chegavam pra gente e diziam não tem dinheiro e não poderiam repassar. E como associação não havia nenhum tipo de compromisso legal e nós não tínhamos como cobrar efetivamente isso dele” (GCQ).*

A Lei Federal 11.107/05 - Lei dos Consórcios Públicos e seu Decreto regulamentador, levou o Consórcio Ambiental Quiriri a um movimento de adaptação ao novo modelo de Consórcio Público, tornando-o multifuncional. Neste momento foi preciso adequar-se, e em 2009 criou-se a Comissão Executiva encarregada do planejamento, coordenação e implantação dos trabalhos de adaptação do Consórcio Ambiental Quiriri à nova forma consorcial.

Este modelo, além de cumprir a nova disciplina legal (Lei e Decreto), também permitiu que o Consórcio Quiriri estivesse em condições de receber recursos voluntários decorrentes de convênios com as demais esferas de governo (Estado e União), beneficiar-se da imunidade tributária constitucional (art 150, VI, “a”, e § 20,

da CF) e ter acesso privilégios processuais (artigos 188, 475 e 730 do CPC) próprios dos Entes Federativos, além do tratamento diferenciado nos processos licitatórios.

A partir de 2001 o Consórcio Quiriri esteve envolvido em diversas ações que evidenciaram o seu trabalho. Segundo GCQ, a metodologia e as ações desenvolvidas foram divulgadas em diversos países da América Latina, por meio do Banco Internacional de Desenvolvimento – BID. O Consórcio Quiriri também foi centro de referência de pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, gerando como produto final um vídeo demonstrativo das ações, sendo distribuído em mais de 300 entidades do país, entre estas institutos de pesquisa e universidades. O Consórcio foi convidado para participar da banca julgadora do Prêmio Gestão Pública e Cidadania 2000, por ser sócio fundador da RECOB – Rede Brasil de Organismos de Bacias, sendo referência a fomentar e cooperar com a estruturação de outros Consórcios como: Iberê, na região de Chapecó; Esmeralda da região de Itapema; Rio Benedito em Timbó; Lambari da região de Concórdia. As ações do Consórcio e seu modelo de trabalho também serviram de informações para quatro dissertações de Mestrado da UFPR e FURB, versando sobre as ações do Consórcio Quiriri, especificamente sobre as APA's; Programa de Tratamento Participativo de Resíduos Sólidos e sobre a Metodologia do Consórcio. Em janeiro de 2001 o Consórcio recebeu o reconhecimento de suas ações pelo Ministério Público de Santa Catarina, através do Centro de Promotorias da Coletividade – Coordenadora de Defesa Civil do meio Ambiente e da Fundação do Meio Ambiente - FATMA.

Esses reconhecimentos e premiações se devem a diversas frentes de ação que, desde 1997, foram implementadas a partir de uma metodologia inédita para a época: a de buscar os anseios ambientais dos diversos setores da sociedade nos municípios envolvidos para, a partir daí, formular projetos que atendessem essas demandas, sempre de forma participativa.

A necessidade de integração de ações sistêmicas para promover a cooperação, integração, estruturações e potencialização de soluções participativas para problemas regionais comuns, justificaram o desenvolvimento do Programa Quiriri Sustentável.

*“Dessa história toda nasceu um grande programa guarda-chuva, chamado Quiriri Sustentável que tem 5 frentes estratégicas onde*

*penduramos os projetos que já tínhamos até então. Nessa migração, a gente abriu um pouco o leque de oportunidade do Quiriri. Antes ele era voltado à área ambiental. Agora a gente abriu para tudo. Para infraestrutura, saúde, turismo, esporte e lazer, educação, social, enfim. Ficou um instrumento mais amplo para servir melhor as necessidades que os nossos municípios tinham” (GCQ).*

O Programa Quiriri Sustentável é composto por cinco Frentes Estratégicas (Quatro 8) alinhadas aos princípios do Pacto Global da ONU bem como aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS, visando o desenvolvimento solidário sustentável.

Quadro 8 - Frentes Estratégicas do Programa Quiriri Sustentável

<b>Frente Estratégica</b>	<b>Ações de curto, médio e longo prazo</b>
<b>GOVERNANÇA INTERMUNICIPAL</b>	Resgate e estruturação da vertente comunitária Princípios do pacto global da onu e alinhamento com os ODS Comitê de bacia hidrográfica Planorte água e solo Reorientação de projetos, acompanhamento de processos e captação de recursos
<b>DIAGNÓSTICO, INDICADORES E EDUCAÇÃO AMBIENTAL</b>	Promoção de eventos de conscientização Círculos da sustentabilidade Intervenções em fauna e flora
<b>LICENCIAMENTO AMBIENTAL MUNICIPAL E ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS</b>	Sistema intermunicipal de municipalização do licenciamento ambiental Gestão ambiental
<b>SERVIÇOS AMBIENTAIS E PRODUÇÃO LIMPA</b>	Sistema integrado de gestão e proteção do mosaico de unidades de conservação – Redescobrimo a natureza PSA – pagamento por serviços ambientais Produção limpa – feira de orgânicos
<b>GESTÃO PARTICIPATIVA POR BACIA HIDROGRÁFICA – TURISMO</b>	<b>Circuito das Araucárias de Cicloturismo</b> Planos Municipais e Regional de Turismo Place Branding e Plataforma de Comunicação Acolhida na Colônia

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados obtidos em <http://quiriri.com.br/>

Esta última Frente Estratégica engloba o turismo e dentre as 59 ações a curto, médio e longo prazo, o Circuito das Araucárias de Cicloturismo é uma delas.

Mas há outras ações que têm relação direta com o Circuito e com a promoção e valorização turismo regional, conforme relatado por GCQ:

*"Dentro do turismo, nós temos coisas que conversam entre si. O foco está no Circuito das Araucárias, mas para acontecer a gente tem outras coisas junto. Temos trabalhado nos municípios com o Plano Municipal e Regional de Turismo que até então não tinham. Estamos trabalhando também o Place Branding (...) A gente pensa em criar uma marca lugar que retrate o que nós somos e nos coloque como tal. Até então existe um exercício de resgatar a autoestima das pessoas para elas entenderem o potencial de quem somos. Estamos trabalhando também na Plataforma de Comunicação. Vai servir para gente conciliar a estrutura do turismo que temos em conjunto"(GCQ).*

Ainda dentro das ações voltadas ao turismo está em implantação na região o Projeto Acolhida na Colônia. Criado no Brasil em 1999, o Projeto reúne cerca de 180 famílias de agricultores, integradas à Rede Accueil Paysan<sup>8</sup>, atuante na França desde 1987. GCA comenta que o Acolhida *"tem uma proposta que prevê a não descaracterização da propriedade, a adoção de valores e princípios que conversam muito com os valores do Consórcio Quiriri - produção orgânica, diversificação de renda dentro da propriedade"*. Outras ações do Consórcio ganham visibilidade e apoio como o da Fundação O Boticário<sup>9</sup> que incentiva projetos de conservação ambiental na região.

Entendida a origem e o contexto do Circuito das Araucárias, é importante destacar que o foco deste estudo está em destino turístico. Isso leva a necessidade de compreender a razão das demarcações geográficas e espaciais do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Lançado em 2004, o Programa denomina esta região como Caminhos dos Príncipes, a qual tem como principal representante a cidade de Joinville, no norte de Santa Catarina. Porém, o foco está voltado para a microrregião composta pelos municípios de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul, que fazem parte do Consórcio Quiriri. Cabe ressaltar que a região que compreende o Circuito das Araucárias e é formada pelos quatro municípios do Consórcio Quiriri, ainda não tem um nome definido, mas estará sendo proposto pela ação de *Place Branding*, está em fase de construção. Neste

---

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.accueil-paysan.com/en/>

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.fundacaogrupoboticario.org.br/pt/imprensa/releases/pages/curso-capacita-proprietarios-rurais-de-sc-para-preservar-a-natureza.aspx>





*possível trabalhar juntos. Ele mostrou pra gente que a regionalização, no nosso modelo, seria uma alternativa para poder ambicionar algumas coisas melhor estruturadas. Além disso, nós tínhamos que resgatar a autoestima das pessoas e a gente via que as pessoas usavam muito a bicicleta aqui" (GCQ).*

A tradição do ciclismo na região remonta a características de sua colonização que, culturalmente, sempre utilizou a bicicleta. Além disso, entidades atuantes no setor como o Grupo Coiotes de São Bento do Sul e Rinho em Rio Negrinho, promoviam a prática entre os simpatizantes e comunidade em geral.

Em 2009 a identificação de um roteiro definitivo, bem como as possibilidades de roteiros alternativos para a prática de cicloturismo na região, foram mapeadas com auxílio do Clube de Cicloturismo do Brasil, levando em consideração a experiência, interesse em integrar com a vasta teia de relações que o Clube possuía. Foram realizados levantamentos de viabilidade do roteiro e refinamento com checagem das melhores opções de caminhos, levando-se em conta o grau de dificuldade, tipo de pavimento, intensidade do tráfego e outras peculiaridades de cada local. Por fim, o reconhecimento de bicicleta do percurso definido confirmando a escolha do roteiro com base na realidade de uma viagem.

A compilação dos dados, planilhas de orientação, elaboração de gráficos altimétricos, mapas ilustrativos, classificação dos percursos em graus de dificuldade física, texto descritivo de cada percurso parcial e fotos ilustrativas fizeram parte de outra fase do trabalho, que desencadeou o processo de construção visual do circuito com proposição e definição de marca e formato visual para cartilha, folder e passaporte do ciclista.

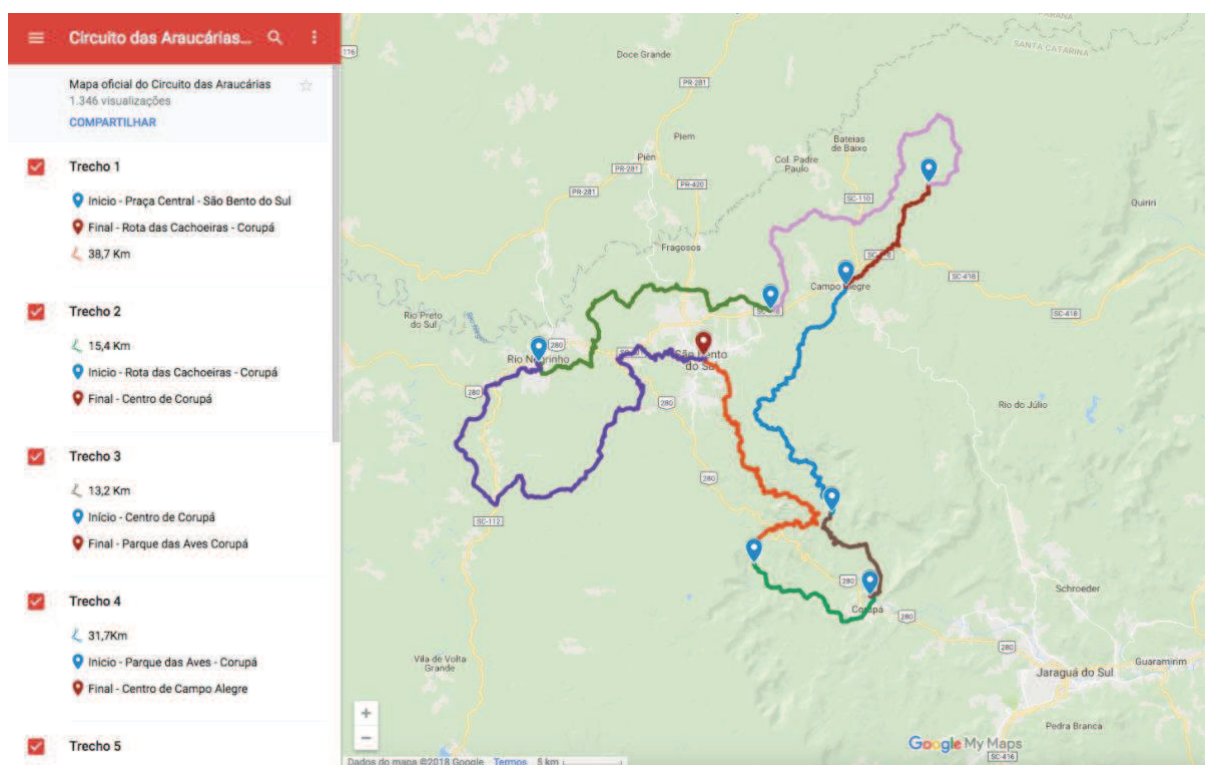
Para a sinalização do circuito a comissão deflagrou processo de busca de parcerias para patrocínio, sendo o mesmo assumido integralmente pela empresa Tuper de São Bento do Sul. São trezentas placas indicativas contendo informações sobre trajeto, distância ao próximo ponto, km parcial, km do trecho, altitude e localidade (ANEXO E).

Atualmente o roteiro apresenta diversos atrativos naturais, culturais, históricos e gastronômicos, com trechos de paisagens bem variadas, alternando entre a floresta Ombrófila Mista com Araucárias e relictos preservados de Floresta Ombrófila

Densa repleta de bromélias e orquídeas. A estrada Dona Francisca é destaque na parte histórica assim como a ferrovia que serpenteia a Serra.

O Circuito das Araucárias de Cicloturismo tem 248 quilômetros, dividido em 8 trechos que cortam as cidades de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul. A Figura 4 mostra o mapa com os trechos e pode ser acessado no formato digital ou impresso, retirado nos pontos de carimbo do Circuito.

Figura 4 - Mapa e trechos do Circuito das Araucárias



Fonte: disponível em <https://circuitodasaraucarias.com.br/>

O site apresenta ainda detalhes de cada trecho, com mapa, fotos e descrição das paradas, dicas de segurança, bagagem e técnicas que podem ser úteis durante o pedal. Ainda está disponível a lista dos parceiros e amigos dos ciclistas que são identificados fisicamente, com o selo de Estabelecimento Capacitado (ANEXO F). A

lista completa está disponível e pode ser acessada ainda por cidade<sup>10</sup>. A Quadro 9 apresenta o número de estabelecimentos em cada segmento.

Quadro 9 - Número de estabelecimentos e serviços cadastrados no Circuito das Araucárias

TIPO DE SERVIÇO / ESTABELECIMENTO	QUANTIDADE
HOSPEDAGEM	26
RESTAURANTE	15
CAFÉ / PANIFICADORA	10
CAFÉ COLONIAL	4
INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	4
AGÊNCIAS DE TURISMO E RECEPTIVO	2
VISITAÇÃO E LEMBRANÇAS	3
COMERCIO DE PRODUTOS	6
MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA EM BICICLETA	2
AMIGO DO CICLISTA	4

Fonte: elaborado pelo autor

O cicloturista que percorre o circuito poderá fazê-lo de diferentes modos. Por haverem trechos que variam de 13 km a 60 km, o ritmo e interesse de cada um é que vão determinar número de dias para percorrer o Circuito das Araucárias. Em cada um dos oito trechos há possibilidade de pernoite, o que o torna ainda mais flexível. Na cartilha (ANEXO B) que o cicloturista retira no Ponto Zero, na Praça Central de São Bento do Sul, há diversas dicas e informações úteis para a aventura. Além da apresentação de cada cidade e atrativos ao longo do percurso, a cartilha também apresenta sugestões para fazer o trecho em seis, sete ou oito dias, além de dicas importantes que o cicloturista precisa saber para fazer o trajeto. Nas últimas páginas, há espaços para carimbos que são "conquistados" a cada trecho percorrido. Ao final do circuito e de volta ao Ponto Zero em São Bento do Sul, o Cicloturista apresenta os carimbos e recebe o certificado de conclusão do Circuito.

<sup>10</sup> Disponível em [www.circuitodasaraucarias.com.br](http://www.circuitodasaraucarias.com.br)

Na história do Circuito das Araucárias já é possível perceber algumas adequações, como menciona GCA em sua entrevista: *"Nós começamos com a gestão do projeto sendo feita pelas secretarias de turismo de cada um dos municípios, então cada município adotava e cuidava do seu trecho. Manutenção das placas, estrada, enfim, tudo que precisa"*. Porém, a mudança de governos fez com que as pessoas envolvidas na rotina executiva mudassem tendo como consequências alguns descompassos no processo que precisaram ser readequados. Por sugestão da Comissão Executiva do Programa, desencadeou-se um processo de construção e autorização da terceirização dos serviços de manutenção do circuito visando sanar as dificuldades e desajustes de procedimento de atendimento.

Em 2013 o Consórcio Quiriri abriu edital para chamada de empresas ou associações que tinham interesse em assumir o gerenciamento do Circuito das Araucárias. O vencedor desse processo ficaria responsável pela sinalização, manutenção de placas, recepção do cicloturista e até o resgate, quando necessário. *"Nessa hora quem venceu esse processo licitatório foi a ASBCiclo que passou a trabalhar conosco em cima dessas demandas. A gente teve resultados muito positivos nessa "terceirização" do serviço. Tínhamos alguém pensando no circuito o tempo todo e também de quem cobrar"* (GCQ). Em meio aos compromissos contratuais do vencedor, ainda havia a promoção de eventos e ações para integração do Circuito com outros da região.

O contrato com a Associação São Bentense de Ciclismo - ASBCiclo - encerra no final de 2018. Neste período, é evidente a evolução do Circuito e das pessoas que fazem parte do processo como comenta GCQ. *" Entre o que nós tínhamos e o que a gente conseguiu, tivemos uma grande evolução, porque são pessoas da área que entendem do assunto. Quando a gente passou a fazer isso de forma mais profissional, conseguimos estruturar o circuito um pouco melhor"*.

Após o relato das características do Circuito das Araucárias, a próxima seção apresenta as evidências empíricas encontradas, a partir das entrevistas e documentos coletados no destino. Tais evidências foram compiladas e agrupadas em categorias iniciais e passam a ser detalhadas na sequência.



## 4.2 CATEGORIAS IDENTIFICADAS NA ANÁLISE DE CONTEÚDO

A partir da análise das entrevistas e documentos coletados foi possível identificar oito categorias iniciais que dizem respeito às dimensões propostas no modelo de Pearce (2014) e ajudam a explicar o que torna um destino reconhecido: (1) Aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes, (2) Delimitação de fronteiras, (3) Aprimoramento de Processos e do Trade Turístico, (4) Envolvimento dos atores locais, (5) Cultura comunitária, (6) Ações promocionais, (7) Presença de uma estrutura organizacional (8) Participação do Poder Público.

As próximas seções tratam da apresentação de cada uma das categorias iniciais com base na interpretação qualitativa dos dados coletados. Ao final, na busca em atender os objetivos deste estudo, as categorias iniciais que emergiram são cruzadas com o modelo apresentado por Pearce (2014).

### 4.2.1 Categoria 1: Aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes

A primeira categoria identificada, a partir da análise das entrevistas, trata do **aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes** e foi mencionada por sete entrevistados.

Para aproveitar as características da região do Circuito das Araucárias foi necessário um olhar para além do território, conforme comentado por GCQ: *"Nós víamos em alguns lugares a bicicleta como elemento produzindo arranjo produtivo, alavancando processos"*. Outros circuitos serviram de modelo e inspiração para a implantação do Circuito das Araucárias, como mencionado por GCA: *"No começo a gente usou muito como exemplo o Vale Europeu e a Costa Verde Mar, que já eram conceituados"*. A visão para circuitos de outros Estados foi relatado também por GCQ: *"A gente busca bastante essas experiências. Já demos uma olhadinha em Minas Gerais, porque aqui temos a Estrada Dona Francisca que é uma estrada importante, e Minas tem uma questão voltada a uma rota importante"*, referindo-se a Estrada Imperial.

No início, esse olhar para outras regiões ajudou na identificação dos atrativos do Circuito das Araucárias conforme relata TUR 4: *"Na época que nós fizemos o mapeamento, tentamos contemplar o máximo de atrativos e empreendimentos. (...)"*

*Em 2009 nós éramos uma equipe formada por quatro municípios, eu de São Bento do Sul, a Samira de Campo Alegre, o Roberto de Corupá e de Rio Negrinho era o Emerson. Cada um conhecia bem as suas cidades. Isso ajudou para que o mapeamento fosse bem feito".*

O fato de o Circuito das Araucárias estar dentro de uma Área de Proteção Ambiental é outra característica importante que valorizou o produto turístico, como relata GCQ: *"Temos a alegria de ter dois ecossistemas distintos para o turista apreciar. A floresta ombrófila mista, que é de araucária, que vai encontrar em Campo Alegre, São Bento do Sul e Rio Negrinho e a floresta ombrófila densa que já é mata atlântica em Corupá".* O aproveitamento dessas características aparecem também no depoimento de TUR 3: *"O principal atrativo do Circuito é justamente as belezas naturais que a gente tem aqui. Quem já percorreu e quem escolhe esse circuito está em busca de um relevo mais trabalhado, de um clima serrano, ele vem com muito sede de participar".*

Como já contextualizado anteriormente, o Circuito das Araucárias possui diversos atrativos. Entre eles alguns ganham destaque como a Rota das Cachoeiras, o Morro da Igreja e os campos do Quiriri. Ainda existem muito mais atrativos naturais, culturais e gastronômicos como o Seminário Sagrado Coração de Jesus, em Corupá; o Parque Natural Braço Esquerdo, com cachoeira, caverna e via de escalada; a Cascata Paraíso no centro de Campo Alegre, além da carne de ovelha e a arquitetura urbana do município; o Mosteiro Trapista e a Praça do Avião em Rio Negrinho e a Igreja Matriz e os casarões antigos, da estrada imperial Dona Francisca, em São Bento do Sul. Mesmo com tantos atrativos, alguns permanecem escondidos ou inexplorados, como relata TUR 1: *"Eu vejo o Circuito das Araucárias com um baita potencial, que a gente não está sabendo ainda utilizar na sua totalidade, para ganhar dinheiro para os empresários. Quando o pessoal vem retirar o certificado aqui em São Bento do Sul, é o momento onde a gente pergunta o que achou e tal. Eles dizem que o nosso Circuito, com relação aos recursos naturais é muito bonito".*

A visão de que os recursos naturais e culturais ainda não são aproveitados na sua totalidade é compartilhada por outros entrevistados. *"A gente que é daqui, mora e pedala já há 18 anos, ainda hoje passamos por vários desses lugares e acabamos não entrando e conhecendo"* (EMP 5). Para TUR 1 o Parque das Aves é um desses lugares que poderiam ser melhor aproveitados: *"Lá é uma Unidade de Preservação*

*Ambiental e os animais que são apreendidos pela Polícia Ambiental vão para serem medicados e soltos. Ele tem pousada, restaurante, mas vejo um potencial muito maior. Um potencial de exploração sustentável".* TUR 1 acrescenta que além do Parque das Aves, *"outros pontos de paradas ou proprietários de recursos naturais, ainda não acordaram para o potencial que tem"*.

Por outro lado, há locais que já entenderam a importância do turismo e com isso vem se destacando no circuito. A Pousada Ponte de Pedra é um desses locais. *"A gente preserva e o hóspede pode aproveitar. Por exemplo, a ponte, o rio, a cachoeirinha, a trilha e passeio a cavalo e de carroça. A gente é da cultura alemã e tem uns que vem até conversar em alemão"* (EMP 2). Para TUR 4 o fato de a Pousada manter e explorar seus recursos naturais e culturais serve de exemplo a outros empreendedores. *"Temos mais lugares pitorescos que estão lá, que falta ainda colocar a família para operar e verem aquilo como uma fonte de renda para o futuro. Ali em Rio Natal têm lugares espetaculares para explorar, eles vivem do cultivo da banana, da horta, mas ainda não viram no turismo uma forma de subsistência"* (TUR 4).

Além dos empreendedores, os gestores municipais e os moradores também começam a ter consciência quanto a preservação dos recursos. Dos quatro municípios consorciados, três são cortados pela Estrada Imperial Dona Francisca. Uma estrada histórica, do século XIX e que apresenta alguns trechos com o traçado original. GCA relembra que *"acontecia que a prefeitura patrolava a via e não estava nem aí com a parte histórica. Hoje, as pessoas já veem isso de uma forma diferente. Eles olham aquelas pedras antigas e procuram cuidar. O mesmo acontece com os casarões antigos. As pessoas não davam valor e hoje querem visitar, querem conhecer esses casarões e a história das famílias"*.

Mesmo com todas as ações para aproveitar ao máximo as características do destino, a análise das entrevistas revelou que ainda há muito a ser explorado no Circuito das Araucárias, conforme comenta GCA: *"Dos recursos turísticos, acho que a gente aproveita menos da metade. Tem muito potencial ainda"*. Todos relataram que ainda há de 40% a 50% de recursos e atrativos que podem ser explorados. Fazem parte deste percentual, diversos atrativos naturais que estão em torno do Circuito e que ainda não estão sendo visitados como relata TUR 4: *"O Braço*



*Esquerdo<sup>11</sup> é um que poucos visitam. As cachoeiras que estão em Campo Alegre, poucos vão lá ver. Falta um trabalho para chamar o pessoal a visitar". Os atrativos culturais também aparecem nessa lista de recursos ainda pouco explorados, como por exemplo "(...) descendo pra Rio Natal temos a estação ferroviária em São Bento do Sul, que é espetacular e está abandonada. Tem muitas casas antigas que se poderia usar para que as pessoas entrassem e conhecessem a casa, a história (...) A maioria delas hoje pertence à família original ainda, que veio colonizar a região. Então eles sabem a história da casa".*

A análise das entrevistas revelou que algumas ações estão sendo adotadas para maximizar o aproveitamento dos recursos. A experiência relatada por GCQ em São Bento do Sul, chamada Conheça São Bento, retrata a preocupação dos atores locais em conhecerem melhor os recursos da região: *"Ela [Diretora de Turismo de São Bento do Sul] está levando os conselheiros de turismo em todas as propriedades. Eles passam a se visitar e trocar figurinhas. Um dos depoimentos que eu ouvi foi: - que bom ter conhecido isso. Esse é um lugar que eu posso indicar para os meus hóspedes". (GCQ).* Outra ação que está em andamento e que visa o aproveitamento das características do Circuito das Araucárias é a implantação do Projeto Acolhida na Colônia que busca trabalhar a cultura do homem do campo dentro do seu contexto e história.

Em síntese o aproveitamento das características e atrativos existentes iniciou-se com um olhar para lugares que utilizam a bicicleta como arranjo produtivo, como Vale Europeu, Costa Verde Mar, Estrada Real de Minas Gerais. O passo seguinte foi o mapeamento do máximo de atrativos e empreendimentos para compor o Circuito das Araucárias. As entrevistas mostraram ainda que, por estar localizado em uma região composta por dois ecossistemas distintos, existe um grande potencial que ainda pode ser explorado. Mesmo assim, é visível a preocupação em preservar as características culturais e históricas das propriedades e das vias públicas, bem como incentivar as famílias a valorizarem a cultura e a história do lugar. Projetos como o Conheça São Bento e Acolhida na Colônia, servem para identificar e aproveitar as características e atrativos existentes, bem como resgatar e preservar a herança cultural das famílias rurais.

---

<sup>11</sup> Localidade no interior de Corupá.

#### 4.2.2 Categoria 2: Delimitação de fronteiras

A próxima categoria inicial identificada no Circuito das Araucárias trata da **delimitação de fronteiras** e foi mencionada por cinco entrevistados.

As cidades que formam o Circuito das Araucárias pertencem a uma das regiões turísticas demarcadas geograficamente pelo Programa de Regionalização do Turismo, denominada Caminho dos Príncipes (MTur, 2013). O Caminho dos Príncipes tem como representante principal a cidade de Joinville, norte de Santa Catarina. Além de Joinville, fazem parte do Caminhos dos Príncipes os municípios de Guaramirim, Jaraguá do Sul, Garuva, Balneário Barra do Sul, Barra Velha, São Francisco do Sul, São João do Itaperiú, Schroeder, Massaranduba, Araquari, Itapoá, Campo Alegre, São Bento do Sul, Rio Negrinho e Corupá. Estes quatro últimos formam a região que integra o Circuito das Araucárias.

Analisando as entrevistas coletadas no Circuito das Araucárias, é possível identificar algumas vantagens em participar do Programa de Regionalização do Turismo. Quando questionados sobre pertencer à região turística Caminhos do Príncipes, a opinião de TUR2 é que *"(...) trabalhar regionalmente é mais rico. Essa instância é bem forte e podemos ajudar a divulgar um ao outro"*. Algumas ações são viabilizadas, como reuniões mensais e materiais de divulgação, a exemplo de um mapa turístico que deve reunir todos os municípios do Caminho dos Príncipes. Já GCQ, que tem uma cadeira na instância de governança<sup>12</sup>, reconhece que há atores articulados e importantes, para alguns processos. *"A gente junta forças. Através da Instância a gente fica por dentro do que está acontecendo, tenta buscar recursos, como do Place Branding<sup>13</sup> que veio pela Secretaria de Turismo e foi atendido por ser um pedido estruturado por mais municípios"* (GCQ). Ainda, confirmando as opiniões, TUR4 comenta que *"Ela dá um endereço a mais para o cicloturismo, é um meio de as pessoas saberem onde fica. Por estar inserido, torna-se mais fácil de achar"*.

Porém, essas opiniões são contrariadas nas respostas dos demais entrevistados. Quando questionados, EMP4, EMP3 e GCA relatam que a demarcação definida pelo Ministério do Turismo não tem relevância para o sucesso

<sup>12</sup> A Instância de Governança Regional é uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o Programa em âmbito regional. (Ministério do Turismo, 2007).

<sup>13</sup> É um processo cuidadoso e complexo para criar posicionamento de marca de cidades, estados e lugares de interesse turístico e econômico.

do Circuito das Araucárias. No depoimento de EMP4 constata-se que há uma certa distância em relação aos benefícios obtidos pela região turística: "(...) acho que a nossa região está um pouco esquecida". Ainda reforçando este ponto de vista, GCA afirma que "A região do planalto norte é um pouco esquecida dentro do trade turístico em nível estadual e nacional. O Estado faz uma divulgação, mas não conhece as belezas que temos aqui no planalto norte". Opinião reforçada pelas palavras de EMP 3: "Hoje estamos extremamente perdidos. (...) apenas algumas cidades acabam tendo destaque", referindo-se a Joinville, principal cidade do Caminho dos Príncipes.

Constata-se, que esse posicionamento contrário à demarcação regional motivou os atores locais a mobilizarem-se a favor de sua própria delimitação, ou seja, há um trabalho intenso e independente para a promoção do destino Circuito das Araucárias. GCA relata algumas ações que evidenciam no trabalho entre os quatro municípios: "Nós temos um Plano Municipal de Turismo, um Plano Regional de Turismo, o Place Branding acontecendo e o projeto Acolhida na Colônia em fase de implantação. Nos últimos cinco anos esse planejamento vem acontecendo cada vez mais forte. Com isso quem ganha são os municípios e a região do Circuito das Araucárias".

Em síntese, a delimitação de fronteiras aparece tanto na participação da região turística Caminhos dos Príncipes, quanto na própria região do Circuito das Araucárias. O sentimento de esquecimento que os quatro municípios têm em relação ao Caminho dos Príncipes, motivou a mobilização e a implantação de projeto para valorização da região do Circuito das Araucárias, a exemplo dos Planos Municipal e Regional de Turismo. Ainda que alguns achem vantajoso fazer parte do Caminhos dos Príncipes, é unânime a percepção de que o trabalho regional, entre os quatro municípios, traz melhores resultados.

#### 4.2.3 Categoria 3: Aprimoramento de processos e do trade turístico

A próxima categoria identificada no Circuito das Araucárias diz respeito ao **aprimoramento de processos e do trade turístico**. Essa categoria foi citada por seis entrevistados quando se referiam em aproveitar as características locais para melhorar o produto turístico. No caso do Circuito das Araucárias, moradores, empreendedores e poder público passaram a compreender melhor esse novo perfil

de turista - o cicloturista: *"A pessoa que vem pedalar não vem cheia de mochila e com um monte de roupa. Ela vem com a roupa do corpo e uma malinha. Então ela quer do hotel um varal para pendurar a roupa que vai usar no outro dia, ela quer um lugar seguro para pôr a bicicleta, pois vale mais que muitos carros"* (GCQ). Isso fez com que as empresas ligadas à atividade moldassem seus produtos e serviços para atender esse novo cliente, conforme relata GCQ: *"Hoje temos um hotel aqui em São Bento do Sul que tem uma oficina de bikes e deixa disponível para lavar a bike e regular para o dia seguinte. Temos hotéis que fazem um lanchinho com barrinha de cereais para o ciclista levar. Tem hotéis que fazem uma pizza com o nome dos grupos quando eles chegam"*.

Ao abordar a problematização dos conceitos dos destinos turísticos Saraniemi (2010) reforça os papéis e posições dos diferentes atores. A entrevista com GCQ mostrou que não basta apenas incluir os atores. É preciso que cada um deles assuma o seu papel para que o Circuito ganhe força: *"No início nós mapeamos todos os parceiros por onde o circuito passava e colocamos todos no site. Com o tempo a gente começou a ter alguns problemas. As pessoas se hospedavam em um determinado hotel e perguntavam, onde eu começo, por onde passa, onde pega o carimbo, como é a história. E muita gente não sabia. Aí que nós começamos a capacitar esses parceiros"* (GCQ).

Este processo de capacitação que GCQ se refere, está previsto no processo licitatório que selecionou a entidade responsável para o gerenciamento do Circuito. Dessa forma, os atores locais devem passar por treinamentos que visam melhorar a oferta de serviço. Essas capacitações são realizadas uma vez por ano, em cada um dos municípios. A inclusão do estabelecimento no site do Circuito e a conquista do selo de Parceiro Capacitado (ANEXO F) está condicionado a esta capacitação anual. Além do reconhecimento do selo por parte do cicloturista, é possível constatar que os próprios estabelecimentos enxergam de forma positiva esta ação, como relata EMP 3 em seu depoimento: *"Na entrada do nosso estabelecimento você vai ver que a gente tem o selo e é habilitado. Isso prova que nós fizemos a capacitação do cicloturismo"*. Mais que o selo e a inclusão no site do Circuito, os organizadores veem a capacitação como uma ferramenta para integrar os atores locais ao Circuito das Araucárias: *"A gente vem trabalhando para fazer com que esses atores se aproximem mais do Circuito das Araucárias e o entendam como um produto não só*

*esportivo, mas como um produto turístico. A gente também pode divulgar os empreendimentos para potencializar a cadeia turística" (TUR 3).*

Mesmo com todo este trabalho de capacitação, o relato de TUR 2 mostra que este é um processo contínuo. *"A gente tinha um parceiro que era um ponto de carimbo, apareceu o cicloturista e o funcionário nem sabia o que era o Circuito. Então assim, é um parceiro, é um ponto de carimbo, mas a pessoa que foi lá e fez a capacitação mas não passou para os outros. Então por mais que a gente convide para capacitação, alguns não estão dando muita bola".*

Porém, o Grupo Gestor segue convicto no fortalecimento do produto turístico local. GCA relata a preocupação com a modernização na busca de diferenciais para o circuito. *"Se nós não tivermos um diferencial, vamos ser igual aos outros. O que muda são as belezas. Então é um conjunto de ações. Temos que ter belezas, um bom circuito, bons parceiros, ou seja, uma série de ações que tem que acontecer ao mesmo tempo para que o tudo funcione".* Um desses diferenciais foi citado por TUR4, que veio a partir de pedidos dos cicloturistas: *"Tinham alguns locais como aqui na praça, que eram o ponto de carimbo e estavam fechados. Então pediram que fosse feito de outra maneira. Agora vamos colocar o QR Code. Eles fotografam o código e pela internet recebem o certificado".*

Outras evidências no processo de melhoria do trade turístico são as reuniões mensais realizadas pelo Comitê de Regionalização do Turismo, onde são discutidos diversos assuntos. Oficialmente, as reuniões acontecem pelo menos uma vez por mês, porém, conforme relata GCA, podem acontecer de forma extraordinária: *"Em março por exemplo, tivemos oito reuniões, direcionadas para o Circuito das Araucárias. Obrigatoriamente, uma reunião por mês nós temos que fazer, onde há prestação de contas de tudo que foi feito, analisado todos os números, de onde vieram esses turistas, de que cidade, se tem alguma ação para se fazer. Dessas reuniões é que saem eventos como o Bike Meeting Brasil<sup>14</sup>, por exemplo".*

Além das sugestões de melhorias ao longo do Circuito, as reuniões do Comitê discutem a implantação de processos de controle, conforme cita TUR 1: *"(...) estamos trabalhando na criação de um formulário no Google Forms para a inserção dos dados. Até o ano passado, existia uma folhinha de inscrição. E isso, pelo que eu*

---

<sup>14</sup> Evento promocional e integrativo, realizado nos dias 20, 21 e 22 de abril de 2018, em São Bento do Sul, que tem como objetivo reunir os grupos de ciclistas e oferecer atividades relacionadas ao esporte fortalecendo o cicloturismo do Circuito das Araucárias.

*conversei com o pessoal da Associação, nunca foi recolhido, nunca foi utilizado. Então tem um mailing list gigante do Brasil e do mundo e que nunca foi feito nada".* De acordo com relatos de TUR 1, não há um banco de dados central nem mesmo uma forma padronizada de relatórios, já que o processo de inscrição para fazer o circuito pode ser feito de diversas maneiras: retirando a cartilha na prefeitura, inscrevendo-se no site ou entrando em contato com os gestores. Ainda assim, há cicloturistas que acabam não passando por nenhum desses canais.

Em síntese, o aprimoramento de processos e do trade turístico pode ser identificado a partir da mudança de visão dos empreendedores para este novo perfil de turista e a predisposição dos atores locais em implantar melhorias nos empreendimentos e nos processos. A identificação dos estabelecimentos como o Selo Parceiro Habilitado garante uma padronização entre os participantes, já que para a obtenção do selo é necessário participar das capacitações. Nota-se também uma visão voltada para o sucesso do Circuito e não apenas para uma ou outra cidade. As reuniões periódicas tornam os gestores muito mais ativos e permite que novas ações sejam implantadas com maior velocidade, como adequações do percurso, melhorias na infraestrutura e novas tecnologias para controle e o fluxo de turistas.

#### 4.2.4 Categoria 4: Envolvimento dos atores locais

A quarta categoria identificada no Circuito das Araucárias trata do **envolvimento dos atores** no processo de criação de um produto local, que atende às expectativas dos turistas (FRAMKE, 2002) e pode ser identificada na fala de sete entrevistados. Segundo GCQ, o envolvimento dos atores locais propiciou criar algo que fosse essencialmente do destino: *"a gente começou em 2009 com um grupo trabalhando, mapeando a região. Esse grupo era focado nos gestores de turismo dos municípios e alguns voluntários"* (GCQ). Ainda sobre a participação dos atores locais TUR 3 comenta: *"Naquele momento de implantação, eles já envolveram alguns atores e a comunidade, para saber quais o trajetos e onde poderiam passar"*. Neste período a região contava com dois grupos de ciclismo, voltados à competição: o grupo Rinho, pertencente a Rio Negrinho e os Coiotes de São Bento do Sul. *"Esses dois grupos conheciam a região e acabaram sendo atores muito importantes na construção desse modelo "* (GCQ).



No processo de formação do Circuito das Araucárias, foi necessário que as pessoas acreditassem na ideia e se tornassem parceiras, como relata GCA: "*(...) foi feito uma chamada de quem era envolvido no ciclismo para expor a ideia. Alguns eram a favor, outros não acreditavam. Mas teve uma boa adesão*". Além dos ciclistas, foi necessário também o apoio dos empreendedores locais. O Sítio de Ponte de Pedra foi um caso típico da necessidade de adesão ao projeto. Isso fica evidenciado no depoimento de GCQ: "*O Sítio tem uma história muito bonita. Essa família tinha uma casinha enxaimel bonitinha, mas eles não tinham a pretensão de abrir para turismo. Mas nós tínhamos a necessidade de naquele lugar ter alguém que acolhesse o ciclista. Houve o contato e hoje eles são o resultado desse programa*". Na fala de GCQ a inclusão deste empreendimento pareceu algo natural e que ocorreu de forma simples. Ao entrevistar a empreendedora do Sítio Ponte de Pedra (EMP2) a história apresenta-se com mais detalhes:

*"Nós tínhamos comprado o terreno. Abrimos só a cerca e soltamos as vacas para ajudar a limpar, senão em pouco tempo virava mato. Aí eles vieram para fazer o cicloturismo. E aí, como a gente ia acreditar naquilo? Uma coisa nova! Igual aquela senhora lutou para vender o terreno pra nós, eles lutaram pra fazer nós participarmos do cicloturismo. Eles foram conversando, convencendo, convencendo e então a gente tirava umas horas para vir limpar e começar a arrumar para a pousada" (EMP2).*

O Sítio Ponte de Pedra é destaque no trajeto e reconhecido no Circuito das Araucárias. Além dele, o Circuito conta com a participação de cerca de 68 parceiros formalmente capacitados, dentre eles hotéis, pousadas e camping, restaurantes, atrativos naturais, atrativos culturais e serviços de apoio.

Mesmo com tantos participantes, há casos em que os atores ainda não demonstraram o interesse em participar do Circuito. Um exemplo é citado por GCA, quando se refere aos meios de hospedagem. "*Temos um estabelecimento (hotel) credenciado no centro de Corupá mas ele não tem refeição. Outro (hotel) que tem refeição e não fez a capacitação. Então precisaria o envolvimento desses empreendimentos*".

Quando se refere a eventos, a participação dos atores locais é citada em diversos momentos. EMP 1 diz que "*sempre que tem algum evento e a gente é convidado, a gente participa*". Já EMP 3, além de participar ainda é parceiro na realização dos eventos. "*O hotel ajuda, é extremamente parceiro, onde oferece as*

*dependências do hotel, ou seja, salão de eventos onde fizeram as reuniões, o espaço externo para expor". O envolvimento dos grupos da região na realização de pedais também é citado por EMP 2: "Os grupos da região fazem pedal cultural, eventos beneficentes, etc. Ontem teve o pedal da família onde as crianças puderam participar".*

Outra forma de buscar o envolvimento dos atores locais é identificar algumas casas, ao longo do trajeto, como Amigos do Cicloturista. A ideia ainda não foi viabilizada, mas TUR 4 acredita que seria uma ação importante: *"O cara põe a plaquinha lá - amigo do cicloturista - e quem pedala fica mais a vontade. Lá pode esquentar uma água para fazer uma refeição, por exemplo. A pessoa vai receber bem quem está pedalando".*

Em síntese, o envolvimento dos atores locais pode ser percebido desde o início do processo de estruturação do Circuito das Araucárias. O grupo de trabalho não só mapeou o circuito, mas também buscou o envolvimento de pessoas que não tinham nenhuma ligação com a bicicleta. No início houve um esforço maior para convencer os primeiros empreendimentos a aderirem ao Circuito. Com o passar do tempo verificou-se a necessidade constante do envolvimento dos atores locais, tanto em eventos quanto em reuniões relacionadas ao produto turístico. Ressalta-se a importância do envolvimento dos grupos de pedais em todo esse processo de construção e promoção. Este engajamento reflete-se nas parcerias para realização de, por exemplo, pedais para promover o destino ou eventos maiores como Bike Meeting Brasil.

#### 4.2.5 Categoria 5: Cultura comunitária

A quinta categoria identificada no Circuito das Araucárias diz respeito à presença de uma **cultura comunitária** e foi relatada por seis entrevistados. Esse pensamento coletivo é evidenciado no Circuito das Araucárias por diversos atores locais. A ASBCiclo por exemplo, promove pelo menos um pedal anual em cada um dos municípios consorciados. Esse tipo de evento, além de atrair pessoas de outras regiões, promove o cicloturismo entre os moradores do Circuito e leva os atores locais a participarem de forma mais ativa do produto turístico. O contrato com a ASBCiclo previa a realização de um pedal anual em cada uma das cidades. Em sua entrevista TUR 3 cita que o contrato não foi apenas cumprido, mas excedeu a



expectativa do grupo gestor: *"O que aconteceu é que eles não fizeram só um pedal, eles fizeram vários"*. Segundo TUR 2, esses pedais anuais passaram a ser relacionados com algum evento de maior porte na cidade: *"Em Campo Alegre o maior evento é a Festa da Ovelha, então é feito o pedal da ovelha. Em Corupá é o da banana. Em Rio Negrinho é durante o Natal (...) a gente usa esses maiores eventos para divulgar o Circuito das Araucárias"* (TUR 2).

A presença de uma cultura comunitária no Circuito das Araucárias também é evidenciada por meio da implantação, de maneira conjunta, dos Planos Municipais e Regional de Turismo, nas cidades que fazem parte do consórcio. Segundo GCQ *"mesmo que o Circuito das Araucárias seja o principal produto da região a gente tem outras coisas junto, temos trabalhado nos municípios o Plano Municipal de Turismo, bem como o Plano Regional"*. Além da contratação, o envolvimento dos atores locais na elaboração dos Planos, foi relatado por TUR 2: *"A gente fez seminários com participação da comunidade, porque não somos nós gestores que vamos decidir o que é bom ou ruim. (...) Eles têm uma visão que a gente não tem. Então, através desses seminários a gente vai discutindo o que é melhor pra região"*.

Outra ação que reflete o pensamento coletivo é a criação, em 2017, da Comissão de Regionalização do Turismo, a qual fazem parte representantes das secretarias de turismo das quatro cidades, associações, entidade e o próprio Consórcio Quiriri. A importância deste grupo é citada por TUR 2: *"Até então cada um trabalhava por si e acabava sendo um pouco rival, uma cidade da outra, mas isso não funciona desse jeito. A gente só vai ter um turismo bom, quando tiver união. De um projeto que começou com o Circuito das Araucárias, agora a gente já tem outros projetos como trekking, por exemplo (...) por causa desse trabalho regional que está sendo feito"*. Ainda sobre a Comissão de Regionalização do Turismo GCQ complementa: *"trazer os gestores de turismo dos quatro municípios, mais pessoas da iniciativa privada, mais alguns voluntários que gostam do tema e academia em alguns momentos, para conversar e decidir regionalmente esses contextos é muito importante"*. Além dos planos municipal e regional, o place branding e a implantação do projeto Acolhida na Colônia são ações vinculadas à esta comissão.

Ainda tratando desta categoria, a cultura comunitária pode ser comprovada por meio da cooperação entre os atores locais. EMP 5 destaca a cooperação entre os grupos de pedais das cidades consorciadas, por exemplo: *(...) tem um evento aqui em São Bento do Sul, as outras três cidades ajudam a divulgar. Teve o Pedal*

*da Ovelha em Campo Alegre e praticamente o pessoal daqui que organizou e gerenciou".* A cooperação entre estabelecimentos também é evidenciada com ações como uma oficina de bicicleta com equipamentos básicos e ferramentas, em um dos hotéis da região. Outra ação que chama a atenção são os Kits Manutenção (ANEXO G) direcionados ao ciclista, montados por uma oficina de bicicletas e que ficam consignados em diversos locais. A iniciativa é de EMP 5 que explica: *"Nós montamos o kit, deixamos consignados no estabelecimento, eu pago uma comissão sobre o que eles vendem e repomos quando necessário".*

A complementaridade de serviços também aparece nas entrevistas em forma de parcerias. *"Cito por exemplo Corupá, trecho 1, Moca e Campinho Novo. Um estabelecimento oferece hospedagem e outro oferece alimentação. O Hostel Destino, de Corupá, ele tem somente hospedagem, mas ele também tem os parceiros para atender as refeições" (GCA).*

Por ser um Circuito relativamente novo, e mesmo já contando com evidências claras da presença da cultura comunitária, este ainda é um processo em construção. Segundo TUR 4, *"as reuniões de capacitação<sup>15</sup> propiciam eles a se conhecerem, a trocarem ideias. Quando o cara tá em Rio Natal, já liga pra Campo Alegre e diz: - tá indo um grupo de 20 pessoas. Já tem essa interação entre eles. Mas precisa melhorar".* GCQ confirma essa mudança de comportamento: *"Hoje as pessoas já não se sentem mais a vontade de olhar para o próprio umbigo".*

Em síntese, a cultura comunitária pode ser percebida na realização de eventos regionais e itinerantes e na participação da comunidade na tomada de decisão e no planejamento regional. O pensamento comunitário está presente também no trabalho em conjunto realizado pelas prefeituras e no envolvimento dos gestores, iniciativa privada, voluntários e academia para decidir regionalmente. A presença de estabelecimentos trabalhando em parceria reforçam a mudança de um olhar individual para o coletivo.

#### 4.2.6 Categoria 6: Ações promocionais

A sexta categoria identificada no Circuito das Araucárias trata das ações promocionais e pôde ser constatada em cinco entrevistas. Com um produto turístico

---

<sup>15</sup> Capacitação realizada em abril de 2017 nas quatro cidades participantes do Circuito das Araucárias reuniu 101 pessoas capacitadas e 57 estabelecimentos parceiros credenciados.

devidamente configurado e com os atores locais envolvidos e articulados, o próximo passo foi detectar as formas de promoção do destino. A partir dos pedais organizados nas cidades consorciadas, foi criado o Bike Meeting Brasil com o objetivo de divulgar o produto turístico local. O evento nasceu na ASBCiclo e ganhou corpo no Grupo Gestor do Consórcio Quiriri, conforme comenta TUR 1: *"O pessoal da Associação veio com uma ideia e o Comitê Gestor acabou ampliando"*. O Bike Meeting Brasil nasceu como um evento atrelado não só para a prática do exercício, mas que envolvesse áreas afins, como cita TUR 2: *"(...) além de pedal, ainda têm palestras, exposição, feirinha, nutrição esportiva voltado ao ciclista, bike fit pra ver como a bicicleta se ajusta a você e não você à bicicleta, entre outros assuntos de saúde e bem-estar relacionados ao cicloturismo"*.

A primeira edição do Bike Meeting Brasil aconteceu nos dias 20 e 21 de abril de 2018 na cidade de São Bento do Sul. O evento foi idealizado de forma itinerante e já está programado para percorrer os outros municípios participantes do Consórcio até 2020. *"O próximo em Corupá, o outro em Campo Alegre e o próximo em Rio Negrinho. Esta é uma ação que a gente pretende potencializar em nível nacional"* (TUR 3).

Além do Bike Meeting, foram detectadas outras ações promocionais em prol do Circuito das Araucárias. GCQ infere ser é constante a participação em feiras e congressos relacionados ao esporte, bem como em outros eventos que disponibilizam algum espaço para divulgação: *"As meninas do turismo vão e acabam levando o material do Circuito. Neste final de semana que passou todo material está em Rio Negrinho no evento da cidade"* (GCQ). O Gestor do Circuito das Araucárias destaca que além da participação em eventos que envolvam a bicicleta *"a gente tá participando de uma forma direta ou indireta, apoiando ou mesmo, expondo produto e fazendo a divulgação"* (GCA).

As formas de divulgação vão além da exposição em feiras e eventos. A participação em pedais de outros circuitos também é uma forma de promover o Circuito das Araucárias, conforme relata TUR 1: *"O que o pessoal faz é participar dos pedais em outros municípios, que não são os quatro aqui. Teve nos mês passado a Festa da Ovelha em Campo Alegre, que reuniu 500 ou 600 pessoas. Eles foram pra Itaiópolis para divulgar o Pedal da Ovelha"*. Neste contexto, a organização desses pedais como eventos de curta duração e menor percurso, são uma forma de reunir os amantes da bicicleta, para mostrar a cidade e a região. O relato de GCQ

demonstra uma mudança estratégica na promoção dos pedais: *"até 2017 (...) era um pedal por cidade. E a gente passou a ver que já existem os grupos que promovem os pedais. Então a gente deixa de promover os pedais e passa isso para os grupos. Vamos focar no Bike Meeting"*.

Outra forma de promoção, principalmente utilizando as redes sociais, aparece no relato de TUR 1: *"Aqui na prefeitura, toda pessoa que chega para retirar o certificado, após fazer todo o circuito, nós tiramos uma foto, postamos nas redes sociais e divulgamos no jornal da cidade"*. O site, mantido pela ASBCiclo, também traz o detalhamento de trechos, mapa interativo e cartilha para download (ANEXO A). A página mantida no Facebook, com quase 2,5 mil seguidores, apresenta publicações periódicas e mostra ações institucionais do grupo gestor e publicações de grupos ou cicloturistas que estiveram no circuito.

Além da internet e de ações promocionais locais, o Circuito mantém parceria com agências de turismo que comercializam pacotes fora da região. *"Temos agências de turismo, vendendo o Circuito das Araucárias, em Minas Gerais, no Vale Europeu, no Rio Grande do Sul e em Foz do Iguaçu, ou seja, a gente está buscando essas empresas para ajudar no desenvolvimento do turismo local"*( GCA). Essas agências, além de utilizarem a internet como fonte de informação, recebem material gráfico impresso como panfletos e cartilhas.

Em síntese as ações promocionais do Circuito das Araucárias perpassam pela realização do Bike Meeting Brasil, um evento integrado e itinerante para a promoção do produto turístico local. A participação em eventos diversos, a divulgação em redes sociais e meios impressos dos que concluem os trechos os e a parceria com agências de turismo para divulgação do produto turístico, são outras formas de promoção do Circuito das Araucárias.

#### 4.2.7 Categoria 7: Presença de uma estrutura organizacional

A sétima categoria identificada no Circuito das Araucárias diz respeito a estrutura organizacional e foi destacada por quatro entrevistados. Cabe a ressalva que os Gestores não estão nesta lista, porém fica evidente a participação ativa dos mesmos no processo de desenvolvimento do destino. Conforme já citado no início deste capítulo, o Consórcio Quiriri, que compreende os municípios de São Bento do Sul, Corupá, Campo Alegre e Rio Negrinho, executa o Programa Quiriri Sustentável.

Dentre as cinco frentes estratégicas definidas pelo Programa, o turismo é uma delas. E dentro do turismo, o Circuito das Araucárias aparece como um dos principais produtos. Em 2013 o Consórcio Quiriri abriu edital para chamada de empresas ou associação que tivessem interesse em assumir o gerenciamento do Circuito das Araucárias. O vencedor desse processo foi a ASBCiclo, que ficou responsável pela sinalização, manutenção de placas, recepção do cicloturista e até o resgate, quando necessário, além da promoção de eventos e ações para integração do Circuito com outros da região.

Os resultados da análise das entrevistas, mostraram que a **presença de uma estrutura organizacional**, aqui formada pelo Consórcio Quiriri e ASBCiclo, é fundamental para o sucesso do destino. O relato de TUR 3 reflete essa percepção: *“É fundamental a participação do Consórcio Quiriri e da ASBCiclo. Se eles não existissem, com certeza não teria circuito acontecendo”*. TUR 3 reconhece os esforços de manutenção de placas, reuniões mensais, organização de eventos e apoio ao cicloturista. *“O pessoal da Associação está tão envolvido com o cicloturismo que se eles estão na rua e enxergarem um cicloturista passando, eles já abordam e perguntam se está tudo OK, se ele precisa de alguma coisa, se está com dúvida”* (TUR 3). A mesma opinião é compartilhada por TUR 2: *“Estão sempre bem preocupados em melhorar. Os gestores são bem responsáveis e toda semana estão fazendo parte do circuito, fazendo manutenção, resgates ou acompanhando o cicloturista”*.

Em seu relato, TUR 4 acompanha os anteriores mas alerta para uma importante questão: *“Um trabalho perfeito. Se não tivesse eles, teria morrido já [o projeto]. Se fosse na mão do poder público somente, os quatro municípios jamais iriam se alinhar. Acho que o turismo em geral, se deixar nas mãos do poder público, já teria morrido”*. Esse depoimento abre uma importante discussão sobre o envolvimento e comprometimento do poder público no desenvolvimento do turismo. Como já citado no item 4.2.1, as incertezas políticas trazem a descontinuidade das ações e conseqüentemente, dos resultados. A visão de que o poder público poderia ser mais atuante no turismo regional é citado ainda por EMP 5: *“Acho que o poder público poderia apoiar muito mais. Embora venha dinheiro das prefeituras, eu diria que se não houvesse o consórcio 99,99% que não existiria o Circuito das Araucárias”*.

Em síntese, fica evidente o papel de uma estrutura organizacional representada pelo Consórcio Quiriri e pela ASBCiclo. É indiscutível a importância desses dois gestores para o sucesso do Circuito, bem como o comprometimento de ambos em todos os processos de melhoria e articulação dos atores locais. Outro fator relevante é a capacidade do grupo gestor na articulação entre poder público, iniciativa privada e demais setores.

#### 4.2.8 Categoria 8: Participação do poder público

A oitava e última categoria emergente do Circuito das Araucárias refere-se à participação do poder público e foi mencionada por sete entrevistados. Mesmo diante dos depoimentos citados anteriormente, nota-se uma evolução na participação do poder público no Circuito das Araucárias. A começar pela indicação de pessoas qualificadas para o cargo que ocupam, conforme relata EMP 3: *“Hoje nós estamos com as pessoas certas, nos locais certos. Turismólogas assumindo as diretorias de turismo. É diferente de uma pessoa que não conhece, então a visão é outra”*. EMP 4, reforça essa posição: *“Os turismólogos hoje falam com muita propriedade. Acabou aquela indicação de gente que não tem nada a ver com o turismo”*. Quem já participa do processo há mais tempo, relata que o momento é bom para o turismo regional. *“Ao longo de 20 anos tivemos gestores e gestores. Desde aqueles que entendiam perfeitamente a importância do turismo até aqueles que diziam que isso é perder dinheiro. Sempre conseguimos passar as gestões e acho que foi pela organização que a gente tem, pelos indicadores (...) a gente teve poder convencimento até hoje. Mas sempre com muito esforço”* (GCQ).

Este bom momento é citado também por EMP 3: *“Desde o ano passado nós percebemos uma mudança muito grande, um envolvimento muito grande do poder público no sentido de fortalecer o turismo”*. TUR 2 concorda e complementa: *“Alguns outros gestores falam...Ah o meu prefeito não dá tanto apoio ao turismo...Mas neste momento, aqui nos quatro municípios, o poder público está apoiando”*. Esse apoio é citado também por EMP 2 em uma visita técnica: *“Fomos pra Santa Rosa de Lima, o prefeito foi junto para conhecer. Ele tá puxando o povo. Tá ajudando de todas as formas e a secretaria de turismo também, sempre à disposição”*. Mesmo assim, fica o alerta de TUR 4: *“Mas infelizmente isso muda de tempo em tempo. Mudam as pessoas, mudam as cabeças. Por sorte, nesta gestão o pessoal está bem alinhado”*.



Reflexos dessas incertezas políticas são relatados por TUR 1. Mesmo participando das reuniões percebe que *"a instância depende muito das decisões da Secretaria de Estado. Então, no ano passado, eles até criaram um planejamento estratégico para as instâncias. E aí, esse ano, recebemos a notícia que o governador iria extinguir a secretaria. Então a gente fica meio a mercê"*.

Frente à baixa relevância e às dificuldades políticas apresentadas pela região turística Caminho dos Príncipes, os dados obtidos a partir das entrevistas revelaram que os atores têm trabalhado localmente para fortalecer a própria região do Circuito das Araucárias. Quando questionado sobre os resultados desse trabalho local, TUR 2 comenta: *"Esse trabalho regional é melhor ainda. Os quatro municípios estão bem próximos e são bem parecidos, além da equipe que está bem forte (...) o que está favorecendo a nossa região"*. O papel da equipe de trabalho também é citado por EMP 4: *"Hoje temos turismólogos dentro da parte de turismo, isso ajuda bastante. O turismólogo tem um olhar forte na coletividade"*.

Em síntese a atuação do Poder Público no Circuito das Araucárias pode ser identificado na indicação de pessoas qualificadas para as secretarias de turismo dos municípios, um reflexo do reconhecimento, por parte dos gestores municipais, da importância do turismo. Constata-se um envolvimento e apoio do poder público para o fortalecimento do Circuito, mas ainda existe cenários de incerteza e desconfiança, decorrentes das mudanças políticas.

A partir das evidências apresentadas em cada uma das categorias iniciais, o Quadro 08 mostra de forma sintetizada, as principais evidências encontradas em cada uma das categorias.

Quadro 10 - Categorias iniciais e evidências empíricas identificadas no destino.

<b>Evidências Empíricas encontradas em cada categoria</b>
<b>1 - Aproveitamento das características e atrativos existentes</b>
Lugares que utilizam a bicicleta como arranjo produtivo, como Vale Europeu, Costa Verde Mar, Estrada Real de Minas Gerais; Mapeamento do máximo de atrativos e empreendimentos; Presença de dois ecossistemas distintos; Belezas naturais como principais atrativos; Potencial para aproveitar ainda mais os recursos naturais; Preocupação em preservar as características culturais e históricas das propriedades e das vias públicas; Projeto Conheça São Bento e Projeto Acolhida na Colônia para identificação e valorização das características e atrativos do destino.
<b>2 - Delimitação de fronteiras</b>
Participação da região turística Caminhos dos Príncipes; Implantação de projeto para valorização da região das araucárias, composto pelos quatro municípios; Presença de um sentimento de

<p>esquecimento em relação a região turística; Trabalho regional traz melhores resultados e Construção e implantação dos Planos Municipal e Regional de Turismo.</p>
<p><b>3 - Aprimoramento de processos e do trade turístico</b></p>
<p>Predisposição para entender as necessidades do cicloturista e adaptar-se a elas; Implantação de melhorias nos empreendimentos e processos; Classificação dos empreendimentos que participam do Circuito; Identificação dos parceiros habilitados; Cicloturismo como um produto turístico que movimenta toda uma cadeia de serviços; Capacitação dos atores locais; Visão sistêmica envolvendo diversas ações necessárias para o sucesso do destino; Adoção de novas tecnologias para melhorar o controle e o fluxo dos turistas e Reuniões periódicas.</p>
<p><b>4 - Envolvimento dos atores locais</b></p>
<p>Grupo de trabalho com atores locais para mapear o circuito; Envolvimento dos atores locais e comunidade na concepção do Circuito; Apoio para ingressos dos primeiros empreendimentos; Atores locais acreditando na ideia e investindo no produto turístico; Necessidade constante do envolvimento dos empreendedores locais; Participação dos atores locais em eventos e reuniões relacionadas ao produto turístico; Empreendimentos parceiros na realização de eventos que promovam o destino e Participação ativa de grupos de pedal na realização de eventos regionais.</p>
<p><b>5 - Cultura comunitária</b></p>
<p>Realização de eventos regionais e itinerantes; Realização de eventos com participação da comunidade para tomadas de decisão; Prefeituras trabalhando de forma integrada e regional; Envolvimento de gestores, iniciativa privada, voluntários e academia para decidir regionalmente; Estabelecimentos oferecendo serviços complementares entre si, buscando a melhoria do produto turístico; Ações para que os atores se conheçam e tenham uma maior interação e Mudança de uma visão individual para uma visão comunitária.</p>
<p><b>6 - Ações promocionais</b></p>
<p>Realização de um evento integrado e itinerante para a promoção do produto turístico local; Participação em eventos diversos divulgando o Circuito; Divulgação em redes sociais e meios impressos dos participantes que retiram o certificado ao concluir o Circuito e Parceria com agências de turismo para divulgação do produto turístico.</p>
<p><b>7 - Presença de uma estrutura organizacional</b></p>
<p>Importância do Consórcio Quiriri e das ASBCiclo no sucesso do Circuito das Araucárias; Envolvimento total da ASBCiclo; Comprometimento da ASBCiclo no processo de melhoria e Capacidade de articulação conjunta com as prefeituras.</p>
<p><b>8 - Envolvimento do poder público</b></p>
<p>Indicação de pessoas qualificadas para as secretarias de turismo dos municípios; Reconhecimento da importância do turismo, por parte dos gestores municipais; Envolvimento e apoio do poder público para o fortalecimento do turismo; Insegurança decorrente das mudanças políticas e Descontinuidade dos trabalhos.</p>

Fonte: elaborado pelo autor.

#### 4.3 – Barreiras e dificuldades

Além das categorias identificadas, alguns depoimentos apresentaram barreiras e dificuldades em relação à manutenção e estrutura do destino. GCA relata



que um dos maiores desafios do grupo gestor é a manutenção das placas de sinalização. *“São 235 placas oficiais e mais de 60 placas complementares”*. As placas ao longo do trajeto orientam o cicloturista a seguir o trecho e encontrar os atrativos indicados na cartilha e são uns dos grandes diferenciais em relação a outros circuitos. Porém, o vandalismo por roubo ou pichação, é um dos problemas que mais afeta o funcionamento e a imagem do circuito. O desafio está na identificação e na manutenção dos trechos danificados. *“As placas são um sério problema. O roubo, a pichação, tudo isso atrapalha o ciclista que acaba se perdendo no caminho”* (TUR 4). Mesmo assim, os relatos mostram uma resposta rápida e eficiente por parte da ASBCiclo.

Outra dificuldade aparente e que desafia os gestores do Circuito das Araucárias é o receptivo. Por serem cidades relativamente pequenas, apenas Corupá e São Bento do Sul contam com agências de turismo. Estas, fazem o receptivo de ciclistas, porém em grupos pré-agendados. Outro desafio dos gestores do Consórcio Quiriri é a coleta de dados sobre o número de visitantes. *“Indicadores, que é o que menos temos, como eu sei quantos cicloturistas passaram no mês de março? Não sei! Não existe um sistema que reúna todas as informações. A gente tem uma forma de medir pela retirada das cartilhas aqui na prefeitura”* (TUR 1). Esses números são fundamentais para que os gestores municipais entendam os benefícios que o cicloturismo traz para as cidades e região. Para auxiliar nesta tarefa, o processo de coleta e tratamentos dos dados vêm sendo aprimorados com a adoção de formulários eletrônicos e acesso unificado entre prefeituras, consórcio e associação.

A utilização de QR code nos pontos de carimbo também está em estudo. Isso facilitaria o processo de controle e permitiria a emissão e o envio eletrônico do certificado ao ciclista, após a conclusão do circuito. Além disso, o cadastro eletrônico facilita o envio de mensagens e a divulgação de eventos relacionados ao Circuito das Araucárias.

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme apresentada na seção anterior, as evidências relevaram diversas características no Circuito das Araucárias. Para entender como essas características contribuem para tornar um destino reconhecido é necessário identificar as relações entre elas. Dessa forma, a partir das evidências encontradas no Circuito das Araucárias, o Quadro 09 sugere uma aproximação das categorias evidenciadas no destino com as dimensões e elementos propostos no modelo integrativo de Pearce (2014). Essa aproximação permitiu ainda o agrupamento das características em dois contextos, o geográfico e o organizacional.

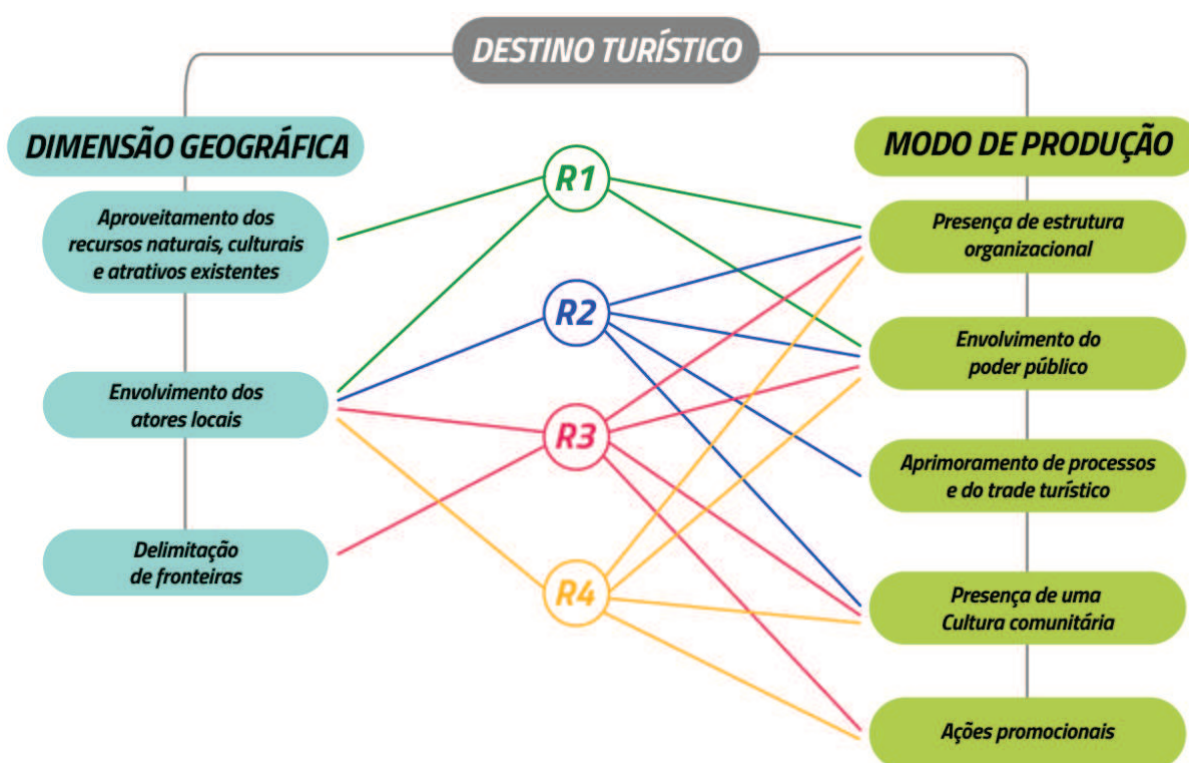
Quadro 11 - Aproximação das evidências do Circuito das Araucárias ao modelo integrativo

<b>Modelo Pearce (2014)</b>	<b>Evidências do Circuito das Araucárias</b>
<b>DIMENSÃO GEOGRÁFICA - LUGAR</b>	<b>DIMENSÃO GEOGRÁFICA - LUGAR</b>
<i>Fatores Contextuais</i> <i>Características Culturais</i> <i>Recursos Naturais</i>	<i>Aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes</i>
<i>Inserção Social</i>	<i>Envolvimento dos atores locais</i>
<i>Inserção Geográfica</i>	<i>Delimitação de fronteiras</i>
<b>DIMENSÃO MODO DE PRODUÇÃO</b>	<b>DIMENSÃO MODO DE PRODUÇÃO</b>
<b>ESTRUTURA</b> <i>Interdependência</i> <i>Complementaridade</i>	<i>Presença de uma Estrutura Organizacional</i> <i>Envolvimento Poder Público</i> <i>Aprimoramento de Processos e do Trade Turístico</i>
<b>COMPORTAMENTO</b> <i>Cooperativo</i> <i>Competitivo</i> <b>ATORES</b>	<i>Cultura Comunitária</i>
	<b>CATEGORIA EMERGENTE</b>
	<i>Ações promocionais</i>

Fonte: elaborado pelo autor, baseado no modelo integrativo de Pearce (2014)

A partir da aproximação apresentada no quadro acima e do agrupamento dos elementos em cada dimensão, a Figura 5 mostra as relações entre os elementos e de que forma estas relações podem contribuir para tornar o Circuito das Araucárias reconhecido. Pelo fato de existirem relações entre todos os elementos e a possibilidade de múltiplas combinações, serão detalhadas quatro relações e denominadas R1, R2, R3 e R4.

Figura 5 - Relações entre os contextos geográfico e organizacional



Fonte: elaborado pelo autor.

Ao analisar o Circuito das Araucárias pode-se reconhecer as diversas características que o definem como um destino turístico, seja como um núcleo receptor ou distribuidor do fluxo turístico, seja como uma atividade econômica, cultural e social ou ainda como uma soma de interesses, atividades, instalações, infraestrutura e atrações que criam a identidade de um lugar (BRASIL, 2004; BREA, 2011; FRAMKE, 2002). Para Pearce (2014) e outros autores (FRAMKE, 2002; LEIPER, 1979; PORTER, 1990; IVANIS, 2011; TIMÓN, 2004) o referido "lugar" é formado e influenciado por diversos elementos e um dos mais importantes são os recursos naturais e culturais. Para Varisco (2004) esses recursos constituem a

matéria-prima do turismo e são evidenciados pelos entrevistados, que relatam as belezas naturais dentro de dois ecossistemas distintos, as casas, vias e espaços históricos.

Considerando que o cicloturista busca justamente por essas características, é necessário que elas sejam aproveitadas e combinadas para criar um produtos turístico atrativo. Nesse sentido destaca-se a **Relação R1** entre o aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes e a presença de uma estrutura organizacional, aqui representados pelo Consórcio Quiriri e a ASBCiclo, que serão tratados como grupo gestor. Essa relação é complementada quando o grupo gestor envolve atores locais para fazer o primeiro levantamento dos atrativos. Essa ação vem ao encontro da endogeneidade proposta por Varisco (2004), que é a capacidade dos atores locais aproveitarem os recursos internos e externos a favor do desenvolvimento da atividade turística.

A Relação R1 pode ser observada ainda na implantação do Projeto Acolhida na Colônia, capitaneado pelo grupo gestor e direcionado aos atores locais, que visa a valorização das características e atrativos existentes nas propriedades rurais. O Projeto Conheça São Bento, é outro exemplo de relação R1, que envolve o poder público e que visa mostrar aos atores locais as características e atrativos existentes que podem ser agregados ao produto turístico. Os Planos Municipal e Regional de Turismo, que estão em desenvolvimento, reforçam a relação R1 já que passa a envolver o grupo gestor, prefeituras, atores e os recursos do destino. Essas características aproximam-se das sugeridas por Pearce (2014), na categoria de Inserção Social e são retratadas não só pela união dos atores, para criar um produto local que atenda às expectativas do turista (FRAMKE, 2002), mas também pelas oportunidades e qualidade de vida dos habitantes do território (TIMÓN, 2004).

A **Relação R2** é caracterizada pela ligação entre os atores locais, o aprimoramento de processos e do trade turístico, o grupo gestor e a cultura comunitária. Essa relação pode ser percebida por meio da atenção e apoio dado aos empreendedores que fazem parte do Circuito, pelo envolvimento dos atores locais em eventos e reuniões de trabalho relacionados ao produto turístico e pela participação ativa dos grupos de pedal na organização e realização de eventos ligados ao cicloturismo, este último, um grande exemplo da cultura comunitária. Essas ações fizeram com que os atores locais passassem a acreditar e investir no destino e no produto turístico. O resultado destes investimentos é, por exemplo, o Kit

Manutenção disponibilizado por uma oficina de bicicleta e deixado em consignação em alguns pontos de carimbo, hotéis e pousadas. Outra evidência é o engajamento dos empresários aos eventos ligados ao Circuito, como o Bike Meeting Brasil.

A relação R2 pode ser vista também por meio da mudança de atitude dos moradores, empreendedores e poder público que passaram a compreender melhor o novo perfil de turismo - o cicloturista e mudar a forma de pensar e agir. Isso fez com que as empresas ligadas à atividade moldassem seus serviços como por exemplo, alguns hotéis que passaram a ter um espaço seguro para guardar as bicicletas e até mesmo pequenas oficinas para reparos rápidos. O processo de aprimoramento do trade turístico aparece nas capacitações anuais realizadas pela ASBCiclo e no trabalho dos gestores e turismólogos para que as pessoas entendam o cicloturismo como um produto e que em torno dele há toda uma cadeia de valor. A adoção de novas tecnologias também faz parte do processo de melhoria. A tecnologia de QR Code, por exemplo, vai ajudar os cicloturistas em "carimbar" suas cartilhas e obter o certificado final. Além disso, o cadastro via formulário eletrônico irá melhorar o processo de controle e os relatórios de acompanhamento dos visitantes.

A **Relação R3** é identificada no Circuito das Araucárias e trata da ligação entre delimitação de fronteiras, o grupo gestor, poder público e a cultura comunitária. A região do Circuito faz parte do Caminhos dos Príncipes, uma demarcação do Programa de Regionalização do Turismo, lançado em 2004. O Programa trata da regionalização com foco no planejamento coordenado e participativo em busca de resultados socioeconômicos positivos para o território (BRASIL, 2004). As entrevistas revelaram que a maioria dos entrevistados sabe da existência da região turística Caminhos dos Príncipes e em alguns momentos até enfatizam a importância em fazer parte dela. Porém, essa mesma maioria demonstra um sentimento de "esquecimento" da região turística para com o Circuito das Araucárias e cita que o trabalho regional, entre os quatro municípios, tem gerado melhores resultados. Esse trabalho independente aparece também na construção dos Planos Municipal e Regional de Turismo e principalmente no projeto de Place Branding que está sendo implantado na região. A partir do momento em que a região Circuito das Araucárias ganha uma identidade começa a existir, entre os atores locais, um sentimento de pertencimento.

A delimitação de fronteiras é evidenciada nos materiais de divulgação impresso e eletrônico, por exemplo. Eles apresentam uma forma de agrupamento de empresas para criar vantagens competitivas e atuar em um espaço geográfico formando uma cadeia de valor (PORTER, 1990). Esse agrupamento fica ainda mais evidente ao analisar o próprio produto turístico - o cicloturismo - que depende diretamente das empresas e atores locais para seu funcionamento. Essa união de empresas e atores locais é a maneira mais eficiente para alcançar o desenvolvimento de destinos e alcançar um turismo mais competitivo (IVANIS, 2011; RODRÍGUES, 2008), e pode ser identificada já no processo de formação do destino. Desde o início, constata-se uma preocupação em identificar os atrativos naturais, culturais e principalmente os empreendimentos que iriam compor o trajeto. Outra constatação é o envolvimento de grupos de trabalho formado por atores locais para mapear e conceber o circuito. Esta preocupação vem ao encontro da definição de terroir que leva em conta os valores patrimoniais e a relação entre as características culturais, sociais, ecológicas e econômicas, além do ambiente de conhecimento e práticas e pelo grupo de tradições e costumes locais (BARJOLLE et al., 1998).

A **Relação R4** mostra que o Circuito das Araucárias é formado por um grupo de elementos inter-relacionados, interdependentes e interativos que juntos formam uma única estrutura funcional (WEAVER e OPPERMANN, 2000). A interdependência pode ser caracterizada pela realização de uma atividade (o *Bike Meeting*), com a mesma finalidade (promover o produto turístico) e com o auxílio mútuo de todas as prefeituras e gestores. Já as inter-relações podem ser identificadas no trabalho conjunto entre as secretarias de turismo, de forma integrada e regional. A interação pode ser vista na realização de projetos como o Conheça São Bento, onde os empreendedores se conhecem e se relacionam visando a melhora do produto turístico.

A estrutura, a complementaridade e o pensamento comunitário podem ser percebidos na oferta de alguns serviços ou até em atitudes ligados ao turismo. O Kit Manutenção, foi implantado em estabelecimentos que não dispunham de tal serviço. A troca de serviços entre dois estabelecimentos de Corupá onde um oferece hospedagem e o outro alimentação. Esses exemplos confirmam a visão de Maulet (2006), que diz que o destino pode viver uma cultura de complementaridade e cooperação interna, sem perder a cultura de disputa. Esse pensamento de cooperação está diretamente ligado ao comportamento dos atores, que no modelo

de Pearce (2014), pode se configurar como cooperativo ou competitivo. Já Hjalager (2014) chama de competição cooperativa o fato de empresas atingirem o mesmo mercado e serem capazes de compartilhar oportunidades.

O modelo SLOT (Tourism Local System) proposto por Capone (2006) refere-se às atividades integradas enraizadas no território e que requerem uma coordenação e envolvimento de todas as partes interessadas. A relação entre os atores de um destino está diretamente ligada com a forma ou estrutura interorganizacional. Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) citam quatro formas: o modelo de comunidade, o modelo corporativo, o modelo de constelação e o modelo governado. Este último, que caracteriza-se pela presença de uma associação ou consórcio que gerencia as ações ligadas ao turismo, é o que mais se aproxima da configuração encontrada no Circuito das Araucárias.

A ação de liderança e governança por meio do Consórcio Quiriri e da ASBCiclo é evidenciada e ressaltada como muito importante para o sucesso do Circuito. Os entrevistados, por diversas vezes, destacaram o comprometimento e o envolvimento das duas entidades no sucesso do destino. A manutenção constante da sinalização do trajeto e o pronto atendimento aos cicloturistas foram reconhecidas como ações importantes que garantem a qualidade do Circuito. Além dessas ações, os entrevistados reconhecem o envolvimento da ASBCiclo em reuniões mensais e na organização de eventos. Nota-se também que este trabalho ganha ainda mais força com o envolvimento do Consórcio Quiriri. A entidade é citada como a grande responsável pela existência do Circuito das Araucárias. Além disso, o Consórcio mostra-se participativo na integração dos quatro municípios, na organização de eventos e na implantação de projetos como o Acolhida na Colônia e o Place Branding.

A importância do trabalho realizado pelo Consórcio é citado também pelos agentes públicos que ocupam a pasta do turismo. Os próprios agentes reconhecem que *"se tivesse deixado nas mãos do poder público já teria morrido"* (TUR 4). Isso deve-se ao fato de o Consórcio assumir o papel de influenciador dos gestores públicos em momento de decisão e principalmente nos prazos de renovação do contrato com os municípios. Além do repasse mensal garantido via Consórcio, os entrevistados reconhecem que as quatro prefeituras são atuantes e importantes para o turismo. A indicação de pessoas qualificadas para os cargos é citada por diversos entrevistados, bem como o apoio dado pelas prefeituras ao turismo. Mesmo assim,



este cenário favorável é visto com certa insegurança devido às mudanças políticas e a descontinuidade dos trabalhos.

Por fim, as ações promocionais também são evidenciadas no Circuito das Araucárias. Se antes haviam diversos eventos temáticos organizados pelos gestores do Circuito, agora há um evento principal e integrado para promover o cicloturismo. Os eventos temáticos continuam acontecendo, porém com a participação ativa dos grupos de pedais. A divulgação do Circuito das Araucárias também se dá com a participação em eventos externos como feiras, seminários e congressos, pedais em outros circuitos, parceria com agências de turismo e divulgação em redes sociais e meios impressos.

## **6 IMPLICAÇÕES**

Com base nas análises e discussões, o estudo permite gerar uma série de implicações e contribuições, tanto para a teoria sobre destinos turísticos quanto para a gestão pública e a formulação de políticas públicas.

Do ponto de vista teórico, a primeira implicação contribui para Pearce (2014), e apresenta resultados empíricos que demonstram o desempenho do destino a partir das relações entre os elementos e as dimensões propostos em seu modelo. Os resultados obtidos no Circuito das Araucárias mostram uma forte relação entre os elementos da Dimensão Geográfica e Modo de Produção. Esse fato vem a corroborar com o estudo sobre estruturas e funções em destinos na Nova Zelândia, onde Pearce (2015) destaca a atenção dada às funções de gerenciamento e ao contexto geográfico ou territorial em que os destinos estão inseridos, duas características principais que influenciam as estruturas de gerenciamento do destino.

As relações entre os recursos geográficos, sociais e culturais encontradas no Circuito das Araucárias, que combinados criam algo que só pode ser encontrado no referido destino, também aparecem no estudo de Rodrigues (2008), Bodega, Cioccarelli e Denicolai (2004) e Timón (2004). Bem como as interações entre os atores e os recursos naturais e culturais, os turistas, o setor produtivo, instituições públicas e privadas, os residentes e o próprio território, apresentadas por Framke (2002). O aproveitamento dos recursos existentes no Circuito das Araucárias, para a formação do produto turístico é uma prática detectada em outros destinos do mundo. Jovicic (2016), traz o exemplo de um pequeno município na Sicília ganhou grande



popularidade porque é o principal ponto de parada turística para expedições ao cume do Monte Etna. Ivanis (2011) relata o cluster turístico formados por fazendas familiares, associações esportivas e outros que podem contribuir com o turismo rural nas cidades de Lipik e Pakrac, na Croácia.

Atenção especial para os elementos Envolvimento dos Atores Locais, Presença de Estrutura Organizacional e Envolvimento do Poder Público, que estão presentes em todas as relações (R1 a R4). Essas relações são constatadas em diversos destinos do mundo, como os apresentados por: Vieira e Hoffmann (2013) em sessenta e cinco destinos brasileiros, que concluiu que a gestão dos destinos turísticos seria o principal aspecto a ser considerado para o desenvolvimento da competitividade do lugar; Chagas, Marcio et al (2016) que mostra que além dos gestores, o papel da comunidade local e a participação dos residentes é fundamental para a sustentabilidade do destino; Franzato, Krucken e Reyes (2013) que destacam o protagonismo das comunidades habitacionais de localidades da Mata Atlântica e sua capacidade de auto-organização, em busca de soluções para valorizar os recursos e produtos locais; Denicolai, Cioccarelli e Zucchella (2010) na província italiana de Pavia onde as instituições locais e as partes interessadas promovem um reposicionamento estratégico com base no conceito de waterscape, turismo fluvial e atividades relacionadas; Krucken (2009) nas regiões da Costa Amalfitana, Costa Sorrentina e ilha de Capri, Itália, onde a identificação dos recursos e as competências, organização dos atores e comunidade local criam estratégias de promoção e desenvolvimento local ligados ao limoncello.

Os resultados deste estudo também contribuem com Gunn (1994), quando mostra que a implementação e o sucesso de um plano de desenvolvimento turístico é baseado no apoio aos stakeholders da comunidade, que incluem os cidadãos, empresários e comunidade, líderes e convidados. Tal apoio é identificado no Circuito das Araucárias por meio do envolvimento dos empresários, voluntários, gestores e poder público.

A relação R2, caracterizada pela ligação entre os atores locais, o aprimoramento de processos e do trade turístico, o grupo gestor e a cultura comunitária, aparecem também no estudo de Lazzarotti et al. (2008), que analisaram o aglomerado turístico Rota da Amizade, no Estado de Santa Catarina. Os resultados indicaram que as empresas que fazem parte do Projeto Rota da Amizade apresentam maior capacitação empresarial, principalmente no quesito recursos

humanos e produção, quando comparadas com as empresas não pertencentes ao projeto. A ausência da relação R2 é identificada por Peixoto et al. (2007), em seu estudo sobre dois arranjos produtivos de turismo do Estado de Alagoas. Os autores concluíram que os atores desses dois APLs apresentam deficiências na interação e para alcançar níveis de competitividade, que refletem na incapacidade mobilizar as capacidades sociais, detectar competências distintivas e realizar a aprendizagem mútua.

A relação R3 entre delimitação de fronteiras, grupo gestor, poder público e cultura comunitária também pode ser confrontada com a literatura, principalmente quando comparada com outro destino reconhecido pelo cicloturismo. Barbará, Da Silva Leitão e Fontes Filhos (2005) analisaram a governança regional da Estrada Real que passa por 3 estados, 177 cidades e tem 1.400 km de extensão e que, mesmo sendo considerada uma “marca forte”, as várias iniciativas de governança têm esbarrado em problemas de comunicação, de integração e de articulação entre os diversos atores locais. A baixa relevância da região turística Caminhos do Príncipes e a movimentação para a construção de um produto turístico entre as quatro cidades consorciadas, podem ser comparadas com outro estudo da Estrada Real apresentado Gomes, Da Silva e Neto (2006). Neste, os autores constatam que circuitos muito grandes, com 28 municípios por exemplo, não tem conseguido avançar em seu processo de organização. Assim é possível traçar um paralelo com a organização e o sucesso encontrados no Circuito das Araucárias.

No âmbito gerencial, as relações estabelecidas entre os elementos encontrados no Circuito das Araucárias, podem servir de modelo para outros destinos turísticos. Uma das ações a ser observada é o aproveitamento dos recursos naturais, culturais e os atrativos existentes no território e a partir deles, a construção de um produto turístico que retrate a região. A participação dos atores locais, tanto na identificação quanto na articulação desses recursos é outro fator essencial. O engajamento da comunidade em cursos, reuniões e eventos que melhorem e promovam o destino, são fatores estimulantes para que os atores locais passem a acreditar no produto turístico e tenham o sucesso sistêmico como maior objetivo.

O presença da estrutura organizacional foi o item de maior relevância detectado no Circuito das Araucárias. Essa estrutura, representada pelo Consórcio Quiriri e pela ASBCiclo, mostrou-se como fator determinante na articulação dos

atores locais e para o sucesso do destino. O papel gestor dessas entidades fez com que as quatro cidades assumissem uma identidade própria, descolada da região denominada pelo Programa de Regionalização do Turismo, e que vem ganhando identidade própria por meio dos Planos Municipal e Regional de turismo e pelo Place Branding, em fase de implantação. Assim, a Circuito das Araucárias e os quatro municípios adotaram uma forma própria de gerenciamento e sustentabilidade do destino. Neste contexto e ainda apoiado no estudo de Gomes, Da Silva e Neto (2006), a sugestão é que se trabalhe o turismo em microregiões, ou seja, um número menor de atores, mas totalmente focados em um objetivo.

Não se pode deixar de relatar o papel e a importância do poder público neste processo. Além de apoiar, os gestores públicos devem estar engajados pela continuidade de um projeto a longo prazo, de forma que as incertezas políticas não causem danos ao que foi realizado. Para minimizar esse cenário de incertezas, sugere-se que o poder público seja apenas um dos atores envolvidos no processo e que a gerência seja assumida por uma entidade formada por empresários, comunidade, instituições e é claro, poder público.

Outra contribuição gerencial que pode servir de exemplo a outros destinos é o aprimoramento de processos e do trade turístico. No Circuito das Araucárias esse processo se dá por meio de capacitações anuais que são pré-requisitos para que as empresas participem do produto turístico. O Projeto Conheça São Bento é outra iniciativa que auxilia o aprimoramento e incentiva a cultura comunitária, com a troca de experiências e o compartilhamento de recursos. Esse pensamento comunitário e regional pôde ser constatado também no Bike Meeting Brasil, que tem como objetivo divulgar o cicloturismo e toda a cadeia de produtos e serviços. O fato de o evento ter nascido de forma integrada e itinerante, entre os quatro municípios, mostra o engajamento e a cultura comunitário presente entre os atores locais.

## **7 CONCLUSÃO**

Essa dissertação teve como objetivo geral identificar como a dimensão geográfica e o modo de produção de um destino turístico contribuem para torná-lo reconhecido. Tal objetivo geral, por sua vez, desdobrou-se em três objetivos específicos: a) identificar as características da dimensão geográfica em um destino turístico reconhecido; b) analisar como se configura o modo de produção dos atores

deste destino; c) destacar as relações entre a dimensão geográfica e o modo de produção e como elas contribuem para tornar o destino reconhecido.

No que se refere a dimensão geográfica, as evidências mostraram que, no Circuito das Araucárias, o aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes deu-se a partir do mapeamento de todos os recursos e empreendimentos existentes ao longo do percurso que formaria o circuito. Esse mapeamento foi realizado por moradores e ciclistas da região, o que propiciou um melhor aproveitamento dos recursos. Essa participação configura-se também como outra característica da dimensão geográfica, o envolvimento dos atores locais, que por sua vez refere-se ainda, a integração de empreendimentos e famílias que residem ao longo do circuito e que passam a explorar o cicloturismo como uma nova fonte de renda. A delimitação de fronteiras foi outra característica da dimensão geográfica e apresentou-se como uma solução para o Circuito das Araucárias. Mesmo fazendo parte da região turística Caminhos dos Príncipes, os quatro municípios consorciados construíram e promovem a sua própria região. Ações integradas entre os consorciados, como os planos municipal e regional de turismo, o place branding e a realização de um evento itinerante são resultados desse trabalho regionalizado.

No que se refere a dimensão modo de produção, as evidências mostram que a presença de uma estrutura organizacional foi o item de maior relevância para o funcionamento do Circuito. Representada pelo Consórcio Quiriri e pela ASBCiclo, essa estrutura organizacional gerencia processos e articula os atores locais de forma a garantir o desenvolvimento sistêmico do destino turístico. O envolvimento do poder público foi outra característica identificada e mostrou que, nas atuais gestões, o papel das prefeituras e gestores municipais tem sido atuante e participativo. O repasse financeiro realizado por meio do consórcio é um importante elemento que garante a subsistência e o bom funcionamento do destino. O aprimoramento de processos e do trade turístico, também foi evidenciado nos resultados. A capacitação por meio de cursos, a mudança de pensamento dos moradores e empresários com a adaptação de serviços para este novo perfil de turista e a adoção de processos de controle e acompanhamento dos visitantes, são algumas evidências encontradas que comprovam esse item. A presença de uma cultura comunitária pode ser identificada em ações como o kit manutenção, que fica consignado em diversos estabelecimentos, pela promoção de pedais que estimulam a atividade e promovem o produto turístico, pela construção em conjunto do Plano

Regional de turismo e até pela complementaridade de serviços. Por fim, as ações promocionais também refletem o espírito regional, por meio de materiais impressos e eletrônicos que divulgam a região como um todo mas que dão destaque aos atrativos de cada cidade e da realização de um grande evento anual, o Bike Meeting Brasil, que promove o destino turístico como um todo.

Para atender ao terceiro objetivo específico, destacam-se quatro relações entre os elementos que formam a dimensão geográfica e o modo de produção. A relação R1 se dá a partir do aproveitamento dos recursos naturais, culturais e atrativos existentes e a presença de uma estrutura organizacional. Essa relação é evidenciada quando o grupo gestor envolve atores locais para fazer o primeiro levantamento dos atrativos. A relação R1 pode ser observada ainda na implantação dos Projetos Acolhida na Colônia e Conheça São Bento, que visam a valorização e a socialização das características e atrativos existentes nas propriedades rurais e empreendimentos. Os Planos Municipal e Regional de Turismo e o Place Branding são outras evidências da relação R1. Já a relação R2 é caracterizada pela ligação entre os atores locais, o aprimoramento de processos e do trade turístico, o grupo gestor e a cultura comunitária. Essa relação pode ser percebida por meio da atenção e apoio dado aos empreendedores que fazem parte do Circuito, pelo envolvimento dos atores locais em eventos e reuniões de trabalho relacionados ao produto turístico e pela participação ativa dos grupos de pedal na organização e realização de eventos ligados ao cicloturismo, este último, um grande exemplo da cultura comunitária. O Kit Manutenção e o Bike Meeting Brasil são duas ações que também representam essa relação, assim como a mudança de atitude dos moradores, empreendedores e poder público que passaram a compreender melhor o novo perfil de turismo - o cicloturista e mudar a forma de pensar e agir. O processo de aprimoramento do trade turístico aparece nas capacitações anuais realizadas pela ASBCiclo e no trabalho dos gestores e turismólogos para que as pessoas entendam o cicloturismo como um produto que gera toda uma cadeia de valor. A adoção de novas tecnologias como QR Code, o certificado digital e o cadastro via formulário eletrônico também fazem parte da relação R2.

A Relação R3 é identificada no Circuito das Araucárias e trata da ligação entre delimitação de fronteiras, o grupo gestor, poder público e a cultura comunitária. Frente aos “esquecimento” da região Caminhos dos Príncipes para os quatro municípios consorciados, o Circuito das Araucárias vem construindo sua própria

identidade ao mesmo tempo que surge um sentimento de pertencimento entre os atores locais. A delimitação de fronteiras também é evidenciada nos materiais de divulgação impresso e eletrônico.

A última relação R4 encontrada no Circuito das Araucárias é evidenciada pela realização de eventos para promover o produto turístico e com o auxílio mútuo de todas as prefeituras e gestores, pelo trabalho conjunto entre as secretarias de turismo, de forma integrada e regional e pela interação dos empreendedores na busca de melhorias do produto turístico. O pensamento comunitário e envolvimento dos atores locais também pode ser exemplificados pelo Kit Manutenção e pela troca de serviços entre dois estabelecimento de Corupá onde um oferece hospedagem e o outro alimentação. Destaca-se nesta relação a liderança e a governança por meio do Consórcio Quiriri e da ASBCiclo. Desde a manutenção constante da sinalização do trajeto e o pronto atendimento aos cicloturistas, até a integração dos quatro municípios, na organização de eventos e na implantação de projetos como o Acolhida na Colônia e o Place Branding.

O trabalho realizado pelo Consórcio ganha destaque pois assume também um papel de influenciador dos gestores públicos em momento de decisão e principalmente nos prazos de renovação do contrato com os municípios. O poder público também aparece nessa relação e é evidenciado pelos entrevistados ao reconhecem que as quatro prefeituras são atuantes e importantes para o turismo. Isso se deve principalmente pelas indicação de pessoas qualificadas para os cargos no turismo. Aparecem ainda as ações promocionais como o Bike Meeting Brasil, os pedais temáticos, a participação em eventos externos como feiras, seminários e congressos, pedais em outros circuitos, parceria com agências de turismo e divulgação em redes sociais e meios impressos.

Por fim, a partir dos resultados dessa pesquisa, pode-se afirmar que para um destino turístico tornar-se reconhecido é necessário muito mais que belos atrativos naturais. É preciso uma forte relação entre elementos geográficos e organizacionais, ou seja, pessoas e que estas estejam articuladas e engajadas, que aproveitem os recursos existentes no território, que criem um produto turístico atrativos e que tenham como maior objetivo o sucesso sistêmico de todos os envolvidos no destino turístico.

## 7.1 Limitações e estudos futuros

Finalizando as considerações, são apresentadas limitações do estudo e sugestões para futuras pesquisas. Por se tratar de um estudo de caso exploratório, as implicações não podem ser generalizadas. A investigação se deu em um destino que já dispunha de uma estrutura organizacional e de um produto turístico já reconhecido. Por tratar-se de um caso relacionado ao cicloturismo, algumas características são exclusivas território e da atividade e não podem ser replicadas em outros destinos. A população entrevistada poderia ser ampliada, bem como outros métodos de coleta de dados poderiam ser adotados, como a observação, o que garantiria uma melhor validação.

Para estudo futuros, sugere-se que estes elementos sejam aplicados a outros destinos já reconhecidos, bem como em destinos que estejam em formação. Ainda, futuras pesquisas aplicadas a destinos já reconhecidos poderiam ampliar sua visão para a terceira dimensão do modelo de Pearce (2014) que trata da Dimensão Dinâmica e consequentemente dos elementos Estrutura e Fatores de Condução.

## REFERÊNCIAS

ATELJEVIC, Irena. Circuits of tourism: stepping beyond the 'production/consumption' dichotomy. **Tourism Geographies**, v. 2, n. 4, p. 369-388, 2000.

BARBARÁ, Saulo; DA SILVA LEITÃO, Márcia Cristina; FONTES FILHO, Joaquim Rubens. A governança regional em turismo: realidade? Estudo de caso sobre o destino Estrada Real. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 5, n. 4, p. 1-16, 2007.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. Estudo de competitividade dos 65 Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. **Brasília: Ministério do Turismo**, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011. 279 p.

BARJOLLE, Dominique; BOISSEAUX, Stéphane; DUFOUR, M. Le lien au terroir. **Bilan des travaux de**, 1998.

BATISTA, Carla Cristina V.; HEEMANN, Adriano. Design e Território: Uma discussão de valor Design and Territory: A discussion of value. 2013.

BODEGA, Domenico; CIOCCARELLI, Gabriele; DENICOLAI, Stefano. New inter-organizational forms: Evolution of relationship structures in mountain tourism. **Tourism Review**, v. 59, n. 3, p. 13-19, 2004.

BONETTI, Enrico; PETRILLO, Clara S.; SIMONI, Michele. Tourism system dynamics: A multi-level destination approach. **Tourism local systems and networking**, p. 111-131, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de regionalização do turismo – roteiros do Brasil: diretrizes operacionais. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. p.61.



BREA, Jose Antonio Fraiz; CARDOSO, Lucília. Tourism Destination Image: reflexão sobre as principais investigações internacionais. **CULTUR: Revista de Cultura e Turismo**, v. 5, n. 2, p. 4-18, 2011.

CAPONE, Francesco. Systemic approaches for the analysis of tourism destination: towards the tourist local systems. In: **Tourism local systems and networking**. Routledge, 2006. p. 21-38.

CARVALHO, Rui Miguel Ferreira. **Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro?**. 2011. Tese de Doutorado.

CHAGAS, MARCIO et al. **Imagens de destinos turísticos: conceitos, modelos e casos**. 2016.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: 3ª Ed. Artmed, 2010.

CROTTI, R.; MISRAHI, Tiffany. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future. In: **World Economic Forum: Geneva, Switzerland**. 2017.

DA COSTA, Atair Carneiro; JUNIOR, Newton; COSTA, Helena. Arranjos Produtivos Locais (APL) no Turismo: estudo sobre a Competitividade e o Desenvolvimento Local na Costa dos Corais–AL. **Revista acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 7, n. 1, p. 1-5, 2012.

DAVERN, Michael. Social networks and economic sociology: a proposed research agenda for a more complete social science. **American Journal of Economics and Sociology**, v. 56, n. 3, p. 287-302, 1997.

DE SOUZA, Dércia Antunes; GIL, Antonio Carlos. Produção científica nacional sobre clusters turísticos. **Turismo, Visão e Ação**, v. 16, n. 3, p. 573-598, 2015.

DENICOLAI, Stefano; CIOCCARELLI, Gabriele; ZUCHELLA, Antonella. Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence. **Tourism management**, v. 31, n. 2, p. 260-266, 2010.

FABRY, Nathalie. Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires. **Revue internationale d'intelligence économique**, v. 1, n. 1, p. 55-66, 2009.

FEDERAÇÃO, DAS INDÚSTRIAS DE SANTA CATARINA. Rotas Estratégicas Setoriais para a indústria catarinense 2022. **Florianópolis: FIESC**, 2014.

FERNANDES, Laura Mary Marques; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. A governança na política nacional de regionalização do turismo: estudo dos grupos gestores dos destinos indutores do Ceará. **Turismo, Visão e Ação**, v. 17, n. 2, p. 247-278, 2015.

FRAMKE, Wolfgang. The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 2, n. 2, p. 92-108, 2002.

FRANZATO, Carlo; KRUCKEN, Lia; REYES, Paulo Belo. Design for territorial development in emerging economies: Brazilian experiences of research and teaching. **Strategic Design Research Journal**, v. 6, n. 1, p. 11-19, 2013.

GAÏDO, Luigi. Du concept de station au concept de district. **Revue de géographie alpine**, v. 90, n. 4, p. 109-116, 2002.

GIBSON, Laila; LYNCH, Paul A.; MORRISON, Alison. The local destination tourism network: Development issues. **Tourism and Hospitality Planning & Development**, v. 2, n. 2, p. 87-99, 2005.

GOMES, Bruno Martins Augusto; DA SILVA, Marcelo Alexandre Correia; NETO, Exzolvildrez Queiroz. A ação coletiva em regiões turísticas: um estudo dos circuitos turísticos de Minas Gerais. **Turismo, Visão e Ação**, v. 8, n. 2, p. 323-330, 2006.

GUNN, Clare A. Emergence of effective tourism planning and development. **Tourism: the state of the art**, p. 10-19, 1994.

HJALAGER, Anne-Mette. Tourism destinations and the concept of industrial districts. **Tourism and hospitality research**, v. 2, n. 3, p. 199-213, 2000.

IVANIŠ, Marija. General model of small entrepreneurship development in tourism destinations in Croatia. **Tourism and hospitality management**, v. 17, n. 2, p. 231-250, 2011.

IWASHITA, Chieko. Media construction of Britain as a destination for Japanese tourists: Social constructionism and tourism. **Tourism and Hospitality Research**, v. 4, n. 4, p. 331-340, 2003.

JACKSON, Julie; MURPHY, Peter. Clusters in regional tourism An Australian case. **Annals of Tourism research**, v. 33, n. 4, p. 1018-1035, 2006.

JOVICIC, Dobrica Zivadin. Key issues in the conceptualization of tourism destinations. **Tourism Geographies**, v. 18, n. 4, p. 445-457, 2016.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território—Valorização de identidades e produtos locais**. Studio Nobel, 2009.

LAZZAROTTI, Fábio et al. Regionalização do turismo: uma análise espacial do Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade. **Revista acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 3, n. 4, p. 03-05, 2008.

LEIPER, Nell. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. **Annals of tourism research**, v. 6, n. 4, p. 390-407, 1979.

LOHMANN, Gui; PEARCE, Douglas G. Conceptualizing and operationalizing nodal tourism functions. **Journal of Transport Geography**, v. 18, n. 2, p. 266-275, 2010.

LOPES, Alexandre Barsi; REINHARD, Nicolau. Vantagens competitivas na distribuição de informações financeiras em tempo real: uma análise baseada em recursos. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 33, n. 2, 1998.

LUQUE GIL, Ana María et al. Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. 2015.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: foco na decisão. **Tradução de Opportunity translations**, v. 3, 2011.

MAULET, Géraldine. A framework to identify a localised tourism system. In: **Tourism local systems and networking**. Routledge, 2006. p. 57-70.

NIQUE, Walter; LADEIRA, Wagner. Pesquisa de Marketing: uma orientação para o mercado brasileiro. **São Paulo: Atlas**, 2014.

PACET – Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo / FGV Projetos, Ministério do Turismo. 12. Ed. Rio de Janeiro : Fundação Getúlio Vargas, 2016. 117p. ISSN: 2179-8362

PEARCE, Douglas G. Destination management in New Zealand: Structures and functions. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 1, p. 1-12, 2015.

PEARCE, Douglas G. Toward an integrative conceptual framework of destinations. **Journal of Travel Research**, v. 53, n. 2, p. 141-153, 2014.

PEIXOTO, Luciana et al. Competitividade sistêmica e desenvolvimento regional: um estudo do arranjo produtivo local de turismo. IV Simpósio de Excelência em Gestão Tecnológica – SEGET, Resende/RJ. 2007.

PETRIĆ, L.; MRNJAVAC, Ž. Tourist destination as a locally embedded system-analogy between theoretical models of tourist destination and industrial district. 2003.

PINE, B. Joseph; PINE, Joseph; GILMORE, James H. **The experience economy: work is theatre & every business a stage**. Harvard Business Press, 1999.

PORTER, Michael E. **Clusters and the new economics of competition**. Boston: Harvard Business Review, 1998.

PRATS, Lluís; GUIA, Jaume; MOLINA, Francesc-Xavier. How tourism destinations evolve: The notion of tourism local innovation system. **Tourism and Hospitality Research**, v. 8, n. 3, p. 178-191, 2008.

PYKE, Frank; BECATTINI, Giacomo; SENGENBERGER, Werner (Ed.). **Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy**. International Institute for Labour Studies, 1990.

REN, Carina. Beyond hosts and guests: translating the concept of cultural misconception. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, v. 4, n. 4, p. 287-298, 2010.

ROCKS, Steve; GILMORE, Audrey; CARSON, David. Developing strategic marketing through the use of marketing networks. **Journal of Strategic Marketing**, v. 13, n. 2, p. 81-92, 2005.

RODRÍGUEZ, Rafael Merinero. Micro-cluster turísticos: El papel del capital social en el desarrollo económico local. **Revista de Estudios Empresariales. Segunda época**, n. 2, 2008.

SARANIEMI, Saila. Destination brand identity development and value system. **Tourism Review**, v. 65, n. 2, p. 52-60, 2010.

SCOTT, Noel; COOPER, Chris; BAGGIO, Rodolfo. Destination networks: four Australian cases. **Annals of Tourism Research**, v. 35, n. 1, p. 169-188, 2008.

SEBRAE – Turismo, Relatório de Inteligência. SEBRAE Santa Catarina. 2017.

SILVERMAN, D. **Interpretação de dados qualitativos**: métodos para análise de entrevistas, textos e interações. 3ª. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

THOMAS, Jerry R.; NELSON, Jack K.; SILVERMAN, Stephen J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. Artmed Editora, 2009.

TIMÓN, D. El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. **Estudios turísticos**, v. 160, p. 45-68, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A viagem como experiência significativa. **PANOSO NETTO, A; GAETA, C. Turismo de experiência**. São Paulo: Ed. SENAC, 2010.

UNESCO Creative Cities. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. **New Mexico, USA**, 2006.

VARISCO, Cristina. El cluster turístico de Miramar. **Aportes y transferencias**, v. 8, n. 2, p. 61-88, 2004.

VIEIRA, Daniel Pires; HOFFMANN, Valmir Emil. Competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos indutores do turismo brasileiro. **Revista Alcance**, v. 20, n. 3 (Jul-Set), p. 400-416, 2013.

VIEIRA, Daniel Pires; HOFFMANN, Valmir Emil. Competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos indutores do turismo brasileiro. **Revista Alcance**, v. 20, n. 3 (Jul-Set), p. 400-416, 2013.

WEAVER, David et al. **Tourism management**. John Wiley and Sons, 2000.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e Métodos**. Bookman editora, 2015.

## APÊNDICE A – PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO

### **ROTEIRO DE ENTREVISTA - EMPREENDEDOR TURÍSTICO A dimensão geográfica e o modo de produção de um destino como fatores de desenvolvimento turístico**

Olá, meu nome é Jean e eu sou acadêmico do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Vale dos Sinos (UNISINOS) em parceria com a Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (UNIDAVI). Estou desenvolvendo uma pesquisa sobre a organização de um destino turístico, para obtenção do título de Mestre em Administração. Esta pesquisa tem como objetivo principal identificar como a dimensão geográfica e a organização de um destino turístico contribuem para torná-lo reconhecido.

O projeto traz como contrapartida, um relatório com os principais resultados da pesquisa, enviado eletronicamente para os participantes da pesquisa. Por se tratar de um trabalho acadêmico, será garantido total sigilo quanto à identidade do entrevistado e ao nome da empresa.

Nesta entrevista será bem-vinda a fala espontânea do entrevistado, que tem liberdade para usar seu conhecimento e experiência profissional e opinião pessoal para responder as perguntas; o entrevistado pode citar exemplos que facilitem ou ilustrem suas respostas assim como fazer comentários gerais ou específicos sobre o assunto da questão de seu contexto, porém dados sigilosos podem ser preservados. O pesquisador fará o registro por meio da gravação em áudio da entrevista.

Para maiores informações a respeito desta pesquisa, favor contatar:  
[jeancaetano@unidavi.edu.br](mailto:jeancaetano@unidavi.edu.br)



### Identificação Entrevistado

Nome	
Telefone	
E-mail	
Endereço	
Profissão/Formação	
Papel	<input type="checkbox"/> Gestor do Circuito das Araucárias <input type="checkbox"/> Gestor da Associação Quiriri <input type="checkbox"/> Empreendedor no setor turístico <input type="checkbox"/> Profissional do turismo
Organização	
Função	
Desde quando	
Relação Histórica com o Circuito das Araucárias	

### Dados sobre a entrevista

Data		Local	
Horário		Cidade	
Tipo de Entrevista	Face-a-face	Forma de registro	gravação - áudio
A identidade do entrevistado deve ser mantida em sigilo?			<input type="checkbox"/> SIM / <input type="checkbox"/> NÃO

## Definição de termos utilizados no questionário

**Dimensão Geográfica** é formada pelo elemento Lugar e leva em consideração os **fatores contextuais** (concentração de empresas e atividades ligadas ao turismo, atrações culturais e serviços, fluxo de visitantes e o espaço geográfico, social e econômico); a **inserção social** (cultura comunitária, com olhar para o coletivo e a presença de uma entidade sócio-territorial formada por uma comunidade ativa de pessoas e empresas, além da possibilidade dos atores juntos, criarem um produto local voltado ao turista); **inserção geográfica** (demarcações dos limites geográficas que auxiliam na construção da imagem do destino, na identificação e promoção do lugar); **características culturais** (valores patrimoniais, resultantes da relação cultural, social, ecológica e econômica) e **recursos naturais** (matéria prima do turismo que devem ser aproveitados ao máximo em prol do turismo).

**Modo de Produção** formado pelos **Atores** (ver abaixo) e **Comportamento** dos atores que pode ser cooperativo e/ou competitivo. A organização e a articulação dos atores locais deve ser estimulada de forma que envolva os atores independente da configuração estrutural, estimulando a criação de estratégias de promoção e desenvolvimento local ou ainda criar e manter vantagens competitivas. O ambiente organizacional também faz parte do modo de produção por meio da presença de uma cultura comunitária com políticas públicas favoráveis, a orientação dos atores na busca do sucesso sistêmico do destino que supere o sucesso individual. A intenção dos atores em cooperar é outro fator relevante para este sucesso. Já o comportamento competitivo e de disputa deve estar presente, em um nível de complementaridade e cooperação entre os atores. A gestão do destino também deve adotar uma posição competitiva como um fator fundamental para o desenvolvimento turístico.

**Recursos:** qualquer coisa que possa ser considerada como uma força ou fraqueza de uma determinada empresa. Exemplos de recursos são: nomes de marcas, conhecimento interno de tecnologia, emprego de pessoal qualificado, contatos comerciais, maquinário, procedimentos eficientes, capital, etc.

**Atores locais:** são os stakeholders da comunidade, incluindo os cidadãos, empresários, poder público, organizações, líderes, convidados, etc.

## ROTEIRO DE ENTREVISTA - EMPREENDEDOR

- 1 - Há quanto tempo você reside na cidade / bairro / localidade?
- 2 - Qual a sua ligação histórica / familiar / profissional com este local?
- 3 - Você sabe a que região turística você está inserido? Se sim, quais os benefícios de fazer parte dessa região?
- 4 - Quais os benefícios de estar inserido em uma região turística (Caminho dos Príncipes) ou uma região demarcada (Circuito das Araucárias)?
- 5 - Com que frequência você participa de reuniões relacionadas a organização do circuito das araucárias?
- 6 - Você já foi chamado ou participou de algum evento como o objetivo de melhorar o produto turístico local (Circuito das Araucárias)?
- 7 - De que forma o Consórcio Quiriri e a Associação São Bentense de Ciclismo representam os seus interesses no Circuito das Araucárias?
- 8 - Você sabe de alguma iniciativa em trazer parceiros ou novos participantes de fora da região turística? Se sim, sabe qual seria o motivo?
- 9 - Como se comportam os visitantes do circuito? Estão de passagem para outro destino? Visitam a região como destino final?
- 10 - E os residentes locais, apreciam o produto local ou vão para outros circuitos?
- 11 - Quais são e de que forma os recursos naturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?
- 12 - Quais são e de que forma os recursos culturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?
- 13 - Existe alguma iniciativa, por parte do Circuito das Araucárias, para buscar parceiros de fora da região turística? Por qual motivo?
- 14 - Você considera que as ações do grupo gestor do circuito da araucárias auxilia no sucesso do circuito? De que forma ele contribui com esse sucesso?
- 15 - Os atores locais trabalham ou se articulam visando o sucesso individual ou coletivo? Pode dar algum exemplo?

16 - O poder público apoia e incentiva a atividade turística na região? Pode dar um exemplo?

17 - Você percebe cooperação ou intenção de cooperar entre os atores locais do Circuito das Araucárias?

18 - Existe uma política de indicação ou troca de serviços entre os atores locais caso uma necessidade não possa ser atendida por um deles?

19 - Como você se envolve no processo de melhorias ou na criação de estratégias para promover o Circuito das Araucárias? Pode dar exemplos?

\*\*\*\*\*

### **ROTEIRO DE ENTREVISTA - GESTOR CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS**

1 - Há quanto tempo você reside na cidade / bairro / localidade?

2 - Qual a sua ligação histórica / familiar / profissional com este local?

3 - A adesão de novos empreendimentos no Circuito das Araucárias segue algum planejamento ou complementação dos serviços já existentes?

4 - Você sabe a que região turística você está inserido? Se sim, quais os benefícios de fazer parte dessa região?

5 - Quais são e de que forma os recursos naturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

6 - Quais são e de que forma os recursos culturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

7 - Quais as condições para que um empreendimento ou atrativo possa fazer parte do Circuito das Araucárias?

8 - Na sua opinião, falta algum tipo de empreendimento que agregaria mais qualidade ao circuito?

9 - Quais características ou atrativos você considera integrante dos valores patrimoniais, socioculturais, naturais e econômicos?

10 - De que forma os valores patrimoniais, socioculturais, naturais e econômicos são explorados na construção e na valorização do produto turístico (cicloturismo)? Pode citar exemplos?

11 - De que forma os atributos culturais (histórias, tradições, lendas, costumes, curiosidades, etc) são explorados na promoção do circuito?

12 - Como a comunidade é inserida no processo de melhoria ou gestão da atividade turística? Pode citar exemplos?

13 - No caso de surgir algum pedidos de um dos participantes do roteiro, como eles são avaliados, discutidos e implementados? Já houve alguma melhoria implementada dessa forma, vindo dos atores locais?

14 - Como os empreendedores ou atores locais participam do processo de construção / promoção do produto turístico?

15 - Existe alguma iniciativa para buscar parceiros de fora da região turística? Por qual motivo?

16 - Você considera que os recursos turísticos são aproveitados para tornar o produto turístico atrativo?

17 - Você considera que as ações do grupo gestor (Associação e Consórcio) auxilia no sucesso do circuito? Pode citar alguma ação?

18 - Os atores locais trabalham ou se articulam visando o sucesso individual ou coletivo? Pode dar algum exemplo?

19 - O poder público apoia e incentiva a atividade turística na região? Pode dar um exemplo?

20 - Você percebe cooperação ou intenção de cooperar entre os atores locais do Circuito das Araucárias?

21 - Existe uma política de indicação ou troca de serviços entre os atores locais caso uma necessidade não possa ser atendida por um deles?

22 - O circuito das Araucárias participa de eventos para promover o produto turístico? Quais e em que periodicidade?

23 - Como você se envolve no processo de melhorias ou na criação de estratégias para promover o Circuito das Araucárias? Pode dar exemplos?

\*\*\*\*\*

## **ROTEIRO DE ENTREVISTA - GESTOR CONSÓRCIO QUIRIRI**

1 - Há quanto tempo você reside na cidade / bairro / localidade?

2 - Qual a sua ligação histórica / familiar / profissional com este local?

3 - Como os atores locais participam do processo de construção / promoção do produto turístico - cicloturismo?

4 - Você sabe a que região turística você está inserido? Se sim, quais os benefícios de fazer parte dessa região?

5 - Quais são e de que forma os recursos naturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

6 - Quais são e de que forma os recursos culturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

7 - Existe alguma iniciativa, por parte do Circuito das Araucárias, para buscar parceiros de fora da região turística? Por qual motivo?

8 - Você considera que os recursos turísticos são aproveitados para tornar o produto turístico atrativo?

9 - Você considera que as ações do grupo gestor (Associação e Consórcio) auxilia no sucesso do circuito? Pode citar alguma ação?

10 - O poder público apoia e incentiva a atividade turística na região? Pode dar um exemplo?

11 - Você percebe cooperação ou intenção de cooperar entre os atores locais do Circuito das Araucárias?

12 - Existe uma política de indicação ou troca de serviços entre os atores locais caso uma necessidade não possa ser atendida por um deles?

13 - O circuito das Araucárias participa de eventos para promover o produto turístico? Quais e em que periodicidade?

14 - Como você se envolve no processo de melhorias ou na criação de estratégias para promover o Circuito das Araucárias? Pode dar exemplos?

\*\*\*\*\*

## **ROTEIRO DE ENTREVISTA - PROFISSIONAL TURISMO**

1 - Há quanto tempo você reside na cidade / bairro / localidade?

2 - Qual a sua ligação histórica / familiar / profissional com este local?

3 - Você sabe a que região turística você está inserido? Se sim, quais os benefícios de fazer parte dessa região?

4 - Quais são e de que forma os recursos naturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

5 - Quais são e de que forma os recursos culturais são aproveitados para o produto turístico - cicloturismo?

6 - De que forma o Consórcio Quiriri e a Associação São Bentense de Ciclismo representam os interesses dos atores e do Circuito das Araucárias?

7 - Você já foi chamado ou participou de algum evento como o objetivo de melhorar ou contribuir para o produto turístico local?

8 - Existe alguma iniciativa, por parte do Circuito das Araucárias, para buscar parceiros de fora da região turística? Por qual motivo?

9 - Como se comportam os visitantes do circuito? estão de passagem para outro destino? ou visitam a região como destino final?

10 - Você considera que os recursos turísticos são aproveitados para tornar o produto turístico atrativo? Pode exemplificar?

11 - Você considera que as ações do grupo gestor auxilia no sucesso do circuito? Dê exemplos de algumas ações.

12 - Os atores locais trabalham ou se articulam visando o sucesso individual ou coletivo? Pode dar algum exemplo?

13 - O poder público apoia e incentiva a atividade turística na região? Pode dar um exemplo?

14 - Você percebe cooperação ou intenção de cooperar entre os atores locais do Circuito das Araucárias?

15 - Existe uma política de indicação ou troca de serviços entre os atores locais caso uma necessidade não possa ser atendida por um deles?

16 - O circuito das Araucárias participa de eventos para promover o produto turístico? Quais e em que periodicidade?

17 - Como você se envolve no processo de melhorias ou na criação de estratégias para promover o Circuito das Araucárias? Pode dar exemplos?

## Finalizando a entrevista

Se for necessário, após a data de realização da entrevista o entrevistado pode fazer algum comentário adicional ou acréscimo em alguma de suas respostas, pode entrar em contato com pesquisador pelo e-mail [jeancaetano@unidavi.edu.br](mailto:jeancaetano@unidavi.edu.br) ou pelo (47) 9 9116-7443.

O entrevistador pode enviar ao entrevistado, por e-mail ou telefone, alguma nova questão que surgir posteriormente, durante a pesquisa, caso o pesquisador considerar importante conhecer a opinião do entrevistado;

O entrevistado pode manifestar críticas, sugestões ou comentários sobre a forma como a entrevista foi conduzida, sobre as questões apresentadas ou sobre as discussões que surgiram ao longo da entrevista;

O entrevistado pode sugerir outras pessoas (de dentro da sua organização ou não) que podem contribuir com a pesquisa:

Nome: \_\_\_\_\_  
 Organização: \_\_\_\_\_ Área: \_\_\_\_\_  
 Cargo: \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_  
 Organização: \_\_\_\_\_ Área: \_\_\_\_\_  
 Cargo: \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_ e-mail: \_\_\_\_\_

Após a realização da entrevista, o pesquisador irá transcrevê-la, ou seja, transformar suas gravações em um formato textual. De modo que os riscos de má interpretação das respostas ocorram, é importante uma checagem posterior dos dados por parte do entrevistado. Assim, a transcrição das respostas obtidas nesta entrevista e suas interpretações serão enviadas até dia \_\_/\_\_/2018, para que o entrevistado faça sua avaliação. A devolutiva será dada até o dia \_\_/\_\_/2018 e caso o entrevistado não se manifeste até esta data, o pesquisador considera que o entrevistado concorda com os dados e interpretações.



**TERMO DE COMPROMISSO**

Eu, Jean Gilberto Caetano, brasileiro, casado, Publicitário, portador do RG no 3.607.622 SSP/SC, CPF 003.382.479-71, residente e domiciliado à Rua Humaitá, 1572, Bairro Boa Vista, Rio do Sul, Santa Catarina, venho por meio do presente termo, comprometer-me a não associar ou relacionar, direta ou indiretamente, de forma escrita, verbal ou de qualquer outra forma, o nome ou identidade de \_\_\_\_\_ à minha pesquisa de mestrado iniciada em 2018 e ligada ao Programa Pós-graduação do Departamento de Administração da Universidade do Vale dos Sinos - UNISINOS de Porto Alegre, seja durante e/ou após a realização da mesma.

---

Jean Gilberto Caetano  
(47) 9 9116-7443 / jeancaetano@unidavi.edu.br  
Mestrando Unisinos/UNIDAVI

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

## ANEXO A – SITE CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS

Seguro | https://circuitodasaraucarias.com.br

Home O Circuito Trechos Dias & Paradas Rotas Contato

**Circuito das ARAUCÁRIAS**  
CICLOTURISMO

**Um dos melhores circuitos do país**  
250 Km de lindas paisagens e desafios incríveis

**PONTOS DE CARIMBO**

---

**O Circuito**

Ao final do circuito das araucárias, além de você viver novas histórias, experimentar novos sabores, fazer valer a pena os desafios e sentir-se realizado, você ganhará um certificado de participação por ter completado todos os trechos.

**Cicloturismo**  
248 quilômetros de lindas paisagens e muita aventura contemplando as cidades de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul.

**Pontos de Carimbo (Checkpoint)**  
Você pode validar sua passagem pelo circuito das araucárias para ganhar seu certificado de conclusão.

**Gastronomia, Hospedagem e Novos Amigos**  
Além do incrível circuito, você pode aproveitar as hospedagens épicas do local, além da culinária inconfundível.

Este roteiro é repleto de atrativos naturais, históricos e também gastronômicos e culturais. A paisagem é bem variada, alternando entre altos de serras a planaltos ou vales de rios. A Mata Atlântica é bem preservada, mesclada com florestas de imponentes e belas araucárias. A natureza se...

**Leia mais**

Realizado, implementado e gerido: Conselho Municipal de Turismo de Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul

---

**Conheça nossa cartilha informativa**  
Rotas, Atrativos e Informações de Viagem.

[Cartilha Completa](#) [Guia de Navegação](#)

---

**Trechos do Circuito**  
Comece um pouco melhor cada trecho do circuito, baixe mapas e obtenha informações de locais turísticos e parceiros pelo caminho.

**Interpretando as placas indicativas**

<p><b>Trecho 1 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• São Bento do Sul - Caminho de Ferro</li> <li>• Distância: 16,7 km</li> <li>• Altitude: 970m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 2 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Itaipava - Caminho de Ferro - Corupá</li> <li>• Distância: 5,8 km</li> <li>• Altitude: 1100m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 3 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corupá - Itaipava - São Bento do Sul</li> <li>• Distância: 12,0 km</li> <li>• Altitude: 1000m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 4 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trecho de Itaipava - Campo Alegre</li> <li>• Distância: 12,7 km</li> <li>• Altitude: 1020m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>
<p><b>Trecho 5 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campo Alegre - Pousada Casa Antiga</li> <li>• Distância: 10,8 km</li> <li>• Altitude: 1000m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 6 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pousada Casa Antiga - Torre de Pedra</li> <li>• Distância: 8,1 km</li> <li>• Altitude: 1000m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 2</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 7 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casa Fina de Pedra - Rio Negrinho</li> <li>• Distância: 14,4 km</li> <li>• Altitude: 1000m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 3</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>	<p><b>Trecho 8 (GPS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rio Negrinho - São Bento do Sul</li> <li>• Distância: 10,8 km</li> <li>• Altitude: 1000m</li> <li>• Dificuldade: Fácil (1)</li> <li>• Pl: Dificuldade Técnica: 3</li> </ul> <p><b>Mais informações</b></p>

## ANEXO B – CARTILHA CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS



CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL QUIRIZI

ASB Cido

BRASE

Campanha: Implementação e gestão: Consórcio Intermunicipal Quirizi  
 Municípios Integrantes: Campo Alegre, Corupá, Rio Negrinho e São Bento do Sul  
 Projeto Cicloturismo: Eliana Garcia e Rodrigo Telles - Clube de Ciclismo do Brasil  
 Textos: Eliana Garcia e Rodrigo Telles  
 Fotos: Clube de Ciclismo do Brasil



### Circuito das Araucárias de Cicloturismo

Este roteiro é repleto de atrações naturais, históricas e também gastronômicas e culturais. A paisagem é bem variada, alternando entre altos de serras e planaltos ou vales de rios. A Mata Atlântica é bem preservada, mantida com florestas de engomados e belas araucárias. A natureza se mostra presente também na grande concentração de nascentes e cachoeiras, como as da Rota das Cachoeiras, uma incrível sequência de 14 quedas em menos de 30km. Há ainda outros grandes atrativos naturais, entre eles o Monúlio da Igreja, que se destaca à grande distância e possui um paredão de pedra onde os escaladores praticam o rapel (um dos maiores do Brasil, com 240m) e o Campo do Garrin, uma área de preservação que pode ser caminhada a partir do Circuito e de onde, em dias claros, avista-se todo o litoral norte de Santa Catarina. A Estrada Dona Francisca é um dos destaques da parte histórica. O circuito passa por vários trechos do traçado original da estrada, construída por volta de 1865. Outro ponto de interesse

histórico é a favela construída em 1933, que se encontra ainda em funcionamento, e era parte da Estrada de Ferro que ligava São Paulo ao Rio Grande do Sul. Os trilhos serpentavam as serras e cruzam o circuito diversas vezes.

No aspecto cultural, está muito presente a influência alemã, polonesa e italiana, notada principalmente nos costumes e tradições, como as festas locais (onde não faltam chopp e doces folclóricos), os tipos de construções e os traços físicos de sua gente. Também marcam presença na região os imigrantes espanhóis, italianos, austríacos e portugueses, entre outros. Ao longo do Circuito encontram-se pequenos museus com peças e utensílios, principalmente navais, trapeiros ou fabricados pelos primeiros colonizadores. As quatro cidades, São Bento do Sul, Corupá, Campo Alegre e Rio Negrinho, possuem vários pontos históricos, bem conservados, muitos deles funcionando como órgãos públicos.

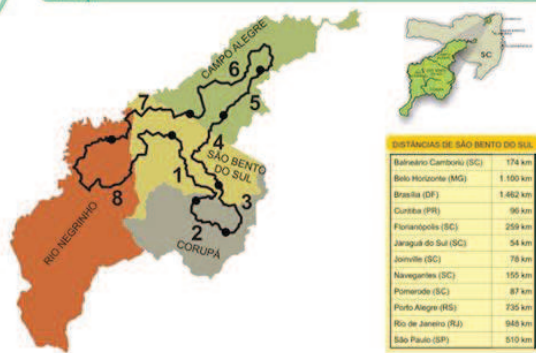
### Exemplo para 6 dias de viagem

1º	2º	3º	4º	5º	6º
1	2e3	4e5	6	7	8
São Bento do Sul à Rota das Cachoeiras	Rota das Cachoeiras ao Parque das Aves (possuindo)	Parque das Aves (possuindo) à Pousada Casa Antiga	Pousada Casa Antiga ao Sítio Ponte de Pedra (possuindo)	Sítio Ponte de Pedra (possuindo) e Rio Negrinho	Rio Negrinho a São Bento do Sul
28,7km	20,0km	41,8km	115km	34,4km	39,8km
07h	07h	08h	10h	10h	10h
0,8	0,8	0,1	0,1	0,1	0,8

### Exemplo para 7 dias de viagem

1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º
1	2	3	4e5	6	7	8
São Bento do Sul à Rota das Cachoeiras	Rota das Cachoeiras a Corupá	Corupá ao Parque das Aves	Parque das Aves à Pousada Casa Antiga	Pousada Casa Antiga ao Sítio Ponte de Pedra (possuindo)	Sítio Ponte de Pedra (possuindo) e Rio Negrinho	Rio Negrinho a São Bento do Sul
28,7km	15,0km	13,2km	41,8km	115km	34,4km	39,8km
07h	07h	08h	10h	10h	10h	10h
0,8	0,8	0,1	0,1	0,1	0,1	0,8

### Localização



### O que visitar

#### Museu Municipal Dr. Felipe Maria Wolff

Localizado na Avenida Argollo, 245 - Centro. Seu acervo conta a história da cidade e região, através de instrumentos e armas, ferramentas, instrumentos musicais, antigas fotografias, máquinas, entre outros. Telefone: (47) 3633-5524. Horário de atendimento de terça-feira a domingo, inclusive nos feriados, das 9h às 12h e das 16h às 17h.



#### Panque 23 de Setembro

Localizado na Rua Ygardo Kwik, 171 - Centro. Possui uma extensão de 22.000m<sup>2</sup>, abriga a réplica de primeira casa construída em São Bento do Sul, e casa do imigrante, além de artesanato, painéis, escultura, artefatos e outras atividades oferecidas pela Associação Montanarum. Telefone: (47) 3633-1866.



#### Arquivo Histórico

Localizado na Avenida Argollo, nº 215 - Centro. Possui um acervo composto de documentos, tratados, jornais encadernados e fotografias, além dos livros que contam a história do município e região. Telefone: (47) 3633-6988, horário de atendimento de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 13h às 17h.

#### Igreja Matriz Puríssimo Coração de Maria

Localizada na Rua Padre Abade Tomélio - Centro. Construída entre 1935 e 1960, destacam-se na fachada e no altar onde se encontra a imagem de São Bento, a arquitetura do paróico e o conjunto das escadarias e a Via Sacra com seus painéis cerâmicos pintados à mão.



#### Praça Getúlio Vargas

Localizada na Rua Barão de Rio Branco - Centro. Com uma área de 5.500m<sup>2</sup>, possui iluminação cêntrica, coreto, monumento aos imigrantes, parque infantil, sanitários e bancos para descanso.



#### Edifício Prefeito Manoel Favares

Localizado na Rua Angelo Lucendo, 11 - Centro. O local abriga o Departamento de Turismo e o Posto de Informações Turísticas. Telefone: (47) 3633-6942.

#### Caafedjo

Localizado na Rua Visconde de Taunay - Centro. Este local é considerado o centro comercial, nele você encontra lojas de caafedjo, roupas, artesanato e artigos de decoração, bem como lanchonetes, boticas, agências bancárias, etc.



# ANEXO C – CARTILHA CIRCUITO DAS ARAUCÁRIAS

### RIO NEGRINHO

Colonizada por imigrantes europeus, principalmente alemães, Rio Negrinho tem o cenário perfeito para quem procura momentos de paz, tranquilidade e descanso. Com 40 mil habitantes e uma altitude de 730 m, sua clima é temperado com áreas de cidade serrana.

Ná vário hotéis, pousadas e comércio diversificado. A cinco quilômetros do centro da cidade é possível entrar em contato direto com a natureza, apreciar o canto dos pássaros e respirar ar puro. Cachoeiras, cavernas, montas, águas limpidas, animas nos pastos. Essas são as áreas que fazem parte de um cenário que inspira por aventuras dispostos a desvendar seus encantos, com alternativas para todos os gostos e foléas, oferece lugares ideais para o descanso, para a prática de esportes radicais ou para uma boa pescaria.


Rio Negrinho faz o balanço da história. Mata Fênix, uma das maiores fabricas de móveis da América Latina, entre as décadas de 1960 e 1970, estando de sua extinção à chama com 45 metros de altura, um dos símbolos da cidade.

O circuito passa pelo local de fundação do município (Imenco Amal), Mas, com a construção da Estação de Ferro, mais distante, o eixo de desenvolvimento mudou para ardeir hoje se localiza o centro da cidade. De Rio Negrinho parte o passeio da Mata Fênix, uma rara oportunidade de andar num trem histórico, movido a vapor.

O Natal Encantado de Rio Negrinho tem se destacado como uma das mais belas decorações natalinas de Santa Catarina, à base de milhares de gramíneas. A cada ano, aumenta o fluxo de turistas que visitam o município na época natalina.



### TRECHO 1 SÃO BENTO DO SUL - CACHOEIRAS



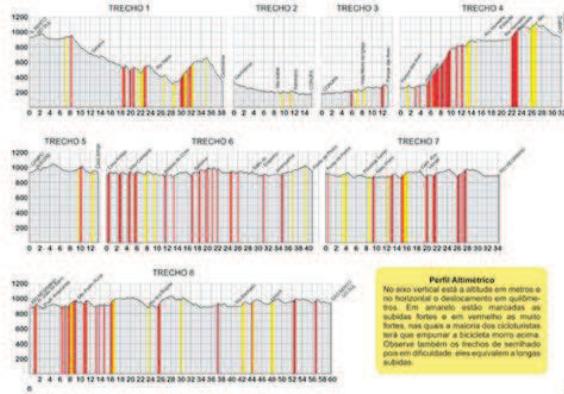
**DISTÂNCIA DO TRECHO:** 38,7 km  
**TOTAL DE SUBIDAS:** 870 m  
**DIFFICULDADE FÍSICA:** 1.9  
**DIFFICULDADE TÉCNICA:** 2

**O que visitar**

**Rota das Cachoeiras**

O ingresso deve ser comprado nos restaurantes e nos chafariz logo antes da entrada do parque que tem um calçadão adequado para caminhar (sujeito de visitantes não é recomendado) e um espaço apropriado para bicicletas. São mais de 1,4 km para se ir e voltar, sendo não é recomendável entrar a caminhada após às 13h, quando começa o horário de maior insolação. O horário de funcionamento é 15h. Horário de Funcionamento: das 15h às 18h. Informações: (47) 3375-2212 ou site [www.bahia.com.br/parque-papagaio/detalhes.aspx](http://www.bahia.com.br/parque-papagaio/detalhes.aspx).

Para atrações em propriedades particulares ou em estabelecimentos comerciais, veja indicações no site [www.circuitodasaraucarias.com.br](http://www.circuitodasaraucarias.com.br).



### Explicação das Placas e Tulipas

Não decorre o circuito que se encontra na categoria "auto guiado" são oferecidas duas opções de orientação:

Descrição das etapas através da sequência de tulipas ilustradas nesta cartilha que podem ser interpretadas conforme indicação abaixo:

**QUILOMETRAGEM DO TRECHO**  
 zero sempre no início dos trechos

**QUILOMETRAGEM PARCIAL**  
 use se você perdeu a quilometragem principal zerando em alguns pontos parciais

**DISTÂNCIA PROXIMO PONTO**  
 para cálculo de distâncias parciais

Placas de sinalização encontram-se em número reduzido em relação às indicações da planilha, estão dispostas estrategicamente em todo o circuito de modo a facilitar a procura do ciclista trazendo informações adicionais como: altitude, quilometragem geral do percurso e localidade. Em pontos de maior dificuldade de navegação, utilizamos essas informações para orientar seu deslocamento facilitando o processo de orientação geográfica do percurso.



### SÃO BENTO DO SUL

38,7 km - 870 m de altitude



0	0,4	0,6	4,8	5,5	8,5	9,0	9,0	10,7	11,8	12,0	12,2	13,7	18,5	19,9	21,0	23,4	24,0	24,2	27,6	27,6	27,8	28,2	28,5	30,2	33,6	33,7	35,6	38,7
0	0,4	0,6	4,8	5,5	8,5	9,0	9,0	10,7	11,8	12,0	12,2	13,7	18,5	19,9	21,0	23,4	24,0	24,2	27,6	27,6	27,8	28,2	28,5	30,2	33,6	33,7	35,6	38,7
0	0,4	0,6	4,8	5,5	8,5	9,0	9,0	10,7	11,8	12,0	12,2	13,7	18,5	19,9	21,0	23,4	24,0	24,2	27,6	27,6	27,8	28,2	28,5	30,2	33,6	33,7	35,6	38,7

### Cambios

<b>Trecho 1</b> São Bento do Sul - Cachoeiras 37,7 Km	<b>Trecho 2</b> Rota das Cachoeiras - Corupá 15,4 Km	<b>Trecho 3</b> Corupá - Parque das Aves 13,2 Km
<b>Trecho 4</b> Parque das Aves - Campo Alegre 31,7 Km	<b>Trecho 5</b> Campo Alegre - Pousada Casa Antiga 713,8 Km	<b>Trecho 6</b> Pousada Casa Antiga - Sítio Ponte de Pedra / 41 Km
<b>Trecho 7</b> Sítio Ponte de Pedra - Rio Negrinho 34,4 Km	<b>Trecho 8</b> Rio Negrinho - São Bento do Sul 59,8 Km	

## ANEXO D – FOLDER AGÊNCIA SELEDON



## ARAUCÁRIAS

Esse circuito passa pelas cidades de **São Bento do Sul, Corupá, Campo Alegre e Rio Negrinho**. Um caminho repleto de atrativos naturais, históricos, culturais e gastronômicos. A paisagem é bastante variada, alternando entre os altos das serras e planaltos, ou vales de rios. São seis dias de pedal por **250 km** e **6.280** metros de altimetria.





ANEXO E – PLACAS DE SINALIZAÇÃO





## ANEXO F – SELO ESTABELECIMENTO CAPACITADO



