

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

CRISTIAN EMANOEL FREDERICO SERAFIM

**DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO EM NOVA VENEZA: UMA
AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DOS SETORES PÚBLICO E PRIVADO**

CRICIÚMA

2017

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

CRISTIAN EMANOEL FREDERICO SERAFIM

**DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO EM NOVA VENEZA: UMA
AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DOS SETORES PÚBLICO E PRIVADO**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

CRICIÚMA

2017

CRISTIAN EMANOEL FREDERICO SERAFIM

**DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO EM NOVA VENEZA: UMA
AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DOS SETORES PÚBLICO E PRIVADO**

Monografia, apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Luciane de Carvalho Pereira

Criciúma, 22 de outubro de 2017

BANCA EXAMINADORA



Professora Luciane de Carvalho Pereira – Mestre – Unesc - Orientadora



Professor Andre Pais Topanotti – Mestre – Unesc - Avaliador



Professor Dino Gorini Neto – Mestre – Unesc - Avaliador

Dedico esse trabalho a minha professora orientadora que teve paciência e que me ajudou a concluir este trabalho.

Agradeço os demais professores do curso, que me acompanharam durante toda essa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa Aline Bertolina Serafim, que sempre me apoiou em decisões difíceis.

Agradeço o apoio que tive durante todo o curso dos meus amigos Diogo Goulart Estevam, João Vitor Meneghel e Rafael Camilo Rodrigues.

E à minha orientadora, que é a maior motivadora intelectual e que me deu muito suporte para a realização do trabalho.

Também agradeço a todos os amigos conquistados durante esta caminhada, bem como aos professores do curso.

RESUMO

85344. **Desenvolvimento integrado do turismo em Nova Veneza: uma avaliação das ações dos setores público e privado.** 2017. 60 pág. Monografia do Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

O presente estudo tem como objetivo conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza para fortalecer o turismo na Cidade. Ainda teve o intuito de demonstrar, através da pesquisa, a importância da gestão do turismo como forma de organizar, planejar, criar formas e aplicar formas integradas de gestão no sentido de fortalecer o turismo. Foi desenvolvida uma entrevista semiestruturada que foi aplicada a quatro pessoas entrevistadas que se configuram com representantes dos setores público e privado no município, todos ligados diretamente ao Turismo. Trata-se de uma pesquisa descritiva, com entrevistas que foram gravadas pessoalmente e, posteriormente, transcritas. A técnica utilizada para a coleta de dados foi a pesquisa de levantamento de dados primários e secundários, através do questionário aplicado pessoalmente aos gestores do Turismo no município. Durante a realização do estudo, também foram feitos contatos telefônicos e visitas ao município. A técnica de análise dos dados foi essencialmente qualitativa. Após a análise qualitativa dos dados, os resultados foram bastante satisfatórios, pela riqueza das informações foi possível concluir que Nova Veneza está trilhando com responsabilidade o caminho do turismo. Os resultados ainda indicaram que o município pratica ações de integração entre os setores público e privado, bem como foi possível constatar que há uma preocupação com o desenvolvimento regional integrado.

Palavras-chave: Turismo. Gestão do Turismo. Desenvolvimento turístico integrado.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplos do turismo de aventura e desportivo	16
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Nome Estruturação da população-alvo.	26
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVOS	10
1.2.1 Objetivo Geral	10
1.2.2 Objetivos Específicos	10
1.3 JUSTIFICATIVA	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 TURISMO	12
2.1.1 Turismo gastronômico	14
2.1.2 Turismo rural	15
2.1.3 Turismo ecológico/Ecoturismo	16
2.1.4 Turismo Cultural	17
2.1.5 Turismo de compras	19
2.2 OFERTA TURÍSTICA	19
2.3 DEMANDA TURÍSTICA	20
2.4 PRODUTO TURÍSTICO	21
2.5 POLÍTICAS DE TURISMO	22
2.6 FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS PARA O TURISMO	24
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	26
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO	26
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	27
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS	27
4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA	29
4.1 ANÁLISE GERAL DOS DADOS DA PESQUISA	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE(S)	43
APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista	44
APÊNDICE B – Entrevista 1 – Gestor De Turismo - Associação	45
APÊNDICE C – Entrevista 2 – Agência de Turismo Receptivo	49
APÊNDICE D – Entrevista com Representante Órgão Público de Turismo	52
APÊNDICE E – Entrevista com Gestora de Turismo	55

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza para fortalecer o turismo na Cidade e, além disso, busca mostrar como é importante a gestão do turismo como forma de organizar, planejar, criar formas e aplicar tais formas no sentido de fortalecer o turismo.

O turismo é um eixo bastante efetivo na Cidade de Nova Veneza, porém existem ainda muitas lacunas que podem ser trabalhadas, engrandecendo ainda mais a Cidade como portal de turismo na região (SANTUR, 2017).

De acordo com a SANTUR (2017, p. 1), “Nova Veneza é outro importante reduto da cultura italiana na região Encantos do Sul”. Fazem parte de seus atrativos, seus antigos sobrados de pedra, o Monumento do Imigrante e o Museu do Imigrante, a Igreja Matriz São Marcos, além das festas gastronômicas e o *Carnavale di Venezia*.

Cada cidade se desenvolve, turisticamente falando, da melhor forma, utilizando seus atrativos locais. Sejam seus potenciais, rios, lagos, serras, morros, cachoeiras, prédios históricos, igrejas, artefatos locais, cultura, gastronomia, seja parques, trilhas, festas culturais e gastronômicas, qualquer que seja a atividade, há que se disponibilizar ao turista, a infraestrutura adequada para que o mesmo possa usufruir de tais atrativos (DIAS; MONTANHEIRO, 2003).

Este trabalho apresenta, no capítulo primeiro, a situação problema, os objetivos e a justificativa compondo o primeiro capítulo. O segundo capítulo traz o referencial teórico utilizado para embasar esta pesquisa. O terceiro capítulo contém os procedimentos metodológicos utilizados e o quarto capítulo apresenta os resultados e análise dos dados levantados durante o estudo.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

O Turismo é uma atividade econômica importante e que, organizado, forma de o turista conhecer melhor uma localidade. Através do turismo a Cidade se apresenta às pessoas, divulgando seu potencial em hospedagem, gastronomia, locais de visitação e at e mesmo nos mais diversos roteiros turísticos, como praias, serras, religioso, entre outros (BRASIL, 2010; OLIVEIRA, 2000).

Nova Veneza conta com uma grade de atrações turísticas para todos os gostos, são eventos religiosos, capacidade histórica e cultural, gastronomia italiana marcante e as festas, tendo capacidade de ampliar ainda mais a sua participação nos roteiros turísticos do Estado e, por que não, do Brasil.

O desenvolvimento integrado do Turismo é um desafio para muitas regiões do Brasil que enfrentam muitas dificuldades como a falta de investimento e de planejamento no Setor.

É papel das Universidades buscarem contribuir para o desenvolvimento das Comunidades onde estão inseridas e a escolha do tema justifica-se pela importância em unir a iniciação científica da graduação com questões da comunidade que carecem de pesquisas e de dados para continuarem evoluindo em suas economias.

Portanto, este trabalho vai responder a seguinte pergunta de pesquisa: Que ações estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza, para fortalecer o turismo na cidade?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza para fortalecer o turismo na Cidade.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Conhecer as ações que são desenvolvidas atualmente para geração do turismo na Cidade Nova Veneza;
- b) Identificar quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local;
- c) Mostrar a importância da integração dos setores ligados ao turismo para o desenvolvimento turístico sustentável.

1.3 JUSTIFICATIVA

Para uma Cidade com potencial turístico como Nova Veneza, todas as ações que possam expandir ainda mais este potencial deve ser trabalhadas. Nesse sentido, este estudo tem a sua relevância, pois busca analisar o cenário atual da Cidade dentro das suas potencialidades turísticas e através destas identificar quais as que mais enaltecem a Cidade no cenário Estadual. Assim sendo, buscar alternativas que possam não apenas ser alternativas individuais, mas com o fortalecimento das empresas e do poder público nesse sentido.

O estudo tem relevância no sentido de que o mesmo é um plano de desenvolvimento do turismo que pode ser aplicado e vir a trazer muitos benefícios para a Cidade, tornando-a ainda mais conhecida e, conseqüentemente, trazendo benefícios para a população, para as empresas e para o poder público.

Para a Universidade, o estudo servirá como base de fomento de informações para futuras pesquisas e desenvolvimento de outros estudos, engrandecendo o portfólio de informações a respeito da Cidade de Nova Veneza.

Para o acadêmico, tal estudo vem ampliar seu conhecimento, bem como gerar uma nova perspectiva de informação com relação ao seu estudo e trazer os resultados que o mesmo espera quando ao alcance dos objetivos propostos pelo trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são apresentados os principais autores e conceitos que fundamentam este trabalho. A revisão teórica demonstra as definições que condizem com o foco desta pesquisa sendo que estão elencados temas como Turismo, Tipos de Turismo, Oferta e Demanda Turística.

2.1 TURISMO

Turismo, para muitos significa viajar, conhecer lugares, a gastronomia, a cultura de outras cidades ou países. Conceituando dessa forma, Ansarah e Panosso Netto (2009) fala que o turismo tem ligação com conceitos e ideia de viagens.

Para Campos (2010, p. 7), o “termo Turismo define as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais diferentes de seus ambientes habituais, por um período que não ultrapasse um ano consecutivo, para fins de lazer, negócios ou outros propósitos”. Dessa forma, nota-se que a relação turismo com viagens, a ideia de férias, de folga, que sair de um lugar para o outro é conceito para muitos autores.

Para Trigo (1998), o suporte tecnológico e as mudanças econômicas foram fatores importantes que impulsionaram o turismo, outro fator muito importante, foi a valorização das atividades ligadas ao lazer, artes, culturas e aos contatos internacionais, assim, viajar, tornou-se muito fácil, podendo ser um hábito ou até mesmo uma prática social ou profissional.

O turismo norteia não apenas o prazer das pessoas em viajar, passear, mas propaga a ideia de desenvolvimento da economia, do local, das atividades que se relacionam, como comércio, cultura, ou seja, qualquer atividade que esteja voltada a esse segmento (OLIVEIRA, 2000; BENI, 2012, IGNARRA, 2003, ANDRADE, 2004).

Carmo (2006, p. 64) observa que “o turismo é hoje uma realidade mundial. Lugares nunca antes visitados passam a integrar roteiros turísticos das mais diversas modalidades”.

Cidades com potencial para o turismo se tornam cada vez mais alvo de empreendedores, empresários, governo e demais pessoas que buscam lucrar, conquistar essa fatia do mercado que cresce a cada dia. E cresce muito. Carmo

(2006) explica que o turismo é uma importante atividade geradora de empregos nos mais diversos setores, galgando o equivalente a 10% do PNB mundial, empregando mais de 200 milhões de pessoas.

Dados da organização mundial do turismo indicam que 1,2 bilhões de turistas percorreram o globo em 2016. A região Central e a região Sul das Américas tiveram grande participação nestes números, foram cerca de 201 milhões de viajantes.

O turismo move a economia, tendendo a ser uma atividade próspera, desenvolvedora de locais, como enfatizam Dias e Montanheiro (2003), sobre o que cidades brasileiras, antes desenvolviam apenas as atividades como agricultura, pecuária, indústria, mas que hoje vê no turismo outra atividade econômica.

No Brasil, o Turismo representou 2,55% do PIB nacional no ano de 1989, segundo a EMBRATUR, e entre os anos de 1987 a 1995 o PIB turístico passou de R\$38,7 bilhões para R\$52,7 bilhões, gerando um crescimento de 36% em menos de dez anos. Isto vem provar como a atividade turística é importante para contribuir na melhoria da qualidade de vida da população e prosperidade da economia brasileira, uma vez que o Turismo tem aumentado o ingresso de divisas no país de maneira considerável. Em 2001 o número foi de US\$4,23 bilhões (DIAS; MONTANHEIRO, 2003).

Campos (2010, p. 9) ressalta que em relação ao desenvolvimento da economia local, “o turismo vem surgindo como forma de desenvolvimento. É visto como atividade que pode fomentar o crescimento econômico em uma localidade ou mesmo se tornar sua principal atividade econômica”.

No Brasil, de acordo com Carmo (2006), existe uma tendência ao desenvolvimento do turismo local, com a exploração de atividades ligadas às tradições dos lugares, ao artesanato, etc.

A atividade turística nos últimos anos tem sido de extrema importância no que diz respeito ao desenvolvimento e crescimento da economia mundial. O Turismo detém hoje grande parte do PIB de muitos países que têm melhorado suas condições econômicas em decorrência do avanço que o setor tem proporcionado (DIAS; MONTANHEIRO, 2003, p. 1).

Para que um local se desenvolva turisticamente, ele precisa além de seus atrativos naturais, alguns outros pontos bastante relevantes:

O atrativo é o local, o objetivo ou mesmo o acontecimento que motiva o turista a conhecer. Esse atrativo pode ser natural, como praias, cachoeiras; pode ser

histórico-cultural, como igrejas; ou ainda manifestações religiosas, tradicionais, específicas do local (CAMPOS, 2010).

Campos (2010) ainda coloca que são necessários os equipamentos e serviços turísticos, como hospedagem, alimentação, entretenimento, informação.

Infraestrutura básica e de apoio turístico é o “É o conjunto de obras e instalações da estrutura física de base que cria as condições para o desenvolvimento de núcleos receptores de turismo: serviços urbanos e outros”, que pode ser meios de transporte, saneamento básico, água, energia, entre outros (CAMPOS, 2010, p. 16).

Pensando na forma como a cidade se vê turisticamente, existem muitas formas de se empregar o turismo, ele pode ser do tipo gastronômico, religioso, histórico-cultural, de aventura, entre tantas outras formas.

Porém, Campos (2010) ressalta a importância de se manter a infraestrutura básica para os moradores locais, inserindo-os nas atividades turísticas, mas valorizando seus hábitos, costumes e práticas.

Nesse sentido, há que se ter a preocupação, antes do turismo, do equilíbrio:

[...] entre o que é oferecido ao visitante e ao morador local, garantindo que, no futuro, não encontremos conflitos gerados a partir da exclusão do morador do processo econômico implantando ou o seu aproveitamento em áreas menos valorizadas da atividade (CAMPOS, 2010, p. 17).

2.1.1 Turismo gastronômico

No turismo gastronômico, os gostos da gastronomia são o ponto forte de atrativo local. De acordo com Rosa (ano) o turismo gastronômico tem a ver com os produtos que são oferecidos a mesa.

Muitas cidades tornaram-se conhecidas em função dos produtos que oferecem à mesa. Na Europa, particularmente na Alemanha, são organizados grupos que viajam para conhecer os métodos de fabricação e os sabores das comidas e bebidas de diferentes locais. Envolve pratos típicos, vinhos, queijos, doces, receitas exóticas. Na Europa são organizados grupos de gastrônomos que viajam para conhecer sabores diferentes e métodos de fabricação (VAZ, 1999). O turismo gastronômico, na visão de Gândara (2009) é “uma vertente do Turismo

Cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”.

2.1.2 Turismo rural

Turismo Rural é toda e qualquer atividade turística que fundamentalmente pelo contato do homem junto ao meio rural, propiciando a oportunidade de conviver com as atividades diárias das fazendas, colônias ou sítios. No entanto, tal proposta precisa estar baseada na viabilidade cultural, econômica e social. Ele também pode ajudar a manter a população na área rural, evitando o inchaço dos grandes centros urbanos (VAZ, 1999).

O turismo rural é uma forma de a pessoa se desligar no movimento, da agitação, do conturbado espaço urbano e poder usufruir dos prazeres do campo.

O turismo rural é uma das alternativas que ajudam o ser humano a sentir-se em contato com essa parte importante de si mesmo: uma vida mais simples, longe do “agito” da cidade grande, o cheiro de mato, do gado... Muita gente procura essa simplicidade perdida no mundo moderno (CAMPOS, 2010, p. 77).

Campos (2010) ainda fala que são atividades como a produção agropecuária, que agrega valor aos produtos e serviços desenvolvidos no meio rural e fazem o resgate do patrimônio cultural e natural do local.

A autora expressa o espaço do campo como um local tranquilo, onde o turista pode aproveitar para, além de usufruir das atividades e opções de gastronomia oferecidas, de se encontrar consigo mesmo.

Além da atividade propriamente dita, o turismo rural, que se aproveita das opções do meio, ainda pode ser praticados outros tipos de turismo, como o agroturismo, o ecológico ou o ecoturismo, ou mesmo o turismo gastronômico.

O que se quer dizer é que existem vários tipos/modalidades de turismo que ocorrem no meio rural, ou seja, no espaço geográfico não urbano. Sendo assim, diversas atividades de lazer são ofertadas nesse meio de acordo com o tipo de turismo implantado: por exemplo, o turismo de negócios e o de eventos podem acontecer em hotéis localizados no meio rural (CAMPOS, 2010, p. 80).

Entre as outras atividades, Campos (2010) cita a oferta de hospedagem, alimentação, recreação, entretenimento e recepção à visitação em propriedades rurais.

O passeio a cavalo é uma das opções oferecidas no turismo equestre, bem como no Agroturismo que é o deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, para fruição dos cenários e observação, vivência e participação nas atividades agropastoris. Destacam-se aqui dois grandes aspectos que distinguem o Agroturismo do Turismo Rural: (1) a produção agropastoril em escala econômica que representa a maior fonte de rendimento da propriedade e o Turismo, receita complementar; (2) as próprias atividades agropastoris constituem, em si mesmas, o principal diferencial turístico (BENI, 2012).

2.1.3 Turismo ecológico/Ecoturismo

Apesar desse tipo de turismo ser uma fonte de investimentos atualmente, principalmente com cidades preocupadas com a questão do meio ambiente, os termos turismo ecológico e ecoturismo tem suas diferenças.

Conceituando, Campos (2010, p. 45) explica:

Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, os patrimônios cultural e natural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas.

No ecoturismo, de acordo com Campos (2010), trata-se da utilização de espaços naturais delimitados e/ou protegidos, são unidades de conservação, como parques. “Trata-se da utilização controlada de uma área com planejamento do uso sustentável de seus recursos naturais e culturais” (CAMPOS, 2010, p. 46). Nesse caso pode-se citar o arquipélago de Fernando de Noronha/PE.

Já o turismo ecológico trata-se com turismo com intuito de conhecer a natureza, pode acontecer em locais particulares ou mesmo em locais onde não existem leis de proteção. Não há restrição de uso desses territórios (CAMPOS, 2010).

Ainda de acordo com Campos (2010), são variantes do turismo ecológico, o de aventura, o desportivo. Ambos utilizam a natureza como pano de fundo, com a prática de escaladas, trilhas, rafting, rapel, e outros esportes e visitas à natureza, como exemplificado na Figura 1 abaixo.

Figura 1 – Exemplos do turismo de aventura e desportivo



Fonte: Campos, 2010.

Segundo Swarbrooke (2000), o turismo sustentável surgiu no início dos anos 90, o termo sustentável que dizer atender nossas necessidades sem comprometer as futuras gerações, e que as mesmas possam disfrutar das mesmas coisas que a atual geração.

Para isso, é necessário se planejar a longo prazo, e também tem como necessidade a mudança de costumes e a tomada de decisões.

2.1.4 Turismo Cultural

O turismo cultural é uma forma de se unir turismo (viagem) ao conhecimento cultural, histórico de uma cidade. Trata-se de um dos tipos de turismo mais abrangentes, focado em pessoas que querem pesquisar e conhecer a cultura de outros povos, especificamente quando o motivo da viagem é o patrimônio cultural do local visitado como: teatro, música, arquitetura, folclore, tradições, prédios e monumento históricos, etc. O Turismo Cultural foi apontado pela OMT como um dos segmentos mais promissores do Turismo deste século. É dizer que nem só de belas paisagens vive o turista, seu interesse estará cada vez mais voltado em conhecer o modo de vida das pessoas dos lugares que visita, suas tradições e história (VAZ, 1999).

O turismo cultural compreende as atividades que tem relação ao patrimônio cultural e histórico, aos eventos culturais, àqueles que promovam a preservação do patrimônio (CAMPOS, 2010).

Campos (2010) expõe, ainda, que não são apenas os patrimônios (físicos) os bens culturais, podendo eles ser de escala gastronômica, as manifestações religiosas, as culturas e os costumes. Isso porque “cultura é tudo o que caracteriza uma população humana. As preocupações com cultura servem para compreendermos as sociedades modernas e industriais e as que vão desaparecendo ou se aculturando” (CAMPOS, 2010, p. 105).

O turismo religioso pode ser um braço do turismo cultural, de acordo com Campos (2010, p. 112):

O turismo religioso configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, tais como as afro-brasileiras, a espírita, as protestantes, a católica, as de origem oriental, compostas de doutrinas, hierarquias, estruturas, templos, rituais e sacerdócio.

A autora (2010) fala ainda que o turismo gastronômico é outra atividade relacionada ao turismo cultural, pois muitas cidades do Brasil, como São Paulo, destaca-se pela sua diversidade gastronômica.

Enoturismo é o Turismo motivado pela curiosidade e pela vontade de conhecer os processos de fabricação dos diferentes tipos de vinhos, bem como as atividades ligadas a sua produção. Tem como característica as visitas a cantinas, adegas e vinhedos, com degustação, estudo e compra dos produtos daí decorrentes. O Enoturismo ocorre em função de deslocamentos motivados para o conhecimento do processo da produção de vinhos, realizando visitas a vinhedos e vinícolas, fazendo parte da experiência a degustação de vinhos e de seus derivados (DALLANHOL; TONINI, 2012).

Turismo de eventos é aquele praticado por quem deseja participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns (profissionais, entidades associativas, culturais) ou com o objetivo de expor ou lançar novos produtos no mercado. Cerca de 40% do movimento turístico internacional acontece em função da realização de eventos, e os produtos turísticos são vendidos por atacado, motivo que torna esse tipo de turismo muito disputado pelos países. Esses eventos podem ser variados e classificados como: congressos,

convenções, seminários, simpósios, conferências, fóruns, palestras, festivais, entre outros (VAZ, 1999).

2.1.5 Turismo de compras

Embora seja impossível voltar de uma viagem sem trazer algumas compras, no turismo de compras, a cidade está voltada, especificamente, ao turista que deseja comprar. Cita-se como exemplo, nesse caso, a região do Brás, em São Paulo, um local visitado por muitos com o intuito, senão exclusivo, mas próprio, de comprar (ANSARAH; PANOSSO NETTO, 2009).

O turismo pode ter significado diferentes, pode acontecer de forma individual, organizada, intensiva ou estável, extensiva ou de longo prazo, ou mesmo itinerante, dependendo do olhar que se tem sobre ele. Pode ainda, ter um cunho social, “propiciar lazer e turismo àquelas pessoas que não têm renda suficiente para utilizar os serviços de hospedagem, alimentação, transporte e lazer”, conforme cita Campos (2010, p. 187). Mas acima de tudo, quando ele serve para o desenvolvimento local, atrai atividades, economia, atrai uma nova forma de a própria comunidade se ver, muitas localidades têm visto no turismo receptivo uma opção de melhoria de suas condições de vida. Desta maneira, o desenvolvimento local tem sido possível em projetos de turismo que possibilitem à população local ter um controle efetivo das decisões sobre o turismo no local e sobre o desenvolvimento de suas atividades. Pratica-se, assim, a gestão comunitária ou familiar daquilo que é disponibilizado como serviços e atrativos turísticos, valorizando aspectos culturais e naturais do local (ANSARAH; PANOSSO NETTO; 2009, BENI; 2012).

A partir da prática turística muitas regiões estão se desenvolvendo economicamente e vendo novas perspectivas de crescimento, abraçando novos projetos e construindo a sua própria identidade turística.

2.2 OFERTA TURÍSTICA

A oferta turística diz respeito às opções que um determinada local oferece. Tal oferta pode estar relacionada à recursos naturais, ou mesmo artificiais de uma cidade, região. Os bens e serviço também fazem parte da oferta turística.

Rose (2002) define a oferta turística como sendo “o conjunto de recursos naturais e recursos culturais, que são, em suma, os grandes responsáveis pelos deslocamentos e permanência, durante um período de tempo, de um público visitante”.

Assim como todo bem e serviço, alguns fatores podem interferir na oferta turística, como:

a) O preço do produto turístico, quanto maior for o preço de mercado, maior será o incentivo em aumentar a sua oferta;

b) O preço de outros bens e serviços, se estes aumentam e o preço do produto turístico não, isso faz com que o produto turístico se torne desinteressante ao olho do turista (RIVIANE, 2012).

Riviane (2012) classifica a oferta turística em três categorias: os atrativos, os equipamento e serviços, e a infraestrutura de apoio turístico.

Cada um desses elementos ou o conjunto deles distingue o potencial da oferta turística de uma cidade, região ou país. [...] Até as cidades e regiões que possuem atrações naturais (como praias, cachoeiras, montanhas, belas paisagens) necessitam investir em infraestrutura, para complementar sua oferta turística (RIVIANE, 2012, p. 33).

A oferta turística não depende apenas do seu potencial atrativo, mas do conjunto estrutural envolvido, que quando trabalhado pode potencializar a demanda turística, viabilizando e desenvolvendo toda a cadeia de oferta de bens e serviços, como hospedagem, restaurantes, meios de transporte, comércio.

2.3 DEMANDA TURÍSTICA

Para Boullón (2002, p.40-41) pode-se definir a demanda turística como:

a) demanda real – é a quantidade de turista presente em um determinado lugar durante um intervalo de tempo junto a todos os bens e serviços adquiridos por eles;

b) turista real – consumidor potencial: ele é definido com tudo aquilo que não estava programado antes do período de turismo;

c) demanda histórica – são dados estatísticos que ocorreram no passado;

d) demanda futura – se refere a quantidade total de turistas que visitam as localidades turísticas e o investimento utilizado por eles;

e) demanda potencial – e a probabilidade de se iniciar em um segmento de mercado ainda não explorado.

A demanda turística refere-se a quantidade de bens e serviços turísticos desejados e consumidos pelos turistas (VAZ, 2007; RIVIANE, 2012).

Como para qualquer bem ou serviço, a demanda turística funciona da mesma forma, quanto maior for o preço determinado, menor será motivação e o desejo de adquiri-la, explica Riviane (2012).

Reis (2009, p. 90-95) diz que independentemente do local turístico, em comum, as demandas têm características como elasticidade: “sensível a qualquer alteração nos elementos que compõem o produto e o ambiente”; sazonalidade: “concentração da demanda turística em certas épocas do ano”; heterogeneidade: “diversificada em suas motivações”; e concentração espacial: demanda concentrada em certos locais.

Riviane (2012) ressalta ainda que alguns fatores podem exercer influência sobre a demanda turística:

a) O preço dos produtos turísticos, quanto maior o preço desses produtos, menor será a demanda;

b) O preço de outros bens e serviços, se o preço do produto turístico for menor que de outros bens e serviços, a demanda será maior para o produto turístico;

c) O nível de renda dos turistas, quando maior for a renda, maior será a demanda;

d) O gosto ou preferência dos turistas, a demanda sofrerá de acordo com o gosto e/ou preferência do turista.

Para Reis (2009, p. 86), “a demanda e a oferta são os principais componentes do mercado turístico. Os dois se relacionam por meio do consumo turístico”.

Assim, para que haja demanda é preciso oferta. O consumo turístico da oferta é o que faz com que demanda do produto turístico seja maior ou menor.

2.4 PRODUTO TURÍSTICO

Para Rose (2002), o produto turístico constitui-se do conjunto de bens e serviços dispostos no mercado para satisfazer as necessidades dos turistas.

Atrativos naturais, culturais, estrutura física, preço, comercialização dão parte desse conjunto.

Os atrativos como produto turístico, podem variar de turista para turista. Quanto maior for o seu diferencial em relação a outros atrativos, maior será a atratividade para o turista (ROSE, 2002).

Os atrativos podem ser divididos em naturais ou culturais. Como exemplo de naturais, as montanhas, parques, cavernas e grutas, áreas de caça e pesca; os culturais dizem respeito a arquitetura, aos sítios históricos, os estabelecimentos de cultura e lazer, as manifestações populares (ROSE, 2002).

Para SEDETUR (2004), o setor de turismo utiliza a seguinte denominação:

a) Turismo da melhor idade (3ª Idade): Devido ao aumento da média de vida, este segmento é destinado a 3ª idade. Este mercado está sendo muito visado, pois com a evolução da medicina a tendência desse mercado é crescer cada vez mas

b) Turismo ecológico: é destinado a pessoas que gostam do contato com a natureza, pois ele tem como objetivo entreter o turista através de trilhas, rapel entre outras atividades naturais ligadas ao meio ambiente.

c) Turismo religioso: é destinado às pessoas que viajam motivadas pela fé, onde os principais destinos são visitas a igrejas e monumentos ligados a história da bíblia.

d) Turismo cultural: é destinada aos turistas que tem interesse apreciar complexos arquitetônicos, obras de arte, eventos entre outras atividades relacionadas ao fator estético ou histórico.

e) Turismo de negócios: São viagens efetuadas por profissionais, com o intuito de fechar negociações, efetuar contratos, compra, e atividades ligadas ao seu trabalho.

f) Turismo de eventos: São pessoas que viajam com intuito de participar de congressos, convenções, feiras e em busca de novos conhecimentos tanto para si próprio, quanto para benefícios empresarias.

2.5 POLÍTICAS DE TURISMO

Política é o ato de governar, porém aqui, nesse texto, em se tratando de política, essa diz respeito:

[...] as relações entre o turismo e as instituições políticas, mas à existência de uma política que revele a organização da atividade, o direito de deslocamento dos cidadãos, os reflexos das ações sobre as localidades, o posicionamento dos países diante da atividade turística (TELES, 2009, p. 109).

Para o autor, as políticas de turismo devem estar voltadas ao planejamento e desenvolvimento econômico e social.

Por representar uma atividade econômica em constante expansão é preciso se pensar em políticas que desenvolvem o turismo. Captando tal cenário e a partir dele:

[...] houve uma maior preocupação com o setor por parte do poder público que passou a fomentar políticas de regulamentação e incentivos à atividade turística. Passou-se a inserir o turismo nas políticas públicas, trabalhando-o de maneira planejada com metas e ações pré-estabelecidas (SILVA; COSTA; CARVALHO, 2013, p. 3).

Silva, Costa e Carvalho (2013, p. 4) citam Beni (2003, p. 101) para afirmar que:

[...] para que haja o fortalecimento da atividade turística devemos entender por política de turismo o conjunto e fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo do país, determinando as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado.

Existe a necessidade, de acordo com os autores, de que o Estado assuma o seu papel de unidade pública e desenvolva as diretrizes fundamentais para o desenvolvimento do turismo, visto que é através destas que serão estabelecidas as metas e objetivos.

A complexidade e a importância da atividade turística transcende questões de ordem administrativa. O fazer turístico envolve uma gama de relações que justificam a necessidade de reflexões acerca da temática políticas públicas em turismo, e a tentativa de melhor definir questões como o conjunto de regulamentação, regras, diretrizes, diretivas e estratégias, que são elementos formadores de uma política de turismo (TELES, 2009. P. 110).

Para Silva, Costa e Carvalho (2013) é função do Estado o planejamento, bem como sobre todos os outros fatores essenciais ao desenvolvimento do turismo, em cooperação com a iniciativa privada, no sentido de alcançar o este desenvolvimento da atividade turística.

Instituições públicas como a Combratur (Comissão Brasileira de Turismo) criada pelo Decreto0Lei nº 44.863, de 1958; extinta em 1962; em 1966 foi criada a

Embratur (Empresas Brasileira de Turismo); em 1971, surge o Fungetur (Fundo Geral de Turismo) responsável pelos investimentos privada e pela infraestrutura; mais recente, em 2003, o Ministério do Turismo (MTUR); em 2007, o Plano Nacional do Turismo (PNT). São Instituições criadas com o intuito de planejar, prover e manter a ação do turismo no Brasil, com ações e metas a serem cumpridas.

Para tanto, conforme cita Silva, Costa e Carvalho (2013, p. 8), “o governo deve, portanto, estabelecer relacionamentos que permitam a inserção e participação de todos os segmentos sociais, e de todas as esferas da administração pública, possibilitando assim, a desconcentração e descentralização das ações que conduzem o turismo no país”.

2.6 FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS PARA O TURISMO

Por ser o turismo uma fonte de receita, é preciso se pensar em ferramentas que posicionem o turismo como uma empresa geradora de recursos e valor agregado. A globalização trouxe grandes impactos para todas as atividades, inclusive para o turismo. Acelerou o turismo de negócios, de trabalho, as viagens de incentivo e de lazer, não existem mais fronteiras, houve modernidade, e impactou a concorrência. O turismo é, portanto, um propulsor da economia, do entretenimento, futuro eixo de desenvolvimento econômico e social das nações (KOTLER et al, 1994; COBRA; 2005, BENI; 2012).

O turismo é hoje uma importante fonte de receita, e a compreensão das oportunidades de mercado permite direcionar estratégias de marketing turístico que visem atingir os segmentos de mercado (ANSARAH; PANOSSO NETTO, 2009).

Quando o alvo for o cliente, sendo este a razão de qualquer negócio, é evidente que todos os esforços devem ser voltados para atender suas necessidades e desejos. O segredo do marketing em turismo é atender bem, e, para atender bem é preciso entender o cliente e fidelizá-lo é a melhor forma de mantê-lo. Oferecer produtos e serviços ao qual o cliente dê valor, compreender o valor para o cliente. É preciso saber que o básico já não agrada mais o cliente, é preciso atender as suas necessidades e desejos de forma completa. Para se montar uma estratégia de marketing voltada ao cliente de turismo, é preciso pesquisar necessidades e desejos dos consumidores, e buscar soluções inovadoras que a concorrência não possa ter

de imediato (KOTLER Et al, 1994; COBRA, 2005; KUAZAQUI, 2000; ANDRADE, 2003; IGNARRA, 2004)

Quanto aos 4 Ps de marketing (produto, ponto, preço e promoção), no turismo, um bom produto deve ser o primeiro e o mais importante passo. Mas é preciso que haja um bom ponto de venda, que leva o produto até o cliente. Além do que a promoção de vendas, pois o cliente precisa conhecer os atrativos do produto. E o preço, que, substancialmente, interferirá e muito na opção por este ou aquele produto (KUAZAQUI, 2000; COBRA, 2005).

No que se refere aos 4 Cs (cliente, conveniência, comunicação e custo), Cobra (2005) diz que mais importante que ter um produto, é ter um cliente. Deve-se atender a expectativa do cliente em todas as suas dimensões. Quanto à conveniência, ela deve ser oferecida no sentido de tornar o cliente fiel, deve satisfazer o cliente. A comunicação é quando o cliente deve ser seduzido pelo produto, deve ser objetiva e clara, informando o cliente sobre todos os aspectos. O custo deve ser uma oportunidade e não um obstáculo para o cliente adquirir o produto.

O cliente precisa confiar no produto para se fidelizar a ele, então como coloca Cobra (2005, p. 51), “os esforços deverão estar concentrados em fatores que agreguem valor para os serviços ofertados. E a grande tônica da corrida em busca de vantagens competitivas necessitará estar centrada na imaginação como uma fonte de inspiração”.

Na venda do turismo o cliente deve ser envolvido na oferta do produto, mas este deve garantir que o cliente saia satisfeito com relação aos produtos, aos serviços oferecidos, bem como com o preço a ser praticado (KUAZAQUI, 2000).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos são o espelho de como será realizada a pesquisa, delineando a pesquisa quanto a sua abordagem, fins e meios de investigação, a população-alvo, e como será a coleta (procedimentos e técnicas) e a análise dos dados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.

Para alcançar os objetivos do estudo, a abordagem utilizada para a pesquisa será qualitativa que, de acordo com Sampieri, Collado e Lúcio (2006) utiliza-se da coleta e análise dos dados para responder às questões de pesquisa.

A abordagem qualitativa refere-se à análise dos dados coletados nas entrevistas realizadas com os gestores e empresas ligadas ao Turismo localizadas em Nova Veneza SC.

Quanto aos fins de investigação, foi utilizada a descritiva, que conforme Vergara (2009, p. 42), “[...] expõe características de determinada população ou fenômeno”. Quanto aos meios de investigação, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo.

A pesquisa de campo foi realizada de forma empírica, baseado em dados primários, no local alvo do estudo (VERGARA, 2010). Este tipo de pesquisa requer a utilização de instrumentos como formulários, questionários, entrevistas e um pré-teste destes antes da aplicação (GIL, 2007).

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO-ALVO

A definição da população-alvo consiste em delimitar pessoas, organizações ou fenômenos dos quais serão pesquisados por características básicas como sexo, faixa etária, empresas e localização (LAKATOS; MARCONI, 2001).

Abaixo uma síntese da estruturação da população-alvo de acordo com o objetivo geral deste estudo.

Quadro 1 – Nome Estruturação da população-alvo.

OBJETIVO GERAL	PERÍODO	EXTENSÃO	UNIDADE DE AMOSTRAGEM	ELEMENTO
Conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza para fortalecer o turismo na Cidade.	Segundo semestre de 2017	Município de Nova Veneza/SC.	Empresas públicas e privadas ligadas ao Turismo em Nova Veneza.	Responsáveis por setores e organizações ligadas diretamente ao Turismo em Nova Veneza

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Para a delimitação da população que participou da pesquisa, utilizou-se o critério de entrevistar quatro gestores ligados diretamente ao Turismo e que são responsáveis pelas decisões quanto às ações ligadas ao Turismo e conhecedores das Políticas de Turismo que existem na localidade.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Primeiramente, é preciso classificar os dados que foram coletados. Os dados coletados na pesquisa foram oriundos de entrevistas semiestruturadas realizadas no segundo semestre de 2017.

Para a coleta quando aos dados primários, aqueles “compilados na ocasião pelo autor” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 175), além dos dados secundários levantados através de pesquisas em sites e blogs ligados ao Turismo de Nova Veneza.

Para os dados secundários, que para Marconi e Lakatos (2003, p. 175), trata-se de “transcritos de fontes primárias”, será utilizada as fontes bibliográficas, com a utilização de livros, revistas, sites, artigos a respeito do tema.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados utilizada como técnica foi a análise qualitativa. Tal técnica, como ressalta Roesch, Becker e Mello (2009), classifica palavras, frases ou mesmo parágrafos para a análise dos dados. Após a coleta dos estudos, os dados em suas respectivas categorias de análise, foram trabalhados por meio da abordagem qualitativa. Segundo Marconi e Lakatos (2006, p. 271), a pesquisa qualitativa pode ser entendida como “[...] aquela que se desenvolve numa situação

natural; é rica em dados descritivos, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada”.

A análise dos dados foi feita a partir de entrevistas que foram realizadas com gestores e empresários ligados diretamente ao Turismo da Cidade, bem como as informações que serão coletadas junto a Secretaria de Turismo.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida no segundo semestre de 2017 e as quatro entrevistas foram realizadas no mês de outubro. Para o levantamento dos dados, as entrevistas foram previamente agendadas por telefone e gravadas em sua totalidade. O conteúdo na íntegra foi transcrito e então foram trabalhados os dados para serem apresentados e analisados neste capítulo.

Quanto ao perfil dos entrevistados, a entrevistada 1 representa a Associação de Turismo Local e está a 3 anos fazendo parte das atividades, a entrevistada 2 representa uma cooperativa local e proprietário de uma agência de turismo receptivo e trabalha há 6 anos nesta empresa de turismo ligada diretamente ao setor, a entrevistada 3 está a 9 meses da Secretaria de Cultura e Turismo e a E4 é representante do Poder público e trabalha na Secretaria de Cultura e Turismo do município há um ano.

Acredita-se que com os gestores e entrevistados selecionados é possível conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos para fortalecer o turismo na Cidade, de acordo com o objetivo geral desta pesquisa.

Quando questionados sobre o conhecimento se o município possui inventário turístico, a entrevistada 1 respondeu que “[...] *Eu acredito que possui sim um inventário turístico, de todos os locais que são visitados turisticamente, inclusive algumas casas são tombadas pelo Patrimônio Histórico pelo patrimônio do Estado de Santa Catarina também*”. A entrevistada 2 respondeu que possui, “[...] *na verdade toda a administração é feita em inventário turístico, a prefeitura tem esses inventários. A nossa associação também tem levantamentos dos pontos turísticos, dos atrativos, dos estabelecimentos comerciais. A gente tem alguma coisa sempre guardada*”. A E3 comentou que “*Nós sabemos quais são os nossos pontos turísticos, quais são as nossas potencialidades e fraquezas. Mas não possuímos um documento dizendo quais são, nós temos um mapa turístico, que apresenta todos os pontos, mas o documento nós não temos. Sabemos o que se pode fazer na cidade, temos também temos uma operadora de turismo que ajuda*”. A E4 respondeu que está sendo feito agora, “[...] *Não que ele não tenha sido anteriormente feito por profissional, mas foi feito por um funcionário, e agora será feito por uma instituição*

com credibilidade que vai fazer esse inventario e descobrir o que já tem e explorar o que poderia ser ou virar um possível roteiro. ”

Quando questionados sobre quem elaborou o documento e há quanto tempo, a entrevistada 1 respondeu que não sabe e a entrevistada 2 disse que há quanto tempo não sabe mas que quem fez “[...] na época foi o Dilton que ele tinha mestrado em turismo, A SATC tem um pessoal que faz estes inventários. A gente sempre recebe várias propostas de vários institutos. ” A E4 respondeu que foi Dilton Pacheco há 8 anos atrás, *“foi quando Veneza estava despertando para essa potencialidade, trouxemos ele justamente para isso, fazer a coisa ficar mais certa. E começar de uma forma certa, amadurecer o turismo”* e agora a prefeitura está com projeto com SEBRAE.

Ao questionar na pesquisa se o município possui Plano de Turismo, a entrevistada 1 respondeu que *“O município possui ações turísticas, nas quais entram Páscoa, o natal, os Dias das Crianças, esse tipo de coisas tem sim no município, mas um plano de turismo eu acredito que ainda não. ”* A entrevistada 2 respondeu que acredita que *“Aos poucos este plano vai sendo elaborado, colocando em prática, ainda falta muito para a gente se espelhar em Gramado e Blumenau. A gente não consegue seguir um plano, porque no percurso acontecem várias coisas, sendo necessário fazer ajustes nesses planos. ”* A E3 comentou que não possui mas que está em desenvolvimento. Corroborando com a fala da E4 que disse: *“Nós temos um plano para o desenvolvimento turismo assim como eu lhe disse, de forma empírica, nós vamos criar o conselho municipal de turismo de políticas de turismo, então junto com esses conselheiros nós vamos construir o planejamento turístico da cidade, pois eu tenho o nosso de forma que vemos que existe a necessidade, porem eu gostaria de ver a necessidade de todo o setor que envolve esse turismo, então vamos construir junto com eles esse plano”* A E4 comentou que o município participa de muitos eventos “[...] participamos do stand da SANTUR em feiras, existe essa preocupação de mostrar Nova Veneza para lugares mais distantes daqui porque a Nova Veneza é muito conhecida mas regionalmente, e nós queremos fazer um turismo, não para festa da gastronomia, nós não queremos que Nova Veneza super lote dentro da festa, nós queremos mostrar Veneza, para que o turista venha o ano inteiro[...].”

Buscou-se saber se o município possui Conselho Municipal de Turismo, ao que a entrevista 2 respondeu que não e a E1 respondeu que *“ Por lei já deveria*

ter sido implantada, mais eu acredito que ficou um tempo sobre a secretaria, mas agora está sendo implantado o conselho municipal de turismo, nessa gestão eles estão providenciando isso. ” A entrevistada 2 respondeu que não. “Estamos em desenvolvimento, porque a partir do ano que vem, não vai poder se fazer mais nada se não houver um conselho, ele não vai aceitar, o de cultura já é assim, e o de turismo também será” A E4 respondeu que: “Nós estamos agora em implantação do conselho de políticas culturais. porque a gente vai começar com o conselho de política cultural porque não tinha, então nós precisamos começar pelo conselho de cultura que está mais pronto com atrativos do que o próprio turismo, então eu preciso desse conselho de cultura para depois fortalecer o conselho de turismo, então o primeiro passo é implantar o de cultura, para assim no começo do ano que vem implantar o conselho de turismo, mais isso não quer dizer que as coisas não estão andando, elas estão porque o empresário já viu que é vantagem para ele que o turista venha, então essas ações de prefeitura com a iniciativa privada, já estão acontecendo mas não de forma com conselho implantado, com o plano de turismo implantado, porque nós queremos construir juntos, sabe?”

Quando questionado sobre se as informações turísticas do Município estão no site, a entrevistada 1 disse que acredita que sim, “ [...]está sendo cuidado pelo poder público inclusive pela secretaria de cultura, mas é uma das exigências da ANET para que seja colocado um calendário anual no site do município com toda a programação, até as datas com programação menor, para que a gente consiga distribuir os turistas. Para que eles não venham apenas em uma data para Nova Veneza [...]”. A entrevistada 2 respondeu que sim, “[...] no site da prefeitura www.novaveneza.sc.gov.br/” Site da prefeitura, estância de governança encantos do Sul, Nós temos um portal de turismo, que é interligado com o site da prefeitura, nós também temos as redes sociais, que apresentam todos os pontos, todos os eventos da cidade. Nós também estamos no site da estância governança encantos do sul do Sul, que fala de todos dos nossos pontos, da gastronomia, etc. A E4 responde que sim, eles estão no site da Secretaria de Turismo do Estado, a SOL.

Sobre o tema se existem empresas parceiras para divulgação do Turismo no município, a entrevistada 1 mencionou que sim. [...] *As empresas Parceiras são sempre os restaurantes, até porque nossa Associação, e o nosso objetivo Maior é o desenvolvimento do Turismo, além dos estabelecimentos é sim vender do nosso município para depois cada empresa utiliza de suas estratégias. Mas também aqui*

nos temos outros parceiros envolvidos do tipo CDL que acredita muito no turismo também da nossa do nosso município. INOVE que é Associação de empresários do município”. A entrevistada 2 respondeu que sim “Possui. A nossa associação e a prefeitura contam com os empresários de turismo, todos somos parceiros pela mesma causa, elas são feitas tanto em dinheiro quanto em material, projetos e incentivos. ” Prefeitura, estância de governança encantos do sul, temos a ANET, parceria em festa da gastronomia, temos a SANTUR e o CDL. A Entrevistada 4 respondeu que: “A principal agente de divulgação é a ANET, quem participa da ANET? Todas as casas gastronômicas, então eles tem uma carta, com todos os endereços de restaurantes que pode ser visitados, então a maior parceira para o turismo hoje, é a ANET, eles por conta própria, fizeram a sinalização turística de Nova Veneza, como rota gastronômica, desde Araranguá para cá, sombrio para cá, da serra para cá, tem placa de sinalização indicando Nova Veneza, então nossa maior parceira é a ANET e nós temos também a empresa de turismo receptivo que é a Roteiros do Sul. ”

Quando questionado se o município possui parcerias para eventos, a entrevistada 1 disse que sempre que tem um evento no município, os parceiros são chamados para formar eventos legais e bem divulgados, que tenham bastante aceitação pelo Público local e pelos turistas da região. A entrevistada 2 ressaltou o apoio da Prefeitura. As entrevistadas 3 e 4 confirmaram boas parcerias como a Santur, ANET, CDL e ENOVE “*que é de empresários que não tem nada a ver com turismo, mas estão envolvidos para que Nova Veneza, desenvolva turisticamente pois eles podem atrair investidores na área dele. ”*

A respeito dos níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais, a entrevistada 1 responde que acredita que sim, “[...] *Eu acredito que aqui tenha um nível bom de relacionamento e integração. Uma vez que conseguimos observar que a grande manifestação dos políticos, tanto em nível estadual quanto federal, sempre tem verbas para o município relacionadas ao turismo e também a secretaria de estado do turismo, por exemplo, a SANTUR em suas propagando sempre envolve uma imagem de Nova Veneza. ”* A entrevistada 2 colocou que “*existe a Nível estadual, algumas rotas, porém ainda é muito pequeno. ”* A E3 colocou que em nível regional é a maior, e estadual a SANTUR, porém não é frequente. A E4 comentou que: ““ [...] *nem sempre a integração gera recurso financeiro né, porque se gerasse nós estamos muito bem, nossa regional é encantos*

do Sul tanto em nível da AMREC que é o colegiado de cultura quanto a encantos do sul como região, nós estamos muito interligados. Gravatal, por exemplo, faz uma parceria muito grande na festa, agora nossa luta é conseguir casar fora da festa, porque eles recebem um público muito grande de turistas, geralmente é da 3ª idade, mas para nós não interessa qual o turista que vem para cá, e sim qual é a impressão que eles vão ter do município, e como que a gente pode atender essa expectativa que eles vão trazer. Então essa integração com as outras (...) é uma coisa que nos conseguindo aos poucos, pois ainda é o primeiro ano da nova administração. Nós temos 4 anos de planejamento pela frente. ”

A respeito de parcerias com o governo federal apenas a E4 respondeu que: *“Com governo federal, tudo é muito difícil, a gente fica com medo que venha uma lei que derrube o ministério do turismo. Esses projetos que são lançados para uma cidade pequena igual Nova Veneza, que não tem condições, por exemplo o projeto que a gente tem, que é fazer a gôndola andar, pois ela está ali presa. Esse é um projeto muito caro, e com recurso próprio isso é impossível, e o governo federal precisa subsidiar esse projeto, então ficamos muito limitados quando precisamos deles”.*

Sobre os níveis de integração com Universidades, a entrevistada 1 disse que *“Na minha opinião não tem. Agora a Unesc está desenvolvendo pelo segundo semestre consecutivo pesquisa com os estabelecimentos do município, mas eu acredito que poderia ser melhor, uma vez que um dos maiores objetivos de Nova Veneza é incentivar a cultura italiana, eu acredito que ai poderia entrar muito a pesquisa de história, até os próprios acadêmicos virem aqui e estar participando junto com os nossos guias para vender mais a história da nossa região, valorizar esse tipo de cultura, pois eu acredito que está faltando a parte da geografia da nossa região. Nós temos as montanhas, nós temos o rio extremamente poluído, acho que poderia ser feito um projeto bacana para chamar a comunidade, universidade população todo mundo, engenheiros ambientais e fazer a diferença a respeito da despoluição do rio”.* A entrevistada 2 acredita que não é significativo. A E3 comentou que *“É UNESCO, ela fez muitos trabalhos, muitas pesquisas, ano passado fez uma pratica de marketing aqui, está se criando um laço bem grande com a professora Luciane junto a UNESCO com o município. A SATC tem pequenas participações também. ”* A E4 corroborou que *“É bom, gostaríamos de por exemplo, ter uma parceria com a Unesc, através de projetos, só que os projetos são muito*

caro, e a visão do prefeito tem que ser muito aberta para ver que turismo vai dar resultado, e aí como ele vai tirar da agricultura para jogar no turismo, sendo que o município é essencialmente agrícola. Conseguimos com a universidade federal, um contador de história que virá para o natal, o custo dele será estadia e alimentação, precisamos desse tipo parcerias com as universidades. Agora integração com os acadêmicos da Unesc, e muito boa, a professora Luciane fez uma pesquisa de campo com os acadêmicos para ver como estava a rede gastronômica, e nós fomos lá para ver o resultado do projeto. Os acadêmicos detectaram problemas que precisavam ser melhorados pelos estabelecimentos gastronômicos, para atender melhor os turistas e foi sensacional. Entretanto isso é mais voltando para o empreendedor do que para o poder público”.

O segundo bloco de perguntas procurou conhecer como se dá a integração do Turismo no município, e a entrevistado 1 respondeu que *“A secretaria de cultura do município é super ativa, e eles estão sempre com projetos novos, e isso faz com que as empresas se motivem mais em investir. Mas é sempre uma parceria entre a prefeitura e associações e as empresas privadas.”* A entrevistada 2 respondeu assim: *“Todos temos um propósito, só que é de divulgar Nova Veneza, em âmbito nacional, estadual e regional.”* A E3 respondeu que *“Sempre se tem reuniões entre os órgãos públicos e a ANET, a integração entre a associação e a secretaria é bem forte.”* Já a entrevistada 4 comentou desta forma: *“Muito boa, existe uma troca muito grande de informações, ANET está sendo um diferencial, eles estão abertos a mudanças, aceitam as críticas e cobram muito do poder público, por exemplo a praça no domingo, foi feito uma parceria e definido que a atração cultural é por nossa conta e a musical seria de responsabilidade deles. Então a integração entre os segmentos que envolve o turismo, tanto da parte privada, quanto da pública é muito boa”.*

Sobre se os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada, a entrevistada 1 respondeu que *“no meu ponto de vista sim, eu acredito que hoje o nosso maior objetivo é vender Nova Veneza, então o agente precisa e trabalhar de uma forma integrada”.* A entrevistada 2 respondeu que sim, *“[...]Conseguem, o gestor do Bistek é padrinho da ANET, na festa de 2015 ele deu de presente cinco milhões de sacolas do Bistek estampadas com a festa da gastronomia de Nova Veneza. Há projetos de turismo dentro do Bistek, Lança Perfume e Damyller. E a ANET fez o baile de gala por dois anos, no primeiro ano foram colocadas placas na*

BR acesso sul e norte. ” A E3 comentou que normalmente sim, “[...] por exemplo a INOVE começou a se aproximar da ANET, então a parte industrial está ficando mais ligada com a parte do turismo, pois conseqüentemente traz retorno para eles”. A E4 acrescentou: “Sim, eles se integram entre si, eles começaram a enxergar o potencial que Veneza tem, e o como isso reflete indiretamente neles, porque a ideia que se tinha é que quem ganha é só os restaurantes, mas eles já vêm que o turista não vem só para comer, o visitante passa na farmácia, ele vai na padaria. Tem lojas que já estão deixando aberto seus estabelecimentos no sábado e no domingo”.

E, assim, foi perguntado se são realizadas ações para o fomento do Turismo no município, sendo que a entrevistada 1 respondeu que “Sim, constantemente vem sendo melhores os pontos turísticos de Nova Veneza, e inovando. A última inovação foi a ponte dei Morosi que foi inaugurada em dezembro de 2016, que é mais um ponto turístico que traz a história da ponte antiga que existia ali, até as próprias ações de pascoa de natal, são ações e fomentam o turismo”. A E2 respondeu que sim, em Feiras, reuniões e divulgações em mídia, e a E3 comentou que “Estão sendo contratadas shows na praça nos finais de semana, e estamos efetuando algumas ações para fortalecer isso”. A E4 acrescentou que: “Sim, o turismo esportivo por exemplo, trouxemos recentemente o encontro de motos, o projeto de ciclo via já foi aprovado, agora é só uma questão de tempo para eles construírem, com isso irá atrair mais ciclistas, e nós queremos que eles parem aqui, outro exemplo foi a corrida noturna que ocorreu em setembro na cidade, tivemos lotações nos hotéis da cidade, os restaurantes sábado à noite todos cheios.”

Foi questionado como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo, e a entrevistada 1 respondeu que “A secretária de cultura participa de eventos de turismo da região, eu acredito que a encantos do Sul seja o mais forte, pois eles visão e procuram fazer essa integração”. A E2 respondeu que Rota abrangendo Criciúma, Urussanga, Forquilha, Siderópolis e Nova Veneza, Reuniões da Encantos do Sul, abrangendo Paulo Lopes até a divisa com Rio Grande do Sul, é feito material de divulgação e integração. A E3 comentou que sim e a E4 argumentou: “Muito bem, um exemplo, a casa de pedra, é uma propriedade particular, então não podemos fazer nada dentro desta área, porém podemos arrumar a estrada até a propriedade, esse é o tipo de incentivo de damos. ”

Para finalizar, foi perguntado: quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local? Sendo que a entrevistada 1 responde que se deve

“Fortalecer o município para depois fortalecer cada estabelecimento, então vendendo o produto Nova Veneza, com a gastronomia, com o turismo, com uma cidade limpa com todos engajados nisso, isso é principal objetivo, enquanto continuarmos vendendo o produto Nova Veneza, nós continuaremos tendo sucesso. ” A entrevistada 2 disse que: “Ação na praça vem sendo feita há dois anos, bancar as apresentações do coreto no sábado e domingo, que atraiu bastante gente. Foi feita uma parceria com a Haizenbah. Por um ano, eram doados dois mil reais por mês para a ANET, em troca os estabelecimentos venderiam a cerveja em seus estabelecimentos”. A E3 respondeu: “Primeiro agradar o povo local, para depois elevar o turismo, é trazer o turista para cá, sem interferir na vida local”. A E4 comentou: “Atendimento, qualidade naquilo que tu oferece, pois o turista é muito exigente. Nos preparamos a cidade para receber o turista, essas são as ações que dão maior resultado. ”

A última pergunta estava formada desta maneira: Na sua opinião como está a integração e as políticas de turismo e quais ações você considera que seriam necessárias para fomentar o Turismo local? E a E1 respondeu; *“Eu acredito que primeiramente, que o calendário seja exposto e divulgado, não apenas no site do município, mexer mais com mídias digitais, chamar o pessoal para nossa região, eu acredito que é o caminho. As ações do calendário de turismo do município são extremamente importante e isso que já tem que ser jogado esse ano para vender ano que vem, e sempre trazer agências d turismo, operados junto conosco, pois fortalece a economia local e traz pessoas de outras cidades para conhecer nosso município, com isso faz com que nossa região fique conhecida em outros lugares, e além de mídia digital, a propaganda boca a boca, consideramos de extrema importância, nós recebemos muitas pessoas que vem pra cá, porque já ouviram falar de Nova Veneza, ou porque agora estamos nos tornando um ponto entre as duas serras, tudo isso facilitou depois que a ANET colocou sinalizações turísticas tanto na entrada da BR 101 quanto pela serra, isso a gente sentiu uma diferença que as pessoas estão nos encontrando, então quem não é visto não é lembrado. Então temos que estar toda hora aparecendo, toda hora mostrando Nova Veneza, e toda hora inovando, pois o turista gosta de novidade. A cidade tem que ter inovação, pois é isso que o turista quer, e é isso que ele vem buscar em Nova Veneza. ”* A entrevistada 2 respondeu que se deve *“ Criar novas festas e conseguir investidores para criar atrativos. Talvez um parque temático, ou algo voltado para as crianças”*. A

entrevistada 2 ainda acrescentou “[...] *Mais investimentos para as crianças, nas escolas, projetos de turismo, algo que preparassem as crianças. Projeto para elas conhecer a sua cidade, visitar a sua cidade. Conhecer a vinícola a cidade de pedra. Envolvendo a história do município*”. A entrevistada 3 comentou assim “*Eu acredito que tem uma integração bem grande, porem temos que desenvolver essa integração muito mas, pois ainda estamos muito pequenos e precisamos crescer mais. Precisamos trazer o pessoal da cidade para trabalhar em função do turismo, pois o turismo só vai acontecer de forma boa, quando as pessoas da cidade estejam interessadas para que o turismo cresça, precisamos ainda melhorar a infraestruturra local, melhorar o que temos, para que assim possamos ter um turismo melhor* “ A E4 respondeu: *Nós precisamos de novos investidores, para ampliar o que temos, precisamos de novos pontos de visitação, pois o que temos é muito pouco para manter o turista na cidade. Precisamos ter uma parceria com os municípios vizinhos, para fortalecer ainda mais o turismo na nossa região.*

Ao final das entrevistas, as pessoas foram convidadas a fazer observações, sugestões e comentários, sendo que apenas a E4, acrescentou:

“Se a Unesc pudesse fazer essa parceria com os municípios com projetos mais acessíveis, todo mundo ganharia, porque nós não chegamos no ponto de o prefeito gastar muito com um projeto para que nós possamos criar essa rota.

Eu me preocupo muito em as coisas começarem certas, pois o turista é (...) difícil de se lidar, porque se ele vem e não gosta, ele vai sair falando mal, e isso destrói tudo aquilo que se construiu “.

4.1 ANÁLISE GERAL DOS DADOS DA PESQUISA

Tendo como base as atrações e o potencial de crescimento, este estudo objetivou ampliar a visão da gestão integrada do turismo em Nova Veneza, compreendendo as funções de gestão e incentivando para a sua aplicação dentro do cenário Neoveneziano. Além do que os resultados esperados deste estudo visam fortalecer o turismo na Cidade de Nova Veneza.

Foi possível observar na fala das pessoas entrevistadas um profundo respeito e consideração pela cidade de Nova Veneza e tudo o que ela representa em termos históricos e culturais. Todos os entrevistados demonstraram interesse e

boa vontade em questões que estão ligadas ao desenvolvimento integrado do Turismo.

Percebeu-se que apesar de muitas ações que já estão sendo desenvolvidas em parcerias, eventos e divulgação, as pessoas entrevistadas entendem que é preciso fazer mais e melhor pelo Turismo em Nova Veneza.

Após uma análise subjetiva, foi possível identificar que as pessoas entrevistadas estão altamente conscientes da importância do Turismo para o município e para a região. Percebe-se a hospitalidade pela dedicação e preocupação em preparar a cidade, organizar eventos e estruturar uma base de atividades receptivas para bem receber o turista.

Acredita-se que as ações que estão sendo desenvolvidas, de forma integrada, entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza condizem com a realidade e os esforços de práticas que não são tão recentes.

A partir das contribuições das pessoas entrevistadas é importante frisar que as ações mais eficazes em relação ao turismo para a integração são os eventos realizados no município e o associativismo.

Talvez, o histórico do município tenha deixado a desejar na comunicação a respeito de pontos específicos como o inventário e o plano de turismo. Entretanto, vale ressaltar que muitos municípios não possuem os documentos básicos. Mas, destaca-se importância de existirem políticas de turismo claras e compartilhadas para fortalecer a integração dos setores ligados ao turismo visando o desenvolvimento turístico sustentável.

Nota-se, ao analisar as declarações e respostas das pessoas entrevistadas que há uma integração muito grande entre os setores público e privado e, ainda, o interesse em se integrar com outros municípios da região. Esta postura demonstra maturidade e sabedoria por parte dos líderes que entendem que o turista passa pela região e não visita especificamente uma localidade.

Desta forma, conclui-se que Nova Veneza está caminhando com segurança na direção do desenvolvimento turístico integrado, fortalecendo seus passos a cada dia e servindo de exemplo para os demais municípios da região.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente estudo, foi possível constatar que Nova Veneza trabalha de forma integrada através dos setores públicos e privados, sempre colocando a cidade como objetivo principal. Constatou-se também que é necessário que os municípios trabalhem de forma integrada, pois de acordo do que foi dito na pesquisa, nenhum deles consegue reter o turista por mais de dois dias, pois não se tem atrativos suficientes para que o turista fique no município.

Diante dos dados, é necessária a aproximação com governo federal para que tais projetos saiam do papel, e se tenha um turismo diferenciado na região, para assim ser visada nacionalmente como uma cidade turística, não só pela sua gastronomia típica italiana, e sim por uma cidade recheado de tipos de turismo.

O presente estudo teve como objetivo avaliar as ações dos setores públicos e privados para o desenvolvimento integrado do turismo em Nova Veneza.

Foram entrevistadas quatro pessoas ligadas ao turismo na cidade, e através da pesquisa se obteve as informações necessárias para avaliar os setores públicos e privados, constando a ausência de governo federal, e o a excelente integração entre os órgãos.

Através da pesquisa, foi constatado que ainda existem muitos tipos de turismo que não são explorados na cidade, ou que são pouco exploradas, mas que tem um grande potencial na cidade.

Foi observado que o carro chefe do turismo no município é a gastronomia, entretanto existem inúmeros tipos de turismo que pode ser explorado.

Diante do resultado da pesquisa, pode-se considerar que o município está buscando novas ideias de turismo, e fortalecendo os já existentes. Estamos presenciando a transição de uma nova Gramado na região Sul de Santa Catarina.

Como proposta para futuros estudos, sugere-se que seja feito um plano de ação para fomentar o turismo local, e não se contentar apenas com o município de Nova Veneza, expandir a pesquisa para os municípios vizinhos, buscar parcerias com os mesmos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2004.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; PANOSSO NETTO, Alexandre (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo**: experiências, tendências e inovações: artigos acadêmicos. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CAMPOS, Suzana S. **Segmento do turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

CARMO, Liliane A. Desenvolvimento do turismo local: a importância da informação como fator de potencialização turística. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, p. 63-68, jan-jun, 2006.

DALLANHOL; Eliza Bianchini; TONINI, Hernanda. **Enoturismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

DIAS, Larissa R.; MONTANHEIRO, Rebecca B. Turismo como fator de crescimento e desenvolvimento local. **Revista Turismo**, jun/03. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/fatorcrescimento.html>>. Acesso em: 28 abr. 2017.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. *In*: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; PANOSSO NETTO, Alexandre (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2003.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H.; RAIN, Irving J. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing turístico e de hospitalidade**. São Paulo: Makron Books, 2000.

LAGE, Beatriz Helena . MILONE, Paulo César. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo. Atlas, 2000.

REIS, Jarlene R. **Teoria geral do turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CIECERJ, 2009.

RIVIANE, Roberta. **Mercado turístico**: a oferta e a demanda turísticas. Economia e turismo: aula 2, 2012. Disponível em: <https://robertariviane.files.wordpress.com/2012/02/17417_economia_e_turismo_aula_02_vol_1.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2017.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROSE, Alexandre T. de. **Turismo**: planejamento e marketing: aplicação da matriz de portfólio para destinações turísticas. Barueri, SP: Manoel, 2002.

SANTUR/SC. **Venha descobrir Santa Catarina**: Nova Veneza. 2017. Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br/cidade/nova-veneza/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

COBRA, M. Marketing de Turismo: **Turismo, Lazer e Negócios**. São Paulo: Cobra, 2005.

SCÓTOLO, Denise. Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. **CULTUR**, ano 09, n. 01, São Paulo, fev-2015. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao1/2.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2017.

SEDETUR, SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO. **Plano de Desenvolvimento do Turismo no Estado** do Espírito Santo (2004-2013). Vitória: Governo do Estado do Espírito Santo, 2004.

SILVA, Fabiana dos S.; COSTA, Sarany R. da: carvalho, Conceição de Maria B. de. **Políticas públicas de turismo no Brasil**: estratégias para administração da atividade no país. Gestão e Tecnologia para a Competitividade. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, X, Resende: SEGeT, 2013.

SOUZA, Izabel Regina de (org.). **Roteiro para elaboração do trabalho de curso** (TCI). Criciúma: UNESC, 2017.

SWARBOOKE, J. **Turismo Sustentável**: conceitos e impacto ambiental. Vol. 1. Editora Aleph, São Paulo, 2000.

TELES, Reinaldo M. de S. **Fundamentos geográficos do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TRIGO, L.G.G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: papirus, 1998.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissor, um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

APÉNDICE (S)

APENDICE A – Roteiro de Entrevista

Olá, esta entrevista tem como objetivo complementar o TCC do Curso de Administração de Empresas e busca conhecer as ações que estão sendo desenvolvidas de forma integrada entre as empresas e os órgãos públicos de Nova Veneza para fortalecer o turismo na Cidade. Desde já agradeço sua participação
Acadêmico Cristian Serafim.

NOME DA ENTREVISTADA: _____

DATA: _____ LOCAL _____

CARGO/ FUNÇÃO/ EMPRESA _____

Há quanto tempo? _____

ROTEIRO DE ENTREVISTA:

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA INTEGRAÇÃO DO TURISMO

- a) O município possui inventário turístico?
- b) Quem elaborou o documento?
- c) Há quanto tempo?
- d) O município possui Plano de Turismo?
- e) Possui uma Política de Turismo divulgada?
- f) Possui Conselho Municipal de Turismo?
- g) As informações turísticas do Município estão no site?
- h) Possui empresas parceiras para divulgação do Turismo no município?
- i) Possui parcerias para eventos?
- j) Quais os níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais?
- k) Quais os níveis de integração com Governo Federal?
- l) Quais os níveis de integração com Universidades?

2 DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO

- a) Como se dá a integração do Turismo no município?
- b) Os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada?
- c) São realizadas ações para o fomento do Turismo no município?
- d) Quais?
- e) Como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo?
- f) Quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local?

APÊNDICE B – Entrevista 1 – Gestor De Turismo - Associação

CARGO/ FUNÇÃO/ EMPRESA **Presidente da ASSOCIAÇÃO**

Há quanto tempo? **3 anos**

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA INTEGRAÇÃO DO TURISMO

a) O município possui inventário turístico?

Eu acredito que possui sim um inventário turístico, de todos os locais que são visitados turisticamente, inclusive algumas casas são tombadas pelo Patrimônio Histórico pelo patrimônio do Estado de Santa Catarina também.

b) Quem elaborou o documento?

Não sei ao certo.

c) Há quanto tempo?

Não sei

d) O município possui Plano de Turismo?

O município possui ações turísticas, nas quais entram Páscoa, o natal, os Dias das Crianças, esse tipo de coisas tem sim no município, mas um plano de turismo eu acredito que ainda não.

e) Possui uma Política de Turismo divulgada?

f) Possui Conselho Municipal de Turismo?

Por lei já deveria ter sido implantada, mais eu acredito que ficou um tempo sobre a secretaria, mas agora está sendo implantado o conselho municipal de turismo, nessa gestão eles estão providenciando isso.

g) As informações turísticas do Município estão no site?

Acredito que sim, está sendo cuidado pelo poder público inclusive pela secretaria de cultura, mas é uma das exigências da ANET para que seja colocado um calendário anual no site do município com toda a programação, até as datas com programação menor, para que a gente consiga distribuir os turistas. Para que eles não venham apenas em uma data para Nova Veneza

h) Possui empresas parceiras para divulgação do Turismo no município?

Nessa aqui eu acho que entra ANET. As empresas Parceiras são sempre os restaurantes, até porque nossa Associação, e o nosso objetivo maior é o desenvolvimento do Turismo, além dos estabelecimentos é sim vender do nosso município para depois cada empresa utiliza de suas estratégias. Mas Também aqui nós temos outros parceiros envolvidos do tipo CDL que acredita muito no turismo também da nossa do nosso município. INOVE que é Associação de empresários do município.

i) Possui parcerias para eventos?

Sempre que tem um evento no município ANET é chamada, juntamente com CDL e a INOVE para formarmos eventos legais e bem divulgados, que tenham bastante aceitação pelo Público local e pelos turistas da região.

j) Quais os níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais?

Eu acredito que aqui tenha um nível bom de relacionamento e integração. Uma vez que conseguimos observar que a grande manifestação dos políticos, tanto em nível estadual quanto federal, sempre tem verbas para o município relacionadas ao turismo e também a secretaria de estado do turismo por exemplo a SANTUR em suas propagando sempre envolve uma imagem de Nova Veneza.

k) Quais os níveis de integração com Governo Federal?

Não sei.

l) Quais os níveis de integração com Universidades?

Na minha opinião não tem. Agora a Unesc está desenvolvendo pelo segundo semestre consecutivo pesquisa com os estabelecimentos do município, mas eu acredito que poderia ser melhor, uma vez que um dos maiores objetivos de Nova Veneza é incentivar a cultura italiana, eu acredito que ai poderia entrar muito a pesquisa de história, até os próprios acadêmicos virem aqui e estar participando junto com os nossos guias para vender mais a história da nossa região, valorizar esse tipo de cultura, pois eu acredito que está faltando a parte da geografia da nossa região. Nós temos as montanhas, nós temos o rio extremamente poluído,

acho que poderia ser feito um projeto bacana para chamar a comunidade, universidade população todo mundo, engenheiros ambientais e fazer a diferença a respeito da despoluição do rio.

2 DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO

a) Como se dá a integração do Turismo no município?

A secretaria de cultura do município é superativa, e eles estão sempre com projetos novos, e isso faz com que as empresas se motivem mais em investir. Mas é sempre uma parceria entre a prefeitura e associações e as empresas privadas

b) Os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada?

No meu ponto de vista sim, eu acredito que hoje o nosso maior objetivo é vender Nova Veneza, então o agente precisa e trabalhar de uma forma integrada

c) São realizadas ações para o fomento do Turismo no município?

Sim, constantemente vem sendo melhores os pontos turísticos de Nova Veneza, e inovando, a última inovação foi a ponte dei Morosi que foi inaugurada em dezembro de 2016, que é mais um ponto turístico que traz a história da ponte antiga que existia ali, até as próprias ações de páscoa de natal, são ações e fomentam o turismo.

d) Como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo?

A secretária de cultura participa de eventos de turismo da região, eu acredito que a encantos do Sul seja o mais forte, pois eles visão e procuram fazer essa integração.

e) Quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local?

Fortalecer o município para depois fortalecer cada estabelecimento, então vendendo o produto Nova Veneza, com a gastronomia, com o turismo, com uma cidade limpa com todos engajados nisso, isso é principal objetivo, enquanto continuarmos vendendo o produto Nova Veneza, nós continuaremos tendo sucesso.

3 OUTRAS OBSERVAÇÕES, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS:

a) Na sua opinião como está a integração e as políticas de turismo e quais ações você considera que seriam necessárias para fomentar o Turismo local?

Eu acredito que primeiramente, que o calendário seja exposto e divulgado, não apenas no site do município, mexer mais com mídias digitais, chamar o pessoal para nossa região, eu acredito que é o caminho. As ações do calendário de turismo do

município são extremamente importante e isso que já tem que ser jogado esse ano para vender ano que vem, e sempre trazer agências d turismo, operados junto conosco, pois fortalece a economia local e traz pessoas de outras cidades para conhecer nosso município, com isso faz com que nossa região fique conhecida em outros lugares, e além de mídia digital, a propaganda boca a boca, consideramos de extrema importância, nós recebemos muitas pessoas que vem pra cá, porque já ouviram falar de Nova Veneza, ou porque agora estamos nos tornando um ponto entre as duas serras, tudo isso facilitou depois que ANET colocou sinalizações turísticas tanto na entrada da br101 quanto pela serra, isso agente sentiu uma diferença que as pessoas estão nos encontrando, então quem não é visto não é lembrado. Então temos que estar toda hora aparecendo, toda hora mostrando Nova Veneza, e toda hora inovando pois o turista gosta de novidade. A cidade tem que ter inovação pois é isso que o turista quer, e é isso que ele vem buscar em Nova Veneza.

APÊNDICE C – Entrevista 2 – Agência de Turismo Receptivo

Há quanto tempo: 6 anos

ROTEIRO DE ENTREVISTA:

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA INTEGRAÇÃO DO TURISMO

O município possui inventário turístico?

Possui, na verdade toda a administração é feita em inventário turístico, a prefeitura tem esses inventários. A nossa associação também tem levantamentos dos pontos turísticos, dos atrativos, dos estabelecimentos comerciais. A gente tem alguma coisa sempre guardada.

Quem elaborou o documento?

Na época foi o Dilton que ele era mestrado em turismo, A SATC tem um pessoal que faz estes inventários. A gente sempre recebe várias propostas de vários institutos.

Há quanto tempo?

Nãos sei

O município possui Plano de Turismo?

Não

Possui uma Política de Turismo divulgada?

Aos poucos este plano vai sendo elaborado, colocando em prática, ainda falta muito para a gente se espelhar em Gramado e Blumenau. A gente não consegue seguir um plano, porque no percurso acontecem várias coisas, sendo necessário fazer ajustes nesses planos.

Possui Conselho Municipal de Turismo?

Não possui

As informações turísticas do Município estão no site?

Sim, no site da prefeitura www.novaveneza.sc.gov.br/

Possui empresas parceiras para divulgação do Turismo no município?

Possui. A nossa associação e a prefeitura contam com os empresários de turismo, todos somos parceiros pela mesma causa, elas são feitas tanto em dinheiro quanto em material, projetos e incentivos.

Possui parcerias para eventos?

Temos o apoio da prefeitura.

Quais os níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais?

Nível estadual, algumas rotas, porém ainda é muito pequeno.

Quais os níveis de integração com Governo Federal?

Muito pequeno, quase inexistente

Quais os níveis de integração com Universidades?

Não é significativo

2 DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO

Como se dá a integração do Turismo no município?

Todos temos um propósito, só que é de divulgar Nova Veneza, em âmbito nacional, estadual e regional.

Os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada?

Conseguem, Sanciro do Bistek é padrinho da ANET, na festa de 2015 ele deu de presente cinco milhões de sacolas do Bistek estampadas com a festa da gastronomia de Nova Veneza. Há projetos de turismo dentro do Bistek, Lança Perfume e Damyller.

ANET fez o baile de gala dois anos, no primeiro ano foram colocadas placas na BR acesso sul e norte

São realizadas ações para o fomento do Turismo no município?

Sim

Quais?

Feiras, reuniões e divulgações em mídia

Como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo?

Rota abrangendo Criciúma, Urussanga, Forquilha Siderópolis e Nova Veneza. Reuniões em encantos do Sul abrangendo Paulo Lopes até a divisa com Rio Grande do Sul, é feito material de divulgação e integração.

Quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local?

Ação na praça vem sendo feita há dois anos, bancar as apresentações do coreto no sábado e domingo, que atraiu bastante gente.

Foi feita uma parceria com a Haizenbah. Por um ano, era doado dois mil REAIS por mês para a ANET, em troca os estabelecimentos venderiam a cerveja em seus estabelecimentos.

Saint Bier que está patrocinando atualmente, da mesma forma que a Haizenbah patrocinava.

3 OUTRAS OBSERVAÇÕES, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS:

Na sua opinião como está a integração e as políticas de turismo e quais ações você considera que seriam necessárias para fomentar o Turismo local?

Criar novas festas e conseguir investidores para criar atrativos. Talvez um parque temático, ou algo voltado para as crianças.

Utilize esse espaço para fazer algum outro comentário, observação ou sugestão.

Mais investimento para as crianças, nas escolas, projetos de turismo, algo que preparassem as crianças. Projeto para elas conhecer a sua cidade, visitar a sua cidade. Conhecer a vinícola a cidade de pedra. Envolvendo a história do município.

APÊNDICE D – Entrevista com Representante Órgão Público de Turismo

Há quanto tempo? 9 meses

ROTEIRO DE ENTREVISTA:

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA INTEGRAÇÃO DO TURISMO

O município possui inventário turístico?

Nós sabemos quais são os nossos pontos turísticos, quais são as nossas potencialidades e fraquezas. Mas não possuímos um documento dizendo quais são, nós temos um mapa turístico, que apresenta todos os pontos, mas o documento nós não temos. Sabemos o que se pode fazer na cidade, temos também temos uma operadora de turismo que ajuda.

Quem elaborou o documento?

Há quanto tempo?

O município possui Plano de Turismo?

Não possuí, está em desenvolvimento.

Possui uma Política de Turismo divulgada?

Não

Possui Conselho Municipal de Turismo?

Estamos em desenvolvimento, porque a partir do ano que vem, não vai poder se fazer mais nada se não haver um conselho, ele não vai aceitar, o de cultura já é assim, e o de turismo também será.

As informações turísticas do Município estão no site?

Nós temos um portal de turismo, que é interligado com o site da prefeitura, nós também temos as redes sociais, que apresentam todos os pontos, todos os eventos da cidade. Nós também estamos no site da estância governança encantos do sul do Sul, que fala de todos dos nossos pontos, da gastronomia, etc.

Possui empresas parceiras para divulgação do Turismo no município?

Site da prefeitura, estância de governança encantos do Sul, temos a ANET, parceria em festa da gastronomia, temos a SANTUR e o CDL.

Possui parcerias para eventos?

SANTUR, ANET CDL

Quais os níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais?

Em nível regional é a maior Regional, e regional a Santur, porém não é frequente.

Quais os níveis de integração com Governo Federal?

É difícil entrar em contato com o governo federal

Quais os níveis de integração com Universidades?

É UNESCO, ela fez muitos trabalhos, muitas pesquisas, ano passado fez uma pratica de marketing aqui, está se criando um laço bem grande com a professora Luciane junto a UNESCO com o município. A SATC tem pequenas participações também.

2 DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO

Como se dá a integração do Turismo no município?

Sempre se tem reuniões entre os órgãos públicos e a ANET, a integração entre a associação e a secretaria é bem forte.

Os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada?

Normalmente sim, por exemplo a INOVE começou a se aproximar da ANET, então a parte industrial está ficando mais ligada com a parte do turismo, pois consequentemente traz retorno para eles.

São realizadas ações para o fomento do Turismo no município?

Estão sendo contratadas shows na praça nos finais de semana, e estamos efetuando algumas ações para fortalecer isso.

Quais?

Como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo?

Isso está começando a crescer nos olhos principalmente na gestão pública, e está tendo menos resistência se comparado anteriormente, tanto quanto gestão quanto com a população.

Quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local?

Primeiro agradar o povo local, para depois elevar o turismo, é trazer o turista para cá, sem interferir na vida local.

3 OUTRAS OBSERVAÇÕES, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS:

Na sua opinião como está a integração e as políticas de turismo e quais ações você considera que seriam necessárias para fomentar o Turismo local?

Eu acredito que tem uma integração bem grande, porem temos que desenvolver essa integração muito mas, pois ainda estamos muito pequenos e precisamos crescer mais. Precisamos trazer o pessoal da cidade para trabalhar em função do turismo, pois o turismo só vai acontecer de forma boa, quando as pessoas da cidade estejam interessadas para que o turismo cresça, precisamos ainda melhorar a infraestrutura local, melhorar o que temos, para que assim possamos ter um turismo melhor.

b) Utilize esse espaço para fazer algum outro comentário, observação ou sugestão.

APÊNDICE E – Entrevista com Gestora de Turismo

Há quanto tempo? 1 ano

ROTEIRO DE ENTREVISTA:

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA INTEGRAÇÃO DO TURISMO

O município possui inventário turístico?

Estou voltando para secretaria, fiquei quatro anos afastadas, na administração anterior a que eu fui secretaria eu tinha um pessoa especializada no turismo ele fez um levantamento de todas potencialidades inclusive o turismo de aventura, então nesse mandado já tinha e foi feito por um turismólogo que trabalhava comigo, então agente possui um inventario turístico, mais é assim, não é nada muito elaborado, nós estamos em uma parceria agora com SEBRAE, eu preciso apresentar projeto para prefeito, do SEBRAE, que vai fazer justamente esse inventario de uma forma mais profissional agora. Não que ela não tenha sido anteriormente feito por profissional, mas foi feito por um funcionário, e agora será feito por uma instituição com credibilidade que vai fazer esse inventario e descobrir o que já tem e explorar o que poderia ser ou virar um possível roteiro.

Quem elaborou o documento?

Dilton Pacheco, e agora nós estamos com projeto com SEBRAE

Há quanto tempo?

8 anos atrás, foi quando Veneza estava despertando para essa potencialidade, trouxemos ele justamente para isso, fazer a coisa ficar mais certa. E começar de uma forma certa, amadurecer o turismo.

O município possui Plano de Turismo?

Nós temos um plano para o desenvolvimento turismo assim como eu lhe disse, de forma empírica né, nós vamos criar o conselho municipal de turismo de políticas de turismo, então junto com esses conselheiros nós vamos construir o planejamento turístico da cidade, pois eu tenho o nosso de forma que vemos que existe a necessidade, porem eu gostaria de ver a necessidade de todo o setor que envolve esse turismo, então vamos construir junto com eles esse plano

Possui uma Política de Turismo divulgada?

Nós participamos do Catarina festa, que foi um encontro de 10 dias, que foi um empresa particular que foi em Brasília que mostrava os melhores lugares de SC e as melhores atrações, lá tinha o beto carreiro a SANTUR indústria têxtil que tinha o melhor do vestuário de SC, e para nossa surpresa eles nos convidaram com a atração do carnaval de Veneza, então nós participamos lá com um stand próprio só nosso, divulgando o que Nova Veneza poderia oferecer, e foi uma resposta assim, imensa eu acho que foi o mostrar a cara para aquele lado do brasil que a Nova

Veneza existe, agente já teve resultados muito positivos em função desse evento, e aguardamos a festa porque eu brinco que se todo mundo que passou por lá que disse que vinha para festa, vier mesmo então nós temos que nos preparar muito bem. Então agente participa assim desses stands da SANTUR quando é possível financeiramente participar porque nossa meta seria ir para São Paulo não deu para ir em função de que as prefeituras estão recursos bastante apertadas, mais participamos de stand da SANTUR, em feiras, existe essa preocupação de mostrar Nova Veneza para lugares mais distantes daqui porque a Nova Veneza é muito conhecido mas regionalmente, e nós queremos fazer um turismo, não para festa da gastronomia, nós não queremos que Nova Veneza super lote dentro da festa, nós queremos mostrar Veneza, para que o turista venha o ano inteiro para Nova Veneza. Em função da festa, muitos voltam, e principalmente por causa da gastronomia e o carnaval de Veneza.

Possui Conselho Municipal de Turismo?

Nós estamos agora em implantação do conselho de políticas culturais. porque a gente vai começar com o conselho de política cultural ?porque não tinha, então nós precisamos começar pelo conselho de cultura que está mais pronto com atrativos do que o próprio turismo, então eu preciso desse conselho de cultura para depois fortalecer o conselho de turismo, então o primeiro passo é implantar o de cultura, para assim no começo do ano que vem implantar o conselho de turismo, mais isso não quer dizer que as coisas não estão andando, elas estão porque o empresário já viu que é vantagem para ele que o turista venha, então essas ação de prefeitura com a iniciativa privada, ela já está acontecendo mas não de forma com conselho implantado, com o plano de turismo implantado, porque nós queremos construir juntos, sabe?

As informações turísticas do Município estão no site?

Eles estão no site da sol, que é o site oficial do estado, para que a pessoa que queira vir para cá, possa ter uma noção de onde é, e o que irá encontrar. I ele já foi melhor, porque a gente fez tudo em função desse profissional que tínhamos, que hoje não mora mais aqui, e que fez muito certo, era uma referência no estado só que depois a administração anterior resolveu mudar aquele sistema, então agora nós estamos de novo, retrocedemos e agora nós estamos no passo a passo do que ele era, mas existe a informação, aqui dentro

Possui empresas parceiras para divulgação do Turismo no município?

A principal agente de divulgação é a ANET, quem participa da ANET? Todas as casas gastronômicas, então eles têm uma carta, com todos os endereços de restaurantes onde eles podem ser visitados, então a maior parceira para o turismo hoje, é a ANET, eles por conta própria, fizeram a sinalização turística de Nova Veneza, como rota gastronômica, desde Araranguá para cá, sombria para cá, da serra para cá, tem placa de sinalização indicando NOVA Veneza, então nossa maior

parceira é a ANET e nós temos também a empresa de turismo receptivo que é a Roteiros do Sul.

Possui parcerias para eventos?

Sim, graças a Deus nos estamos assim, eu brinco que tudo é muito tímido ainda. O que que acontecia, a prefeitura tinha que fazer tudo, e não se tinha parceiros, hoje a visão deles já mudou, tu em função da criação da ANET e senti que Veneza tinha esse potencial, então nos eventos nos temos ANET como parceira, o CDL que era um parceiro muito difícil e a gente não conseguia, hoje nós já temos eles como parceiros, a própria roteiros do Sul como parceiros, então nós já estamos começando com as parcerias. Entretanto a parceria que eles nos oferecem não é suficiente ainda, mas para mim já um ganho, anteriormente quando fui secretária, não tínhamos parceiros, então eu voltei nessa situação de poxa não acredito, vou fazer uma pascoa e tenho parceiro, vou fazer um natal agora, eu estabeleci uma meta para eles, reuni todas as entidades, inclusive a ENOVE que é de empresários que não tem nada a ver com turismo, mas estão envolvido para que Nova Veneza, desenvolva turisticamente pois eles podem atrair investidores na área dele. E reuni disse, olha o prefeito me estabeleceu uma meta, se eu conseguir 20mil com a iniciativa privada, ele vai me dar "x" para fazer o natal, se não ele vai me dar menos, e mostrei o cenário com os vinte mil + X e mostrei o cenário de como seria com o valor menor. Então ao invés de eles entrar com todo esse dinheiro, eles foram atrás de parceiros, e para mim receber 20mil reais, é um sonho que estou vivendo sabe. E isso reflete na beleza da cidade, reflete em eu poder diversificar mais atrações no natal, teatro com show, com tudo isso para mim e um ganha que estou muito contente, mais isso ainda não é suficiente para a Veneza que a gente quer chegar, mais é um começo fundamental.

Quais os níveis de integração com Organizações Públicas Regionais ou Estaduais? É que nem sempre a integração gera recurso financeiro né, porque se gerasse nos estamos muito bem, nossa regional é encantos do sul tanto em nível da AMREC que é o colegiado de cultura quanto a encantos do sul como região, nós estamos muito interligados. Gravatá por exemplo, faz uma parceria muito grande na festa, agora nossa luta é conseguir casar fora da festa, pq eles recebem um público muito grande de turistas, geralmente é da 3ª idade, mas para nós não interessa qual o turista que vem para cá, e sim qual é a impressão que eles vão ter do município, e como que a gente pode atender essa expectativa que eles vão trazer. Então essa integração com as outras organizações públicas, tanto regionais quanto estaduais, pena que isso ainda não gere diretamente recursos financeiros, pois essa integração deveria gerar, então é uma coisa que nos conseguindo aos poucos, pois ainda é o primeiro ano da nova administração. Nós temos 4 anos de planejamento pela frente.

Quais os níveis de integração com Governo Federal?

Com governo federal, tudo é muito difícil, a gente fica com medo que venha uma lei que derrube o ministério do turismo. Esses projetos que são lançados para uma

cidade pequena igual Nova Veneza, que não tem condições, por exemplo o projeto que a gente tem, que é fazer a gôndola andar, pois ela está ali presa. Esse é um projeto muito caro, e com recurso próprio isso é impossível, e o governo federal precisa subsidiar esse projeto, então ficamos muito limitados quando precisamos deles.

Quais os níveis de integração com Universidades?

É bom, gostaríamos de por exemplo, ter uma parceria com a Unesc, através de projetos, só que os projetos são muito caro, e a visão do prefeito tem que ser muito aberta para ver que turismo vai dar resultado, e aí como ele vai tirar da agricultura para jogar no turismo, sendo que o município é essencialmente agrícola. Conseguimos com a universidade federal, um contador de história que virá para o natal, o custo dele será estadia e alimentação, precisamos desse tipo parcerias com as universidades. Agora integração com os acadêmicos da Unesc, e muito boa, a professora Luciane fez uma pesquisa de campo com os acadêmicos para ver como estava a rede gastronômica, e nós fomos lá para ver o resultado do projeto. Os acadêmicos detectaram problemas que precisavam ser melhorados pelos estabelecimentos gastronômicos, para atender melhor os turistas e foi sensacional. Entretanto isso é mais voltando para o empreendedor do que para o poder público.

2 DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO

d) Como se dá a integração do Turismo no município?

Muito boa, existe uma troca muito grande de informações, ANET está sendo um diferencial, eles estão abertos a mudanças, aceitam as críticas e cobram muito do poder público, por exemplo a praça no domingo, foi feita uma parceria e definido que a atração cultural é por nossa conta e a musical seria de responsabilidade deles. Então a integração entre os segmentos que envolve o turismo, tanto da parte privada, quanto da pública é muito boa.

e) Os diferentes setores conseguem trabalhar de forma integrada?

Sim, eles se integram entre si, eles começaram a enxergar o potencial que Veneza tem, e o como isso reflete indiretamente neles, porque a ideia que se tinha é que quem ganha é só os restaurantes, mas eles já vêem que o turista não vem só para comer, o visitante passa na farmácia, ele vai na padaria. Tem lojas que já estão deixando aberto seus estabelecimentos no sábado e no domingo.

f) São realizadas ações para o fomento do Turismo no município?

Sim, o turismo esportivo por exemplo, trouxemos recentemente o encontro de motos, o projeto de ciclo via já foi aprovado, agora é só uma questão de tempo para eles construírem, com isso irá atrair mais ciclistas, e nós queremos que

eles parem aqui, outro exemplo foi a corrida noturna que ocorreu em setembro na cidade, tivemos lotações nos hotéis da cidade, os restaurantes sábado à noite todos cheios.

Estamos tentando implantar no município Acolhida na Colônia

g) Quais?

h) Como o município trabalha a questão do desenvolvimento integrado do Turismo?

Muito bem, um exemplo, a casa de pedra, é uma propriedade particular, então não podemos fazer nada dentro desta área, porém podemos arrumar a estrada até a propriedade, esse é o tipo de incentivo de damos.

i) Quais ações são mais eficazes para o fortalecimento do turismo local?

Atendimento, qualidade naquilo que tu oferece, pois o turista é muito exigente. Nos preparamos a cidade para receber o turista, essas são as ações que dão maior resultado.

3 OUTRAS OBSERVAÇÕES, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS:

c) Na sua opinião como está a integração e as políticas de turismo e quais ações você considera que seriam necessárias para fomentar o Turismo local?

Nós precisamos de novos investidores, para ampliar o que temos, precisamos de novos pontos de visitação, pois o que temos é muito pouco para manter o turista na cidade. Precisamos ter uma parceria com os municípios vizinhos, para fortalecer ainda mais o turismo na nossa região.

d) Utilize esse espaço para fazer algum outro comentário, observação ou sugestão.

Se a Unesc pudesse fazer essas parcerias com os municípios com projetos mais acessíveis, todo mundo ganharia, porque nós não chegamos no ponto de o prefeito gastar muito com um projeto para que nós possamos criar essas rotas.

Eu me preocupo muito em as coisas começarem certas, pois o turista é uma das classes mais difíceis de se lidar, porque se ele vem e não gosta, ele vai sair falando mal, e isso destrói tudo aquilo que tu construiu.

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DO PARECER

1. Importante:

- A 1ª alternativa no final do documento, **APROVADO**, deve ser assinalada **se o trabalho estiver totalmente apto a ser apresentado**, atendendo satisfatoriamente **a todos os critérios** do item 1, sem que necessite novas alterações.

- A 2ª alternativa, **CONDICIONALMENTE APROVADO**, deve ser assinalada **se o trabalho atender satisfatoriamente a maioria dos critérios do item 1 e tiver condições de ser aprovado posteriormente**, após a nova avaliação. Esta alternativa deverá ser assinalada **quando houver falhas corrigíveis, que não inviabilizam sua apresentação ou que não demandem extensas alterações**. O trabalho **ainda poderá ser reprovado** se, mesmo com as alterações, ainda não atingir a qualidade prevista pelo avaliador. Apesar disso, orientamos para que o avaliador só assinale essa alternativa **se o trabalho realmente tiver potencial e se tiver certeza de que poderá aprová-lo após as revisões feitas, sem ter que solicitar novas revisões após a devolução**. Caso a situação seja duvidosa, e o trabalho demandar **muitas e profundas alterações**, deverá ser reprovado nesta etapa.

- A 3ª alternativa, **REPROVADO**, indica que o trabalho **necessita profundas mudanças**, não atingindo os objetivos propostos e exigidos para sua apresentação, **com falhas incorrigíveis ou limitações**, e que uma simples revisão não sanaria os problemas detectados. O avaliador deve especificar e justificar claramente as razões para esta reprovação.

Ao avaliador, **evite fazer comentários ofensivos aos autores. Estes deverão ser sempre construtivos**, no sentido de **indicar sugestões** para que os autores possam aprimorar seus trabalhos futuros.

Qualquer dúvida ou possíveis questionamentos deverão ser informados por e-mail ao coordenador de estágios do curso de Administração.

Formatação, estrutura, correção gramatical, Título e Resumo:
Introdução:
Fundamentação Teórica
Procedimentos Metodológicos:
Análise dos Dados da Pesquisa
Conclusões

**PARECER
FINAL**

Pela aprovação sem alterações

Pela aprovação, desde que siga
as alterações sugeridas

Pela reprovação.