

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
UNIDADE ACADÊMICA DE HUMANIDADES, CIÊNCIAS E
EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS
AMBIENTAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS**

RICARDO PIERI

**INTEGRAÇÃO REGIONAL DO TURISMO DOS MUNICÍPIOS DA
AMREC – ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO
CARBONÍFERA DO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Ambientais.

Orientador:
Prof. Dr. Nilzo Ivo Ladwig.

**CRICIÚMA
2014**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

P618i Pieri, Ricardo.

Integração regional do turismo dos municípios da AMREC – Associação dos Municípios da Região Carbonífera do sul do Estado de Santa Catarina / Ricardo Pieri ; orientador : Nilzo Ivo Ladwig. – Criciúma, SC : Ed. do Autor, 2014.

149 p. : il. ; 21 cm.

Dissertação (Mestrado) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais, Criciúma, 2014.

1. Turismo – Santa Catarina, Região Sul. 2. Turismo regional. 3. Planejamento turístico. I. Título.

CDD 22. ed. 338.4791

FOLHA DE APROVAÇÃO

DISPONIBILIZADO PELO DEPARTAMENTO DO PPGCA

À minha mãe Nair Martins Pieri e à
memória de meu pai, jornalista e
radialista Sebastião Humberto Pieri,
que, quando cronista, utilizava o
pseudônimo de Castro de Alencar.

AGRADECIMENTOS

A todas as pessoas responsáveis pelo turismo dos municípios integrantes da AMREC pela gentileza no atendimento e presteza no fornecimento das informações de seus municípios.

Ao Prof. Gilberto Montibeller Filho, pelos esclarecimentos, incentivo e orientação no início do presente trabalho.

Aos professores do PPGCA, em especial ao professor orientador Nilzo Ivo Ladwig, pelas orientações, conselhos e disponibilidade.

À UNESC, pela oportunidade, à secretária do Curso Isadora pela atenção e aos demais colegas do PPGCA, pela convivência e troca de experiência durante o período do programa.

À minha esposa Claudia Pieri pela paciência e aos meus filhos, Giovanni e Alice, pelo incentivo por meio dos exemplos de dedicação e determinação em seus estudos de mestrado e doutorado.

Aos meus colegas, professores Volmar Madeira, Elenice Juliane Engel e Samira Casagrande, pelo incentivo nos momentos de incertezas quanto à realização deste trabalho.

"O Turismo é uma universidade em que o aluno nunca se gradua, é um templo onde o suplicante cultua mas nunca vislumbra a imagem de sua veneração, é uma viagem com destino sempre à frente mas jamais atingido. Haverá sempre discípulos, sempre contempladores, sempre errantes aventureiros."

Lord Curzon (1859-1925)

Governador Geral da Índia

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo identificar e quantificar o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC (Associação dos Municípios da Região Carbonífera), sob a ótica dos responsáveis pela operacionalização do turismo em cada município, com a finalidade de propor um desenvolvimento integrado regional. A AMREC é composta pelos municípios: Balneário Rincão, Cocal do Sul, Criciúma, Forquilha, Içara, Lauro Müller, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Orleans, Siderópolis, Treviso e Urussanga, no Sul do Estado de Santa Catarina. A pesquisa caracteriza-se como quantitativa, exploratória e estudo de caso, com utilização da pesquisa bibliográfica, documental e de campo. A pesquisa de campo pode ser classificada como levantamento que, segundo Gil (1996, p.56), caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer, procedendo-se à solicitação de informações acerca do problema estudado. O instrumento de pesquisa foi desenvolvido com base no Inventário de Oferta Turística INVTUR do Ministério do Turismo do Brasil. A quantificação dos atrativos turísticos (naturais e histórico-culturais), dos empreendimentos turísticos (equipamentos e instalações), da infraestrutura de apoio ao turismo e dos organismos especializados, públicos e privados, confirmaram a existência do potencial turístico da região. Demonstrou-se a existência de uma infraestrutura que dá apoio ao turismo, no que diz respeito a comunicação, saneamento, energia e transporte. Quanto aos equipamentos turísticos, percebe-se que há uma concentração maior no município de Criciúma, que é o polo regional, e que alguns municípios estão em um processo de incentivar o desenvolvimento desses equipamentos. Assim, pelos resultados da pesquisa, pode-se considerar que a região tem atrativos turísticos, infraestrutura e empreendimentos turísticos para experimentar um crescimento turístico. Com base na pesquisa, conseguiu-se propor diretrizes para o planejamento do turismo regional.

Palavras-chave: Turismo Regional. Inventário Turístico. Patrimônio Turístico. Planejamento Turístico.

ABSTRACT

This study aimed to identify and quantify the potential historical and cultural heritage tourist attractions of the AMREC (*Associação dos Municípios da Região Carbonífera* - Coal Region Counties Association) counties, under the perspective of those responsible for the tourism operation in each county, with the purpose of proposing an integrated regional development. The counties that compose AMREC are: Balneário Rincão, Cocal do Sul, Criciúma, Forquilha, Içara, Lauro Müller, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Orleans, Siderópolis, Treviso and Urussanga, located in the southern state of Santa Catarina. The research is characterized as quantitative, exploratory and a study case, with the use of a bibliographic, documentary and field research. Field research can be classified as a survey that according to Gil (1996, p.56), is characterized by direct interrogation of people whose behavior is wished to know, proceeding to the request of information about the problem being studied. The research instrument was developed based on the tourist offer inventory INVTUR of the Brazilian Tourism Ministry. The quantification of the tourist attractions (natural and historical cultural), tourist enterprises (equipment and facilities), infrastructure that support tourism and the specialized public and private bodies, confirmed the existence of tourism potential of the region. The existence of an infrastructure that supports tourism was demonstrated, regarding communication, sanitation, energy and transport. As for tourist facilities, it is perceived that there is a higher concentration in the Criciúma county, which is the regional pole, and that some counties are in the process of encouraging the development of such equipment. Therefore, by the results of the research, one can consider that the region has tourist attractions, infrastructure and tourism enterprises to experience a tourism growth. Based on the survey, it was possible to propose guidelines for a regional tourism planning.

Keywords: Regional Tourism. Tourist inventory. Tourism heritage. Tourism Planning.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de localização dos municípios da AMREC no Estado de Santa Catarina.	18
Figura 2: Paisagem da Serra Geral	20
Figura 3: Representação panorâmica da praia do Balneário Rincão, SC	20
Figura 4: Imagem de Nossa Senhora de Fátima em Siderópolis, SC	25
Figura 5: Imagem do Evento Carnaval de Veneza em Nova Veneza, SC... 26	
Figura 6: Elementos que compõe o Sistema Turístico	37
Figura 7: Elementos que compõe o Patrimônio Turístico	47
Figura 8: Representação dos elementos da Cadeia Produtiva do Turismo.. 50	
Figura 9: Organograma do Ministério do Turismo	52
Figura 10: Sistema Institucional Integrado de Turismo	54
Figura 11: SANTUR destinos turísticos de SC	60
Figura 12: Segmentos Turísticos de SC	60
Figura 13: Estrutura de coordenação	70
Figura 14: Gerenciamento do INVTUR.....	71
Figura 15: Mapa da distribuição dos atrativos naturais	83
Figura 16: Mapa de distribuição dos atrativos culturais.....	86
Figura 17: Mapa da distribuição das atividades econômicas	89
Figura 18: Mapa do VAB.....	89
Figura 19: Mapa de distribuição do eventos permanentes	91
Figura 20: Mapa da distribuição dos meios de hospedagem (leitos).....	93
Figura 21: Mapa da distribuição dos estabelecimentos de alimentação	94
Figura 22: Mapa de distribuição dos serviços de apoio direto ao turismo ..	96
Figura 23: Mapa de distribuição dos locais para lazer e entretenimento.....	98
Figura 24: Mapa da distribuição de outros serviços de apoio turístico	101
Figura 25: Infraestrutura Turística	105
Figura 26: Mapa de Colaboradores do Turismo.....	110
Figura 27: Informações Complementares	111

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribuição percentual do valor bruto da produção das Atividades Características do Turismo, por atividade – Brasil – 2009.....	73
Gráfico 2: Percentual dos postos de trabalho das Atividades Características do Turismo por atividades – Brasil – 2009.....	74
Gráfico 3: Percentual de Abrangência da Infraestrutura Básica	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação dos elementos do equipamento turístico	41
Quadro 2: Classificação das instalações.....	42
Quadro 3: Classificação dos atrativos turísticos.....	42
Quadro 4: Classificação da infraestrutura	44
Quadro 5: Tipos de Espaço Físico para o Planejamento Turístico.....	48
Quadro 6: Definição dos tipos de espaços para o Planejamento Turístico..	48
Quadro 7: Etapas do Planejamento Estratégico do Turismo	66
Quadro 8: Composição do Plano Estratégico.....	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dados populacionais da AMREC.....	19
Tabela 2: PIB 2011 dos Municípios da AMREC	28
Tabela 3: PIB do Brasil por Região.....	28
Tabela 4: VAB 2011 dos municípios da AMREC	29
Tabela 5: IDHM dos Municípios da AMREC – 2010.....	31
Tabela 6: Indicadores de Pobreza e Desigualdade	32
Tabela 7: Opção Religiosa	33
Tabela 8: Informações da Educação.....	34
Tabela 9: Emergência e Internação em Saúde.....	35
Tabela 10: Estabelecimentos de Saúde Total	35
Tabela 11: Atrativos Naturais.....	82
Tabela 12: Atrativos Culturais	85
Tabela 13: Atividades Econômicas – Diversificação	88
Tabela 14: Eventos Permanentes.....	90
Tabela 15: Vagas – Meios de Hospedagens	92
Tabela 16: Estabelecimentos de Alimentação	93
Tabela 17: Agências de Viagens	94
Tabela 18: Serviços de Transporte	95
Tabela 19: Instalações e Serviços para Eventos	95
Tabela 20: Empresas Organizadoras e Prestadoras de Serviços.....	95
Tabela 21: Locais para Lazer e Entretenimento	97
Tabela 22: Locais para obter Informações Turísticas.....	99
Tabela 23: Oficinas Mecânicas e Serviços Automotivos	99
Tabela 24: Opções Especiais para Compras.....	99
Tabela 25: Agência Bancários e Casa de Cambio	99
Tabela 26: Entidades Ligadas ao Turismo	100
Tabela 27: Igrejas e Templos - Manifestação de Fé.....	100
Tabela 28: Locadoras de Imóveis.....	100
Tabela 29: Representações Diplomáticas	100
Tabela 30: Transporte Rodoviário.....	102
Tabela 31: Transporte Aéreo.....	102
Tabela 32: Transporte Urbano.....	103
Tabela 33: Táxi	103
Tabela 34: Sistema de Segurança Pública	104
Tabela 35: Sistema de Comunicação.....	104
Tabela 36: Sistema de Saúde.....	105
Tabela 37: Sistema de Educação	107
Tabela 38: Percentual de Abrangência da Infraestrutura Básica	107
Tabela 39: Estrutura do Turismo Municipal.....	109
Tabela 40: Informações Complementares	111

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACIC	Associação Empresarial de Criciúma
AMESC	Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense
AMREC	Associação dos Municípios da Região Carbonífera
APL	Arranjo Produtivo Local
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FCC	Fundação Catarinense de Cultura
FECAM	Federação Catarinense da Associação de Municípios.
FJP	Fundação João Pinheiro
GINI	Indicador do Grau de Concentração de Renda
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
INVTUR	Sistema de Inventariação da Oferta Turística
LABPGT	Laboratório de Planejamento e Gestão Territorial
MPA	Ministério da Pesca e Aquicultura
MTur	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SANTUR	Santa Catarina Turismo S/A
SATC	Sociedade de Assistência aos Trabalhadores do Carvão
SOL	Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte
VBP	Valor Bruto de Produção
VAB	Valor Adicionado Bruto
SAMU	Serviço de Atendimento Móvel de Urgência
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense
UNISUL	Universidade do Sul de Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 ÁREA DE ESTUDO.....	16
1.2 OBJETOS	21
1.2.1 Objeto Geral.....	21
1.2.2 Objetivos específicos	21
1.3 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	21
2 CARACTERÍSTICAS DOS MUNICÍPIOS DA AMREC	23
2.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO	27
2.1.1 Produto Interno Bruto.....	27
2.1.2 Característica da Atividade Econômica	29
2.1.3 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM	30
2.1.4 Incidência da Pobreza e Índice GINI (Desigualdade).....	31
2.1.5 Religiosidade.....	33
2.1.6 Educação e Saúde.....	34
3 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO.....	36
3.1 O TURISMO COMO SISTEMA.....	36
3.1.1 Demanda Turística.....	38
3.1.2 Oferta Turística.....	39
3.1.3 Processo de Venda.....	39
3.1.4 Produto Turístico	40
3.1.5 Empreendimentos e Atrativos Turísticos.....	40
3.1.6 Infraestrutura.....	44
3.1.7 A Superestrutura	45
3.1.8 Patrimônio Turístico.....	46
3.2 ESPAÇO TURÍSTICO	47
3.2.1 Tipos de Espaço.....	47
3.3 ELEMENTOS DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO	49
3.4 O TURISMO NO BRASIL.....	51
3.4.1 Estrutura Organizacional do Ministério do Turismo	51
3.4.2 Plano Nacional de Turismo	55
3.4.2.1 – Diretrizes do Plano Nacional de Turismo	55
3.4.2.2 – Objetivos Estratégicos.....	56
3.4.2.3 – Ações.....	56
3.5 O TURISMO EM SANTA CATRINA.....	58
3.6 INTEGRAÇÃO DAS ATIVIDADES REGIONAIS	61
3.7 PLANEJAMENTO E O INVENTÁRIO TURÍSTICO	61
3.7.1 Planejamento Turístico.....	61
3.7.2 Planejamento Estratégico.....	65
3.7.2.1 Etapas da Elaboração do Planejamento Estratégico.....	65

3.7.2.2 Composição do Plano Estratégico Final.....	67
3.7.3 Inventário da Oferta Turística.....	68
3.7.3.1 Inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo	68
3.8 O TURISMO E ECONOMIA	72
3.8.1 VBP do Turismo em 2009 no Brasil.....	72
3.8.2 Postos de Trabalho gerados pelo Turismo	73
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	75
4.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	77
4.2 POPULAÇÃO E APLICAÇÃO DA PESQUISA	78
4.3 COLETA DE DADOS	78
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	80
5.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS	82
5.1.1 Atrativos Naturais	82
5.1.3 Atividades Econômicas	88
5.1.4 Eventos Permanentes	90
5.2 SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	91
5.2.1 Meios de Hospedagem.....	91
5.2.2 Alimentação – estabelecimentos de interesse turístico	93
5.2.3 Serviços de Apoio Direto ao Turismo	94
5.2.4 Locais para Lazer e Entretenimento	97
5.3 OUTROS SERVIÇOS DE APOIO TURÍSTICO	98
5.4 INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO	101
5.4.1 Infraestrutura para o Turismo	101
5.4.1 Infraestrutura básica do Município.....	106
5.4.1.1 Sistema de Educação	106
5.4.1.2 Infraestrutura Básica – Abrangência dos serviços.....	107
5.5 OUTRAS INFORMAÇÕES	108
5.5.1 – Sistema de Turismo Municipal	108
5.5.2 – Informações Complementares do Turismo Municipal	110
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO	113
6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
6.2 DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO	115
REFERÊNCIAS	117
APÊNDICE 1	122
Instrumento de Coleta de Dados.....	122
ANEXO 1	135
Categorias, Tipos e Subtipos (Formulários do INVTUR).....	135

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística está nos planos estratégicos da maioria dos governantes dos municípios que compõem a Associação dos Municípios da Região Carbonífera – AMREC, no sul do estado de Santa Catarina. O turismo é visto atualmente como um possível propulsor do desenvolvimento econômico e social da região. Esse é um discurso comum entre os prefeitos da Região, que cada vez mais apontam para as potencialidades turísticas de seus municípios, manifestando a vontade de explorá-las.

A AMREC é uma associação composta pelos seguintes municípios do Sul de Estado de Santa Catarina: Balneário Rincão; Cocal do Sul; Criciúma; Forquilha; Içara; Lauro Müller; Morro da Fumaça; Nova Veneza; Orleans; Siderópolis; Treviso e Urussanga. (AMREC, 2014)

Há municípios com um maior desenvolvimento no segmento turístico, procurando incentivar investimentos e iniciativas nesta área específica, como exemplo, pode-se citar: a Rota Gastronômica em Nova Veneza; o Vale das Uvas Goethe em Urussanga e a Mina de Visitação em Criciúma.

Por outro lado, segundo o Portal Engeplus (2009)¹, as ações de cada município são isoladas, ou seja, cada um procura desenvolver atividades, ações e investimentos dentro de seus limites territoriais. Não há um olhar regional da complementação e/ou utilização da infraestrutura de apoio, serviços e equipamentos ou atrativos turísticos existentes regionalmente.

Dentro da política de regionalização do Governo Federal – Ministério do Turismo – e implementada pelo Governo Estadual, os municípios da AMREC fazem parte da Região Turística denominada Encantos do SUL (SOL, 2012), que procura incentivar e organizar o turismo regional. Para potencializar o turismo destes municípios, há a necessidade da realização do planejamento turístico regional, planejamento que passa por análise do ambiente (interno e externo), definição de foco, estabelecimentos de estratégias e o desenvolvimento dos planos de ação (MTur, 2008c, p.45).

Ribeiro (2000, p.187) afirma que o turismo é um fenômeno socioeconômico centrado na prestação de serviços, compostos por atrativos culturais e naturais como produtos oferecidos e deve ser levado

¹Disponível em <http://www.engeplus.com.br/impressao/forum-de-turismo-no-sul-a-sulcatur-faz-nova-tentativa/>

a sério quanto ao desenvolvimento, continuidade e aplicação. Muitas regiões brasileiras não se desenvolvem em termos turísticos por falta de clareza em políticas de desenvolvimento e harmonia entre os setores públicos e privados.

O mesmo autor afirma, ainda, que no processo inicial para o planejamento do turismo municipal, pode-se contar com uma ferramenta denominada de inventário da oferta turística, instituído pela OMT. O inventário possibilita diagnosticar a situação do município, região ou zona de forma ampla, gerando dados físicos, humanos, econômicos e sociais para a articulação do processo de planejamento e consequente desenvolvimento da atividade.

A região estudada apresenta poucas informações a respeito do turismo, quer seja no âmbito dos municípios, quer seja na própria AMREC. Em função disso, a AMREC contratou a SATC – Sociedade de Assistência aos Trabalhadores do Carvão para realizar um estudo e identificar as potencialidades turísticas da região, os resultados foram apresentados em 02 de julho de 2014².

O trabalho realizado pela SATC levantou potencialidades do turismo regional, com relação aos atrativos turísticos, apontando para potenciais rotas regionais, o que é fundamental e contribui para o planejamento do turismo da região. Apesar do avanço, a carência por informações ainda é significativa, pois não há informações disponíveis sobre infraestrutura de apoio, serviços e equipamentos turísticos da região. Para um planejamento adequado, há a necessidade de identificar e quantificar outros elementos que compõem o patrimônio turístico local.

Diante do que foi exposto e considerando as potencialidades turísticas da região, formula-se o seguinte questionamento: qual a disponibilidade dos municípios da AMREC em oferecer infraestrutura de apoio, serviços e equipamentos turísticos para alavancar suas potencialidades?

1.1 ÁREA DE ESTUDO

Os municípios da AMREC estão localizados no Sul do estado de Santa Catarina, na mesorregião denominada pelo IBGE como Sul Catarinense. (Figura 1)

² Disponível em http://www.diariosapp.com.br/fmanager/jdiarios/edicoes/arquivo4330_1.pdf

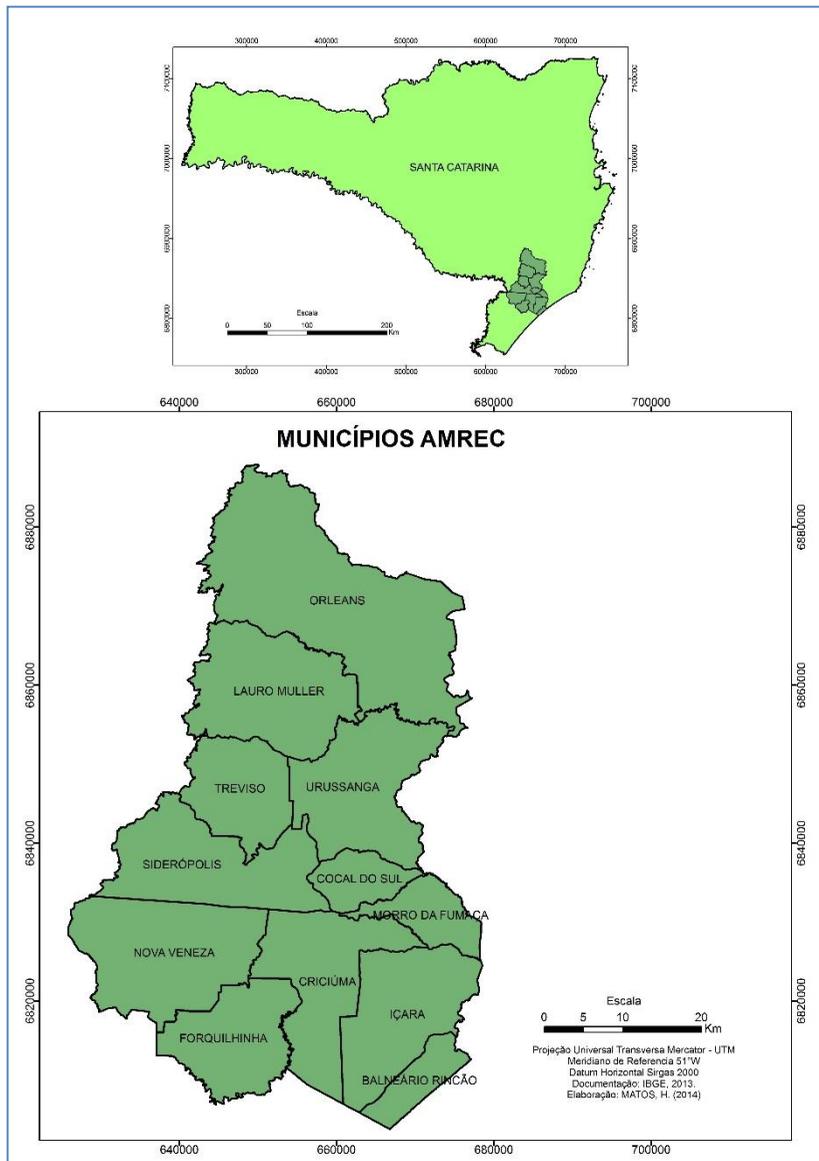
A Associação dos Municípios da Região Carbonífera – AMREC é uma entidade com personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, de natureza civil, que visa à integração administrativa, econômica e social dos municípios da região carbonífera do Sul do estado de Santa Catarina (AMREC, 2014).

De acordo com a FECAM (2012), Santa Catarina é dividida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE em seis mesorregiões: Norte, Oeste, Serrana, Vale do Itajaí, Grande Florianópolis e Sul que, por sua vez, organizam-se politicamente por Associações de Municípios.

Atualmente, a AMREC é integrada pelos 12 (doze) municípios descritos a seguir (AMREC, 2014):

1. Balneário Rincão;
2. Cocal do Sul;
3. Criciúma;
4. Forquilha;
5. Içara;
6. Lauro Müller;
7. Morro da Fumaça;
8. Nova Veneza;
9. Orleans;
10. Siderópolis;
11. Treviso
12. Urussanga.

Figura 1: Mapa de localização dos municípios da AMREC no Estado de Santa Catarina.



Fonte: LABPGT (2014).

A população total estimada na região para 2013, segundo o IBGE, é de 411.584 (Tabela 1), sendo que a cidade de Criciúma possui 202.395, correspondendo a 49,2% do total de habitantes da região. Criciúma é o polo regional e tem a maior densidade demográfica entre os municípios pertencentes à AMREC, com 815 hab/km².

Em termos populacionais, a segunda maior cidade da região é Içara, com 51.416 habitantes. Na sequência, temos as cidades de Forquilha, Orleans e Urussanga, com um número de habitantes semelhantes, ou seja, 24.256, 22.171 e 20.826, respectivamente. O município com menor número de habitantes é Treviso, com 3.706 e densidade demográfica de 22 hab/km², também a menor da região.

Tabela 1: Dados populacionais da AMREC

Municípios	População estimada 2013 (Habitantes)	População 2010 (Habitantes)	Área da unidade territorial (km ²)	Densidade demográfica (hab/km ²)
Criciúma	202.395	192.308	235,71	815,87
Içara	51.416	58.833	293,55	200,42
Forquilha	24.256	22.548	183,13	123,12
Orleans	22.171	21.393	548,79	38,98
Urussanga	20.826	20.223	254,87	79,35
Morro da Fumaça	16.888	16.126	83,12	194,01
Cocal do Sul	15.860	15.159	71,13	213,13
Lauro Muller	14.841	14.367	270,78	53,06
Nova Veneza	14.098	13.309	295,04	45,11
Siderópolis	13.499	12.998	261,66	49,67
Balneário Rincão	11.628	-	-	-
Treviso	3.706	3.527	157,08	22,45
Total	411.584	390.791	2.654,87	155,03

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

O total da área territorial da região é de 2.654,87 km² e a densidade demográfica média é de 155 hab/km². O município com a maior área territorial é Orleans, com 548,79 km².

A região está localizada entre a serra geral do Sul do estado e o mar. Os municípios de Orleans, Lauro Müller, Treviso, Siderópolis e Nova Veneza fazem divisa com a Serra (Figura 2) e alguns têm áreas no costão da serra. Esta proximidade propicia um inverno rigoroso na região,

possibilitando a exploração de atividades desta estação e é roteiro para turistas que sobem a serra, a fim de aproveitar o turismo de inverno³.

A posição estratégica dos municípios permite uma observação da paisagem privilegiada da serra e da exuberância da Mata Atlântica (Figura 2).

Figura 2: Paisagem da Serra Geral



Fonte: Ricardo Pieri (2014)

Por outro lado, há também a proximidade com o mar. O município de Balneário Rincão possui 13 km de praia (Figura 3), o que permite temperatura ideal no verão para o aproveitamento de toda a sua extensão para a prática das demais atividades que o verão proporciona.

Figura 3: Representação panorâmica da praia do Balneário Rincão, SC



Fonte: Clicrbs⁴

³Disponível em <http://geografiaopinativa.blogspot.com.br/2013/08/regiao-sul-caracteristicas-gerais-clima.html>

⁴ Disponível em <http://www.clicrbs.com.br/rbs/image/12542134.jpg>

É importante destacar que há possibilidade de exploração de atividades turísticas na região durante todo o ano, aproveitando as atividades que podem ser desenvolvidas na serra e no mar.

1.2 OBJETOS

1.2.1 Objeto Geral

Identificar e quantificar o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC, com a finalidade de propor um desenvolvimento integrado regional.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar o perfil socioeconômico dos municípios envolvidos e sua infraestrutura básica;
- b) Apresentar as políticas e planos estratégicos estabelecidos pelos governos federal e estadual;
- c) Analisar o potencial de desenvolvimento do patrimônio turístico da região;
- d) Avaliar a estrutura organizacional específica para promover o turismo dos municípios;
- e) Propor diretrizes de integração regional do turismo para os municípios da AMREC.

1.3 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

O trabalho foi estruturado em capítulos para melhor organização e compreensão de seus resultados e serão apresentados de forma resumida a seguir.

No capítulo 2, são apresentadas informações sobre os municípios da AMREC e suas características culturais, turísticas e ambientais. Buscou-se informações nas publicações do IBGE, ATLASBRASIL e IPEADATA, fontes secundárias das quais foram compiladas tabelas, de forma a melhor expressar a realidade dos municípios da pesquisa como: PIB, valor adicionado, IDHM, Incidência de Pobreza e desigualdade, religiosidade, educação e saúde.

No capítulo 3, é apresentada a fundamentação teórica, passando por definições, conceitos e informações acerca do turismo e das políticas federal, estadual e regional que dão rumo ao desenvolvimento turístico

sustentável do país. É ainda apresentado o modelo do inventário da oferta turística do Ministério do Turismo e outras experiências, em função da necessidade de se desenvolver um modelo para conhecer a ocorrência de infraestrutura de apoio, serviços e equipamentos ou atrativos turísticos da região estudada.

No capítulo 4, são definidos os procedimentos metodológicos utilizados para a quantificação dos elementos dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios pesquisados, bem como a forma de aplicação ou coleta dos dados.

No capítulo 5, é feita a análise dos dados coletados de forma individualizada e/ou integrada, em função dos resultados obtidos, avaliando-se as possibilidades e limitações de cada município ou elemento encontrado.

No capítulo 6, há as considerações finais do trabalho com as indicações de sugestões de integração turística da região, bem como comentários e críticas a respeito das alternativas e possibilidades em função da realidade regional.

2 CARACTERÍSTICAS DOS MUNICÍPIOS DA AMREC

Muito se tem mencionado o desenvolvimento econômico atual do Sul do Estado de Santa Catarina que, se por um lado vem apresentando crescimento, por outro este crescimento está abaixo da média estadual e, principalmente, aquém do crescimento registrado na região do Norte do Estado. É uma preocupação constante dos líderes empresariais, de prefeitos e demais lideranças políticas da região. Para Alves (2013, p.12), a ausência de mobilização coletiva para lutar pelo desenvolvimento fez com que Criciúma, a maior cidade do extremo Sul Catarinense, caísse do posto de 5ª economia de Santa Catarina, atingido no século passado, para a 10ª posição em retorno do ICMS, segundo dados da Secretaria de Estado da Fazenda de 2013.

O foco da discussão e das propostas de retomada de um desenvolvimento econômico está normalmente atrelado à criação de novas empresas industriais ou comerciais, na criação de produtos de maior valor agregado, na preparação e qualificação da mão de obra local, do desenvolvimento da infraestrutura regional (estradas, portos, aeroportos, modais de transportes). Enfim, medidas de longo prazo baseadas no desenvolvimento econômico, com foco principal na criação de novas unidades industriais, como afirma Aguiar (2013, p. 30), Vice-presidente da Associação Empresarial de Criciúma (ACIC), que o crescimento econômico só se faz com indústrias, pois somente ela agrega valor trazendo dinheiro novo para a cidade. Continua ainda a autora dizendo que é urgente a criação de políticas que incrementem as indústrias existentes e incentivem a implantação de novas.

Nesta perspectiva, o turismo não é tratado como uma possibilidade de atrair dinheiro novo, de agregar valor à economia local e contribuir de forma efetiva para o desenvolvimento econômico da região, porém, ultimamente, o turismo nos municípios começou a fazer parte das agendas dos prefeitos da região como possibilidade concreta de contribuir para o desenvolvimento sustentável.

A atividade turística representa uma fonte sustentável de geração de renda e de valor adicionado aos municípios com a vantagem de ser uma indústria que, uma vez atendidas as exigências de preservação ambiental, oferece uma operação com baixa degradação do ambiente. Assim, consideradas as riquezas

naturais do país que, de modo abrangente, contempla vocações turísticas em, praticamente, todas as modalidades conhecidas, é necessário apropriar as virtudes turísticas do território ao Plano de Desenvolvimento Sustentável Local (BARROS *et al.* 2009, p. 1).

De acordo com a SATC (2014), a região Sul de Santa Catarina é uma área mais que especial para o turismo, possuindo cânions, cachoeiras, águas termais, praias, gastronomia variada, artesanato, arquitetura histórica, passeios de trem, mina de visitação e uma das serras mais belas do mundo, que transformam as rotas “Encantos do Sul” e “Caminhos dos Cânions” em pontos de parada de turistas.

A região Sul do estado de Santa Catarina foi colonizada, predominantemente, por italianos. A cultura italiana encontra-se impregnada em toda sociedade do Sul Catarinense por meio da arquitetura, das tradições e costumes, da música, dos corais, da religiosidade e da gastronomia. Muitas das cidades dessa região têm pactos de amizade assinados com cidades italianas, normalmente ligadas às de origem dos italianos que vieram para o Brasil e as fundaram. Este programa de cidades-irmãs entre Brasil e Itália é denominado *Gemellaggio*. A cidade de Criciúma possui *Gemellaggio* com a cidade italiana de Vitória Vêneto⁵; a cidade de Nova Veneza tem *Gemellaggio* com a cidade de Malo⁶, Província de Vicenza, Itália; já a cidade de Siderópolis e a comunidade de Rio Jordão têm *Gemellaggio* com Forno di Zoldo⁷, na Itália, e assim tantas outras cidades de nossa região, as quais possuem seus pactos assinados com cidades irmãs na Itália.

Muitas cidades do Sul catarinense preservam de forma consistente esta cultura. Desenvolver programas focados no turismo, cultura, gastronomia e religiosidade dessas cidades é dar opções de desenvolvimento econômico sustentável, incentivando a preservação dos recursos naturais ainda existentes e da cultura local. Cidades como

⁵ Disponível em

[http://www.criciuma.sc.gov.br/site/noticia/comitativa_e_recebida_por_prefeito_o_de_vittorio_veneto-5608](http://www.criciuma.sc.gov.br/site/noticia/comitativa_e_recebida_por_prefeito_de_vittorio_veneto-5608)

⁶ Disponível em

http://www.cvnnv.sc.gov.br/leis_ordinarias.php?news_id=103619&start=300&category_id=100017&parent_id=0&arcyear=&arcmonth=

⁷ Disponível em <http://videosidesa.blogspot.com.br/2010/11/sideropolis-e-forno-di-zoldo-reafirmam.html>

Urussanga, Nova Veneza, Siderópolis (Antiga Beluno), Treviso, Orleans, Morro da Fumaça e Criciúma, são exemplos do potencial turístico cultural e gastronômico da região Sul do estado de Santa Catarina.

A existência de equipamentos turísticos como: a Imagem de Nossa Senhora Aparecida em Treze de Maio, a Imagem de Nossa Senhora de Fátima em Siderópolis (Figura 4), o Museu ao Ar Livre e as Obras do Paredão do Zeca Diabo, em Orleans, os prédios típicos italianos do século passado de Urussanga, já tombados por lei municipal, o Museu Augusto Casagrande, a Casa do Ferroviário, a Mina de Visitação, a Gruta Nossa Senhora da Salete, o Museu de Zoologia da Unesc, em Criciúma, a Barragem do Rio São Bento e os restaurantes típicos italianos de Siderópolis, o Museu, a Igreja, a Praça da Chaminé, o Palácio das Águas e as Casas de Pedras, em Nova Veneza, dão mostra do potencial turístico regional.

Figura 4: Imagem de Nossa Senhora de Fátima em Siderópolis, SC



Fonte: Ricardo Pieri (2012)

Deve-se, ainda, incluir os eventos regionais de cultura, como a Festa das Etnias (Criciúma), o Carnaval de Veneza (Nova Veneza –

Figura 5), a Heimatfest (Forquilha), a Festa do Vinho (Urussanga), as várias Associações das Etnias colonizadoras, os Grupos Corais e os Grupos de Danças Típicas, além de toda a italianidade Regional.

Figura 5: Imagem do Evento Carnaval de Veneza em Nova Veneza, SC



Foto: Maurício Vieira (2012)⁸

Há que se destacar, ainda, o surgimento de investimentos públicos e privados na região, que demonstram o interesse da região pelo turismo, como a revitalização da praça Humberto Borloluzi e o Hotel Bormon, que vem recebendo as delegações dos times da série A do campeonato Brasileiro de Futebol, quando jogam em Criciúma, ambos em Nova Veneza; o restaurante Casa do Chico, instalado em uma casa centenária, também na mesma cidade; o Hotel Oma Zita, recém-inaugurado em Forquilha, com arquitetura Germânica, dentre outros.

Inaugurada há um ano, a Casa do Chico superou as expectativas do empresário Joceli Ghellere, o Chico. "O restaurante tem casa cheia todos os finais de semana e o sucesso tem sido além do que esperávamos", conta o proprietário do estabelecimento. A inauguração da Casa do Chico, que teve um investimento de aproximadamente R\$ 1,3 milhão, veio com a

⁸ Disponível em <http://wp.clicrbs.com.br/tamborim/files/2012/06/veneza.jpg>

finalidade de oferecer um restaurante de comida típica italiana no período noturno. Agora o empresário investe em outro negócio, uma gelateria e cafeteria, no mesmo município. (FELISBERTO, 2013)

Além das questões culturais relatadas, há ainda os atrativos naturais decorrentes da localização dos municípios entre a Serra Geral do Sul do estado e o mar, que apontam para os municípios de Orleans, Lauro Müller, Treviso, Siderópolis e Nova Veneza, os quais fazem divisa com a Serra e alguns deles têm áreas no Costão da Serra, apresentando um clima e visual da serra privilegiados, bem como a proximidade com o litoral no município de Balneário Rincão.

2.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO

Neste item, serão apresentados os aspectos que caracterizam os municípios estudados e que fazem parte da AMREC, do ponto de vista econômico, social e outras atividades relevantes.

2.1.1 Produto Interno Bruto

Os municípios pertencentes à AMREC geram um Produto Interno Produto – PIB, de acordo com o IBGE, de R\$ 9.049.639.000,00. Criciúma é a cidade da região que tem maior representação na formação do PIB, com 45,30%, seguido por Içara com uma participação de 45,30% (Tabela 2).

Como o município de Balneário Rincão foi instalado em 1º de janeiro de 2013 e os dados do PIB levantados pelo IBGE são de 2011, o mesmo não apresenta valores na tabela. Porém, o movimento econômico gerado por este município no período em análise está contido no PIB de Içara, município de onde o Balneário Rincão se emancipou.

Tabela 2: PIB 2011 dos Municípios da AMREC

Municípios	PIB a preços correntes		PIB <i>per capita</i> a preços correntes (R\$)
	(mil R\$)	% participação	
Criciúma	4.099.679	45,30%	21.133,56
Içara	1.040.720	11,50%	17.457,05
Forquilha	656.139	7,25%	28.688,67
Orleans	608.017	6,72%	28.282,47
Urussanga	563.196	6,22%	27.755,96
Morro da Fumaça	483.961	5,35%	29.787,71
Cocal do Sul	432.388	4,78%	28.318,04
Nova Veneza	422.246	4,67%	31.398,39
Siderópolis	351.664	3,89%	26.908,25
Lauro Müller	202.934	2,24%	14.067,22
Treviso	188.695	2,09%	53.048,79
Balneário Rincão	-	-	-
Total	9.049.639	100,00%	22.952,25

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

Com relação ao PIB *per capita*, observa-se que o município com o menor PIB da região (Treviso) tem o melhor PIB *per capita* de R\$ 53.048,79 por habitante. Em geral, na região estudada, os melhores PIB *per capita* estão nos municípios com os PIB menos expressivos. Criciúma e Içara, que geram os maiores PIB da região, estão entre os 3 piores PIB *per capita* da região, com R\$ 21.133,56 e R\$ 17.457,05, respectivamente. O menor PIB *per capita* é de Lauro Müller, com R\$ 14.067,22.

Comparando-se o PIB *per capita* do Brasil de R\$ 21.535,65 (Tabela 3) com o PIB *per capita* da AMREC de R\$ 22.952,25 (Tabela 2), o da AMREC está 6,58% acima da média brasileira. Porém, quando comparado ao PIB *per capita* de Santa Catarina, que é de R\$ 26.760,92 (Tabela 3), o da AMREC está 16,59% abaixo da média Catarinense.

Tabela 3: PIB do Brasil por Região

Grandes Regiões e UF	Produto Interno Bruto (1.000.000 R\$)	Produto Interno Bruto <i>per capita</i> (R\$)
Norte	223.538	13.888,49
Nordeste	555.325	10.379,55
Sudeste	2.295.690	28.359,39
Centro-Oeste	396.411	27.829,64
Sul	672.049	24.382,79
Paraná	239.366	22.769,98
Rio Grande do Sul	263.633	24.562,81
Santa Catarina	169.050	26.760,82
Total (Brasil)	4.143.013	21.535,65

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Contas Regionais do Brasil 2011

2.1.2 Característica da Atividade Econômica

Para caracterizar a atividade econômica desenvolvida na região, foram buscadas informações no IBGE sobre a agregação de valor com as atividades executadas nos municípios, denominado valor adicionado.

O valor adicionado representa o valor que a atividade agrega aos bens e serviços consumidos no seu processo produtivo. É a contribuição ao produto interno bruto pelas diversas atividades econômicas, obtida pela diferença entre o valor de produção e o consumo intermediário absorvido por essas atividades (IPEADATA, 2014).

Considerando o Valor Adicionado Bruto (VAB) dos municípios da região em estudo, constata-se que 49,7% do mesmo vêm da Prestação de Serviço. A indústria é responsável por um valor adicionado bruto de 47,1% e a atividade agropecuária por apenas 3,1% (Tabela 4).

Nova Veneza, Lauro Müller e Orleans são as cidades onde a agropecuária tem maior representatividade em termos de valor adicionado bruto, sendo 10,7%, 9,5% e 8,8%, respectivamente.

Tabela 4: VAB 2011 dos municípios da AMREC

Municípios	Valor adicionado bruto da agropecuária a preços correntes		Valor adicionado bruto da indústria a preços correntes		Valor adicionado bruto dos serviços a preços correntes	
	(mil R\$)	%	(mil R\$)	%	(mil R\$)	%
Nova Veneza	39.407	10,7%	211.863	57,6%	116.340	31,6%
Lauro Müller	18.291	9,5%	71.658	37,2%	102.923	53,4%
Orleans	48.583	8,8%	266.362	48,4%	235.674	42,8%
Forquilha	32.045	5,3%	380.569	62,9%	192.879	31,9%
Içara	46.409	5,2%	401.053	45,0%	443.909	49,8%
Siderópolis	15.660	4,8%	202.958	61,9%	109.341	33,3%
Urussanga	18.932	3,8%	308.157	61,2%	176.595	35,1%
Treviso	4.834	2,6%	139.312	75,0%	41.703	22,4%
Morro da Fumaça	7.120	1,6%	257.872	59,7%	166.727	38,6%
Cocal do Sul	4.512	1,2%	233.286	60,5%	147.844	38,3%
Criciúma	17.796	0,5%	1.341.293	36,7%	2.291.910	62,8%
Balneário Rincão	-	-	-	-	-	-
Total	253.589	3,1%	3.814.383	47,1%	4.025.845	49,7%

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

De maneira geral, a região é caracterizada pelas atividades industriais e de serviços (inclui o comércio), que geram 96,9 % do valor

adicionado bruto. No VAB das atividades dos serviços, estão incluídas as atividades relacionadas ao turismo.

2.1.3 Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM é desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA e Fundação João Pinheiro – FJP e socializado na plataforma Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil 2013.

O IDHM é desenvolvido a partir de uma referência utilizada internacionalmente – o Índice de Desenvolvimento Humano. É um instrumento de estímulo ao uso de dados socioeconômicos para a análise da nossa sociedade.

O IDH reúne três dos requisitos mais relevantes para a expansão das liberdades das pessoas: a oportunidade de se levar uma vida longa e saudável – saúde –, ter acesso ao conhecimento – educação – e poder desfrutar de um padrão de vida digno – renda (ATLASBRASIL, 2014).

Os IDHM de 2010 dos municípios da AMREC (Tabela 5) são considerados “altos” pelos critérios do Atlas Brasil, pois todos estão acima de 0,70, em uma escala estabelecida de 0 a 1. Analisando a composição dos índices, percebe-se que no quesito **Longevidade**, todos os municípios analisados apresentam um padrão considerado “muito alto”. Com relação à **Renda**, a classificação do índice indica um padrão “alto”. Porém, com relação ao componente **Educação**, os municípios de Urussanga, Orleans, Forquilha, Içara, Morro da Fumaça e Lauro Müller apresentam uma classificação considerada média.

Tabela 5: IDHM dos Municípios da AMREC – 2010

Posição	Nome	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal			
		Renda	Longevidade	Educação	IDHM 2010
20 °	Criciúma (SC)	● 0,786	● 0,846	● 0,737	● 0,788
30 °	Cocal do Sul (SC)	● 0,747	● 0,859	● 0,740	● 0,780
42 °	Siderópolis (SC)	● 0,751	● 0,880	● 0,701	● 0,774
42 °	Treviso (SC)	● 0,737	● 0,882	● 0,714	● 0,774
47 °	Urussanga (SC)	● 0,756	● 0,876	● 0,695	● 0,772
55 °	Nova Veneza (SC)	● 0,741	● 0,869	● 0,703	● 0,768
84 °	Orleans (SC)	● 0,749	● 0,873	● 0,657	● 0,755
92 °	Forquilha (SC)	● 0,754	● 0,861	● 0,657	● 0,753
125 °	Içara (SC)	● 0,732	● 0,861	● 0,645	● 0,741
132 °	Morro da Fumaça (SC)	● 0,732	● 0,825	● 0,665	● 0,738
148 °	Lauro Müller (SC)	● 0,714	● 0,822	● 0,677	● 0,735

Faixas de desenvolvimento Humano

●	Muito Alto	0,800 - 1,000
●	Alto	0,700 - 0,799
●	Médio	0,600 - 0,699
●	Baixo	0,500 - 0,599
●	Muito Baixo	0,000 - 0,499

Fonte: Adaptado pelo autor, de ATLASBRASIL (2014)

2.1.4 Incidência da Pobreza e Índice GINI (Desigualdade)

O IBGE, por meio do Censo Demográfico 2000 e Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF 2002/2003, gerou o Mapa da Pobreza e Desigualdade das cidades brasileiras, disponibilizado no IBGE Cidades.

Entre outras informações, o mapa apresenta indicadores da Incidência da Pobreza, absoluta e subjetiva e o Índice GINI, a saber:

1. **Incidência da Pobreza Absoluta** – é medida a partir de critérios que analisam a capacidade de consumo das pessoas, sendo consideradas pobres aquelas pessoas que não conseguem ter acesso a uma cesta alimentar e a bens mínimos necessários à sua sobrevivência. (IBGE – Sala de Imprensa)
2. **Incidência da Pobreza Subjetiva** – é derivada da opinião dos entrevistados e calculada, levando-se em consideração a própria percepção das pessoas sobre suas condições de vida. Segundo especialistas, a percepção de bem-estar de um indivíduo sofre influência de acordo com sua posição em relação aos demais indivíduos de um determinado grupo de referência. (IBGE – Sala de Imprensa)

3. **Índice GINI** – é um parâmetro internacional usado para medir a desigualdade de distribuição de renda. O coeficiente varia entre 0 e 1, sendo que quanto mais próximo do zero, menor é a desigualdade de renda.

Nos municípios em estudo, a incidência da pobreza absoluta média ficou em 23,84% e a subjetiva, em 14,88%. A média do estado de Santa Catarina é de 27,19% e 17,17, respectivamente. Assim, com relação à incidência da pobreza, a região em estudo tem indicadores melhores que a média estadual. Em uma análise individual, os municípios de Forquilha e Içara apresentam indicadores piores que a média estadual (Tabela 6).

Em relação ao Índice GINI, que mede a desigualdade da distribuição de renda, pode-se constatar que, em média, os municípios da AMREC têm um índice médio abaixo da média estadual, ou seja, 0,36 contra 0,39 do estado. O Índice GINI do Brasil é de 0,519 (2012).

Tabela 6: Indicadores de Pobreza e Desigualdade

Municípios	Incidência da Pobreza %		Índice de Gini
	Absoluta	Subjetiva	
Nova Veneza	21,35	13,42	0,36
Criciúma	25,37	16,20	0,39
Urussanga	16,27	10,07	0,35
Forquilha	29,64	19,51	0,35
Cocal do Sul	23,69	13,62	0,35
Içara	28,21	17,32	0,35
Siderópolis	24,46	15,84	0,36
Treviso	18,31	11,17	0,31
Morro da Fumaça	26,70	16,59	0,37
Lauro Muller	27,11	16,94	0,36
Orleans	21,08	12,97	0,36
Balneário Rincão			
Média AMREC	23,84	14,88	0,36
Santa Catarina	27,19	17,17	0,39

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

No Índice GINI, há certo equilíbrio entre os municípios que compõem a AMREC.

2.1.5 Religiosidade

Em função de sua colonização inicial, predominantemente italiana, a região sempre teve uma forte relação com as práticas da religião católica. Esta predominância se observa na arquitetura regional, por meio da abundância de igrejas católicas existentes nas ocorrências de festas dedicadas aos Santos Católicos, bem como nas práticas religiosas, manifestadas através dos ritos ou sacramentos católicos como: batismo, crisma, eucaristia, penitência, unção dos enfermos, ordem e matrimônio.

A opção religiosa dos habitantes dos municípios da AMREC é predominantemente católica com 69,5%, seguida pelas religiões evangélicas, que representam 20,2% da população regional. Observa-se, ainda, a opção pela religião espírita, com 0,75% (Tabela 7).

Tabela 7: Opção Religiosa

Municípios	Número de Habitantes	População residente, religião católica apostólica romana		População residente, religião evangélica		População residente, religião espírita	
		Qtde	%	Qtde	%	Qtde	%
Nova Veneza	14.098	11.654	82,7%	1.361	9,7%	17	0,12%
Criciúma	202.395	126.807	62,7%	50.431	24,9%	2.406	1,19%
Urussanga	20.826	17.381	83,5%	2.221	10,7%	151	0,73%
Forquilha	24.256	16.775	69,2%	4.945	20,4%	23	0,09%
Cocal do Sul	15.860	12.556	79,2%	2.193	13,8%	89	0,56%
Içara	51.416	43.498	84,6%	13.101	25,5%	227	0,44%
Siderópolis	13.499	10.964	81,2%	1.519	11,3%	50	0,37%
Treviso	3.706	3.185	85,9%	277	7,5%	7	0,19%
Morro da Fumaça	16.888	12.001	71,1%	3.442	20,4%	38	0,23%
Lauro Müller	14.841	12.258	82,6%	1.708	11,5%	45	0,30%
Orleans	22.171	19.115	86,2%	1.971	8,9%	54	0,24%
Balneário Rincão	11.628	-	0,0%	-	0,0%	-	0,00%
Total	411.584	286.194	69,5%	83.169	20,2%	3.107	0,75%

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

Criciúma, a maior cidade do Sul Catarinense, apresenta a maior diversidade de opções religiosas, com 62,7% de católicos, 24,9% de evangélicos e 1,19% de espíritas. Por outro lado, as cidades menores e com forte tradição italiana, mantêm um percentual de católicos entre 80% e 86%.

2.1.6 Educação e Saúde

De acordo com o IBGE (Tabela 8), nos municípios estudados, o percentual de pessoas alfabetizadas é de 84,6%, em média. Ainda nestes municípios, 43,5% da população estão frequentando creches, escolas, Ensino Fundamental ou Médio, totalizando 178.897 pessoas (Tabela 8).

Tabela 8: Informações da Educação

Municípios	Número de Habitantes	População alfabetizada		População que frequentava creche, escolas, ensino fundamental e médio	
		Qtde	%	Qtde	%
Nova Veneza	14.098	12.048	85,5%	6.186	43,9%
Criciúma	202.395	172.025	85,0%	91.174	45,0%
Urussanga	20.826	18.360	88,2%	7.758	37,3%
Forquilha	24.256	19.911	82,1%	10.156	41,9%
Cocal do Sul	15.860	13.804	87,0%	6.803	42,9%
Içara	51.416	51.694	100,5%	26.614	51,8%
Siderópolis	13.499	11.532	85,4%	5.373	39,8%
Treviso	3.706	3.248	87,6%	1.361	36,7%
Morro da Fumaça	16.888	14.005	82,9%	7.478	44,3%
Lauro Müller	14.841	12.688	85,5%	6.379	43,0%
Orleans	22.171	18.903	85,3%	9.615	43,4%
Balneário Rincão	11.628	-	-	-	-
Total/Média	411.584	348.218,00	84,6%	178.897,00	43,5%

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

Quanto aos estabelecimentos de saúde com possibilidades de executar serviços de emergência, na AMREC existem 13 possibilidades. Por coincidência, há também 13 estabelecimentos de saúde na região preparados para fazer a internação de pessoas.

Estes estabelecimentos contam com 1.207 leitos de internação, porém, apenas 109 são leitos para atendimentos pelos serviços públicos de saúde, representando 9% do total. Os demais 1.098 leitos são para atendimentos privados, correspondendo a 91% do total, conforme se pode observar na tabela 9.

Analisando o total de estabelecimentos que atuam na área da saúde, o IBGE (Tabela 10) identificou 173 estabelecimentos públicos,

155 estabelecimentos privados, o que totaliza 327 estabelecimentos de saúde em toda a região.

Tabela 9: Emergência e Internação em Saúde

Municípios	Estabelecimento de Saúde para		Leitos para Internação		
	Emergência	Internação	Privados	Públicos	Total
Nova Veneza	0	2	97	0	97
Criciúma	6	5	637	10	647
Urussanga	1	1	115	0	115
Forquilha	0	0	0	0	0
Cocal do Sul	1	0	0	0	0
Içara	1	2	91	0	91
Siderópolis	1	0	0	0	0
Treviso	0	0	0	0	0
Morro da Fumaça	1	1	106	0	106
Lauro Müller	1	1	0	99	99
Orleans	1	1	52	0	52
Balneário Rincão	0	0	0	0	0
Total	13	13	1098	109	1207

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

Tabela 10: Estabelecimentos de Saúde Total

Municípios	Estabelecimentos de Saúde Total		
	Privado	Público	Total
Nova Veneza	8	10	18
Criciúma	94	57	150
Urussanga	6	10	16
Forquilha	2	15	17
Cocal do Sul	5	8	13
Içara	16	31	47
Siderópolis	4	5	9
Treviso	1	1	2
Morro da Fumaça	5	10	15
Lauro Müller	4	8	12
Orleans	10	18	28
Balneário Rincão	0	0	0
Total Média	155	173	327

Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

3 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Para atingir aos objetivos propostos, o referencial teórico-metodológico foi elaborado priorizando definições, conceitos e informações acerca do turismo e das políticas federal, estadual e regional que dão direcionamento ao desenvolvimento turístico sustentável do país e no modelo do Inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo como base da definição de metodologia para quantificar o potencial dos atrativos turístico do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC.

3.1 O TURISMO COMO SISTEMA

O turismo é uma atividade de base cultural, despertada pelo interesse das pessoas em conhecer os costumes, religiões, arte, paisagem, arquitetura, enfim, conhecer a forma de vida de outras pessoas ou regiões, na sua forma presente ou no passado, entendendo como vivem ou viviam as pessoas em determinado momento.

Trata-se de um processo de interação contínua de conhecimento de espaços e culturas atraentes entre comunidades diferentes que ocupam espaços distintos e socialmente construídos. Por apresentar essa diversidade, tornam-se atraentes para o conhecimento do outro – o turista, aquele que viaja para conhecer novos locais, para descansar, para esporear em um ambiente diferente daquele onde tem sua moradia (DIAS, 2006, p.1).

Para Rodrigues (1999, p.17), o turismo é um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos da sociedade pós-industrial e movimenta, em nível mundial, um grande volume de pessoas e capital, participando de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados.

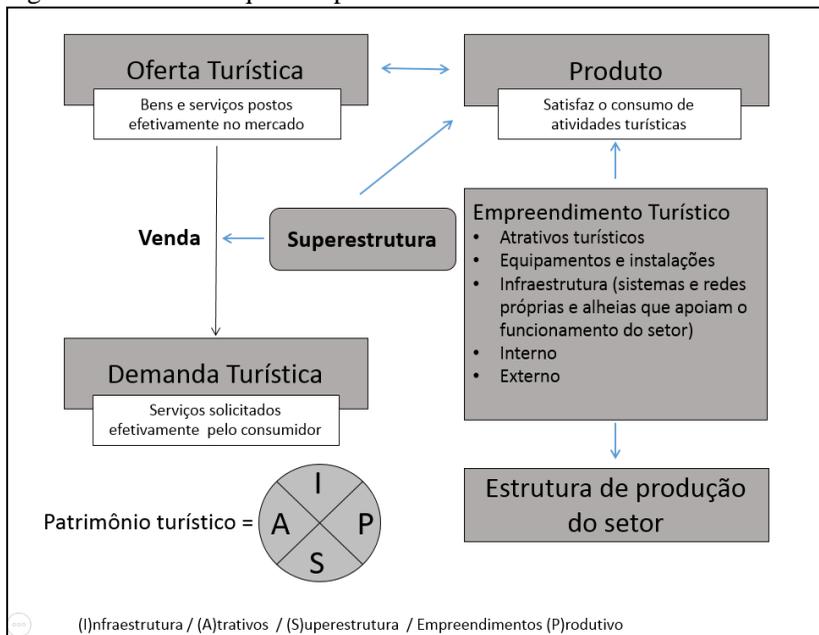
Segundo Boullón (2002, p. 37), o turismo é uma consequência de um fenômeno social cujo ponto de partida é a existência do tempo livre e o desenvolvimento dos sistemas de transporte.

O autor afirma ainda que em torno de viagens realizadas para o aproveitamento do tempo ocioso, foram se agregando uma série de atividades, como forma de resolver os problemas das pessoas, incorporando-se serviços destinados a aumentar o conforto e possibilitar oportunidades de lazer ao turista, com ações em um primeiro momento da iniciativa privada e, posteriormente, com o engajamento do poder público.

Desta forma, foi se formando uma rede de relações ao redor do turismo para dar suporte ao seu funcionamento, o que acabou originando um sistema com algumas facetas ou modelos, como:

- Oferta-demanda – centra interesse no funcionamento do chamado turismo comercial (Figura 6);
- Antropológico social – ocupa-se das manifestações do ócio e do tempo livre nas diversas sociedades e analisa suas repercussões nas condutas individuais e coletivas;
- Turismo Industrial – interessa a produção de massa, a comercialização e o lucro.

Figura 6: Elementos que compõe o Sistema Turístico



Fonte: Adaptado de Boullón (2002, p. 38)

Na figura 6, pode-se observar as partes integrantes do sistema turístico e suas relações com base no modelo oferta-demanda. À esquerda da figura encontra-se o ponto inicial do sistema com o encontro da oferta e demanda dos produtos turísticos, que, junto com a infraestrutura, compõem a estrutura de produção do setor, na parte direita da figura. No centro, consta a superestrutura turística, que tem por função o controle e

eficiência do sistema, fiscalizando seu funcionamento e as inter-relações das partes (BOULLÓN, 2002, p. 38).

3.1.1 Demanda Turística

Para o MTur (2008a, p.73), o turista é o agente econômico gerador do consumo, assim, o valor e a qualidade dos produtos e serviços ofertados devem estar de acordo com as necessidades, demandas e desejos dos mesmos.

A demanda turística é representada pelo total de turistas que são atraídos para uma determinada região, país, zona, centro turístico ou atrativos. Para melhor gerenciar a produção do setor de turismo é importante que se possa quantificar a geração da receita em cada um dos centros turísticos que o compõem. Assim, a demanda total de um país ou região é representada pela soma das demandas correspondentes a cada um dos centros turísticos que ela contém (BOULLÓN, 2002, p. 40).

Para Beni (2008, p164), a demanda representa a quantidade de bens e serviços que os consumidores desejam e têm condições de comprar por um certo preço em um determinado período de tempo.

Boullón (2002 p. 41) afirma, ainda, que no estudo do turismo de uma determinada região é importante o reconhecimento de alguns tipos de demanda turística:

- Turista real-consumidor potencial – representa o consumo adicional que a demanda real faz durante a sua estada, no consumo de bens e serviços que não foram pagos antes de sair de viagem ou que não são obrigatórios de hospedagem para o turista.
- Demanda histórica – é o registro real das demandas reais ocorridas no passado.
- Demanda futura – Resultado do cálculo de projeções para a demanda futura de determinada região com base na demanda histórica.
- Demanda potencial – É o que se poderia conseguir ou incrementar a partir da demanda de determinado lugar, que pode ser resultado da melhoria dos serviços e do aumento da capacidade de hospedagem, ou pelo efeito da publicidade, que pode apontar para outros segmentos de mercado nessas mesmas praças.

O entendimento desta classificação é fundamental para o planejamento do que deve ser feito para aumentar a demanda de todos e dos centros turísticos, de um país ou de uma região.

3.1.2 Oferta Turística

A oferta é a quantidade de bens e serviços que são disponibilizados em um mercado consumidor. De acordo com Beni (2008, p.177), a oferta turística é constituída pelo conjunto de recursos naturais e culturais, de bens e de serviços (como: alojamento, alimentação, recreação e lazer) com potencial de atrair e reter em uma determinada região, durante um certo período de tempo, um público visitante.

Para Boullón (2002 p. 43), a oferta de produtos, quando não consumida dentro de determinado tempo, pode ser estocada, considerando-se as condições apropriadas. Nas atividades de serviços, que é o caso do turismo, isto não é possível, pois a cada vez que expira o tempo de duração de um serviço, sua oferta é renovada e o serviço não vendido é perdido. Assim, um serviço só passa a ser produto depois de consumido, antes, é apenas oferta.

Organizar e promover a venda da oferta turística de uma determinada região, país, zona, centro turístico ou atrativos é condição básica para o êxito do desenvolvimento e deve fazer parte do planejamento turístico dos mesmos.

Em suma, pode-se dizer que a oferta turística é constituída pelos serviços fornecidos pelos elementos do empreendedorismo turístico e por alguns bens não-turísticos, que são comercializados mediante um sistema turístico, porque, em última instância, o que qualifica a classe de um bem é o sistema produtivo e não o tipo de consumidor (BOULLÓN, 2002, p. 44).

3.1.3 Processo de Venda

O encontro da oferta com a demanda turística se dá por meio do processo de compra e venda, lembrando que, no turismo, o consumidor se desloca ao local geográfico onde se localiza a oferta, e não ao contrário (BOULLÓN, 2002, p. 44).

Para Beni (2008, p.167), no mercado do turismo, os produtos não são homogêneos e intercambiáveis, mas diferenciados, pois, cada um vende um produto que, de certo modo, é diferenciado dos demais, o que poderia se assemelhar a um monopólio, em função desta diferenciação.

Em função disso, o mercado tem certa capacidade de variar os preços, ou seja, as pessoas estão dispostas a pagar um pouco mais por um produto melhor, ou por visitar um local espetacular. Por outro lado, se os preços subirem demais, há a possibilidade de se mudar de destino para outros semelhantes ou até não viajar.

Quando impossibilitado da distribuição direta dos produtos turísticos, em função da distância geográfica, podem-se escolher canais de distribuição apropriados. O processo de comercialização poderá acontecer de três formas: diretamente pelo operador aos consumidores; utilizar intermediários como as operadoras turísticas e agências de viagens ou optar pela venda simultânea com venda direta e com intermediários (BENI, 2008, p.202).

3.1.4 Produto Turístico

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, MTur (2008a, p.68), entende por produto turístico o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada, por um determinado preço.

Para Beni (2008, p.192), o produto turístico é um conjunto de bens e serviços produzidos em diversas unidades econômicas, que sofre uma agregação no mercado ao serem postos em destaques os atrativos turísticos.

O turista compra certos produtos para satisfazer suas necessidades elementares de dormir, comer e se deslocar, mas sua verdadeira motivação é o de realizar outras atividades, que lhe permitam passear, visitar os atrativos, fazer esportes e se divertir (BOULLÓN, 2002, p. 46).

3.1.5 Empreendimentos e Atrativos Turísticos

Os serviços turísticos vendidos são elaborados por um subsistema denominado “empreendedorismo turístico”, integrado por dois elementos: Equipamentos e as Instalações (BOULLÓN, 2002, p. 49).

O autor afirma, ainda, que estes, por sua vez, têm suas classificações próprias, ou seja, cada categoria de equipamentos e instalações são compostos por vários tipos, públicos e privados, conforme demonstrado nos quadros 1 e 2.

Quadro 1: Classificação dos elementos do equipamento turístico

Categoria	Tipo
1. Hospedagem	1.1 Hotéis 1.2 Motéis 1.3 Hospedaria e pousadas 1.4 Pensões 1.5 Apart-hotéis 1.6 Condomínios 1.7 Casas 1.8 Cabanas 1.9 Albergues 1.10 <i>Trailer parks</i> 1.11 <i>Camping</i> 1.12 Camas em casa de família
2. Alimentação	2.1 Restaurantes 2.2 Cafés 2.3 Quiosques Restaurantes típicos
3. Entretenimento	3.1 <i>Night Clubs</i> 3.2 Discotecas 3.3 Bares 3.4 Cassinos e jogos de azar 3.5 Cinemas e teatros 3.6 Outros espetáculos públicos 3.7 Clubes esportivos 3.8 Parques temáticos
4. Outros serviços	4.1 Agências de viagens 4.2 Informação 4.3 Guias 4.4 Comércio 4.5 Câmbio de moeda 4.6 Recursos para congressos e convenções 4.7 Transportes turísticos 4.8 Primeiros socorros 4.9 Módulos policiais 4.10 Estacionamento

Fonte: Boullón (2002 p. 50)

Estão vinculados ao desenvolvimento das atividades turísticas a categoria 3 “Entretenimento” e os tipos 4.4 (Comércio) e 4.6 (centro de convenções), da categoria 4. “Outros serviços”.

Quadro 2: Classificação das instalações

Categoria	Tipo
1. De água e praia	1.1 Marinas 1.2 Espigões 1.3 Molhes 1.4 Caramanchões, cabas ou alamedas 1.5 Barracas ou tendas 1.6 Guarda-sóis 1.7 Espreguiçadeiras 1.8 Observações submarina
2. De montanha	2.1 Mirantes 2.2 Circuitos de trilhas 2.3 Abrigos 2.4 Funicutores 2.5 Teleféricos 2.6 <i>Ski lift</i> 2.7 <i>Poma lift</i>
3. Gerias	3.1 Piscinas 3.2 Vestiários 3.3 Parques infantis 3.4 Golfe 3.5 Tênis 3.6 Outros esportes 3.7 Passarelas, pontes

Fonte: Boullón (2002 p. 51)

É de se destacar no quadro 2 os itens das construções especiais, cuja função é facilitar as atividades puramente turísticas.

O quadro 3 apresenta a classificação dos atrativos turísticos, e entre eles, destacam-se os sítios naturais.

Quadro 3: Classificação dos atrativos turísticos

Categoria	Tipo
1. Sítios naturais	1.1 Montanhas

	<ul style="list-style-type: none"> 1.2 Planícies 1.3 Costas 1.4 Lagos, lagoas e esteiros 1.5 Rios e lagos 1.6 Quedas d'água 1.7 Grutas e cavernas 1.8 Locais de observação de flora/fauna 1.9 Locais de caça e pesca 1.10 Caminhos pitorescos 1.11 Termas 1,12 Parques nacionais e reservas de flora e fauna
2. Museus e manifestações culturais históricas	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Museus 2.2 Obras de arte e técnica 2.3 Lugares históricos 2.4 Ruínas e sítios arqueológicos
3. Folclore	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 Manifestações religiosas e crenças populares 3.2 Feiras e mercados 3.3 Música e danças 3.4 Artesanato e artes populares 3.5 Comidas e bebidas típicas 3.6 Grupos étnicos 3.7 Arquitetura popular e espontânea
4. Realizações técnicas, científicas ou artísticas contemporâneas	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 Explorações de mineração 4.2 Explorações agropecuárias 4.3 Explorações industriais 4.4 Outras de arte e técnica 4.5 Centros científicos e técnicas
5. Eventos programados	<ul style="list-style-type: none"> 5.1 Artísticos 5.2 Esportivos 5.3 Feiras e exposições 5.4 Concursos 5.5 Festas religiosas e profanas 5.6 Carnavais 5.7 Outros

Fonte: Boullón (2002 p. 56)

Os atrativos turísticos são a matéria-prima do turismo. Sem eles, a região não pode realizar o desenvolvimento turístico, porque lhe faltaria

o essencial, e é partir da sua presença que se podem construir empreendimentos turísticos e explorá-los comercialmente (BOULLÓN, 2002, p. 47).

3.1.6 Infraestrutura

Para que o turismo possa funcionar, é necessário acrescentar a infraestrutura aos atrativos e aos empreendimentos turísticos.

Para o MTur (2008a, p.102), a infraestrutura básica de apoio ao turismo corresponde ao conjunto de obras, de estrutura física e serviços, que geram boas condições de vida para a comunidade e proporcionam o desenvolvimento da atividade turística, como: sistemas de transporte, energia elétrica, serviço de abastecimento de água, arruamento, sistema de comunicação, sistema educacional.

Embora uma infraestrutura excelente e bem mantida não possa garantir o crescimento da comunidade, sua ausência é um problema sério. Ela é necessária para sustentar a qualidade de vida e apoiar a produtividade econômica (KOTLER *et al.*, 2007, p.155).

No quadro 4, é apresentada a classificação da infraestrutura, que, além da categoria e tipos, é também classificada em subtipos. Como exemplo, o “transporte”, do tipo “aéreo”, é subdividido em “serviços aéreos” e “terminais”.

Quadro 4: Classificação da infraestrutura

Categoria	Tipos	Subtipo
1. Transporte	1.1 Terrestre	1.1.1 Rede de Estradas 1.1.1.2 Serviços para os veículos (oficinas mecânicas, postos de gasolina) 1.1.1.3 Serviços para o turista (sanitários, cafés, restaurantes) 1.1.1.4 Sinalização 1.1.1.5 Serviços de transporte 1.1.1.6 Terminais de ônibus 1.1.2 Rede ferroviária 1.1.2.2 Terminais ferroviários 1.1.3 Rede de ruas
	1.2 Aéreo	1.2.1 Serviços aéreos 1.2.2 Terminais

	1.3 Aquático	1.3.1 Marítimo 1.3.1.1 Serviço de transporte 1.3.1.2 Terminais 1.3.2 Fluvial e lacustre 1.3.2.1 Serviços de transporte 1.3.2.2 Terminais
2. Comunicação	2.1 Postais 2.2 Telegráficos 2.3 Telex 2.4 Telefônicas	
3. Saneamento	3.1 Rede de água 3.2 Rede de esgoto 3.3 Coleta de lixo 3.4 Saúde	3.2.1 Esgotos 3.2.2 Pluvial 3.4.1 Primeiros socorros 3.4.2 Hospitalização
4. Energia	4.1 Rede elétrica 4.2 Combustível	4.1.1 Iluminação pública 4.1.2 Serviços domiciliares 4.2.1 Gasolina 4.2.2 Gás

Fonte: Boullón (2002 p. 60)

A infraestrutura pode ser dividida em externa e interna. Externa é a infraestrutura que serve a todos os setores sem pertencer a nenhum deles especificamente e se fundamenta por redes ou elementos de um sistema que se estende por um território, enlaçando centros de produção, redes de comunicação e conglomerados urbanos.

A infraestrutura interna apresenta-se de duas formas: a primeira corresponde à infraestrutura que um setor dá a si mesmo, para operar em um local específico. A outra é a infraestrutura urbana que atende a todos internamente e não somente a determinado setor (BOULLÓN, 2002, p. 59).

3.1.7 A Superestrutura

Para Boullón (2002 p. 61), para que o sistema de turismo funcione adequadamente, há a necessidade que, além da infraestrutura, exista um subsistema superior que regule todo o sistema, denominado de superestrutura. Ela compreende todos os organismos especializados, públicos e privados, encarregados de otimizar e modificando

funcionamento de cada uma das partes que integram o sistema, quando necessário.

O autor afirma, ainda, que uma superestrutura, poderosa e sobre tudo eficiente, é mais importante do que se pensa, para que o setor turístico renda em relação direta com a importância dos atrativos e dos empreendimentos que se construiu para explorá-los, podendo, quanto à responsabilidade organizacional, ser composta por dois diferentes tipos de agrupamento:

- a) As dependências da administração pública
- b) As organizações privadas

Uma das principais funções da superestrutura é não apenas vigiar, mas intervir ativamente no processo de venda do produto turístico.

3.1.8 Patrimônio Turístico

Para o MTur (2008b, p.126), o patrimônio é composto pelos bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais, de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de atração turística: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados a apresentação ou complementação de bens materiais e imateriais; manifestações, como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e outras. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias enquadradas ou não na definição de patrimônio. Incluem-se nesta categoria, os eventos religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, gastronomia, exposição de arte, de artesanato e outros.

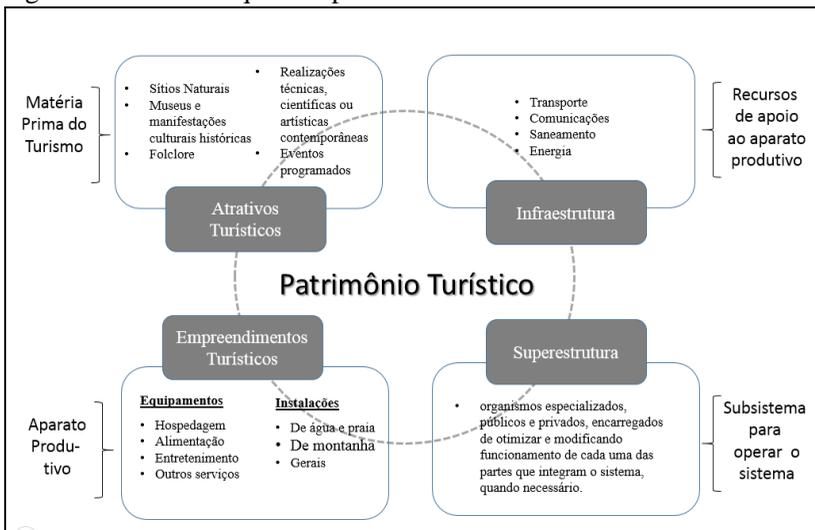
Para Boullón (2002 p. 66), o patrimônio turístico de um país é determinado a partir da integração de quatro componentes:

- a) Atrativos turísticos
- b) Empreendimentos turísticos
- c) Infraestrutura
- d) Superestrutura turística

O autor define, ainda, patrimônio turístico como a relação entre a matéria-prima (atrativos turísticos), o empreendimento turístico (aparato produtivo), a infraestrutura turística (recursos de apoio ao aparato produtivo) e a superestrutura (subsistema organizacional e recursos humanos disponíveis para operar o sistema).

A figura 7 representa o mapa conceitual da definição de patrimônio turístico com base na conceituação de Boullón (2002).

Figura 7: Elementos que compõe o Patrimônio Turístico



Fonte: Ricardo Pieri (2014), adaptado de Boullón (2002, p.66)

3.2 ESPAÇO TURÍSTICO

O espaço turístico é o espaço onde se encontram alocados os atrativos turísticos, os empreendimentos turísticos e a infraestrutura básica de apoio ao turismo.

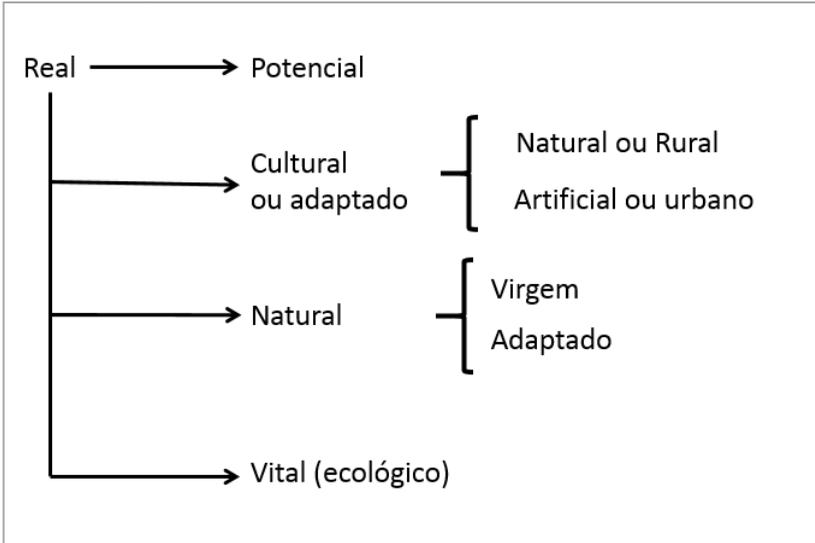
Para Beni (2008, p.59), o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos (matéria-prima do turismo), que mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

3.2.1 Tipos de Espaço.

O planejamento do espaço físico apresenta-se em diferentes tipos (Quadro 5): real, potencial, cultural, natural, virgem e artificial. Uns correspondem a diferentes expressões materiais do espaço (cultural, natural, virgem, artificial), outros são conceituações para o planejamento

(real e potencial) e um deles é do campo ecológico vital (BOULLÓN, 2002, p. 75)

Quadro 5: Tipos de Espaço Físico para o Planejamento Turístico



Fonte: Boullón (2002, p. 80)

Para uma melhor compreensão, o quadro 6 apresenta uma definição sucinta de cada um dos sete tipos de espaços.

Quadro 6: Definição dos tipos de espaços para o Planejamento Turístico

Tipo	Definição
Espaço Real	Superfície do planeta e a biosfera que o envolve e que pode ser percebida pelos sentidos do homem. Existe e pode deslocar-se por ele e modificá-lo.
Espaço Potencial	Potencial que o espaço real tem para o uso, deferente do atual. Não existe no presente, pertence à imaginação, a um possível futuro.
Espaço Cultural	Crosta terrestre que sofreu modificações pelo homem.
Espaço Natural Adaptado	Crosta terrestre em que predominam espécies vegetais, animais e minerais, sob

	condições alteradas pelo homem (Espaço rural).
Espaço Artificial	Crosta terrestre em que predominam artefatos construídos pelo homem (espaço urbano).
Espaço Natural Virgem	Espaço natural sem vestígios da ação do homem.
Espaço Vital	Não se refere ao solo, mas ao espaço e seu entorno, necessário à existência de uma espécie.

Fonte: Adaptado de Beni (2008, p. 58)

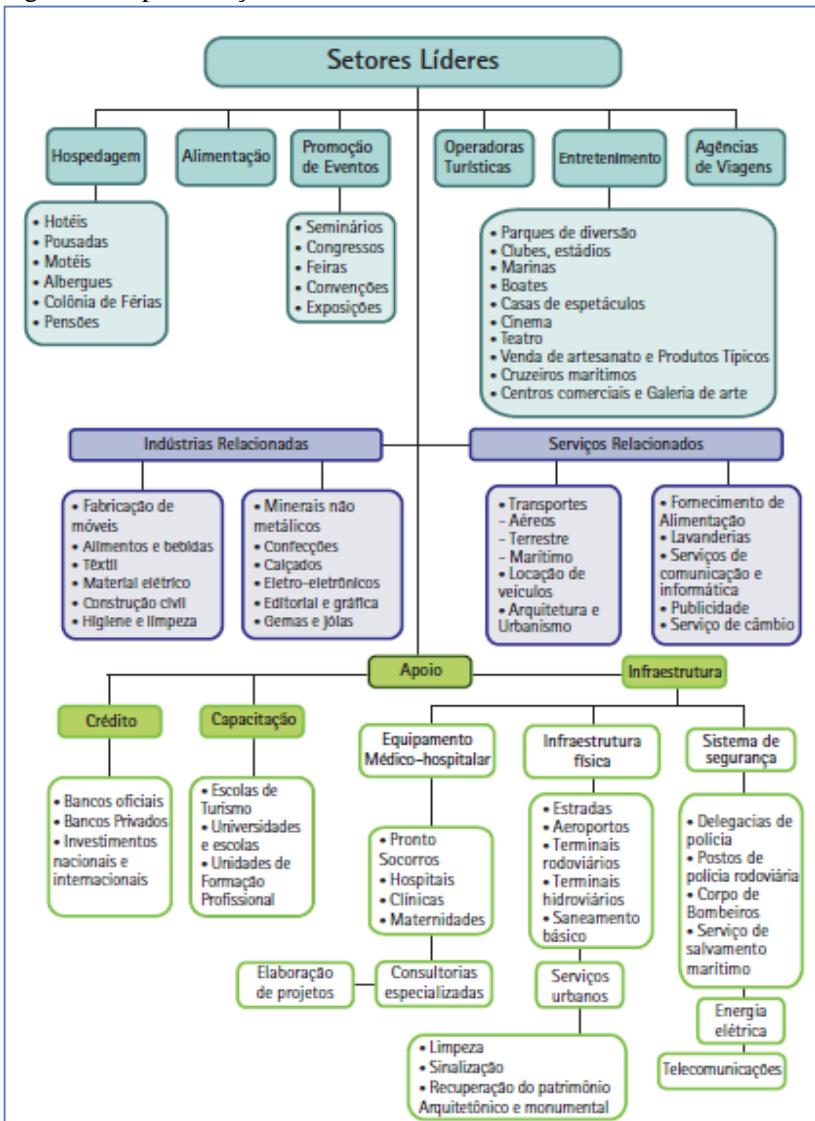
3.3 ELEMENTOS DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

A cadeia produtiva do turismo é representada por todos os bens e serviços produzidos pelo patrimônio turístico, ou seja, pela soma das atividades econômicas de:

- a) Atrativos turísticos (Matéria-prima do turismo)
- b) Empreendimento turísticos
- c) Infraestrutura
- d) Superestrutura turística

Conforme Beni (2008, p.190), as unidades produtoras geram receitas e pagamentos aos fatores: empregados, como trabalho, capital, recursos naturais e outros produtos, diretamente comprados pelos consumidores (turista) que buscam satisfazer necessidades de transporte, alojamento, recreação, entretenimento, crescimento pessoal, diversão e outros (Figura 8).

Figura 8: Representação dos elementos da Cadeia Produtiva do Turismo



Fonte: Termo de referência do turismo / SEBRAE 2010⁹

⁹ Disponível em

http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Manual_Producao_Associada.pdf

3.4 O TURISMO NO BRASIL

No Brasil, o Turismo passou a *status* de Ministério a partir de 2003, com a denominação de Ministério do Turismo.

Antes de 2003, a atividade turística no país era fomentada pela Embratur, criada em 1966, por meio do Decreto-Lei 55, que criou também o Conselho Nacional de Turismo e definiu uma política nacional para o setor¹⁰.

O Ministério do Turismo tem como missão desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. É prevista a condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico (MTur, 2014).

3.4.1 Estrutura Organizacional do Ministério do Turismo

Na estrutura organizacional do Ministério do Turismo encontra-se a Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, a qual tem o papel de executar a política nacional para o setor, orientada pelas diretrizes do Conselho Nacional do Turismo. É também a responsável pela promoção interna e zela pela qualidade da prestação do serviço turístico brasileiro.

Existe ainda a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, que subsidia a formulação dos planos, programas e ações destinados ao fortalecimento do turismo nacional e que possui a atribuição de promover o desenvolvimento da infraestrutura e a melhoria da qualidade dos serviços prestados.

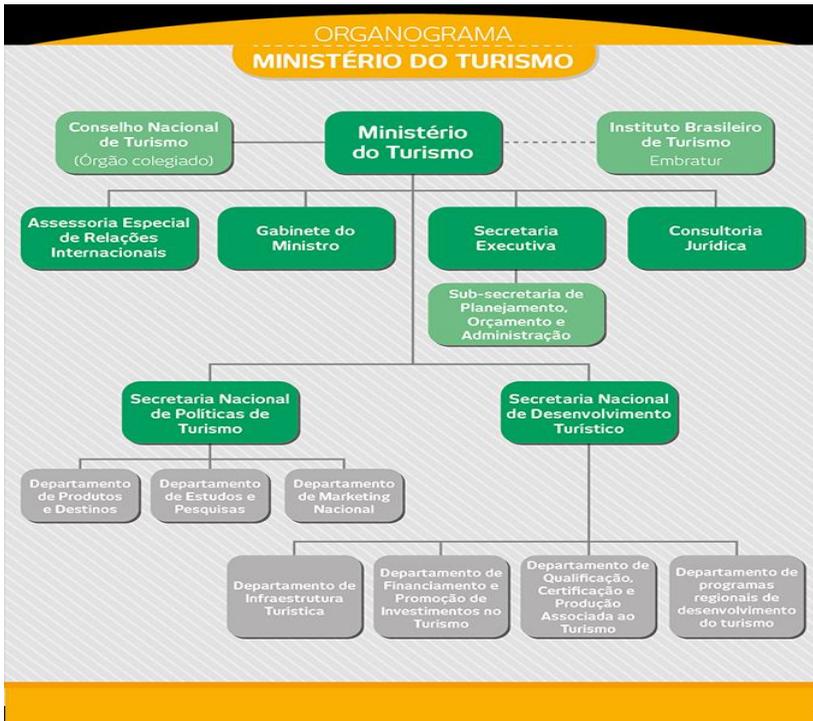
Com a criação do Ministério do Turismo em 2003, a atuação da Embratur concentra-se na promoção, no marketing e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior (Embratur, 2014).

A figura 9 demonstra o organograma oficial do Ministério do Turismo e seus órgãos de apoio.

¹⁰ Disponível em

http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/historia/fundacao_estrutur_a.htmlões

Figura 9: Organograma do Ministério do Turismo



Fonte: MTur (2014)

No organograma do Ministério do Turismo, pode-se observar o Conselho Nacional de Turismo, órgão colegiado com a atribuição de assessorar o ministro de Estado do Turismo, na formulação e na aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades derivados. Sua formação é composta por representantes do governo federal e dos diversos segmentos do turismo. O Conselho é hoje integrado por 70 conselheiros de instituições públicas e entidades privadas do setor em âmbito nacional (MTur, 2014).

Na estrutura do Ministério de Turismo, existem outros conselhos, fóruns ou instâncias para dar suporte à implementação das políticas nacionais. Podem-se destacar:

- Fórum de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – colegiado formado pelos secretários estaduais de Turismo e/ou presidentes de órgãos estaduais de Turismo. Os representantes debatem temas relevantes do turismo nacional, incorporam as demandas estaduais, regionais e nacionais, e expressam o pensamento e a ação do executivo estadual na gestão do turismo, constituindo um bloco de expressão técnica e política. Atua, junto ao Conselho Nacional do Turismo, como órgão assessor do Ministério do Turismo, na elaboração e na implantação do Plano Nacional do Turismo e na discussão dos principais programas e projetos do turismo brasileiro.
- Fórum / Conselho Estadual de Turismo – Entidades de caráter propositivo, consultivo e mobilizador, que visam à integração de todas as instituições que compõem a cadeia produtiva do turismo – composição tripartite composta por governo, iniciativa privada e terceiro setor. Funciona como canais entre estados, municípios e Núcleo Estratégico de Turismo – formado pelo MTur, Conselho Nacional de Turismo e Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes de Turismo. Nos estados brasileiros, os fóruns ou conselhos colocam em prática o Programa da Gestão Descentralizada, previsto no Plano Nacional de Turismo, possibilitando que os agentes públicos e privados participem da elaboração, da implantação e do monitoramento da Política Nacional de Turismo.
- Instância de Governança Regional – É uma organização com participação do poder público e dos atores privados dos municípios componentes das regiões turísticas, com o papel de coordenar o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil em âmbito regional. Essas Instâncias podem assumir estrutura e caráter jurídico diferenciados, sob a forma de fóruns, conselhos, associações, comitês, consórcio ou outro tipo de colegiado.
- Instâncias de Governança Macrorregionais – ou Agências de Desenvolvimento do Turismo das Macrorregiões, são órgãos colegiados formados por integrantes do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil organizada. Tratam do desenvolvimento do turismo em áreas de abrangência macrorregional, que ultrapassam os limites territoriais dos estados, propiciando o desenvolvimento compartilhado e integrado do setor.

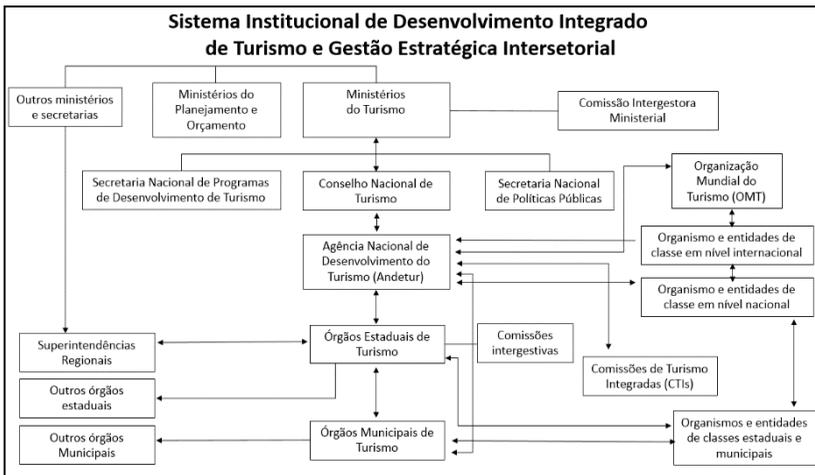
Apesar da existência e definições das atribuições dos vários órgãos, colegiados, fóruns e instâncias que compõem o Ministério do Turismo, na apresentação do organograma, não fica claro como a integração do turismo se dá com os demais níveis de governo (Estadual e Municipal).

De acordo com Beni (2008, p. 141), considerando os importantes efeitos econômicos, sociais e ambientais, o turismo organizado e planejado é um instrumento poderoso de aceleração ou complementação do desenvolvimento.

Ainda segundo o autor em qualquer outra atividade econômica, a gestão administrativo-estratégica e a aplicação para atingir os objetivos definidos exigem a institucionalização de uma estrutura organizacional eficiente e adequada para coordenar a atuação dos órgãos direta e indiretamente a ele vinculados.

O sistema de turismo do Brasil ficaria mais claro se as definições, interligações ou integrações dos diversos órgãos, conselho ou instância da estrutura organizacional fossem demonstrados levando em consideração o sistema institucional de desenvolvimento integrado de turismo proposto, incluindo as estruturas dos Estados e Municípios por Beni (2008, p. 159), figura 10.

Figura 10: Sistema Institucional Integrado de Turismo



Fonte: Beni (2008, p.159)

3.4.2 Plano Nacional de Turismo

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 consolida a Política Nacional de Turismo e apresenta as orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade no Brasil para este período. É fruto do esforço integrado do governo federal, envolvendo a iniciativa privada e o terceiro setor, por meio do Conselho Nacional de Turismo.

O Plano apresenta, como visão de futuro, posicionar o Brasil como uma das três maiores economias turísticas do mundo, até 2022.

O Plano traz as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo brasileiro, como a participação e diálogo com a sociedade; a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; o incentivo à inovação e ao conhecimento; e a regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento (MTur, 2013).

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 foi desenvolvido e apresenta a seguinte estrutura:

Apresentação

1. Diagnóstico
2. Diretrizes
3. Visão de Futuro
4. Objetivos Estratégicos
5. Metas
6. Ações
7. Agenda estratégica do turismo e os PNT em Ação
8. Referências Bibliográficas

3.4.2.1 – Diretrizes do Plano Nacional de Turismo

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 foi desenvolvido com base nas seguintes diretrizes:

1. Geração de Oportunidades de Emprego e Empreendedorismo
2. Participação e Diálogo com a Sociedade
3. Incentivo à Inovação e ao Conhecimento
4. Regionalização

Com relação à Geração de Oportunidades de Emprego e Empreendedorismo, o plano relata que o setor de serviços é estratégico para a geração de emprego e renda, considerando a própria natureza da

atividade que é intensiva no uso de mão de obra. Destaca, ainda, o baixo custo do investimento por unidade de emprego criada (MTur, 2013).

Quanto à Participação e Diálogo com a Sociedade, o plano se pauta em modelo de gestão pública descentralizada e participativa, priorizando a integração das instâncias governamentais e sociedade civil que atua na cadeia produtiva do turismo e consolidando o Sistema Nacional de Turismo (MTur, 2013).

O Incentivo à Inovação e ao Conhecimento é tratado como uma premissa básica para o desenvolvimento sustentável da atividade turística, em um mercado em constante expansão e com necessidade de novos produtos e serviços. (MTur, 2013)

Um dos pontos mais importante do novo plano é a continuidade da Regionalização do turismo como resultado de um planejamento descentralizado e compartilhado, iniciado em planejamentos anteriores, que já produziram efeitos, como o mapa turístico brasileiro que conta atualmente com 3.635 municípios, organizados em 276 regiões turísticas (MTur, 2013).

Ainda, de acordo com o Mtur (2013), a avaliação recente do Programa aponta para a necessidade de novos desafios, na construção de estratégia para o fortalecimento e posicionamento do turismo, a partir da organização das regiões numa abordagem de gestão descentralizada, institucional e empresarial, para o desenvolvimento e a integração do turismo no Brasil.

3.4.2.2 – Objetivos Estratégicos

Na construção do Plano Nacional do Turismo, considerando o diagnóstico e as diretrizes adotadas, identificaram-se cinco grandes objetivos a serem perseguidos no horizonte definido:

- a) Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil;
- b) Incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros;
- c) Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro;
- d) Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos;
- e) Promover o apoio à pesquisa, inovação e conhecimento.

3.4.2.3 – Ações

O Plano Nacional de Turismo resultou em uma série de ações que deverão ser apoiadas ou implementadas pelo Ministério do Turismo, em conjunto com os demais atores do setor de turismo.

Estas ações estão agrupadas por objetivo e orientação estratégica, mantendo uma relação direta com os resultados a serem alcançados e os indicadores a eles associados.

1. Conhecer o Turista, o Mercado e o Território
 - a. Desenvolver estudos e pesquisas sobre a atividade turística
 - b. Implantar plataforma interinstitucional de dados
 - c. Implementar sistema de inteligência
2. Estruturar os Destinos Turísticos
 - a. Apoiar o desenvolvimento das regiões turísticas
 - b. Apoiar a elaboração e a implementação dos planos de desenvolvimento turístico
 - c. Melhorar a infraestrutura turística
 - d. Mensurar a competitividade nos destinos turísticos
 - e. Estruturar os segmentos turísticos priorizados
 - f. Melhorar a sinalização, a acessibilidade e os Centros de Atendimento aos Turistas nas cidades-sede da Copa do Mundo
3. Fomentar, Regular e Qualificar os Serviços Turísticos
 - a. Cadastrar os prestadores de serviços turísticos
 - b. Fiscalizar os serviços turísticos
 - c. Classificar e certificar os serviços e equipamentos turísticos
 - d. Capacitar e qualificar profissionais e gestores do setor de turismo
 - e. Incrementar as linhas de financiamento à Iniciativa Privada
 - f. Implementar o apoio ao fomento público à pesquisa, inovação e conhecimento
 - g. Atração de investimentos e questões tributárias
 - h. Qualificação profissional para melhoria da qualidade dos serviços a serem ofertados aos turistas que estarão visitando o País durante as Copas das Confederações e do Mundo e instituição de metodologia de cursos de qualificação profissional
4. Promover os Produtos Turísticos

- a. Realizar campanhas de promoção do turismo interno
 - b. Apoiar eventos de comercialização
 - c. Realizar ações de apoio à comercialização do produto turístico brasileiro no mercado interno
 - d. Realizar mostra dos produtos e roteiros turísticos
 - e. Fortalecer a estratégia de promoção internacional do turismo brasileiro
 - f. Apoiar a realização de eventos de fortalecimento ao desenvolvimento turístico
 - g. Articular junto às demais esferas de governo sobre a necessidade de uma reavaliação dos encargos tributários
5. Estimular o Desenvolvimento Sustentável da Atividade Turística
 - a. Combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva do turismo
 - b. Integrar a produção associada na cadeia produtiva do turismo
 - c. Fomentar o turismo de base comunitária
 6. Fortalecer a Gestão Descentralizada, as Parcerias e a Participação Social
 - a. Fortalecer a gestão do turismo no Brasil
 - b. Definir modelos referenciais de infraestruturas de gestão para as Organizações Públicas de Turismo (OPT)
 - c. Ampliar a cooperação internacional em turismo
 7. Promover a Melhoria de Ambiente Jurídico Favorável

3.5 O TURISMO EM SANTA CATRINA

Santa Catarina possui uma Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, que tem como missão: “Promover o desenvolvimento e a integração das atividades turísticas, culturais e esportivas, visando à melhoria da qualidade de vida da população catarinense” (SOL, 2012).

Segundo a SOL (2012) – Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, os desafios da secretaria são:

- Desenvolver as áreas do turismo, cultura e esporte no Estado de forma legal, equilibrada e sustentável;

- Gerar novas oportunidades de trabalho e renda, promovendo a equidade entre as regiões do Estado;
- Intensificar as áreas do turismo, da cultura e do esporte catarinense, interagindo suas atividades o ano inteiro;
- Integrar a Secretaria – SOL aos seus Órgãos Vinculados e às Secretarias de Desenvolvimento Regional, através do fortalecimento da descentralização e desconcentração de recursos, programas e ações.

Para operacionalização das políticas de turismo, especificamente, a Secretaria possui uma estrutura chamada SANTUR – Santa Catarina Turismo S/A, responsável pela promoção e divulgação dos produtos turísticos catarinenses, de acordo com a política estadual do lazer, definida pela Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Turismo.

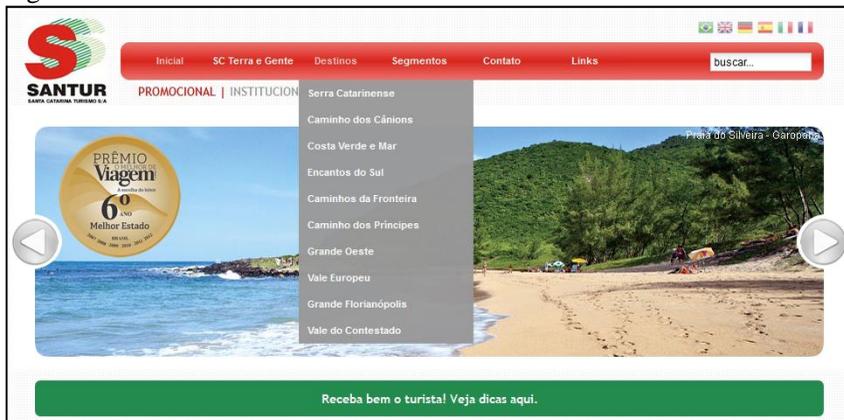
A SANTUR, para incrementar a atividade socioeconômica gerada pelo turismo, edita calendário de eventos, apresentando em seu conteúdo um elenco das principais manifestações populares que acontecem em todos os rincões do Estado para comodidade e conforto dos turistas que chegam a Santa Catarina, conta com a parceria de centros de excelência, empresários e entidades governamentais, além de ser responsável pelas pesquisas da demanda turística do Estado.

A SANTUR (2012) propõe-se a promover e divulgar, atuando na elaboração de circuitos turísticos integrados, assim como em um contínuo exercício junto aos principais mercados emissores do Brasil e do Cone Sul, através das seguintes estratégias:

- Ação com jornalistas especializados em turismo e economia;
- Visitas aos agentes de viagens;
- Participação nos principais eventos da atividade;
- Distribuição de material promocional em *shopping centers* e aeroportos;
- Encontros comerciais.

A SANTUR (2012) organizou o turismo Catarinense em destinos, uma segmentação por região geográfica, tentando associar o nome do destino às características turísticas dos mesmos, conforme pode observar na Figura 11, ficando assim organizado: Serra Catarinense, Caminhos dos Cânions, Costa Verde e Mar, Encantos do Sul, Caminhos da Fronteira, Caminhos dos Príncipes, Grande Oeste, Vale Europeu, Grande Florianópolis e Vale do Contestado.

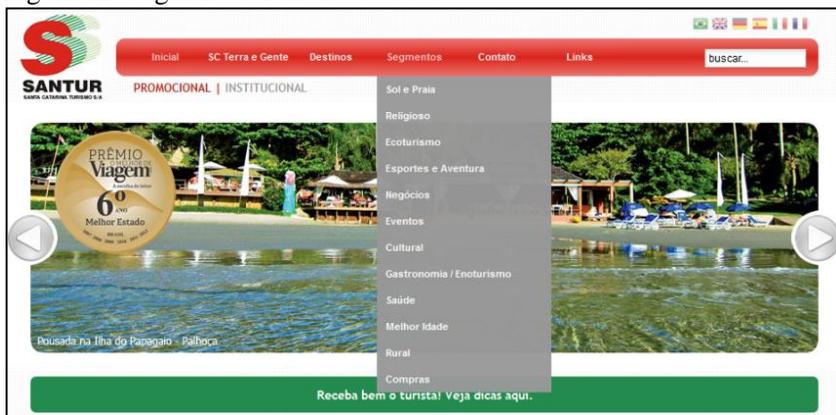
Figura 11: SANTUR destinos turísticos de SC



Fonte: SANTUR (2012)

A SANTUR (2012) fez, ainda, uma classificação por Segmento Turístico, como segue: Sol e Praia, Religioso, Ecoturismo, Esporte e Aventura, Negócios, Eventos, Cultural, Gastronomia/Enoturismo, Saúde, Melhor Idade, Rural e Compras.

Figura 12: Segmentos Turísticos de SC



Fonte: SANTUR (2012)

Para a SANTUR (2012), o Estado vem se consolidando pela diversidade da sua geografia, de seu clima e das etnias que compõem o seu povo, como um excelente destino turístico para os visitantes

brasileiros e estrangeiros, especialmente os provenientes de países integrantes do MERCOSUL.

3.6 INTEGRAÇÃO DAS ATIVIDADES REGIONAIS

Para Boullón (2002, p.61), desenvolver a integração das atividades turísticas pressupõe constante articulação entre os atores sociais, públicos e privados, focados no objetivo comum, sem perder de vista os interesses individuais desses atores. Esta integração está associada à atuação da superestrutura que compreende organismos especializados, públicos e privados, encarregados de otimizar e modificar, quando necessário, o funcionamento de cada uma das partes que integram as atividades turísticas, harmonizando suas relações, facilitando a produção e a venda dos produtos turísticos.

A integração das atividades de uma região pode gerar competências específicas, ou melhor, especializações coletivas, que acabam gerando diferenciais competitivos para a própria região.

Para o MTur (2012), o desenvolvimento do turismo impõe uma permanente articulação entre os diversos setores, públicos e privados, relacionados à atividade, no sentido de proporcionar compartilhamento, cooperação e integração das atividades da produção turística nas diferentes esferas de planejamento e gestão do turismo no País.

O Ministério do Turismo do Brasil (2007) alerta que regionalizar não é apenas aglomerar atividades e municípios próximos e com similaridades, mas é desenvolver um ambiente democrático, harmônico e participativo entre os agentes sociais, no caso o poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade.

A compreensão de que é possível e necessária a articulação entre os envolvidos para gerar vantagens comparativas é fundamental para a regionalização de uma atividade econômica.

3.7 PLANEJAMENTO E O INVENTÁRIO TURÍSTICO

3.7.1 Planejamento Turístico

Segundo Hall (2001, p. 37), o foco e os métodos de planejamento turístico evoluíram para atender as exigências apresentadas ao setor. De importante, desta evolução, podemos citar o aumento do envolvimento direto do governo no desenvolvimento regional, na regulamentação ambiental e no marketing turístico. Mais recentemente, o envolvimento do governo no fornecimento da infraestrutura turística diminuiu com

maior ênfase nas parcerias público-privada e na autorregulação do setor. O governo tem demonstrado atenção aos benefícios do potencial desenvolvimento econômico e regional, mas, muitas vezes, tem utilizado um planejamento e divulgação de cima para baixo, deixando as comunidades com pouca voz ativa à margem das discussões e planejamento.

Para Pearce e Butler (2002, p. 89), a conquista do objetivo com sucesso em termos relacionados ao desenvolvimento depende de uma série de fatores. Na integração e sua inclusão no planejamento, existem temas denominados de questões políticas que devem ser levados em consideração. A integração do desenvolvimento turístico implica o fato do turismo estar sendo acrescentado a um conjunto de atividades e processos existentes no destino específico.

- Prioridades – Poucas atividades econômicas ou socioculturais têm a mesma prioridade. Existe um estado de competição ou, quando muito, de aliança difícil entre as atividades nas comunidades, algumas ascendentes e outras estagnadas ou em declínio. Muitas vezes, o turismo é visto em competição direta com as atividades tradicionais e mais que imposição, é essencial para que o desenvolvimento tenha sucesso.
- Controle – Em muitas áreas que o turismo está sendo introduzido ou expandido, o controle e a gestão dos recursos são frequentemente investidos nos membros da comunidade envolvidos em outras atividades, podendo ser vistos como uma ameaça à estrutura do poder estabelecido, como uma força que deseja controlar os recursos e o espaço. Neste caso, a aceitação pode ser difícil se o turismo não for cuidadosamente colocado dentro dos sistemas existentes.
- Escala – Os desenvolvimentos de pequena escala podem ser integrados às comunidades e sistemas com mais facilidades que os desenvolvimentos grandes e complexos que necessitam de muito mais recursos locais. O desenvolvimento turístico ocorre em uma ampla faixa de escala, passando por operações locais pequenas, como a provisão de acomodações em residências particulares ou a venda de suvenires até os imensos complexos internacionais, os quais requerem mais espaço e trabalho.
- Estágio ou velocidade do desenvolvimento – A não ser que o turismo seja introduzido em uma área carente de povoado, o destino contará como uma variedade de atividades em vários estágios do desenvolvimento, podendo se categorizar em

desenvolvimento, desenvolvido ou não desenvolvimento, devendo ser considerados os processos naturais. Comunidades maduras, complexas ou sofisticada (economicamente) têm maior chance de integrar o desenvolvimento turístico e absorver os impactos econômicos do turismo do que economias mais básicas.

- Harmonia ou conflito comunitário – As visões são diferentes nas comunidades, especialmente sobre fatores como o turismo, que são vistos como capazes de promover mudanças consideráveis para a comunidade e dentro dela. Há a necessidade de políticas e práticas nas comunidades que determinem as opiniões sobre o desenvolvimento e habilitem a comunidade a decidir que tipo e escala de desenvolvimento podem ser acomodadas nela antes que o desenvolvimento ocorra, facilitando, assim, a obtenção do desenvolvimento planejado com maior facilidade.

Hall (2001, p. 42) identifica quatro procedimentos no campo do planejamento turístico: fomento, abordagem econômica voltada à indústria, abordagem físico-espacial e abordagem voltada à comunidade, com ênfase no papel desempenhado pelo anfitrião na atividade turística.

- Fomento – Parte do simples princípio que o desenvolvimento turístico é bom e promove vantagens automáticas para o anfitrião. Nesta visão, pouca atenção é dada aos impactos econômicos, sociais e ambientais potencialmente negativos do turismo. Recursos naturais e culturais são considerados objetos a serem explorados para o bem do desenvolvimento turístico. Pode ser considerado uma forma de não planejamento. Na prática com o fomento, os residentes de destinos turísticos não se envolvem na tomada de decisões e processos de planejamento do desenvolvimento turístico; quem se opõe ao desenvolvimento turístico é considerado antipatriótico e excessivamente negativo. O fomento é mais notado nos grandes eventos como Jogos Olímpicos, que são considerados como benéficos a toda a cidade ou região hospedeira. Baseia-se somente na previsão da demanda turística, objetivando a divulgação e o desenvolvimento e não a garantia de que os níveis de demanda sejam adequados aos recursos e à capacidade de saturação social da região.
- Abordagem econômica voltada à indústria – O turismo é visto como uma indústria que pode ser usada pelos governos para atingir determinadas metas de reestruturação e crescimento econômico, geração de emprego e desenvolvimento regional,

utilizando-se de provisão financeira, pesquisa de marketing e auxílio na divulgação. Dá destaque ao valor em potencial do turismo como indústria de exportação, que pode contribuir de maneira positiva para o equilíbrio nacional e regional em aspectos como relações de troca, balança de pagamento ou níveis de câmbio exterior.

- Abordagem do uso do solo, físico-espacial – Originou-se no trabalho dos geógrafos, planejadores do uso do solo urbano e regional e conservacionistas que querem uma abordagem racional para o planejamento do uso dos recursos naturais. A abordagem do uso do solo é uma das formas mais antigas de proteção ambiental e uma das mais usadas no planejamento do turismo público, dado o seu relacionamento com o planejamento regional. Para minimizar os impactos causados pelos turistas no ambiente físico, muitos gestores responsáveis pela circulação de visitantes procuram manipular padrões de viagem concentrando ou dispensando turistas em áreas sensíveis. Muitos parques utilizam planos de gerenciamento em zonas de acordo com determinados níveis de visitação. Assim que se percebem danos em função do uso excessivo, trilhas, estradas, passeios de barco e outras atividades podem ser transferidos a um local diferente. Alguns aspectos considerados na análise desta abordagem: empregos, acessibilidade, segurança, qualidade do ar e da água, poluição, expansão urbana, deslocamento, instalações e serviços comunitários e base tributária.
- Abordagem voltada à comunidade – Desde o final da década de 1970, tem se dado mais atenção aos impactos sociais e ambientais negativos gerados pelo turismo. Apesar das dificuldades de se quantificar os impactos sociais do turismo, da mesma forma que as capacidades de saturação, exigências de alojamento e até impactos ambientais, os impactos sociais talvez sejam os mais importantes. É ressaltada a necessidade de um maior envolvimento da comunidade no turismo em suas cinco metas de desenvolvimento turístico que devem visar: 1) proporcionar uma estrutura para elevar o padrão de vida dos residentes locais por meio dos benefícios econômicos gerados pelo turismo; 2) desenvolver uma infraestrutura e oferecer instalações recreativas para residentes e visitantes; 3) assegurar que os avanços ocorridos nos centros de visitantes e *resorts* sejam adequados aos objetivos dessas áreas; 4) criar um

programa de desenvolvimento consistente com a filosofia cultural, social e econômica; e 5) otimizar a satisfação do visitante. Dentro desta visão, pode-se utilizar uma abordagem ecológica para o planejamento turístico que enfatiza a necessidade de um controle local sobre o processo de desenvolvimento do turismo, num conceito em que, satisfazendo-se as necessidades locais, também seria possível satisfazer as necessidades do turista, em uma filosofia em que todos ganham. O planejamento turístico comunitário é uma resposta à necessidade de desenvolver diretrizes de maior aceitação social para a expansão do setor. Uma das maiores dificuldades da implementação da abordagem comunitária no planejamento turístico está na natureza política do processo. Este processo prevê maior envolvimento da comunidade no processo e necessita controle da comunidade no processo de planejamento, o que nem sempre é bem visto pelos governantes.

3.7.2 Planejamento Estratégico

Para o MTur (2008c, p.40), o turismo para ter garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento estratégico que deve ser realizado de forma participativa e integrada, oferecendo meios adequados para sua implantação e gestão, e define planejamento como um processo ordenado e sistematizado de produção de bens, produtos e serviços, que vai contribuir para a transformação da realidade existente, de acordo com os objetivos de desenvolvimento desejados pelos atores envolvidos.

De acordo com Costa (2007), o planejamento estratégico é uma ferramenta de gestão que avalia o ambiente interno da organização, identificando suas potencialidades e debilidades, bem como, o ambiente externo procurando as oportunidades e ameaças. O objetivo é obter o melhor aproveitamento das oportunidades, por meio de seus pontos fortes e com as correções de seus pontos fracos. Para isso, a organização faz definições estratégicas com relação a sua razão de ser (missão), sua visão de futuro (onde quer chegar), princípios e valores, dentre outros. Assim, podem-se definir objetivos e metas estratégicas com os respectivos planos de ação, definindo-se orçamentos, além de cronograma de implantação (COSTA, 2007, p.1).

3.7.2.1 Etapas da Elaboração do Planejamento Estratégico.

Como definido no item 3.8.1, o planejamento estratégico é um processo ordenado e sistemático. Assim, para a sua elaboração há a necessidade de estabelecer fases específicas para a sua elaboração, conforme definido a seguir:

Quadro 7: Etapas do Planejamento Estratégico do Turismo

Fase 1 – Análise situacional	
Objetivo	O que Fazer
Fazer a análise situacional tendo uma visão atualizada e abrangente da região turística com suas características, relações com o mercado e outros setores.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar informações bancos de dados oficiais como IBGE, CEF, Plano de Desenvolvimento Urbano, Inventários da Oferta Turística e outros instrumentos e planejamentos da esfera federal, Estadual e Municipal; 2. Buscar dados secundários de fontes bibliográficas e documentais dos órgãos do turismo e relacionados de todos os níveis do Governo; 3. Coletar de dados primários em campo envolvendo as comunidades e atores envolvidos por meio de questionários, entrevistas, gravações, etc.; 4. Comparar de dados produzidos por outras fontes.
Fase 2 – Elaboração do Plano Estratégico	
Objetivo	O que Fazer
Traçar o prognóstico, objetivos, metas, estratégias e projetos específicos necessários para o desenvolvimento turístico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estabelecer uma visão de futuro (prognóstico) com base na fase 1 e nas expectativas das oportunidades e potencialidades e nas restrições e riscos envolvidos; 2. Estabelecer Estratégias – Decidir o que fazer, quando e como fazer. É importante traçar, além das estratégias adotadas, estratégias alternativas para possíveis cenários diferentes que poderão ocorrer.

Fonte: Adaptado pelo autor de MTur (2008c, p.54)

3.7.2.2 Composição do Plano Estratégico Final

Após realizado todo o planejamento estratégico, este deve ser consolidado em um documento, denominado Plano Estratégico, que ficará assim composto:

Quadro 8: Composição do Plano Estratégico

Plano Estratégico Final – Composição	
1. Objetivo Geral	Onde queremos chegar? – Orienta as ações governamentais no que se refere à elaboração de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo.
2. Objetivos Específicos	O que vai ser feito? – São etapas intermediárias que devem ser cumpridas no decorrer da implementação do planejamento para que o objetivo geral seja alcançado.
3. Metas	Quais os objetivos mensuráveis? – Representam uma descrição detalhada dos objetivos. Devem ser elaboradas de modo a poderem ser medidas e dentro da capacidade de alcançá-las.
4. Linhas de Ação	Como serão alcançados os objetivos específicos? – As linhas de ação representam para cada objetivo específico, os meios para que eles possam ser alcançados. Trata-se de um conjunto de ações que se complementam para que os objetivos específicos sejam atingidos.
5. Identificação dos projetos específicos	Projetos Técnicos com os detalhes para sua implementação – Os projetos específicos devem estar de acordo com os objetivos específicos.
6. Indicadores de Impacto	Como serão medidos os objetivos do plano? - Ou indicadores de benefícios, representam uma série de indicadores que medem os benefícios e impactos do Plano Estratégico em geral. (Qualidade e quantidade)
7. Fontes de Comprovação ou meios de Verificação dos Indicadores	Onde serão buscados os dados ou informações referentes aos indicadores e suas metas? – Para cada indicador deverá ser conhecido, pelo menos, uma fonte de verificação.

8. Orçamento Geral Estimado	Estimativas – Deverão ser apresentadas estimativas dos custos gerais (recursos financeiros) necessários ao longo da implementação do plano estratégico, com fontes de financiamento e cronograma físico-financeiro.
-----------------------------	---

Fonte: Adaptado pelo autor de MTur (2008c, p.62)

Para a realização de um planejamento, necessita-se executar uma série de atividades e uma das mais importante é a análise do ambiente interno e externo do objeto do planejamento.

3.7.3 Inventário da Oferta Turística

Como ficou evidente no quadro 7, o Inventário de Oferta Turística tem importante função na elaboração no Plano Estratégico Turístico de uma região ou país.

Uma das principais tarefas do processo de planejamento é o diagnóstico turístico do setor, que deverá levar em conta a análise sistemática das quatro partes que integram o patrimônio turístico: atrativos turísticos, infraestrutura, empreendimentos turísticos e superestrutura, pois, a deficiência ou carência de qualquer uma delas afeta o restante (BOULLÓN, 2002, p. 67).

O inventário turístico deve levantar informações sobre o potencial dos atrativos turístico do patrimônio histórico e cultural de uma região ou país, abrangendo os atrativos turísticos, que é a matéria-prima do turismo, os empreendimentos turísticos, a infraestrutura turística e a superestrutura turística.

3.7.3.1 Inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo

Em 2006, o Ministério do Turismo lançou o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, que era composto por nove módulos operacionais. O Módulo 6, Sistema de Informações Turísticas do Programa, previa a gestão de informações criadas e coletadas no âmbito do Programa, além de dados gerados a partir da inventariação da oferta turística. A proposta era reunir todas as informações em um único banco de dados e difundi-las por meio de uma estratégia de comunicação (MTur, 2006, p.7).

O passo inicial para alcançar tal pretensão é inventariar a oferta turística, a partir do município, devido ao fato de que é no Município que o País e a Nação começam a existir. É no município que se encontram o

patrimônio natural e o cultural, com destaque para a maior riqueza – sua gente, seus saberes e fazeres (MTur, 2006, p.7).

Ainda de acordo com o Ministério do Turismo, é considerada oferta turística o conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizado em atividades designadas turísticas.

Na introdução do Projeto de Inventário da Oferta Turística (MTur, 2006, p.7), os preceitos básicos para que o turismo possa cumprir uma função de indutor de desenvolvimento, destacam-se o planejamento e a gestão participativa, como forma de administrar suas vantagens e limitações. Para tanto, são necessárias informações confiáveis que embasem e assegurem o processo decisório.

Dessa maneira, o Ministério do Turismo propõe, como instrumento base de planejamento e gestão da atividade turística, o Inventário de Oferta Turística e, a partir deste, criar um sistema de informações turísticas.

A inventariação da Oferta Turística compreende levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística e tem como objetivos específicos (MTur, 2006, p11):

- Formatar e implementar uma metodologia única para a inventariação da oferta turística no País, capaz de ser compreendida por todos os setores e agentes envolvidos no processo;
- Apoiar, de forma descentralizada, a gestão, distribuição e atualização periódica das informações turísticas, fornecendo às Unidades da Federação e aos municípios instrumentos para a coleta e sistematização das informações;
- Disponibilizar, aos visitantes, planejadores e gestores, dados confiáveis a respeito da oferta turística brasileira por meio de um Sistema de Informações Turísticas;
- Permitir a análise do significado econômico do turismo e seu efeito multiplicador no desenvolvimento municipal;
- Criar uma rede de recursos humanos, capaz de gerir nas UFs e municípios o processo de inventariação da oferta turística;
- Formatar e disponibilizar um instrumento padrão de pesquisa da oferta turística;
- Permitir o diagnóstico de falhas, pontos críticos e de estrangulamento, desajustes entre a oferta e a demanda existentes;
- Possibilitar a hierarquização e priorização dos atrativos e conjuntos existentes;

- Servir de equipamento de consulta para empresários com interesses na atividade turística das regiões turísticas;
- Funcionar como equipamento de pesquisa para estudantes e pesquisadores da área;
- Coletar informações que subsidiem a elaboração de roteiros turísticos;
- Permitir a identificação e a classificação de municípios turísticos e com potencial turístico.

A coordenação da implementação do Projeto Inventário da Oferta Turística foi assim definida (Figura 13):

Figura 13: Estrutura de coordenação



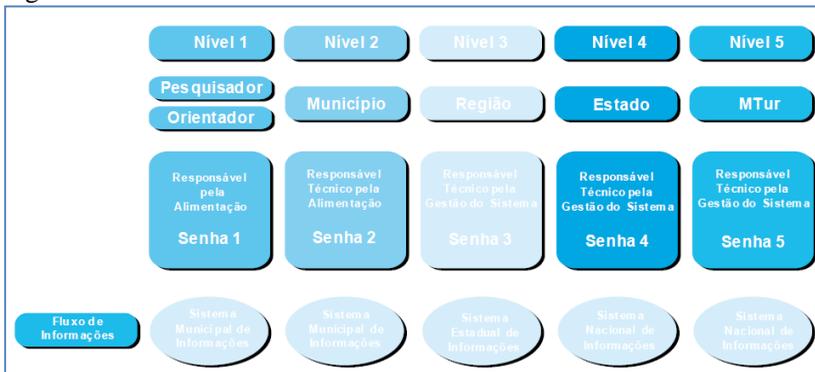
Fonte: MTur (2006, p.18)

Para fazer o inventário e o gerenciamento das informações levantadas nos municípios, o Ministério do Turismo criou um sistema informatizado, gratuito, via WEB, denominado Sistema de Inventariação da Oferta Turística – INVTUR, que pode ser acessado em www.inventario.turismo.gov.br/invtur/.

Este é dividido em Perfis, os quais têm diferentes níveis de acesso, dependendo de seu papel no processo. Somente têm acesso ao Sistema para inserção das informações, as pessoas que possuem *login* e senha de

acesso. Essas pessoas são as que participam, em cada esfera, do processo de inventariação do Município. Contudo, um “visitante” poderá ter acesso às informações do inventário já concluído ou saber a situação dos inventários em processo aberto (Figura 14).

Figura 14: Gerenciamento do INVTUR



Fonte: MTur (2006, p.30)

O Sistema de Inventariação da Oferta Turística – INVTUR classifica a oferta turística da seguinte forma:

- A. Classificação da Infraestrutura de Apoio ao Turismo
- B. Classificação dos Serviços e Equipamentos Turísticos
- C. Classificação dos Atrativos Turísticos

Para levantar e registrar os elementos da oferta turística nos municípios, o INVTUR disponibiliza os seguintes Formulários em PDF e no próprio sistema:

INFRA-ESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

- A1 Formulário 01 – Informações Básicas do Município
- A2 Formulário 02 – Meios de Acesso ao Município
- A3 Formulário 03 – Sistema de Comunicações
- A4 Formulário 04 – Sistema de Segurança
- A5 Formulário 05 – Sistema Médico-Hospitalar
- A6 Formulário 06 – Sistema Educacional
- A7 Formulário 07 – Outros Serviços e Equip. de Apoio

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

- B1 Formulário 08 – Serv. e Equip. de Hospedagem
- B2 Formulário 09 – Serv. e Equip. para Gastronomia
- B3 Formulário 10 – Serv. e Equip. de Agenciamento
- B4 Formulário 11 – Serv. e Equip. para Transporte
- B5 Formulário 12 – Serv. e Equip. para Eventos
- B6 Formulário 13 – Serv. e Equip. Lazer e Entretenimento
- B7 Formulário 14 – Outros Serv. e Equip. Turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS

- C1 Formulário 15 – Atrativos Naturais
- C2 Formulário 16 – Atrativos Culturais
- C3 Formulário 17 – Atividades Econômicas
- C4 Formulário 18 – Realizações Téc, Cient. ou Artísticas
- C5 Formulário 19 – Eventos Permanentes

Cada um dos formulários acima é constituído com categorias, tipos e subtipos para melhor espelhar os detalhes do que está sendo avaliado, conforme pode ser observado no Anexo 1.

3.8 O TURISMO E ECONOMIA

O turismo, como atividade econômica, é definido a partir da perspectiva da demanda, ou seja, é resultante das necessidades/consumo dos turistas. Os tipos de produtos consumidos pelos visitantes dependem das condições naturais e econômicas do lugar visitado e do perfil e motivação dos turistas (IBGE, 2012).

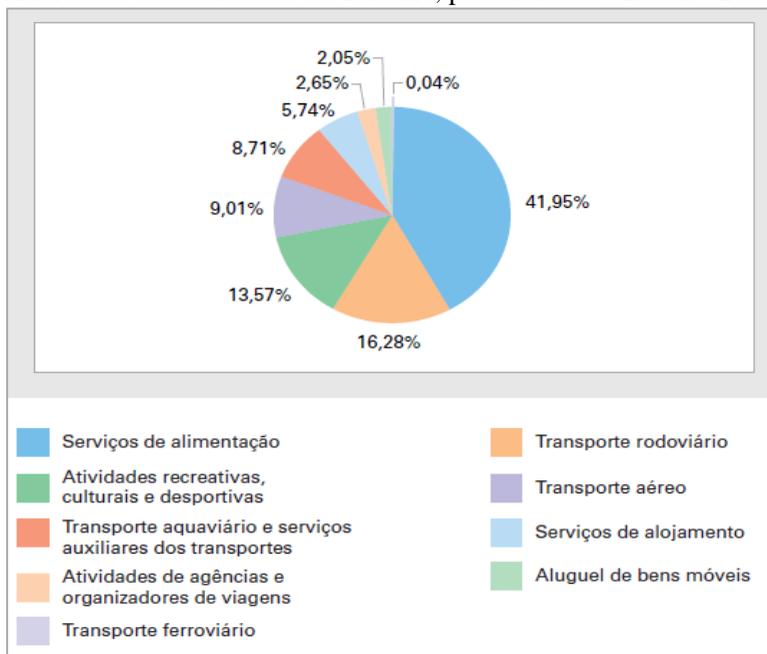
3.8.1 VBP do Turismo em 2009 no Brasil

Segundo estudos do IBGE (2012, p.21), as Atividades Características do Turismo formam um grupo bastante heterogêneo e, no ano de 2009, as Atividades Características do Turismo geraram um valor bruto de produção de R\$ 213,3 bilhões. Como são atividades de serviços, é possível medir sua participação no total do valor bruto da produção de serviços no País. Essa participação foi de 7,3%. Na comparação com o total da economia brasileira, a produção das Atividades Características do Turismo representou 3,9%.

O relatório do IBGE (2012, p.22) demonstra, ainda, que a atividade de serviços de alimentação apresentou a maior participação na produção das Atividades Características do Turismo: 41,9%, com R\$ 89,5 bilhões. Em segundo lugar, está o transporte rodoviário, com R\$ 34,7

bilhões, 16,3% do valor bruto da produção das Atividades Características do Turismo. As atividades recreativas, culturais e desportivas registraram uma produção de R\$ 28,9 bilhões, 13,6% do total do grupo. O Gráfico 1 mostra essa estrutura.

Gráfico 1: Distribuição percentual do valor bruto da produção das Atividades Características do Turismo, por atividade – Brasil – 2009



Fonte: IBGE, 2012

O Gráfico 1 demonstra quais os tipos de atividades econômicas foram mais movimentadas com as atividades do turismo em 2009 na geração do Valor Bruto de Produção, o que pode ser importante para se inferir os setores econômicos, os quais serão mais beneficiados ou exigidos no caso de um incentivo ao turismo regional.

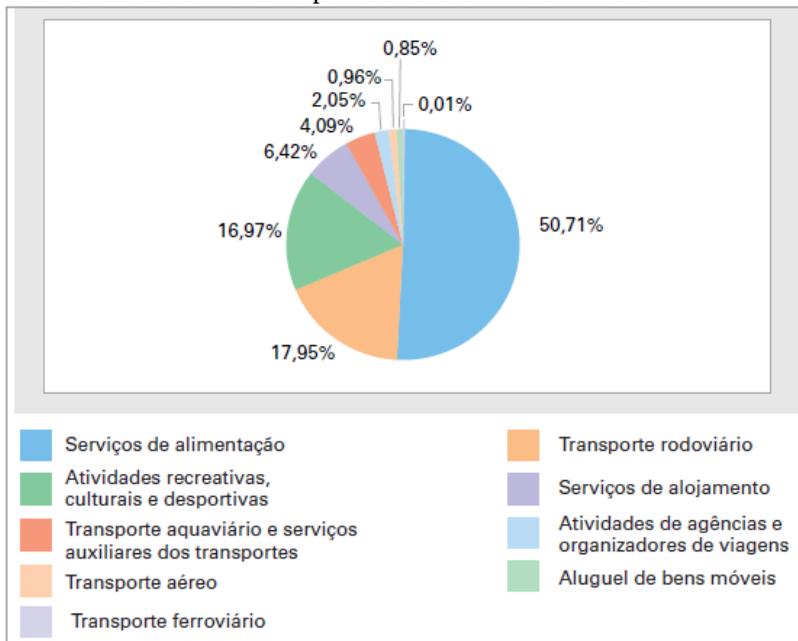
3.8.2 Postos de Trabalho gerados pelo Turismo

O relatório do IBGE (2012, p.23) registra ainda a ocupação dos postos de trabalho das Atividades Características do Turismo que, em

2009, contavam com 5,9 milhões de ocupações, o que representava 9,9% do total do setor de serviços e 6,1% do total da economia.

Entre as Atividades Características do Turismo, os serviços de alimentação registraram o maior número de ocupações: 3,0 milhões, ou 50,7% do grupo. Também merece destaque o transporte rodoviário, com 17,9%. As atividades recreativas, culturais e desportivas contavam com 1,0 milhão de ocupações em 2009. O Gráfico 2 apresenta a distribuição das ocupações das Atividades Características do Turismo naquele ano.

Gráfico 2: Percentual dos postos de trabalho das Atividades Características do Turismo por atividades – Brasil – 2009



Fonte: IBGE, 2012

A forma como são distribuídos os postos de trabalho na Atividade Turística é fundamental quando se pretende intensificar essa atividade. Com base nessa informação, podem-se prever os setores que necessitarão de mão de obra e é possível estabelecer políticas de preparação e qualificação para essa mão de obra.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se como quantitativa, uma vez que procurará reproduzir em números, percentuais e tabelas o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC.

Para Oliveira (1999, p. 115), a abordagem quantitativa significa quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, com o emprego de recursos e técnicas estatísticas e é utilizado no desenvolvimento de pesquisas descritivas, na qual se procura estabelecer a relação entre variáveis, assim como na investigação da relação de causalidade entre os fenômenos. O método é também empregado no desenvolvimento das pesquisas de âmbito social, econômica, de comunicação, mercadológicas, de opinião, de administração, procurando garantir a precisão dos resultados, evitando distorções de análise e interpretações.

A pesquisa pode ser classificada como exploratória, uma vez que não se identificaram informações suficientes que quantifiquem o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC.

A pesquisa exploratória, para Gil (1996, p. 45), visa aumentar a familiaridade com o problema, tornando-o explícito. Envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Por se tratar do estudo para obter a compreensão específica sobre a situação de um determinado fenômeno em relação a certos indivíduos, ou seja, sobre os atrativos turísticos do patrimônio histórico-cultural dos municípios da AMREC, a pesquisa pode ser classificada como Estudo de Caso.

Para Yin (2005, p. 20), utiliza-se estudo de caso para contribuir com o conhecimento que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos, e outros fenômenos relacionados. O estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real, como processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de setores econômicos.

Foi realizada pesquisa bibliográfica para buscar subsídios, a fim de conhecer e analisar a estrutura do turismo de maneira geral e, mais especificamente, no Brasil e no Estado de Santa Catarina, bem como, para definir a metodologia usada para a quantificação dos atrativos turístico do patrimônio histórico e cultural da região estudada.

Oliveira (1999, p. 119) afirma que a pesquisa bibliográfica objetiva o conhecimento das diferentes formas de contribuições científicas que se realizaram sobre determinado assunto ou fenômeno.

Foi utilizada, ainda, a pesquisa documental para identificar as informações sobre o turismo em cada município, utilizando-se arquivos e cadastros existentes nas repartições públicas municipais, folhetos promocionais de turismo e outros registros que contribuíssem para a compreensão do fenômeno em estudo e ainda para a caracterização do perfil dos municípios da AMREC, por meio da busca de dados secundários no site do IBGE como: PIB, PIB *per capita*, Valor Adicionado por atividade econômica, População, IDHM, GINI, Indicadores de Pobreza e Desigualdade, Opção Religiosa, Educação e Saúde.

A pesquisa documental pode ser feita em institutos e centros de pesquisas, museus, acervos particulares, bem como em locais que sirvam como fonte de informações para o levantamento de documentos, no sentido de possibilitar o encontro de uma série de informações para comprovar a existência ou não de uma determinada hipótese que é ou foi objeto de estudo de outros pesquisadores (OLIVEIRA, 1999, p. 119).

O tipo de pesquisa pode ser caracterizado, também, como levantamento, o qual, de acordo com Gil (1996, p. 56), caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer, procedendo-se à solicitação de informações acerca do problema estudado, para, em seguida, mediante análise quantitativa, observar-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Gil (1996, p. 57) afirma que as principais vantagens dos levantamentos são: conhecimento direto da realidade – à medida que as próprias pessoas informam acerca de seu comportamento, crenças e opiniões; economia e rapidez – quando os dados são obtidos mediante questionários, os custos tornam-se relativamente baixos; quantificação – pois os dados podem ser agrupados em tabelas, possibilitando a sua análise estatística. Por outro lado, as limitações deste tipo de pesquisa estão relacionadas à ênfase nos aspectos perceptivos, pois recolhem dados referentes à percepção que as pessoas têm acerca de si mesmas, a pouca profundidade no estudo da estrutura e dos processos sociais e a visão

estática do fenômeno estudado, que pode representar uma fotografia de determinado problema em determinado tempo.

A pesquisa de campo consistiu na visita aos municípios da AMREC para a coleta de dados com a aplicação de um instrumento de específico. Oliveira (1999, p. 124) relata que a pesquisa de campo consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumidamente para posterior análise.

A pesquisa limita-se à compreensão da forma quantitativa dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC, com base em informações declaradas pelos responsáveis da operacionalização do turismo nos municípios pesquisados, que utilizaram arquivos e cadastros existentes nas repartições públicas municipais, folhetos promocionais de turismo e outros registros, além do próprio conhecimento a respeito do turismo do município.

4.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Dentro da proposta de quantificar o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC, houve a necessidade de definir um instrumento para a coleta de dados. O instrumento desenvolvido teve como base a estrutura do Sistema de Inventariação da Oferta Turística – INVTUR, do Ministério do Turismo.

Houve a necessidade de se fazer adaptação do modelo, incluindo-se questões relacionadas à infraestrutura de apoio, à superestrutura, a serviços e equipamentos ou atrativos turísticos, o que resultou em um formulário para coleta de dados no Excel (Apêndice 1), assim segmentado:

1. Serviços e Equipamentos Turísticos
 - 1.1 Meios de hospedagem
 - 1.2 Alimentação
 - 1.3 Agências
 - 1.4 Transportes
 - 1.5 Instalações e Serviços para Eventos
 - 1.6 Empresas Organizadoras/Prestadoras de Serviços para Eventos
 - 1.7 Lazer e Entretenimento
2. Outros Serviços e Equipamentos Turísticos
 - 2.1 Informações Turísticas
 - 2.2 Oficinas Mecânicas e Serviços Autorizados para Automóveis
 - 2.3 Oportunidades Especiais de Compra
 - 2.4 Agências Bancárias/Casas de Câmbio

- 2.5 Entidades Ligadas ao Turismo
- 2.6 Igrejas/Templos e Cultos (Principais)
- 2.7 Locadoras de Imóveis
- 2.8 Representações Diplomáticas (Consulados)
- 3. Infraestrutura de Apoio ao Turismo
 - 3.1 Sistema de Transporte
 - 3.2 Sistema de Segurança
 - 3.3 Sistema de Comunicação
 - 3.4 Sistema Médico-Hospitalar
 - 3.5 Sistema de Educação
 - 3.6 Sistema de Infraestrutura básica do município
 - 3.7 Sistema Municipal de Turismo
- 4. Outras Informações
 - 4.1 Sistema de Turismo Municipal
 - 4.2 Informações complementares
- 5. Atrativos Turísticos
 - 5.1 Atrativos Naturais
 - 5.2 Atrativos Culturais
 - 5.3 Atividades Econômicas
 - 5.4 Realizações Técnicas, Científicas ou Artísticas
 - 5.5 Eventos Permanentes

A quantificação dos elementos de cada grupo acima foi feita a partir da identificação dos sub-elementos que os compõem, conforme pode ser verificado no questionário de coleta de dados (Apêndice 1).

4.2 POPULAÇÃO E APLICAÇÃO DA PESQUISA

A população da pesquisa é composta pelos 12 municípios pertencentes à AMREC, já qualificados, compreendendo: Balneário Rincão; Cocal do Sul; Criciúma; Forquilha; Içara; Lauro Müller; Morro da Fumaça; Nova Veneza; Orleans; Siderópolis; Treviso e Urussanga.

4.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados aconteceu presencialmente pelo autor, durante o mês de julho de 2014, por meio da aplicação do instrumento de coleta, em reuniões agendadas com o responsável pela operacionalização do turismo em cada um dos municípios pesquisados.

Como a estrutura organizacional do turismo em cada município apresenta diferentes composições na hierarquia do poder, houve variação na nomenclatura dos cargos ocupados pelos respondentes, prevalecendo: Secretário Municipal, Presidente de Fundação Cultural, Diretor de Turismo, Assessor de Turismo e Turismólogo, porém, todos respondiam pela operacionalização das atividades turísticas dos municípios no momento da pesquisa.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa identificou e quantificou o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC, com base em informações prestadas pelos responsáveis do turismo nos municípios pesquisados.

Os dados coletados foram declarados pelos responsáveis da operacionalização do turismo nos municípios e, conforme definido na metodologia, foram obtidos de arquivos e cadastros existentes nas repartições públicas municipais, folhetos promocionais de turismo e outros registros, e representam a percepção dos mesmos acerca do potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC.

Os dados obtidos representam o ambiente percebido pelos responsáveis do turismo dos municípios, podendo não representar em algum aspecto o ambiente real, demonstrando de qualquer forma o potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios pesquisados.

Para Bowditch e Buono (1997, p.146), o ambiente real (objetivo) consiste das entidades, objetivos e concepções que existem fora da organização, que é mensurável e externa a mesma. Já o ambiente percebido reflete a interpretação subjetiva do ambiente real. É importante destacar que as pessoas reagem em função de suas percepções do ambiente real e muitos teóricos defendem que o ambiente percebido é mais importante que o ambiente real. Tanto o ambiente real como o ambiente percebido são aspectos importantes da análise ambiental que devem ser explicitamente reconhecidos nas tomadas de decisão. De acordo com Chiavenato (2005, p. 221), a percepção é o processo onde os indivíduos selecionam, organizam, armazenam e recuperam informações, notando de forma seletiva as diferentes partes do ambiente.

Os dados do município de Içara foram fornecidos parcialmente, uma vez que a responsável pela área de turismo do município prestou as informações que tinha domínio e responsabilidade. As demais solicitações foram encaminhadas por ela aos outros setores da administração municipal, que não responderam a todos os quesitos a tempo. Assim, o município de Içara contribui para a presente pesquisa com dados parciais.

A análise e a apresentação dos dados foram feitas por meio de tabelas e de mapas para uma melhor visualização das possibilidades ou potencialidades identificadas.

Os números nas tabelas e nos mapas representam a frequência com que cada elemento pesquisado foi declarado pelos responsáveis da operacionalização do turismo nos municípios. A ordem dos municípios nas tabelas foi aleatória, não seguindo um critério em específico.

5.1 ATRATIVOS TURÍSTICOS

5.1.1 Atrativos Naturais

A Tabela 11 apresenta a quantidade de atrativos naturais que os municípios da AMREC possuem, na percepção dos responsáveis pelo turismo dos respectivos municípios.

Tabela 11: Atrativos Naturais

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Foquelinha	Coal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Montanhas	4	1	3	1	2	0	1	0	4	0	3	0	19
Picos/cumes		1	3	1									5
Serras	1								1		1		3
Montes/morros/colinas	3				2		1		3		2		11
Planaltos e Planícies	0	0	1	1	0	0	2	0	2	0	2	0	8
Pedras tabulares/matacões				1									1
Vales			1				1		1				3
Rochedos							1		1		2		4
Costas ou Litoral										1			1
Praias										13 km			1
Hydrografia	2	3	8	3	0	0	3	0	2	10	9	2	42
Rios	2	3	8	3			2		2			2	22
Lagos/lagoas							1			10	2		13
Praias fluviais/lacustres											7		7
Quebras-d'água	2	0	2	3	0	0	2	0	3	0	7	0	19
Cachoeira	2		2	3			2		3		7		19
Unidades de Conservação	2	0	1	1	0	0	0	0	4	0	2	1	11
Estaduais	1			1					1				3
Municipais			1						1		1	1	4
Nacional	1								1				2
Particulares									1		1		2
Cavernas/Grutas/Furnas	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	6	0	9
Paleotocas				1									1
Grutas					1				1		6		8
Áreas de Caça e Pesca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
Plataformas de Pesca										2			2
Litoral										1			1
Flora	0	0	0	2	2	1	0	2	2	0	1	2	12
Mata Nativa				1	2	1			1			1	6
Mata Atlântica				1				1	1		1	1	5
Plantação de Palmito								1					1
Fauna	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	6	0	10
Animais Silvestre									1				1
Gato do mato pequeno				1									1
Gato do mato Grande				1									1
Tatu				1									1
Jaguatirica											1		1
Cateto											1		1
Veado											1		1
Araponga											1		1
Águia Chilena											1		1
Azulão											1		1
Total por Município	10	4	15	15	5	1	8	2	19	14	36	5	134

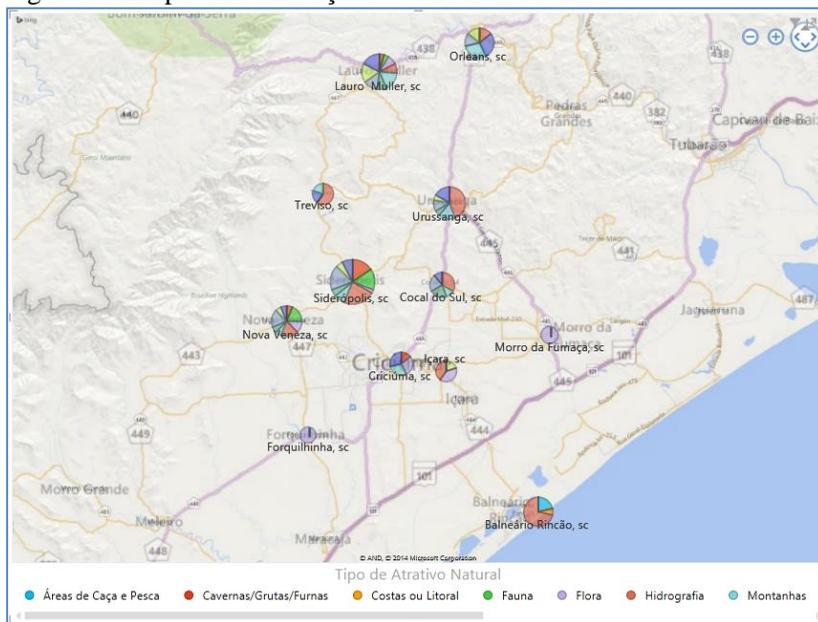
Fonte: Autor 2014

Nos atrativos naturais apontados pelos municípios, observa-se que a região possui quantidade e variedade, incluindo montanhas, planícies, litoral, hidrografia (rios e lagoas), conforme demonstra a tabela 11.

Em função da proximidade com a unidade geomorfológica Serra Geral e alguns dos municípios pesquisados fazerem parte do chamado “Costão da Serra”, observa-se uma predominância de atrativos como montanhas, planalto e planícies, hidrografia, quedas d’água, unidades de conservação, cavernas, flora e fauna.

Ao analisarmos a concentração de atrativos naturais distribuídos nos municípios e em função do acima mencionado, pode-se observar (Figura 15) que há uma rota natural envolvendo os municípios de Orleans, Lauro Müller, Urussanga, Siderópolis e Nova Veneza. É visível nesta constatação a proximidade destes municípios com a Serra do Rio do Rastro.

Figura 15: Mapa da distribuição dos atrativos naturais



Fonte: Autor 2014

Boullón (2002, p.81) afirma que para haver uma zona turística deve se ter no mínimo dez atrativos turísticos suficientemente próximos, sem importar a que tipo e a que categoria pertençam.

Observando a quantidade e a proximidade dos atrativos encontrados, verifica-se a existência de uma zona turística bem diversificada, destacam-se: serras, montes, picos; planalto e planícies; costa e litoral (13 km); rios, lagoas e quedas-d'água; unidades de conservação federal, estadual, municipal e particulares, além da flora e da fauna encontrada em toda a região.

5.1.2 Atrativos Culturais

Os atrativos culturais (Tabela 12) da região são variados, podendo-se destacar as festas e celebrações, religiosas e populares, que totalizam 45 ocorrências na região, as edificações (104), o número de Instituições Culturais (30), Música e Dança (53) e a gastronomia típica (23).

Tabela 12: Atrativos Culturais

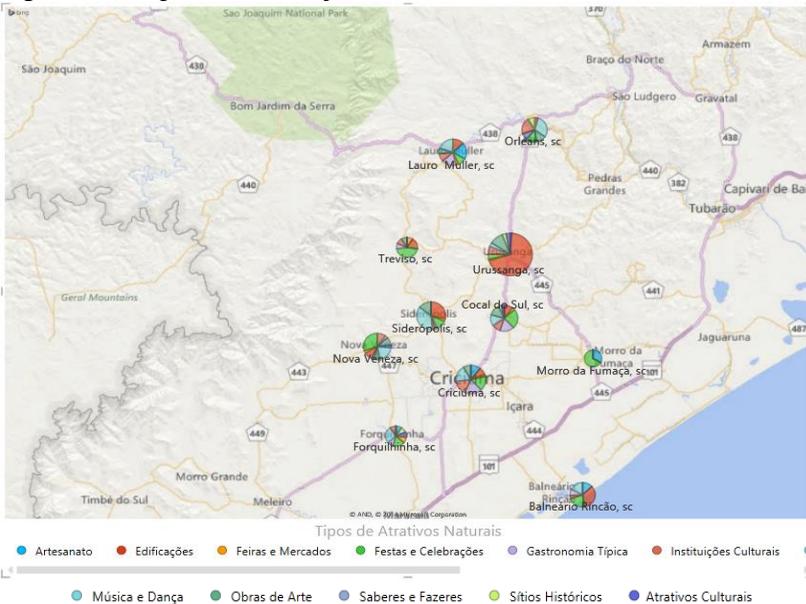
Tipo	Oitavos	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Louro Miller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Sítios Históricos	2	0	3	1	0	1	1	0	0	0	0	0	8
Centro histórico			3										3
Conjunto histórico	2			1									3
Monumento histórico						1	1						2
Edificações	1	2	70	3	3	0	3	0	4	8	10	0	104
Arquitetura civil	1	1	70	1	3		1		1	6	6		90
Arquitetura religiosa		1		1			1		2	2	3		10
Arquitetura Industrial/agrícola				1			1		1				3
Túnel Estrada de Ferro											1		1
Obras de Arte	3	1	10	3	3	0	4	0	2	0	5	0	31
Escultura/estatuária/Monumento/obelisco	2	1	1	3			1		2		4		14
Pintura			9				1						10
Vitrais					1		1						2
Azulejaria					2		1						3
Outros legados	1										1		2
Instituições Culturais	5	1	6	3	6	1	3	0	3	1	1	0	30
Museu/memorial	1		4	1	2		1		1	1			11
Biblioteca			1		2		1		1		1		6
Arquivo					1				1				2
Centro cultural/casa de cultura	4	1	1	1	1	1							9
Teatro/anfiteatro				1			1						2
Festas e Celebrações	3	5	4	9	6	2	7	2	3	5	4	0	50
Religiosas/de manifestação de fé		4	2	3	5		2	1	1	3	1		22
Populares/Folclóricos	2	1	2	6	1	2	4	1	1	2	1		23
Cívicas	1						1		1		2		5
Gastronomia Típica	0	1	0	1	7	1	5	0	5	2	1	0	23
Pratos típicos				1	7	1	3		4	2	1		19
Bebidas		1					2		1				4
Artesanato	0	0	1	1	4	1	0	1	6	3	0	0	17
Cerâmica			1		1			1		1			4
Madeira					1	1							2
Cestaria / Balaio									1				1
Bordados / Renda / Patchwork					2				2				4
Pintura em tecido									1	1			2
Lã de ovelha / Tapeçaria									2				2
Máscaras / Escamas de peixe				1						1			2
Música e Dança	7	0	3	6	7	3	4	0	6	4	13	0	53
Banda e conjunto musical / Corais	5		3	6	4	3	2		2	1	3		29
Grupo de Dança / Folguedos	1						2		1	3	3		10
Clube/casa de shows									1		1		2
Festival					2				1				3
Centro de Tradições / Grupos de tradições	1				1				1		2		5
Outros											4		4
Feiras e Mercados	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	8
Feira livre		1	1	1	1	1	1		1		1		8
Saberes e Fazeres	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Preparar receitas tradicionais				1									1
Contar estórias/casos							1						1
Recitar poesias/rezas							1						1
Total por Município	21	11	98	29	37	10	28	3	30	23	35	0	325

Fonte: Autor 2014

Na figura 16, nota-se a distribuição dos elementos culturais nos municípios da região. Há, basicamente, uma equivalência no número de elementos entre a maioria dos municípios da AMREC. O que sobressai nos atrativos culturais, e foge da normalidade, é o número de edificações (arquitetura civil) encontrado no município de Urussanga, representadas por 70 prédios, dos quais 25 são tombados.

De acordo com o Jornal Vanguarda¹¹, a maior parte das edificações encontra-se no entorno da Praça Anita Garibaldi. São 24 edificações tombadas pela Fundação Cultural Catarinense e uma pelo município. Urussanga é considerada pelo IPHAN a cidade mais representativa de Santa Catarina no que se refere ao cenário urbano, identificado com a imigração italiana.

Figura 16: Mapa de distribuição dos atrativos culturais



Fonte: Autor 2014

Por outro lado, a variedade dos atrativos culturais na região é um facilitador à integração, em função das peculiaridades e diversidade em cada município. A complementariedade destes elementos facilita e

¹¹Disponível em <http://www.jvanguarda.com.br/site2012/2009/02/05/casas-tombadaspatrimonio-historico-de-urussanga/>

possibilita da criação de rotas turísticas, podendo integrar festas, visitas a edificações, gastronomias, dentre outras possibilidades. A criação de um calendário unificado e integrado de festa é fundamental para a alavancagem do turismo da região.

É importante destacar que a matéria-prima do turismo, conforme define Boullón (2002, p.67), são os atrativos turísticos e que a região dispõe de quantidade e variedade desta matéria-prima. Do ponto de vista dos atrativos naturais, estes se concentram nos municípios com maior proximidade com a Serra Geral (Figura 17), porém, do ponto dos atrativos culturais, a distribuição é mais homogênea na região estudada.

Esta integração entre as possibilidades de oferta turística por meio dos atrativos naturais, integrados com os culturais, criando-se rotas integradas e calendários culturais adequados, pode ser o elemento propulsor do turismo regional com maior potencial de retenção do turista na região, prolongando sua estadia.

5.1.3 Atividades Econômicas

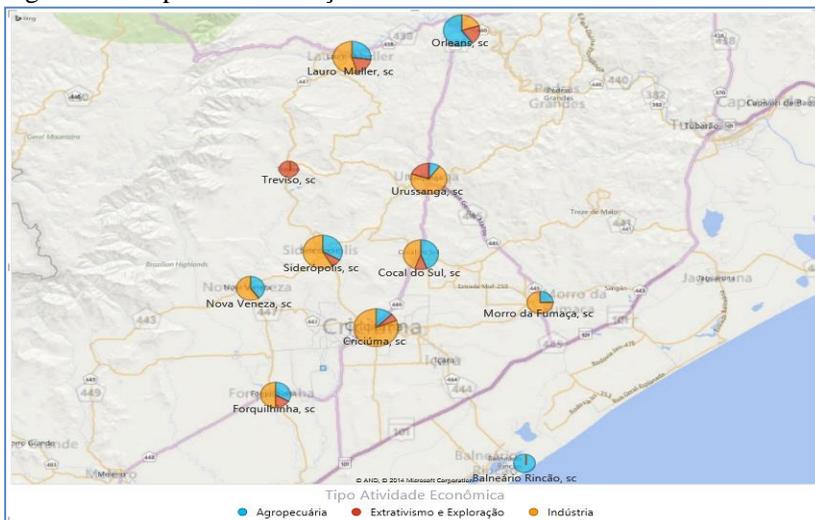
A tabela 13 apresenta o número de ocorrências de determinadas atividades, podendo representar a diversificação econômica dos municípios da região. A atividade econômica é um fator importante no movimento turístico, incentivando o segmento do turismo de negócios, por meio de feiras, exposições, viagens de negócios e outros (Figura 17).

Tabela 13: Atividades Econômicas – Diversificação

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Extrativismo e Exploração	2	1	2	0	1	1	1	0	2	0	1	0	11
Mineral		1	2		1	1	1		1		1		8
Vegetal	2								1				3
Agropecuária	6	0	1	2	2	2	4	1	3	2	4	0	25
Agricultura	1		1	1		1	1	1	1		1		8
Pecuária	1						1		1				3
Aquicultura	1						1						2
Apicultura	1												
Criação de animais silvestres / Avicultura					1	1					1		3
Agroindústria	1			1	1		1		1		1		6
Orquidário	1												
Outras culturas													0
Suínocultura											1		1
Pesca Artesanal										1			1
Pesca Industrial										1			1
Indústria	2	0	7	3	13	3	4	3	6	0	7	0	46
Petrolífera			1										1
Automobilística					1								1
Têxtil					1	1		1			1		4
De laticínios			1				1		1		1		4
De bebidas			1	1	1		1		1		1		6
De couro													0
Joalheira													0
Moveleira			1		1		1		1				4
Moldura									1				1
Refratária									1				1
Metalúrgica			1	1	1	1		1			1		6
Tintas e vernizes					1						1		2
Tubos e conexões											1		1
Cerâmica			1		1		1	1	1				5
Vestuário				1	1	1							3
Plástico	1		1		1								3
Implementos Rodoviários	1				1								
Construção Civil					1								1
Outras					2						1		3

Fonte: Autor 2014

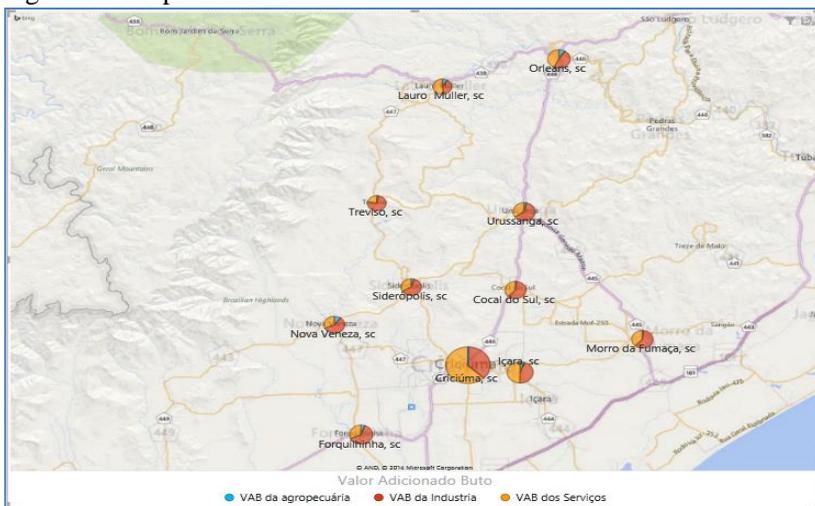
Figura 17: Mapa da distribuição das atividades econômicas



Fonte: Autor 2014

A figura 18 demonstra o Valor Adicionado Bruto – VAB dos municípios da AMREC ou o tamanho comparativo das economias dos municípios, destacando-se Criciúma com o maior VAB da região.

Figura 18: Mapa do VAB



Fonte: Adaptado pelo autor de IBGE – Cidades

5.1.4 Eventos Permanentes

O levantamento identificou 48 eventos permanentes na região, nas mais diversas áreas, passando por Congressos e Convenções, Feiras, Exposições, Realizações Desportivas, artísticas, sociais e gastronômicas.

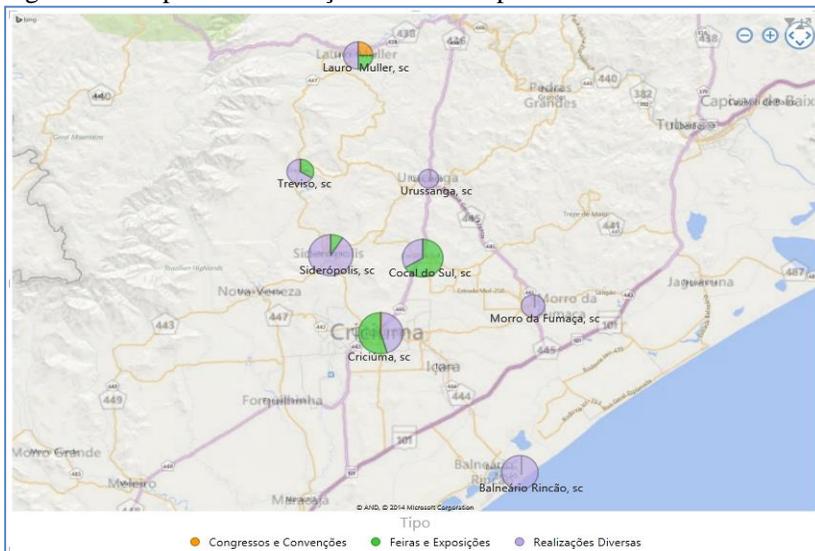
Tabela 14: Eventos Permanentes

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Congressos e Convenções									1				1
Feiras e Exposições	0	1	0	0	6	0	6	0	1	0	1	0	15
Feira de Negócios					4		1						5
Feira Temática							1						1
Feira Promocional													0
Feira Cultural					1		1						2
Feira de Gastronomia							1		1				2
Outras Feiras		1									1		2
Exposição Técnica							1						1
Exposição Científica					1		1						2
Realizações Diversas	0	2	1	0	5	0	3	2	2	7	10	0	32
Desportivas		2			2			2		6	7		19
Artísticas/culturais					2		1				3		6
Sociais/assistenciais							1		1				2
Gastronômicas/de produtos			1		1		1		1	1			5
													0

Fonte: Autor 2014

No mapa de localização da Figura 19, constata-se maior concentração nos municípios de Criciúma, Cocal do Sul e Siderópolis, neste tipo de segmento turístico.

Figura 19: Mapa de distribuição do eventos permanentes



Fonte: Autor 2014

5.2 SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

5.2.1 Meios de Hospedagem

Na tabela 15, são apresentados os números de estabelecimentos e vagas nos meios de hospedagem das cidades pesquisadas, cadastradas ou conhecidas pelos entrevistados, com possibilidades de serem usadas com fins turísticos, incluindo: hotéis, Resorts, Pousadas, Pensão, Hospedarias, Motéis e Campings.

Tabela 15: Vagas – Meios de Hospedagens

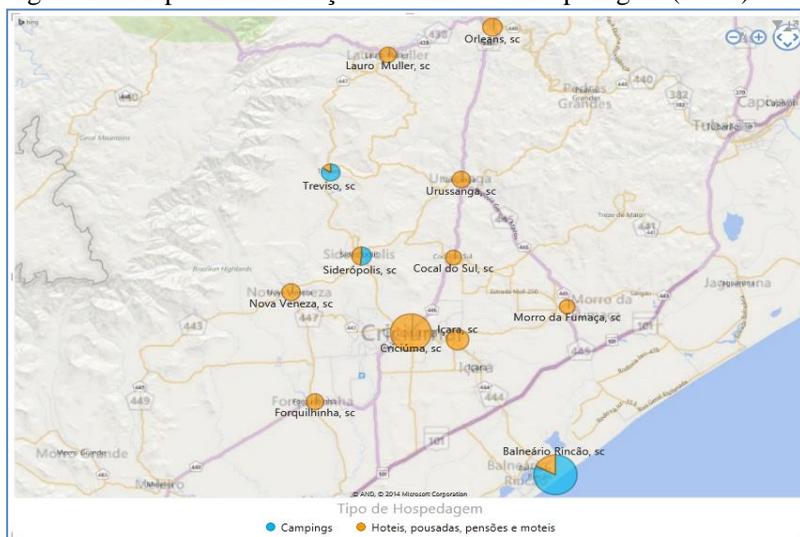
Estabelecimentos		Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Hotéis	Qtde. Estab.	2		2	3	13	2		1	1	2	1	2	29
	N. de Vagas	202		76	146	1766	58		22	40	104	72	170	2656
Hotel de Lazer/Resort	Qtde. Estab.										1			1
	N. de Vagas										70			70
Pousadas	Qtde. Estab.	2	1	3						3		2		11
	N. de Vagas	26	20	75						50		40		211
Pensão / Hospedaria	Qtde. Estab.		1		1	8	1				3		1	15
	N. de Vagas		8		20	160	18				155		10	371
Motéis	Qtde. Estab.					4	1	2			2		7	16
	N. de Vagas					176	40	52			100		220	588
Campings	Qtde. Estab.		2							1	9	3		15
	N. de Vagas		150								1990	120		2260
Outros Meios de Hospedagem	Qtde. Estab.													0
	N. de Vagas													0
Total	Qtde. Estab.	4	4	5	4	25	4	2	1	5	17	6	10	87
	N. de Vagas	228	178	151	166	2102	116	52	22	90	2419	232	400	6156

Fonte: Autor 2014

Para uma melhor compreensão do potencial instalado de leitos nos meios de hospedagem, os mesmos foram distribuídos no mapa dos Meios de Hospedagem (Figura 20). Pode-se observar no mapa que a representatividade dos municípios de Balneário Rincão, Siderópolis e Treviso, deve-se às vagas em *campings*, as quais são vagas sazonais, utilizadas principalmente no verão para um tipo específico de turismo.

Fica evidenciado que a cidade de Criciúma, polo regional, detém a maior rede de hospedagem da região, o que fortalece o desenvolvimento do turismo como uma atividade integrada e de abrangência regional.

Figura 20: Mapa da distribuição dos meios de hospedagem (leitos)



Fonte: Autor 2014

5.2.2 Alimentação – estabelecimentos de interesse turístico

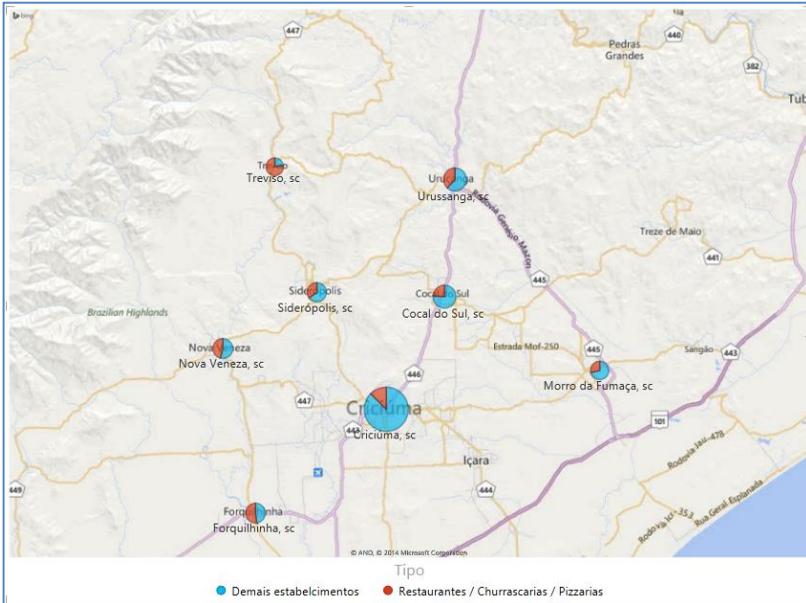
No ramo da alimentação, identificados como estabelecimentos com interesse turístico, pode-se destacar as cidades de Criciúma, que conta com 287 estabelecimentos e os municípios de Nova Veneza, Siderópolis e Urussanga, despontando com estabelecimentos focados na gastronomia Italiana, com qualidade e potencial turístico, atrelados à cultura italiana deixada pelos colonizadores da região, que vieram, principalmente, da região do Vêneto, na Itália.

Tabela 16: Estabelecimentos de Alimentação

Estabelecimentos	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Restaurantes / Churrascarias / Pizzarias	12	7	18	11	36	12	11	4	8	10	7		136
Cafeterias / Sorveterias / Confeitarias	11	2	15	8	8	4	12	10	13	3	9		95
Cervejarias	3				2	1	1		1				8
Bares e Lanchonetes	12		4		200	5	20		12	15			268
Quiosques / Barracas / Outros	2		10	5	5	1	2		6		4		35
Praça de Alimentação de centro de compras					6		0						6
Outros					30		0						30
Total	40	9	47	24	287	23	46	14	40	28	20	0	578

Fonte: Autor 2014

Figura 21: Mapa da distribuição dos estabelecimentos de alimentação



Fonte: Autor 2014

5.2.3 Serviços de Apoio Direto ao Turismo

Na análise dos serviços de apoio direto ao turismo (Tabelas 17, 18, 19 e 20), serão apresentadas as quantidades referentes às Agências de Viagens, Serviços de Transportes, Instalações e Serviços de Eventos, Empresas Organizadoras e Prestadoras de Serviços para Eventos, identificadas nas cidades pesquisadas e no final uma análise considerando a quantidade registrada em um mapa de localização.

Tabela 17: Agências de Viagens

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Louro Müller	Balmério Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Agências de Viagem (Emissivas e Receptivas)			1		1		3						5
Agências Emissivas	1			1	11							1	14
Agências Receptivas				1							2		3
Total	1	0	1	2	12	0	3	0	0	0	2	1	22

Fonte: Autor 2014

Tabela 18: Serviços de Transporte

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Transportadoras Turísticas	1		3	1	5		4		2		1	1	18
Locadoras de veículos	1				3	1						1	6
Táxis	12		4		200	2			40	1			259

Fonte: Autor 2014

Tabela 19: Instalações e Serviços para Eventos

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Parques / Pavilhões			1	2	14	3			1		1		22
Exposições			1	2	21	5			1		1		31
Auditórios / Teatros / Salas Convenções		1		1	12	2	2	1	1		3	5	28
		1		4	17	2	2	1	1		3	5	36
Centros de Convenções/Congressos		1		2				1					4
		1		2				1					4
Clubes Sociais / Associações	3	14	8	9	25	2	15		2	2	2	7	89
	3	14	8	9	25	3	15		2	2	9	7	97
Outros Serviços/Equipamentos Especializados								1					1
								1					1
Total	3	16	9	14	51	7	17	3	4	2	6	12	144
	3	16	9	17	63	10	17	3	4	2	13	12	169

Fonte: Autor 2014

Tabela 20: Empresas Organizadoras e Prestadoras de Serviços

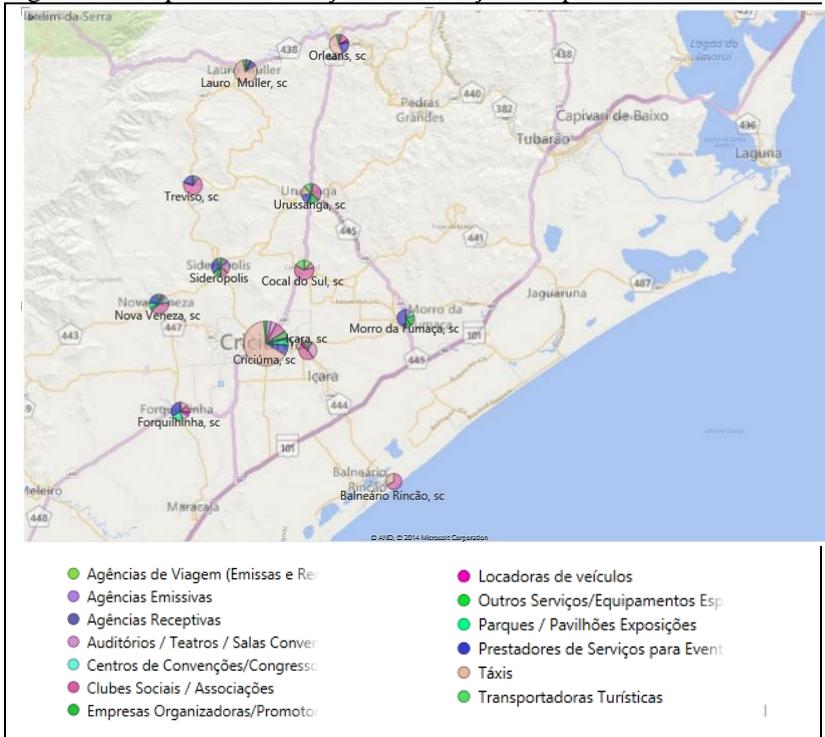
Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Empresas Organizadoras/Promotoras de Eventos			4	1	15			2			1		23
Prestadores de Serviços para Eventos	5	4	4	4	22	5		5	4		4		57
Total	5	4	8	5	37	5	0	7	4	0	5	0	80

Fonte: Autor 2014

Analisando a estrutura dos Serviços de Apoio Direto ao Turismo (Figura 22), pode-se verificar que a cidade de Criciúma é a que tem maior quantidade e diversidade de serviços voltados ao Turismo. Isto se deve ao fato de Criciúma ser a maior cidade do extremo Sul catarinense e dispor de uma atividade econômica e social que requer uma estrutura adequada para atender às demandas da sociedade local e com abrangência regional. Assim, o número de agências de turismo, de equipamentos como parque, pavilhões de exposição, teatros, clubes sociais, dentre outros, é muito superior aos demais municípios da AMREC.

Este fato deve ser levado em consideração na regionalização do turismo, pois, um turista atraído para a região, pode buscar atrativos naturais e culturais que este lhe proporciona e ter em Criciúma uma base para o seu deslocamento pela região, usufruindo da infraestrutura existente na cidade.

Figura 22: Mapa de distribuição dos serviços de apoio direto ao turismo



Fonte: Autor 2014

5.2.4 Locais para Lazer e Entretenimento

De acordo com os responsáveis pelo turismo nos municípios pesquisados, na AMREC existem 460 locais para lazer e entretenimento, dos quais 206 estão concentrados em Criciúma (44,85%). Os demais estão pulverizados nos demais municípios (Tabela 21).

Este é mais um sinal da posição estratégica de Criciúma na regionalização do turismo da AMREC, que pode contribuir com infraestrutura, com locais para lazer e entretenimento, com possibilidades de compras, podendo os demais municípios da região se especializarem em suas vocações em função de seus atrativos naturais e culturais, complementando a atração para a retenção do turismo na região.

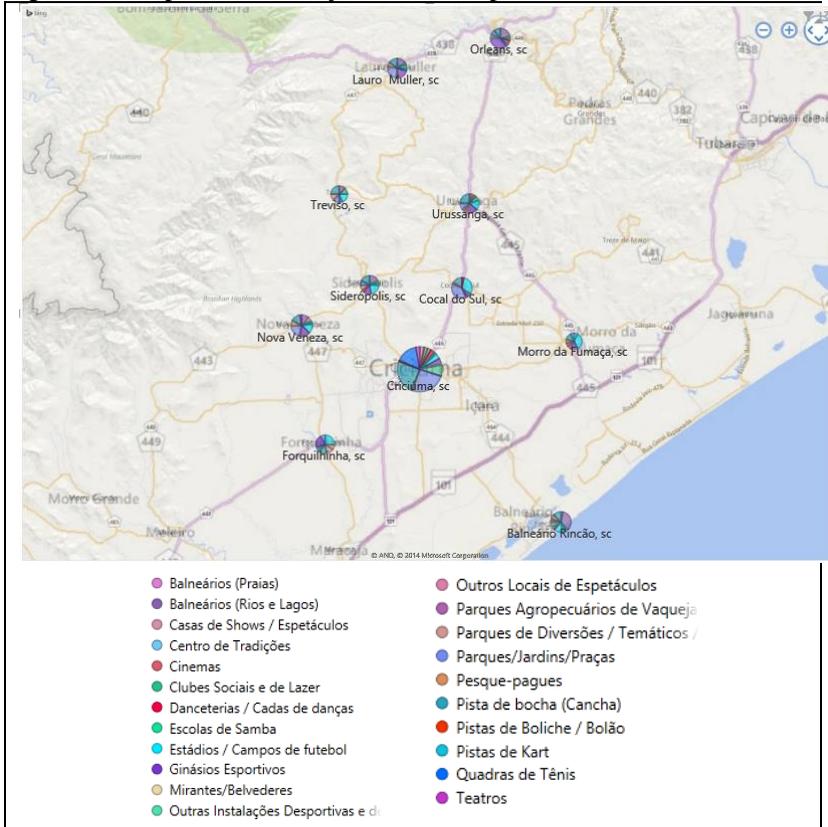
Tabela 21: Locais para Lazer e Entretenimento

Tipo	Orleans	Treviso	Urusunganga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Parques de Diversões / Temáticos / Aquáticos			1		0				1	1			3
Parques/Jardins/Praças	2	2	3	7	52	2	12		7	1	2		90
Mirantes/Belvederes	1		1		2					1			5
Parques Agropecuários de Vaquejada					1		1	1			1		4
Balneários (Rios e Lagos)	6	2	1	4					4	11	4		32
Balneários (Praias)										1			1
Pesque-pague		2		3	2	2	1	1	2	2	2		17
Clubes Sociais e de Lazer	1	2	2	1	5	1			2	2	1		17
Estádios / Campos de futebol	1	3	4	5	8	6	10	5	1	4	5		52
Ginásios Esportivos	10	1	4	5	8	5	2	2	5	1	3		46
Quadras de Tênis					32								32
Pistas de Kart								1					1
Pistas de Boliche / Bolão					2								2
Pista de bocha (Cancha)	3	4	6	5	50	3	5	2	4	4	4		90
Centro de Tradições	1			1	1	1		1	1	1	1		8
Cinemas			1		5								6
Teatros				1	6								7
Casas de Shows / Espetáculos			1	2	6	3							12
Danceterias / Casas de danças	2				7		1						10
Outros Locais de Espetáculos			1	1				1					3
Escolas de Samba					3								3
Outras Instalações Desportivas e de Recreação	1				16					2			19
Total	28	16	25	35	206	23	32	14	27	31	23	0	460

Fonte: Autor 2014

No mapa a seguir (Figura 23), fica bem evidente a relevância de Criciúma na questão de locais para lazer e entretenimento para o desenvolvimento do turismo da região.

Figura 23: Mapa de distribuição dos locais para lazer e entretenimento



Fonte: Autor 2014

5.3 OUTROS SERVIÇOS DE APOIO TURÍSTICO

Os próximos elementos a serem analisados e quantificados (Tabelas de 22 a 29) são os locais de informação turística, as oficinas mecânicas, locais para compras, agências bancárias e casas de câmbio, entidades ligadas à cultura e turismo, locais de manifestação de fé (igrejas e templos), locadoras de veículos e representações diplomáticas.

As tabelas a seguir identificam e quantificam estes elementos por município e, no mapa (Figura 22), pode-se observar o comparativo entre eles.

Fonte: Autor 2014

Tabela 26: Entidades Ligadas ao Turismo

Typo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Cricúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Conselhos ligados ao turismo			1		1								2
Associações ligadas ao turismo	4	2	16	25	24	4		2	1	3	3		84
Total	4	2	17	25	25	4	0	2	1	3	3	0	86

Fonte: Autor 2014

Tabela 27: Igrejas e Templos - Manifestação de Fé

Typo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Cricúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Igrejas / Templos e Cultos - Católicos	5	15	3	4	9	1	5	2	5	4	5		58
Igrejas / Templos e Cultos - Evangélicos			2		10	1	4	1		1			19
Igrejas / Templos e Cultos - Outros			1		4								5
Total	5	15	6	4	23	2	9	3	5	5	5	0	82

Fonte: Autor 2014

Tabela 28: Locadoras de Imóveis

Typo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Cricúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Locadoras de Imóveis	4	1	4	2	6	2	5	3	1	2	1		31
Locadoras de Imóveis -imóveis na temporada										5			5
Total	4	1	4	2	6	2	5	3	1	7	1	0	36

Fonte: Autor 2014

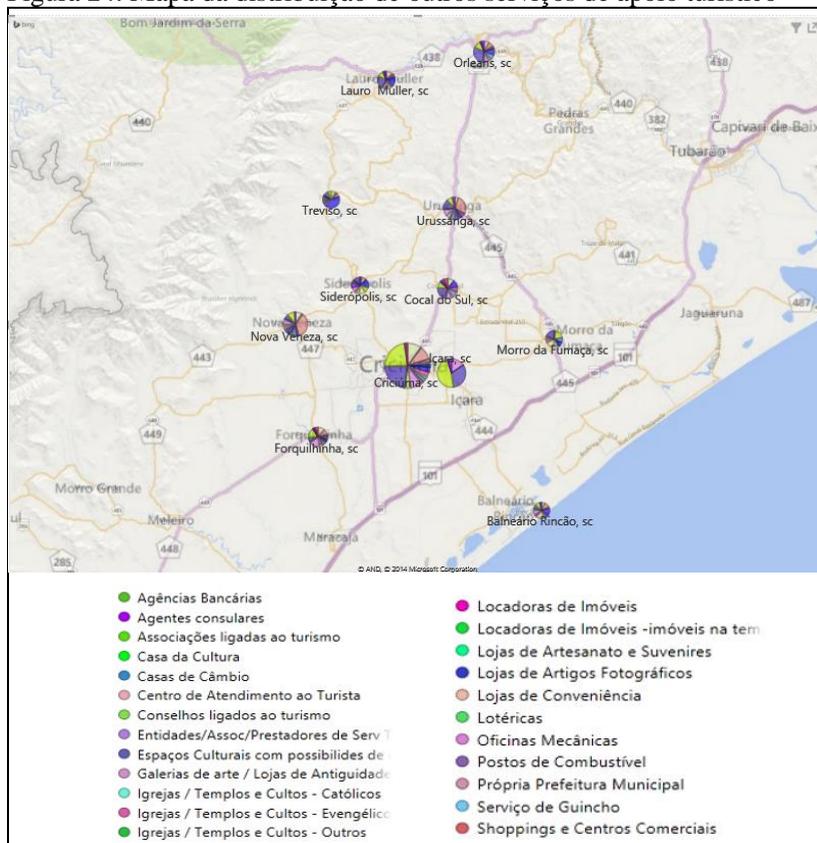
Tabela 29: Representações Diplomáticas

Typo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Cricúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Consulados													0
Embaixadas													0
Agentes consulares				1	1								2
Outras representações													0
Total	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2

Fonte: Autor 2014

A exemplo de análises anteriores, o município de Criciúma continua polarizando estes serviços e equipamentos como pode ser constatado no mapa a seguir.

Figura 24: Mapa da distribuição de outros serviços de apoio turístico



5.4 INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

5.4.1 Infraestrutura para o Turismo

Como infraestrutura de apoio ao turismo foram identificados e quantificados os elementos de transporte rodoviário, transporte aéreo, transporte urbano, táxi, sistema de segurança e sistema de comunicação.

Como demonstrado em situações anteriores, o município de Criciúma tem a melhor e mais variada infraestrutura para apoio à atividade do turismo na região, fazendo prevalecer a sua condição de polo regional.

Na questão do transporte público regional (Tabela 30), é importante observar que todos têm linhas troncais ligando à Criciúma, e que entre os municípios da AMREC a integração é feita prioritariamente através de Criciúma.

Isto, se por um lado, reafirma a posição de Criciúma como cidade polo regional; por outro, demonstra a dificuldade de locomoção de turistas na região por meio do transporte público. Isto dificulta a criação de rotas que o turista possa fazer de forma autônoma e sem um veículo particular, ou seja, utilizando apenas o transporte público.

Tabela 30: Transporte Rodoviário

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Terminal Rodoviário	1	1	1	1	1			1	1		1	1	9
Linhas intermunicipais	10	3	4	1	30	1	1	6	12	1	2	4	75
Linhas interestaduais					4				1				5
Linhas Internacionais													

Fonte: Autor 2014

A região estudada conta com um aeroporto na cidade de Forquilha (Tabela 31), vizinha a Criciúma, com uma única Companhia Aérea operando.

Tabela 31: Transporte Aéreo

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Terminal Aéreo						1							1
Companhias Aéreas						1							1
Empresas de Táxi Aéreo													0
Média diária de voos						2							2

Fonte: Autor 2014

O transporte urbano nos municípios pesquisados (Tabela 32) não é um facilitador para um turista que deseja se locomover autonomamente, sem utilizar um veículo particular. Com exceção de Criciúma, que possui um sistema integrado de transporte público, os municípios da AMREC que mantêm este serviço, procuram atender à população com linhas que interligam bairros distantes, com poucas rotas diárias.

Tabela 32: Transporte Urbano

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Coal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Terminal de Transporte Urbano			1		3								4
Empresas de Transporte Urbano	1		3		3	1				1	1		10

Fonte: Autor 2014

Em apenas dois municípios não foram apontados serviços de táxi: Treviso e Nova Veneza (Figura 33). Nos demais, há registro da existência de pontos de táxi. A quantidade ofertada deste serviço varia em função da necessidade da população de cada município. Os municípios que desejarem optar por maior investimento no segmento turístico devem adequar a frota ao volume da atividade turística planejada, lembrando que o táxi é uma alternativa para se chegar aos atrativos turísticos existentes na região.

Tabela 33: Táxi

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Coal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Pontos de táxi	3		2		42	2	20	1	8	1	1	2	12
Cooperativa de táxi													12
Sindicato					1								12

Fonte: Autor 2014

O sistema de segurança pública (Tabela 34) está estruturado para atender às demandas dos municípios pesquisados, levando em consideração o tamanho da população existente em cada um deles. Criciúma, como maior município da região, possui a maior e mais diversificada rede da segurança pública.

Tabela 34: Sistema de Segurança Pública

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Federais													
- Polícia Federal					1								1
- Receita Federal					1								1
- Exército					1								1
Estaduais													
- Polícia Civil	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
- Polícia Militar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
- Delegacias de polícia	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	2	19
- Corpo de Bombeiros	1		1		1	1	1	1				1	7
- Polícia Florestal / Ambiental	1										1		2
- Presídios estaduais					2								2
Municipais													
- Guarda Municipal					1								1
- Conselhos Municipal de Segurança Pública	1	1	1	1	3	1		1		1		1	11
- Defesa Civil	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12

Fonte: Autor 2014

Quando ao sistema de comunicação da AMREC (Tabela 35), nota-se a existência de sinal das quatro principais operadoras de celular do Brasil (TIM, VIVO, Claro e Oi) em quase todos os municípios. Todos possuem acesso à internet e estão cobertos por jornais locais e sistemas de rádio.

Tabela 35: Sistema de Comunicação

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Postos telefônicos					2								2
Lan House	1		2	1	5	1	2	1	2	4	1		20
Sinal de telefonia celular (N. Operadoras)	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Agências postais	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	2	19
Emissoras de rádio	4		3	1	9	1	1	4	2	1	1	2	29
Emissoras de televisão					1								1
Operadoras de TV a cabo	3				4								7
Jornais Municipais	2		2	1	4	1	2	1		2		3	18
Revistas Municipais			1	1	3								5
Acesso à internet	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Todos
Empresas de publicidade	3		1		10	2						1	17

Fonte: Autor 2014

O sistema de saúde (Tabela 36) da AMREC, tem Criciúma como referência regional, possuindo 4 hospitais e uma rede de clínicas e centros

especializados atendendo a maioria das especialidades médicas. Os demais municípios possuem também seus sistemas adequados ao tamanho de suas populações. Nem todos os municípios possuem o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU), o que deve ser revisto pelos municípios que não o possuem e que querem intensificar a atividade turística em seu território.

Tabela 36: Sistema de Saúde

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Louro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Hospitais com atendimentos particulares	1		1	1	4			1		1		1	10
Hospitais com atendimentos pelo SUS	1		1	1	2			1	1	1		1	9
Pronto Socorro	1		1	1	3	1		1	1	1	1	1	12
Unidades Básicas de Saúde	9	2	4	5	4	3	1	5	7	5	8	15	68
Farmácias	12	2	11	10	136	4	5	10	6	5	6	41	248
Clinicas / Centros de Especialidades Médicas				1	20	1			1		1	4	28
Clinicas Odontológicas	5	3	13	6	20			8	8	2		6	71
Veículos do SAMU	1		1		3	1		1	1		1	1	10

Fonte: Autor 2014

No mapa abaixo (Figura 25), fica evidenciada a quantidade e variedade da infraestrutura de Criciúma para apoiar a atividade turística Regional.

Figura 25: Infraestrutura Turística



Fonte: Autor 2014

5.4.1 Infraestrutura básica do Município

5.4.1.1 Sistema de Educação

Os municípios da AMREC possuem uma infraestrutura de educação (Tabela 37) adequada ao tamanho de suas populações. Alguns, em função das características e demandas, possuem Cursos Técnicos e Cursos Superiores.

Existem duas universidades comunitárias atuando na Região, a UNESC, de Criciúma, que atende aos municípios da AMREC e AMESC, com mais de 40 cursos, fazendo ensino, pesquisa e extensão, e uma unidade da UNISUL, instalada em Içara, com alguns cursos específicos.

Tabela 37: Sistema de Educação

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Escolas e colégios	13	4	22	18	69	6	11	12	10	5	9		179
Cursos Técnicos	2		2	2	4	2	1				1	1	15
Ensino Superior - Faculdades	1				5	1	1						8
Ensino Superior - Institutos Federais					1								1
Universidades					1							1	2

Fonte: Autor 2014

5.4.1.2 Infraestrutura Básica – Abrangência dos serviços

Analisando a infraestrutura básica, percebe-se que 84% dos municípios em média são atendidos por água tratada, 100% tem energia elétrica e 98% tem coleta coletiva do lixo.

Nos municípios da AMREC a coleta seletiva do lixo abrange apenas 22% lixo gerado. O serviço de tratamento do esgoto trata somente 14% do esgoto gerado. Para uma região que tem pretensões com o desenvolvimento turístico estes indicadores são preocupantes, uma vez que um maior fluxo de pessoas na região causará o aumento da geração de lixo e de esgoto urbano, aumentando o problema para o meio ambiente.

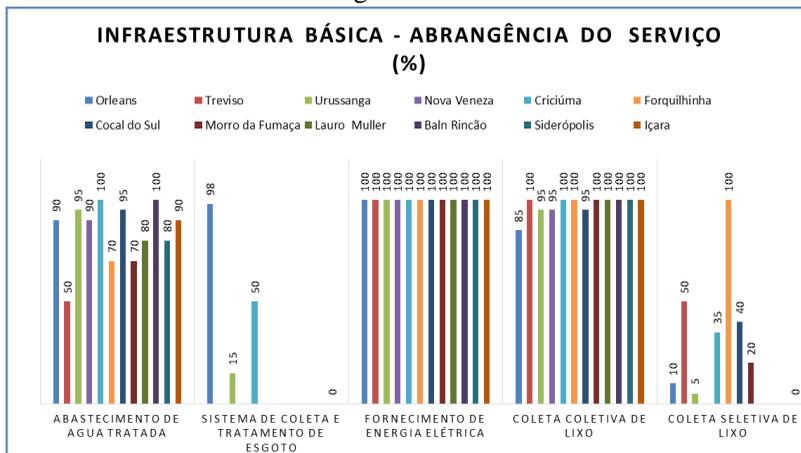
Tabela 38: Percentual de Abrangência da Infraestrutura Básica

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Abastecimento de Água tratada	90	50	95	90	100	70	95	70	80	100	80	90	84
Sistema de coleta e tratamento de esgoto	98		15		50							0	14
Fornecimento de Energia Elétrica	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Coleta coletiva de lixo	85	100	95	95	100	100	95	100	100	100	100	100	98
Coleta seletiva de lixo	10	50	5		35	100	40	20				0	22

Fonte: Autor 2014

Para melhor visualização das informações referentes à infraestrutura básica oferecida pelos municípios, os dados da Tabela 38 são apresentados na forma gráfica (Gráfico 3).

Gráfico 3: Percentual de Abrangência da Infraestrutura Básica



Fonte: Autor 2014

5.5 OUTRAS INFORMAÇÕES

5.5.1 – Sistema de Turismo Municipal

A pesquisa identificou a maneira como os municípios se organizam, do ponto de vista organizacional, para atender às atividades do turismo em seu território (Tabela 39).

Nenhum dos municípios da AMREC possui uma secretaria exclusiva para atendimento as atividades turísticas. Todos têm o turismo associado a outras pastas ou à Fundação Municipal. Alguns adotam uma estrutura como diretoria, outros como departamento ou setores e, em alguns casos, está associado à Fundação Cultural.

A existência de uma secretaria específica não é condição primordial para que o turismo se desenvolva na região. O que importa é a forma como cada um se organiza e que exerça o papel de fomentar as atividades turísticas em seus municípios.

É importante destacar que no sistema proposto por Boullón (2002, p.38), para que ele funcione adequadamente, além da infraestrutura, há a necessidade de um subsistema auxiliar denominado superestrutura, composto por entidades públicas e privadas, encarregadas de otimizar e modificar, quando necessário, o funcionamento de cada uma das partes integrantes do sistema e harmonizar suas relações, facilitando a produção e a venda dos múltiplos e diferentes serviços.

Neste sentido, a estrutura municipal tem papel fundamental na organização, motivação, otimização, mudança cultural, dentre outros termos que são necessários ao desenvolvimento de qualquer atividade econômica e é fundamental nas atividades do turismo, que precisa funcionar em rede.

Exemplos de vinculações: Cultura e Turismo; Educação Esporte e Turismo; Educação Cultura e Turismo; Fundação Cultural.

Tabela 39: Estrutura do Turismo Municipal

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Secretaria de Turismo específica													0
Secretaria de Turismo conjunta com outro	1	1		6		1		1	2				12
Diretoria de Turismo		1	3				1						5
Departamento / Setor de Turismo / Fundação					3					3	2	1	9
Total	1	2	3	6	3	1	1	1	2	3	2	1	26

Fonte: Autor 2014

Apesar desta vinculação a outras áreas da administração pública municipal, todos os municípios têm, no mínimo, uma pessoa desenvolvendo atividades específicas com relação ao turismo.

Há de se destacar o município de Nova Veneza, com o maior número de colaboradores dedicados exclusivamente ao turismo, incluindo um profissional da área, o Turismólogo, totalizando 6.

Ter profissionais especializados para tratar da atividade turística é fundamental para a profissionalização e desenvolvimento da área. Na gestão pública dos municípios pesquisados, apenas um Turismólogo foi identificado, o que mostra um grau de profissionalização muito baixo na região. Isto acaba levando ao amadorismo, à perda de oportunidades e fluxo turístico e um lento desenvolvimento da atividade.

Dois caminhos são possíveis nesta questão:

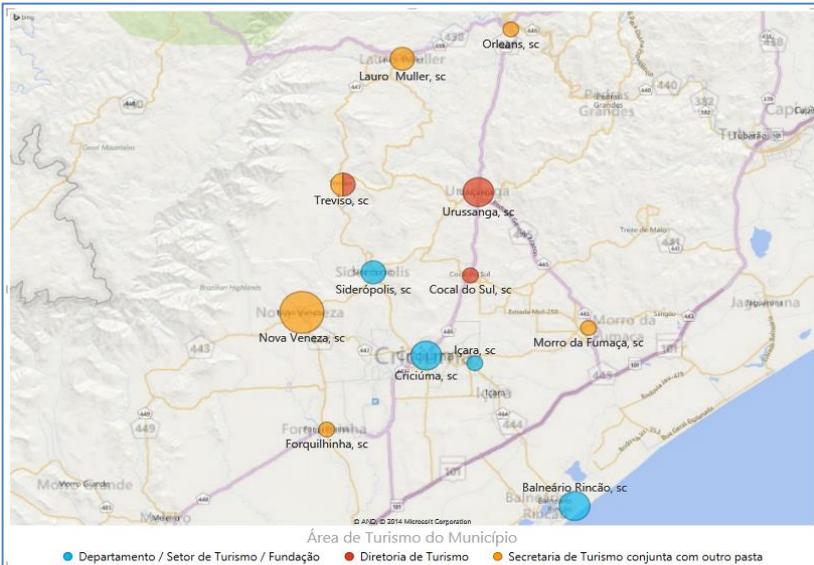
1. Nos municípios onde existam, além do secretário da pasta, outros servidores executando atividades do turismo, que se busque a qualificação destes servidores na área do turismo, como o Turismólogo.
2. Que se organize ou crie na própria AMREC, onde já existe um colegiado de Cultura e Turismo, um grupo de Turismólogos para tratar do turismo regional, atuando nos municípios, executando políticas regionais e orientando a toda a atividade turística. Isto facilitaria a criação de políticas, rotas e a integração do turismo

regional. Este tipo de solução está de acordo com os objetivos da AMREC que estabelece:

- a. I – Ampliar e fortalecer a capacidade administrativa, econômica e social dos Municípios;
- b. II – Promover a cooperação intermunicipal e intergovernamental.

O mapa (figura 28) demonstra o número de colaboradores distribuídos por município e por tipo de estrutura organizacional.

Figura 26: Mapa de Colaboradores do Turismo



Fonte: Autor 2014

5.5.2 – Informações Complementares do Turismo Municipal

Para entender melhor a situação do turismo nos municípios, a tabela 40 demonstra outras informações a respeito do turismo em cada município.

Apenas o município de Nova Veneza declarou possuir um plano municipal de turismo. Nenhum dos municípios pesquisados declarou possuir o Inventário Turístico do Ministério do Turismo o INVTUR.

Os municípios de Treviso e Nova Veneza possuem um inventário turístico paralelo, não atualizado.

Com relação a calendário turístico, apenas 50% dos municípios pesquisados o possuem. Apenas quatro municípios declararam possuir.

Tabela 40: Informações Complementares

Tipo	Orleans	Treviso	Urussanga	Nova Veneza	Criciúma	Forquilha	Cocal do Sul	Morro da Fumaça	Lauro Müller	Balneário Rincão Rincão	Siderópolis	Içara	Total Média
Plano Municipal de Turismo				1									1
Inventário turístico INVTUR													0
Inventário turístico paralelo		1		1									2
Calendário Turístico	1		1		1	1			1	1			6
Mapa Turístico			1	1	1	1							4
Folhetos de divulgação do município	5	2	4	7	4	2	2	1	1	3	1	3	35
Rotas turísticas municipais			2	1	1								4
Rotas turísticas Regionais			1	1				1	2	1			6
Rotas turísticas Estadual	1	1		1					1	1			5
Integração no Encantos do Sul (Regionaliza	Sim	Sim	Sim	sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	SIM	Sim	Sim	Todos
Sites - Pagina específicas para turismo		1	1	1	1	1			1	1	1	1	8

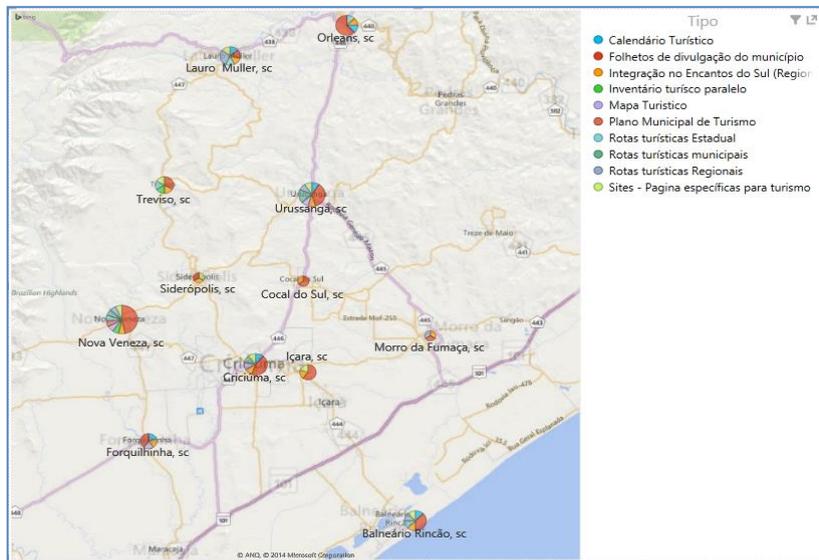
Fonte: Autor 2014.

Quatro municípios da AMREC possuem um mapa turístico. Com relação a folhetos de divulgação, considerando folhetos produzidos pela Secretaria do Estado, pelo consórcio Encantos do SUL, que citam os municípios e os de produção do própria, chega-se a 35 exemplares.

Quatro municípios têm rotas turísticas próprias. Seis participam de rotas regionais. Cinco estão inscritos em alguma rota estadual.

Todos participam regularmente das reuniões e atividades do consórcio Encantos do Sul.

Figura 27: Informações Complementares



Fonte: Autor 2014

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO

6.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada com os municípios da AMREC identificou ou confirmou a existência de um significativo potencial turístico na região, com base na matéria-prima do turismo: os atrativos turísticos (naturais e histórico-culturais).

A presença da unidade geomorfológica Serra Geral, com municípios fazendo parte da mesma ou situados em sua encosta, e outros aproveitando da qualidade da paisagem, proporcionam possibilidade ilimitadas de atividades turísticas ligadas à natureza, cultura e gastronomia. O Balneário Rincão, com seus 13 quilômetros de praias e com duas plataformas de pesca, gera uma série de possibilidades de atividades específicas no verão.

A colonização da região com predominância europeia e, principalmente italiana, com arquitetura, costumes e gastronomia marcantes, cria uma atmosfera diferenciada e convidativa ao passeio, descanso e lazer. Cidades como Nova Veneza, Siderópolis e Urussanga, vêm desenvolvendo ações, por meio do poder público e da iniciativa privada, que estão incentivando o desenvolvimento turístico nestes municípios. Isto acaba beneficiando os demais, pois o aumento do fluxo de visitantes nestas cidades gera também uma movimentação, em menor proporção, nos municípios vizinhos.

A existência de atrativos culturais com quantidade e diversidade mostram o potencial turístico de toda região, com edificações, instituições culturais, música e dança, arquitetura e, principalmente, com as festas religiosas e culturais que, anualmente, somam 50 eventos.

Continuando a análise com base na definição de patrimônio turístico proposta por Boullón (2002, p.66), a região mostrou que, além dos atrativos turísticos, possui uma infraestrutura que dá apoio às atividades do turismo, no que diz respeito à comunicação, ao saneamento, à energia, ao transporte. Porém, para intensificar a atividade turística, a infraestrutura precisará evoluir, principalmente, no sistema de tratamento de esgoto e na coleta seletiva de lixo. Atualmente, estes serviços são oferecidos a apenas 14% e 22% da população regional, respectivamente.

Quanto aos equipamentos turísticos, percebe-se que há uma concentração maior no município de Criciúma, o polo regional, e que alguns municípios estão em um processo de incentivar o desenvolvimento desses equipamentos. Porém, devido ao tamanho e à atividade econômica

de muitos municípios pesquisados, fica evidente que a tendência é de que Criciúma continue como polo regional, inclusive no turismo. Isto possibilita aos visitantes usufruir da infraestrutura e dos empreendimentos turísticos da cidade para seu lazer e compras, porém, aproveitando as rotas regionalizadas.

Criciúma é uma cidade industrial, com um PIB que representa 45,3% da região, porém, os serviços representam 62,8% de seu valor adicionado bruto, o que demonstra as possibilidades de prestação de serviços, inclusive, na área turística.

Criciúma apresenta ainda o maior sistema médico-hospitalar, de segurança, bancário, de hospedagem, de alimentação, de transporte, de oportunidade de compras, lazer e entretenimento região,

Assim, pela pesquisa, pode-se considerar que a região tem atrativos, infraestrutura e empreendimentos turísticos para experimentar um crescimento turístico interessante. Porém, deve desenvolver suas atividades turísticas a partir da cidade polo, que detém as condições de melhor atender aos visitantes em suas necessidades básicas.

As demais cidades devem se concentrar em aprimorar e oferecer seus atrativos naturais e culturais com o maior esmero possível, cativando os visitantes, oferecendo produtos e serviços com valores agregados, que cativem o turista. Para isto, é fundamental a criação de rotas regulares e regionais, de capacitação das pessoas, de melhoramento na infraestrutura das cidades e de melhoria nas instalações.

A superestrutura, composta pelos organismos públicos e privados, devem ser atuantes e integrados regionalmente para que tudo funcione com eficiência. Para isto, terá que se profissionalizar, oportunizando vagas para profissionais do turismo nas prefeituras, casas de cultura, associações turísticas e na própria AMREC.

A presente pesquisa teve por objetivo a análise quantitativa do potencial dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios da AMREC, com base em informações prestadas pelos responsáveis do turismo nos municípios pesquisados. Os dados informados pelos responsáveis das áreas de turismo dos municípios foram obtidos em cadastros (manuais ou informatizados), nas relações e folheterias existentes, contatos telefônicos, consultas em outros departamentos do Poder Executivo Local, e com base no conhecimento dos mesmos. Ficou evidente a falta de uma organização específica para tratar dos assuntos relacionados ao turismo nos municípios, com informações precisas e imediatas. Isto traduz a necessidade de profissionalizar a gestão do turismo nos municípios.

6.2 DIRETRIZES PARA O PLANEJAMENTO

Partindo da premissa de que os Prefeitos da AMREC – e isso foi confirmado durante a pesquisa – têm o interesse em investir no turismo dos municípios, apontando esta atividade com uma possibilidade de desenvolvimento socioeconômico, recomenda-se:

1. Profissionalizar os setores que trabalham com o turismo nos municípios, por meio da contratação ou investindo na qualificação dos servidores que hoje atuam na área turística, inclusive com a participação de Turismólogo nas equipes técnicas;
2. Criar um grupo de profissionais do turismo dentro da própria AMREC para prestar serviços às prefeituras, desenvolvendo as políticas e orientando a todos de forma regionalizada;
3. Realizar o inventário turístico INVTUR de todos os municípios da AMREC, utilizando-o como base para o planejamento da integração do turismo regional, além de aproximar o ambiente percebido (subjetivo) pelos operacionalizares do turismo dos municípios com o ambiente real existente (objetivo);
4. Desenvolver a superestrutura turística em todos os municípios pesquisados, capacitando e distribuindo responsabilidades aos seus integrantes, para que se tenha uma gestão eficiente sobre os atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios, o que facilitaria o desenvolvimento integrado do turismo regional;
5. Integrar o turismo das cidades da AMREC como um único bloco e aproveitar toda a estrutura e infraestrutura da maior cidade do Sul Catarinense, Criciúma. Cada município deve desenvolver suas especialidades com bases nos atrativos naturais e culturais neles existentes;
6. Desenvolver as rotas regionalizadas, podendo Criciúma ser a porta de entrada dessas rotas. Estas rotas devem contemplar atividades durante todo o ano, explorando as potencialidades naturais e culturais da região;
7. Procurar utilizar uma abordagem de planejamento voltada à comunidade que, segundo HALL (2002, p.53), há a necessidade de um maior envolvimento da comunidade no turismo em suas cinco metas de desenvolvimento turístico que devem visar: 1) proporcionar uma estrutura para elevar o padrão de vida dos

- residentes locais por meio dos benefícios econômicos gerados pelo turismo; 2) desenvolver uma infraestrutura e oferecer instalações recreativas para residentes e visitantes; 3) assegurar que os avanços ocorridos nos centros de visitantes e resorts sejam adequados aos objetivos dessas áreas; 4) criar um programa de desenvolvimento consistente com a filosofia cultural, social e econômica; e 5) otimizar a satisfação do visitante. O planejamento turístico comunitário é uma resposta à necessidade de desenvolver diretrizes de maior aceitação social para a expansão do setor;
8. Aproveitar os dados levantados na pesquisa para melhorar as informações dos elementos do patrimônio turístico, fazendo a identificação, registro e qualificação dos atrativos turísticos do patrimônio histórico e cultural dos municípios;
 9. Utilizar os dados da pesquisa como base para o estudo da cadeia produtiva do turismo dos municípios da AMREC.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Marli Maria de. **Vamos construir o desenvolvimento**. Revista Liderança Empresarial da Associação Empresarial de Criciúma – ACIC, Criciúma SC, número 39, 2013.
- ALVES, João Pedro. **Idealizando o Futuro**. Revista Liderança Empresarial da Associação Empresarial de Criciúma – ACIC, Criciúma SC, número 39, 2013.
- AMREC, Associação dos Municípios da Região Carbonífera. **Estatuto Social**. 2014. Disponível em <http://www.amrec.com.br/arquivosdb/basico1/0.996329001370871371_estatuto_social.pdf>. Acessado em 30 de julho 2014.
- AQUINO, André Luiz; BRESCIANI, Luís Paulo. **Arranjos produtivos locais: uma abordagem conceitual**. Universidade Metodista de São Paulo: Revista Organizações em Contexto, 2005
- ATLASBRASIL. **Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil 2013**. Disponível em <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/ranking>>. Acessado em 31 de julho de 2014.
- BARROS, Jones Nogueira; DUARTE, José Rubens Souza; LIMA, Keit Michele Martins; SANTOS, Isabel Cristina dos; TADEUCI, Marilsa de Sá Rodrigues. **TURISMO: INDÚSTRIA LIMPA E DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL**. XIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, 2009.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2008.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- BOWDITCH, James L.; BUONO, Anthony F. Elementos de Comportamento organizacional. São Paulo: Ed. Pioneira, 1997. 305 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo: Curso de Roteirização do Turismo – Livro 4.** Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008a.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo: Curso de Roteirização do Turismo – Livro 2.** Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008b.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo: Curso de Roteirização do Turismo – Livro 3.** Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008c.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Projeto Inventário da Oferta Turística Ministério do Turismo - Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.** Brasília, 2006.

BRASIL. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009.** Coordenação de Contas Nacionais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

BRASIL. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades.** Disponível em <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php?lang>>. Acessado em 22 de abril de 2014.

BRASIL. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contas Nacionais – Número 40 – Contas Regionais do Brasil 2011.** Rio de Janeiro: IBGE, 2013.

BRASIL. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sala de Imprensa.** Disponível em <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=1293>>. Acessado em 31 de julho de 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento Organizacional: **a dinâmica do sucesso das organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

COSTA, Eliezer Arantes. Gestão Estratégica: **da empresa que temos a empresa que queremos.** São Paulo: Saraiva, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural – Recursos que Acompanham o Crescimento das Cidades**. São Paulo: Saraiva, 2006.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. **Site oficial**. 2014. Disponível em

FECAM. **Associações de Municípios – Mesorregiões**. Disponível em <<http://guia.fecam.org.br/associacoes/index.php>>. Acessado em: dez. 2012.

FELISBERTO, Deize. **Nova Veneza recebe novos empreendimentos**. Portal Clicatribuna. Criciúma. 2013. Disponível em <<http://www.clicatribuna.com/noticia/economia/nova-veneza-recebe-novos-empreendimentos-7665>>. Acessado em 31 de julho de 2014.

FOZ DO IGUAÇU. Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu. Secretaria Municipal de Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Foz do Iguaçu: SMTU, 2013

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

HALL, Collin Michael. Planejamento Turístico: **políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

IPEADATA. **Glossário**. Disponível em <www.ipeadata.gov.br/doc/Contas%20Nacionais-Conceitos.doc> Acessado em 31 de julho de 2014.

KOTLER, Philip *at al.* **Marketing de Lugares: Como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Prentice Hall. 2007. 340p.

Ministério do Turismo. **Planejamento e Gestão**. Brasília. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoess/planejamento_gestao/>. Acesso em: dez. 2012.

Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 7 Roteirização Turística/ Ministério do Turismo**.

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, 2007.

MTur. Ministério do Turismo. **INVTUR – Sistema de Inventariação do Sistema Turístico**. Brasília: INVTUR, 2014. Disponível em <<http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/swfs/prototipoVisitante.html>>. Acessado em 2014.

MTur. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013 – 2016 - “O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil”**. Brasília: MTur, 2013.

MTur. Ministério do Turismo. **Site oficial**. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br>>

Prefeitura de Criciúma. **Comemorado dez anos de Gemellaggio**. 2011. Disponível em <http://www.criciuma.sc.gov.br/site/noticia/comemorado_dez_anos_de_gemellaggio-5617>. Acessado em 31 de julho de 2014.

NETO, Luís Moretto; AGOSTINI, Julio Cezar. **Caminhos: turismo integrado ao lago de Itaipu: um exercício de cidadania para o desenvolvimento sustentado**. Florianópolis: [s.n.], 2005. 183 p.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica. Projetos de Pesquisa, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

PEARCE, Douglas G.; BUTLER, Richard W. **Desenvolvimento em turismo – Temas contemporâneos**. São Paulo: Contexto, 2002.

RIBEIRO, Marcelo. **Desenvolvimento regional, turismo e educação ambiental**. Organização de Roberto Verdum, Tânia Marques Strohaecker Porto Alegre: Organização de Associação dos Geógrafos Brasileiros, 2000.

RODRIGUES, Adyr A.B. **Turismo e Geografia – Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTUR. **Santa Catarina Turismo S/A**. Disponível em

<<http://turismo.sc.gov.br/institucional/index.php/pt-br/>> . Acessado em dez 2012.

SATC. Potencial turístico do sul desponta como indústria promissora para o desenvolvimento. Portal Veneza. 2014. Disponível em <<http://www.portalvенеza.com.br/potencial-turistico-sul-desponta-como-industria-promissora-para-desenvolvimento/>>. Acessado em junho de 2014

SOL – Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. **Florianópolis.** Disponível em: <http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=65>. Acesso em : dez. 2012.

YIN, Roberto K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos.** 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE 1
Instrumento de Coleta de Dados

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
UNIDADE ACADÊMICA DE HUMANIDADES, CIÊNCIAS E
EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS AMBIENTAIS

A presente pesquisa tem por objetivo avaliar a integração regional do turismo nos municípios associados a AMREC e faz parte da dissertação de mestrado de Ricardo Pieri

Nome do Respondente:

Município:

Cargo no município:

1 - Serviços e Equipamentos Turísticos

1.1 Meios de hospedagem

Meios de hospedagens

Estabelecimentos		
Hotéis	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Hotel de Lazer/Resort	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Pousadas	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Pensão/ Hospedaria	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Motéis	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Campings	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Outros Meios de Hospedagem	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	
Total	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	

1.2 Alimentação

Alimentação - Estabelecimentos de interesse turístico

Estabelecimentos		
Restaurantes / Churrascarias / Pizzarias		
Cafeterias / Sorveterias / Confeitarias		
Cervejarias		
Bares e Lanchonetes		
Quiosques / Barracas / Outros		
Praça de Alimentação de centro de compras		
Outros		
Total		

1.3 Agências

Agências de Viagem

Tipo		
Agências de Viagem (Emissivas e Receptivas)		
Agências Emissivas		
Agências Receptivas		
Total		

1.4 Transportes

Serviços de Transportes

Tipo		
Transportadoras Turísticas		
Locadoras de veículos		
Táxis		

1.5 Instalações e Serviços para Eventos

Instalações e Serviços para Eventos

Tipo		
Parques / Pavilhões Exposições	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Auditórios / Teatros / Salas	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Convenções	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Centros de Convenções/Congressos	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Clubes Sociais / Associações	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Outros Serviços/Equipamentos Especializados	Qtde. Estab.	
	N. de Salões	
Total	Qtde. Estab.	
	N. de Vagas	

1.6 Empresas Organizadoras e Prest de Serv para Eventos

Empresas Organizadoras e Prest de Serv para Eventos

Tipo		
Empresas Organizadoras/Promotoras de Eventos		
Prestadores de Serviços para Eventos		
Total		

1.7 Lazer e Entretenimento

Locais para Lazer e Entretenimento

Tipo	
Parques de Diversões / Temáticos / Aquáticos	
Parques/Jardins/Praças	
Mirantes/Belvederes	
Parques Agropecuários de Vaquejada	
Balneários (Rios e Lagos)	
Balneários (Praias)	
Pesque-pague	
Clubes Sociais e de Lazer	
Estádios / Campos de futebol	
Ginásios Esportivos	
Quadras de Tênis	
Pistas de Kart	
Pistas de Boliche / Bolão	
Pista de bocha (Cancha)	
Centro de Tradições	
Cinemas	
Teatros	
Casas de Shows / Espetáculos	
Danceterias / Casas de danças	
Outros Locais de Espetáculos	
Escolas de Samba	
Outras Instalações Desportivas e de Recreação	
Total	

2 - Outros Serviços e Equipamentos Turísticos

2.1 Informações Turísticas

Locais para obter Informações Turísticas

Tipo	
Centro de Atendimento ao Turista	
Casa da Cultura	
Própria Prefeitura Municipal	
Entidades/Assoc./Prestadores de Serv. Turísticos	
Total	

2.2 Oficinas Mec e Serviços Autorizados para Automóveis

Oficinas Mec e Serviços Autorizados para Automóveis

Tipo	
Oficinas Mecânicas	
Serviço de Guincho	
Postos de Combustível	
Lojas de Conveniência	
Total	

2.3 Oportunidades Especiais de Compra

Oportunidades Especiais de Compra para o turismo

Tipo	
Lojas de Artesanato e Suvenires	
Shoppings e Centros Comerciais	
Lojas de Artigos Fotográficos	
Galerias de arte / Lojas de Antiguidade	
Espaços Culturais com possibilidades de compras	
Total	

2.4 Agências Bancárias / Casas de Câmbio

Agências Bancárias / Casas de Câmbio

Tipo	
Agências Bancárias	
Lotéricas	
Casas de Câmbio	

2.5 Entidades Ligadas ao Turismo

Entidades Ligadas ao Turismo

Tipo	
Conselhos ligados ao turismo	
Associações ligadas ao turismo	
Total	

2.6 Igrejas / Templos e Cultos (Principais)

Igrejas / Templos e Cultos (Manifestação de fé)

Tipo	
Igrejas / Templos e Cultos - Católicos	
Igrejas / Templos e Cultos - Evangélicos	
Igrejas / Templos e Cultos - Outros	
Total	

2.7 Locadoras de Imóveis

Locadoras de Imóveis

Tipo	
Locadoras de Imóveis	
Locadoras de Imóveis - imóveis na temporada	
Total	

2.8 Representações Diplomáticas (Consulados)

Representações Diplomáticas (Consulados)

Tipo	
Consulados	
Embaixadas	
Agentes consulares	
Outras representações	
Total	

3 - Infraestrutura de Apoio ao Turismo

3.1 Sistema de Transporte

Transporte Rodoviário

Tipo	
Terminal Rodoviário	
Linhas intermunicipais	
Linhas interestaduais	
Linhas Internacionais	

Transporte Aéreo

Tipo	
Terminal Aéreo	
Companhias Aéreas	
Empresas de Táxi Aéreo	
Média diária de voos	

Transporte Urbano

Tipo	
Terminal de Transporte Urbano	
Empresas de Transporte Urbano	

Táxi

Tipo	
Pontos de táxi	
Cooperativa de táxi	
Sindicato	

3.2 Sistema de Segurança

Sistema de Segurança

Tipo	
<i>Federais</i>	
- Polícia Federal	
- Receita Federal	
- Exército	
<i>Estaduais</i>	
- Polícia Civil	
- Polícia Militar	
- Delegacias de polícia	
- Corpo de Bombeiros	
- Polícia Florestal / Ambiental	
- Presídios estaduais	
<i>Municipais</i>	
- Guarda Municipal	
- Conselhos Municipal de Segurança Pública	
- Defesa Civil	

3.3 Sistema de Comunicação

Sistema de Comunicação

Tipo	
Postos telefônicos	
Lan House	
Sinal de telefonia celular (N. Operadoras)	
Agências postais	
Emissoras de rádio	
Emissoras de televisão	
Operadoras de TV a cabo	
Jornais Municipais	
Revistas Municipais	
Acesso à internet	
Empresas de publicidade	

3.4 Sistema Médico-Hospitalar

Sistema Médico-Hospitalar

Tipo	
Hospitais com atendimentos particulares	
Hospitais com atendimentos pelo SUS	
Pronto Socorro	
Unidades Básicas de Saúde	
Farmácias	
Clinicas / Centros de Especialidades Médicas	
Clinicas Odontológicas	
Veículos do SAMU	

3.5 Sistema de Educação

Sistema de Educação

Tipo	
Escolas e colégios	
Cursos Técnicos	
Ensino Superior - Faculdades	
Ensino Superior - Institutos Federais	
Universidades	

3.6 Sistema de infraestrutura básico do município

Infraestrutura básica - Abrangência do serviço

Tipo	
Abastecimento de Água tratada	
Sistema de coleta e tratamento de esgoto	
Fornecimento de Energia Elétrica	
Coleta coletiva de lixo	
Coleta seletiva de lixo	

3.7 Sistema Municipal de Turismo

Sistema de Turismo - Num de colaboradores específicos

Tipo	
Secretaria de Turismo específica	
Secretaria de Turismo conjunta com outro pasta	
Diretoria de Turismo	
Departamento / Setor de Turismo / Fundação	
Total	

4 - Outras Informações

Informações complementares

Tipo	
Plano Municipal de Turismo	
Inventário turístico INVTUR	
Inventário turístico paralelo	
Calendário Turístico	
Mapa Turístico	
Folhetos de divulgação do município	
Rotas turísticas municipais	
Rotas turísticas Regionais	
Rotas turísticas Estadual	
Integração no Encantos do Sul (Regionalização)	
Sites - Pagina específicas para turismo	

1 ATRATIVOS TURÍSTICOS

1.1 Atrativos Naturais

Atrativos Naturais - Núm de ocorrências por municípios

Tipo	
Montanhas	
Picos/cumes	
Serras	
Montes/morros/colinas	
Planaltos e Planícies	
Pedras tabulares/matacões	
Vales	
Rochedos	
Costas ou Litoral	
Praias	
Hidrografia	
Rios	
Lagos/lagoas	
Praias fluviais/lacustres	
Quedas-d'água	
Cachoeira	
Unidades de Conservação	
Estaduais	
Municipais	
Nacional	
Particulares	
Cavernas/Grutas/Furnas	
Paleotocas	
Grutas	
Áreas de Caça e Pesca	
Plataformas de Pesca	
Litoral	
Flora	
Mata Nativa	
Mata Atlântica	
Plantação de Palmito	
Fauna	
Animais Silvestre	
Gato do mato pequeno	
Gato do mato Grande	
Tatu	
Jaguaririca	
Cateio	
Veado	
Araponga	
Águia Chilena	
Azulão	
Total por Município	

1.2 Atrativos Culturais

Atrativos Culturais - Núm de ocorrências por municípios

Tipo	
Cidade histórica	
Quilombo	
Terra indígena	
Conjunto paisagístico	
Sítio arqueológico	
Sítio paleontológico	
Jardim histórico	
Arquitetura militar	
Arquitetura vernacular	
Arquitetura funerária	
Ruínas	
Murais	
Instituto histórico e geográfico	
Iguarias regionais/doces/salgados	
Frutas	
Outras	
Cestaria	
Tece-lagem	
Metal	
Pedra	
Couro	
Plumaria	
Feira agrícola	
Feira agropecuária	
Feira de turismo	
Outras feiras	
Mercado livre	
Mercado de carne	
Mercado de frutas	
Mercado de peixe	
Mercado de artesanato	
Mercado de produtos variados	
Outros mercados	
Elaborar trabalhos manuais/de arte popular	
Sítios Históricos	
Centro histórico	
Conjunto histórico	
Monumento histórico	
Edificações	
Arquitetura civil	
Arquitetura religiosa	
Arquitetura Industrial/agrícola	
Túnel Estrada de Ferro	
Obras de Arte	
Escultura/estatuária/Monumento/obelisco	
Pintura	

Vitrais	
Azulejaria	
Outros legados	
Instituições Culturais	
Museu/memorial	
Biblioteca	
Arquivo	
Centro cultural/casa de cultura	
Teatro/anfiteatro	
Festas e Celebrações	
Religiosas/de manifestação de fé	
Populares/Folclóricos	
Cívicas	
Gastronomia Típica	
Pratos típicos	
Bebidas	
Artesanato	
Cerâmica	
Madeira	
Cestaria / Balaio	
Bordados / Renda / Patchwork	
Pintura em tecido	
Lã de ovelha / Tapeçaria	
Máscaras / Escamas de peixe	
Música e Dança	
Banda e conjunto musical / Corais	
Grupo de Dança / Folguedos	
Clube/casa de shows	
Festival	
Centro de Tradições / Grupos de tradição	
Outros	
Feiras e Mercados	
Feira livre	
Saberes e Fazer es	
Preparar receitas tradicionais	
Contar estórias/casos	
Recitar poesias/rezas	
Total por Município	

I.3 Atividades Econômicas

Atrativos Econômicas - Núm ocorrências por municípios

Tipo	
Extrativismo e Exploração	
Mineral	
Vegetal	
Agropecuária	
Agricultura	
Pecuária	
Aquicultura	
Apicultura	
Criação de animais silvestres / Avicultura	
Agroindústria	
Orquidário	
Outras culturas	
Suínocultura	
Pesca Artesanal	
Pesca Industrial	
Indústria	
Petrolífera	
Automobilística	
Têxtil	
De laticínios	
De bebidas	
De couro	
Joalheira	
Moveleira	
Moldura	
Refratária	
Metalúrgica	
Tintas e vernizes	
Tubos e conexões	
Cerâmica	
Vestuário	
Plástico	
Implementos Rodoviários	
Construção Civil	
Outras	

1.4 Realizações Técnicas, Científicas ou Artísticas

Realizações Técnicas, Científicas ou Artísticas - Número de ocorrên

Tipo	
Parque Tecnológico	
Parque Industrial	
Museu Tecnológico	
Centro de Pesquisa	
Usina Hidrelétrica/Barragem/Eclusa/Açude	
Planetário	
Aquário	
Viveiro	
Exposição Técnica	
Exposição Artística	
Ateliê	
Zoológico	
Jardim Botânico	
Outras	

1.4 Eventos Permanentes

Eventos Permanentes

Tipo	
Congressos e Convenções	
Feiras e Exposições	
Feira de Negócios	
Feira Temática	
Feira Promocional	
Feira Cultural	
Feira de Gastronomia	
Outras Feiras	
Exposição Técnica	
Exposição Científica	
Realizações Diversas	
Desportivas	
Artísticas/culturais	
Sociais/assistenciais	
Gastronômicas/de produtos	

ANEXO 1
Categorias, Tipos e Subtipos (Formulários do INVTUR)

Categoria A – Infraestrutura de apoio ao turismo

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
A1 – INFORMAÇÕES BÁSICAS DO MUNICÍPIO	A.1.1. Caracterização do município	
A2 – MEIOS DE ACESSO AO MUNICÍPIO	A.2.1. Rodoviário	A.2.1.1. Rodovia A.2.1.2. Estação rodoviária A.2.1.3. Terminal rodoviário
	A.2.2. Ferroviário	A.2.2.1. Ferrovia A.2.2.2. Metrovia A.2.2.3. Estação ferroviária A.2.2.4. Estação metroviária
	A.2.3. Aeroviário	A.2.3.1. Aeroporto A.2.3.2. Campo de pouso A.2.3.3. Heliporto A.2.3.4. Outros
	A.2.4. Aquaviário	A.2.4.1. Hidrovia A.2.4.2. Porto organizado A.2.4.3. Pier A.2.4.4. Cais A.2.4.5. Marina A.2.4.6. Terminal portuário de uso privativo em turismo A.2.4.7. Clube náutico A.2.4.8. Outros
A3 – SISTEMA DE COMUNICAÇÃO	A.3.1. Agência postal	
	A.3.2. Posto telefônico	
	A.3.3. Emissora de rádio	
	A.3.4. Emissora de TV	
	A.3.5. Jornal	
	A.3.6. Revista	
	A.3.7. Outros	
A4 – SISTEMA DE SEGURANÇA	A.4.1. Polícia Civil	
	A.4.2. Polícia Militar	

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
A4 – SISTEMA DE SEGURANÇA	A.4.3. Polícia Rodoviária	
	A.4.4. Corpo de Bombeiros	
	A.4.5. Serviços de busca e salvamento	
	A.4.6. Serviços de Polícia Marítima/Aérea/de Fronteiras	
	A.4.7. Guarda Municipal	
	A.4.8. Defesa Civil	
	A.4.9. Outros	
A5 – SISTEMA DE SAÚDE	A.5.1. Pronto-socorro	
	A.5.2. Hospital	
	A.5.3. Clínica médica	
	A.5.4. Maternidade	
	A.5.5. Posto de saúde	
	A.5.6. Farmácia/drogaria	
	A.5.7. Clínica odontológica	
	A.5.8. Clínica veterinária	
	A.5.9. Outros	
A6 – SISTEMA EDUCACIONAL	A.6.1. Caracterização do sistema de educação	
A7 – OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO	A.7.1. Locadoras de imóveis para temporada	
	A.7.2. Compras especiais	A.7.2.1. Feira/mercado A.7.2.2. Galeria/rua comercial A.7.2.3. <i>Shopping</i> A.7.2.4. Plantas/flores/frutas A.7.2.5. Antiquário A.7.2.6. Cantina/cave A.7.2.7. Bodega/alambique A.7.2.8. Outras

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
A7 – OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE APOIO	A.7.3. Comércio turístico	A.7.3.1. Loja de artesanato/ <i>souvenir</i> A.7.3.2. Loja de artigos fotográficas A.7.3.3. Antiquário/galeria de arte A.7.3.4. Outros
	A.7.4. Serviços bancários	A.7.4.1. Agência/posto bancário A.7.4.2. Casa de câmbio
	A.7.5. Serviços mecânicos	A.7.5.1. Automóvel A.7.5.2. Motocicleta A.7.5.3. Ônibus/caminhão A.7.5.4. Embarcações náuticas A.7.5.5. Outros
	A.7.6. Posto de combustível	
	A.7.7. Representações diplomáticas	A.7.7.1. Embaixada A.7.7.2. Consulado A.7.7.3. Outras

Fonte: MTur (2014)¹²

Categoria B – Serviços e equipamentos turísticos

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
B1 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM	B.1.1. Hoteleira e de apoio	B.1.1.1. Hotel B.1.1.2. Hotel histórico B.1.1.3. Hotel fazenda B.1.1.4. Resort B.1.1.5. Pousada B.1.1.6. <i>Flat/apart-hotel</i> B.1.1.7. Albergue B.1.1.8. Cama e café B.1.1.9. Alojamento de floresta B.1.1.10. Pensão B.1.1.11. Motel B.1.1.12. Colônia de férias B.1.1.13. Estalagem/hospedaria B.1.1.14. Alojamento coletivo B.1.1.15. Hospedagem conventual (mosteiro/seminário/convento) B.1.1.16. Hospedagem familiar B.1.1.17. Hotel de trânsito B.1.1.18. SPA B.1.1.19. Outros

¹² Disponível em http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_da_oferta_turistica.pdf

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
B1 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE HOSPEDAGEM	B.1.2. Outro tipo de acomodação	B.1.2.1. Acampamento turístico/ <i>camping</i>
B2 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS	B.2.1. Restaurante	
	B.2.2. Bar	
	B.2.3. Lanchonete	
	B.2.4. Cafeteria	
	B.2.5. Quiosque	
	B.2.6. Barraca de praia	
	B.2.7. Sorveteria	
	B.2.8. Confeitaria/padaria	
	B.2.9. Outros	
B3 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE AGÊNCIAS DE TURISMO	B.3.1. Agência de viagem	
	B.3.2. Operadora de turismo	
	B.3.3. Agência de receptivo	
	B.3.4. Agência consolidadora	
B4 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO	B.4.1. Transportadora turística e similares	
	B.4.2. Locadoras de veículos	
	B.4.3. Outros tipos de transporte	
B5 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS PARA EVENTOS	B.5.1. Espaços para eventos	B.5.1.1. Centro de convenções e feiras B.5.1.2. Parque/pavilhão/centro de exposições B.5.1.3. Auditório/salão para reuniões B.5.1.4. Outros
	B.5.2. Serviços para Eventos	B.5.2.1. Organizadora B.5.2.2. Promotora B.5.2.3. Outros serviços especializados

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
B6 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER	B.6.1. Parques	B.6.1.1. Aquático B.6.1.2. Temático B.6.1.3. De diversões B.6.1.4. Outros
	B.6.2. Espaços livres e áreas verdes	B.6.2.1. Praça B.6.2.2. Jardim B.6.2.3. Parque B.6.2.4. Mirante B.6.2.5. Largo B.6.2.6. Outros
B6 – SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE LAZER	B.6.3. Instalações esportivas	B.6.3.1. Estádio B.6.3.2. Ginásio B.6.3.3. Quadra B.6.3.4. Campo de golfe B.6.3.5. Campo de futebol B.6.3.6. Campo de <i>paintball</i> B.6.3.7. Autódromo B.6.3.8. Kartódromo B.6.3.9. Velódromo B.6.3.10. Hipódromo B.6.3.11. Pista de equitação B.6.3.12. Pista de boliche B.6.3.13. Pista de patinação B.6.3.14. Pista de <i>skate</i> B.6.3.15. Rampa para voo livre B.6.3.16. Piscina B.6.3.17. Outras
	B.6.4. Instalações náuticas	B.6.4.1. Marina B.6.4.2. Pier B.6.4.3. Garagem náutica B.6.4.4. Clube náutico B.6.4.5. Cais B.6.4.6. Outras
	B.6.5. Espaços de diversão e cultura	B.6.5.1. Boate/discoteca B.6.5.2. Casa de espetáculos/ <i>shows</i> B.6.5.3. Casa de dança B.6.5.4. Cinema B.6.5.5. Clube social B.6.5.6. Centro de tradições B.6.5.7. Outros
	B.6.6. Outros espaços de recreação	B.6.6.1. Pesque e pague B.6.6.2. Pesque e solte B.6.6.3. Colha e pague B.6.6.4. Sítios/chácaras de lazer B.6.6.5. Outros

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
B7 – OUTROS SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	B.7.1. Informações turísticas	B.7.1.1. Posto B.7.1.2. Centro de atendimento B.7.1.3. Central B.7.1.4. Outros
	B.7.2. Entidades associativas e similares	
	B.7.3. Guiamento e condução turística	B.7.3.1. Guia de turismo B.7.3.2. Monitor B.7.3.3. Conductor B.7.3.4. Outros

Fonte: MTur (2014)¹³

Categoria C – Atrativos turísticos

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C1 – ATRATIVOS NATURAIS	C.1.1. Relevo continental	C.1.1.1. Montanha C.1.1.2. Serra C.1.1.3. Monte/morro/colina C.1.1.4. Pico/cume C.1.1.5. Chapada C.1.1.6. Tabuleiro C.1.1.7. Patamar C.1.1.8. Matacão C.1.1.9. Vale C.1.1.10. Planalto C.1.1.11. Planície C.1.1.12. Depressão C.1.1.13. Outros
	C.1.2. Zona costeira	C.1.2.1. Restinga C.1.2.2. Duna C.1.2.3. Barreira C.1.2.4. Praia C.1.2.5. Mangue C.1.2.6. Estuário C.1.2.7. Falésia C.1.2.8. Baía/enseada/saco C.1.2.9. Península/cabo/ponta C.1.2.10. Recife/atol C.1.2.11. Ilha C.1.2.12. Arquipélago C.1.2.13. Barra C.1.2.14. Outros

¹³ Disponível em http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_da_oferta_turistica.pdf

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C1 – ATRATIVOS NATURAIS	C.1.3. Relevo cárstico	C.1.3.1. Caverna C.1.3.2. Gruta C.1.3.3. Furna C.1.3.4. Dolina
	C.1.4. Hidrografia	C.1.4.1. Rio C.1.4.2. Riacho C.1.4.3. Córrego C.1.4.4. Arroio C.1.4.5. Lago/lagoa/laguna C.1.4.6. Alagado C.1.4.7. Fonte C.1.4.8. Outros
	C.1.5. Unidades de conservação e similares	C.1.5.1. Área de proteção ambiental C.1.5.2. Área de relevante interesse ecológico C.1.5.3. Estação ecológica C.1.5.4. Floresta C.1.5.5. Monumento natural C.1.5.6. Parque C.1.5.7. Refúgio de vida silvestre C.1.5.8. Reserva biológica C.1.5.9. Reserva extrativista C.1.5.10. Reserva de desenvolvimento sustentável C.1.5.11. Reserva de fauna C.1.5.12. Reserva particular do patrimônio natural C.1.5.13. Zoológico C.1.5.14. Jardim botânico C.1.5.15. Outras
C2 – ATRATIVOS CULTURAIS	C.2.1. Conjunto arquitetônico	C.2.1.1. Urbano C.2.1.2. Rural C.2.1.3. Industrial C.2.1.4. Ferroviário C.2.1.5. Outros
	C.2.2. Comunidades tradicionais	C.2.2.1. Quilombola C.2.2.2. Indígena C.2.2.3. Ribeirinha C.2.2.4. De imigração C.2.2.5. Extrativista C.2.2.6. Outras
	C.2.3. Sítios arqueológicos	C.2.3.1. Lítico C.2.3.2. Cerâmico C.2.3.3. Lítico-cerâmico C.2.3.4. Estrutura de pedra C.2.3.5. Estrutura de terra C.2.3.6. Arte rupestre C.2.3.7. Sambaqui C.2.3.8. Outros

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
C2 – ATRATIVOS CULTURAIS	C.2.4. Sítios paleontológicos	C.2.4.1. Floresta fóssil C.2.4.2. Restos fósseis ou em processo de fossilização C.2.4.3. Moldes, rastros, pegadas C.2.4.4. Outros	
	C.2.5. Itinerários culturais	C.2.5.1. Histórico C.2.5.2. Religioso/espiritual C.2.5.3. Relacionado a lendas/mitos/narrativas associadas C.2.5.4. Relacionado a fatos históricos C.2.5.5. Outros	
	C.2.6. Parques históricos	C.2.6.1. Arqueológico C.2.6.2. Geoparque C.2.6.3. Histórico C.2.6.4. Outros	
	C.2.7. Lugares de manifestações de fé	C.2.7.1. Romaria e procissão C.2.7.2. Culto C.2.7.3. Encontro para manifestação de fé C.2.7.4. Referencial para mitos e narrativas de fé C.2.7.5. Visitação de cunho religioso C.2.7.6. Outros	
	C.2.8. Lugares de referências à memória	C.2.8.1. Acontecimento histórico C.2.8.2. Referencial para narrativa mítica C.2.8.3. Ritual e celebração C.2.8.4. Outros	
	C.2.9. Feiras/mercados de caráter cultural		
	C.2.10. Arquitetura civil	C.2.10.1. Casa/casarão/sobrado/solar C.2.10.2. Casa de comércio C.2.10.3. Educandário/colégio/escola C.2.10.4. Liceu C.2.10.5. Universidade C.2.10.6. Coreto C.2.10.7. Palácio/palacete C.2.10.8. Chalé C.2.10.9. Chafariz/fonte/bica C.2.10.10. Hospital C.2.10.11. Orfanato/creche C.2.10.12. Asilo C.2.10.13. Quinta C.2.10.14. Outras	

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C2 – ATRATIVOS CULTURAIS	C.2.11. Arquitetura oficial	C.2.11.1. Casa de câmara e cadeia C.2.11.2. Paço municipal C.2.11.3. Cadeia C.2.11.4. Casa de intendência C.2.11.5. Casa de fundição C.2.11.6. Casa de alfândega C.2.11.7. Fórum/tribunal C.2.11.8. Residência oficial C.2.11.9. Sede do poder executivo/ legislativo/judiciário C.2.11.10. Outras
	C.2.12. Arquitetura militar	C.2.12.1. Bateria C.2.12.2. Baluarte C.2.12.3. Bastião C.2.12.4. Fortim C.2.12.5. Forte C.2.12.6. Fortaleza C.2.12.7. Quartel C.2.12.8. Colégio C.2.12.9. Vila militar C.2.12.10. Outras
	C.2.13. Arquitetura religiosa	C.2.13.1. Igreja C.2.13.2. Basílica C.2.13.3. Catedral C.2.13.4. Sé C.2.13.5. Santuário C.2.13.6. Capela C.2.13.7. Ermida C.2.13.8. Abadia C.2.13.9. Oratório C.2.13.10. Casa paroquial C.2.13.11. Casa capitular C.2.13.12. Casa da providência C.2.13.13. Palácio arquiépiscopal C.2.13.14. Mosteiro C.2.13.15. Seminário C.2.13.16. Convento C.2.13.17. Outras
	C.2.14. Arquitetura industrial/ agrícola	C.2.14.1. Engenho C.2.14.2. Moinho/usina C.2.14.3. Celeiro C.2.14.4. Alambique/vinicola C.2.14.5. Fábrica C.2.14.6. Casa de operários C.2.14.7. Fazenda C.2.14.8. Senzala C.2.14.9. Casa de chácara/sítio/ fazenda/engenho C.2.14.10. Outras

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C2 – ATRATIVOS CULTURAIS	C.2.15. Arquitetura funerária	C.2.15.1. Panteão C.2.15.2. Mausoléu C.2.15.3. Cruzeiro C.2.15.4. Túmulo C.2.15.5. Memorial C.2.15.6. Cemitério C.2.15.7. Outras
	C.2.16. Marcos históricos	C.2.16.1. Divisão territorial C.2.16.2. Referência à história C.2.16.3. Relativos a festas e rituais C.2.16.4. Outros
	C.2.17. Obras de infraestrutura	C.2.17.1. Viaduto/ponte C.2.17.2. Túnel C.2.17.3. Caixa-d'água C.2.17.4. Aqueduto C.2.17.5. Trapiche/pier C.2.17.6. Marina C.2.17.7. Porto C.2.17.8. Quebra-mar/molhe C.2.17.9. Barragem/represa C.2.17.10. Farol C.2.17.11. Estrutura ferroviária C.2.17.12. Estrutura rodoviária C.2.17.13. Estrutura aeroportuária C.2.17.14. Rotunda C.2.17.15. Elevador/funicular C.2.17.16. Viaduto C.2.17.17. Torre C.2.17.18. Outras
	C.2.18. Obras de interesse artístico	C.2.18.1. Bens integrados à edificação C.2.18.2. Bens integrados à paisagem ou ao espaço urbano C.2.18.3. Outras
	C.2.19. Ruínas	
	C.2.20. Museu/memorial	
	C.2.21. Biblioteca	
	C.2.22. Centros culturais/casas de cultura/galerias	
	C.2.23. Teatros/anfiteatros	
	C.2.24. Cineclubes	

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C2 – ATRATIVOS CULTURAIS	C.2.25. Gastronomia típica e preparação de alimentos	C.2.25.1. Receitas típicas e tradicionais C.2.25.2. Técnicas de produção e processamento de alimentos C.2.25.3. Outras
	C.2.26. Artesanato/ trabalhos manuais	C.2.26.1. Cerâmica C.2.26.2. Escultura C.2.26.3. Bordado C.2.26.4. Cestaria C.2.26.5. Mosaico C.2.26.6. Tricô/crochê C.2.26.7. Entalhe C.2.26.8. Renda C.2.26.9. Fotografia C.2.26.10. Tecelagem C.2.26.11. Papel machê C.2.26.12. Macramê C.2.26.13. Plumária C.2.26.14. Bijuteria C.2.26.15. Dobradura C.2.26.16. Marcenaria/marçhetaria C.2.26.17. Gravura C.2.26.18. Pátina e texturização C.2.26.19. Cartonagem C.2.26.20. Pintura C.2.26.21. Decupagem C.2.26.22. Topiaria/arranjos florais C.2.26.23. Outros
	C.2.27. Atividades tradicionais de trabalho	C.2.27.1. Agricultor C.2.27.2. Pescador C.2.27.3. Seringueiro C.2.27.4. Garimpeiro C.2.27.5. Quebrador de coco C.2.27.6. Fotógrafo lambe-lambe C.2.27.7. Carpinteiro C.2.27.8. Peão C.2.27.9. Outras
	C.2.28. Formas de expressão	C.2.28.1. Música C.2.28.2. Dança C.2.28.3. Literária/oral C.2.28.4. Cênica/perfomática C.2.28.5. Outras
	C.2.29. Personalidades	
C3 – ATIVIDADES ECONÔMICAS	C.3.1. Extrativista	C.3.1.1. Mineral C.3.1.2. Vegetal C.3.1.3. Animal

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C3 – ATIVIDADES ECONÔMICAS	C.3.2. Agropecuária	C.3.2.1. Agricultura C.3.2.2. Pecuária C.3.2.3. Aquicultura C.3.2.4. Silvicultura C.3.2.5. Outras
	C.3.3. Comercial	C.3.3.1. Atacadista C.3.3.2. Varejista
	C.3.4. Industrial	C.3.4.1. Petrolífera C.3.4.2. Automobilística C.3.4.3. Têxtil C.3.4.4. Alimentícia C.3.4.5. Coureira C.3.4.6. Joalheira C.3.4.7. Madeireira C.3.4.8. Ceramista C.3.4.9. Outras
	C.3.5. Tecnológica	
C4 – REALIZAÇÕES TÉCNICAS E CIENTÍFICAS CONTEMPORÂNEAS	C.4.1. Parque tecnológico	
	C.4.2. Centro de pesquisa	
	C.4.3. Usinas e outras estruturas de geração de energia	C.4.3.1. Hidrelétrica C.4.3.2. Termoelétrica C.4.3.3. Nuclear C.4.3.4. Eólica C.4.3.5. Solar C.4.3.6. Outras
	C.4.4. Barragem/eclusa/açude	
	C.4.5. Planetário	
	C.4.6. Aquário	
	C.4.7. Viveiro	
	C.4.8. Outras	
C5 – EVENTOS PROGRAMADOS	C.5.1. Feiras/exposições	
	C.5.2. Congressos	
	C.5.3. Convenções	

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
C5 – EVENTOS PROGRAMADOS	C.5.4. Festivais/ <i>shows</i>	
	C.5.5. Seminários	
	C.5.6. Oficinas/ <i>workshops</i>	
	C.5.7. Competições	
	C.5.8. Desfiles/passeatas	
	C.5.9. Encontros temáticos	
	C.5.10. Festas/celebrações	C.5.10.1. Religiosa/manifestação de fé C.5.10.2. Popular/folclórica C.5.10.3. Referente ao trabalho ou ciclo produtivo C.5.10.4. Festa cívica C.5.10.5. Outras
	C.5.11. Outros	

Fonte: MTur (2014)¹⁴

¹⁴ Disponível em
http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/downloads/formularios/inventariacao_da_oferta_turistica.pdf