

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

TATIANE KÖNIG DA SILVA

**AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DOS
CAMPOS GERAIS – “ROTA DOS TROPEIROS”: ANÁLISE DE CONTEXTO**

**PONTA GROSSA
2014**

TATIANE KÖNIG DA SILVA

**AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DOS
CAMPOS GERAIS – “ROTA DOS TROPEIROS”: ANÁLISE DE CONTEXTO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do título de
Bacharel em Turismo na Universidade
Estadual de Ponta Grossa. Área de
Turismo.

Orientadora: Prof^a Dra. Graziela Scalise
Horodyski.

**PONTA GROSSA
2014**

TATIANE KÖNIG DA SILVA

**AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DOS
CAMPOS GERAIS – “ROTA DOS TROPEIROS”: ANÁLISE DE CONTEXTO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Turismo.

Ponta Grossa, ____ de _____ de _____.

Graziela Scalise Horodyski.
Doutora – UEPG

Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas
Doutora – UEPG

Valéria de Meira Albach
Doutora – UEPG

Dedico este trabalho a todos que de alguma maneira acreditaram em mim.

A Deus pela vida e pelas conquistas alcançadas.

A Prof^a Graziela Scalise Horodyski, pela contribuição de seus conhecimentos e de seu tempo na orientação deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Aos meus colegas de turma pelos sorrisos e pelas alegrias em diversos momentos e também pelo apoio quando lágrimas foram inevitáveis, pelos momentos impossíveis de esquecer.

A minha família, madrinha, primas e principalmente aos meus irmãos Christiane, Christian (in memória) Christofer, Taciane, Márcio, Ketlyn e Kewyn, que sempre estavam ali para me dar apoio estende a mão e acreditar em mim mesmo nas horas que parecia impossível conseguir. Foi graças aos incentivos de vocês que eu cheguei até aqui.

Aos Professores do Departamento de Turismo desta Universidade que ajudaram em minha formação acadêmica, com o conhecimento e sua dedicação exemplar, que foram de fundamental importância para a minha construção profissional.

Aos meus amigos que sempre estavam a minha disposição nas horas alegres e difíceis, os quais passavam a madrugada falando comigo só para eu não dormi quando estudava.

Aos meus colegas e amigos do trabalho os quais sempre me davam palavras de apoio e me incentivando acreditando em mim.

Aos meus amados sobrinhos Maria Rita, Romeu, Ana Beatriz e Enzo, por serem meu refugio de felicidade.

Aos entrevistados que dedicaram seu tempo e sua historia e conhecimento comigo.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

**“Mesmo desacreditado e ignorado por todos,
não posso desistir, pois para mim,
vencer é nunca desistir.”
(Albert Einstein)**

RESUMO

O presente trabalho se trata de uma análise do caso Rota dos Tropeiros, na região dos Campos Gerais no Paraná, no seu contexto histórico e análise do seu planejamento na formação da Agência de Desenvolvimento do Turismo Sustentável dos Campos Gerais- ADTCG. A história da região com resultado no plano de regionalização o qual deu segmento para o projeto Rota dos Tropeiros o qual hoje é trabalhado como um dos principais divulgadores da região. Pois sendo o turismo um dos segmentos de destaque na economia mundial, dá-se importância ao planejamento e marketing das empresas e organizações e entidades deste setor. Com os avanços em pesquisas e tecnologia e informações sobre cada destino percebe-se que alguns se destacam por si só e outros se destacam pela a região, com o plano de regionalização do Turismo de 2004 houve um aumento neste processo produtivo econômico de promover um destino em quanto um produto regional. Sendo a Rota dos Tropeiros uma das pioneiras no Brasil, a qual teve por sua vez um “boom” de divulgação sendo trabalho, e teve em seu processo vários profissionais de diferentes esferas, municipal, regional e estadual para a construção de seu planejamento estratégico e de marketing a qual teve seu trabalho reconhecido no período de 2003 até 2007, e nos anos seguintes as críticas sobre a rota, devido ao pouco êxito verificado durante os anos. Por conta disso, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar potencialidades e fragilidades do projeto Rota dos tropeiros em seu processo de planejamento. Para atingir este objetivo foram aplicadas entrevistas com pessoas que trabalharam em um período específico, também analisado o planejamento, o marketing turístico e a participação política. tendo como resultado a falta de interesse político e privado para a realização da rota turística.

Palavras-chaves: Planejamento turístico. Marketing. Políticas Públicas de Turismo. Rota dos Tropeiros. Campos Gerais do Paraná.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 O TROPEIRISMO NO CONTEXTO HISTÓRICO DOS CAMPOS GERAIS	13
2 FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO.....	16
2.1 Marketing turístico	17
3 ESTUDO DA AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ROTA DOS TROPEIROS	21
3.1 Políticas públicas do turismo	24
3.2 Programa de regionalização.....	25
4 METODOLOGIA	28
5 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	29
5.1 Entrevistas.....	30
6 ANÁLISE DO TRABALHO	32
6.1 Análise dos dados	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS	46
Anexo 1 - Estatuto da agência rota dos tropeiros.....	47
Anexo 2 – Entrevistas:.....	56

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: mapa do caminho das tropas	14
Figura 2: Etapas do planejamento.....	20
Figura 3: mapa da rota no Paraná.....	21
Figura 4: ordenamento do programa.....	26
Figura 5: ordenamento do macroprograma regionalização do turismo.	27
Figura 6: diretrizes de coordenação da Regionalização.....	27

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista de entrevistados	29
Quadro 2: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao setor público	33
Quadro 3: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao setor privado.....	35
Quadro 4: Quadro de análise de cada entrevistado em relação planejamento.	37
Quadro 5: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao marketing.....	39

INTRODUÇÃO

A rota turística Rota dos Tropeiros localiza-se no Sul do Brasil, no estado do Paraná, percorrendo os municípios de Rio Negro, Campo do Tenente, Lapa, Porto Amazonas, Palmeira, Balsa Nova, Campo Largo, Ponta Grossa, Carambeí, Castro, Tibagi, Telêmaco Borba, Piraí do Sul, Jaguariaíva, Arapoti e Sengés.

No contexto da história, com a descoberta do ouro em Minas Gerais em 1665, soube-se que o governo português não permitia que os mineradores tanto escravos ou não, não podiam fazer lavouras e nem lidar com a pecuária. Eles precisavam de animais para fazer o deslocamento da extração dos minérios para o envio a Portugal.

Como no Rio Grande do Sul havia abundância de gado e muares, estes animais eram levados a Sorocaba-SP, pois havia muitos animais soltos no território do Rio Grande do Sul que poderiam abastecer outras regiões que demandavam maior consumo destes animais (ADTCG, 2011) o trajeto ia de Viamão-RS a Sorocaba-SP.

Estes arraiais passaram a ser povoados, freguesias, vilas e cidades, que hoje são os municípios por onde passaram as Tropas nos Campos Gerais no Paraná, da qual fazem parte 16 municípios.

É através destes fatos que os municípios possuem valores históricos fundamentais para patrimônios materiais e imateriais. O patrimônio material é algo palpável e o imaterial é a imaginação do fato ocorrido, da história do local e que atribuem valor dentro da atividade turística. (DIAS, 2006).

O Tropeirismo contribuiu com o processo de desenvolvimento do sul do Brasil. Com ele surgiram municípios que se desenvolveram nos Campos Gerais no Paraná e que ao final do século XX passaram a ter de interesse na atividade turística, pelo seu potencial histórico, natural e turístico da região.

Entre os anos de 1998 e 1999 houve discussões sobre um projeto de desenvolvimento turístico para propiciar a participação do empresariado, pois a permanência do setor público não gerava resultados. O presente estudo trata-se de analisar potencialidades e fragilidades do projeto Rota dos Tropeiros em seu processo de planejamento.

Em 2004, o governo federal aprovou o programa de regionalização do turismo, onde começaram a unir para maior divulgação de áreas regionais, poder público, sistema privado e sociedade civil. Neste contexto a rota dos tropeiros já tinha um projeto regional o qual já se encontrava em fase de implantação e com a aprovação ajudou o desenvolvimento acelerado do mesmo.

Assim, houve maior investimento da divulgação desta região, como estes municípios fazem parte a AMCG (Associação dos Municípios dos Campos Gerais), o qual atua no desenvolvimento deste planejamento turístico incentivando e unindo cidades, o projeto foi reconhecido oficialmente em 2003. Houve a criação da marca turística que foi utilizada nos portões de entrada de cidade como Castro, e esta marca foi divulgada pela folheteria turística de maior parte dos municípios que compunham a rota.

Conforme entrevistas realizadas e análise das questões pode-se entender que atualmente a ADTCG, sendo uma importante organização do setor turístico na região dos Campos Gerais, não possui um plano estratégico, contudo, a agência está buscando colher os resultados do início do projeto, pois é preciso analisar que o resultado de um desenvolvimento turístico vai de médio à longo prazo.

Este trabalho consiste na pesquisa exploratória, descritiva de modelo indutivo, com aplicações de entrevistas e pesquisas bibliográficas. Seu principal objetivo é analisar as potencialidades e fragilidades do projeto Rota dos tropeiros em seu processo de planejamento.

O presente estudo demonstra a importância do planejamento e marketing para uma rota turística, o caso Rota dos tropeiros é muito complexo, pois entra em desacordo em vários momentos, já que teve um plano estratégico e houve divulgação e participação dos municípios e empresas no início, mas não se sabe qual foi o motivo de não ter permanecido até os dias atuais com a mesma finalidade do plano inicial, focando uma rota e não uma região.

Dando sequência a pesquisa os seguintes temas foram focados, o Capítulo 1 trata do tropeirismo no contexto histórico dos Campos Gerais, o qual trabalha autores que contam sobre o fato histórico do tropeirismo no seu início até os dias atuais e na maneira em que colaborou no processo de desenvolvimento e tradições em determinadas regiões.

No Capítulo 2 aborda-se os principais autores sobre o conceito de planejar, o que é planejamento estratégico, e o plano de marketing e como implementá-lo.

No Capítulo 3 discorre sobre o estudo da Agência de Desenvolvimento Rota dos Tropeiros, utilizando o levantamento de atas e trabalhos e o próprio planejamento da agência; contextualizando o tema políticas públicas do turismo e o Programa de Regionalização.

No Capítulo 4 aborda-se a Metodologia; ou seja, os métodos utilizados nesta pesquisa, o objetivo e hipótese deste trabalho.

O Capítulo 5 compõe-se do Desenvolvimento da Pesquisa; apresenta como foi elaborada a entrevista .

Por fim, o Capítulo 6 é a análise, onde foram montados quadros de processo onde podem ser verificadas as potencialidades e fragilidades do projeto rota dos tropeiros, através das entrevistas.

1 O TROPEIRISMO NO CONTEXTO HISTÓRICO DOS CAMPOS GERAIS

A ocupação da América do Sul pelos portugueses se deu pelo litoral, e por doações de terras chamadas de sesmaria lotes de terras doadas pela a coroa portuguesa a imigrantes para povoar as terras para serem exploradas.

As atividades ligadas à pecuária e ao tropeirismo, desenvolvidas a partir da primeira metade do século XVIII, ao longo dos chamados “Caminhos das Tropas”, marcaram profundamente a história da região, atravessada por esses roteiros, determinaram a particular ocupação do espaço, induziram o surgimento de assentamentos urbanos e núcleos agro-pastoris, influenciaram o modo de vida, os costumes e as tradições da população aí estabelecidas..(POLINARI, 1989 apud ZUACCHERELLI 2007)

No decorrer da história do Brasil houve um fato que mudou e desenvolveu o sul do país que foi o tropeirismo no início do século XVIII até o início do século XIX. Com a descoberta do ouro em Minas Gerais em 1665, soube-se que o governo português não permitia que os mineradores -tanto escravos ou não- fizessem lavouras e nem trabalhassem com a pecuária. Como tinha muitos gados selvagens no sul do país deixados pelos espanhóis que eram “donos das terras do sul do Brasil” pelo tratado de Tordesilhas, e onde hoje é Rio Grande do Sul eles caçavam estes animais para utilização do couro e também a alimentação a famosa charqueada carne seca com sal. A necessidade de animais para levar o ouro de Minas até o Porto e, conseqüentemente enviá-lo para Portugal, fez surgir o tropeirismo.

No Rio Grande do Sul havia muito gado vacum e muares estes animais eram levados a Sorocaba-SP, pois havia muitos animais soltos no território do Rio Grande do Sul de acordo com Rota dos Tropeiros (2005).

A partir do declínio da exploração das minas no Peru com o conseqüente abandono de grande quantidade de mulas nos criadouros do território de Missiones e, juntamente com os primeiros aventureiros e ocupantes do sul que trouxeram o gado vacum, em 1730 tem início um processo sistemático e continuado de comercialização desses animais. Nasce assim o tropeirismo no Brasil.

E este trajeto de Viamão-RS a Sorocaba-SP passou a ser conhecido como Caminho das Tropas ou Caminho de Viamão. (ver a figura 1)

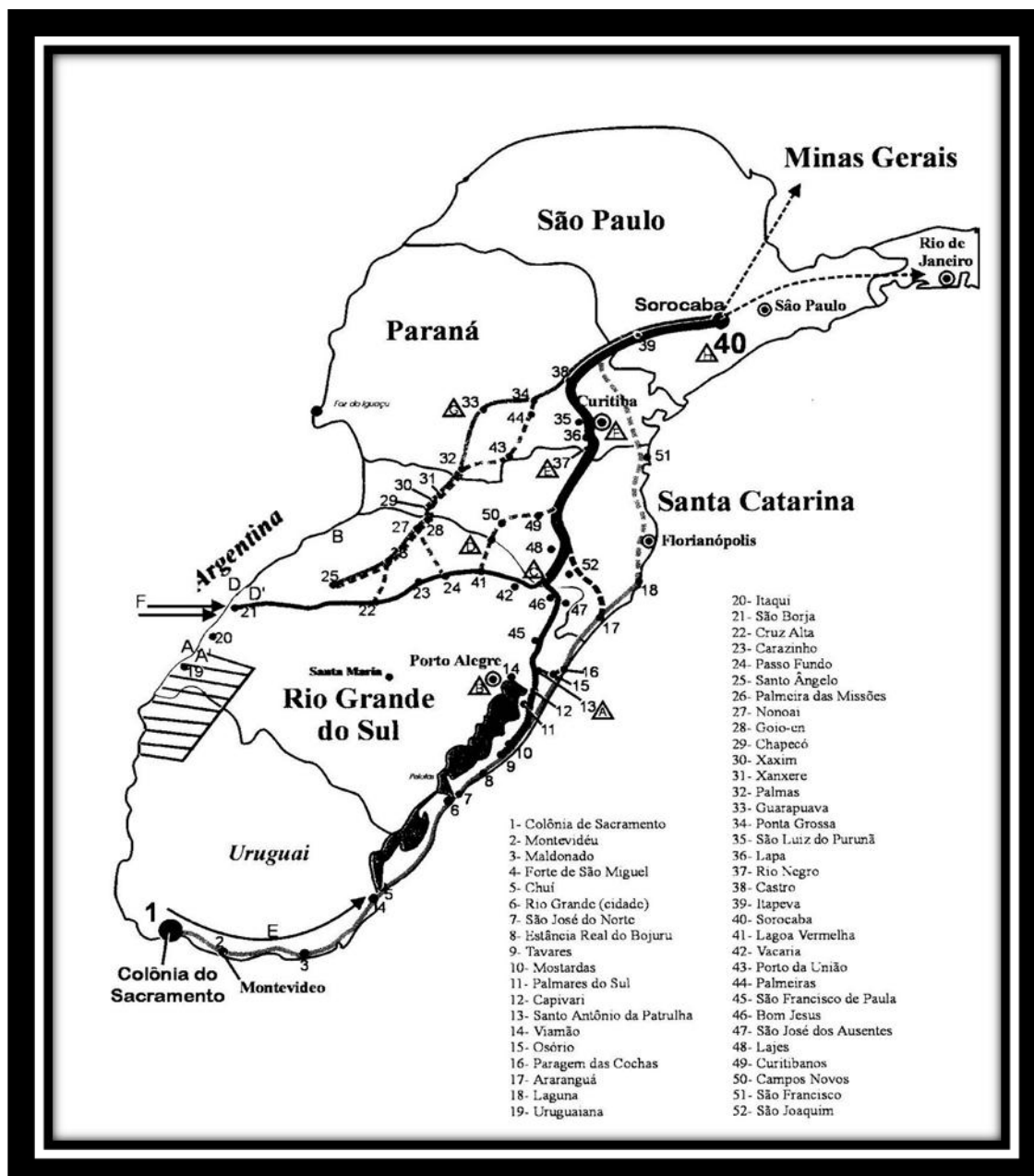


Figura 1: mapa do caminho das tropas

Fonte: <http://abrasoffaong.blogspot.com.br/2011/06/tropeiros-da-vacariahtml>

Por onde se descolavam pelo território de Santa Catarina e do Paraná que fazia parte da capitania de São Paulo onde a maior parte do território paranaense pertencia a sesmeiros, eram pessoas que haviam ganhado estas terras da Coroa Portuguesa. No Paraná eles acabaram motivando o surgimento de pequenos arráias, onde eles faziam a invernagem ou o repouso das Tropas para a engorda do gado e das mulas pra valer mais na venda na feira em Sorocaba-SP, que surgiram pra a comercialização de secos e molhados para os tropeiros.

E destes arráias passaram a ser um povoado, freguesia, vilas e cidades hoje sendo os municípios que por onde passaram as Tropas nos Campos Gerais no Paraná, onde integram 16 municípios sendo eles em ordem do caminho Rio Negro Campo do Tenente, Lapa, Porto Amazonas, Palmeira, Balsa Nova, Campo Largo, Ponta Grossa, Carambeí, Castro, Tibagi, Telêmaco Borba, Piraí do Sul, Jaguaríva, Arapoti, Sengés. ROTA DOS TROPEIROS (2011)

Pode se dizer que grande parte da criação destas cidades se deu ao fato da passagem das tropas não muito longe os municípios foram se desenvolvendo através de chegada das ferrovias e com avanços na agricultura assim se desenvolvendo. E considerando a geografia e os territórios pode-se apresentar a beleza na paisagem natural da região dos Campos Gerais. Como os belos Campos rasteiros com araucárias, o Parque Estadual de Vila Velha, Parque Estadual do Cânion Guartelá entre outros. Pois nestes municípios hoje tem-se como pratos típicos referentes aos tropeiros, museus, rotas do caminho percorrido e também memorial aos tropeiros.

Ao pensar nesta beleza e grande potencial de desenvolvimento do turismo nesta região será trabalhado em capítulos a seguir o planejamento e o marketing e como eles serão analisados dentro do turismo e o estudo de caso de uma entidade que trabalha com esta ideia e serão analisados seus resultados.

2 FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO

Para entender o que é necessário no planejamento é necessário saber aonde se deseja chegar e como elaborar propostas e métodos para alcançar seus objetivos. Para um planejamento bem elaborado pode ser necessário o uso dos 4 Ps, 4 Cs, 4 As e também a análise SWOT. Tantas definições siglas as quais colabora para um desenvolvimento preciso e eficaz de um planejamento turístico adequado para a divulgação.

Para ser compreendido melhor o planejamento de acordo com Cobra (2009).

planejar estratégias significa ordenar recursos para a realização de objetivos almejados e a ação tática é uma utilização de recursos dentro de uma determinada estratégia. (...). Enfim todo o planejamento deve ser focado para atingir os objetivos de aumento de demanda de turistas.

Pode ser necessário para a elaboração de um planejamento o qual segundo Ruschmann (pag.66, 2000) define “O planejamento, de forma geral, consiste em um conjunto de atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos.”.

Para Cobra (2007) planejamento de define como “o processo de antecipar o futuro e determinar o curso de ação para realização dos objetivos.”.

Já a conceituação de planejamento para o Mtur (Ministério do Turismo) (2007) é “planejamento é um processo ordenado e sistematizado de produção de bens, produtos e serviços, que vai contribuir para transformações da realidade existente, de acordo com os objetivos de desenvolvimento desejados pelos atores envolvidos.”.

Para os autores é necessário planejar para um futuro e estabelecer métodos para alcançar os objetivos podendo sendo eles a curto, médio e longo prazo. Mas para tanto é necessário estabelecer diretrizes como metas, ações, políticas, normas, planos e plano estratégico. Assim estabelecendo propostas de um futuro melhor e saudável para novos empreendedores e para destinos turísticos.

Para que se possa atingir este objetivo propostos nas empresas do setor turísticos e outros setores é preciso também fazer parte de poder publico o qual direcionara os pontos favoráveis e desfavoráveis para um novo empreendimento segundo Ruschmann.

Planejamento através de políticas e de legislação necessárias ao desenvolvimento da infra estrutura básica, que proporcionara o bem estar da população residente e dos turistas. Além disso, deve cuidar da proteção e conservação do patrimônio ambiental, ai compreendidos os ambientes natural, psicossocial e cultural, bem como criar condições que facilitem e regulamentem o funcionamento dos serviços e equipamentos nas destinações necessários ao atendimento das necessidades e anseios dos turistas (...). (pag. 67, 2000 in Ansarah)

Quase o mesmo posicionamento, mas com palavras diferentes Margarita Barretto cita em seu livro Planejamento e Organização em Turismo a seguinte frase “vemos nessa definição a necessidade absoluta de que o planejador conheça a realidade político-social e econômica na qual esta inserida.” (pag. 34, 1996).

Sendo assim entende-se que para o sucesso de um planejamento é fundamental a participação e uma excelente gestão nos setores públicos. Fazendo com que se trabalhe com um planejamento sustentável no turismo.

Para Ruschmann (2000)

o planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento de um turismo equilibrado, também chamado de turismo sustentável, ou seja, aquele que ocorre em harmonia com os recursos naturais, culturais e sociais das regiões turísticas receptoras, preservando-os para as gerações futuras. (pag.77, 2000 aput Ansarah).

Com o presente estudo sobre planejamento é possível perceber a importância de planejar um produto turístico, entendendo que planejar, é a elaboração de produtos, analisando todo o potencial para que seja sustentável, pois para que isso ocorra é preciso planejar, formatar e verificar, etapas de um plano que seja a curto, médio e longo prazo. Como sabe-se que para um produto ser vendido é necessário divulgação no próximo subcapítulo será abordado um pouco de marketing turístico que não é só divulgação.

2.1 Marketing turístico

Dentre um planejamento turístico elabora um plano de marketing não é só a divulgação é analisar o produto e como ele será inserido e divulgado no mercado turístico.

Para Melgar (2001, p. 79), “o processo de marketing nasce de duas opções estratégicas de organização relacionadas com o surgimento de um novo produto. A

primeira é a criação de um produto independente e a segunda é a criação de um produto derivado.”

O que são 4 Ps, 4 Cs, 4 As? Segundo Cobra (2001) cada sigla destas fazem parte de um sistema de marketing aplicada ao setor de negócios de turismo o qual os 4 Ps significam: Produto, Ponto, Preço e Promoção. Os 4 Cs significam: Cliente, Conveniência, Comunicação e Custo e não menos importante os 4 As: Analise Adaptação, Ativação e Avaliação.

Trabalhados juntos, acrescentam valores para os serviços prestados, auxiliando no crescimento econômico e competitivo segundo Cobra.

Através da importância da divulgação da região dos campos gerais chamou bastante atenção a associação Rota dos Tropeiros a qual divulgou a região.

Atualmente esta associação tem se consolidado institucionalmente por meio de órgãos públicos², os quais trabalham a rota com um foco comercial divididas em quatro segmentos: Natureza e aventura, com lazer e entretenimento relacionados ao turismo de aventura; História e Cultura com entretenimento relacionado a atrativos históricos e culturais; Saúde e Bem Estar, com o lazer em ambientes naturais, Parques Estadual e Municipal e, Bosques; e, Fé e Misticismo com visitas a lugares considerados exóticos (Rota dos Tropeiros, 2008).

E através disso entende-se que o turismo ajuda na divulgação e no processo de desenvolvimento sustentável do âmbito regional o qual veio a ser apresentado através de uma associação, a qual é a divulgadora da região e se tornou um símbolo da região.

Segundo Beni (1998) pode-se entender que o marketing turístico também é um produto que determina os clientes reais e potenciais a conhecerem e induz o turista para uma motivação o qual atua para alcançar melhor satisfação da demanda e pode-se analisar isto na Rota dos Tropeiros.

Também pode-se entender marketing turístico como um processo administrativo que as empresas buscando entender como captar clientes elaboram planejamentos estratégicos. “Para analisar a questão do PE (Planejamento Estratégico), normalmente se divide o sistema turístico em três subsistemas: o meio ambiente (MA), o trabalho (T) como indicador do meio social, e a economia (E), configurando-se, assim, a tríade MATE” Bezerra (2003).

Pode-se entender também a importância da infraestrutura e da superestrutura do turismo na região para o desenvolvimento turístico. Segundo o artigo “A comercialização do produto turístico associado à infraestrutura e

desenvolvimento: análise da Rota dos Tropeiros/PR”, onde o qual explica a importância da estrutura para o planejamento do turismo.

Segundo Tavares (2009)

A Infra-estrutura e a superestrutura podem ser consideradas como formas de compor alternativas de destinações.(...) ela representa todas as formas de construção em um ambiente urbano que auxilia a destinação turística, composta principalmente na forma de transporte (estradas, ferrovias, aeroportos, estacionamentos), serviço de utilidade pública (eletricidade, água e comunicações) e outros serviços (saúde e segurança) que normalmente são compartilhados por residentes e visitantes.

Assim percebendo a importância da infraestrutura para o desenvolvimento de uma atividade turística auxiliando assim na sua promoção. E assim fazer um levantamento dos potenciais e fragilidades de um destino. Bem como é feito na análise SWOT. Segundo Dornelas (2009)

SWOT (strengths, weaknesses, opportunities e threats pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças). A matriz SWOT traça uma análise da situação atual do negócio e deve ser refeita regularmente, dependendo da velocidade com que seu ambiente, seu setor e sua própria empresa mudam. A seguir, encontram-se os passos que devem ser seguidos para obter-se a matriz SWOT: 1. Divida todos os pontos fortes que identificou em dois grupos, os que estão e os que não estão associados a oportunidades potenciais ou ameaças latentes em seu setor; 2. Divida todos os pontos fracos da mesma forma um grupo associado a oportunidades, o outro a ameaças; 3. Construa uma matriz com quatro quadrantes; 4. Inclua os pontos fortes e fracos de sua empresa, juntamente com as oportunidades e ameaças do setor (pag. 5,2009).

Assim traçando planos de sucesso para empresas no que se referem a marketing, e os planos são bem detalhados em anexo deste trabalho está primeiro plano de marketing da Rota dos Tropeiros para ter ideia das riquezas de detalhes, também a primeira macro oficina de planejamento estratégico para a Rota dos Tropeiros. Onde pode-se observar a análise SWOT.

E para que todos estes conceitos sejam fundamentais é necessário que o plano estratégico seja viável. Segundo ministério do Turismo (2007)

Uma das características principais do planejamento estratégico é o direcionamento de seu foco para os efeitos e impactos futuros, decorrentes das decisões tomadas no presente. Daí a importância da visão de futuro (prognostico) com relação a esses benefícios e impactos, que serão tanto maiores sustentáveis quando mais participativo e integrado for o processo de planejamento que lhe deu origem. (pags. 24 e25 modulo 4,2007).

E estes direcionamentos devem ser acompanhados para melhor desenvolvimento. O tático e o operacional tem que trabalhar juntos. Como explica a figura.



Figura 2: Etapas do planejamento.

Fonte: módulo operacional 4, Roteiros do Brasil. pag.27 2007.

O marketing turístico é fundamental para que haja a promoção e divulgação do produto, o planejamento e o marketing estão aliados, ao analisar pensar e trabalhar eles separados fica mais simples a compreensão, para que haja uma melhor compreensão da finalidade de planejar, pois um destino ou produto turístico deve ser bem elaborado e possuir infraestrutura, um plano para que ocorra a procura pelo destino.

No próximo capítulo, será estudo o levantamento de dados sobre o desenvolvimento da agência de desenvolvimento Rota dos Tropeiros o qual por sua vez pode-se entender este processo de planejar.

3 ESTUDO DA AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ROTA DOS TROPEIROS

A rota analisada esta localizada no sul do Brasil, no estado do Paraná, percorrendo os municípios de Rio Negro Campo do Tenente, Lapa, Porto Amazonas, Palmeira, Balsa Nova, Campo Largo, Ponta Grossa, Carambeí, Castro, Tibagi, Telêmaco Borba, Piraí do Sul, Jaguaíva, Arapoti, Sengés.



Figura 3: mapa da rota no Paraná
 Fonte: <http://www.rotadostropeiros.com.br/pagina.php?id=5>

Segundo atas na ADTCG, a construção do projeto e o plano da ADRT (Agência Desenvolvimento Rota dos Tropeiros) não possuem datas específicas a data mais antigas de registro sobre a origem da Rota é de 08 de julho de 2002, onde houve a primeira macro-oficina de planejamento estratégico para Rota dos Tropeiros. Com dados relevantes sobre as virtudes e dificuldades na Rota dos Tropeiros. Onde cada participante apontou suas virtudes, dificuldades, onde foram elaborados quadros fazendo uma análise real do plano e do Projeto Rota dos Tropeiros.

Em seguida a união com órgãos estaduais e empresas para a elaboração de um plano de sucesso e efetivo na região.

Por fim, a criação da “Rota dos Tropeiros”, projeto turístico lançado em 2002, na região dos Campos Gerais, no Paraná, motivou-nos ao desenvolvimento de uma pesquisa sobre o tema. Apresentado como “um destino turístico que reúne 16 municípios paranaenses, ligando os estados de Santa Catarina e São Paulo, através de 21 rodovias federais ou estaduais, além de caminhos rurais que passam por fazendas, cânions, montanhas, rios e fantásticas cidades”¹¹, o projeto “Rota dos Tropeiros” resulta da associação entre a Secretaria Estadual de Turismo (SETU), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG). (ZUCCHERELLI, 2008 pag. 19).

Deram-se início com um encontro entre setor público e privado no dia 20/09/2002 onde houveram discussões do início do planejamento fazendo parte deste encontro 16 municípios e 80 empresas.

Em seguida foram feitas reuniões com o grupo e discussões para melhorias do planejamento tentando atender as necessidades e expectativas de cada localidade.

Em abril de 2003 o plano de marketing já estava concluído, bastando apenas estruturar a base tornando a ADRT um órgão gestor, juridicamente.

Em 20 de agosto de 2003, houve o primeiro encontro da G32 em Arapoti-PR, a G 32: onde cada município tinha dois participantes para discutir melhor plano de desenvolvimento e crescimento do turismo regional, sendo um integrante público de cada município e outro do setor privado.

Neste encontro foram apresentados os resultados da consultoria de artesanato, pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio às Micros e Pequenas Empresas), e os cursos que o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) ofereceu para os municípios. Trabalho desenvolvido pela coordenação de Luciana de Oliveira, Mauro Caetano e Nádia Terumi Joboji.

Entidades parceiras para o desenvolvimento do projeto e planejamento da Rota dos Tropeiros: SEBRAE, SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), SENAR, FAJAR (Faculdade Jaguariaíva), UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa), AMCG.

Em seguida a criação do G 6: o grupo técnico, onde participava os consultores, prefeitos e empresas. Onde os planos e projetos foram começando a ser moldados e criando formas.

Mas foi somente em novembro de 2006 onde ela passou a ser uma pessoa jurídica de direito privado sob forma de associação. Seu estatuto esta em anexo neste trabalho, mostrando sua finalidade, como ela atuara quem poderá ser um associado... como deve se trabalhar juridicamente conforme o estatuto.

Onde deu se a festa de abertura da mesma na Fazenda Fortaleza em Castro com a presença do Walfrido dos Mares Guia ministro de turismo do Brasil na época. O qual aprovou o projeto antes mesmo de sua concepção e utilizou como exemplo no que nos dias atuais é conhecido como Estrada Real em Minas Gerais.

Nos anos seguintes o SEBRAE veio promovendo o desenvolvimento sustentável das micros e pequenas empresas no Paraná e fomentando o empreendedorismo na região. Já não sendo mais somente a Paraná turismo e a ECOPARANA com a parceria da SETU como um órgão oficial de turismo do Paraná com o objetivo proposição e implementação da política de governo na área do turismo, bem como o fomento a atividade no Paraná.

Com o intuito de atuar em três áreas estratégicas o desenvolvimento sustentável do turismo a promoção e divulgação do produto do Paraná e a gestão e articulação institucional para o turismo, de forma planejada e organizada, que possibilita a inclusão social na região.

A AMCG tem a finalidade de promover e desenvolver integrado na região dos campos gerais, como também ampliar e fortalecer a capacidade institucional e técnica dos municípios prestando-lhes assistência relacionada com as atividades.

Em 2008 o planejamento estratégico da região turística, apresentou um plano de câmeras temáticas dos campos gerais pra não ficarem centralizado em uma única cidade, de acordo com a ADRT as câmeras deveriam ser implantadas até o final de 2011 sendo elas:

1. Planejamento e gestão: objetivo: identificar, propor, acompanhar, orientar e avaliar o planejamento e gestão da municipalização e regionalização do turismo nos campo gerais, fortalecendo as diretrizes para o desenvolvimento sustentável dos segmentos turísticos de forma participativa e integrada.
2. Qualificação para o turismo: objetivo: discutir e propor ações de educação para o turismo e de qualificação dos serviços turísticos bem como fomentar ações de regulamentação para o setor.
3. Financiamento, investimento e infra estrutura: objetivo: acompanhar, avaliar e formular ações de fomento à captação de investimentos no turismo, identificando linhas de financiamento e necessidades de infra estrutura de apoio ao turismo nos campos Gerais.
4. Marketing do turismo dos campos gerais: objetivos: buscar estratégias para promover e apoiar a comercialização dos produtos turísticos,

através da formulação, acompanhamento e avaliação estabelecidos no plano de desenvolvimento regional dos campos gerais. (ADRT).

Em 2011 ocorreu a mudança de nome de Rota dos Tropeiros para Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos Gerais da Rota dos Tropeiros (ADTCG) se tornando uma instancia de governança regional, pois algumas cidades que não fazem parte historicamente da rota dos tropeiros mais fazem parte da AMCG, queriam participar desta divulgação do setor turístico.

Pode-se entender que atualmente a ADTCG sendo uma importante organização do setor turístico na região dos campos gerais, pode se dizer que não há um plano estratégico, mais eles estão buscando os resultados da elaboração do inicio do projeto, pois busca-se analisar o resultado de um desenvolvimento turístico, como dentro da atividade turística os resultados são de médio a longo prazo. Ainda mais que ele esta deixando a sigla ADTCG e passando a se chamar ADTUR (Agência de Desenvolvimento do Turismo), estão elaborando agora um novo plano estratégico.

Como trata-se de órgãos do setor publico em sequencia discute-se o assunto políticas publicas de turismo para entender porque o turismo precisa do envolvimento do setor publico para que ele possa ser realizado.

3.1 Políticas públicas do turismo

Quando se trata de política tem-se o hábito errôneo de dizer que não se sabe e não se entende, porém tudo que envolve os cidadãos, envolve direitos e deveres que são discutidos pelos representantes do povo. E dentre eles o turismo também é discutido, por isso existe uma política para este setor, que geralmente é formatada a cada troca de governo no caso do Plano Nacional de Turismo, como também a troca de gestores nos municípios que é o caso dos Planos Diretores.

Eles são fundamentais para o desenvolvimento de uma atividade dentro do país e de seus municípios e no exterior. São elas que direcionam como devem ser trabalhados e qual será o futuro da atividade.

O que é o Plano Nacional de Turismo?

O plano nacional deve ser o elo entre os governos federal, estadual e municipal, e entre as entidades não governamentais, a iniciativa privada e toda a sociedade. Deve ser fator de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e

competitividade aumentando a oferta de produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional (MTur,2007 pag.14)

Para entender melhor este trabalho vou cita-se os dois planos nacionais de turismo que participaram deste contexto histórico na concepção da Rota dos Tropeiros, Foram os planos de 2003-2007 e de 2007-2010.

O Plano Nacional de Turismo de 2003-2007, foi trabalhado em 7 modelos de macroprogramas; o de fundamental importância, pois foi incentivo a mais para o projeto ADRT que já estava sendo pensado, neste plano definiu um modelo de gestão descentralizada do turismo de que a forma seria as necessidades da região como um roteiro, destino de uma forma produtiva para o crescimento do turismo. Surge o macroprograma de Regionalização do Turismo. Onde pode-se dizer que foi a fase do “boom” da Rota dos Tropeiros. “O PNT 2003-2007 traduziu uma concepção de desenvolvimento que, além do crescimento, buscou a desconcentração de renda por meio da regionalização, da interiorização do desenvolvimento e da segmentação da atividade turística” (MTur 2007)

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010, com a mesma proposta de macroprograma permaneceu nesta ideia de regionalizar para desenvolver o país, e através destas diretrizes do crescimento. O macroprograma de Regionalização do Turismo, conforme será discutido a seguir.

3.2 Programa de regionalização.

O Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil, parte da premissa de delimitar as regiões turísticas para promover a região elaborando planejamentos definições estratégicas e gestão e integração intersetorial e cooperacional das regiões. Conforme as diretrizes do programa eles devem – envolver representantes de todas as instancias, - respeitar a diversidade de opiniões na construção do consenso, - levantar as diferentes visões de um mesmo problema em função de interesses; - levar em consideração o conhecimento local; - considerar e respeitar as desigualdades e diferenças étnicas.

Os quais trabalhados em conjunto tem o objetivo de oferta de um produto com características regionais, pois o quando se trata de Brasil sabe-se que ele é um

país muito rico em cultura diversidades, então para trabalhar melhor estas características o macroprograma foi criado ajudando a formatar um produto local.

A MTur 2007 cita

mesmo com o status de macroprograma, o programa de regionalização do turismo mantém suas diretrizes e continuara sendo chamado de programa, uma vez que já é assim identificamos em todo o território nacional (...) “regionalização do turismo, portando é um modelo de gestão de política, descentralizada, coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e na sinergia de decisões (pag.25, 2007)

Tendo como objetivo principal interar a região em uma rota ou roteiro para ser promovida como um produto segundo Mtur 2007 “produto turístico é um conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço”.

Como entender a estruturação do macroprograma regionalização conforme as figuras abaixo, mostrando a divisão e onde pertencia cada estrutura do programa.



Figura 4: ordenamento do programa.

Fonte: Mtur, introdução à regionalização do turismo, pag.23, 2007.

Dentro do programa de regionalização como são divididas para a aplicação do programa.



Figura 5: ordenamento do macroprograma regionalização do turismo.
 Fonte: Mtur, introdução à regionalização do turismo, pag.24, 2007.

Dentre as diretriz é necessário a aplicação da seguinte maneira:



Figura 6: diretrizes de coordenação da Regionalização
 Fonte: Mtur, introdução à regionalização do turismo, pag.21, 2007.

Passo a passo como é elaborado o programa, para assim entender como o ADRT foi criada, pois ela passou e no atual momento está passando por este processo para atualizar seu novo planejamento.

A seguir será visto o método aplicado para a pesquisa deste trabalho para se entendermos porque estamos discutindo este e levantando dados históricos.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa consiste em um estudo exploratório e pesquisa descritiva, entrevista: Método empírico, qualitativo, entrevista não estruturada, pois permite uma conversa em profundidade, considera os aspectos mais relevantes de determinado problema. indutivo. O método de pesquisa neste trabalho será o método indutivo.

Com o objetivo de analisar as potencialidades e fragilidades do projeto Rota dos tropeiros em seu processo de planejamento através de dados históricos.

Objetivos específicos:

- a) Levantar dados históricos da proposta “Rota dos Tropeiros”;
- b) Analisar o material levantado sobre esta temática;
- c) Apontar as potencialidades e fragilidades da “Rota dos Tropeiros”.

Como procedimento metodológico, para se atingir os objetivos propostos será utilizada a Análise SWOT, com a base para analisar as potencialidade e fragilidade do levantamento histórico apenas. O qual se caracteriza por ser uma ferramenta que possibilita a análise de cenário, e pode ser utilizada como base para a gestão e planejamento estratégico para o objeto de estudo.

Seguindo como problemática, em que medida o conhecimento e análise do processo histórico da Rota dos Tropeiros poderá contribuir para apontar novos caminhos para a divulgação da atividade turística relacionada a esta temática nos Campos Gerais do Paraná.

E como hipótese a serem encontradas.

-A agência teve um ótimo plano estratégico mais por ser uma associação não conseguiu implementar, pois dependia dos interesses do poder público o qual mudava a cada 2 anos.

-A Agência de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos Gerais da Rota dos Tropeiros (ADTCG) apresentou no início de atividades forte, com a participação de diversos municípios, com a construção de portais e divulgação em diversos materiais e meios de comunicação. Apesar deste início promissor, a falta de apoio mais sistemático por parte de empresários e comunidade regional, aliada a falta de projetos por parte do setor público evidenciou a fragilidade do projeto em termos de região.

5 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

No decorrer do desenvolvimento do trabalho apareceram vários questionamentos como fazer? com quem fazer? onde fazer? então assim foi feita pesquisa em atas dentro da ADTCG, como também foi elaborada uma lista com nomes de pessoas de diversas áreas e municípios que participaram do desenvolvimento da antiga ADRT, para serem entrevistados e questionados sobre a relevância da ADRT na época e tentar entender o seu desenvolvimento. Já que presenciei fatos que dizem que a ADRT não deu certo. Por isso este trabalho esta sendo levantado a importância dos dados históricos do trabalho e do comprometimento de todos que participaram no processo de planejamento da ADRT.

No Quadro 1, estão os nomes dos entrevistados, cargos, municípios, quem realmente foi entrevistado.

PESSOAS	CARGOS/ ENTIDADE	ENTREVISTADO
Seide Mari B. Taques	Secretaria de Jaguariaiva	OK
Ebrahim Curi	Secretaria de Pirai do Sul	OK
Deisi Bezerra	Paraná Turismo	Ok
Nadia Terumi	SEBRAE e AMCG	Ok
Luiz Fernando de Souza	UEPG	Ok
Eduardo Flavio Zardo	CONSULTUR,(consultor do planejamento e marketing)	Ok
Karen Kobilarz	Gerente atual da ADTCG	Ok
Douglas Costa	Empresa privada (atual presidente da ADTCG)	OK

Quadro 1 - Lista de entrevistados

Fonte: elaborado pela autora (2014)

A seguir estão às questões da entrevista a qual foi elaborada para cada função, que participaram dentro do processo de planejamento da ADRT. Com o

intuito de buscar levantamento histórico da criação da ADRT, como também analisar as potencialidades e fragilidades.

Perguntas estabelecidas para as entrevistas.	
Perguntas para entrevista (SETU/ UEPG/ SEBRAE)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Em que contexto surgiu a ideia do projeto Rota dos Tropeiros? 2) Quais foram as oportunidades encontradas na época do projeto? 3) Que dificuldades foram encontradas? 4) Os objetivos do projeto foram alcançados? Por quê? Qual é a sua opinião?
Perguntas para entrevista (Gestão Atual /AMCG/ ADTCG)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1)Qual é o objetivo da agencia da Rota? 2) Como vê a rota do inicio, à sua concepção atual? 3)Cite potencialidades e fragilidades da rota?
Perguntas para entrevista (Prefeitos)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Qual era o seu posicionamento na implementação da rota dos tropeiros? 2) Quais eram os pontos fortes da Rota? 3) Na sua opinião qual era as fragilidades da Rota dos Tropeiros? 4) Como o senhor vê a Rota dos Tropeiros hoje?
Perguntas para entrevista (antigas secretarias)	
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Qual era o seu posicionamento na implementação da Rota dos Tropeiros? 2) Quais eram os pontos fortes da Rota? 3) Na sua opinião qual era as fragilidades da Rota dos Tropeiros? 4) Como o senhor(a) vê a Rota dos Tropeiros hoje?

5.1 Entrevistas

Elaboradas as questões e selecionadas quem deveriam estar nas entrevistas não foi algo muito difícil tivemos o apoio da Professora Marcia Dropa a qual relembro os nomes principais e que também foram confirmados através das atas de reuniões.

A dificuldade foi conseguir contato de todos, uns tinham o telefone desatualizados outros só localizamos por redes sociais, porém a maioria foram

muitos atenciosos e participativos, voltando a lembrar este processo tão importante no turismo no Paraná.

A Sra. Seide, tinha em sua residência muitas matérias da época o qual também utilizado como material de apoio. Na construção deste trabalho, as entrevistas estão em anexo neste trabalho.

6 ANÁLISE DO TRABALHO

Serão demonstradas nos quadros a seguir considerações relevantes em relação a cada setor de envolvimento da formatação da Rota dos Tropeiros e analisadas para entender onde houve ou as fragilidades e potencialidades na construção da Rota.

O Quadro 2 tem como objetivo mostrar frases da entrevista que envolvam a importância do setor público em relação a ADRT.

Análise de cada entrevistado em relação ao setor público.		
Entrevistados	O que disseram	Análise
Karen Kobilarz	“a agência surgiu tendo um propósito porem percebeu-se que era necessário atrelar o poder publico e a sociedade civil, bem como, atender as premissas do magro programa de regionalização do turismo do governo federal o qual prevê a existência das instancias de governanças regionais do turismo.”	- como é citado neste trabalho a importância da participação do poder público, a entrevistada só confirma um ponto positivo do desenvolvimento, pois houve interesse de ambas as partes”
Deise Bezerra	“municípios não estavam ainda amadurecidos...(…) quando a gente começou a juntar os municípios a gente viu, que eles não tinham um inventário eles não tinham coisas básicas”	- no relato da entrevistada mostra um dos pontos negativo da participação do poder publico com o privado o desinteresse na infra estrutura básica no próprio planejamento dos municípios.
Luiz Fernando Souza	“acho que a vontade da região de desenvolver o turismo foi quanto tava na época do PNMT. Que os municípios estavam bem engajados bem envolvidos com processos do ministério e depois 2005... 2006 teve uma queda mais nesta época era bem forte assim! Enquanto região a nós era uma região que conseguiu constituir uma rota... Antes até... trabalhar em quanto região antes até que o próprio ministério. Por quê? Em 2003 se não me engano ate foi quando saiu o PRT que é o programa de regionalização, e esta época nossa região já trabalhava isso. Então a região era um exemplo em nível nacional assim, inclusive a gente foi estudo de caso do próprio ministério no salão(...) do PNMT de Brasília em 2001 se não me engano. (..)articulação política, eu acho que e a principal... Ter um pouquinho mais de articulação política”	-o relato do entrevistado demonstra a importância do poder publico, os incentivos do governo federal para ajudar a formatação e promoção de produtos regionais. Bem como a importância da ADRT no seu desenvolvimento.
Nádia Terumi Joboji	“Se envolveu bastante o município de Castro! E Castro também na época envolvia o Dr. Reinaldo que era prefeito, e ele trouxe o SEBRAE como parceiro	- entrevistada confirmou a união e buscas por parcerias do poder publico com as empresas privadas,

	<p>“neh”, ai entrou a parceria do SEBRAE entro a parceria da Paraná Turismo na época ECOPARANA que era uma secretaria agregada a Paraná Turismo, como diz um escritório parte de planejamento da secretaria junto “neh” e Associação dos Municípios dos campos Gerais... Ai fez se o projeto rota dos tropeiros.”</p>	<p>ocasionando melhor resultados para o projeto.</p>
Eduardo Flavio Zardo	<p>“por uma pressão política para o governo do estado,infelizmente não.. eles não seguiram o processo de planejamento que estava descritos nos documentos que orientava o desenvolvimento da rota e ai ela se perdeu.. então este foi o principal fator!... a interferência política foi um fator negativo para a rota dos tropeiros!”</p>	<p>o entrevistado confirmou o que muitos sabem que a não continuidade de processos e projetos nas trocas de mandato ocasiona a interferência de projetos.</p>
Seide Mari B. Taques	<p>“Porque na realidade cada projeto se não houver vontade política verdadeira que ele realmente goste; se não houver esta vontade política o projeto não vai para frente, na época os prefeitos aderiram, nos tivemos muita sorte que todos aderiam o nosso “empreendimento” vamos dizer assim, então foi a vontade política que ajudou muito para nós.”</p>	<p>a entrevistada, relatou o envolvimento do setor publico como sendo incentivador e atuante, ajudando o desenvolvimento do projeto.</p>
Ebrahim Curi	<p>“Participamos de todo o processo para a implantação da Rota dos Tropeiros na tentativa de desenvolver o turismo nos 16 municípios que a compõem. Vários estudos através de oficinas, cursos, inventários delinearam seu trajeto para que se consolidasse como um novo produto turístico no Paraná, tais como são Foz do Iguaçu, Curitiba e Litoral. O PNMT - Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – proporcionou este início promissor, seguido de outros programas mas, que não alcançaram o objetivo esperado.(...)(fragilidades)falta de recursos financeiros b) infraestrutura dos municípios c) turismo sustentável d) meio ambiente e) política pública”</p>	<p>Mostrou conhecimento de política publica de turismo, e critica, por ser uma tentativa de desenvolvimento. Relatou o envolvimento do poder publico como incentivador.e seus beneficios.</p>
Douglas Costa	<p>“não apoio não ajudou com a infra estrutura ... “</p>	<p>Relatou uma critica ao apoio do poder publico em relação as necessidades básicas de infraestrutura nos municípios.</p>

Quadro 2: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao setor público

Fonte: elaborado pela autora (2014)

Percebe-se que no quadro anterior que o processo de desenvolvimento da Rota dos Tropeiros teve apoio político, auxílio do poder publico porem com a troca de montado ouve a descontinuidade dos projetos, segundo Ruschmann (2000).

Planejamento através de políticas e de legislação necessárias ao desenvolvimento da infra estrutura básica, que proporcionara o bem estar da população residente e dos turistas. Além disso, deve cuidar da proteção e conservação do patrimônio ambiental, aí compreendidos os ambientes natural, psicossocial e cultural, bem como criar condições que facilitem e regulamentem o funcionamento dos serviços e equipamentos nas destinações necessários ao atendimento das necessidades e anseios dos turistas(...). (pag. 67 in Ansarah 2000)

Concorda-se que a maioria diz que foi aplicada as legislações necessárias, não houve o fortalecimento dos municípios com a comunidade. Pois não possuía a infra estrutura básicas em cada município, principalmente no que se trata das áreas rurais, para que ali surgissem novos produtos para a região.

O projeto surgiu pode-se dizer na melhor fase do turismo no Brasil, com auxílio do novo Plano Nacional de Turismo o qual ajudou a alavancar o turismo no Brasil. Porém a falta de recursos financeiros e até mesmo a falta de interesse do poder público em alguns municípios.

No quadro 3 faremos a análise da participação do setor privado no auxílio da Fragilidade e potencialidade da ADRT.

Análise de cada entrevistado em relação ao setor privado.		
Entrevistados	O que disseram	Análise
Karen Kobilarz	“Outra dificuldade é a pouca participação dos atores”	- A falta de interesse dos empresários.
Deise Bezerra	“acho que o investimento privado ele faltou”	- A falta de interesse dos empresários.
Luiz Fernando Souza	“eu achei que faltou muita credibilidade do empresário, do empresário acredita mesmo... ii... não culpo o empresário em si porque ele já tem... os empresários dos equipamentos turísticos eles pensam muito em hotelaria e na restauração o turismo de negócios, e como ponta grossa é uma cidade maior é a cidade polo o turismo de negócios. Sustenta estes equipamentos existentes então não tem nenhuma necessidade de estar investindo em outra área em outro perfil do turista que tem que ter adaptação qualificação da mão de obra diferenciada tem tudo isso daí... Então eu acho que se os empresários tivessem uma vontade maior isso teria acontecido. A exemplo de Bonito-MS que foi, partiu dos empresários junto da COMTUR que conseguiu estabelecer esta rota	- A falta de interesse dos empresários. Porém ocorreu por não incentivo do poder público. Também o auxílio de empresas para a qualificação.

	conseguiu formatar isso então... quer dizer que a vontade política a vontade do sistema S que na época trabalhava muito o SEBRAE e o SENAC isso acontecia neh..”	
Nádia Terumi Joboji	“ não citou envolvimento das empresas privadas”	-não citou a participação das empresas privadas porem destacou a atuação do SEBRAE, em oficinas de qualificações.
Eduardo Flavio Zardo	“principal ponto forte dele foi a integração dos municípios, nós conseguimos 16 municípios 32 pessoas participando de um comitê inter regional e.. com reuniões mensais e a estruturação dele a gente teve uma agregação de empresários muito grande”	- relatou que os empresários tiveram interesses,
Seide Mari B. Taques	“as empresas privadas, elas participaram pouco elas deveriam ter participado mais”	-relatou que houve participação mais pouco.
Ebrahim Curi	“fragilidades(...) adesão do empresariado”	-a falta de participação com o empresário.
Douglas Costa	“nós investimos e se qualificamos éramos atuante nas reuniões”	- a participação, e a falta de valorização do poder publico para as empresas.

Quadro 3: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao setor privado.

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

Podemos analisar que no projeto de desenvolvimento da rota era a seguinte concepção a junção do poder público com o privado, porem para que isso ocorra percebemos pelas entrevistas, que em ambas as partes tiveram falhas.

O próprio fato das empresas não serem atuantes nas reuniões, e não participarem de qualificações. Bem como o poder público prometer verbas e recursos para qualificações e infraestrutura básicas necessárias as quais não foram olhas pelo poder público.

Assim mostrando a ponto frágil da ADRT, o qual buscava integrar público e privado para melhor promoção do destino.

No quadro 4 é analisada a participação e o modo da construção do planejamento da ADRT.

Análise de cada entrevistado em relação ao planejamento.		
Entrevistados	O que disseram	Análise
Karen Kobilarz	“Atualmente a agencia esta passando por uma reestruturação,mudando a área de abrangência para novo mapa de regionalização do MTUR, bem como ,nomenclatura para ADETUR	-Como todo processo de planejamento é necessário mudanças e atualizações, mudanças para a nova realidade da Rota, não sendo

	campos gerais, sendo a Rota dos Tropeiros sendo tratada como um projeto estratégico.”	mais aquela Associação passando a ser uma Agencia de desenvolvimento do turismo.
Deise Bezerra	<p>“então na realidade a gente sempre conversou bastante sobre isso qual foi o erro maior do planejamento da rota? é por que na realidade a gente queria partir para um produto só o que a gente percebeu que os municípios não estavam ainda amadurecidos... pra conseguir fazer com que os empresários acreditassem na rota nós mesmo do estado também não estávamos amadurecidos suficientemente, por que a gente dependia dos empresários para oferecer os produtos tropeiros , então o SEBRAE fez uma pesquisa em cada empreendimento tudo isso, só o que aconteceu no planejamento quando a gente começou a juntar os municípios a gente viu, que eles não tinham um inventário eles não tinham coisas básicas,para que pudesse dizer não isso é um produto tropeiro nós temos investidores então falta um pouco do planejamento, eu digo que parece que a gente confundiu um pouco a gente começou a trabalhar a rota como uma região e ela não era uma região, ela era um produto acho que este que foi o erro!”</p>	-para apontar o “erro” da Rota- foi trabalhar a rota em quanto região mais ela foi um Produto- consciência do desenvolvimento do Projeto, o qual passou por todos os passos possível de um planejamento possível e de realidade.
Luiz Fernando Souza	<p>“Eu acho que a conversa com os empreendedores deveriam de forma diferente. Não é papel do setor publico vender, o papel é planeja, organizar e não vende! ele tem que da subsídios para que o empresário possa sair vender o seu produto. E o que aconteceu era que o setor publico tava indo vender uma coisa que os empresários não sei se não queriam ou não estavam preparados para isso. Faltou... Faltou um planejamento adequado antes de colocar, alguma coisa no mercado de uma forma mais adequada no mercado no meu ponto de vista. “</p>	- relatou um defeito do planejamento, o equívoco de promoção do destino e não um o planejamento adequado do produto.
Nádia Terumi Joboji	<p>“Tanto liga porque a rota dos tropeiros seria como se diz “um guarda chuva”. Fora a questão histórica cultural dentro de cada município tem também sua particularidade, então se fez diagnóstico em cada município e em cada município elencou se varias oportunidades de desenvolvimento então o que se trabalhar também esta parte de natureza e aventura, fé e misticismo, saúde e bem estar e</p>	- relatou um planejamento adequado e organizado, com diagnósticos positivo para os municípios.

	<p>historia e cultura foram às temáticas que foram levantadas na época de se trabalhar como potencial realmente é trabalhar para que? O que para que se transformasse em produtos, fora isso também esta parte liga; foi feito um diagnostico de outras oportunidades e vários negócios que poderiam surgir na região como pousadas agencias de receptivo, a questão do artesanato, desenvolver o artesanato regional, e estas oportunidades que apareceram dentro deste estudo diagnosticado. “</p>	
Eduardo Flavio Zardo	<p>“fatores importantes no crescimento a integração dos municípios a forma de planejamento que foi realizada.. é... e a força que ele teve perante a outros formadores de opinião.. ai...inclusive o ministério do turismo com Maris Guia vindo na inauguração... no grande lançamento da rota dos tropeiros. (...) eles não seguiram o processo de planejamento que estava descritos nos documentos que orientava o desenvolvimento da rota e ai ela se perdeu.. então este foi o principal fator!... “</p>	<p>- relatou a que a elaboração foi adequada porem a aplicação do projeto o seu desenvolvimento foi falho.</p>
Seide Mari B. Taques	<p>“Olha falar a verdade eu gostaria que voltasse o trabalho como era, mais desenvolvido, e que todos os municípios que realmente eram que deveriam participar da rota que participassem, pois acho que é um trabalho que foi muito bem estruturado e que daí que realmente estas cidades que participaram da rota seria um movimento tão grande o quando o modelo que a gente imagino de Santiago de Compostela, nos gostaríamos que fosse isso e eu acho que pode... você analisou bem o trabalho você viu o que foi feito; acho que foi um trabalho muito bem”</p>	<p>- relatou a competência do grupo, o sonho desejado, para o crescimento de uma rota turística, a qual teve um plano bem elaborado, porem não teve o amadurecimento necessário.</p>
Ebrahim Curi	<p>“Vários estudos através de oficinas, cursos, inventários delinearam seu trajeto para que se consolidasse como um novo produto turístico no Paraná, tais como são Foz do Iguaçu, Curitiba e Litoral. O PNMT - Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – proporcionou este início promissor, seguido de outros programas mas, que não alcançaram o objetivo esperado.”</p>	<p>- relatou o planejamento para o crescimento de uma rota turística, a qual teve um plano bem elaborado, porem não teve o amadurecimento necessário.</p>
Douglas Costa	<p>“estamos na construção de um novo planejamento para agencia ”</p>	<p>-relatou que estão na busca de um planejamento para o novo conceito da Rota.</p>

Quadro 4: Quadro de análise de cada entrevistado em relação planejamneto.

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

O planejamento é necessário para saber a forma que vai ser trabalhado e como será o desenvolvimento turístico de uma localidade, o caso Rota dos Tropeiros através da base teórica e histórica, que ela foi planejada por vários e com vários objetivos. Muito pensada discutida passou passo a passo do planejamento desde o conceituação, estruturação porem a implementação deste plano foi interpretada diferente do que realmente poderia ser aplicado. Analisando com o que foi discutido em planejamento, no capítulo 2, podemos dizer que não foi gerenciada a aplicação e o intuito de promover a região como um todo acabou sendo uma das maiores falhas pois teria que ser analisado o local, vendo e estruturando suas características e divulgando um por um após o produto pronto.

Hoje o novo planejamento da ADTUR é a busca desta falha corrigindo e auxiliando a promover esta Rota como um produto regional, porem locais. O qual está formulando um novo planejamento estratégico, trabalhando a curto, médio e longo prazo, e não esquecendo de fiscalizar a implementação para que haja sucesso nesta nova visão.

Planejamento deve ser sempre pensado com a análise SOWT, assim conseguimos identificar a realidade às falhas e o que devemos permanecer e mudar. Analisando interna e externamente, este trabalho foi aplicado apenas o interno, buscando analisar o processo de desenvolvimento da ADRT, através das entrevistas.

O quadro 5 é a análise de marketing em relação ao ponto de vista dos entrevistados.

Análise de cada entrevistado em relação ao marketing.		
Entrevistados	O que disseram	Análise
Karen Kobilarz	“Rota dos Tropeiros sendo tratada como um projeto estratégico.”	-dentro do desenvolvimento do planejamento esta o marketing.
Deise Bezerra	“por que nós tínhamos participado de seminários no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, que os três estados queriam usar a marca e a AMCG , ela não conseguiu viabilizar isso e daí o que aconteceu, eles criam uma outra marca e um outro produto, sendo que nós poderia ter ganhado bastante si a gente tivesse trabalhado em conjunto com outros estados e por esta característica institucional da AMCG, que eu acho	-relatou que a marca por si só já era um produto que poderia ser comercializado porem, por motivos políticos, não se estendeu a esta grande oportunidade da marca e não somente dos destinos.

	também que foi um fator impeditivo, porque ela ficou com uma coisa que era comercial e ela não podia comercializar então percebi um pouco isso também.”	
Luiz Fernando Souza	“E o que aconteceu era que o setor publico tava indo vender uma coisa que os empresários não sei se não queriam ou não estavam preparados para isso... É... Faltou... Faltou um planejamento adequado antes de colocar, alguma coisa no mercado de uma forma mais adequada no mercado no meu ponto de vista”	-relatou o equívoco do poder público fazer a promoções dos destinos, sem antes estruturar outras necessidades.
Nádia Terumi Joboji	“Esta disseminação a sensibilização da importância da atividade turística como econômica, neste sentindo vejo que os objetivos foram alcançados. Agora em relação à formatação de produto ai que eu vejo que alguns municípios ainda não fizeram . Não que é tarefa de casa. que ainda tem muita coisa para se desenvolver... Hoje você diz! Mesmo hoje ah muito potencial na região mais o potencial como pode ser comercializado? A formatação do produto que ainda ficou precária”	-relatou a importância da formatação do produto turístico para que assim aja a comercialização adequada do destino.
Eduardo Flavio Zardo	“a marca dele ficou forte, tanto é mesmo depois de 2003 quando a gente repassou essa marca para o governo do estado e que ai não foi feito mais nada”	- relatou que a marca por si só já era um produto que poderia ser comercializado porem, por motivos políticos,
Seide Mari B. Taques	“o nosso grupo foi fabuloso, uma boa vontade de todos e ninguém tinha preguiça para nada era chamados para a reunião todos apareciam, olha era uma coisa parece sonho, um sonho que a gente não acredita que não foi realizado, parece impossível que não foi realizado, isso dói para a gente dói muito para gente viu... volta esta rota dos tropeiros olhar isso ai dá uma tristeza muito grande.”	
Ebrahim Curi	“a divulgação da região para a exploração turística;”	- como foi divulgada e com o intuito de atrair um demanda através do turismo.
Douglas Costa	“foi feita a divulgação porem a infraestrutura dos municípios foi falha”	-a divulgação foi bem trabalhada.

Quadro 5: Quadro de análise de cada entrevistado em relação ao marketing.

Fonte: Elaborado pela autora (2014)

O Marketing da Rota pode-se confirmar que foi feito um plano rico em detalhes, porem a mesma falha que ocorreu no planejamento houve no marketing.

Pois dentro do marketing temos que analisar os 4 Ps significam :Produto, Ponto, Preço e Promoção. Os 4 Cs significa: Cliente, Conveniência, Comunicação e Custo e não menos importante os 4 As: Analise, Adaptação, Ativação e Avaliação.

Podemos perceber que ponto, preço, cliente, comunicação, ativação e adaptação. Não foram estudados como também não foram mudados onde ocorreu uma das principais falhas que foi a divulgação do produto Rota, mais não ouve o preparo e estrutura para que este projeto realmente sai-se do papel.

Trabalhar com um sistema conjunto elaborações de roteiros segmentado dentro da rota para atrai grupos diversos, fez com que a rota tivesse o “boom” dela, a divulgação da rota de 2003 até 2007, foi muito trabalhada era material disponível, pela internet, folhetos de divulgação mapas, alem que em cada município e empresa parceira eram rotulada com a logo, que virou símbolo do projeto.

6.1 Análise dos dados

Ao analisar se os quadros 2, 3, 4 e 5 percebe se que o processo de desenvolvimento do planejamento e marketing da Rota dos Tropeiros, foi favorável para o seu desenvolvimento, pois foi realizado o plano estratégico e de marketing, porem não foi gerenciado e estruturado o destino como um todo, pois percebeu-se que ele foi primeiro divulgado para depois ser preparado, sem estrutura básica e estrutura de apoio turístico, para receber demandas que viessem a buscar este produto, alem de perceber que por motivos de não interesses do poder público em alguns detalhes foram ignorados por parte da gestão público.

Pelo setor privado percebe-se que a falta de um incentivo e de ser um plano mais solido, muitos empresários não tiveram tanto interesse em investir e ajudar a promover este produto.

Porem sua potencialidade foi o grupo atuante o qual fez a marca da rota ser reconhecida como pertencente a região, o qual ajudou a formação deste produto sendo referencia nacional de regionalização turística, com isso os Campos Gérias no Paraná se destacou no trade turístico nacional.

Apesar disso – não deu certo e está tentando se reformular por meio da agência da rota, com um novo planejamento e trabalhando a Rota como uma

ferramenta aliada a divulgação, pois sua marca é forte, porém não divulgar a marca como um produto a não ser que a mesma seja reformulada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo abordou os dados históricos do tropeirismo bem como conceitos de planejamento e marketing, foram pesquisados em atas o desenvolvimento da ADRT, o qual foi selecionado nomes para entrevista, para entender o objetivo desta pesquisa foi de analisar as potencialidades e fragilidades do projeto Rota dos Tropeiros em seu processo de planejamento.

Assim analisando o poder público, setor privado, planejamento e marketing, os quais foram feitas pesquisas bibliográficas para uma melhor compreensão deste estudo. O qual foi base para montar questões para entrevista para a compreensão do tema abordado, bem como a análise das entrevistas.

O objetivo da pesquisa foi alcançado, pois foi possível analisa que a rota possuía fragilidades e potencialidades no seu desenvolvimento, e foi possível de se compreender o motivo do pouco êxito do projeto na região, isso por motivos claros, como falta de interesse do poder público e do setor privado. Com um planejamento o qual não foi retirado do papel.

Destaca-se que a importância deste levantamento histórico sobre a rota porque pudemos verificar que a rota turística não teve apenas fragilidades tanto é que teve varias potencialidades, assim o grupo que participou e desenvolveu este projeto, este trabalho tem como intenção homenagear estas pessoas que em determinado tempo dou uma parte de seu tempo para investir e acreditar no turismo regional, na maneira que pudessem melhorar a qualidade de vida de seus municípios bem como também promover sua cidade ou seu empreendimento.

Deve-se ressaltar que foi fundamental entrevistar os atores que contribuíram com o processo de desenvolvimento da rota, destacando-se profissionais: Karen Kobilarz, Deise Bezerra, Luiz Fernando de Souza, Nádia Terumi Joboji, Eduardo Flavio Zardo, Seide Mari B. Taques, Ebrahim Curi, Douglas Costa e Marcia Dropa. Pessoas atuantes e que fizeram a diferença no contexto regional. Aqui fica meus agradecimentos aos profissionais.

A partir deste estudo, percebe-se que há possibilidades de novas pesquisas que abordem as rotas turistas, pois contem material de pesquisa para a continuidade para a elaboração de um planejamento para outras rotas, analisando como deve se

trabalhar em conjunto com as entidades e também, como não deixar que as fragilidades superem as qualidades que o projeto possui.



REFERENCIAS

;

AMCG. **Guia Rota Dos Tropeiros**. Maio de 2006. Folder

ANÁLISE SWOT. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_SWOT
Acesso em: **04/12/2013**

ANSARAH-Marília Gomes dos Reis- **Turismo Vol.II**. Como Aprender, como Ensinar, V. 2, Senac- São Paulo, 2000. Capítulo Planejamento Turístico- Ruschmann.

BRASIL. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico Coordenação Geral de Segmentação. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília. Ministério do Turismo, 2006.

BARBOSA, Soraya Aparecida – **Marketing Turístico: análise de reconhecimento das marcas turísticas** – Ponta Grossa- PR: Trabalho de conclusão do curso de Bacharelado em Turismo UEPG :2012

BARRETO, Margarita N. **Planejamento e organização em turismo**-. 2 e., Campinas SP. Papirus. 1996.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo, SENAC, 1998.

BEZERRA, Deise Maria Fernandes (Org.) **Planejamento e gestão em turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento turístico: teoria e pratica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

COBRA, Marcos. **Marketing de serviços: Turismo, Lazer e Negócios**. São Paulo. Cobra, 2001.

_____, Marcos, 1940-**Administração de marketing no Brasil**. 3 e. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades**. São Paulo: Saraiva, 2006.

DORNELAS, José- **Como fazer o planejamento estratégico do negócio do seu plano de negócios**. Disponível em: <http://www.planodenegocios.com.br/> ..., 2009 - Igdirecta.com.br. Acesso em: ago. 2014.

KÖNIG DA SILVA-Tatiane ; CAILLOT, Ariadne. **A Marca Rota Dos Tropeiros: planejamento e marketing**. UEPG. 1º Congresso de Turismo dos Campos Gerais, out. 2012.

KUAZAQUI, Edimir – **Marketing turístico e de hospitalidade**: Fonte de empregabilidade e desenvolvimento para o Brasil – São Paulo: MAKRON books, 2000.

MELGAR, Ernesto Guillenea – **Fundamentos de Planejamento e Marketing em Turismo** – São Paulo: Contexto, 2001.

Mtur- Ministério do turismo. **Regionalização 2007**. Disponível em: http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/introducao_turismo.pdf

MTur- Ministério do Turismo: **Plano Nacional de Turismo**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf

PESQUISA DOBRE A HISTORIA DOS TROPEIROS. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/colonia/tropeiros.htm> - 04/09/2013.

ROTA DOS TROPEIROS. **Guia turístico**. Disponível em: www.rotadostropeiros.com.br/. Acesso em: 04 de nov. 2011.

TAVARES- Viana, Lina-Juliana; Rodrigues da Cunha, Daniela; Anjos, Francisco Antônio dos. **A comercialização do produto turístico associado à infraestrutura e desenvolvimento**: análise da Rota dos Tropeiros/PR. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=115412528005>

ZUCCHERELLI, Moara. **A “ROTA DOS TROPEIROS” – PROJETO TURÍSTICO NA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS**: um olhar antropológico. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/15962/ROTA%20DOS%20TROPEIROS.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Anexo 1 - Estatuto da agencia rota dos tropeiros.

Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná "Agência Rota dos Tropeiros"

Capítulo I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE E FINS.

Artigo 1º. A "Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná", a seguir denominada simplesmente "**Agência Rota dos Tropeiros**", constituída em Novembro de 2006, é uma pessoa jurídica de direito privado sob a forma de associação, sem fins lucrativos, e com duração por tempo indeterminado, com sede e foro no município de Castro/PR, à Rua Doutor Jorge Xavier da Silva (antiga "Rua das Tropas"), n.º 579, sobreloja 1, Centro, CEP 84.165-000.

Artigo 2º. A Associação tem por finalidades:

1. Ser o Órgão Gestor e de apoio às atividades, projetos, iniciativas do turismo na Rota dos Tropeiros do Paraná;
2. Sensibilizar e conscientizar a sociedade para a importância do turismo na Rota dos Tropeiros do Paraná, como instrumento de crescimento sócio econômico, geração de emprego e renda, bem como a melhoria da qualidade de vida da população, preservação e conservação de seu patrimônio natural e cultural;
3. Realizar e promover quaisquer eventos que dinamizem o destino turístico e promovam os produtos e serviços locais e regionais;
4. Difundir atividades educacionais, culturais e científicas, realizando pesquisas, conferências, seminários, cursos, treinamentos, editando publicações, jornais, vídeos, processamento de dados, assessoria técnica no campo ambiental, educacional e do turismo, para melhor divulgação de seus trabalhos;
5. Incentivar e proporcionar maior entendimento possível e cooperação entre os associados e entidades similares, com autoridades do país e do exterior, visando proteger, facilitar e estimular o exercício de suas atividades;
6. Promover o desenvolvimento econômico e social na região;
7. Promover de direitos estabelecidos, construção de novos direitos e assessoria jurídica aos associados em questões de interesse comum;
8. Promover, resgatar e defender do meio ambiente, da cultura, da economia e da sociedade local;
9. Experimentar, de forma não lucrativa, novos modelos sócio-produtivos e/ou sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;
10. Desenvolver ações de sensibilização e mobilização das lideranças das comunidades e dos outros agentes (universidades, empresariado etc.), com vista ao desenvolvimento do turismo na região;
11. Estimular a inserção e valorização dos princípios de sustentabilidade do processo de regionalização do turismo;
12. Fomentar e viabilizar roteiros turísticos integrados;
13. Assegurar a gestão e a visão de conjunto das ações de desenvolvimento na Rota dos Tropeiros, evitando a fragmentação ou a sobreposição de ações;
14. Promover a atividade turística;
15. Captar e desenvolver novos investimentos e negócios;
16. Desenvolver e aprimorar a infra-estrutura e os serviços turísticos da Rota dos TROPEIROS junto com o setor público, iniciativa privada e terceiro setor, visando o aumento e melhoria da demanda turística, qualificação dos empreendedores e da mão-de-obra;
17. Planejar e executar ações de marketing coletivo;
18. Captar diversas modalidades de recursos;
19. Representar os empresários do setor do turismo;
20. Captar e gerar eventos, feiras e congressos de alcance regional, nacional e internacional para a Rota dos Tropeiros;
21. Fomentar e desenvolver o turismo nas Regiões da Rota dos tropeiros;
22. Colaborar com o poder público e entidades privadas na promoção do destino turístico da Rota;
23. Desenvolver ações para captar visitantes para a Rota e Regiões envolvidas;
24. Amparar e defender os legítimos direitos e interesses das empresas associadas, colaborando com os poderes públicos, como órgão técnico, consultivo e deliberativo, no estudo e solução dos problemas;

**Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"**

25. Fomentar o desenvolvimento e o incremento da atividade econômica do segmento representado, bem como das demais atividades que com este estejam direta ou indiretamente relacionadas;
26. Atuar no estímulo para o crescimento da indústria de viagens e turismo, aproximando seus sócios e outras entidades que trabalham em prol do desenvolvimento deste segmento;
27. Exercer, de modo geral as atribuições que pela lei e costumes, foram reservadas às associações civis;
28. Criar e manter serviços e benefícios a seu quadro de associados;
29. Coordenar os contatos entre a iniciativa privada do turístico local e os órgãos governamentais;
30. Colaborar para o desenvolvimento econômico e social das Regiões ;
31. Colaborar para o desenvolvimento sustentável do turismo;
32. Realizar atividades em prol do: Fomento das atividades turísticas; Captação de recursos dos mais diversos tipos, intermediação e monitoramento de negócios que gerem demanda turística; Divulgação dos atrativos turísticos; Estimular e incrementar o fluxo turístico; Discutir e propor políticas regionais de turismo;
33. Capacitar empreendedores e mão-de-obra dos empreendimentos turísticos;
34. Promover a melhoria dos padrões de qualidade dos serviços e dos empreendimentos.

Artigo 3º. A Associação poderá:

- I - Firmar convênios ou contratos e articular-se, pela forma conveniente, com órgãos ou entidades públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras.
 - II - Manter intercâmbio técnico e cultural com entidades congêneres em âmbito regional, nacional e internacional, a elas se associando a fim de dar cumprimento aos interesses sociais;
 - III - Promover aprimoramento da mão-de-obra do setor de turismo e de eventos das Regiões ligadas à Rota dos tropeiros, mediante convênios com órgãos e estabelecimentos de ensino e outras entidades, podendo, nestes casos, ser remunerada pelos serviços prestados;
 - IV - Apoiar atividades que, por suas características específicas, contribuam fundamentalmente para a concretização dos objetivos da associação ;
 - V - Incrementar e desenvolver pesquisas para o desenvolvimento do turismo Regional;
 - VI - Promover, participar e estimular a realização de congressos, exposições e conferências e de outros eventos com objetivo de captar eventos e divulgar os destinos turísticos da Região da Rota dos Tropeiros;
 - VII - Desenvolver campanhas promocionais com o intuito de divulgar a Região da Rota dos Tropeiros;
 - VIII - Agir como juiz arbitral e mediação de conflitos, entre seus sócios efetivos, entre estes e o mercado, e em todos os assuntos de interesse das empresas associadas;
 - IX - Representar juridicamente seu quadro associativo, quando por ele solicitado e/ou autorizado;
 - X - Captar recursos dos mais diversos tipos, junto a organismos nacionais e internacionais, públicos e privados.
- Parágrafo Único - A associação não distribui entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores, eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e os aplica integralmente na consecução do seu objetivo social.

Artigo 4º. No desenvolvimento de suas atividades, a Associação observará os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, economicidade e da eficiência e não fará qualquer discriminação de raça, cor, gênero ou religião. (Lei 9.790/99, inciso I do Artigo 4º)

Parágrafo 1º. A Associação poderá ter um Regimento Interno que, aprovado pela Assembléia Geral, disciplinará o seu funcionamento e será vinculante para seus associados.

Parágrafo 2º. Na falta de norma deste Estatuto e de previsão em Regimento Interno, a Associação disciplinará seu funcionamento por meio de Ordens Executivas, emitidas pela Diretoria.

Parágrafo 3º. Tanto o Regimento Interno, quanto as Ordens Executivas da Diretoria, são subordinadas a este Estatuto, não tendo validade se incompatíveis a este, em nada respondendo os associados e a Associação por decisões contrárias ao Estatuto.

Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
“Agência Rota dos Tropeiros”

Artigo 5º. A fim de cumprir suas finalidades, a Associação se organizará em tantas unidades de prestação de serviços ou projetos, quantas se fizerem necessárias, as quais se regerão pelas disposições estatutárias.

Capítulo II - DOS ASSOCIADOS

Artigo 6º. A Associação é constituída por número ilimitado de associados.

Parágrafo 1º: Qualquer pessoa poderá se associar desde que possua compatibilidade de ações na área de turismo da Rota dos Tropeiros e que preencha os requisitos deste estatuto.

Parágrafo 2º: As pessoas que desejarem ingressar no quadro da Associação que não sejam fundadores, deverão apresentar suas propostas para aprovação da Diretoria, e poderão ser admitidos se atenderem os seguintes requisitos:

- I - Ser empreendedor Pessoa Jurídica estabelecida na Rota dos Tropeiros Paranaense;
- II - Descrever seus objetivos junto à Associação;
- III - Desenvolver atividades de interesse sócio-econômico para a Associação,
- IV - Desenvolver atividades direcionadas ao turismo;
- V - Disponibilizar a infra-estrutura de atendimento ao público da Rota dos Tropeiros, compatível com serviço a ser oferecido;
- VI - Participar previamente em pelo menos 75% das Assembléias e/ou eventos oficiais promovidos pela ASSOCIAÇÃO, no período de 6 meses, a contar do protocolo do seu pedido de admissão;
- VII - Ser indicado por outros 3 associados diversos dos componentes da Diretoria;
- VIII - Pagar a taxa de adesão fixada pela Assembléia.

Parágrafo 3º: O empreendedor que possuir atividade de grande interesse para Associação, mas que não atenda às condições acima, poderá ser admitido no quadro social, a critério da Assembléia.

Parágrafo 4º: Cada associado representará um único empreendimento e cada empreendimento somente terá um único associado na ASSOCIAÇÃO.

Parágrafo 5º: O associado poderá se fazer representar nas Assembléias por procurador, desde que o faça para um não-associado e através de documento escrito.

Artigo 7º. São deveres dos associados:

- I - Cumprir as disposições estatutárias e regimentais;
- II - Acatar as decisões da Diretoria e da Assembléia;
- III - Cumprir os horários disponíveis de funcionamento do empreendimento;
- IV - Zelar por todos os bens comuns da Associação, como placas, folders, boletins, instalações físicas etc., de modo a proteger o patrimônio comum.
- V - Contribuir com as mensalidades no valor estipulado pela Assembléia, que poderá ser reajustado de acordo com as necessidades, bem como com outros aportes extraordinários, desde que aprovados em Assembléia, depositando-as em conta corrente até o dia 25 de cada mês;
- VI - Fiscalizar a Diretoria e os Conselheiros, bem como participar das deliberações sociais;
- VII - Frequentar 75% das reuniões e/ou eventos oficiais da ASSOCIAÇÃO, no período de 6 meses;
- VIII - Conhecer e difundir toda a estrutura e a existência dos demais empreendedores e seus produtos;
- IX - Bem receber os visitantes de acordo com as características do seu empreendimento;
- X - Zelar para que a propaganda do seu produto ou serviço esteja de acordo com a realidade do seu empreendimento e/ou que não prejudique a imagem da Associação;
- XI - Zelar pela qualidade de seus produtos e serviços, cumprindo as normas sanitárias, de modo a não denegrir a imagem da Rota dos Tropeiros e desta Associação;
- XII - Comunicar por escrito seu interesse de se desvincular da Associação, sem prejuízo do pagamento das contribuições a que está sujeito até este desligamento, que somente se dará em 30 dias após o comunicado.

Parágrafo 1º: São atos passíveis de desligamento do associado por justa causa, sem prejuízo do direito de defesa:

**Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"**

I - Deixar de contribuir com 3 mensalidades no valor estipulado pela Assembléia, que poderá ser reajustado de acordo com as necessidades, bem como com outros aportes extraordinários, desde que aprovados em Assembléia;

II - Deixar de Frequentar 75% das reuniões no prazo de 6 meses.

Parágrafo 2º: O associado a ser excluído poderá justificar a violação do seu dever acima, em documento por escrito, protocolado em até 15 dias após a violação, independentemente de qualquer notificação adicional, podendo esta justificativa ser acatada ou não pela Assembléia.

Parágrafo 3º: Outras penalidades abaixo também poderão ser impostas aos Associados por decisão da Assembléia:

I - Carta de advertência;

II - Multa;

III - Suspensão temporária dos direitos, variável de 6 (seis) meses a 01 (um) ano, de acordo com a infração;

IV - Exclusão do associado.

Parágrafo 4º: A qualidade de associado não poderá, em hipótese alguma, ser transferida.

Parágrafo 5º: Todas as penalidades que não se enquadrem no caso de exclusão automática, serão aplicadas em procedimento prescrito a ser disciplinado em Regimento Interno da Associação, assegurado o direito de defesa, cabendo a assembléia geral a decisão final.

Artigo 8º. São direitos dos sócios quites com suas obrigações sociais:

I - Votar e ser votado para os cargos eletivos;

II - Tomar parte nas Assembléias Gerais;

III - Todos os demais direitos previstos neste Estatuto.

Parágrafo Único - O quorum para deliberações será computado somente os dos sócios quites com suas obrigações.

Artigo 9º. Os sócios não respondem, nem mesmo subsidiariamente, pelos encargos da ASSOCIAÇÃO.

Capítulo III - DA ADMINISTRAÇÃO

Artigo 10. A Associação terá os seguintes órgãos:

I - Assembléia Geral;

II - Diretoria;

III - Conselho Fiscal;

IV - Conselho Consultivo.

Parágrafo Único - A Associação não remunera, sob qualquer forma, os cargos de sua Diretoria e do Conselho Fiscal, bem como as atividades de seus associados, cujas atuações são inteiramente gratuitas (Lei 9.790/99, inciso VI do Artigo 4º).

Artigo 11. A Assembléia Geral, órgão soberano da Instituição, se constituirá dos sócios em pleno gozo de seus direitos estatutários.

Artigo 12. Compete à Assembléia Geral:

I - Eleger a Diretoria e o Conselho Fiscal;

II - Decidir sobre reformas do Estatuto;

III - Decidir sobre a dissolução da Associação;

IV - Decidir sobre a conveniência de alienar, transigir, hipotecar ou permutar bens patrimoniais;

V - Aprovar o Regimento Interno;

VI - Autorizar a prática dos atos que a diretoria e/ou o Conselho não estão autorizados;

VII - Destituir os Conselheiros Fiscais e os Diretores;

VIII - Excluir os Associados, cujos atos não sejam passíveis de exclusão automática.

Artigo 13. A Assembléia Geral se realizará, ordinariamente, até o final do mês de março, para:

I - Apreciar o relatório anual da Diretoria;

II - Discutir e homologar as contas e o balanço aprovado pelo Conselho Fiscal;

**Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"**

III - Aprovar a proposta de programação anual da Associação, submetida pela Diretoria.
Parágrafo Único - Serão realizadas Assembléias ordinárias também nos meses de maio, agosto e novembro, para prestação de contas de todos os atos da Diretoria e Conselho Fiscal, bem como deliberação dos demais atos que cabem à Assembléia e outros temas apresentados pela Diretoria.

Artigo 14. A Assembléia Geral e as reuniões de Diretoria e Conselho fiscal se realizarão, extraordinariamente, quando convocadas:

- I - Pela Diretoria;
- II - Pelo Conselho Fiscal;
- III - Por requerimento de 1/5 dos sócios quites com as obrigações sociais (art. 60 da Lei 10.406).

Artigo 15. A convocação terá antecedência mínima de 10 (dez) dias, e será realizada através de correspondência devidamente protocolada com "AR", a não ser que o próprio associado dispense a convocação em documento escrito (por fax ou e-mail).

Parágrafo 1º: O associado assume o dever de manter seu endereço atualizado, sob pena de renúncia ao direito de ser comunicado, sendo válida a comunicação no endereço fornecido, mesmo sem o "recebimento" do associado.

Parágrafo 2º: As Assembléias Gerais somente serão instaladas com a presença da maioria absoluta dos associados em dia com suas obrigações, em primeira convocação; e com qualquer número de sócios, nas convocações seguintes, que poderão ser instaladas 30 minutos após o horário previsto da primeira convocação.

Parágrafo 3º: As deliberações da Assembléia Geral, ressalvadas as exceções previstas em lei, serão tomadas por:

- I - No mínimo, ¾ dos associados em dia com suas obrigações, para a modificação do estatuto social ou a dissolução da Associação;
- II - Maioria absoluta dos associados em dia com suas obrigações, para a eleição e destituição de Diretores ou Conselheiros;
- III - Maioria absoluta para a aprovação do orçamento anual;
- IV - Maioria simples dos votos dos presentes em dia com suas obrigações, para as demais deliberações.

Parágrafo 4º: Todas as deliberações serão tomadas em Assembléia especialmente convocada para esse fim, VEDADA a votação de matérias quando a convocação constar "assuntos gerais" ou algo semelhante.

Parágrafo 5º: Os votos serão sempre abertos, vedada a votação secreta.

Artigo 16. A Associação adotará práticas de gestão administrativa, necessárias e suficientes a coibir a obtenção, de forma individual ou coletiva, de benefícios e vantagens pessoais, em decorrência da participação nos processos decisórios (Lei 9.790/99, Artigo 4º II).

Parágrafo Único - A Diretoria e o Conselho Fiscal deverá tornar público, mensalmente, pela Internet ou outro meio, todos os gastos e contratos da administração.

Artigo 17. A Diretoria será exercida por um Diretor Presidente, um Diretor Administrativo e um Diretor Financeiro, que deverão ter empreendimentos em cidades diferentes.

Parágrafo §1º - O mandato da Diretoria será de dois anos, sendo vedada mais de uma reeleição consecutiva.

Parágrafo §2º. A diretoria será exercida por pessoas que não estejam impedidas nos termos do artigo 117 da Lei 8112/90 ¹.

Artigo 18. Compete ao Diretor Presidente:

¹ Art. 117. Ao servidor é proibido: (Vide Medida Provisória nº 2.225-45, de 4.9.2001)

... X - participar de gerência ou administração de sociedade privada, personificada ou não personificada, salvo a participação nos conselhos de administração e fiscal de empresas ou entidades em que a União detenha, direta ou indiretamente, participação no capital social ou em sociedade cooperativa constituída para prestar serviços a seus membros, e exercer o comércio, exceto na qualidade de acionista, cotista ou comanditário; (Redação dada pela Lei nº 11.094, de 2005)

Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"

- I - elaborar e submeter à Assembléia Geral a proposta de programação anual da Instituição;
- II - executar a programação anual de atividades da Instituição;
- III - elaborar e apresentar à Assembléia Geral o relatório anual;
- IV - reunir-se com instituições públicas e privadas para mútua colaboração em atividades de interesse comum;
- V - contratar e demitir funcionários.
- VI - representar o Instituto ativa, passiva, judicial e extra-judicialmente;
- VII - cumprir e fazer cumprir este Estatuto e o Regimento Interno;
- VIII - presidir a Assembléia Geral;
- IX - convocar e presidir as reuniões das Assembléias;
- X - praticar todos os atos a que o Instituto necessite para atingir seus fins;
- XI - Assinar cheques, em conjunto com o Diretor Financeiro.

Parágrafo Único - Os cheques e as transferências bancárias deverão sempre ser realizadas por duas pessoas autorizadas a movimentar tais contas, sendo permitida apenas uma assinatura/autorização por procuração.

Art 19. Compete ao Diretor Administrativo:

- I - Assumir as funções do Presidente na sua ausência;
- II - Fazer cumprir o estatuto social.
- III - Secretariar e elaborar as atas das assembléias;
- IV - Elaborar avisos, editais, cartas, correspondências e outras atividades afetas a diretoria e efetuar as atividades normais de secretaria;
- V - Assumir a Presidência na ausência do Presidente;

Art. 20. Compete ao Diretor Financeiro:

- I - Assinar cheques em conjunto com o Presidente;
- II - Fazer e controlar as movimentações de numerários que se fizerem necessárias, zelar pela conta bancária verificando extratos e efetuar as atividades normais de tesouraria.

Artigo 21. O Conselho Fiscal será constituído por três membros eleitos pela Assembléia Geral, que deverão ter empreendimentos em cidades diferentes.

Parágrafo 1º O mandato do Conselho Fiscal será coincidente com o mandato da Diretoria.

Parágrafo 2º Será nomeado um Conselheiro fiscal suplente, para substituir qualquer conselheiro em caso de falta ou vacância do cargo.

Artigo 22. Compete ao Conselho Fiscal:

- I - Examinar os livros de escrituração da Instituição mensalmente;
- II - Opinar sobre os balanços e relatórios de desempenho financeiro e contábil, e sobre as operações patrimoniais realizadas, emitindo pareceres para os organismos superiores da entidade; (Lei 9.790/99, inciso III do Artigo 4º);
- III - Requisitar ao Diretor Administrativo e Diretor Financeiro, a qualquer tempo, documentação comprobatória das operações econômico-financeiras realizadas pela Instituição;
- IV - Acompanhar o trabalho de eventuais auditores externos independentes;
- V - Convocar extraordinariamente a Assembléia Geral.

Parágrafo Único - O Conselho Fiscal se reunirá ordinariamente a cada seis meses e, extraordinariamente, sempre que necessário. As regras de convocação e deliberação são as mesmas da Assembléia Geral.

Artigo 23. Compete ao Conselho Consultivo:

- a) Opinar sobre o plano de trabalho da Associação;
- b) Sugerir ações para a consecução dos objetivos da Associação;
- c) Sugerir medidas para garantir a união, integridade, e vitalidade da Associação em toda e qualquer hipótese;
- d) Opinar sobre quaisquer assuntos levados à sua consulta por seus próprios membros, pela Assembléia Geral ou pela Diretoria.

**Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"**

Parágrafo 1º: A competência deste Conselho é meramente consultiva e indicativa, não sendo determinante para as decisões da associação.

Parágrafo 2º: O Conselho Consultivo será composto pelos seguintes Órgãos de Estado e Entidades públicas parceiras:

1. SEBRAE/PR;
2. Órgãos oficiais municipais das regiões ligadas à Rota dos Tropeiros;
3. Órgão estadual ligado ao turismo e cultura;
3. Conselhos municipais e regionais do turismo do Paraná;
4. Associação dos Municípios dos Campos Gerais - AMCG;
5. Associações comerciais e demais entidades de classe afins do turismo.

Parágrafo 3º: Outros órgãos e associações poderão ser convidados a participar deste Conselho, após aprovação em assembléia convocada para este fim.

Artigo 24. Os sistemas de gestão e de auditoria interna da Associação estarão contidos no Regimento Interno.

Parágrafo Único - O Regimento Interno obedecerá os conceitos, diretrizes e princípios de modernidade administrativa e definirá os meios e processos executivos necessários à colimação dos objetivos da Associação.

Capítulo IV - DO PATRIMÔNIO

Artigo 25. O patrimônio da Associação será constituído de bens móveis, imóveis, veículos, semoventes, ações etc.

Parágrafo 1º: Os associados deverão contribuir com as mensalidades estabelecidas em Assembléia.

Parágrafo 2º: A assembléia poderá isentar, por tempo determinado, o associado do pagamento da contribuição.

Parágrafo 3º: Os recursos da Associação provêm de termos de parceria, contribuição de associados, doações, subvenções, vendas de produtos e/ou de outras que vierem a ser definidas pela Diretoria ou Assembléia.

Parágrafo 4º: Os novos associados deverão pagar uma taxa de Ingresso estabelecida em Assembléia.

Artigo 26. No caso de dissolução da Associação, o respectivo patrimônio líquido será transferido a outra pessoa jurídica qualificada nos termos da Lei 9.790/99, que tenha o mesmo objetivo social e registrada no Conselho Nacional de Assistência Social. (Lei 9.790/99, inciso IV do Artigo 4º).

Artigo 27. Na hipótese da Instituição obter e, posteriormente, perder a qualificação instituída pela Lei 9.790/99, o acervo patrimonial disponível, adquirido com recursos públicos durante o período em que perdurou aquela qualificação, será contabilmente apurado e transferido a outra pessoa jurídica qualificada nos termos da mesma Lei, preferencialmente que tenha o mesmo objetivo social. (Lei 9.790/99, inciso V do Artigo 4º).

Capítulo V - DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Artigo 28. A prestação de contas da Instituição observará no mínimo (Lei 9.790/99, inciso VII do Artigo 4º):

- I - Os princípios fundamentais de contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade;
- II - A publicação, por qualquer meio eficaz, no encerramento do exercício fiscal, do relatório de atividades e das demonstrações financeiras da entidade, incluindo as certidões negativas de débitos junto ao INSS e ao FGTS, colocando-os à disposição para o exame de qualquer cidadão;
- III - A realização de auditoria, inclusive por auditores externos independentes se for o caso, da aplicação dos eventuais recursos objeto de Termo de Parceria, conforme previsto em Regimento;
- IV - A prestação de contas de todos os recursos e bens de origem pública recebidos conforme determina o parágrafo único do Artigo 70 da Constituição Federal.

Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"

CAPÍTULO VI: DA EXECUÇÃO DOS PROJETOS

Artigo 29. A execução dos projetos será realizada observando-se as normas deste Estatuto e, em especial, ao que segue.

Parágrafo Único - Aos profissionais contratados incumbe promover executivamente os objetivos institucionais, segundo as diretrizes e planos aprovados pela Diretoria e pela Assembléia.

Artigo 30. Os profissionais contratados serão regidos pelo regime de contratação de prestação de serviços ou de emprego, conforme a situação fática demandar, podendo ser remunerados pelo trabalho executado, dentro de valores de mercado e sem qualquer tipo de privilégio pessoal.

Artigo 31. Os profissionais contratados deverão assegurar, no exercício de suas funções e/ou competências, a prática de todos os atos necessários ao funcionamento regular e a defesa da Associação, conforme estabelecido neste Estatuto e em seus contratos de prestação de serviços.

Artigo 32. Todos os contratos de prestação de serviços e/ou de emprego deverão estar compatíveis as seguintes cláusulas e condições:

I - Fazer cumprir este Estatuto, o Regimento Interno e as deliberações da Diretoria;

II - Implementar as políticas, diretrizes, estratégias, planos de atividades da Associação e dos respectivos orçamentos, repassados pela Diretoria;

III - Estar de acordo com o planejamento, diretrizes e controles estipulados pela Diretoria e por este Estatuto;

Artigo 33. É terminantemente defeso a todo e a qualquer um dos trabalhadores ou prestadores de serviços da Associação o uso da denominação desta em negócios estranhos aos objetivos institucionais.

Artigo 34. Os projetos serão controlados e aprovados pela Diretoria.

Parágrafo Único - Quando aprovados, serão coordenados por um Gerente-Técnico, escolhido pelo responsável e/ou patrocinador do projeto, quando houver.

Capítulo VII - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 35. A Associação será dissolvida por decisão da Assembléia Geral Extraordinária, especialmente convocada para esse fim, quando se tornar impossível à continuação de suas atividades.

Artigo 36. Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria e referendados pela Assembléia Geral.

Declaramos a bem da verdade e para os devidos fins, que o presente documento constitui, em seu inteiro teor, o estatuto da *Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná*, devidamente aprovado na Assembléia Geral de Fundação em 07 de março de 2007.

Ponta Grossa, 07 de Março de 2007.

Nicolaas Marie Nienhuys
Diretor Presidente dos trabalhos na Assembléia

Nádia Joboji
Secretária dos trabalhos de constituição da Assembléia

Estatuto da Agência de Desenvolvimento Turístico e Cultural da Rota dos Tropeiros do Paraná
"Agência Rota dos Tropeiros"

Nicolaas Marie Nienhuys
Diretor Presidente empossado

Dinacir Azambuja
Diretora Administrativa empossada

Douglas Francisco da Costa
Diretor Financeiro empossado

Izidro Constantino Guedes
Presidente do Conselho Fiscal empossado

Daniel Wagner
Membro do Conselho Fiscal empossado

Anderson Otero
Membro do Conselho Fiscal empossado

Sarlete Marques
Membro Suplente do Conselho Fiscal empossado

Visto do advogado
Rodrigo Arruda Sanchez

Anexo 2 – Entrevistas:

Entrevista: Karen Lidiane Kobilarz

1)Qual é o objetivo da agencia da rota?

R: Reunir a iniciativa privada em prol do desenvolvimento do turismo regional criando produtos e serviços, uma vez que a AMCG trabalhava junto com o poder publico.

2)Como vê a rota do inicio, à sua concepção atual?

R: “a agencia surgiu tendo um propósito porem percebeu-se que era necessário atrelar o poder publico e a sociedade civil, bem como, atender as premissas do magro programa de regionalização do turismo do governo federal o qual prevê a existência das instancias de governanças regionais do turismo.” Atualmente a agencia esta passando por uma reestruturação,mudando a área de abrangência para novo mapa de regionalização do MTUR, bem como ,nomenclatura para ADETUR Campos Gerais, sendo a Rota dos Tropeiros sendo tratada como um projeto estratégico.

3)Cite potencialidades e fragilidades da rota?

R: A principal fragilidade da agência e no que tange a questão financeira, pois mesmo que se busque captar recursos há necessidade de contrapartida do proponente. Outra dificuldade é a pouca participação dos atores.

Entrevista da Sra.Deise Bezerra

1)Qual é o objetivo da agencia da Rota?

R: Na realidade era disponibilizar um produto turístico, em que os turista pudessem conhecer a região os 16 municípios que formavam a rota dentro da proposta do tropeirismo, então o objetivo era este era criar um produto turístico rota dos tropeiros.

2)Como vê a rota do inicio, à sua concepção atual?

R:então na realidade a gente sempre conversou bastante sobre isso qual foi o erro maior do planejamento da rota? É por que na realidade a gente queria partir para um produto só o que a gente percebeu que os municípios não estavam ainda amadurecidos, pra conseguir fazer com que os empresários acreditassem na rota nós mesmo do estado também não estávamos amadurecidos suficientemente, por

que a gente dependia dos empresários para oferecer os produtos tropeiros , então o SEBRAE fez uma pesquisa em cada empreendimento tudo isso, só o que aconteceu no planejamento quando a gente começou a juntar os municípios a gente viu, que eles não tinham um inventário eles não tinham coisas básicas,para que pudesse dizer não isso é um produto tropeiro nós temos investidores então faltou um pouco do planejamento, eu digo que parece que a gente confundiu um pouco a gente começou a trabalhar a rota como uma região e ela não era uma região, ela era um produto acho que este que foi o erro! Então em vez da gente ter prosseguido no produto a gente quis trabalhar os municípios, então fazer com que eles se estruturassem, eu acho que isso acabou vamos dizer esvaziando um pouco,porque daí eu lembro que cada município chegar a ter o que era necessário o seu levantamento demorou muito , e daí não chegou a um plano de marketing a tirar o plano de marketing do papel, então acho que isso acabou desmotivando um pouco, acho que o investimento privado ele faltou não houve uma mobilização grande em função da falta de preparo dos municípios.

3)Cite potencialidades e fragilidades da rota?

R: eu na realidade assim talvez que a própria AMCG, que detém até hoje a marca da rota , talvez nem ela tivesse preparada para isso talvez esta fragilidade dela ser um instituição publica não permitiu inclusive; por que nós tínhamos participado de seminários no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, que os três estados queriam usar a marca e a AMCG , ela não conseguiu viabilizar isso e daí o que aconteceu, eles criam uma outra marca e um outro produto, sendo que nós poderia ter ganhado bastante si a gente tivesse trabalhado em conjunto com outros estados e por esta característica institucional da AMCG, que eu acho também que foi um fator impeditivo, porque ela ficou com uma coisa que era comercial e ela não podia comercializar então percebi um pouco isso também.

Entrevista do Sr. Luiz Fernando Souza

1) Em que contexto surgiu a ideia do projeto Rota dos Tropeiros?

R: a ideia do projeto surgiu em 90 entre 98 e 99, começou com a dona Graça diretora da AMCG e daí depois a Constancia assumiu, foi quando a Constancia. Era Constancia a Dani e eu, a gente trabalhava na AMCG a gente começou a fazer o projeto. Se intitulava Rota dos Tropeiros ou Caminhos das Tropas. Alguma coisa

assim, depois veio uma consultoria de Curitiba que acabou fazendo o projeto. Então foi em 98 e 99 por ai junto com o seu Demario também que era secretario de turismo de Ponta Grossa na época!

2) Quais foram as oportunidades encontradas na época do projeto?

R: na época? acho que a vontade da região de desenvolver o turismo foi quanto tava na época do PNmT. Que os municípios estavam bem engajados bem envolvidos com processos do ministério e depois 2005-2006 teve uma queda mais nesta época era bem forte assim! Enquanto região a nós era uma região que conseguiu constituir uma rota. Antes até, trabalhar em quanto região antes até que o próprio ministério. Por quê? Em 2003 se não me engano ate foi quando saiu o PRT que é o programa de regionalização, e esta época nossa região já trabalhava isso. Então a região era um exemplo em nível nacional assim, inclusive a gente foi estudo de caso do próprio ministério no salão do PMNT de Brasília em 2001 se não me engano.

3) Que dificuldades foram encontradas?

R: articulação política, eu acho que e a principal, ter um pouquinho mais de articulação política e mais... E faltou a parte dos empresários também. Acreditarem mais no processo. Faltou esta parte eu acho de persuasão principalmente dos empresários porque a vontade política nesta época era muito forte, e os empresários estavam desacreditados a gente não conseguiu ter esta articulação.

4) Os objetivos do projeto foram alcançados? Por quê? Qual é a sua opinião?

R: o estabelecimento da rota, que hoje tem a ADTCG. a ADTUR que vem trabalhando desde desta época tudo, então foi alcançando em partes, ele poderia ta bem, mais evoluído mais desenvolvido.

Mais infelizmente ocorreram vários percursos.Mudança de política mudança de pessoas que trabalhavam na área, pessoas que tem uma perspectiva diferente. Então acho que isso foi alguma coisa que atravanco mais o objetivo em si que era a estruturação da rota como um atrativo turístico regional acho que foi alcançado.

5) Enquanto professor de turismo o um dos responsáveis no inicio o que você achou que falto ou não na rota em si?

R: eu achei que falto muita credibilidade do empresário, do empresário acredita mesmo! Não culpo o empresário em si porque já tem; os empresários dos equipamentos turísticos eles pensam muito em hotelaria e na restauração, o turismo

de negócios, e como Ponta Grossa é uma cidade maior é a cidade polo o turismo de negócios aqui já... Sustenta estes equipamentos existentes então não tem nenhuma necessidade de estar investindo em outra área em outro perfil do turista que tem que ter adaptação qualificação da mão de obra diferenciada tem tudo isso daí... Então eu acho que se os empresários tivessem uma vontade maior isso teria acontecido. A exemplo de Bonito-MS que foi... Partiu dos empresários junto da COMTUR que conseguiu estabelecer esta rota conseguiu formatar isso então... quer dizer que a vontade política a vontade do sistema S que na época trabalhava muito o SEBRAE e o SENAC isso acontecia no próprio ministério e também; eu acho que muita articulação política em relação a coisas que eles prometiam e não tinham como cumprir entendeu? (– então oh vocês vão fazer o curso de qualificação vão fazer isso e a gente vai mandar verba para tal coisa!). Esta verba nunca chegava! As pessoas que estavam trabalhando com a política no momento e eles estavam entusiasmando com que isso fosse acontecer, e o empresário começou a ir e quando você percebe que você faz e não tem o retorno financeiro que você desejava? Por uma incompatibilidade política partidária daí você desanima! Então acho que isso falta ainda, este tipo de articulação política no Brasil falta, para dar credibilidade que as coisas possam acontecer.

6) Em relação do planejamento e o marketing o senhor acha que a marca foi trabalhado mais que o próprio planejamento?

R: há principio eu acho que sim! Eu acho que a conversa com os empreendedores deveria ser de forma diferente. Não é papel do setor publico vender, o papel é planeja, organizar e não vende! ele tem que da subsídios para que o empresário possa sair vender o seu produto. E o que aconteceu era que o setor público tava indo vender uma coisa que os empresários não sei se não queriam ou não estavam preparados para isso. Faltou um planejamento adequado antes de colocar, alguma coisa no mercado de uma forma mais adequada no mercado no meu ponto de vista. Trabalhou muito em feira... Feira... Feira! E leva para vender mais sem foco, você tinha lá o que era para vender. as vezes nem empresário queria sabe o município ia meio que na marra as vezes. Então, acho que faltou o planejamento bastante! O planejamento estratégico principalmente e tipo... Seguir etapas corretas, o próprio ministério eu vejo o PRT como um erro! É um coisa que vem de cima para baixo, tanto é que se você fizer um analise dos pacotes e roteiros e dos municípios que

participaram do primeiro salão que foi em 2003..(duvida) 2004. E se você vê pegar o numero do segundo e do terceiro a quantidade de municípios diminui o numero de rotas... Diminui também, e tem outro numero que não lembro o que, que é aumenta, ou seja, no primeiro foram municípios que como o mistério falava que os municípios que participassem iam receber verba todo mundo foi mais sem saber o porque, foi 20 de rotas e roteiros que não tinham nem como ta lá no salão. Sabe, foi um gasto de energia um gasto de mão de obra um gasto financeiro muito alto para uma coisa que foi muito mal planejada. Faltou este planejamento não só na nossa região. No Brasil como um todo, e por uma vontade política. De poder ta desenvolvendo a regionalização do turismo, algo que ficou parado agora ta estagnado o ministério do turismo, eles não sabe como da continuidade a este processo porque eles trocaram os pés pelas mão no meu ponto de vista. Se eles tivessem com o PNMT com a forma que você fazia individual. Eles faziam um mapeamento estratégico e consegui identifica dentro do Brasil quais são as regiões que teriam características para poder trabalhar o regional e começar a trabalhar com casos isolados e não o Brasil como um todo, eles poderiam ter gasto este dinheiro de uma forma melhor já organizado, já planejado e seria um investimento financeiro em algo concreto e não abstrato. Se você pegar ou fazer um estudo do salão, isso ai vai ficar bem claro para você os números não tem como mentir os números falam a verdade.

Entrevista da Sra. Nádia Terumi Joboji

1) Em que contexto surgiu à ideia do projeto Rota dos Tropeiros?

R: Então foi em algumas reuniões associação dos municípios dos campos gerais na época acho que era em 1998, na verdade eu nem estava na associação na época, por isso perguntei até da questão do Luiz Fernando, que o Luiz Fernando trabalhava La dentro como diretor de turismo. Em 98 tinha reuniões o turismo era uma das prioridades dentro da região dos campos gerais. Haviam estas discussões, reuniões mensais como os secretários ou com as pessoas que tocavam turismo dentro dos municípios e eles faziam reuniões mensais priorizando ações de turismo, então dentro destas reuniões surgiu realmente assim -AH VAMOS DESENVOLVER UM PROJETO QUE INTEGRA TODOS OS MUNICIPIOS! No caso da região dos campos gerais que projeto poderia ser desenvolvido e ai surgirão dentre estas discussões... Ai teve a Lapa! Teve alguns municípios como o tropeirismo é forte e

como é história; na verdade a gente diz que é um corretor cultural da região formação das cidades se deu por meio também desta atividade econômica do tropeirismo diante desta análise resolveram fazer um projeto integrado. Envolveu esta questão cultural e histórica muito forte o tropeirismo por isso que começou a discutir um projeto que integrasse todos estes municípios que foi a rota dos tropeiros.

Ai dentro destas discussões se envolveu bastante o município de Castro! E Castro também na época envolvia o Dr. Reinaldo que era prefeito, e ele trouxe o SEBRAE como parceiro, ai entrou a parceria do SEBRAE entro a parceria da Paraná Turismo na época ECOPARANA que era uma secretaria agregada a Paraná Turismo, como diz um escritório parte de planejamento da secretaria junto e Associação dos Municípios dos campos Gerais... Ai fez se o projeto rota dos tropeiros.

2) Quais foram às oportunidades encontradas na época do projeto?

R: é então como era inicial então se viu que era importante trabalhar bastante esta parte de resgate histórico. Tanto liga porque a rota dos tropeiros seria como se diz “um guarda chuva”. Fora a questão histórica cultural dentro de cada município tem também sua particularidade, então se fez diagnóstico em cada município e em cada município elencou se varias oportunidades de desenvolvimento então o que se trabalhar também esta parte de natureza e aventura, fé e misticismo, saúde e bem estar e historia e cultura foram às temáticas que foram levantadas na época de se trabalhar como potencial realmente e trabalhar para que? O que para que se transformasse em produtos, fora isso também esta parte liga; foi feito um diagnostico de outras oportunidades e vários negócios que poderiam surgir na região como pousadas agencias de receptivo, a questão do artesanato, desenvolver o artesanato regional “e estas oportunidades que apareceram dentro deste estudo diagnosticado.

3) Que dificuldades foram encontradas?

R: a dificuldade... Até na época era prioridade o turismo uma das atividades mais assim ainda muitos municípios não tinham uma equipe. E ate então assim, foi contrato uma consultoria por meio do projeto entre os parceiros justamente para o que?... Auxilia se tecnicamente cada município, não todos os municípios tinham uma secretaria como eu já mencionei então assim você vê, por mais que o município tivesse como prioridade o turismo dentro desta rota dos tropeiros, mais alguns municípios não tinham técnicos. Digamos uma equipe realmente que desenvolvesse

estes outros projetos dentro do município. Não só trabalhar o regional mais a gente vê a importância de trabalhar o local também é o município entorno do projeto.

4) Os objetivos do projeto foram alcançados? Por quê? Qual é a sua opinião?

R: Na minha opinião assim eu digo que naquele primeiro momento sim! Em relação de ter um projeto integrado. A ideia de ter um projeto único que integrasse todos os municípios da região e começar o que? Esta disseminação a sensibilização da importância da atividade turística como econômica, neste sentindo vejo que os objetivos foram alcançados. Agora em relação à formatação de produto ai que eu vejo que alguns municípios ainda não fizeram Não que é tarefa de casa. Mais, que ainda tem muita coisa para se desenvolver... Hoje você diz! Mesmo hoje ah muito potencial na região mais o potencial como pode ser comercializado? A formatação do produto que ainda ficou precária.

5) Em relação de ser estagiaria na época, qual foi sua dificuldade ou sua contribuição na rota? Sua Visão?

R: é na verdade comecei com estagiaria na verdade foi uma grande oportunidade, pois a gente aprendeu bastante eu vejo assim que o projeto e a ideia em si foram muito boa de se trabalhar com a união dos municípios em prol de um projeto é... Então não sei se a próxima pergunta é em relação se deu certo ou errado? Eu vejo assim que cada município tinha uma etapa! Tinha município que já tinha mais prioridade que o outro. Então talvez ali esta questão do planejamento a condução talvez poderia ser diferenciada algumas ações. Então isso a gente percebeu no decorrer do projeto onde se formou grupos no município... Onde se formou grupo gestor o G32; que era um integrante do poder publico e um do poder privado, mais assim a gente percebeu que talvez ali pudesse ter sido feito subgrupos. Até pelo nível de desenvolvimento dos... Municípios. Tem municípios que ta até, recentemente foi feita aquela, avaliação de hierarquização da região. Então poderia também ter sido planejado neste sentindo na época as divisões de subgrupos pelos municípios em relação à hierarquização de cada município! Então eu vejo ali não junta todo mundo mais poderia ter feito umas ações de subgrupos. Na minha opinião foi um grande aprendizado como estagiaria! Acho que foi um momento único de aprende em relação de o planejamento ver os acertos e o que poderia ter sido melhorado... Hoje a gente tem uma outra visão. Não digo que deu errado como já falei acho que foi o momento importante por discuti até o projeto regional na... Mais

assim hoje você mencionando a rota eu vejo que a rota é importante o tropeirismo para a região é importante mais assim agregado a o que? A formatação de produtos não como gancho um “guarda chuva” mais sim como um produto formatado. Então a região hoje ta trabalhando nesta outra estratégia a região campos gerais que é o forte, Campos gerais a natureza aventura ecoturismo é muito forte. Agroindústria, agronegócios, esta parte é muito forte na região e como a que a região vendendo esta parte que já é vendida e reconhecida mundialmente pode também incrementar produtos da rota dos tropeiros. Então eu vejo não que seria o inverso mais que o planejamento é... No sentido de fortalecimento do produto não como um gancho um “guarda chuva” na época que seria o ancora... Mais sim como o complementar de uma estratégia regional de fortalecer os produtos existentes que hoje já fomentam grande fluxo de turismo como a parte de negócios eventos agronegócios. Muitos turistas passam por nossa região pela questão destes negócios corporativos das indústrias. Do agronegócio já envolve muitas pessoas... Então as pessoas já estão circulando na nossa região. Como fazer com que elas permaneçam eu vejo que daí sim é um desafio de a gente formatar novos produtos criar inovações mesmo. Produtos inovadores sendo incrementados pela historia. Trabalhar com o conceito de economia da experiência. Que é justamente fazer com que o turista vivencie esta historia que é riquíssima na região.

6) Hoje a rota dos tropeiros mudou seu conceito? Qual foi o motivo que ocasionou isso?

R: é eu vejo; ate complementando a fala anterior... Se trabalhou a rota dos tropeiros como ancora e região. O planejamento estava à rota dos tropeiros como região turística e a região é campos gerais. Dentro da região campos gerais tem produtos que podem ser fortalecido com rota dos tropeiros. Como falei anteriormente, então vejo assim que o foco agora tanto da própria agencia de desenvolvimento, própria agencia de desenvolvimento ta mudando. Ate mudou o nome que era agencia de desenvolvimento rota dos tropeiros. Depois passou a agencia de desenvolvimento dos campos gerais rota dos tropeiros e hoje vai ser a ADTUR campos Gerais. Justamente pra dar uma maior visibilidade para a nossa região, porque a região turística é campos gerais dentro da região campos gerais podem ser desenvolvidos e fortalecidos e incrementados novos produtos como a rota dos tropeiros, então vejo assim como se lá traz se viu a rota dos tropeiros com uma região. Então isso foi o

que a gente analisando mais em relação ao planejamento mesmo. Vimos que foi trabalhado nesta visão. E hoje mudou se. Mudou justamente por ter analisado o projeto. Friso não vejo que deu errado. Eu vejo assim a forma do planejamento. Nesta questão de rota como um produto? É produto fortíssimo! Mais tem que ser desenvolvido. Fortalecido neste sentido. Região campos gerais dentro da região vários produtos relacionados ao tropeirismo! Então a partir deste momento que muda este foco e formata... Eu acredito que a comercialização vai acontecer... Só que tem que fortalecer como um produto turístico. Não; o que a gente analisou dentro da rota... Muitas pessoas mesmo da região dos campos gerais não sabiam que estavam na rota dos tropeiros. Até então o desafio era muito grande de sensibilização e conscientização até com a própria comunidade local de que aqui a região foi à rota dos tropeiros. A região por si só ela já se vende como eu já falei já... Vem muita gente fazer negocio já vem muita gente pela questão de alguns produtos já são a nível nacional reconhecido como vila velha, cânion Guartelá. Que é um apelo muito forte nesta parte de ecoturismo e turismo de natureza e ai sim o turista estando aqui incrementando com estes produtos voltados ao tropeirismo. Então eu vejo que é um gancho para se trabalhar com este apelo histórico cultural.

Entrevista Sr.Eduardo Flavio Zardo

1) Qual era o seu posicionamento na implementação da Rota dos Tropeiros?

R: a gente fez inicialmente um levantamento histórico cultural do Paraná , vimos que a única identidade original e forte do Paraná seria o tropeirismo,este levantamento foi feito com quatro municípios e depois se estendeu no que a gente chamo de rota dos tropeiros para dezesseis municípios. Então era integrar os municípios fazer com que o tropeirismo se revelasse como uma temática transversal do turismo e a partir do tropeirismo através das características de cada município a gente pude se formatar produtos turísticos.

2) Quais eram os pontos fortes da Rota?

R:o diferencial do tema porque o Paraná é o berço do tropeirismo no Brasil, existem documentos do século XVII confirmando isso que o caminhos das tropas começou no Paraná mais precisamente na fazendo dos Carlos ali na região de Balsa Nova, e ai fui o primeiro projeto... o grande projeto regional do Brasil; daí que tanto é que ele

serviu de referencia para o ministério do turismo... para o projeto que depois veio a se chamar Estrada Real em Minas Gerais , por que o ministro era o Maris Guia que é de Minas Gerais .. e alguns outros projetos e programas do ministério do turismo, é..e o principal ponto forte dele foi a integração dos municípios, nós conseguimos 16 municípios 32 pessoas participando de um comitê inter regional e com reuniões mensais e a estruturação dele a gente teve uma agregação de empresários muito grande. A marca dele ficou forte, tanto é mesmo depois de 2003 quando a gente repassou essa marca para o governo do estado e que ai não foi feito mais nada. Até hoje ainda ela perdura; mesmo com tudo que foi feito contra ela ainda perdura. O fortalecimento desta marca através da união de quem participou no processo inicial foi bem interessante.

3) Na sua opinião qual era as fragilidades da Rota dos Tropeiros?

R: por que o Paraná foi a primeira etapa deste projeto?, quando ele foi pensado, ele foi pensado em 3 anos em 99, 2000,2001 e ai depois disso 2002 que ele iria se abri para os demais estados do Brasil, Santa Catarina, São Paulo depois Rio Grande do Sul, Minas Gerais indo até o Piauí onde a gente tem ainda resquícios do tropeirismo...fatores importantes no crescimento a integração dos municípios a forma de planejamento que foi realizada.. é... e a força que ele teve perante a outros formadores de opinião... Inclusive o ministério do turismo com Maris Guia vindo à inauguração... No grande lançamento da rota dos tropeiros. Nos pontos fracos foi a interferência política pós 2003 quando a gente deixou a rota e repassou ela... por uma pressão política para o governo do estado,infelizmente não.. Eles não seguiram o processo de planejamento que estava descritos nos documentos que orientava o desenvolvimento da rota e ai ela se perdeu.. Então este foi o principal fator!... a interferência política foi um fator negativo para a rota dos tropeiros! A união e integração dos empresários e gestores públicos foi um fator positivo da rota dos tropeiros.

Entrevista Sra. Seide Mari B. Taques

1) Qual era o seu posicionamento na implementação da Rota dos Tropeiros?

R: A ideia foi aceita por todos, mas primeiro fomos pesquisar, pesquisar nos municípios se era viável a ideia, fizemos reuniões com a comunidade e a ideia foi

aceita, fizemos reuniões nas cidades cada um em seu município e trouxemos a resposta para o grupo de que esta ideia foi aceita daí levamos em frente, apresentamos para o prefeito... apresentamos aprovou a ideia, gosto e encampo. Porque na realidade cada projeto se não houver vontade política verdadeira, que ele realmente goste; se não houver esta vontade política o projeto não vai para frente, na época os prefeitos aderiram, nos tivemos muita sorte que todos aderiram o nosso “empreendimento” vamos dizer assim, então foi a vontade política que ajudou muito para nós.

2) Quais eram os pontos fortes da Rota?

R: A realidade dos municípios que era semelhantes, e acima de tudo a união, e acho que grupo muito coeso, o nosso grupo foi muito bom, o nosso grupo e a coordenação nos tinha um grupo, e acho que a coordenação nossa foi fabulosa a Deise a Universidade de Ponta Grossa o SEBRAE, acho que foi união de um grupo fabuloso, que é muito difícil encontrar um grupo como foi encontrado teve uma boa vontade de todos eu acho que isso é uma coisa raríssima de ser encontrada e o nosso grupo foi fabuloso, uma boa vontade de todos e ninguém tinha preguiça para nada era chamados para a reunião todos apareciam, olha era uma coisa parece sonho, um sonho que a gente não acredita que não foi realizado, parece impossível que não foi realizado, isso dói para a gente dói muito para gente viu... volta esta rota dos tropeiros olhar isso dá uma tristeza muito grande.

3) Na sua opinião qual era as fragilidades da Rota dos Tropeiros?

R: Eu acho que foi vontade política houve mudança na política também, maior foi a vontade política, as empresas privadas, elas participaram pouco elas deveriam ter participado mais.-um exemplo de cidade que participou com empenho como de jaguariava? Tibagi foi um empenho muito grande, Castro também, Tibagi foi o exemplo.

4) Atrativos que ainda lembra a rota dos tropeiros no município?

Em Jaguariava que se lembra ainda é o museu do tropeiro, o parque tropeiro que nós temos ainda que é visitado e varias cavalgadas, que continua em jaguariava, a cavalgada Santa do Paredão que é todo o ano a festa da Santa do Paredão que continua, e outras cavalgadas particulares como tem a do Dr. Vinicius Nadal que faz todo o ano é grande uma cavalgada muito bonita vem o pessoal de Piraí para cá , então esta cavalgada continua esta já faz bastante tempo assim como a da festa do

Paredão é uma festa muito grande já faz 20 anos esta festa continua não parou continua, e o pessoal esporadicamente fazem o passeio aqui a cavalo homens mulheres e crianças.

5) Como o senhor(a) vê a Rota dos Tropeiros hoje?

R: Olha falar a verdade eu gostaria que voltasse o trabalho como era, mais desenvolvido, e que todos os municípios que realmente eram que deveriam participar da rota que participassem pois acho que é um trabalho que foi muito bem estruturado e que daí que realmente estas cidades que participaram da rota seria um movimento tão grande o quando o modelo que a gente imagino de Santiago de Compostela, nos gostaríamos que fosse isso e eu acho que pode... você analisou bem o trabalho você viu o que foi feito; acho que foi um trabalho muito bem, olhe parabéns para a Deise que nos coordenou de modo geral a Deise Bezzera foi fabulosa todos, a Marcia Dropa e toda a universidade de Ponta Grossa o que fez e toda a equipe meu deus que equipe maravilhosa, então eu acho que este trabalho não deve ser esquecido totalmente quantos anos já se passaram acho que deveria ser , agora é uma agencia eu sei que é uma agencia,mais devia fazer tudo para fazer um trabalho e seguir o que era, refazer e continua mais mexer com os municípios que estão parados e com os que estão continuando melhorar talvez, e não dormir e por que se a gente deixa passar tempo passa muito rápido e talvez fique esquecido um trabalho tão maravilhoso que não podia dormir não,deveriam ser sonho e os sonhos não podem ficar apagados eles tem que renascer,e eu acho que ta mais do que na hora da agencia também mexer um pouco com os municípios, a agencia esta ai mais acho que deve mexer com os municípios outra vez e acho se tiver vontade do povo, não precisa só da vontade política mais da agencia em mexer com os municípios tem muita gente interessada, eu acho que a nós pode fazer ao turismo renascer na região,e eu acho que esta rota pode renascer sim!, vamos por um ponto mais alegre ai , vamos por otimismo, e vamos acordar, tanta gente,acho que esta juventude nova que ta vindo pode fazer o que começamos vamos acordar um pouco ai e fazer crescer novamente o turismo.

Entrevista do Sr. Ebrahim Curi

1)Qual era o seu posicionamento na implementação da Rota dos Tropeiros?

R: Participamos de todo o processo para a implantação da Rota dos Tropeiros na tentativa de desenvolver o turismo nos 16 municípios que a compõem. Vários estudos através de oficinas, cursos, inventários delinearão seu trajeto para que se consolidasse como um novo produto turístico no Paraná, tais como são Foz do Iguaçu, Curitiba e Litoral. O PNMT - Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – proporcionou este início promissor, seguido de outros programas mas, que não alcançaram o objetivo esperado.

2) Quais eram os pontos fortes da Rota?

R: a) a divulgação da região para a exploração turística;
b) resgate histórico;
c) exploração do artesanato;
d) exploração de vários setores do turismo; e) exploração da gastronomia.

3) Na sua opinião qual era as fragilidades da Rota dos Tropeiros?

R: a) falta de recursos financeiros
b) infraestrutura dos municípios
c) turismo sustentável
d) meio ambiente
e) política pública
f) adesão do empresariado

4) Como o senhor(a) vê a Rota dos Tropeiros hoje?

R: Como um produto estagnado que poderá ser ativado através do tombamento da Escarpa Devoniana como Patrimônio Natural.

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

TATIANE KÖNIG DA SILVA

**AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DOS
CAMPOS GERAIS – “ROTA DOS TROPEIROS”: ANÁLISE DE CONTEXTO**

**PONTA GROSSA
2014**