

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL
- PLAGEDER**

MARTA LÚCIA DE FREITAS VASCO

**PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO TURÍSTICO ECOMEL –
BALNEÁRIO PINHAL/RS**

BALNEÁRIO PINHAL - RS

2011

MARTA LÚCIA DE FREITAS VASCO

**PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO TURÍSTICO ECOMEL –
BALNEÁRIO PINHAL/RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação Tecnológico em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Marcelino de Souza.
Co-orientadora: Andressa Ramos
Teixeira.

**BALNEÁRIO PINHAL - RS
2011**

MARTA LÚCIA DE FREITAS VASCO

**PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO TURÍSTICO ECOMEL –
BALNEÁRIO PINHAL/RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação Tecnológico em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como quesito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural.

Aprovado em: Balneário Pinhal 06 de maio de 2011.

Prof. Marcelino de Souza - Orientador
UFRGS

Prof. Marlise Dal Forno
UFRGS

Prof. Elvis Albert Robe Wandscheer
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu esposo Vicente, aos meus filhos Flávio, Nathalia e Laura, e a minha neta Rafaela pelo suporte, amor e incentivo que sempre me deram. Por me mostrarem que o aprendizado não acaba nunca.

Agradeço ao meu pai Afonso e a minha mãe Maria Helena por me conduzirem vida a fora, cada um em um plano, mostrando-me pelo exemplo os valores reais deste mundo.

Agradeço a Deus por ter criado os caminhos pelos quais percorri para chegar até aqui.

Agradeço aos meus professores, tutores, e ao meu orientador por serem aqueles que estiveram ao longo destes caminhos me mostrando a direção.

RESUMO

O turismo rural surge como uma alternativa para a diversificação das atividades realizadas no campo, contribuindo para a valorização do meio rural e do patrimônio histórico. Isso permite que o desenvolvimento rural possa estar alicerçado não somente nas atividades primárias. Neste sentido, o planejamento adequado para a prática do turismo rural é uma das ferramentas fundamentais para garantir que a atividade traga influências positivas e desenvolvimento local. Esta pesquisa teve como objetivo estudar o processo de planejamento e implantação do roteiro turístico ECOMEL no município de Balneário Pinhal, Litoral Norte do Rio Grande do Sul. Metodologicamente a pesquisa está alicerçada numa abordagem qualitativa e descritiva utilizando-se como procedimentos as pesquisas bibliográficas e de campo. Para a coleta de dados fez-se uso da amostragem intencional não probabilística e de entrevistas semiestruturadas, direcionada a empreendedores e gestores públicos envolvidos com a formação do roteiro. Os resultados da pesquisa demonstraram que a formação do roteiro ECOMEL ocorreu através de um convênio entre a Prefeitura Municipal e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. A participação de empreendedores locais teve como principal motivação o aumento de suas rendas através do fluxo de visitantes no período de baixa temporada. Durante a formação do roteiro foram seguidas as etapas do processo de planejamento turístico e mesmo assim os resultados demonstram que o roteiro não atendeu completamente as expectativas dos empreendedores, sendo necessários ajustes. Contudo, o roteiro estudado é capaz de levar o visitante a conhecer as características e o modo de vida do meio rural. Além de fortalecer laços entre os gestores, os apicultores e os demais empreendedores. Conseqüentemente podendo se constituir numa alavanca para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Turismo rural, Desenvolvimento rural, Planejamento.

ABSTRACT

Rural tourism appears like an alternative for diversification of activities realized in the field, it contributing to attribute value to the rural environment and historic patrimony. This permits that rural development can be structured not only in primary activities. In this sense, adequate planning for the practice of rural tourism is an essential tool to ensure that the activity will bring positive influences and local development. This research had as objective to study the process of planning and deployment of ECOMEL touristic route, in Balneário Pinhal, northern coast of Rio Grande do Sul. Methodologically the research is based on a qualitative and descriptive approach using procedures such as the bibliographic research and fieldwork. To collect the data was made use of intentional non-probabilistic sampling and semi-structured interview. They were purposed at entrepreneurs and public officials involved with the formation of the script. The results indicated that the formation of ECOMEL route occurred through an agreement between the Municipality and the Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE. The participation of local entrepreneurs had as the main motivation the increased their incomes through the influx of visitors during the low season. During the route formation went followed the stages of tourism planning process and yet the results showed that the script did not meet fully the expectations of entrepreneurs, being necessary adjustments. However, the script studied is able to take the visitor to understand the characteristics and lifestyle of rural areas. Besides becomes strong the link among managers, beekeepers and other entrepreneurs. Therefore may constitute an incentive for local development.

Keywords: Rural tourism, Rural Development, Planning.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
3. METODOLOGIA	15
3.1 O CONTEXTO DE ESTUDO	17
3.1.2 O ROTEIRO ECOMEL	18
4. RESULTADOS DA PESQUISA	18
4.1 PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO TURÍSTICO ECOMEL	18
4.1.1 VISÃO DOS GESTORES	18
4.1.2 VISÃO DOS EMPREENDEDORES	24
4.2 SITUAÇÃO ATUAL DO ROTEIRO ECOMEL	25
4.2.1 VISÃO DOS GESTORES	25
4.2.2 VISÃO DOS EMPREENDEDORES	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33

7. ANEXOS	36
7.1 ANEXO A- ILUSTRAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO DO ROTEIRO	36
7.2 ANEXO B- MAPA DO MUNICÍPIO	37
7.3 ANEXO C- IMAGENS DO MUNICÍPIO ROTEIRO ECOMEL	38
7.4 ANEXO D- LOGOMARCA DO ROTEIRO ECOMEL	39
7.5 ANEXO E- IMAGENS DO ROTEIRO ECOMEL	40
8. APÊNDICES	43
8.1 APÊNDICE A- QUADRO COM AS DEZ ATIVIDADES DE PLANEJAMENTO PROPOSTAS POR NUCKOLLS & LONG	43
8.2 APÊNDICE B- ATIVIDADES E SERVIÇOS OFERECIDOS PELO ROTEIRO ECOMEL	47
8.3 APÊNDICE C- INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	48

1. INTRODUÇÃO

Segundo Bonald (1984) o turismo como atividade socioeconômica surgiu no século XIX na Inglaterra, após a iniciativa do pastor Thomas Cook em abrir a primeira agência de viagem. Nesta época, aristocratas ingleses propagavam o costume das viagens pelas capitais europeias para conhecer as belezas e atrações destes locais. Entretanto o turismo estende suas raízes pela história, observando-se que certas formas de lazer que promovem deslocamento de pessoas de seus locais de origem existem desde as antigas civilizações (e.g. peregrinações religiosas; visitação as estações balneárias do mundo).

Foi a partir do século XX, após a Segunda Guerra Mundial, que o turismo evoluiu. Em todas as épocas homens deslocaram-se pelo mundo, seja na época das descobertas ou no período de difusão dos meios de comunicação, em viagens que tinham inúmeras finalidades (religiosas, militares, comerciais, etc.). Todavia, a partir da Revolução Industrial que gerou mudanças no contexto social emergiram mudanças na atividade abrindo as portas para a exploração do turismo de massa, passando a atingir variados tipos de pessoas. Surgindo então uma nova tendência do turismo mundial onde cada vez mais se tornavam populares as viagens em busca de novas experiências, lazer, tranquilidade e conhecimento. Esta atividade se relacionou com outros segmentos (sociais, culturais e econômicos), e com uma característica de destaque na aproximação do homem com a natureza (CASTELLI, 1990).

Segundo Lima & Matias (1999), pesquisas realizadas pela Organização Mundial do Turismo - OMT indicam que o turismo rural, a nível mundial, surgiu nos Estados Unidos, nas propriedades denominadas "Ranchos". Estas eram propriedades localizadas em lugares distantes, de difícil acesso, e não possuíam nenhuma infraestrutura hoteleira, mas recebiam caçadores e pescadores que iam para o local em época de temporada. Os anos foram passando e surgiu assim a oferta, por parte dos rancheiros, de serviços e atividades como cavalgada, guia e hospedagem.

Segundo Zimmermann (1996) o turismo rural surgiu, no Brasil, por volta de 1984 no município de Lages em Santa Catarina, onde os proprietários resolveram

receber visitantes para passar o dia e eles poderiam entre outras coisas, assistir as atividades desenvolvidas no campo.

Muitos ainda não vêem o turismo rural como produto, somente como atividade, ainda assim, pouco a pouco ele vem transformando a paisagem de nosso meio rural. Nos dias atuais, podemos observar um aumento da procura por turismo em áreas rurais por todo o Brasil, sendo esta procura motivada pela busca de tranquilidade, de aventura ou de paisagens naturais. Segundo Tulik (2003, p.95): “o turismo rural se refere a atividade turística desenvolvida no espaço rural e em áreas naturais incluindo diferentes segmentos do turismo como, por exemplo, ecoturismo, turismo cultural, turismo religioso, agro turismo, e ainda muitos outros.”

O turismo rural tem forte vínculo com perspectivas de desenvolvimento que contemplam o local e a sustentabilidade nas diversas esferas, entretanto, para que esse se torne um modelo a ser seguido, deve ocorrer uma mobilização e uma motivação da sociedade, definindo um sistema alternativo de vida com padrões de comportamento, de produção e de consumo que atendam às necessidades básicas de cada indivíduo e as prioridades coletivas determinadas através de processo democrático (BARROS, 1999).

Em algumas localidades, em especial as de poucos recursos, a baixa oferta de trabalho e a pouca mão de obra especializada no meio rural agravam ainda mais os problemas sociais. Neste contexto, o turismo rural aparece como uma atividade não agrícola possibilitando que o agricultor não dependa exclusivamente dos resultados econômicos da produção, configurando-se como uma estratégia de desenvolvimento rural¹, viabilizando a inclusão social, gerando renda, integrando-se a rotina da vida rural, oferecendo lazer e bem estar. Todavia, esta atividade, na medida do possível, deverá ser econômica e ambientalmente sustentável² e estar de acordo com os interesses das populações rurais, propondo ações ligadas à preservação da natureza e a satisfação dos envolvidos.

¹ Navarro (2001) caracteriza como uma expressão que se refere a uma ação previamente articulada que induz mudanças em um determinado ambiente rural.

² “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.” Art. 225 Constituição Brasileira-1988.

Economicamente o turismo pode ocasionar diversos efeitos positivos dentre os quais podemos destacar: a geração de empregos, a geração de renda; a geração de impostos, a melhoria da estrutura econômica e o incentivo da atividade empreendedora (LAGE & MILONE, 1999).

Contudo, para que as influências positivas do turismo sejam geradas e as negativas minimizadas, a fim de potencializar os benefícios sobre as comunidades receptoras, o processo de implantação desta atividade turística tem o planejamento como fator determinante.

O planejamento, especificamente voltado para o espaço rural, pressupõe a análise da realidade para então construir estratégias de desenvolvimento que promovam a participação de diferentes segmentos de mercado (hotelaria, gastronomia, artesanato e outros) valorizando e respeitando a cultura e o modo de vida daqueles que vivem no meio rural e que vão estar, talvez pela primeira vez, frente a uma atividade empreendedora.

Os conceitos sobre planejamento são diversos. Segundo a PROJETUR – Projetos Turísticos & Consultoria Ltda.:

O planejamento turístico é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes pretendendo impulsionar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido.

Pode-se observar assim, que sem um planejamento adequado corre-se o risco, durante o processo de implantação da atividade, de deixar de lado pontos importantes que poderão mais tarde comprometer seriamente a atividade turística. Deste modo, fica claro que a atividade turística no espaço rural não deveria ser implantada de maneira improvisada, necessitando ser pensada a partir de um planejamento direcionado para a adequação com as necessidades e demandas locais para que seja possível a obtenção de bons resultados. Para fins deste trabalho vamos ligá-lo à ideia de sistema; processo de determinação de objetivos; mecanismo orientado para o futuro; e processo contínuo (BARRETTO, 1991).

Nesse sentido, esse trabalho busca conhecer como se deu o processo de formação e implantação de um roteiro turístico rural, procurando identificar e caracterizar os atores envolvidos e suas respectivas atribuições no processo de

formação desta atividade turística. Também objetiva descrever as etapas do processo de planejamento e as formas de participação dos atores envolvidos, identificar as fontes de recursos e apoio institucional para a formação e implantação, bem como as motivações dos empreendedores para adesão à atividade e ao roteiro.

Para tanto, a análise empírica advém do roteiro turístico ECOMEL (ilustração de localização; Anexo A), que incorpora propriedades rurais e atrativos turísticos do município de Balneário Pinhal, localizado no Litoral Norte do Rio Grande do Sul.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Para uma melhor compreensão do tema abordado neste estudo fez-se necessário o uso de conceitos, que de acordo com os objetivos propostos subsidiassem a elaboração do instrumento de coleta de dados, bem como, a análise dos resultados. Para tanto é preciso esclarecer alguns conceitos importantes que foram utilizados durante o processo de desenvolvimento deste trabalho.

Nesse sentido, considerando o tema de estudo, interessa-nos num primeiro momento, esclarecer qual, dentre tantos conceitos de turismo rural utilizaremos. Assim, a visão que mais adequada nos pareceu, considerando o contexto estudado, foi a de Graziano da Silva o qual destaca o turismo rural como sendo:

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consistem de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, agro turismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não. (GRAZIANO DA SILVA et al., 1998; p.14).

O turismo rural destaca-se pela sua importância socioeconômica, por estar associado à preservação dos recursos naturais, por contribuir para o desenvolvimento rural oportunizando a diversificação das atividades agrícolas, conciliando produtividade e criação de emprego no meio rural e valorizando o patrimônio cultural e histórico.

Segundo Sznajder apud Souza, Przezbórska & Scrimgeour (apud KLEIN e RODRIGUES, 2010), são três as principais características do turismo rural, a saber: satisfazer a necessidade cognitiva humana ou etnográfica dentro da produção

agrícola; a possibilidade de participação do visitante no processo de produção de alimentos, na vida de uma família e na comunidade rural; satisfazer necessidades emocionais oportunizando o contato direto com os animais domésticos, plantas e produtos animais e os produtos de processamento.

Dessa forma, o desenvolvimento da prática turística no espaço rural está condicionado aos diferentes aspectos da atividade, tais como: a organização, que está relacionada com as formas de propriedade e obrigações; a administração de logística, de produtos e serviços, hospitalidade, etc.; o marketing e a divulgação que são indispensáveis no turismo, e a economia do turismo rural que entre outros aspectos inclui os problemas de financiamento de empresas turísticas rurais e investimento na atividade e renda das pessoas rurais.

Segundo Graziano (1999), o turismo rural destaca-se como atividade promotora do desenvolvimento local³. Oportunizando dentre outras coisas, o desenvolvimento e o crescimento econômico; a troca de conhecimento entre modos de vida diferentes (urbano e rural); a preservação da cultura, do ambiente natural e histórico para que estes se tornem um produto turístico a ser ofertado.

Graziano da Silva et al. (1998) destaca que a expansão e a consolidação do turismo rural faz com que sejam realizadas obras de melhoria da infraestrutura como saneamento básico, pavimentação de estradas; impulsiona a qualificação dos serviços oferecidos e a necessidade em recuperar áreas degradadas. Deste modo a comunidade local é beneficiada através destas iniciativas, podendo se desenvolver socialmente, economicamente e ambientalmente.

O pensamento sobre o desenvolvimento rural teve seu começo logo após a segunda guerra mundial, mais especificamente a partir da década de 50, estendendo-se até o final dos anos 70 em que um acelerado crescimento econômico trouxe a modernização até o mundo rural, seguindo a ideia de que desenvolvimento rural consistia em desenvolver novas tecnologias e inserir insumos na produção

³ Segundo o autor o desenvolvimento local pode ocorrer através de atividades não-agrícolas encontradas no meio rural como: turismo, comércio, indústria, preservação do meio ambiente, artesanato e outras. Estas atividades, quando incentivadas e desenvolvidas de modo adequado, transformam-se em formas de desenvolvimento local.

agrícola para a obtenção do aumento de produtividade e, assim aumentar a renda dos produtores. Sendo que, a partir desse modelo de desenvolvimento, muitas famílias que viviam do trabalho no campo foram “atropeladas” por este “progresso” que veio de forma desigual, trazendo avanços tecnológicos e aumento de produção, deixando de lado outras questões a serem observadas, como por exemplo, as condições econômicas, de espaço físico e como o pequeno produtor encontraria seu espaço diante de toda esta mudança, da mesma forma, foi deixada de lado a questão ambiental (NAVARRO, 2001).

De acordo com Navarro (2001) com a Revolução Verde⁴, a economia se expandiu levando para o campo uma série de inovações, visando o aumento de produtividade acreditando-se que todos seriam beneficiados pelos avanços e pelas novas tecnologias e que assim, naturalmente, o crescimento econômico também chegaria a todos, o que acabou não acontecendo.

E ainda para Navarro (2001), no que se refere a perspectiva de desenvolvimento no campo encontramos várias noções diferentes; como: o desenvolvimento agrícola ou agropecuário que identifica as tendências e características de produção em um determinado período de tempo; o desenvolvimento agrário que interpreta as relações do “mundo rural” com a sociedade maior em todas as suas dimensões (analisa questões políticas, disputas entre classes, conflitos sociais, etc.). Salienta-se ainda, a expressão desenvolvimento rural que diferente das outras expressões, se trata de uma ação que pretende induzir mudanças em um determinado ambiente rural.

Para Campanhola & Graziano da Silva (1999), o turismo rural pode ser uma ferramenta na busca do desenvolvimento local, desde que as decisões tomadas sejam no campo de ação e que suas comunidades sejam contempladas pelos benefícios gerados. O turismo rural deve partir de um planejamento prévio, buscando o desenvolvimento e a participação da comunidade que deverá ser envolvida neste processo.

Assim sendo, o planejamento é uma linha de ação de extrema importância

⁴ Segundo Novaes, trata-se de um modelo de produção aplicado na agricultura que buscava o aumento da produtividade do cultivo principal, intensivo em capital, insumos e mecanização.

para que a atividade turística contribua para o desenvolvimento rural, Molina & Rodríguez (2001) ressaltam que:

[...] resulta de um processo lógico de pensamento no qual o ser humano analisa uma determinada situação e seu contexto e, a partir disso, desencadeia os meios que lhe permitirão modificá-la de acordo com os interesses em questão (MOLINA & RODRÍGUEZ, 2001 apud PEDRON, 2008, p. 265).

De acordo com Pedron et al. (2008, p. 266):

[...] o processo de planejamento não é um processo linear, necessitando de revisão e adequação constantes, podendo-se identificar diferentes fases no processo de planejamento. Inicialmente a partir de uma situação problema, os envolvidos no processo analisam o que será planejado para modificar a situação, para logo fazer um diagnóstico das oportunidades e fraquezas da situação problema e assim planejar as ações posteriores [...] os passos seguintes do processo são o delineamento dos objetivos e do planejamento da situação futura, direcionado para que os objetivos sejam alcançados. Nessa fase é importante observar a “aceitabilidade por parte dos envolvidos, exequibilidade em virtude do tempo e dos recursos, motivação para estimular a exequibilidade e simplicidade para ser de clara compreensão” (BARRETTO, 2002, p. 39) [...] são criadas alternativas de intervenções através da elaboração de planos, programas e projetos. Depois vem a fase da ação, do controle e de reunir os recursos humanos, financeiros, e institucionais para investir no projeto, sendo também o momento de capacitação, testes, etc. Com a organização do projeto concretizada, vem a implantação e execução do projeto [...] a última fase do planejamento é a avaliação do mesmo, onde será constatado se o processo ocorreu de modo satisfatório ou não, se foram alcançados os objetivos iniciais e se a metodologia foi adequada. Deste modo poderão ser apontadas as adequações e resolução de novas dificuldades.

Numa outra perspectiva Nuckolls & Long apud Souza e Klein (2010) defendem que no contexto do desenvolvimento rural deveriam ser incorporadas dez atividades de planejamento: 1) Reunir informações (coleta de dados formais e informais, identificação dos envolvidos, definição de interesses, reconhecimento do mercado, etc.); 2) Identificar os valores da comunidade (conhecer os valores da comunidade que deverão nortear o planejamento); 3) Desenvolver uma visão (prospecção presente e futuro); 4) Identificar assuntos e oportunidades críticas (reconhecer as dificuldades e facilidades que a comunidade possa estar enfrentando); 5) Desenvolver uma missão (deixar claro o que pretendem realizar e quais as condições reais de executar o que for proposto); 6) Desenvolver metas (com base nas atividades anteriores, encontra caminhos para o desenvolvimento do

turismo), 7) Desenvolver objetivos (são criados objetivos para realização das metas); 8) Delinear ações e consolidar estratégias (criar estratégias táticas para alcançar os objetivos); 9) Avaliar o progresso (revisão periódicas atividades do planejamento realizando reuniões com os interessados); 10) Atualizar e modificar o plano (fazer mudanças de acordo com a necessidade).

Percebe-se assim, que o planejamento é um processo dinâmico, estudado e praticado por e em diferentes perspectivas, as quais são compostas por diversas e diferentes etapas. Sendo que, sua aplicação deve ser explorada conforme cada realidade. Nesse sentido, considerando a realidade estudada, optamos por utilizar a perspectiva de planejamento defendida por Nuckolls & Long (2009 apud SOUZA e KLEIN, 2010) dado o fato do mesmo apresentar uma descrição minuciosa das etapas do planejamento aplicado ao turismo rural, objeto de estudo da presente monografia.

3. METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa, foi feito um levantamento e a obtenção de documentos disponíveis que contenham material para subsidiar o tema do trabalho de pesquisa. Este levantamento foi realizado junto às secretarias municipais e ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE. O trabalho tem como suporte metodológico a abordagem qualitativa de pesquisa, tendo em vista a “necessidade do aprofundamento, da compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHADT et. al., 2008, p.29). Assim, para que os objetivos propostos sejam atingidos, Minayo apud GERHADT et. al.(2008, p. 29) destaca que:

A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e nos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Esta pesquisa, quanto aos objetivos propostos, se caracteriza como descritiva, a qual, de acordo com Triviños (1987) exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Este tipo de estudo pretende descrever

os fatos e fenômenos de determinada realidade.

Os procedimentos metodológicos utilizados foram pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, a partir de documentos disponíveis que continham informações para subsidiar sobre a questão norteadora do trabalho. Este levantamento foi realizado junto às secretarias municipais e ao SEBRAE. Tendo sido utilizado ainda, como procedimento a pesquisa de campo.

A coleta de dados foi realizada a partir da aplicação de entrevista semiestruturada. De acordo com Triviños (1987):

Entrevista semiestruturada é aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, junto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que recebem as respostas do informante. Desta maneira o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa.

Sendo o instrumento de coleta de dados respondido por representantes da secretaria de turismo de Balneário Pinhal, do SEBRAE, por uma servidora da secretaria de turismo que trabalha como condutora no Roteiro ECOMEL, por uma empreendedora do ramo de hotelaria e gastronomia e pelo presidente da associação dos produtores de mel.

Para a aplicação do instrumento de coleta de dados, utilizou-se de uma amostra intencional não probabilística. Segundo Almeida (1989, p.87), “a amostra intencional, consiste em selecionar um grupo de elementos considerados típicos em função das variáveis estudadas”. O critério básico de escolha dos entrevistados é que os mesmos tivessem envolvimento com o processo de planejamento e de implantação do roteiro turístico ECOMEL.

Por fim, as últimas etapas constituíram, respectivamente, na sistematização, interpretação e análise dos dados coletados.

3.1. O CONTEXTO DE ESTUDO

O foco de pesquisa deste trabalho é o Roteiro ECOMEL (empreendimento ainda novo tendo cerca de dois anos) localizado no Município de Balneário Pinhal, litoral Norte do Rio Grande do Sul (mapa do município; Anexo B). O município tem como marco importante de sua história a passagem de tropeiros, aventureiros e colonizadores, que por volta de 1700 chegavam até o local pelo caminho da praia e entravam para descansar o gado, reforçar a carga e as conduções (PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO PINHAL, 2010).

No ano de 1818 o município de Balneário Pinhal teve sua área territorial dividida pelo senhor Luiz José Ferreira Saraiva entre seus filhos, em: Fazenda Rondinha, Fazenda do Pinhal, cuja denominação se deu devido à existência de uma extensão de área de pinus plantadas e Fazenda Cerquinha (PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO PINHAL, 2010).

Em 1915 a Fazenda Pinhal nome de origem do município, passou a pertencer a Francisco Segura Garcia (senhor Paco), que veio da Espanha para o Brasil em 1900. A partir de 1935, as terras passaram para o português Fausto Borba Prates, passando a ser conhecida como Pinhal. O primeiro lugarejo formado em Pinhal ficava a mais ou menos uma légua do mar, na Fazenda Pinhal, onde ainda hoje existem marcas das propriedades erguidas na época (BALNEÁRIO PINHAL, 2010).

O Município de Balneário Pinhal é formado pela Praia do Pinhal (sede do município), Praia do Magistério (Distrito) e Túnel Verde (Distrito), e foi emancipado em 22 de outubro de 1995 (MAGGI & DUARTE, 2002).

De acordo com o Censo IBGE (2010) os dados populacionais do Município de Balneário Pinhal apresentam uma população total de 10.855 habitantes dos quais a população urbana é de 10.742 e a população rural é de 113 pessoas.

Conforme a Secretaria de Turismo e Lazer nos dias atuais o Balneário Pinhal procura investir na infraestrutura de lazer com foco no veraneio. Um dos principais eventos realizados em Balneário Pinhal é o Verão Divertido, na alta temporada, com atrações culturais, esportivas e de lazer. O município tem a abelha como tema em telefones públicos, placas indicativas, monumentos e sinalizadores

são inspirados por ela (imagens do município; Anexo C). O objetivo da Secretaria de Turismo e Lazer com a iniciativa é diferenciar o município não somente no litoral norte como em todo o Rio Grande do Sul. Outro atrativo turístico no município é o roteiro turístico Ecomel, que entre outras atividades desenvolve o apiculturismo, divulgando o produto característico do local (mel).

Quanto aos aspectos econômicos do município podemos destacar as seguintes atividades: o comércio, serviços (empresas familiares), construção civil, pesca, indústria madeireira e também a apicultura e o veraneio sazonal que esquentam a economia local. (MAGGI & DUARTE, 2002). A produção apícola é um dos destaques na economia do município de Balneário Pinhal.

3.1.2 O ROTEIRO ECOMEL

O Roteiro Ecomel começou a ser planejado efetivamente em julho de 2008 e sua implantação ocorreu em novembro do mesmo ano. Desde sua implantação até hoje estão incorporadas ao roteiro três famílias de apicultores que comercializam seus produtos na Casa do Mel. A mesma está localizada na zona rural do município de Balneário Pinhal, sendo ponto de visitação do roteiro turístico, os produtos possuem o selo da Associação dos Apicultores de Balneário Pinhal- APIVERDE.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

A presente pesquisa trouxe como propósito a descrição do processo de implantação e planejamento do turismo rural de acordo com a visão dos atores locais envolvidos e, teve como foco de pesquisa o roteiro ECOMEL de Balneário Pinhal. Para expormos os dados levantados em contraponto com a revisão de literatura apresentada, os expomos em duas partes: na primeira relatando sobre o planejamento e implantação do roteiro e na segunda sobre a situação atual do mesmo, estando estes t picos subdivididos conforme a visão dos gestores e empreendedores locais, atores pesquisados, envolvidos no processo estudado.

4.1 PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO TURÍSTICO ECOMEL

4.1.1 VISÃO DOS GESTORES

Com base na perspectiva de Nuckolls & Long apud Souza e Klein (2010), diferentes atividades devem ser desenvolvidas em um processo de planejamento. É possível verificar que no processo de planejamento do roteiro turístico ECOMEL, diversas atividades foram realizadas para a construção do roteiro. Estas ações envolveram comunidade e os empreendedores. Informações foram reunidas; identificaram-se os valores da comunidade; identificaram-se assuntos e oportunidades críticas; as dificuldades e facilidades que a comunidade poderia estar enfrentando foram reconhecidas; os gestores enfatizaram o que pretendiam realizar e quais as condições de executar o que foi proposto; algumas mudanças foram realizadas durante o processo de planejamento para uma melhor adequação do roteiro (Apêndice A).

O marketing é a ferramenta que pode trazer uma melhor adequação entre oportunidades de mercado e vontades, recursos e competências existentes nos destinos, propondo instrumentos que visem atingir da melhor maneira possível o alcance do mercado-alvo (KASTENHOLZ) apud Almeida e Souza (2006, p.255).

Em 2007 a Prefeitura Municipal de Balneário Pinhal através de um convênio com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE realizou uma “pesquisa rápida” de mercado no município com os empreendimentos da hospedagem e gastronomia (onze no total), mas aplicada apenas aos seus clientes. O objetivo da pesquisa era saber se havia interesse ou não em participar de uma proposta nova, com atrativos diferenciados que os oportunizassem conhecer melhor o município. Esta pesquisa foi o início de um planejamento na época, embora ainda não existindo a ideia formada do Roteiro ECOMEL, já se verificava o início do processo de planejamento destacando as potencialidades do município.

Em julho de 2008 um grupo formado pela secretária de turismo de Balneário Pinhal, um consultor do SEBRAE e uma bióloga e consultora do SEBRAE visualizaram a necessidade de criar um projeto que desenvolvesse o ramo de atividades de hospedagem, gastronomia, artesanato e de apicultura, além de contemplar os objetivos da pesquisa realizada com visitantes e turistas em 2007.

O grupo de gestores a partir deste diagnóstico convocou os representantes dos setores citados anteriormente para uma reunião; no qual houve interesse em expandir suas atividades, principalmente em períodos em que a demanda diminui.

Os gestores, em um primeiro momento, procuraram saber as carências existentes no município para que as pessoas tivessem interesse em conhecê-lo, a partir dos resultados deste questionamento, destacou-se a escassez de atrativos para envolver os visitantes e veranistas.

Ao longo do processo de planejamento, a secretária de turismo e os consultores SEBRAE fizeram um levantamento no município dos entraves, facilidades e atrativos que existia no local, chegando a conclusão que o Balneário Pinhal não oferecia atrativos além do “sol e mar” que motivassem as pessoas a conhecer a localidade.

Na busca por um projeto que modificasse esta situação, que fosse realizado em curto prazo e tendo em vista que o município tem potenciais turísticos (com dunas, mar, lagoas, campos, etc.), surgiu do grupo de gestores a ideia de desenvolver um roteiro turístico que fosse realizado com recursos financeiros do município, aproveitando os recursos naturais disponíveis na localidade. Identifica-se aqui, um processo lógico de pensamento onde a partir de uma situação específica, os gestores durante o processo de planejamento para uma atividade turística, passaram a criar ações para modificar esta situação (MOLINA & RODRÍGUEZ, 2001).

A partir de então passou-se a realizar reuniões onde o consultor SEBRAE, como facilitador, fazia uso de uma metodologia específica para trabalho com grupos denominada Metaplan⁵. Os gestores solicitavam aos empreendedores que participaram desta etapa, que “sondassem” seus clientes para saber se havia o interesse em ter como atrativo um roteiro onde pudessem conhecer melhor as particularidades do município. A partir de então, as reuniões foram ficando cada vez mais específicas sendo abordados diferentes assuntos relacionados ao roteiro turístico, tais como: aspectos ambientais, culturais, valorização das atividades

⁵ A metodologia METAPLAN agrega a já conhecida tempestade de ideias em grupos (brainstorming). Estas ideias vão sendo colocadas em um painel, depois são organizadas para posteriormente buscar metas e ações conjuntas. Disponível em <http://www.empreender.org.br/index.php?urlor=emp>. Acesso em janeiro de 2011.

desenvolvidas pelos empreendedores (participantes sempre consultados), logística, etc.

Com o resultado das reuniões os gestores verificaram que deveria ser criado um roteiro com objetivo de aproveitar o fluxo turístico de Balneário Pinhal, a partir da contemplação de aspectos ambientais, culturais e religiosos do município, valorizando os produtos tradicionalmente produzidos na região.

Na seqüência, com a aprovação dos empreendedores para a criação de um roteiro, foram convocados outros colaboradores para que fosse feito um levantamento e uma análise das potencialidades dos aspectos culturais, sociais e ambientais da localidade e outras, cada um na sua área de atuação. Assim começaram a fazer parte do grupo: profissionais e empresários do transporte; administradores e historiadores.

A seguir a Prefeitura Municipal realizou um levantamento da infraestrutura do município para a implantação do roteiro. Este levantamento foi realizado pela bióloga consultora do SEBRAE, uma historiadora do município e o consultor SEBRAE/ Balneário Pinhal, os quais fizeram um levantamento das potencialidades naturais e culturais que o município dispunha.

Com o resultado destes levantamentos foi definido o caminho do roteiro, este caminho iria percorrer do mar ao meio rural para contemplar a biodiversidade do município. Foram solicitados ao SEBRAE dois consultores especialistas em roteiros turísticos para avaliar o potencial que existia de fato nos pontos onde o roteiro passaria. Assim, verifica-se que foi realizada uma análise do ambiente destinado ao Roteiro ECOMEL, e este processo de visualização das ameaças, das oportunidades, dos pontos fracos e fortes que poderiam afetar o projeto turístico, segundo os autores Pedron, Almeida e Souza (2008, p. 266) é uma das fases do processo de planejamento que deve ser contemplada.

Os consultores do SEBRAE aprovaram o local do roteiro como tendo potencial e como sendo algo diferente do que existia atualmente no mercado e com perspectivas de “dar bons frutos”. Com o amparo da Secretaria do Meio Ambiente de Balneário Pinhal, foi elaborado um projeto para ser entregue a Fundação Estadual de Proteção Ambiental- RS (FEPAM) para que fossem avaliados os impactos ambientais no caminho por onde se realizaria o Roteiro ECOMEL. O projeto foi

aprovado e o roteiro teve a liberação para a prática de esqui dunas/ sandboard (segundo informações dos gestores, somente o Roteiro ECOMEL tem a liberação para esta prática).

Destaca-se que os gestores ficaram atentos para que o roteiro turístico não trouxesse impactos negativos ao meio ambiente, buscavam desenvolvimento para diferentes esferas tendo o cuidado para que o meio ambiente fosse preservado, sendo este um dos papéis desempenhados pelo turismo rural (ZIMMERMANN, 1996).

O grupo de gestores e empreendedores, partindo do aval dado pelos consultores especialistas em roteiros turísticos e pela FEPAM, passaram a ter um produto a oferecer e partiram para a escolha do nome do roteiro por meio de uma reunião onde a maioria dos integrantes do grupo decidiu por Roteiro ECOMEL, já que a apicultura desempenha papel importante na economia local.

Com recursos financeiros da prefeitura, foi a vez da criação da logomarca (Anexo D) sendo solicitado ao SEBRAE um consultor da área específica de designer. Segundo o planejamento estratégico, a divulgação e marketing do Roteiro ECOMEL aconteceria em jornais do município e região; no site da Prefeitura de Balneário Pinhal; em rádios locais, através da distribuição de folders, camisetas, bonés, adesivos e outros produtos de divulgação do roteiro e em eventos ligados ao turismo realizados no município, na região do litoral norte e em todo o Estado, sempre com a participação dos empreendedores.

O planejamento previa que em curto prazo os recursos financeiros oriundos do tarifário do roteiro fossem suficientes para custear os serviços necessários para sua realização (lanches, transporte, material de divulgação, etc.) e também para o retorno financeiro dos empreendedores.

O processo de planejamento do roteiro não contemplava metas a alcançar quanto ao número de visitas semanais, mensais ou anuais que o roteiro receberia, tampouco quanto ao tipo de público que pretendia atingir. Conforme Kastholz (2006) para o sucesso de um destino turístico é importante saber o que os turistas procuram, que grupos de pessoas têm o interesse, o tempo e a renda para viajar e conhecer o destino. Os gestores do Roteiro ECOEMEL não tiveram claramente definidos as metas com relação ao público que pretendiam atingir, sendo

que este aspecto do planejamento quando bem trabalhado poderia apontar entre outras coisas, a melhor forma de fazer contato com o público alvo e melhor atender os turistas, levando visitantes para conhecer o roteiro.

Os gestores informaram que durante o processo de planejamento foram fechados convênios com cinco agências de turismo da região, a saber: agência Guatahá e agência Destino Turismo e Viagens no município de Osório; agência Calabria e agência Trip no município de Torres e agência Jamboó Turismo no município de Tramandaí, para o agendamento de grupos de visitantes para o roteiro.

Durante o processo de planejamento foi disponibilizado treinamento aos empreendedores (hotéis, pousadas, restaurantes, apicultores, etc.) sobre a forma como os serviços seriam ofertados (atendimento ao público, cardápios, etc.). Tendo como objetivo que os mesmos com o passar do tempo, soubessem fazer os preparativos para o roteiro sem maiores dificuldades adquirindo total autonomia. Esta decisão dos gestores partiu do fato do município não contar com uma agência de turismo para operar o roteiro, e na visão dos mesmos, este foi um dos entraves encontrados durante o processo de planejamento e criação.

O SEBRAE trabalhou junto aos artesões a imagem da abelhinha e do ursinho, buscando o fortalecimento da característica que o município tem de produtor de mel. Já o planejamento para o transporte que levaria os visitantes do roteiro, contou com a participação de um empresário da região ligado ao ramo de transporte escolar que participou do processo de planejamento. Depois de algum tempo o roteiro não pôde mais contar com este empreendedor, pois o mesmo encontrou dificuldade em conciliar suas atividades profissionais com a atividade do Roteiro ECOMEL.

Foram realizadas algumas adequações na infraestrutura dos setores envolvidos e as experimentações do roteiro ocorreram ao longo do planejamento do Roteiro ECOMEL.

No início de novembro de 2008, os empreendedores e gestores do Roteiro ECOMEL junto com representantes de agências de viagens do Litoral Norte e convidados da comunidade local e regional, participaram da avaliação do roteiro experimental. No mesmo mês e ano o Roteiro ECOMEL foi lançado no Festival de Turismo em Gramado Rio Grande do Sul e implantado em Balneário Pinhal

(imagens do roteiro; Anexo E). Do início do seu planejamento até a sua implantação decorreram apenas cinco meses, o que pode ser considerado um tempo muito curto.

4.1.2 VISÃO DOS EMPREENDEDORES

Os empreendedores entrevistados apontam que em julho de 2008, foram convidados pelo SEBRAE e pela Secretaria Municipal de Turismo de Balneário Pinhal, a participar de uma proposta que visava o desenvolvimento das atividades de hospedagem, gastronomia, artesanato e de apicultura. Ao aceitar o convite, pretendiam, entre outras coisas, buscar público para suas atividades em períodos além do veraneio.

Os empreendedores desenvolveram diversas funções durante a participação no processo de planejamento e implantação do roteiro. Estas ações envolviam consultas, sugestões de ideias, reuniões, acompanhamento dos resultados dos levantamentos (ambientais, históricos, culturais, etc.), sugestões às adequações do Roteiro ECOMEL, roteiros experimentais, do lançamento e da implantação do roteiro. Esta participação dos empreendedores permitiu expor seus interesses, seus valores, suas dificuldades, sua cultura Nuckolls & Long (apud SOUZA e KLEIN, 2010), foi importante para que os mesmos conhecessem melhor as características deste novo empreendimento.

Entre os objetivos que os empreendedores esperavam alcançar com a implantação do roteiro foram destacados o aumento da demanda de público na baixa temporada e a comercialização de seus produtos. Outras motivações foram citadas pelos empreendedores para a participação no roteiro turístico como: a participação em uma atividade turística específica (o roteiro turístico era algo novo) e a divulgação do município como lugar possível de desenvolver a atividade de turismo.

O setor hoteleiro, com recursos financeiros próprios, fez pequenas adequações na infraestrutura de seu estabelecimento para a participação no roteiro turístico. A Casa do Mel que faz parte da visitação do roteiro foi construída pela prefeitura municipal para ser um espaço onde os apicultores comercializassem seus produtos, não havendo investimentos financeiros neste setor para a participação no

Roteiro ECOMEL.

Para desenvolver as atividades oferecidas no roteiro (Apêndice B), os empreendedores receberam do SEBRAE, treinamento e orientações quanto ao atendimento, uniforme, cardápio a ser servido e divulgação da marca ECOMEL. A logomarca ECOMEL era fixada nos locais de visitação, e também eram disponibilizados aos empreendedores folders para serem distribuídos aos turistas. Os empreendedores afirmaram ter participado do evento de lançamento do Roteiro ECOMEL em novembro de 2008 no município de Gramado.

Os cursos de treinamento buscaram formar recursos humanos com capacidade de garantir os serviços oferecidos. Os mesmos proporcionaram qualificação aos empreendedores, demonstrando que o planejamento previa a capacitação como uma das ferramentas para tornar a atividade turística uma fonte real de renda, encontrando caminhos para o desenvolvimento do turismo Nuckolls & Long (apud SOUZA e KLEIN, 2010).

Durante o processo de planejamento e implantação do Roteiro ECOMEL os empreendedores destacaram que não houve metas de visitação a alcançar, e que também não houve um público alvo a atingir. Os empreendedores demonstraram em suas respostas não haver preocupação ou interesse com relação às metas de visitação e de público a atingir.

4.2 SITUAÇÃO ATUAL DO ROTEIRO ECOMEL

4.2.1 VISÃO DOS GESTORES

Um dos objetivos previstos durante o planejamento do Roteiro ECOMEL, era que em curto prazo os recursos financeiros oriundos da cobrança de tarifas do roteiro fossem a fonte para custear os serviços ofertados e para o pagamento dos serviços ofertados pelos empreendedores. Atualmente este objetivo não foi alcançado em sua totalidade e a prefeitura municipal, quando necessário, ainda disponibiliza estes recursos.

O objetivo de tornar os empreendedores autônomos com relação aos serviços ofertados, segundo os gestores, o mesmo foi alcançado, pois hoje é possível realizar o roteiro sem maiores problemas, cabendo apenas avisar os

empreendedores da saída, do roteiro para que os mesmos organizem os serviços rapidamente.

No setor de transporte o roteiro encontra dificuldades por depender de serviço terceirizado, pois ao fechar um roteiro é preciso encontrar um veículo disponível para a visitação.

Os gestores afirmaram não existir nenhum tipo de controle quanto ao número exato de visitantes nem quanto ao sexo ou faixa etária, se estão em grupos ou não; se são veranista ou não. Até os dias atuais o roteiro teve em torno de sete visitas e o público participante foi em sua maioria de escolares e idosos, não havendo registro oficial deste dado.

Até o momento apenas uma visitação ao roteiro foi fechada através de uma das agências conveniadas.

Durante esta pesquisa foi questionado aos gestores, o porquê do roteiro não ser incluído na programação de verão do município. O retorno do poder público alegou que pessoas envolvidas com o roteiro trabalham em diferentes setores da prefeitura municipal ou em outras funções, sendo que no período de veraneio a realidade da região é alterada causando inúmeras atribulações impossibilitando-os de se dedicarem exclusivamente ao roteiro. Foi destacado também, que com o passar dos dias em que os veranistas vão ficando no litoral e nos dias nublados, eles começam a procurar outros atrativos, havendo portanto, a possibilidade de inserir o Turismo Rural como opção de lazer. Foi salientado pelos gestores que existe público (demanda) para o roteiro no período de veraneio, mas como não há uma boa divulgação (apenas folders colocados nos hotéis, pousadas e restaurantes locais) o roteiro acaba sendo pouco comercializado.

Para os gestores, o fato de não existir uma agência de turismo no município que venda o Roteiro ECOMEL é um complicador, pois não contam com um setor específico que faça a divulgação e a venda do roteiro.

Na visão dos gestores, todos os objetivos planejados foram alcançados, o roteiro hoje é funcional, o visitante que participa hoje tem a possibilidade de conhecer vários pontos turísticos, ambientes naturais, as principais curiosidades e atividades locais como a apicultura, por exemplo. Destacam que várias pessoas não sabem por que o Balneário Pinhal é todo tematizado com abelhas e o roteiro

responde isso a eles, e que uma das dificuldades hoje é ter um empresário do ramo (empresa de turismo) e que trabalhe a comercialização do Roteiro, tanto na esfera municipal no período de veraneio como na esfera estadual, trabalhando os públicos diversificados que tenham interesse nos diferentes tipos de turismo que o roteiro oferece (apiculturismo, turismo religioso, turismo escolar, turismo melhor idade, ecoturismo).

Uma bióloga e uma historiadora acompanham o roteiro, que ao final da visita os turistas avaliam-no através de questionários que são compilados pelo SEBRAE.

Hoje estão envolvidos na gestão/ organização do roteiro a secretária de turismo de Balneário Pinhal, o Consultor SEBRAE / Balneário Pinhal e uma condutora que começou sua participação no Roteiro ECOMEL a partir da implantação do mesmo recebendo curso de qualificação para atuar na atividade. A mesma é acadêmica de turismo e funcionária municipal.

Atualmente existe um projeto para a revitalização do Roteiro ECOMEL que consiste na construção de um mirante de nove metros de altura que servirá como um observatório da biodiversidade local, o qual está orçado em R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) e que contará com recursos financeiros municipais e federais. Existem diversos programas governamentais de apoio ao Turismo, entre eles podemos citar o Programa de Infraestrutura Turística e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo- PRODETUR.

O projeto não teve a aprovação da UNIVIAS⁶, pois prevê a construção do mirante a beira da rodovia RS40, o que ocasionaria transtornos ao tráfego de veículos com a parada dos visitantes. Existe a intenção de modificar o projeto para que haja a aprovação da UNIVIAS para sua construção.

⁶ O Univias é um consórcio privado formado por três concessionárias - Sulvias (polo de Lajeado), Convias (polo de Caxias) e Metrovias (polo Metropolitano). Juntas, são responsáveis pela administração de 1.053 km da malha rodoviária concedida no RS. Fonte: UNIVIAS 2011.

4.2.2 VISÃO DOS EMPREENDEDORES

Segundo os empreendedores o objetivo esperado na época da implantação do Roteiro ECOMEL não foi totalmente alcançado, pois hoje o Roteiro ECOMEL é um produto pronto, mas está com dificuldade em ser comercializado, sendo a sua divulgação muito fraca. Em consequência, ocorreram poucas visitas e os turistas consumiram muito pouco, deste modo, o aumento de renda esperado através da venda dos produtos e a divulgação do município como promotor do roteiro turístico até o momento não ocorreram. Os empreendedores destacaram que sempre que é possível participam dos eventos de divulgação do Roteiro ECOMEL, como o Salão Gaúcho do Turismo (Caxias do Sul), em feiras e eventos relacionados ao turismo que acontecem em diversos municípios do Rio Grande do Sul. Os empreendedores acreditam que com a construção do mirante na RS 40, que fará parte da visita do Roteiro ECOMEL, ocorrerá o aumento das visitas. Atualmente não existe outro projeto para ampliar o roteiro, também não há um acompanhamento ou avaliação das atividades realizadas pelos empreendedores. O planejamento deve prever a avaliação das diferentes etapas do processo. A avaliação do atendimento dos empreendedores aos turistas poderá trazer melhoras aos serviços ofertados a partir do momento em que poderá identificar as dificuldades que os empreendedores possam estar enfrentando, podendo auxiliá-los a alcançar os objetivos iniciais, garantindo a qualidade, eficiência e atenção aos turistas (PEDRON, ALMEIDA e SOUZA 2008, p. 266).

Na visão de um dos entrevistados, que reúne os produtores de mel de Balneário Pinhal, este informou que o roteiro ainda não agregou a zona rural, pelo menos não como ele achava que iria acontecer e conforme constava no planejamento. Esta situação se mostra diferente na zona urbana onde, por exemplo, ocorreram melhorias em função do roteiro. De acordo com sua visão, os organizadores não levaram em consideração suas solicitações e nem suas informações no trato com as abelhas, sendo que estes animais têm certas especificações no que se refere ao seu manejo e muitas vezes o produtor é avisado “em cima da hora” que vai haver uma visita.

A “Casa do Mel” foi construída pela prefeitura municipal e faz parte do

roteiro, ponto onde os apicultores comercializam seus produtos, mas não existe nenhuma placa que possa ser visualizada da RS40 para a promoção do empreendimento, a fachada não sugere um local a ser visitado e a prefeitura não faz a manutenção do local (e.g. cuidado do jardim).

Foi salientado que o patrimônio histórico (primeira fazenda do balneário, com a primeira casa, escola e igreja) que está nas proximidades da Casa do Mel se encontra bastante depredado, sendo que as reformas e revitalização do local para a inserção no Roteiro ECOMEL não ocorreram dando ao local um aspecto de abandono. Assim, a comercialização do mel em função do roteiro não sofreu alteração, gerando expectativas frustradas.

Uma das qualidades do turismo rural em relação ao turismo convencional é a possibilidade de satisfazer a necessidade cognitiva humana ou etnográfica dentro da produção agrícola, oportunizando aos turistas um aprendizado sobre o modo de vida das pessoas rurais, sua cultura e seus costumes (SZNAJDER, PRZEZBÓRSKA e SCRIMGEOUR, apud SOUZA, KLEIN e RODRIGUES, 2010). Para que este processo de aprendizado seja algo prazeroso, é necessário que o patrimônio histórico esteja bem preservado e que o local ofereça belas paisagens aqueles que o visitem (ZIMMERMANN, 1996).

O aspecto de abandono em que se encontra atualmente o meio rural, ponto de visitação do Roteiro ECOMEL, pode transmitir aos visitantes uma idéia errada associando o meio rural como sin onimo de atraso.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível perceber através deste trabalho, que o processo de planejamento do Roteiro ECOMEL em Balneário Pinhal, apresentou certo grau de organização e preparação para a realização do roteiro. O município conta com um potencial turístico, porém, o planejamento que visava estruturar melhor o local para receber os visitantes poderia ter sido vislumbrado a médio e longo prazo. Os cinco meses dedicados ao planejamento e a implantação, é um tempo bastante curto para que as atividades que fazem parte deste processo fossem bem elaboradas, e sobretudo questionadas. É um tempo curto também para testes, adequações e modificações das etapas do processo de planejamento que não ficaram de acordo com o esperado.

De acordo com que foi exposto pelos gestores e pelos empreendedores, há visões diferentes quanto aos objetivos que ambos esperavam alcançar, os primeiros se sentem contemplados e os segundos ainda não conseguiram ter seus objetivos alcançados através do roteiro turístico ECOMEL.

Como visto através da literatura consultada para a elaboração deste trabalho, os envolvidos na atividade de turismo rural devem ser um dos principais beneficiários, sendo que esta atividade deve proporcionar a busca pelo desenvolvimento rural em diferentes setores (social, econômico e ambiental). Atualmente o roteiro turístico ECOMEL não está desempenhando este papel no meio rural, necessitando que sejam realizados ajustes que visem modificar esta situação.

Os atores sociais (gestores e empreendedores) envolvidos na formação do Roteiro ECOMEL, tiveram participação desde o planejamento até a implantação do roteiro. Puderam sugerir, criar, participar de melhorias, e discutir os resultados que o roteiro pretendia alcançar.

Os empreendedores foram chamados a participar do processo de formação do roteiro, recebendo treinamento para ofertar seus serviços. Estes atores sociais tinham como motivação (tanto para a atividade quanto para o roteiro), o aumento de renda e a divulgação do município através da atividade turística.

Os gestores (SEBRAE e Prefeitura municipal de Balneário Pinhal/ Secretaria

de Turismo) através de um diagnóstico concluíram que era preciso incrementar o fluxo turístico do município. Houve a preocupação em fazer um diagnóstico dos entraves, facilidades, atrativos e oportunidades; definindo objetivos e observando a motivação dos empreendedores. Assim, lançou-se mão de técnicos, de recursos didáticos, realizando reuniões com os envolvidos que resultaram na criação de alternativas.

O planejamento previu a melhoria de infraestrutura, o reforço no artesanato voltado para a tematização característica do município (mel, abelhas, etc.) e a inserção do meio rural no roteiro como meio de mostrar o município em sua biodiversidade. O processo de planejamento do Roteiro ECOMEL, reuniu os recursos financeiros através da Prefeitura Municipal de Balneário Pinhal, recursos humanos do mesmo e oportunizou treinamento para capacitação, realizou testes, fez a avaliação do projeto, incrementando ajustes tanto antes quanto depois da implantação do projeto.

O roteiro não teve como meta um público específico a atingir, os organizadores queriam ter um produto a oferecer, não havendo preocupação com a demanda, com as necessidades destes consumidores, o que este público buscava, dentre outras coisas. O conhecimento desta ligação entre destino e mercado poderá ser uma ferramenta eficaz de marketing para o Roteiro turístico ECOMEL num futuro próximo.

Percebe-se que o processo de formação do Roteiro ECOMEL não teve atenção quanto ao marketing, sendo este um ponto de enfraquecimento para sucesso do roteiro. De acordo com os autores é preciso estar atento aos desejos dos consumidores-alvos, conhecendo o mercado através de pesquisa. Hoje a “venda” do Roteiro ECOMEL está a cargo de agências de turismo ou da procura dos turistas/ visitantes pelo roteiro.

Quanto ao marketing, no que se refere ao turismo rural não basta a publicidade, a propaganda ou promoção de vendas, mas o cuidado com o atendimento ao turista que é exigente e busca qualidade nos serviços, sendo importante passar para o visitante uma imagem boa e positiva do local, sempre visando o cuidado com a infraestrutura.

Quanto ao transporte, para que não ocorram imprevistos no momento de

realizar o roteiro, caberia aos empreendedores ou então ao município, a aquisição de um veículo próprio para conduzir os turistas, buscando recursos financeiros junto aos órgãos competentes através de linhas de financiamento. Este investimento teria como finalidade organizar o transporte, ponto negativo destacado pelos empreendedores, ofertando serviços de boa qualidade ao visitante.

Apesar de ter ocorrido durante o processo de planejamento do Roteiro ECOMEL a participação e o envolvimento de atores de diversos setores, após a implantação do roteiro não há uma avaliação das atividades realizadas pelos empreendedores. Uma avaliação neste sentido poderia identificar as fraquezas e as forças encontradas nos setores envolvidos.

Conforme se pode observar neste trabalho, o meio rural participa do roteiro, mas não foi contemplado com melhorias para a preservação do patrimônio histórico, não havendo também uma maior promoção da Casa do Mel, espaço destinado a vivência das formas de manejo, produção e da comercialização do produto. Embora os apicultores tenham participado do processo de planejamento e implantação do roteiro, hoje a visitação ao meio rural parece estar ocorrendo apenas como um ponto de “passagem” e não como um ponto de integração entre o urbano e o rural, onde o visitante possa usufruir de momentos reais de vivência em um local onde as marcas de um passado histórico poderiam ser adequadamente exploradas.

Algumas particularidades que se referem especificamente ao meio rural não estão sendo observadas, o que requer uma maior atenção à tomada de decisão e aos saberes daqueles que vivem no meio rural, para que esta localidade esteja realmente inserida no Roteiro ECOMEL e para que os objetivos do roteiro sejam alcançados na sua totalidade.

Concluindo-se deste modo, que o processo de planejamento é relevante para a implantação do turismo rural, mas este processo não deve seguir apenas algumas etapas de forma estanque devem sim, ir além da redação e da conclusão do projeto. Dessa forma, o turismo rural poderá se desenvolver e se consolidar onde for implantado, se tornando um gerador de desenvolvimento aos diferentes setores do local.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, J. A.; e SOUZA, M. (Org.). **A segmentação de mercado como ferramenta estratégica no contexto do turismo rural**. Turismo Rural: Patrimônio, Cultura e Legislação, Editora Facos-ufsm, 2006.

ALMEIDA, J. A. **Pesquisa em Extensão Rural: um Manual de Metodologia**. Brasília: ABEAS, 1989.

BALNEÁRIO PINHAL. **A Enciclopédia Livre**. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Balne%C3%A1rio_Pinhal> Acesso em: 19 nov. 2010.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas/ SP: Papyrus, 1991.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas/ SP: Reimpressão. Papyrus, 2002.

BARROS, S. M. Turismo, sociedade, meio ambiente e ecoturismo. In: **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 1999.

BONALD, O. Planejamento e organização do turismo: conceitos básicos. 2.ed. Recife: FASA, 1984.

CAMPANHOLA, C & GRAZIANO DA SILVA, J. **Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor**. In: **1º Congresso Brasileiro de Turismo Rural**. Piracicaba: FEALQ, 1999.

CASTELLI, G. **Turismo/ atividade marcante do século XX**. 2ª ed. Caxias do Sul: EDUSC, 1990.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa – DERAD05**. Curso de Graduação Tecnológica a Distância Planejamento E Gestão Para O Desenvolvimento Rural. UFRGS, 2008.

GRAZIANO DA SILVA, J. et al. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: Almeida, J. A et al. (Orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998

GRAZIANO DA SILVA, J. **O Novo Rural Brasileiro**. 2. Ed. Campinas: Unicamp, 1999.

IBGE. Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/censo2010/primeiros_dados_divulgados/index.php?uf=43>

Acesso em: 28 mar. 2010.

LAGE, B. H. G; MILONE, P. C. Fundamentos Econômicos do Turismo. In: **Turismo/teoria e pratica**. Editora Atlas: São Paulo, 1999.

LIMA, I. M. A; MATIAS, M. A cultura no contexto do turismo no espaço rural. In: OLIVEIRA, C.G.S. **Turismo no espaço rural brasileiro**. Anais do congresso Brasileiro de turismo rural. Piracicaba, Fealq, 1999. cap. 103, p.9-235.

MAGGI, E. L. (Coord.); DUARTE, W. B. (Comp.). Corede - Litoral - Conselho Regional de Desenvolvimento: A Integração na Busca do Desenvolvimento Sustentável, Torres, p.99-100, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO SECRETARIA DE POLÍTICAS DE TURISMO- **Diretrizes Para o Desenvolvimento do Turismo Rural Brasil**. 2003–2007

NAVARRO, Z. “**Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro**”. Estudos Avançados USP, 2001. vol. 15, nº 26.

PEDRON, F. A; ALMEIDA, J. A; SOUZA, M. **Avaliação do Planejamento do Turismo Rural no Roteiro Nostra Colonia, Jaguari - RS Turismo**: Revista Científica do Programa de Pós-Graduação em Administração em Turismo, Vale do Itajaí, v. 10, n. 2, p.263-285, maio/ agosto 2008. Disponível em: <www.univali.br/revistaturismo>. Acesso em: 04 jan. 2011.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO PINHAL. Disponível em:

<<http://balneariopinhal.rs.gov.br/cidade/historia>> Acesso em 19 nov.2010.

PROJETUR- Disponível em: <http://www.projetur.com.br/docs/curso_cesmac.pdf> Acesso em: 18 dez. 2010.

SECRETARIA DE TURISMO E LAZER, Balneário Pinhal- RS. Informações referentes ao município. Mensagem recebida por <mluciavasco@gmail.com> 2 de março de 2011.

SOUZA, M; KLEIN, A. L; RODRIGUES, R. G. Turismo Rural: Manual didático – Capítulo 2. Curso de Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://moodleinstitucional.ufrgs.br>>. Acesso em: jan. 2010.

SOUZA, M; KLEIN, A. L. Turismo Rural: Manual didático – Capítulo 4. Curso de Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural na

Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<http://moodleinstitucional.ufrgs.br>>. Acesso em: jan. 2010.

TRIGO, L. G. G. **Turismo e Qualidade**: Tendências contemporâneas. 5ª ed. Campinas: Papyrus, 1999.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas; 1987.

TULIK, O. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

UNIVIAS. Disponível em: <http://univias.blogspot.com/2010_06_01_archive.html>.

Acesso em janeiro de 2011.

ZIMMERMANN, A. **Turismo Rural**: um modelo brasileiro. Florianópolis: Ed. do Autor, 1996.

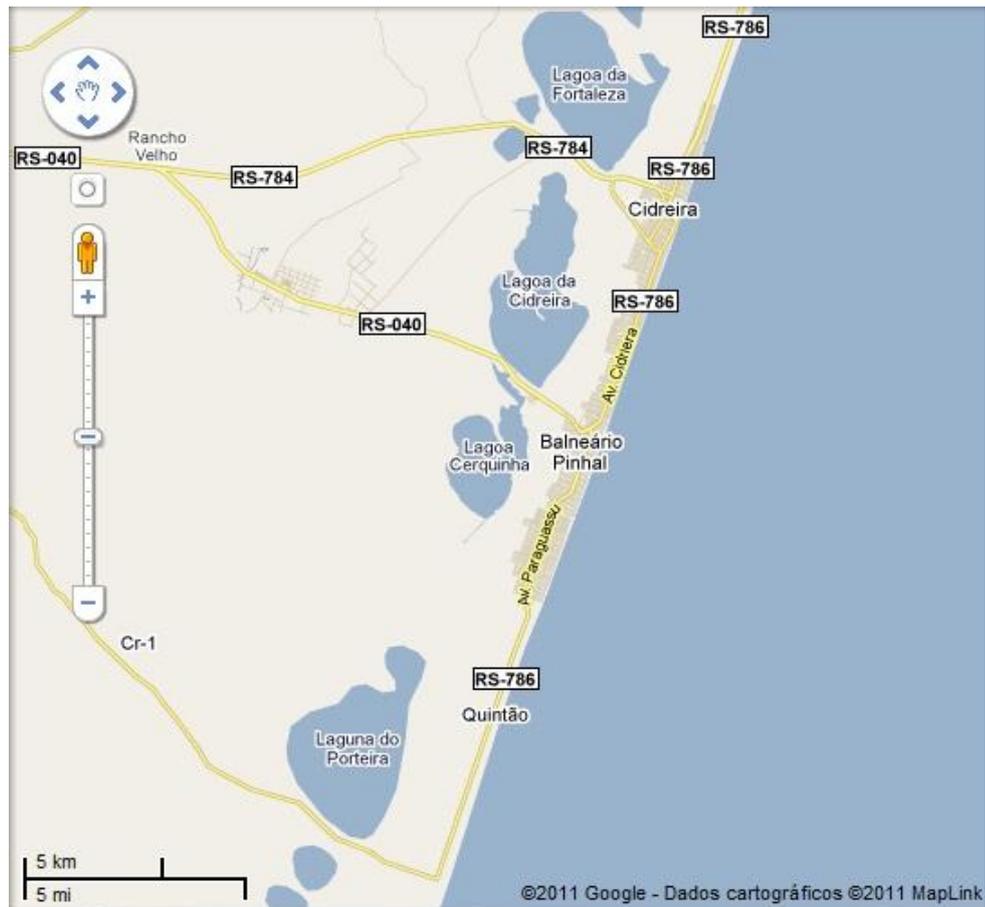
7. ANEXOS

7.1 ANEXO A – ILUSTRAÇÃO DE LOCALIZAÇÃO ⁷



⁷ Fonte: Disponível em <http://www.rotaseroteiros.com.br>. Acesso em janeiro de 2011.

7.2 ANEXO B – MAPA DO MUNICÍPIO DE BALNEÁRIO PINHAL⁸



⁸ Fonte: Disponível em: <http://maps.google.com.br>. Acesso em maio de 2011.

7.3 ANEXO C – IMAGENS DO MUNICÍPIO DE BALNEÁRIO PINHAL



Melinha e Meladinho

Fonte: <http://balneariopinhal.rs.gov.br>. Acesso em maio de 2011.



Veranistas a beira mar

Fonte: <http://balneariopinhal.rs.gov.br>. Acesso em maio de 2011.



Lagoa da Rondinha

Fonte: <http://balneariopinhal.rs.gov.br>. Acesso em maio de 2011.

7.4 ANEXO D – LOGOMARCA DO ROTЕIRO ECOMEL ⁹



⁹ Imagem cedida pela Secretaria de Turismo do Balneário Pinhal.

7.5 ANEXO E - IMAGENS DO ROTEIRO ECOMEL¹⁰



Figura 1 – Foto caminhada à beira mar

Fonte: fotógrafo ambiental do Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.



Figura 2 – Foto Esquidunas/ stadboards

Fonte: fotógrafo ambiental Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.

¹⁰ Imagem cedida pela Secretaria de Turismo do Balneário Pinhal.



Figura 3 – Foto da Vila do Mel - visita ao complexo - Salão Bailes, Escola, Igreja, Casa do Mel, Quiosque.

Fonte: fotógrafo ambiental do Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.



Figura 4 – Foto Reflexão no largo Verde

Fonte: fotógrafo ambiental do Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.



Figura 5 – Foto Vivência com apicultores

Fonte: fotógrafo ambiental do Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.



Figura 6 – Foto da visita ao Túnel Verde para fotos

Fonte: fotógrafo ambiental do Balneário Pinhal – RS, bióloga – consultora SEBRAE / Porto Alegre – RS e consultor SEBRAE / Balneário Pinhal – RS.

**8.1 APÊNDICE A- QUADRO COM DEZ ATIVIDADES DE PLANEJAMENTO
PROPOSTAS POR NUCKOLLS & LONG**

PLANEJAMENTO DA ATIVIDADE	DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL	ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE	DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO TURÍSTICO	MARKETING DO PRODUTO TURÍSTICO
Onde nós estamos hoje?				
1. Reunir Informação	Avaliar a composição do grupo existente. Identificar representantes potenciais que pudessem ou poderiam ser envolvidos.	Identificar tanto os interesses turísticos como não turísticos que podem ser afetados pela proposta de desenvolvimento do turismo. Determinar temas ou preocupações chaves dos vários intervenientes.	Conduzir um inventário e avaliação dos recursos da área do turismo, serviços e infraestrutura. Estimar níveis existentes de uso e projetar capacidade.	Traçar um perfil dos mercados existentes em termos de origem geográfica, demográfica, ciclo de vida das famílias, padrões de gastos, necessidades e interesses.
Onde nós queremos ir?				
2. Identificar valores da comunidade	Membros da organização de turismo expressam valores da comunidade por responder questões relacionadas á qualidade de vida agora e no futuro.	Representantes da comunidade expressam seus valores por responder questões relacionadas á qualidade de vida agora e no futuro.	Valores expressados pela organização de turismo e representantes da comunidade começam a constituir a fundação sob o qual o desenvolvimento futuro do turismo e decisões de alocação de recursos será baseado.	Valores expressos pela organização e turismo e representantes da comunidade começam a constituir a fundação sob o qual decisões futuras de marketing de turismo serão baseadas.
3. Criar uma Visão	Membros da organização de turismo criam uma imagem de como a comunidade deveria olhar, sentir e ser hoje e no futuro.	Representantes da comunidade criam uma imagem de como a comunidade deveria olhar, sentir e ser, hoje e no futuro.	A "história" descritiva sobre o desenvolvimento futuro e a qualidade de vida na comunidade e, além disso, reforçar a fundação e guiar o desenvolvimento do turismo e decisões de alocação de recursos.	A "história" descritiva sobre o desenvolvimento futuro , a qualidade de vida na comunidade, além disso, reforçar a fundação e guiar decisões de marketing do turismo.

<p>4. Identificar Preocupações e oportunidades</p>	<p>Listar, através de um “brainstorming”, as preocupações e oportunidades que os membros das organizações de turismo podem estar enfrentando. Ideias similares são combinadas e reduzidas para refletir aquelas: (1) relacionadas ao turismo e (2) a organização de turismo deveriam lidar.</p>	<p>Listar, através de um “brainstorming”, as preocupações e as oportunidades que os representantes das comunidades podem estar enfrentando. Ideias similares são combinadas e reduzidas para refletir aquelas: (1) relacionadas ao turismo e (2) aquelas que podem ser dirigidas pela organização do turismo ou através das iniciativas de turismo.</p>	<p>As maiores preocupações e oportunidades fornecerão a direção para o desenvolvimento de iniciativas de turismo. Ideias expressadas deveriam ser revisitadas, quanto mais concretas os planos para desenvolver ou realçar atrações turísticas, serviços e infraestrutura estejam sendo considerados.</p>	<p>As preocupações e oportunidades maiores fornecerão a direção para o desenvolvimento de iniciativas de turismo. Ideias expressadas deveriam ser revisitadas quanto mais concretas são os planos para o marketing de recursos e serviços turísticos estão sendo considerados.</p>
<p>5. Desenvolver uma Missão</p>	<p>Membros da organização de turismo articulam seu propósito de existir e determinar quem eles estão servindo. Isso é importante para reconhecer não somente o visitante, mas também as necessidades da comunidade durante esta atividade.</p>	<p>A missão da organização de turismo serve como um veículo para informar para a comunidade sobre os propósitos da existência do grupo.</p>	<p>A missão, junto com os valores, visão, preocupações e oportunidades ajudam a guiar o esforço de desenvolvimento do turismo.</p>	<p>A missão, junto com valores, visão, preocupação e oportunidades ajudam a guiar o esforço de marketing.</p>
<p>Onde nós queremos ir?</p>				
<p>6. Desenvolver Metas</p>	<p>Baseado nos valores, visão, preocupações, oportunidade e missão da organização de turismo, metas relativas a estrutura e administração da organização são desenvolvidas.</p>	<p>Metas relacionadas a educação e envolvimento da comunidade nos esforços de desenvolvimento do turismo são desenvolvidas. Muito provavelmente, metas centrarão em caminhos</p>	<p>Baseado nos valores, visão, preocupações, oportunidades e missão expressadas, as metas para desenvolvimento físico e/ou melhorar os recursos do turismo, serviços de viagem e infraestrutura são desenvolvidas.</p>	<p>Baseado nos planos para o desenvolvimento e/ou melhorias do produto turístico, metas para o marketing turístico são desenvolvidas.</p>

		para envolver o público no processo de planejamento.		
De que maneira nós iremos alcançá-lo?				
7. Desenvolver Objetivos	Membros da organização de turismo desenvolvem ação orientada declarada que propõe como realizar cada meta organizacional. O número de objetivos para cada meta variará dependendo do estágio de desenvolvimento do grupo e da disponibilidade de recursos humanos, físicos e financeiros.	Membros da organização de turismo desenvolvem ação orientada declarada que propõe como realizar cada meta de envolvimento e de educação da comunidade. O número de objetivos para cada meta variará dependendo do nível de interesse e envolvimento da comunidade nas iniciativas de turismo e da disponibilidade de recursos humanos, físicos e financeiros.	Membros da organização de turismo desenvolvem ação orientada declarada que propõe como realizar cada meta de desenvolvimento do produto turístico. O número de objetivos para cada meta variará dependendo do estágio de desenvolvimento da comunidade, a quantidade e qualidade de recursos, serviços e infraestrutura turísticos existentes turismo e da disponibilidade de recursos humanos, físicos e financeiros.	Membros da organização de turismo desenvolvem ação orientada declarada que propõe como realizar cada meta de marketing do produto turístico. O número de objetivos para cada meta variará dependendo na quantidade e qualidade de atividades de marketing turístico existente e da disponibilidade de recursos humanos, físicos e financeiros.
8. Desenvolver Ações	Membros da organização de turismo definem estratégias e táticas as quais delineiam especificamente como cada objetivo de desenvolvimento organizacional será realizado. Isso inclui explorar alternativas de financiamento e assistência técnica identificando oportunidades e atribuindo tarefas.	Membros da organização de turismo definem estratégias e táticas as quais delineiam especificamente como cada objetivo de envolvimento e educação da comunidade será realizado. Isso inclui explorar alternativas de financiamento e assistência técnica identificando oportunidades e atribuindo tarefas	Membros da organização de turismo definem estratégias e táticas as quais delineiam especificamente como cada objetivo de desenvolvimento do produto turístico será realizado. Isso inclui explorar alternativas de financiamento e assistência técnica identificando oportunidades e atribuindo tarefas.	Membros da organização de turismo definem estratégias e táticas as quais delineiam especificamente como cada objetivo de marketing turístico será realizado. Isso inclui explorar alternativas de financiamento e assistência técnica identificando oportunidades e atribuindo tarefas.

Como nós fizemos?				
9. Avaliar o Progresso	Membros da organização fazem uma revisão periódica das atividades e do progresso da organização. Um relatório é escrito e cópias são submetidas a apropriados grupos governantes, agências de financiamento e ao público em geral.	Membros da organização fazem uma revisão periódica do envolvimento de público chave nas atividades. Um relatório é escrito e cópias são submetidas a apropriados grupos de governantes, agências de financiamento e ao público em geral.	Membros da organização fazem uma revisão periódica do desenvolvimento do produto turístico e das atividades de implementação e progresso. Um relatório é escrito e as cópias são submetidas a apropriados grupos governantes, agências de financiamento e ao público em geral.	Membros da organização conduzem uma revisão periódica das atividades e dos progressos do marketing do produto turístico. Um relatório é escrito e cópias são submetidas a apropriados grupos de governantes, agências de financiamento e ao público em geral.
10. Atualizar e Modificar o Plano	Baseados na nova informação ou mudanças nas circunstâncias revisões são feitas no desenvolvimento organizacional.	Baseados na nova informação ou mudanças nas circunstâncias revisões são feitas no plano para o envolvimento da comunidade.	Baseados na nova informação ou mudanças nas circunstâncias revisões são feitas no plano para o desenvolvimento do produto turístico.	Baseados na nova informação ou mudanças nas circunstâncias revisões são feitas no plano para o marketing turístico.

Fonte: Nuckolls & Long (apud Souza e Klein, 2010)

8.2 APÊNDICE B- ATIVIDADES E SERVIÇOS OFERECIDOS PELO ROTEIRO ECOMEL

1 -Café Litorâneo

2 - Breve caminhada na beira do mar- A história da chegada dos colonizadores ao município. Noções da fauna e flora marinha com condutor local de turismo – Visita ao Largo Osso da Baleia e ao monumento.

3 - Saída para as dunas - Atividade de Sandboard ou Esqui dunas (opcional).

4 - Marco das Águas (local do futuro Mirante)

5 - Parada no Lago Verde – Santuário de Santa Rita de Cássia - Padroeira dos Apicultores – Momento de reflexão

6 - Vila do Mel - visita ao complexo - Salão Bailes, Escola, Igreja, Casa do Mel, Quiosque e Vivência com Apicultor.

7 - Casa do Mel - Visita guiada por um apicultor mostrando desde a colheita do mel até o envase.

8 - Túnel Verde – parada para fotos no Túnel Verde e nos monumentos temáticos de sete metros de altura Melinha (abelha) e Meladinho (urso), Mascotes do Município.

9 - Almoço – Restaurante Gabriela – Buffet livre e o prato típico do município Filé de Peixe ao molho de mel, sobremesa Mouse de Mel.

10 - COLMÉIA - Compras artesanato

Duração do roteiro – 4 a 5h.

8.3 APÊNDICE C- INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA:

REPRESENTANTES DA SECRETARIA DE TURISMO DO BALNEÁRIO PINHAL; SEBRAE E
ATORES ENVOLVIDOS NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO IMPLANTAÇÃO DOS ROTEIROS

BLOCO I - DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

1. Data: __/ __/ __
2. Local: _____
3. Nome: _____
4. Empreendimento ou entidade: _____
4. Profissão; Função ou Cargo atual que exerce: _____
5. Exercia esta função na época da implantação do Roteiro? _____

BLOCO II - CARACTERIZAÇÃO DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DO ROTEIRO

6. Como surgiu a ideia de criar o Roteiro ECOMEL?

7. Quem foram os idealizadores do roteiro (atores locais, poder público, setor privado, entidades não governamentais, etc.)? Quais suas funções no processo de formação do roteiro?

8. Como o Roteiro ECOMEL foi planejado (ocorreram reuniões, palestras, contatos com a comunidade sobre o projeto)?

9. Foi realizado um diagnóstico da região/ localidade para a implantação do roteiro?

10. Qual (is) o(s) objetivo(s) da implantação do Roteiro ECOMEL?

11. Quais foram as fontes de recursos (financiamento e apoio de projetos públicos) e o suporte institucional (assistência técnica) recebidos para a formação e implantação do roteiro?

12. O Roteiro tinha metas a alcançar em termos de visitação?

13. Como foi planejada a propaganda e o marketing do roteiro?

14. Qual o tipo de público que Roteiro ECOMEL pretendia atingir quando foi criado?

15. Participou do planejamento e da implantação? Qual tipo de participação (reuniões, consulta, elaboração do projeto, etc.)?

16. Quais as motivações para a participação no roteiro turístico?

17. Teve treinamento para participar da atividade? (condutor, guia e empreendedor)

BLOCO III - SITUAÇÃO ATUAL DO ROTEIRO ECOMEL

18. O objetivo esperado na época da implantação do Roteiro ECOMEL foi alcançado?

19. Existe algum projeto para ampliar o roteiro?

20. Existe algum tipo de avaliação do desenvolvimento das atividades após a implantação do roteiro?
