

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
ADILSON DA CUNHA BATISTA**

**PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DO TURISMO DE AVENTURA NO  
MUNICÍPIO DE TIBAGI-PR**

**CURITIBA  
2013**

**ADILSON DA CUNHA BATISTA**

**PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DO TURISMO DE AVENTURA NO  
MUNICÍPIO DE TIBAGI-PR**

Trabalho de graduação apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II, Curso de Turismo, do Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Deise M<sup>a</sup> Fernandes Bezerra.

**CURITIBA  
2013**

**À Minha família que é a razão de minha existência.**

## **AGRADECIMENTOS.**

Primeiramente agradeço a Deus e a minha família por terem me dado forças para enfrentar todas as batalhas que a vida me impôs.

Agradeço imensamente a minha Professora Orientadora Deise Maria Fernandes Bezerra por ter me auxiliado neste desafio, por ter tido paciência e me orientado neste caminho. Além de ser também um dos maiores exemplos de profissional dedicada ao turismo que já conheci.

À Professora Laura Alice Rinaldi Camargo e ao Evandro Pinheiro pelo apoio, dedicação e contribuição para este trabalho.

À Thayana Liz Nogueira Becker pelo companheirismo e motivação perante todos os desafios.

À todos os amigos e apoiadores que sempre foram essenciais para que eu nunca desistisse e superasse as dificuldades.

E para finalizar muito obrigado a todas as pessoas da Universidade Federal do Paraná, em especial do Curso de Turismo, aos integrantes da extinta Secretaria de Estado de Turismo do Paraná e todo o Povo de Tibagi PR. Graças a todos vocês chego ao fim desta saga com o dever cumprido. Muito obrigado.

## RESUMO

Com o objetivo de avaliar as ações adotadas e previstas para o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi, Paraná, levando em consideração as atividades turísticas já realizadas e o grande potencial de crescimento deste segmento no município, o presente trabalho utilizou pesquisas bibliográficas sobre os temas: Turismo oferta e demanda, planejamento e gestão do turismo, segmentação e turismo de aventura em Tibagi, Paraná. Foram também realizadas pesquisas documentais e de campo com aplicação de entrevistas estruturadas com instituições e empreendedores locais atuantes no Turismo de Aventura. Com isso foi possível perceber o bom nível de desenvolvimento do turismo no município e mais especificamente do Turismo de Aventura. A partir disto foi proposto um programa de Qualificação para o Turismo de Aventura em Tibagi, Paraná, com o intuito de rejuvenescer os produtos locais e auxiliar no planejamento desse segmento no município, baseado na segurança e na qualidade das Atividades de Turismo de Aventura em Tibagi.

Palavras-Chave: Planejamento turístico. Segmentação. Turismo de aventura. Segurança. Qualidade.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| FIGURA 1 - INTERAÇÃO DO MERCADO TURÍSTICO .....                               | 13 |
| FIGURA 2 - ATIVIDADES DE TERRA .....  | 22 |
| FIGURA 3 - ATIVIDADES DE AR .....   | 23 |
| FIGURA 4 - ATIVIDADES DE ÁGUA .....   | 23 |
| QUADRO 1 - NORMAS TÉCNICAS DO TURISMO DE AVENTURA<br>BRASILEIRO .....         | 26 |
| FIGURA 5 - NÍVEL DE DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS DOS<br>CAMPOS GERAIS ..... | 28 |
| FIGURA 6 - <i>RAFITING</i> RIO TIBAGI .....                                   | 32 |
| FIGURA 7 - ATIVIDADES DE TÉCNICAS VERTICAIS EM TIBAGI-PR PR<br>.....          | 33 |
| FIGURA 8 - TURISMO EQUESTRE.....  | 34 |
| FIGURA 9 - CAMINHADA .....  | 35 |
| FIGURA 10 - MAPA TURÍSTICO DE TIBAGI .....                                    | 35 |
| QUADRO 2 - INSTITUIÇÕES QUE INFLUENCIAM NO SEGMENTO<br>.....                  | 45 |
| QUADRO 3 - ANÁLISE SWOT DO TURISMO DE AVENTURA DE TIBAGI-PR<br>.....          | 52 |
| QUADRO 4 - CRONOGRAMA E RECURSOS 1ª ETAPA<br>.....                            | 59 |
| FIGURA 11 - VISITAÇÃO DOS PARQUES PARANAENSES<br>.....                        | 60 |
| QUADRO 5 - CRONOGRAMA E RECURSOS 2ª ETAPA<br>.....                            | 62 |
| QUADRO: 6 - CRONOGRAMA E RECURSOS 3ª ETAPA<br>.....                           | 63 |
| QUADRO: 7 - TOTAL DE RECURSOS<br>.....  | 64 |

## LISTA DE SIGLAS

ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura.

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas.

COMUTTI - Conselho Municipal de Turismo de Tibagi-PR

EMATER - Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural

IAP - Instituto Ambiental do Paraná

MTUR - Ministério do Turismo

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SESC - Serviço Social do Comércio

SETU - Secretaria de Estado do Turismo

SETUR - Secretaria Municipal de Turismo de Tibagi-PR.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....  | <b>09</b> |
| <b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....                                 | <b>11</b> |
| 2.1 TURISMO, OFERTA E DEMANDA .....                                  | 11        |
| 2.2 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO NA GESTÃO DO TURISMO .....            | 15        |
| 2.3 SEGMENTAÇÃO DO TURISMO E O TURISMO DE AVENTURA .....             | 18        |
| 2.4 TURISMO DE AVENTURA EM TIBAGI-PR .....                           | 26        |
| 2.4.1 Região dos Campos Gerais .....                                 | 26        |
| 2.4.2 Turismo de Aventura em Tibagi-PR .....                         | 28        |
| <b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....                           | <b>36</b> |
| 3.1 TIPOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....                               | 36        |
| 3.2 COLETA DE DADOS .....  | 38        |
| 3.2.1 Construção de instrumentos de coleta .....                     | 38        |
| 3.2.2 Tabulação e interpretação dos dados .....                      | 39        |
| <b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA</b> .....                    | <b>40</b> |
| 4.1 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS.....                                 | 40        |
| 4.1.1 Análise Documental.....  | 40        |
| 4.1.2 Resultado das entrevistas .....                                | 43        |
| 4.1.2.1 Instituições .....   | 43        |
| 4.1.2.2 Atrativos .....  | 46        |
| 4.1.2.3 Agências Operadoras.....                                     | 48        |
| 4.1.2.4 Análise SWOT.....  | 51        |
| 4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....                    | 53        |
| <b>5 PROJETO</b> .....   | <b>55</b> |
| 5.1 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO .....                           | 55        |
| 5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO .....                                       | 56        |
| 5.2.1 Sensibilizando e organizando a aventura.....                   | 56        |
| 5.2.1.1 Descritivo das ações .....                                   | 56        |
| 5.2.1.2 Cronograma e recursos.....                                   | 59        |
| 5.2.2 Aumentando, diversificando e qualificando a oferta .....       | 62        |
| 5.2.3 Descritivo das ações .....                                     | 62        |
| 5.2.3.1 Marketing de Tibagi como destino do Turismo de Aventura..... | 62        |
| 5.2.3.2 Descritivo das ações .....                                   | 63        |
| 5.3 TOTAL DE RECURSOS.....   | 63        |
| 5.4 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO.....                        | 64        |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....                                  | <b>65</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O segmento Turismo de Aventura vem obtendo crescimento bastante expressivo no Brasil nas últimas décadas. Mas esse crescimento acelerado faz com que a oferta precise se estruturar e buscar melhores níveis de profissionalismo, qualidade e sustentabilidade para atender as necessidades desta demanda. (FARAH 2005).

Para buscarmos sustentabilidade nas atividades turísticas deste segmento é essencial um bom planejamento. De acordo com (FARAH 2005 P. 26) “são necessárias ações governamentais em parceria com o mercado e praticantes para se desenvolverem de forma sustentável e segura”.

Este trabalho foi baseado na análise do planejamento turístico do município de Tibagi-PR com maior ênfase do Turismo de Aventura, tendo como foco de pesquisa o mercado e as instituições atuantes neste segmento.

De acordo com a Secretaria Municipal de Turismo, o município é considerado a capital estadual de esportes de aventura e vem estruturando e comercializando várias atividades de turismo de aventura em contato com a natureza. O que demonstra existir grande potencial para o desenvolvimento de produtos seguros e com qualidade SETUR (2013).

Descobrir que ações estão sendo desenvolvidas ou previstas pelas organizações públicas e privadas atuantes no turismo de aventura em Tibagi-PR, para que este segmento se desenvolva de maneira sustentável, é fundamental, pois serve como diagnóstico para subsidiar o planejamento e a gestão do turismo local e regional.

Este e outros estudos na área de turismo, tendo em vista que são raros os existentes sobre o município, contribuem no processo de planejamento e gestão das atividades turísticas locais. As pesquisas servem como base de apoio no processo de tomada de decisão, em um processo contínuo de gestão que deve ser sempre revisto e aperfeiçoado.

Justifica-se orientar o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi-PR, pois, apesar de o município possuir um imenso potencial para o desenvolvimento deste segmento e já contar com a prática de esportes de aventura, ainda não possui uma boa estruturação de oferta voltada a este segmento e

necessita de melhores estratégias para atrair demanda específica. Além disso, por suas características de formação físico-geográficas, e proximidade com grandes centros emissores de turistas, como Curitiba e o Estado de São Paulo, o município já tem um diferencial competitivo com o potencial de crescimento turístico e deve então adotar critérios que venham a favorecer o crescimento do turismo de aventura seguro e pautado na sustentabilidade.

Este trabalho, intitulado **“Programa de Qualificação do Turismo de Aventura no Município de Tibagi-Pr”**, partiu da identificação do seguinte problema de pesquisa: “Quais ações vem sendo realizadas no município de Tibagi -PR, para o desenvolvimento do Turismo de Aventura?”, apresentando como hipóteses: “O Turismo de Aventura pode ser melhor desenvolvido no município, tendo em consideração suas características físico-geográficas, apropriadas para atividades de Turismo de Aventura nas modalidades terra, água e ar” e também, “O planejamento e a gestão do turismo de aventura do município não tem sido conduzidos para que este se torne referência nacional neste segmento”.

O objetivo geral foi identificar e analisar as ações adotadas ou previstas para o desenvolvimento do turismo de aventura no município. E como objetivos específicos: analisar o planejamento turístico municipal nos últimos cinco anos e sua execução; analisar oferta e demanda para o desenvolvimento do segmento de Turismo de Aventura no município; identificar organizações públicas e privadas que atuam no segmento; e, analisar os aspectos legais no desenvolvimento do segmento.

Para melhor condução e entendimento deste trabalho de conclusão de curso, além desta parte introdutória que apresenta a temática e os objetivos a serem alcançados, tem-se a revisão de literatura, onde analisou-se a bibliografia existente sobre os temas abordados, bem como trabalhos anteriores sobre o objeto de estudo proposto, abordando Turismo Oferta e Demanda; Planejamento e Gestão do Turismo; Segmentação do Turismo e o Turismo de Aventura, e como este se desenvolve em Tibagi-PR. Em seguida são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização das pesquisas, seguido da análise dos resultados alcançados e por fim, o projeto proposto e as considerações finais.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Trata-se neste item sobre a discussão teórica acerca do objeto de estudo e do tema, correlata ao eixo temático escolhido, visando embasar a construção do conhecimento.

Consiste na análise da situação atual do conhecimento mediante a revisão da literatura existente, buscando-se pesquisas similares sobre o tema, conceitos, explicações e modelos teóricos existentes com o objetivo de situar o estudo no contexto geral do conhecimento (DENCKER, 1998).

Dessa forma, optou-se em dividir em cinco grandes tópicos: Turismo Oferta e Demanda; Planejamento e Gestão do Turismo; Segmentação do Turismo; Turismo de Aventura e por fim Turismo de Aventura em Tibagi.

### **2.1 TURISMO, OFERTA E DEMANDA**

O Turismo é por excelência uma atividade humana que engloba, a relações entre o sujeito, no caso o turista; o núcleo receptor, que seria o local visitado; o emissor de onde o turista partiu e a comunidade local. Estas relações por sua grande abrangência são estudadas como um sistema, em que se analisam as partes e suas relações, sendo o todo maior do que a soma de suas partes, pois todos os seus elementos estão interligados e assim sempre produzindo novos elementos. Caracterizando então, o Turismo como um sistema aberto. (BENI,2002; BOULLÓN, 2002 )

O Turismo esta atualmente entre as atividades econômicas mais evidentes e com altos índices de crescimento e desenvolvimento. Contribui também para estreitar distâncias e para um aumento da consciência global e difusão de culturas, através das relações humanas que são fundamentais para sua existência. (DIAS, 2003).

Sobre as linhas de estudo do turismo (BENI, 2002) diz que pode se definir em três linhas: a primeira diz respeito a oferta turística; a segunda trata das relações desta com a demanda e a terceira trabalha com as definições de quem é o turista e o que é Turismo propriamente dito.

Já (MONTEJANO, 2011) coloca que a área da economia que estuda a oferta de produtos e serviços turísticos, bem como sua relação com a demanda, interessada em consumir estes produtos e serviços, se configura como mercado turístico.

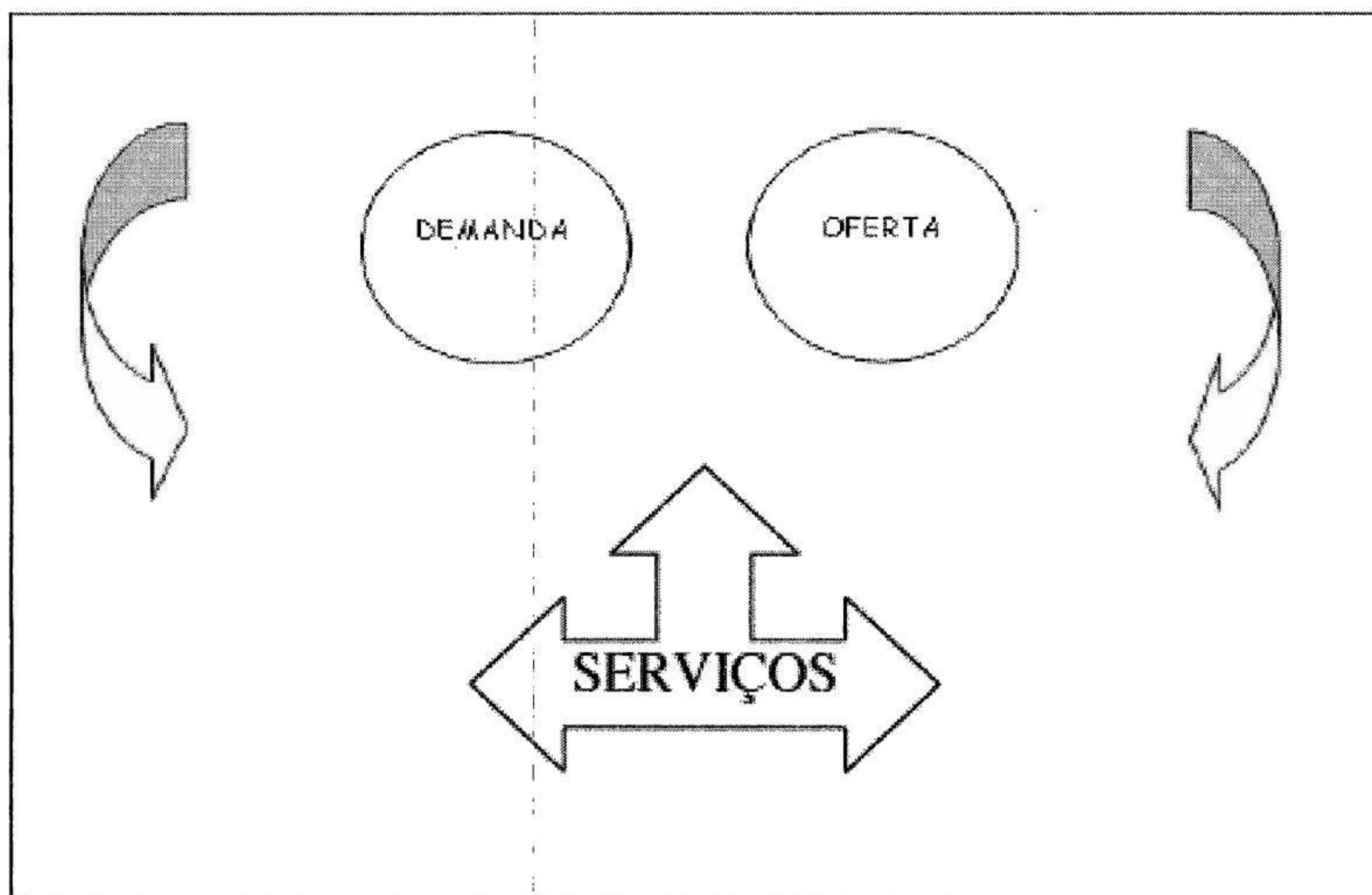


FIGURA 1- INTERAÇÃO DO MERCADO TURÍSTICO  
FONTE: Soares (2007).

Analisando então, a iniciativa privada como protagonista em atuação no mercado turístico, vemos que:

“Sendo implementado pela iniciativa privada, o turismo tem no momento da venda um passo fundamental e se não for cumprido acertadamente, pode prejudicar ou mesmo bloquear o funcionamento do resto do sistema, ainda que todas as outras partes estejam bem desenhadas” (BOULLÓN, 2002 p.44)

Para este autor o turismo pode ser representado pelo sistema oferta demanda. Onde a oferta é caracterizada pelos bens e serviços efetivamente estruturados e comercializados, por um determinado preço. Ou seja, o produto turístico é consumido ou disponibilizado atendendo aos anseios da demanda. Ao se disponibilizar esta oferta ao turista, estamos formando o mercado turístico.

Sobre esse ponto de vista (MONTEJANO, 2011), acrescenta que estes produtos e serviços estão sujeitos a uma análise de qualidade, visto que irão competir com outros produtos turísticos de outros destinos em busca da demanda, que lhes possibilite rentabilidade. Outros tipos de benefícios que não são diretamente medidos por resultados econômicos, também estão presentes neste processo.

Como aqui estamos trabalhando com a idéia da busca pela demanda, utilizada pelos divulgadores dos produtos e destinos turísticos, utilizamos o conceito de posicionamento competitivo de (PETROCCHI, 2004), em que a estruturação da oferta e a construção da imagem do destino são fundamentais para que o turista, ao planejar sua viagem possa ter em mente o destino e seus produtos e serviços turísticos. O autor considera também que os destinos já são consideráveis como distintos pelos seus aspectos geográficos e socioculturais e pode ser interessante para os mesmos definirem seu posicionamento no mercado turístico, oferecendo produtos específicos para cada segmento. Resumindo, é como se o destino segmentasse sua oferta para também atender de maneira diferenciada e exclusiva a cada subgrupo de sua demanda que atrai ou visa atrair.

É importante se atentar para isto, pois no Brasil diversos produtos e roteiros são estruturados todos os anos. Mas muitos não são devidamente comercializados, principalmente os de base local ou criados por pequenos empreendedores que geralmente desconhecem técnicas de divulgação, comercialização e venda. Em muitos casos, apenas resolvem investir no turismo como uma possibilidade de aumento de renda, mas sem conhecer ao certo os desafios do setor acabam ficando sem investimentos e gestão eficaz e acabam sendo desestruturados.

No caso, ao buscarmos uma boa estruturação da oferta se faz importante levar em consideração a efetividade de comercialização, e evitar a criação produtos que não sejam realmente consumíveis, pois isso leva a um grande desperdício de tempo e recursos. E para a criação de produtos turísticos de qualidade é fundamental o conhecimento da demanda, suas necessidades, e também das necessidades latentes, pois através de boas ações de marketing o destino pode despertar nos turistas necessidades e perspectivas, que eles próprios não haviam percebido e assim criar novos nichos de mercado. Estes por sua vez são uma

divisão da segmentação da demanda em grupos ainda menores, com hábitos ou predisposição para consumo semelhantes.

O profissionalismo é extremamente necessário na concepção, estruturação e comercialização de produtos turísticos. Pois produtos criados por pessoas capacitadas, tem muito mais chances de se solidificarem e alcançar a maturidade, que por sua vez leva a bons resultados econômicos e sociais.

Em relação à demanda, segundo (BOULLÓN, 2002), ao se analisar um município, que atue na área do turismo, devemos levar em consideração a demanda real. Aquela que reflete a quantidade de turistas que realmente o município consegue atrair, com intuito de consumir seus produtos e serviços turísticos. A outra demanda que deve ser levada em consideração no planejamento segundo o mesmo autor é a demanda potencial, formada por pessoas que ainda não tiveram acesso aos produtos e serviços turísticos do destino em questão, mas tem perfil compatível com o que se esta sendo ofertado pelo município.

Ainda sobre a demanda potencial podemos dizer que ao se planejar podemos criar produtos e serviços definindo um perfil de turistas que o destino visa atender. (MONTEJANO, 2011), mostra que cada vez mais a demanda tem sido extremamente segmentada. Pelas suas motivações e necessidades, vem sendo condicionada por características gerais e ainda pelo tipo de atividade turística que praticam. Aqui no caso podemos dizer que no turismo, a demanda é segmentada pelos hábitos de consumo turístico que demonstra.

O foco do mercado, no entanto, tem sido os nichos, onde é necessário estudos muito mais específicos, em grupos de pessoas menores e em constante transformação de hábitos de consumo, extremamente influenciáveis pela globalização e comportamento da economia.

A análise do mercado turístico, é uma importante ferramenta para o controle das atividades e manutenção da qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos turistas. E também se faz essencial para um melhor conhecimento da demanda do destino. Ou mesmo serve de base para a definição da demanda que o destino turístico quer atingir. Esse conhecimento sobre mercado é ponto inicial para as ações de planejamento do turismo local.

## 2.2 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO NA GESTÃO DO TURISMO

O planejamento é fundamental para o processo de tomada de decisões e elaboração de políticas. Uma vez que estas envolvem decisões sistemáticas e coletivas, que devem delinear os rumos que o setor deve seguir e por fim propor um conjunto de ações voltadas para alcançar os objetivos delimitados coletivamente. (HALL, 1992)

Mesmo nos municípios, existe a necessidade de um bom planejamento das atividades turísticas. Para que estas alcancem desenvolvimento satisfatório para todos os envolvidos direta ou indiretamente com o turismo. “O planejamento é um importante instrumento de ação do governo em todos os níveis para promover o desenvolvimento em bases sustentáveis.” (DIAS, 2002 p.13).

Para um bom ordenamento das atividades turísticas se faz importante a participação no processo de planejamento, dos principais envolvidos com o setor entre estes a comunidade receptora, órgãos públicos, empresários e demais organizações que tenham relação com o turismo.

Ao planejar se delimita os rumos que a atividade deverá tomar com um objetivo final. Deve se documentar além de onde a atividade deve chegar, o como vai chegar e que recursos serão necessários para que os objetivos sejam atendidos. Também se faz importante determinar o tempo necessário para cada etapa do planejamento e finalmente mecanismos de controle e monitoramento.

Já a problemática ambiental, traz a tona de forma nova as metáforas espaciais, que descortinam a importância do espaço, da natureza, do ambiente, e da paisagem. Portanto é preciso considerar a questão da sustentabilidade na produção socioespacial onde se insere a atividade turística” (RODRIGUES, 2002 P. 42)

Sendo assim, fica evidente que o poder público deve concentrar esforços para fomentar as atividades turísticas, para que estas gerem divisas, empregos e contribuam para o bem estar da população. Investimentos em infraestrutura, e estrutura de apoio ao turismo, auxiliam na estruturação de uma oferta de produtos e serviços turísticos de qualidade que por sua vez melhoram a qualidade da experiência da visita. Também é função do governo reger a organização territorial do turismo, através de projetos de zoneamento adequados, e ainda a

estruturação e o monitoramento da legislação ligada direta ou indiretamente ao turismo.

Na esfera municipal assim como acontece nas demais, o turismo é apenas um dos setores que deve receber apoio do poder público, sendo assim deve acontecer em harmonia com os demais serviços locais. Uma integração em busca do bem comum.

A criação da política de turismo é um passo extremamente importante para o desenvolvimento turístico sustentável e adequado à realidade em que o destino turístico está inserido. Auxilia na orientação e condução do setor, além de regular e o funcionamento do planejamento como um todo.

Em termos gerais (PETROCCHI, 2008) ressalta, que pelo fato de o turismo impactar na economia, nos espaços físicos e na vida cultural das pessoas e do destino turístico como um todo, a política se apresenta como um meio para que se administre as conseqüências dos impactos tanto positivos como negativos causados pelas atividades turísticas. Acrescenta ainda que o turismo deve ser planejado pautado nos princípios de sustentabilidade. Buscando equilíbrio entre a satisfação da demanda, o aproveitamento adequado da oferta e o bem estar da comunidade receptora. Da política surgem os planos, programas e projetos que são utilizados para nortear o desenvolvimento (BENI, 2002).

Para se definir os rumos da atividade turística em uma localidade precisamos começar por um diagnóstico da situação atual do município, procurando conhecer inicialmente quem são os envolvidos com o turismo. Posteriormente fazer levantamentos do que já foi feito para o setor e quais as potencialidades a serem desenvolvidas, perceber os pontos fortes e fracos e as oportunidades de melhora para o setor. E então a partir disso traçar os panoramas a serem alcançados, construindo instrumentos de planejamento como programas, planos e projetos de maneira participativa.

Segundo (VALLS, 2006) podemos definir o planejamento de um destino como instrumento que define as condições gerais para o desenvolvimento, com vistas a uma adequada utilização dos espaços e com prazos adequados para se atingir de maneira sustentável aos objetivos traçados. Outros fatores importantes são: a identificação do mercado em que se encontra inserido, e das vantagens competitivas perante outros destinos turísticos. A definição das políticas e atuações devem

contemplar todas as etapas entre o planejamento e os resultados; desenvolvimento de instrumentos de gestão, desenvolvimento e controle, além de contar com a presença de agentes públicos e privados, dedicados a alcançar consenso e cumprir todas as etapas desse processo de planejamento.

Levando em consideração as organizações que são responsáveis pelo planejamento e ordenamento das atividades turísticas, para (Dias, 2002) cabe aos municípios, com respaldo e auxílio das outras esferas de governo assumir e intervir decisivamente para obter a melhoria da qualidade de vida de sua população. Segundo este autor através de medidas tomadas em âmbito local um município poderá atrair investimentos e utilizar para buscar benefícios das atividades turísticas voltadas para o bem estar de sua população. Acrescenta ainda, que há uma tendência na área do turismo em integrar empresários, administração pública e comunidade de modo geral na elaboração de diretrizes que buscam o desenvolvimento de turismo sustentável local.

Para que esse desenvolvimento seja realmente sustentável é importante que as atividades turísticas sejam monitoradas. A superestrutura responsável por controlar o desenvolvimento das atividades turísticas é composta pela: “ (...) política oficial de turismo e sua ordenação jurídico administrativa que se manifesta no conjunto de medidas de organização e de promoção dos órgãos e instrumentos e estratégias governamentais que interferem no setor” (BENI , 2002 p.99).

Em nível municipal é importante que o órgão oficial de turismo e o conselho local de turismo, (que visa reunir todos os interessados no desenvolvimento das atividades turísticas), estejam alinhados para que o turismo possa seguir por um caminho adequado à realidade local. Outro fator importante é criar grupos locais de discussão, como por exemplo, de diretrizes para o desenvolvimento de um segmento específico. E aproximando mais ainda do tema do presente trabalho, o conselho municipal junto com as demais organizações turísticas envolvidas é o principal responsável pelo desenvolvimento do turismo de aventura no município ou localidade. Por ele devem passar os projetos e legislações aplicáveis aos segmentos.

Decisões tomadas dentro de grupos de discussão é que devem formar a base do planejamento dos segmentos, buscando a sustentabilidade de suas atividades.

A partir de um planejamento de qualidade é que os destinos, segmentos, produtos e serviços turísticos, que estão bem estruturados passam para o nível de desenvolvimento de estratégias de marketing, divulgação e comercialização.

### **2.3 SEGMENTAÇÃO DO TURISMO E O TURISMO DE AVENTURA**

Os produtos e serviços turísticos devem ser apresentados, de maneira que venham a suprir necessidades dos turistas, ou então criar novas possibilidades de satisfação de necessidades que estes ainda não tenham percebido. Ou seja, através de boas ações de marketing novas necessidades são criadas. A segmentação vem para auxiliar neste processo uma vez que, segmentando a oferta é possível cada vez mais se aproximar dos desejos e necessidades dos turistas. Através dessas informações é possível estruturar produtos serviços turísticos que ofereçam realmente o que os turistas buscam. E além disso despertar neles novas necessidades de consumo. (MONTEJANO, 2011).

Em se tratando de um destino turístico, levamos em consideração o que (PETROCCHI, 2008) ressalta como importância fundamental do marketing no destino. Para este autor, o marketing auxilia na busca pela prosperidade. Mas uma prosperidade voltada para a coletividade. Deve gerar desenvolvimento econômico e ações comerciais eficazes, sempre melhorando o diferencial competitivo do destino, frente aos tipos de demanda trabalhados.

O turista interage com o destino visitado, afetando este de alguma forma. Por isso é preciso considerar os impactos econômicos, socioculturais e o espaço físico onde ocorre o turismo. Essa preocupação conduz ao conceito de turismo sustentável, que se impõe como premissa do planejamento de marketing e se constitui na busca das sustentabilidades econômica, ecológica e socioculturais. (PETROCCHI, 2004, P 33).

Essas premissas apresentadas pelo autor nos fazem ver o marketing mais distante da idéia de comercialização, divulgação, e venda, pois outros quesitos devem ser analisados por planejadores da área de marketing aplicado ao turismo. O marketing deve seguir na mesma direção de busca da sustentabilidade, das outras etapas do planejamento turístico e não pode ser feito de maneira isolada.

“Destinos são lugares nos quais as pessoas vivem, trabalham e se divertem. Se temos intenções sérias em tornar estes lugares sustentáveis devemos tratar como conjunto complexos de relacionamentos e redes como são.” (HALL, 2003)

Considerando que a demanda tem sido intensamente segmentada, e que isto também acontece com a oferta do turismo brasileiro. Utilizamos o conceito de segmentação como sendo dividir em partes com características comuns.

A oferta pode ser estabelecida por elementos de identidade e características singulares que são agrupadas formando atrativos, roteiros e produtos turísticos. Fica evidente então que a segmentação surgiu como uma estratégia para organização do planejamento, gestão e mercado turístico. (MTUR, 2008)

Entre os diversos segmentos de turismo no Brasil, o Turismo de Aventura tem obtido altas taxas de crescimento, a partir do início de sua comercialização por volta do início da década de 1990. (FARAH 2005).

A palavra aventura pode significar imaginação, emoção, adrenalina, conquista terror, medo, entre outras características. Mas isto é apenas uma tentativa de se descobrir as qualidades essenciais da aventura, que são bastante atuantes no imaginário dos praticantes deste tipo de atividade. Principalmente daqueles que anseiam por sua prática.

Vale destacar aqui alguns pontos fundamentais de atividades de aventura:

- Resultados incertos: apesar de se ter uma noção do que pode acontecer;
- Perigo ou risco intrínseco;
- Desafio como grande motivador;
- Novidade, entusiasmo e descoberta;
- Atenção e concentração;
- Emoções contrastantes.

Sendo então uma busca voluntária, por desafios, onde podemos descobrir ou adquirir algo valioso através desta experiência. (SWARBROOKE, *et al.* 2003).

Já o Turismo de Aventura, tem características peculiares que acabam lhe conferindo aspectos de produtos e serviços ligados ao turismo. Sendo assim deve sempre haver uma busca pela segurança e profissionalismo em sua prática. O Turismo de Aventura trabalha com sensações e emoções de clientes, e deve sempre oferecer qualidade para atender as expectativas de quem contrata esses serviços.

Nos Estados Unidos o Turismo de Aventura é visto como:

Uma ampla variedade de atividades turísticas de aventura, geralmente comercializadas, envolvendo interação com o meio natural, contendo elementos de risco em que o resultado é influenciado pelo participante, pelo local e pela gestão profissional da experiência dos turistas. (READ, 1980 apud FARAH, 2005 p.27)

No Brasil: “Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (MTUR, 2008 p.15).

O Turismo de Aventura pode ser praticado em vários tipos de espaço, entre eles natural, rural e urbano. É importante se destacar que há no segmento Turismo de Aventura muito dos princípios que são inerentes ao Ecoturismo. Visto que estes dois segmentos tem características muito parecidas. Mas o que faz com que o Ecoturismo se distancie do Turismo de Aventura é o fato de ser muito mais contemplativo e buscar uma maior inserção do homem e um tempo maior em contato com o meio ambiente. Todavia estes segmentos tem pontos muito comuns como por exemplo, a busca pela conservação do patrimônio e da sustentabilidade.

Ao se planejar atividades de Turismo de Aventura, tem sido essencial considerar, que as atividades deste segmento envolvem certo risco, mesmo que este seja calculado e administrado. O resultado final destas atividades sofre interferências pelas ações e comportamento dos praticantes, e sendo assim se faz necessária uma gestão e qualificação constante em relação a segurança e qualidade, desde o processo da compra até a operação propriamente dita.

Por se tratar um produto turístico deve haver uma gestão para se minimizar os riscos, oferecendo segurança e adotando um caráter recreativo, distante da idéia de competição, para que não se tornem modalidades esportivas e sejam experiências marcantes e agradáveis para quem esta praticando. (FARAH 2005, MTUR 2008, ABETA 2011).

O seu objetivo final deve ser, oportunizar ao turista uma experiência significativa. Valorizando a interação com o meio em que se encontra, e ainda agregar valor e propiciar momentos, que façam com que estes percebam que suas expectativas tenham sido atendidas ou mesmo superadas.

No que diz respeito aos destinos, o Brasil possui uma oferta variada para o turismo de aventura. Alguns deles são consolidados e reconhecidos, é o caso de Brotas-SP. Localizada em posição estratégica, no centro do estado

de São Paulo, Brotas possui uma beleza paisagística notável e uma biodiversidade considerável. Além disso, a prefeitura atenta para a importância da atividade e junto com a iniciativa privada e a comunidade local, planeja e organiza a atividade turística. (SOARES, 2007 p.35).

Foi de extrema importância para o município de Brotas, a parceria entre a Prefeitura e o Conselho Municipal de Turismo. O apoio do Prefeito deu suporte para que as operadoras conseguissem transformar as recomendações em leis municipais que passaram a reger o desenvolvimento do Turismo de Aventura de Brotas. Outro ponto importante foi o fato de os operadores serem bastante conscientes, buscando segurança, regulamentação e ordenação no segmento. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

Para o Ministério do Turismo as atividades de Turismo de Aventura podem ser classificadas em três grandes grupos nas modalidades terra, água e ar conforme figuras a seguir:

| Atividade   | Descrição  |
|---|--|
| Arvorismo   | Locomoção por percurso em altura instalado em árvores ou em outras estruturas.   |
| Bungee jump                                       | Atividade em que uma pessoa se desloca em queda livre, limitada pelo amortecimento mediante a conexão a um elástico. O elástico é desenvolvido especificamente para a atividade.                               |
| Cachoeirismo                                      | Descida em quedas d'água, seguindo ou não o curso d'água, utilizando técnicas verticais.   |
| Canionismo  | Descida em cursos d'água, usualmente em cânions, sem embarcação, com transposição de obstáculos aquáticos ou verticais. O curso d'água pode ser intermitente.  |
| Caminhada   | Percurso a pé em itinerário predefinido.   |
| Caminhada (sem pernoite)                          | Caminhada de um dia. Também conhecida por <i>hiking</i> .  |
| Caminhada de longo curso                          | Caminhada em ambientes naturais, que envolve pernoite. O pernoite pode ser realizado em locais diversos, como acampamentos, pousadas, fazendas, bivaques, entre outros. Também conhecida por <i>trekking</i> . |
| Cavalgadas  | Percurso em vias convencionais e não convencionais em montaria, também tratadas de Turismo Equestre.   |
| Cicloturismo                                      | Atividade de turismo que tem como elemento principal a realização de percursos com o uso de bicicleta, que pode envolver pernoite.   |
| Espeleoturismo                                    | Atividades desenvolvidas em cavernas, oferecidas comercialmente, em caráter recreativo e de finalidade turística.  |
| Espeleoturismo vertical                           | Espeleoturismo de Aventura que utiliza técnicas verticais. <sup>7</sup>  |
| Escalada  | Ascensão de montanhas, paredes ou blocos rochosos, com aplicação de técnicas e utilização de equipamentos específicos.   |
| Montanhismo                                       | Atividade de caminhada ou escalada praticada em ambiente de montanha.  |
| Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues | Atividade de turismo que tem como elemento principal a realização de percursos em vias não-convencionais com veículos automotores. O percurso pode incluir trechos em vias convencionais.                      |
| Tirolesa  | Produto que a atividade principal é o deslizamento do cliente em uma linha aérea ligando dois pontos afastados na horizontal ou em desnível, utilizando procedimentos e equipamentos específicos.              |

FIGURA 2 - ATIVIDADES DE TERRA  
FONTE: Ministério do Turismo (2008).

| Atividade                   | Descrição  |
|-----------------------------|--|
| Bóia-cross                  | Atividade praticada em um minibote inflável, onde a pessoa se posiciona de bruços para descer o rio, com a cabeça na extremidade frontal da bóia e os pés na parte final da bóia, já praticamente na água. Também conhecida como <i>acqua-ride</i> . |
| Canoagem                    | Atividade praticada em canoas e caiaques, indistintamente, em mar, rios, lagos, águas calmas ou agitadas.  |
| Duck                        | Descida de rios com corredeiras utilizando botes infláveis e remos, com capacidade para até duas pessoas.  |
| Flutuação / Snorkeling      | Atividade de flutuação em ambientes aquáticos, com o uso de máscara e <i>snorkel</i> , em que o praticante tem contato direto com a natureza, observando rochas, animais e plantas aquáticas. Usualmente utilizam-se coletes salvavidas.             |
| Kitesurfe                   | Atividade que utiliza uma prancha fixada aos pés e uma pipa de tração com estrutura inflável, possibilitando deslizar sobre a superfície da água e, ao mesmo tempo, alçar voos executados sobre superfícies aquáticas, com ventos fracos ou fortes.  |
| Mergulho autônomo turístico | Produto turístico em que a atividade principal é o mergulho autônomo e o praticante não é necessariamente um mergulhador qualificado.  |
| Rafting                     | Descida de rios com corredeiras utilizando botes infláveis.  |
| Windsurfe                   | Atividade praticada em ambientes aquáticos, também denominada prancha a vela, que se serve, basicamente, de técnicas do surfe e da vela.   |

FIGURA 3 - ATIVIDADES DE ÁGUA  
 FONTE: Ministério do Turismo (2008)

| Atividade                          | Descrição  |
|------------------------------------|--|
| Balonismo                          | Atividade aérea feita em um balão de material anti-inflamável aquecido com chamas de gás propano, que depende de um piloto. <sup>9</sup>   |
| Paraquedismo                       | Salto em queda livre com o uso de pára-quadras aberto para aterrissagem, normalmente a partir de um avião. Como atividade de Turismo de Aventura, é caracterizado pelo salto duplo.  |
| Voo Livre (Asa Delta ou Parapente) | Atividade com uso de uma estrutura rígida que é manobrada com o deslocamento do peso do corpo do piloto ou por superfícies aerodinâmicas móveis (asa delta), ou até por ausência de estrutura rígida como cabos e outros dispositivos (parapente). <sup>10</sup> |

FIGURA 4 - ATIVIDADES DE AR  
 FONTE: Ministério do Turismo (2008)

O Ministério do Turismo acrescenta ainda, algumas características básicas destas atividades que apresentam grande diversidade em relação a seus tipos e locais de prática, o que aumenta assim a capacidade de oferta do segmento, mas aumenta também a complexidade no planejamento, na gestão e na promoção do Turismo de Aventura (MTUR, 2008).

Também é interessante atentar para a percepção de que os praticantes de atividades de Turismo de Aventura - os turistas - são ao mesmo tempo consumidores, pois se desprendem de valor monetário para realizar as atividades, isto aumenta a responsabilidade das empresas e profissionais envolvidos, em

garantir atividades seguras, de qualidade e que possam, da melhor maneira possível atender aos anseios desta demanda e sem desrespeitar de forma alguma os direitos do consumidor, frente a esta prestação de serviço.

A Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), que atua nos segmentos de Ecoturismo e Turismo de Aventura desde o ano de 2004, trouxe ao Turismo de Aventura brasileiro a seriedade, qualidade e comprometimento com a segurança que este segmento tanto necessitava. Atuando como entidade de classe do setor, reuniu empresários com ideais e grande persistência, que muito lutam dentro de suas possibilidades para o desenvolvimento de um Turismo de Aventura de qualidade e pautado em princípios de sustentabilidade.

A ABETA levou ao governo as demandas do segmento. Pressionando e ao mesmo tempo atuando em parceria com órgãos do poder público e da iniciativa privada. Inicialmente com o objetivo de criar um espaço de discussão democrático e participativo em busca de melhorias para o setor.

Formada inicialmente por vinte empresários brasileiros, que discutiam a princípio por meios virtuais e a partir de 2003 também presencialmente, iniciando por uma reunião na Adventure Sports Fair<sup>1</sup>. Neste encontro, além dos vinte empresários da entidade, participaram mais sessenta pessoas entre, empresários, esportistas e membros do Ministério do Turismo e de órgãos estaduais de turismo. Sendo um grande acontecimento, marcou o início de um processo de desenvolvimento de qualidade para o Turismo de Aventura. Dali saíram importantes articulações e projetos que muito enriqueceram este segmento do turismo nacional. TIMO e ABREU (2005).

Por fim, convém referir que o estabelecimento de regulamentação normas e processos de avaliação da conformidade são componentes essenciais e decisivos para se assegurar a segurança do turismo de aventura. Contudo, essa segurança não resultará exclusivamente da aplicação destas ferramentas, mas sim de uma abordagem nacional coletiva que inclua o comprometimento dos diversos atores envolvidos e a interação de outros como a questão dos seguros, o fomento e apoio à capacitação das pessoas, empresas, outras organizações, além dos atrativos, constituindo um verdadeiro sistema de segurança do turismo de aventura (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005, P. 79).

---

<sup>1</sup> Evento nacional voltado aos esportes de aventura em geral.

Numa parceria da Abeta, do Instituto de Hospitalidade e do SEBRAE Nacional, foram criadas as Normas Técnicas do Turismo de Aventura Brasileiro.

Além dos municípios mencionados anteriormente alguns estados e países foram de extrema importância referencial na criação de normas específicas para o Turismo de Aventura. Visando a busca pela segurança e monitoramento de riscos e ainda uma melhora na qualidade das atividades.

O Rio Grande do Sul foi pioneiro ao criar um projeto de lei sobre Turismo de Aventura “ (...) com finalidade de ordenar a atividade, preservar os espaços naturais, garantir a segurança dos usuários e qualificar o pessoal envolvido na operação. Seu foco as agências que operam atividade de turismo enquadrada como Turismo de Aventura” (Ministério do Turismo, 2005, p. 51).

Com a intenção de desenvolver programas de certificação de profissionais, empresas, e produtos turísticos; Elaborar cursos de capacitação; Referenciar os processos de recrutamento e seleção de empresas; Criar políticas de estímulo e incentivo ao Turismo de Aventura com base em normas nacionais discutidas e reconhecidas pela sociedade; Transformar o cenário do turismo de aventura no Brasil com o aumento da segurança, da qualidade, do nível técnico e do profissionalismo das empresas e dos profissionais do segmento, surgiu o Programa Aventura Segura, desenvolvido pela ABETA em parceria com o Ministério do Turismo. (SOARES, 2007)

As normas técnicas foram elaboradas após exaustivos estudos sobre tipos de turistas, número de acidentes e todas as etapas da operação, incluindo as questões técnicas e ambientais. O propósito é oferecer subsídios para que a sociedade possa optar por produtos de qualidade, referendados por um instrumento confiável e oficial. As normas técnicas são aplicáveis ao setor de turismo de modo geral, não se limitando exclusivamente ao Turismo de Aventura, independentemente do processo de certificação. (Ministério do Turismo, 2007 p. 21).

A ABETA organizou grupos de trabalho para discutir normas para as diversas atividade de Turismo de Aventura totalizando 18 grupos. Também foram criados 5 grupos de trabalho transversais, incumbidos de temas inerentes a todas as modalidades. Essas discussões deram origem juntamente com os parceiros na questão da normalização das atividades às Normas Técnicas Brasileiras de Turismo de Aventura. (Ministério do Turismo, 2005).

Aqui são apresentadas algumas destas normas. Optamos por citar neste trabalho as normas, que são aplicáveis ao segmento como um todo que são conhecidas como normas transversais, e em relação às específicas, mencionamos as referentes à atividades comercializadas no nosso local de estudo o município de Tibagi-PR, sendo assim temos: o *rafting*, o *rapel*, a caminhada, turismo equestre e cicloturismo.

| <b>Competências Mínimas para Condutores</b>   |   |
|---|---|
| <b>ABNT NBR 15331-</b>  | Estabelece competências mínimas para condutores, aplica a todas as atividades   |
| <b>ABNT NBR 15331</b>   | Estabelece competências mínimas para condutores, aplica a todas as atividades.  |
| <b>Sistema de Gestão da Segurança</b>   |   |
| <b>ABNT NBR 15331</b>   | Especifica os requisitos para um sistema de gestão da segurança, que busque praticar as atividades de maneira segura também se aplica a todos os tipos de atividades.   |
| <b>ABNT NBR 15334</b>   | Requisitos e competência para auditores. Aplicáveis a todos os tipos de atividade.  |
| <b>ABNT NBR 15286</b>   | Informações preliminares a cliente. Inclui atividades ofertadas por pessoa física ou jurídica, antes da formalização da compra. Aplicáveis a todas as atividades.       |
| <b>Normas da ABNT, com atividades exploradas comercialmente em Tibagi/PR</b>                        |   |
| <b>ABNT NBR 15370</b>   | Competências pessoais para condutores de <i>rafting</i> . Norma complementar a NBR 15285.   |
| <b>ABNT NBR 15400 - Norma de competências mínimas para condutores de canionismo e cachoeirismo.</b> | Condutores de <i>canyoning</i> e cachoeirismo. Define competências para as atividades de travessia de cânions ou descida de cachoeiras que envolvam técnicas verticais. |
| <b>ABNT NBR 15501 - Norma de especificação de produtos para técnicas verticais</b>                  | Define especificações de procedimentos para atividades de turismo com utilização de técnicas verticais.   |
| <b>ABNT NBR 15507 - Norma de especificação de produto atividades de turismo equestre</b>            | Define especificações de procedimentos para atividades turismo equestre.  |
| <b>ABNT NBR 15509 – Norma de especificação de produto atividades de cicloturismo</b>                | Define especificações de procedimentos para atividades de cicloturismo.   |
| <b>ABNT NBR 15505 - Norma de especificação de produto atividades de caminhada.</b>                  | Define especificações de procedimentos para atividades caminhada.   |
| <b>ABNT NBR 15398 - Norma de especificação de produto atividades de caminhada de longo curso</b>    | Define especificações de procedimentos para atividades caminhada de longo curso.  |

QUADRO: 1 NORMAS TÉCNICAS DO TURISMO DE AVENTURA BRASILEIRO  
 FONTE: Adaptado de (MTUR, 2008), (ABNT, 2013), TIMO e ABREU (2005).

Salienta-se que segmentar a oferta facilita não apenas o marketing, mas também o planejamento e a operacionalização das atividades turísticas. Abordando

as relações entre a dinamicidade do mercado turístico, princípios de planejamento e gestão do turismo, entre outras formas de ação para o desenvolvimento do segmento, é importante analisar como se deu o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi- PR, bem como traçar um panorama da situação atual deste segmento e suas contribuições para o desenvolvimento local, regional e estadual.

## **2.4 TURISMO DE AVENTURA EM TIBAGI-PR**

Antes de falar sobre o Turismo de Aventura em Tibagi-PR é importante conhecer a região na qual o município está inserido: Campos Gerais.

### **2.4.1 Região dos Campos Gerais**

No século XVII, padres espanhóis da Companhia de Jesus fundaram vários pontos no Paraná com objetivo de catequizar os índios guaranis. Mas a comunidade indígena começou a sofrer grandes baixas, já que os bandeirantes portugueses os aprisionavam para servirem de escravos. A região permaneceu abandonada durante aproximadamente 100 anos, quando tribos caingangues passaram a habitar essas terras até 1632. Já por volta do ano de 1774, a descoberta de ouro e diamante no Rio Tibagi, atraiu pessoas de diversas partes do país. Estes mineiros e os bandeirantes que vinham atrás de escravos passaram a ocupar e formar povoados as margens do rio Tibagi. Esses povoados se tornaram municípios da atual região dos Campos Gerais paranaense. (ROSS, JAYME, FRANÇA E SANTOS, 2011)

Entretanto, a identidade histórica e cultural da região dos Campos Gerais remonta ao século XVIII, quando, graças aos ricos pastos naturais, abundância de invernadas com boa água e relevo suave, tornou-se rota do tropeirismo do sul do Brasil. Tropas de muares e gado de abate viajavam do Rio Grande do Sul com destino aos mercados de São Paulo e Minas Gerais, passando pelos Campos Gerais. (LOPES, 2002)

A região paranaense dos Campos Gerais na zona de transição entre o Primeiro e Segundo Planalto Paranaense tem como principais atrativos turísticos naturais os Parques Estaduais de Vila Velha e do Guartelá. A região tem extensas

áreas de terrenos planos, formações resultantes de processos sedimentares e erosivos ocorridos a milhares de anos. Estas formações, conferem a região aspectos naturais de grande atratividade e beleza. (LIMA E METZGER, 2000).

A região é composta pelos seguintes municípios: Arapoti, Carambeí, Castro, Curiúva, Imbaú, Imbituva, Ipiranga, Ivai, Ortigueira, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Reserva, Sengés, Telêmaco Borba, Tibagi e Ventania.

O Município de Tibagi-PR é um dos que apresenta maior nível de desenvolvimento turístico da região em relação à prática de turismo em áreas naturais, encontrando-se no nível B, que é o segundo maior de desenvolvimento, segundo critérios da SETU-PR.

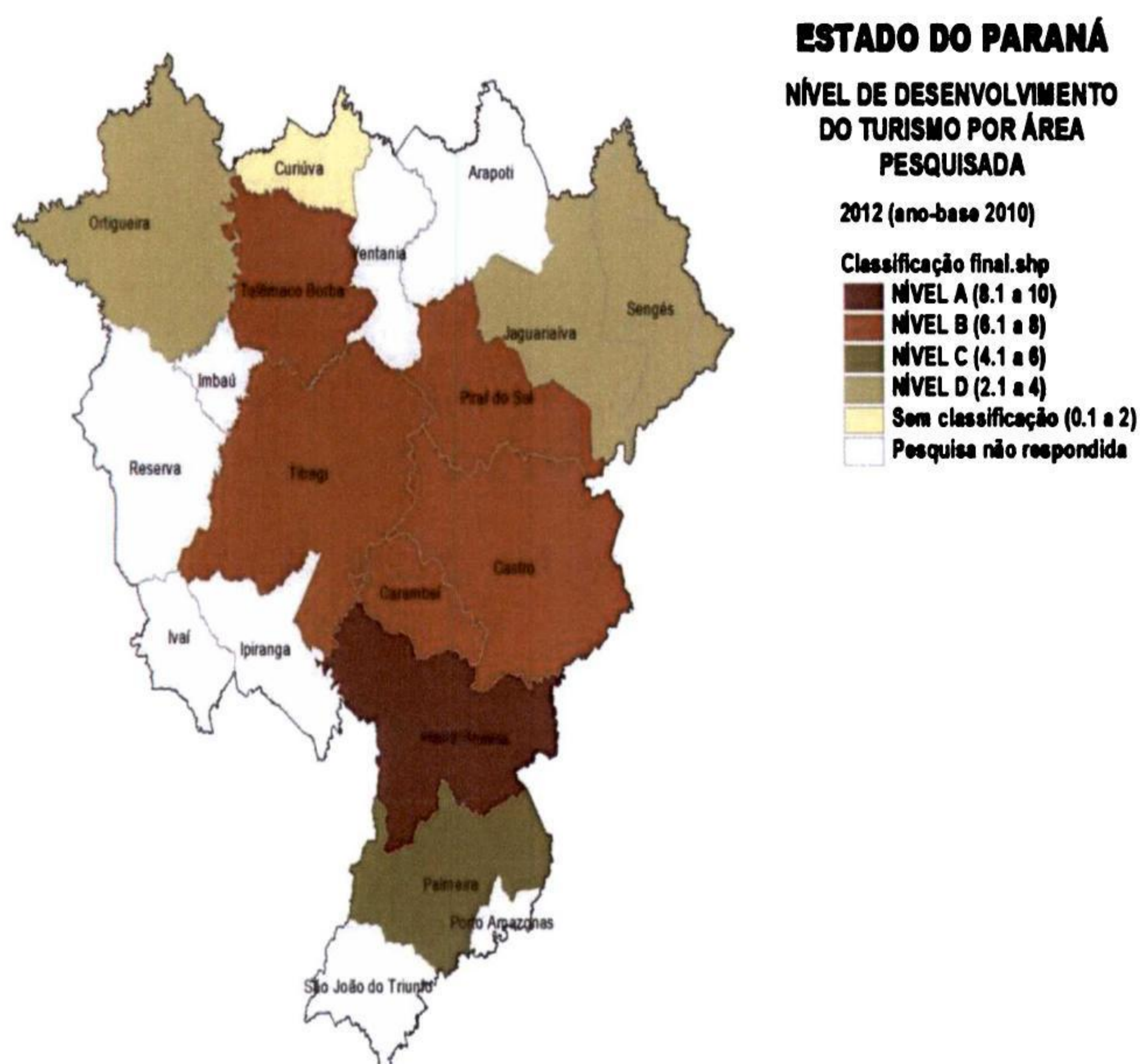


FIGURA 5 - NÍVEL DE DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS DOS CAMPOS GERAIS.  
FONTE: SETU (2013)

Ficando atrás apenas de 6 municípios do Estado, classificados no nível mais alto (nível A) do Estudo de Hierarquização<sup>2</sup> das Regiões Turísticas de 2012. O

<sup>2</sup> Estudo que classificou as regiões turísticas do Paraná de acordo com o nível desenvolvimento turístico de seus municípios.

resultado deste estudo mostra que o município está com um bom nível de desenvolvimento e tem um bom processo de planejamento, organização e gestão de turismo. Este estudo foi realizado pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná, em parceria com o SEBRAE-PR e Conselho Consultivo de Turismo do Paraná e analisou, entre outros critérios, gestão, sustentabilidade, oferta e demanda turística, infraestrutura de apoio ao turismo e marketing dos municípios do Estado, com intuito de hierarquizar as regiões turísticas a partir de seus municípios integrantes (SETU, 2012).

Ainda na área do turismo podemos destacar como elementos marcantes da região: contraste entre os campos – onde surgem as imponentes araucárias – e as escarpas serranas, principal característica da formação física região.

Essa paisagem proporciona cenários naturais de rara beleza. Uma região onde os passeios podem ser de pura contemplação da paisagem ou de muita aventura, dentro de Parques e Reservas, como o de Vila Velha com suas formações rochosas e do Cânion Guartelá, que abriga um dos maiores cânions contínuos do mundo e ainda Itáytyba, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural. Além de abrigar estes, vários outros atrativos voltados para atividades de turismo em contato com a natureza, como cachoeiras e rios, com destaque para o Tibagi e o Iapó, propicia o desenvolvimento de atividades de aventura e lazer. Podemos dizer que o principal destino de atividades de Turismo de Aventura da região é Tibagi, pois este é o município que tem a maior oferta estruturada para este segmento turístico. Nas Unidades de Conservação (UC) e em suas Áreas de Influência Direta, as atividades de uso público seguem as orientações dos Planos de Manejo.

#### **2.4.2 Tibagi e o Turismo de Aventura**

O município de Tibagi a 216 KM de distância de Curitiba Capital do Estado do Paraná. Com seus 2.950,271 KM<sup>2</sup> que o tornam o maior município em dimensão territorial do Estado. (TIBAGI, 2013).

Sua formação como povoado, deu-se somente na última década do século XVIII, por Antônio Machado Ribeiro, que veio de São Paulo em 1782. Porém, desde

os tempos mais remotos, a região já era conhecida por possuir ouro e pedras preciosas, principalmente diamantes. (LOPES, 2003)

A cidade de Tibagi-PR é cheia de encantos naturais, histórias para contar e atividades repletas de aventura e verde. Paredões de pedra, cachoeiras e rios que já atraem considerável número de visitantes, embora esta demanda ainda não seja assim tão expressiva. Nota-se que a vinda de alguns tem objetivo apenas de contemplação e outros de aventura, seguindo os passos dos bandeirantes e tropeiros que desbravaram a região.

A cidade foi fundada por portugueses, mas aos poucos teve sua população enriquecida com a presença dos mestiços, resultantes do cruzamento entre brancos, índios e negros e, mais recentemente, pelos imigrantes holandeses, vindo dos municípios de Carambeí e Castro.

Diante deste crescimento, a freguesia de Tibagi-PR foi elevada à categoria de vila em 18 de março de 1872 e, posteriormente, à cidade, no dia 27 de dezembro de 1897.

Segundo (BORGES, CORONEL E DOUBEK, 1996) entre os municípios paranaenses que atuam na área do turismo, Tibagi se destaca pela diversidade de sua beleza e riquezas naturais, ressaltadas pelas características físicas e geológicas da região dos Campos Gerais. Estes autores, em seu trabalho de conclusão de curso intitulado “Proposta para o Desenvolvimento do Potencial Turístico do Município de Tibagi”, destacaram como oportunidade a relativa proximidade do município com grandes pólos emissores de turista, entre eles: Ponta Grossa a (105 KM) a Curitiba (198 KM) e São Paulo (526 km) de distância.

E desde o período do referido trabalho, já se identificava que o Cânion Guartelá que, na oportunidade estava sendo transformado em parque estadual, já atraía uma grande demanda de turistas para a região rural de Tibagi, no bairro do Guartelá, o grande desafio era aproveitar melhor esta demanda oferecendo produtos complementares. Este desafio parece persistir até a atualidade, embora em menor escala, visto que a demanda pelo Parque Estadual do Guartelá, ainda é pouco motivada a visitar a cidade de Tibagi. Falta maior entrosamento entre o Parque Estadual do Guartelá e o município, visando melhorar os processos de comunicação para informar aos visitantes os produtos e serviços turísticos do município.

Tendo em vista que atualmente o plano de manejo do Parque Estadual do Guartelá ainda não permita a realização de atividades de Turismo de Aventura dentro da área de proteção, podendo apenas serem realizadas atividades de ecoturismo, educação ambiental e outras com caráter mais contemplativo. As áreas do entorno do parque tem trabalhado com atividades de Turismo de Aventura, visando oferecer ao turistas atividades de turismo com grande interação com a natureza local.

O município sempre contou com grande procura, por parte de esportistas. Interessados na prática de esporte. Para os esportistas as atividades de aventura algumas vezes são encaradas como trabalho, pois atletas profissionais treinam para competições o que se distancia até mesmo do conceito de turismo que é praticado em tempo livre como uma fuga da rotina. Para os praticantes do esporte as atividades e competições acabam sendo uma intensa rotina.

Tendo o planejamento e as ações gerais, presentes atualmente no município como estruturantes do setor turístico. Ressaltamos que o município tem muitas vocações naturais para atividades de Turismo de Aventura nas modalidades de terra, água e ar, que ainda podem ser melhor exploradas, levando em consideração princípios de desenvolvimento sustentável.

Ainda que faltem dados estatísticos, pode-se afirmar que nos últimos 13 anos constatou-se crescimento vertiginoso do setor turístico em Tibagi. Maior e melhor oferta de leitos, setor de alimentos e bebidas readequados, estruturas de operadoras, consolidação do Carnaval, enfim, é notória a consolidação do Turismo como atividade econômica.

O município conta também com uma pequena oferta já estruturada de produtos de Turismo de Aventura. Por suas vocações naturais, aliado a boas estratégias de planejamento e gestão integradas. Com os atores locais do turismo e investimentos no segmento, pode transformar a sua potencialidade ainda latente em desenvolvimento sustentável do Turismo de Aventura, que por sua vez pode gerar muitos impactos positivos para o município como um todo.

Ainda na área do turismo podemos destacar como elementos marcantes da região: contraste entre os campos – onde surgem as imponentes araucárias – e as escarpas serranas, principal característica da formação física região.

Essa paisagem proporciona cenários naturais de rara beleza, onde os passeios podem ser de pura contemplação da paisagem ou de muita aventura.

Nas Unidades de Conservação (UC) e em suas Áreas de Influência Direta, como o Parque Estadual de Vila Velha, com suas formações rochosas, ou o Parque Estadual do Guartelá, inserido no Cânion do Rio Iapó, considerado um dos maiores cânions contínuos do mundo e ainda Itáytyba, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural, as atividades de uso público seguem as orientações dos Planos de Manejo.

O município abriga inúmeros atrativos voltados para atividades em Ecoturismo e Turismo de Aventura, como cachoeiras e rios, com destaque para o Rio Tibagi e o Rio Iapó, proporcionando aventura e lazer.

Os produtos em destaque são o *rafting* e o *rapel* comercializados principalmente pelas operadoras locais. Em relação ao *rafting* são oferecidos vários percursos diferentes, desde o leve que pode ser realizado por crianças até a categoria expedição com percurso maior, corredeiras com níveis mais elevados. Geralmente praticados por pessoas que já tenham realizado descida em um nível menor. Também ofertam produtos mais personalizados, como por exemplo, o *rafting* de lua cheia, realizado em período noturno, utilizando a luz da lua, o que lhe confere uma experiência marcante, pois ativa os sentidos do corpo de maneira mais intensa.

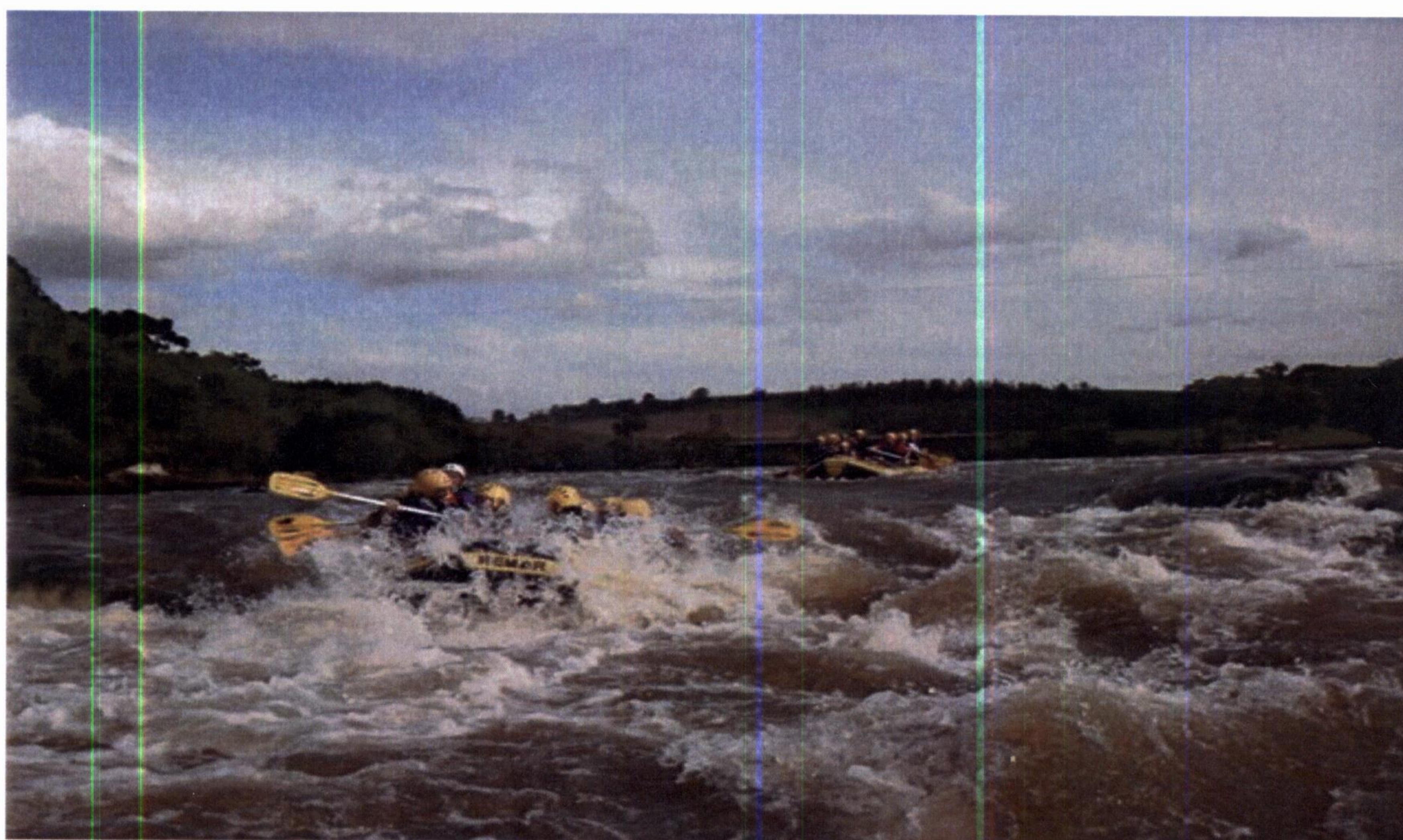


FIGURA 6 - RAFTING RIO TIBAGI  
FONTE Tibagi Aventuras (2013)

O *rapel* constitui-se em uma técnica de descida vertical, e no caso de Tibagi é trabalhado como cachoeirismo, segundo a definição do Ministério do Turismo. Os empresários do município trabalham com outros nomes, fora do padrão nacional, diferentes da classificação do Ministério do Turismo. Aqui trataremos essas diferentes nomeações como técnicas verticais, que parece ser mais genérico para estas atividades. São realizados nos atrativos principais. As agências comercializam atividades praticadas em dois atrativos, no Salto Puxa Nervos - onde podem ser realizadas sem que necessite de um agendamento prévio, pois a estrutura é fixa e os operadores da descida estão disponíveis para realizar a atividade, sempre que solicitados. Já no Salto Santa Rosa exige uma operação com logística complexa, requerendo a venda dos serviços e definição do que será a operação com alguns dias de antecedência.



FIGURA 7 - ATIVIDADES DE TÉCNICAS VERTICAIS EM TIBAGI PR  
FONTE: Guartelá Ecoturismo (2012)

É possível também realizar outros tipos de atividades no município como trilhas, caminhadas, atividades de cicloturismo, cavalgadas e ainda alguns passeios

com veículos fora de estrada. Estas atividades seriam complementares aos produtos principais e são vendidas pelas 4 empresas de receptivo do município.

Também se destaca em Tibagi o Itáytyba Ecoturismo. Maior empreendimento turístico da região, e formado por um escritório com personalidade jurídica de agência operadora, localizado em Curitiba e um hotel fazenda em Tibagi. Especializado em trabalhar atividades de turismo rural, ecoturismo e Turismo de Aventura em contato com a natureza e buscando valorizar a cultura local e regional. Juntamente com os demais empreendimentos de turismo da região, já está em funcionamento há mais de 10 anos, após a criação da Reserva Particular do Patrimônio Natural Itáytyba dentro da Fazenda Santa Lídia do Cercadinho, às margens do Rio Iapó e do Cânion do Guartelá.



FIGURA 8 - TURISMO EQÜESTRE  
FONTE: Itáytyba Ecoturismo (2013)

E por fim, com estrutura de qualidade, e com algumas atividades voltadas ao Turismo de Aventura, tem-se o Recanto Ecológico da Dora. Propriedade situada ao lado do Parque Estadual do Guartelá, que se constitui em um *camping* com estrutura

rústica, mas bastante aconchegante. Tem como filosofia a prática de atividades em contato com a natureza preservando e transmitindo para seus visitantes a importância de se valorizar a cultura e o meio ambiente. Na área de Turismo de Aventura oferecem algumas caminhadas de longo curso que visam além do esporte em si, a interação, preservação e valorização do patrimônio arqueológico da região, com grupos reduzidos e datas previamente agendadas. Realizam 2 vezes ao ano pedaladas de 42 km, por trechos asfaltados, passando por fazendas da região; e por fim, também realizam *rapel*, voltado para pessoas que nunca praticaram a atividade.

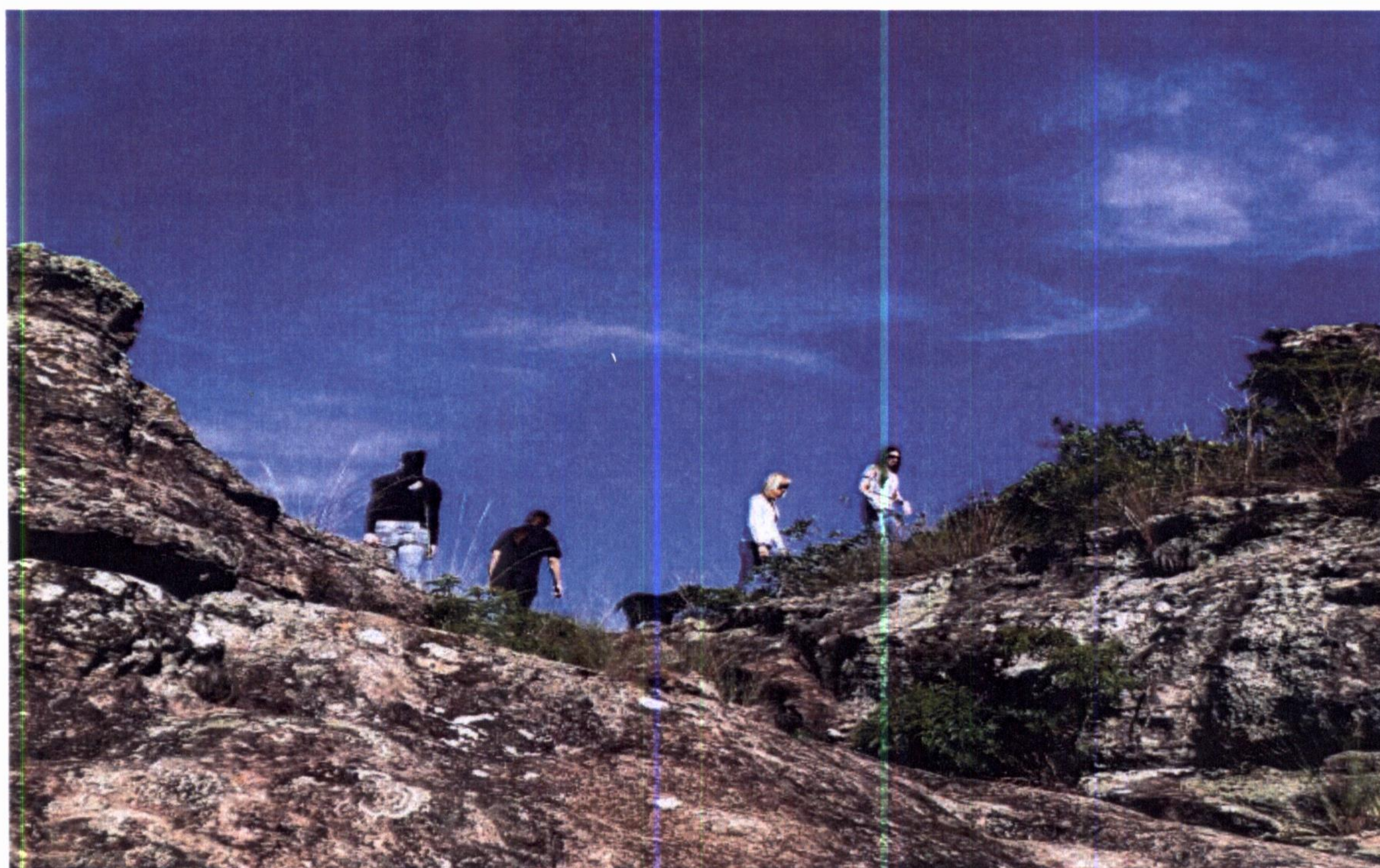


FIGURA 9 - CAMINHADA  
FONTE: Recanto da Dora (2013)

A Secretaria Municipal de Turismo realiza ainda, em períodos de baixa visitação, dois eventos: uma Pedalada e uma Caminhada Internacional da Natureza. Estes eventos acontecem em diferentes períodos do ano, e buscam levar os participantes até a zona rural do município, para que adquiram produtos da agricultura familiar e ainda possam conhecer os atrativos que oferecem atividades de Turismo de Aventura. Em parceria com a EMATER, estes eventos costumam atrair um público considerável de pessoas para o município.

Tibagi é cortado por duas rodovias - a BR 153 e a PR 340. Possui um centro de informações turísticas, localizado na entrada do município pela PR 340 e bem próximo ao rio Tibagi, onde também funciona a sede da Secretaria Municipal de

Turismo. O município conta também com um terminal rodoviário, com pouca estrutura para recepção de visitantes. O setor de serviços ainda não é muito representativo na economia local (ROSS, JAYME, FRANÇA E SANTOS, 2011).

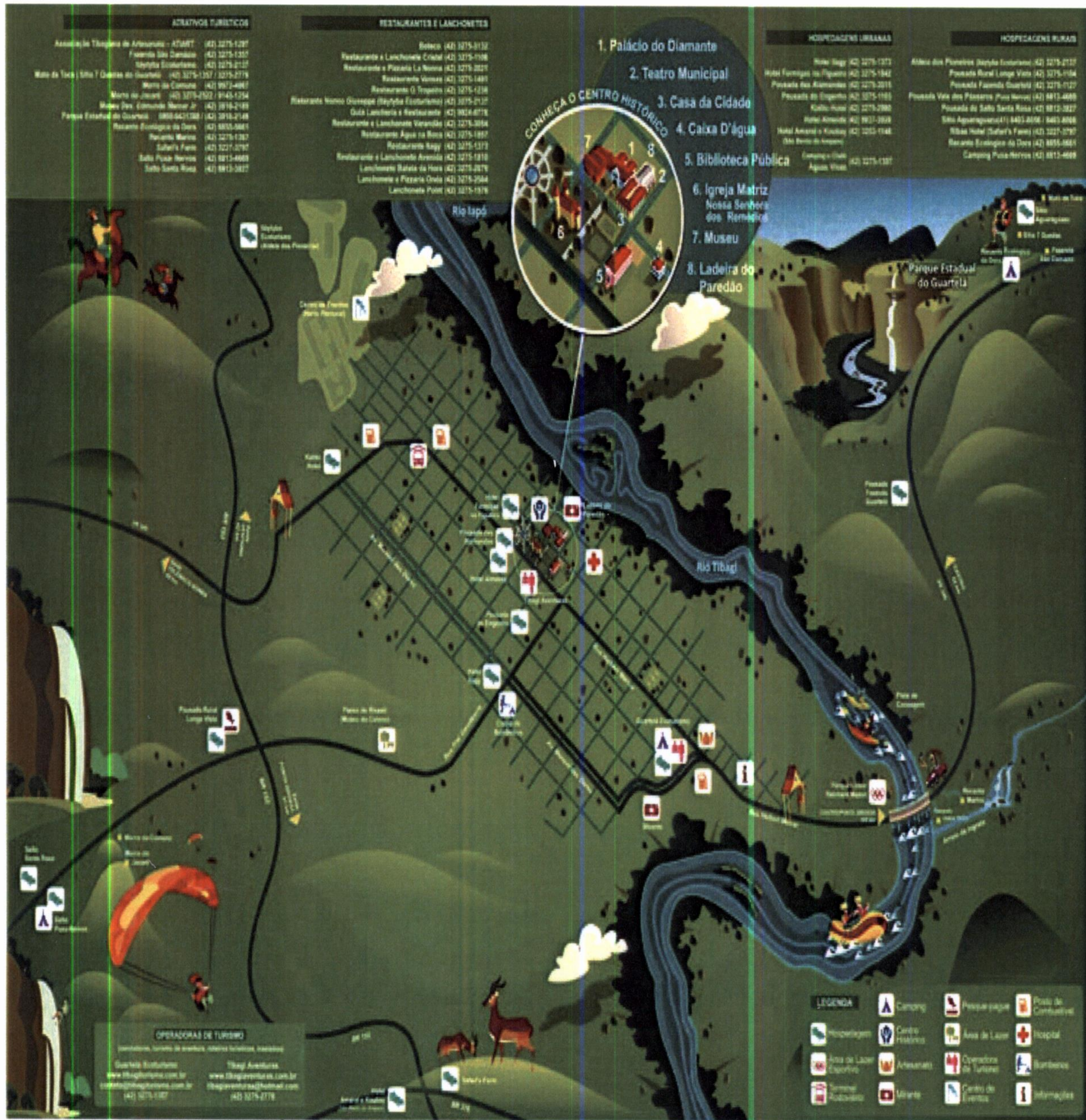


FIGURA 10 – MAPA TURÍSTICO DE TIBAGI  
FONTE: SETUR (2013)

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A ciência nos leva sempre a buscar novos conhecimentos através das pesquisas:

A teoria do conhecimento ou teoria do pensamento verdadeiro se divide, para seu estudo em duas partes: geral e particular. Na primeira se pesquisa a relação do pensamento com o objeto em geral; na segunda se analisam de maneira crítica os princípios e conceitos fundamentais que explicam a relação do pensamento com o objeto. (CENTENO, 2003)

Sendo assim, para atingir os objetivos de pesquisa, optou-se pela realização de pesquisas qualitativas, de cunho descritivo e exploratório, utilizando-se de técnicas específicas para coleta de dados, como também para tabulação e interpretação, conforme descrito nos itens abaixo.

#### 3.1 TIPOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Adotando a linha de pesquisa baseada na visão sistêmica, partir da análise das partes com suas características únicas e, ao mesmo tempo suas inter-relações com o todo, o presente trabalho se utilizou de pesquisa exploratória e descritiva.

Dentro da pesquisa exploratória, teve-se inicialmente um levantamento bibliográfico e documental, utilizados para a construção do marco teórico e para definição dos procedimentos metodológicos deste trabalho.

Na pesquisa descritiva, buscou-se estabelecer relações entre variáveis, utilizando-se questionários para aplicação de entrevistas estruturadas com os atores envolvidos, divididos em grupos: Instituições (COMUTTI e SETUR), Atrativos Turísticos e Agências Operadoras. Para tanto, utilizou-se o método de coleta de dados *survey*, que é uma técnica de aplicação de questionários em entrevista pré-agendada (REJOWSKI, 1996) e a análise *SWOT* – *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*, técnica que auxilia na elaboração do planejamento estratégico das organizações, que começou a ser desenvolvido nos anos 60-70, nas escolas americanas, com o objetivo de focar a combinação das forças e fraquezas das organizações com as oportunidades e ameaças do mercado.

Pode-se também dizer que a pesquisa realizada, foi de caráter qualitativo, conforme tratado abaixo

(...) pesquisa qualitativa é, em si mesma, um campo de investigação, envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos e, como um conjunto de atividades interpretativas, não privilegia nenhuma única prática metodológica em relação a outra. (MASSUKADO, 2008 p.12)

## **3.2 COLETA DE DADOS**

### **3.2.1 Construção do instrumento de coleta de dados**

Foram construídos dois questionários, estruturados com questões abertas. Um direcionado aos empresários ligados aos atrativos e às agências operadoras e outro às instituições atuantes no segmento de Turismo de Aventura no município de Tibagi. Esta estratégia se justificou, pelo fato de que os empreendedores tem um foco diferente das instituições e que perceber essas relações foi vital para o andamento do trabalho assim como para o desenvolvimento do setor.

Os entrevistados das instituições foram definidos através do levantamento daquelas que trabalham diretamente com o processo de planejamento do segmento no município. Os empreendedores foram definidos seguindo este critério, mas também o de realmente operarem com alguma atividade de Turismo de Aventura, conforme classificação do Ministério do Turismo (Figuras 2,3 e 4). Tais definições foram realizadas em uma visita anterior ao município.

A definição do tamanho da amostra caracterizou a pesquisa como não probabilística e por aceitação, visto que não há grande número de empresários e instituições envolvidas. A aplicação foi realizada entre os dias 16 e 20 de Agosto de 2013, por meio de entrevistas previamente agendadas. As questões da entrevista foram formuladas de acordo com o problema central identificado e com os objetivos definidos, pautadas em perceber qual a situação atual do turismo no município e mais objetivamente do segmento Turismo de Aventura.

### **3.2.2 Tabulação e interpretação dos dados**

Após análise dos dados, os resultados foram agrupados pela categoria de atuação no segmento - instituições, atrativos e operadoras, e, apresentados em quadros informativos e comparativos, constantes no próximo capítulo, divididos por atuação das instituições (SETUR e COMUTTI), assim como das empresas atuantes no segmento em nível municipal. De acordo com frequência de citação das respostas, e também com o nível de contribuição para a resolução do problema de pesquisa, bem como para o alcance dos objetivos.

Os dados foram analisados de maneira qualitativa com descrição dos resultados reunidos pela frequência e proximidade das respostas e posteriormente, com destaque para informações mais relevantes e que mais contribuem para os objetivos da presente pesquisa, visando resposta para o problema proposto.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA**

Este capítulo tem por objetivo apresentar a análise dos dados coletados nas pesquisas realizadas, com cruzamento de seus resultados, com vistas a responder ao problema inicial, verificar se os objetivos foram atingidos e identificar as linhas de ação a serem estabelecidas para aperfeiçoar o Turismo de Aventura em Tibagi.

Buscando uma melhor organização do seu conteúdo, optou-se em dividi-lo em dois itens: o primeiro trazendo uma análise dos dados coletados nas pesquisas realizadas e o segundo uma interpretação dos mesmos visando transformá-los em informações e propostas de ação concretas.

### **4.1 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS**

Neste item são analisados os resultados obtidos nas pesquisas realizadas, descritos a partir das técnicas que os geraram. Salienta-se que a pesquisa bibliográfica subsidiou o marco teórico, assim como grande parte da pesquisa documental.

#### **4.1.1 Pesquisa Documental**

Através da análise dos documentos fornecidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Tibagi (SETUR), foi possível identificar como tem sido conduzido o planejamento do turismo no município, tendo como instituições responsáveis a SETUR e o Conselho Municipal de Turismo de Tibagi (COMUTTI).

O COMUTTI foi criado através da lei municipal nº1589, de 7 de Abril de 1998, alterada pela lei nº 1792, de 19 de Junho de 2002, com o objetivo de formular a política municipal de turismo, visando criar condições para o incremento e o desenvolvimento da atividade turística no município de Tibagi. Os membros são indicados por instituições públicas e privadas atuantes no turismo municipal.

A SETUR é o órgão responsável por fomentar, promover, coordenar, orientar e fiscalizar as atividades turísticas do município junto às entidades públicas, privadas e à comunidade em geral. Procura adequar os pontos turísticos, a fim de buscar a

proteção do patrimônio histórico, cultural, natural e social através de ações que causem menor impacto e valorizem o bem público e privado. (TIBAGI, 2013).

O plano diretor municipal tem um capítulo referente ao desenvolvimento turístico. Nele foi previsto a criação de um centro de dados para auxiliar na gestão e na organização do turismo. Estava também previsto a inclusão da disciplina de meio ambiente e turismo na grade curricular dos alunos de 1ª a 4ª séries.

Promover a capacitação, qualificação e requalificação dos agentes atuantes no setor de turismo; normatizar e regulamentar a atividade turística assegurando a qualidade e segurança aos produtos e serviços turísticos, são diretrizes importantes para a melhora contínua do turismo, e por sua vez, do Turismo de Aventura.

Outros pontos que são importantes para o presente trabalho encontrados no plano são: diversificar e incrementar a oferta turística do município e buscar estratégias para a promoção e comercialização dos produtos e serviços turísticos ofertados no município.

Outro documento obtido junto a SETUR foi um relatório: Objetivos e Estratégias para o Turismo - Planejamento Estratégico de Tibagi 2009-2013 (documento que veio a atualizar e substituir o Plano de Desenvolvimento do Turismo que era do ano 2000). Auxiliou na análise do planejamento turístico municipal dos últimos cinco anos, um dos objetivos deste trabalho. A partir deste documento, pode-se perceber uma busca pela integração entre instituições públicas e privadas atuantes no turismo municipal.

Também estavam previstas neste documento, ações para melhorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos através da qualificação de profissionais pertencentes a cadeia de turismo e a revitalização dos espaços públicos da cidade. Outro objetivo era reduzir a sazonalidade do turismo, tendo como estratégias: diversificar e aumentar a oferta turística e também divulgar promover e comercializar produtos turísticos locais.

Em relação a Lei do Passaporte Único (ANEXO A), aprovada em 2011, se constitui na maior tentativa do poder público em organizar as atividades turísticas do município. Esta lei é um bom referencial para as operações de Turismo de Aventura tendo em vista que deixa bem claro o papel de todos os envolvidos, bem como apresenta princípios orientadores para a prática das atividades turísticas de qualidade, sempre pautada em princípios de sustentabilidade ambiental.

Mas a lei é bastante extensa e reúne vários assuntos, indo além da criação de um bilhete único que permite acesso aos atrativos e serviços turísticos. Sua regulamentação ainda não existe, fazendo que tanto o poder público como os empreendedores ligados ao turismo, ainda não tenham condições de atender ao que está previsto. Também não fica claro como será feita a fiscalização, já que o município não possui ainda estrutura de pessoal - principalmente profissionais, que possam aplicar a fiscalização e principalmente dar suporte para o funcionamento da referida lei.

Foi perceptível, em visitas ao município e mesmo na aplicação das entrevistas, a busca de instrumentos regulatórios para que esta lei seja aplicada de forma adequada, conferindo qualidade e amadurecimento para o segmento de Turismo de Aventura local.

## 4.1.2 Resultados das entrevistas

Como resultado da coleta de dados com as instituições e empresários atuantes no Turismo de Aventura em Tibagi foi possível perceber que o segmento se encontra em estágio de maturação. Pois começa a se organizar e tem um fluxo turístico considerável, mas ainda sofre com alguns problemas ligados a área de infraestrutura de apoio ao turismo, como por exemplo, com os serviços de saúde. Abaixo estão descritos os principais resultados da pesquisa de campo. Agrupados dentro das categorias, conforme consta nos procedimentos metodológicos deste trabalho.

### 4.1.2.1 Instituições

Foram entrevistados o ex-presidente e atual vice presidente do Conselho de Turismo (COMUTTI), o atual presidente da instituição e ainda a representante técnica da Secretaria Municipal de Turismo de Tibagi (SETUR). Estas três pessoas trabalham pelo desenvolvimento do turismo no município há mais de 10 anos. Também foram entrevistados os proprietários das 7 empresas que atuam diretamente com o Turismo de Aventura em Tibagi, totalizando assim 10 entrevistas.

De acordo com a SETUR e o COMUTTI, o Turismo de Aventura vem acontecendo sem que haja um plano escrito específico para o segmento. Iniciou na década de 90, foi bastante impulsionado pela divulgação das belezas locais através da mídia e de outras formas de divulgação. Inclusive através de pessoas que visitavam o município e influenciavam seus familiares e conhecidos a visitar e ainda a praticar esportes em contato com a natureza local.

A grande prática de esportes, aproveitando as características favoráveis do município para várias possibilidades de esporte em meio a natureza, foram destacadas como principal influenciador do começo do Turismo de Aventura em Tibagi. Principalmente os esportes de água, pois o município contou por muitos anos com um centro de canoagem. Este possuía ótima estrutura, era utilizado para treinos da seleção brasileira de *rafting* e para a realização de alguns campeonatos de canoagem, inclusive disputas internacionais.

A abertura do Parque Estadual do Guartelá a partir de 1997, fez com que o município passasse a receber maior fluxo de turistas que veio crescendo anualmente.

Ao serem questionados sobre como tem se desenvolvido as atividades de Turismo de Aventura no município, os membros do COMUTTI dizem que nos últimos 5 anos as empresas tem trabalhado mais atentas a legislação de maneira formal. Destacam que os empresários têm trabalhado com bastante criatividade, mas individualmente e com pouca diversidade na oferta. A representante da SETUR destaca que foi criada legislação de condutores municipais integrada a lei do passaporte único. Essa lei vêm sendo implementada, buscando maior organização do setor. Foram ofertados cursos para condutores de turismo em área naturais e esses condutores, sempre trabalham vinculados a empresas do município.

Tanto a SETUR como o COMUTTI, dizem estar preocupados com a organização e a fiscalização do segmento. Pretendem utilizar como instrumento a lei do passaporte único para que a prefeitura e o conselho possam acompanhar a operacionalização das atividades.

A SETUR tem como objetivo aumentar a arrecadação do ISS e conseqüentemente o aumento do fundo de turismo que é repassado ao conselho para ser aplicado no desenvolvimento do turismo local. Pretende aumentar o número de empreendedores associados à ABETA e auxiliar no aumento e na qualidade da oferta em relação ao segmento Turismo de Aventura.

Ao serem questionados sobre o que a instituição pretende fazer nos próximos anos, tanto a SETU como o COMUTTI pretendem atuar ainda mais em capacitação e criação de normas e critérios, tanto para as empresas como para os atrativos.

Em relação à oferta do Turismo de Aventura em Tibagi as instituições afirmam que existem 3 operadoras que vendem e executam, principalmente o *rafting*, 2 atrativos com prática de *rappell* tanto em paredões como na cachoeira; cavalgada e algumas trilhas. A Itáytyba trabalha com trilhas, cavalgadas e cicloturismo e por fim o Recanto da Dora *rapel* e trilhas também. A representante da SETUR diz que em campeonatos de vôo livre os turistas acabam praticando salto duplo com esportistas, quando estes ofertam, mas seria muito difícil oferecer esta atividade como parte da oferta de Turismo de Aventura.

Além do campeonato de vôo livre, a SETUR também busca promover eventos, como caminhadas e atividades de cicloturismo, em períodos diferentes do ano como estratégia para divulgação dos atrativos e do município e também para fomentar a venda de produtos da agricultura familiar.

Em relação às questões de segurança, as instituições apontam como preocupação principal dos empresários e destacam, que os materiais utilizados são adequados e que as empresas contratam seguro para as atividades que operam e ainda, participam de cursos voltados a área de segurança. Em relação à sustentabilidade, adotam práticas como limpeza dos rios e matas ciliares e adquirem produtos diretamente na comunidade.

Como instituições que interferem no setor foram indicados o COMUTTI, a Prefeitura, o SEBRAE, SENAC e outras instituições do sistema S, Klabin, Parque do Guartelá, EMATER, Secretaria de Estado do Turismo, Ministério do Turismo e Agência de Desenvolvimento da Rota dos Tropeiros.

Estas instituições interferem de formas variadas, mas todas auxiliam para o desenvolvimento do turismo de Tibagi. A seguir um quadro com as instituições e suas áreas de atuação. Lembrando que foi questionado sobre a atuação em específico ao segmento Turismo de Aventura.

| <b>Instituição</b>                                | <b>Atuação</b>  |
|---|---|
| Agência de desenvolvimento da Rota Dos Tropeiros  | Auxílio na elaboração e comercialização de Roteiros.  |
| COMUTTI   | Representação do trade e discussão dos problemas do setor.  |
| EMATER  | Auxilia na organização da Caminhada e da Pedalada Internacional da Natureza.  |
| Indústria Klabin                                  | Realiza eventos que auxiliam no crescimento da demanda por atividades de Turismo de Aventura.                           |
| IAP   | Na liberação de licenças ambientais e proteção dos recursos naturais.   |
| Ministério do Turismo                             | Repasse de recursos.  |
| Parque do Guartelá                                | Principal atrativo do município e permite a realização de caminhadas.   |
| Prefeitura e SETUR                                | Organização das atividades e política municipal.<br>Atua fortemente na busca pela qualificação e formalização do setor. |
| SEBRAE, SENAC e outras instituições do sistema S. | Qualificação e consultoria junto aos empreendedores.  |
| Secretaria de Estado do Turismo.                  | Assessoramento Técnico no planejamento municipal.   |

QUADRO: 2 – INSTITUIÇÕES QUE INFLUENCIAM NO SEGMENTO

FONTE: o autor (2013)

O vice-presidente do COMUTTI afirma que a atuação da entidade, está voltada para promoção, fiscalização, direcionamento de melhorias e suporte em treinamentos ligados ao Turismo de Aventura. Já o atual presidente acredita que o COMUTTI deve orientar, divulgar, capacitar e criar regras, ficando assim a atividade de fiscalização como dever do município.

A representante da SETUR por sua vez, diz que a instituição atua ordenando, fiscalizando, assessorando e promovendo o turismo local.

Os membros do COMUTTI, afirmam existir somente as normas da ABNT como legislação aplicada ao segmento. Já a SETUR afirma que a lei municipal do passaporte único também engloba as atividades do Turismo de Aventura.

Perguntados se existe algum estudo para quantificar a demanda, os membros do COMUTTI responderam que não, mas se sabe que há grande procura nos feriados e no verão, e fluxos menores durante todo o ano.

#### **4.1.2.2 Atrativos**

Na categoria atrativos, 3 empreendimentos foram entrevistados são eles o Itáytyba, o Salto Puxa Nervos e o Camping da Dora.

Os três empreendimentos já atuam com turismo há mais de 10 anos, tem investido consideravelmente nas atividades de Turismo de Aventura e pretendem continuar investindo, com destaque para a pretensão de melhorar a oferta de suas atividades, no caso implantação de arvorismo e tirolesa bem como melhoria em infraestrutura, visando aumentar a capacidade de atendimento, mas sempre com a mesma qualidade e conservação do meio ambiente.

Para se atualizar no mercado, afirmaram participar de cursos relacionados a área de atuação e viagens para conhecer boas práticas adotadas por outros destinos, principalmente para Bonito-MS, através de uma caravana técnica em que os empresários ligados ao turismo de Tibagi participaram.

Em relação a formas de divulgação apontaram como principal a internet através de sites e redes sociais. Em relação às principais parcerias, o Salto Puxa Nervos e o Camping da Dora atuam principalmente com parceiros locais, destaque para as agências que vendem seus produtos. Já a Itáytyba atua muito mais com

parceiros regionais contando com parceria de agências emissivas em Curitiba, Ponta Grossa, Telêmaco Borba, Apucarana e São Paulo.

Ao serem questionados sobre o estágio em que a oferta de Turismo de Aventura em Tibagi se encontra, acreditam estar bem estruturada e melhorando em qualidade nos últimos anos, principalmente pela forte preocupação com segurança. E ainda em relação a este item buscam sempre trabalhar dentro das normas adaptando a sua realidade e se aperfeiçoando para fazer uma gestão e controle dos riscos. A boa atuação do poder público municipal e estadual para auxiliar e capacitar foi bastante ressaltada. Ao trabalhar com princípios de sustentabilidade demonstram ter uma visão parecida, preocupados com a preservação ambiental e separação do lixo; todos trabalham com a conscientização dos visitantes sobre a importância da preservação. A mão de obra é sempre proveniente da região, até mesmo como uma estratégia para o fortalecimento da cultura, que buscam resgatar e conservar. A Itáytyba busca ir além, pois conta com uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) e procura se aproximar mais das crianças da comunidade com atividades de educação ambiental; atividades que buscam valorizar a cultura o conhecimento; e ainda arrecada e distribui brinquedos, agasalhos e alimentos para a comunidade carente de Tibagi e Ventania (município vizinho).

Passando ao público atendido afirmam não haver um estudo que consiga reunir dados de demanda do Turismo de Aventura, mas cada atrativo tem o seu controle. Comentaram que a maior parte das pessoas que freqüentam é de classe média alta. Geralmente casais ou famílias e costumam ficar em média 2 dias. Os empreendedores acreditam que são bem avaliados pelos seus clientes.

Entretanto nenhum dos entrevistados demonstrou ter algum tipo de formulário de avaliação ou outro tipo de instrumento, que permita comprovar estes bons resultados. Sendo assim essa definição de serem bem avaliados refere-se somente a percepção dos mesmos em relação à satisfação de seus clientes.

### 4.1.2.3 Agências Operadoras

Trabalham na montagem dos pacotes e com o turismo receptivo local. Nesta categoria o município conta com 2 operadoras que realmente montam os pacotes, vendem e realizam as atividades ou encaminham para outros atrativos, são elas: a Guartelá Ecoturismo e a Tibagi Aventuras. Temos também a Itaimbé do Guartelá Ecoturismo que atualmente vende os produtos das demais, opera em algumas atividades ocasionalmente e está construindo estrutura de receptivo na propriedade em frente a entrada do Parque Estadual do Guartelá; e ainda a Pikuá Trilhas que apesar de estar formalizada ainda é pouco atuante, pois ainda não possui uma estrutura física adequada para atender os turistas. Sendo assim são na realidade um total de 4 empresas operando (comercializando produtos e serviços de Turismo de Aventura) em Tibagi, o que diverge da opinião de algumas pessoas ligadas ao turismo local que não classificam todas como operadoras em turismo. Todos os proprietários foram levados em consideração nesta pesquisa.

O proprietário da Pikuá Trilhas afirma estar se estruturando para posteriormente fazer uma boa divulgação e oferecer produtos e atividades com um foco diferente do que já está sendo comercializado no município, pretendendo trabalhar com foco principal no turismo fora de estrada, em trilhas para veículos automotores em geral.

Os proprietários das operadoras também foram questionados sobre os investimentos realizados nas atividades em que operam e a possibilidade de crescimento desses investimentos. A Tibagi Aventuras e a Guartelá Ecoturismo afirmam que houve grande investimento para a construção de estrutura receptiva e aquisição de equipamentos. Pretendem aumentar a capacidade de atendimento e iniciar novas atividades. A Guartelá Ecoturismo está implantando Boia Cross. Já a Tibagi Aventuras pretende implantar atividades de arvorismo e tirolesa.

Em relação a Pikuá Trilhas e a Itaimbé do Guartelá Ecoturismo investiram na aquisição de alguns equipamentos e na formalização das empresas e agora estão investindo em criação de estrutura receptiva e divulgação.

Os proprietários das 4 empresas realizam viagens para destinos referência (benchmarking) e participam de palestras, e cursos de atualização ligados à área em que operam, com destaque para um dos empresários que é associado da ABETA e

possui certificado de condutor de *rafting* emitido na França (no Brasil não é necessário uma certificação específica para ser condutor nesta área).

Todas as operadoras utilizam como principal meio de divulgação a internet (através de sites e redes sociais), *flyers* e *baners* e ainda, contam com a divulgação direta de quem já praticou a atividade e recomenda a familiares e conhecidos.

Em relação às parcerias, afirmam trabalhar com parceiros locais, de maneira bastante harmoniosa e produtiva, percebendo que trabalhando em conjunto conseguem agregar valor aos produtos e serviços. Procuram escolher bons fornecedores de materiais que garantem segurança e qualidade em seus produtos.

Em relação a organização do Turismo de Aventura podemos perceber, que o município na visão das operadoras, esta sendo bem visitado e tem a procura concentrada na temporada entre setembro e maio, pois é o período mais propício para a realização das atividades e quando as pessoas tem mais tempo livre. Destacam que nos finais de semana sem feriados, a área de hotelaria e de alimentação estão bastante enfraquecidas e os turistas ficam quase sem opções de alimentação no domingo a tarde, o que prejudica a experiência no destino turístico. Todos percebem que o município tem potencial para desenvolvimento de outras atividades o que seria bastante positivo para o município se fortalecer na área de Turismo de Aventura.

Ressaltam que a parceria com o poder público é bastante produtiva e que tem recebido muito apoio para o turismo como um todo, mas que ainda são muito poucas as ações voltadas para o Turismo de Aventura. Reclamam por terem dificuldade com serviços essenciais tanto para o turismo como para a população da cidade como, por exemplo, na área de saúde.

Ao serem questionados em relação à segurança das atividades e se possuem um plano de gestão da segurança, todos responderam que trabalham com seguro em todas as atividades de Turismo de Aventura, pois é uma exigência do município. Nenhum dos empresários possui um plano de gestão da segurança por escrito com procedimentos a serem adotados, caso haja algum imprevisto, mas todos afirmam que seguem, as normas da ABNT, utilizam equipamentos de qualidade e que conseguem administrar as situações. Classificam seus produtos e serviços com seguros adequados aos clientes.

Destacam que os condutores são bem treinados e estão prontos para administrar as situações de risco que por ventura possam aparecer. Um dos empresários inclusive diz ter rádios que permitem aos condutores se comunicarem com a base durante a realização das atividades, visto a proximidade entre a base e o rio. Para os empresários, a parceria com o corpo de bombeiros, inclusive com treinamentos em conjunto, garantem eficácia e segurança. Caso seja necessário, tanto os condutores quanto o corpo de bombeiros estão preparados para prestar socorro aos praticantes das atividades de Turismo de Aventura.

Em relação a princípios de sustentabilidade, as duas empresas que operam *rafting* fazem a limpeza do rio Tibagi junto com outras empresas, representantes do poder público e voluntários e a Tibagi Aventuras também cede ocasionalmente algumas cortesias para população mais carente. A empresa também tem projeto de captação da água da chuva para reduzir o consumo de água. As quatro operadoras afirmam dar uma destinação adequada aos resíduos sólidos produzidos durante as atividades e sempre trabalham com mão de obra local. O proprietário da Itaimbé do Guartelá pretende criar um centro de educação ambiental para atender tanto a população local quanto os turistas disseminando boas práticas de conservação do meio ambiente, pretende implantá-lo com o apoio de outras instituições ligadas ao turismo no município.

Ao serem solicitados a caracterizar o público que atendem, visto que ainda não existe um estudo de demanda do segmento Turismo de Aventura no município temos :

- Guartelá Ecoturismo: nos finais de semana - paranaenses de outras regiões e nos feriados há um predomínio de paulistas. São geralmente famílias e ocasionalmente grupos escolares. O proprietário afirma que seus clientes avaliam bem as atividades e percebe isso através de manifestações espontâneas dos turistas por e-mail ou mesmo pessoalmente. A média de permanência é de 2 dias.

- Tibagi Aventuras: afirma que seus clientes são na maioria de classe média, entre 18 e 30 anos, com média de permanência de 2 dias. Trabalha com pós vendas e diz receber um retorno positivo pelas redes sociais.

- Já em relação as operadoras que estão em processo de consolidação Pickúa Trilhas e a Itaimbé do Guartelá Ecoturismo, caracterizam seus clientes como aventureiros, que valorizam o contato com a natureza, são pessoas cultas e

geralmente saem satisfeitas. Para estes empresários a média de permanência é de 3 dias.

#### 4.1.2.3 Análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*)

Foi realizada com todas as empresas e instituições uma análise dos pontos fracos, pontos fortes, oportunidades e ameaças que os 10 respondentes de 9 organizações (7 empresas e 2 instituições), percebem em relação ao Turismo de Aventura de Tibagi. O SWOT é uma técnica que auxilia na elaboração do planejamento estratégico das organizações que começou a ser desenvolvido nos anos 60-70, nas escolas americanas. O objetivo é focar a combinação das forças e fraquezas da organização com as oportunidades e ameaças do mercado, ou seja, os pontos fracos e fortes dizem respeito ao ambiente interno – no caso a Tibagi, e as oportunidades e ameaças ao ambiente externo.

As respostas estão nos quadros abaixo.

| <b>Instituição/Empresa</b>      | <b>Pontos Fracos</b>   |
|---------------------------------|--|
| Conselho Municipal de Turismo   | Sinal de celular; transporte e alguns acessos.   |
| Secretária Municipal de Turismo | Infraestrutura de alguns atrativos; transporte e pouca mão de obra qualificada.  |
| Camping da Dora                 | Pouca mão de obra qualificada.   |
| Guartelá Ecoturismo             | Falta de união do setor.   |
| Itáytyba                        | Falta de marketing do município; falta de parcerias e cooperação entre empreendimentos locais; falta de visão e amadurecimento empresarial; má prestação de serviços médicos.  |
| Itaimbé do Guartelá Ecoturismo  | Marketing do município.  |
| Pickuá Trilhas                  | Informações turísticas; falta de educação para o turismo; poucos empreendimentos voltados para o turismo e baixo número de leitos.   |
| Salto Puxa Nervos               | Estradas de acesso aos atrativos e falta de marketing voltado ao segmento.   |
| Tibagi Aventuras                | Falta de cursos profissionalizantes e falta de mão de obra especializada.  |
| <b>Instituição/Empresa</b>      | <b>Pontos Fortes</b>   |
| Conselho Municipal de Turismo   | Natureza (formação geográfica); recursos humanos; boa hospedagem e boa alimentação com preço baixo; infra-estrutura e sinalização.   |
| Secretária Municipal de Turismo | Proximidade e adequação do Rio Tibagi principalmente para rafting; capacidade empresarial; preservação dos atrativos; geração de empregos ligados ao Turismo; fluxo financeiro; entrada de divisas e imagem do município (divulgação). |
| Camping da Dora                 | Atrativos naturais; cultura; história e patrimônio arqueológico.   |
| Guartelá Ecoturismo             | Atrativos, guias capacitados e 2 operadoras de qualidade,  |
| Itáytyba                        | Natureza propicia; localização estratégica e acessos.  |
| Itaimbé do Guartelá Ecoturismo  | Natureza; facilidade de acesso e localização geográfica.   |
| Pickuá Trilhas                  | Diversidade de atividades; hospitalidade; tradição; história; cultura e atrativos.   |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Salto Puxa Nervos               | Natureza; publicidade; parcerias entre os empresários locais.   |
| Tibagi Aventuras                | Localização estratégica; atrativos próximos da cidade; preço das atividades e profissionalismo no Turismo de Aventura.  |
| <b>Instituição/Empresa</b>      | <b>Oportunidades</b>  |
| Conselho Municipal de Turismo   | Vinculação de mídia.  |
| Secretária Municipal de Turismo | Copa do mundo; grandes eventos; busca por novos produtos e serviços; aumento da procura por Turismo de Aventura e identidade cultural.  |
| Camping da Dora                 | Grandes eventos; desenvolvimento e crescimento da classe média; aumento do tempo livre.   |
| Guartelá Ecoturismo             | Identidade cultural e melhora da imagem do município (divulgação).  |
| Itáytyba                        | Evento corporativo na região, melhora do marketing da região.   |
| Itaimbé do Guartelá Ecoturismo  | Grandes eventos (copa do mundo e olimpíadas); marketing.  |
| Pickuá Trilhas                  | Criação de novos produtos e melhora na qualidade receptiva.   |
| Salto Puxa Nervos               | Grandes eventos; realização de campeonatos e aumento da publicidade da região e do município.   |
| Tibagi Aventuras                | Grandes eventos; crescimento das cidades vizinhas; instalação de grandes empresas na região.  |
| <b>Instituição/Empresa</b>      | <b>Ameaças</b>  |
| Conselho Municipal de Turismo   | Política; má conservação de estradas; degradação do patrimônio e falta de fiscalização.   |
| Secretária Municipal de Turismo | Construção de usinas hidrelétricas; alteração na legislação ambiental (liberação de licenças prejudiciais as atividades de Turismo de Aventura); entrada de grandes redes turísticas; falta de atualização profissional e degradação ambiental; |
| Camping da Dora                 | Crise econômica e acidentes com atividades de aventura.   |
| Guartelá Ecoturismo             | Pessoas trabalhando ilegalmente; criação de usinas hidrelétricas e legislação ambiental.  |
| Itáytyba                        | Catástrofes; acidentes; problemas econômicos e poucos feriados no ano.  |
| Itaimbé do Guartelá Ecoturismo  | Restrições ambientais; acidentes ou sinistros naturais.   |
| Pickuá Trilhas                  | Desmatamento; avanço de monocultura e crise econômica.  |
| Salto Puxa Nervos               | Entrada de grandes empresas da área de turismo; proibição da visitação de atrativos; avanço da agricultura; poluição e contaminação.  |
| Tibagi Aventuras                | Construção de hidrelétricas e crise econômica.  |

QUADRO: 3 ANÁLISE SWOT DO TURISMO DE AVENTURA DE TIBAGI

FONTE: o autor (2013)

## 4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Através das pesquisas realizadas, tanto na análise documental como na pesquisa de campo, foi perceptível que é fundamental para o município de Tibagi, desenvolver um plano de qualificação específico para o segmento de Turismo de Aventura. Tendo em vista que até o momento, não houve um plano ou programa específico para o segmento. E com isso fica claro que o município não buscou ser referência neste segmento e ainda não investiu no Turismo de Aventura como produto principal. O que foi feito foi atender as demandas do segmento com eficiência, integrando o Turismo de Aventura a um bom planejamento do município para atender ao turismo como um todo.

Embora não tenha havido um planejamento específico para o segmento as ações previstas no plano diretor e em outros documentos de planejamento, beneficiaram muito ao Turismo de Aventura e auxiliaram para que este tenha alcançado bons níveis de qualidade e capacidade de atração de demanda.

Neste cenário, com a capacidade empresarial e o grande potencial do município para as atividades de turismo de natureza, bem como pela crescente onda da busca pela segurança e profissionalismo para o segmento. O município de Tibagi alcança destaque estadual e desponta para um reconhecimento e atração de fluxo nacional. Pois oferece qualidade nos produtos e serviços em que atua. Outro fator importante é que o município sempre se preocupou com as questões de sustentabilidade, ambiental, cultural e político-social.

A Prefeitura Municipal e a SETUR tem investido pontualmente ao longo dos anos, com o intuito de atender ao turismo como um todo, algumas ações refletem no segmento do Turismo de Aventura, mas tem encontrado algumas resistências, políticas e até mesmo culturais, que dificultam na qualificação e maturação deste segmento.

Os empreendedores do setor, constituíram pequenas empresas e em alguns casos tem outro tipo de ocupação. São extremamente dedicados, mas apesar de seus esforços ainda, em alguns momentos encaram os demais empreendedores do mesmo segmento como parceiros e em outros como concorrentes, pois pode se constatar através de observações durante a pesquisa que ainda há bastante relutância em aplicar algumas regras para o desenvolvimento das atividades. Um

bom exemplo é o fato da Lei do passaporte Único ser considerada boa, mas ainda inviável de ser implantada.

Em relação ao COMUTTI, este tem se tornado bastante atuante em relação ao segmento, principalmente no ano de 2013, que passou a ser presidido por um empreendedor do segmento. Tem boas ações previstas para os próximos anos, principalmente em relação a profissionalização e organização deste segmento.

Levando em consideração ainda que o segmento é o principal em atratividade turística e com oferta melhor organizada no município, propõe-se o desenvolvimento de um programa voltado para o Qualificação do Turismo de Aventura em Tibagi, conforme descrito no próximo capítulo.

## **5 PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DO TURISMO DE AVENTURA NO MUNICÍPIO DE TIBAGI-PR**

Este capítulo apresenta estratégias para a Qualificação do Turismo de Aventura em Tibagi, a partir das diretrizes constantes em seu Plano Diretor, no planejamento estratégico vigente e nos resultados obtidos com as pesquisas realizadas descritos no capítulo anterior, visando torná-lo destino referencia em planejamento e gestão do segmento, não somente no Estado, mas também em âmbito nacional.

Dividi-se em dois grandes itens: a descrição geral da proposta e as etapas para sua execução, com respectivos detalhamentos e recursos envolvidos, além do retorno esperado.

### **5.1 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA**

Propõe-se a criação do **Programa de Qualificação do Turismo de Aventura no Município de Tibagi-PR**, que consiste em um documento norteador para auxiliar o município e os empresários locais, se tratando de um referencial importante no processo de planejamento do segmento, que se encontra em um nível de amadurecimento e precisa de estratégias bem definidas para que possa alcançar bons resultados.

O objetivo principal é rejuvenescer os produtos e serviços do segmento de Turismo de Aventura no Município de Tibagi, face as mudanças e inovações do mercado em relação a este segmento. Como objetivos específicos, tem-se:

- Aumentar a oferta e a demanda do segmento.
- Melhorar a qualificação dos envolvidos com o setor.
- Promover ações de sensibilização para o turismo.
- Apoiar na organização e gestão em relação ao Turismo de Aventura local.
- Fomentar uma melhor promoção e comercialização do destino Tibagi na área de Turismo de Aventura.

Destina-se a atender as instituições e empreendedores ligados ao turismo local e também a comunidade do Município de Tibagi.

Deve ser realizado pelo Grupo Técnico de Turismo (que propomos neste programa que seja criado), e pela Prefeitura Municipal, através da Secretaria

Municipal de Turismo, em parceria com outras entidades locais, regionais e estaduais, para o período 2014/2015, com um custo estimado em R\$ 46.200,00 reais.

Para tanto, foram definidos três projetos:

1º) Sensibilização e Organização do Turismo, que objetiva melhorar o processo de gestão e a compreensão do Turismo de Aventura;

2º) Melhoria dos Produtos, que visa aumentar, diversificar e qualificar a oferta do segmento;

3º) Promoção e Comercialização do Turismo de Aventura, que visa criar instrumentos para promoção do destino, melhoria da comercialização e aumento da demanda.

## **5.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO**

Abaixo, segue um descritivo dos projetos, com respectivo cronograma e recursos envolvidos.

### **5.2.1 Sensibilizando e organizando a aventura.**

#### **5.2.1.1 Descritivo das Ações**

Dentro desta etapa, serão realizadas ações que busquem a sensibilização da comunidade e melhora na gestão do Turismo de Aventura, a saber:

- a) Viabilizar a implantação de atividades extracurriculares que trabalhem conceitos de turismo, meio ambiente e sustentabilidade com os alunos das escolas municipais, incentivando o resgate e a valorização da cultura local e regional. Para o treinamento dos professores será elaborado material pedagógico próprio a ser utilizado em mini-cursos desenvolvidos em parceria entre as Secretarias Municipais de Educação e de Turismo. Realizar um piloto em uma das escolas, e posteriormente disseminado nas demais escolas municipais.

Essa ação cujo tema já está previsto no Plano Diretor do município e nos Objetivos e Estratégias para o Turismo vigentes até 2013, mas ainda não foi colocada em prática.

Também se propõe parceria com outras entidades municipais e regionais, como por exemplo as Secretarias Municipais de Cultura e de Meio Ambiente e Universidade Estadual de Ponta Grossa. Mas os principais responsáveis pelo andamento das atividades devem ser a SETUR e o COMUTTI, visto que a primeira é a entidade representante do poder público para o turismo e o Conselho representa os empreendedores turísticos locais. Logo estes são os maiores interessados em promover essa sensibilização para o turismo junto a população.

Tal ação também é justificável pelos resultados das entrevistas, que demonstraram que os empreendedores estão preocupados com a educação voltada para a conscientização ambiental e para uma valorização da cultura regional. Pode se iniciar com um ciclo de palestras onde cada um dos empreendedores pode trabalhar com um tema de maneira interativa com as crianças, visando implantar uma conscientização que venha a agregar conhecimento às disciplinas já existentes na grade de ensino, e juntamente com isso demonstrar as crianças sua área de atuação e indicações de localização e importância dos atrativos e atividades de Turismo de Aventura para o município como um todo.

Ainda utilizando os resultados das entrevistas, alguns empreendedores colocaram a questão da falta de pessoas qualificadas para trabalhar com turismo, como um dos principais problemas para o desenvolvimento do setor. Seria interessante levar este ciclo de palestras proposto também para os alunos do ensino médio, com objetivo de despertar nos jovens de Tibagi o desejo de se qualificar e trabalhar com as atividades de turismo em geral, e principalmente no segmento de aventura que se destaca em nível municipal e até estadual. Os empresários podem inclusive treinar estes jovens para se tornarem condutores em Turismo de Aventura, entre outras funções, que venham a surgir com o crescimento adequado deste segmento.

Também durante o ciclo de palestras e as atividades com a população é importante identificar: o que seria interessante conter em materiais voltados para a sensibilização tanto da população como dos visitantes, em relação à conservação e valorização ambiental e cultural de Tibagi. Os resultados desta pesquisa devem

servir de base para que o Grupo Técnico de Turismo de Aventura possa planejar novas ações destinadas a população com o intuito de integrar os moradores cada vez mais nas atividades de Turismo de Aventura.

Em um segundo momento, as crianças devem ser orientadas a, juntamente com seus professores, criarem manifestações artísticas e culturais, utilizando os temas propostos como base. Essas apresentações podem ser voltadas para a comunidade tibagiense em geral, em espaços públicos municipais.

- b) Realizar um concurso de redação com temas relacionados ao Turismo, Meio Ambiente e Sustentabilidade, aberto para a participação de toda a comunidade. E na premiação deste concurso realizar atividades de lazer durante um dia todo na praça central da cidade, inserindo algumas atividades relacionadas ao Turismo de Aventura. A realização deste evento pela Prefeitura Municipal pode vir a ser celebrado como o “Dia do Turismo em Tibagi”.
- c) Criação de um Grupo Técnico para a discussão do Turismo de Aventura no município, vinculado ao COMUTTI. Inicialmente constituído por integrantes do COMUTTI e empreendedores do segmento aventura, mas permitindo a todos os interessados participarem das reuniões.

Com o objetivo de fortalecer o COMUTTI e o segmento de Turismo de Aventura, esse GT fica incumbido de discutir os problemas e atender as demandas do segmento. Neste grupo é interessante debater e propor leis e adequações necessárias para uma gestão mais eficaz para um aperfeiçoamento dos produtos e serviços do município. Monitorar a aplicação da legislação e auxiliar na qualificação dos funcionários responsáveis pela fiscalização dos empreendimentos turísticos, também devem ser atribuições deste grupo.

### 5.2.1.2 Cronograma e Recursos

| Atividade   | Cronograma              | Recursos   |                              |                      |
|---|-------------------------|--|------------------------------|----------------------|
|   |                         | Humanos  | Físicos                      | Financeiros          |
| Implantar um projeto extracurricular ligado a turismo e meio ambiente na grade curricular das escolas municipais. | Janeiro a Junho de 2014 | Professores e funcionários da prefeitura.                          | Escolas Municipais.          | Sem Custos           |
| Concurso de Redação com o tema Turismo e Meio Ambiente.   | Julho de 2014           | Professores e funcionários da prefeitura.                          | Espaços Públicos municipais. | R\$ 2.200,00         |
| Criação de um Grupo Técnico de Turismo de Aventura.   | Maior a Junho de 2014   | Funcionários públicos, membros do COMUTTI e outros empreendedores. | SETUR                        | Não incide em custos |

QUADRO 4 – CRONOGRAMA E RECURSOS 1ª ETAPA  
 FONTE: o autor (2013)

### 5.2.2 Aumentando, diversificando e qualificando a oferta.

#### 5.2.2.1 Descritivo das Ações

A segunda etapa deste programa traz algumas ações, com o objetivo de fazer com que a oferta de atividades de Turismo de Aventura de Tibagi seja ampliada e se diversifique quanto aos produtos e modalidades, mas sempre pautadas em segurança e princípios sustentáveis.

a) Viagem Técnica para Brotas/SP. Uma vez que os empreendedores já conhecem o exemplo de Bonito MS, poderiam realizar uma viagem técnica para este considerado referencia nacional em Turismo de Aventura. Devem participar desta

viagem um representante do poder público, um representante do COMUTTI e cinco empreendedores do segmento.

Os custos para a realização desta visita técnica devem ser oriundos do Fundo Municipal de Turismo, mediante apresentação de um projeto à Prefeitura Municipal, justificando a viagem e os respectivos gastos. Também é interessante a busca parceria do SEBRAE para aplicação da metodologia de *benchmarking*.

b) Oficina de Planejamento Estratégico do Turismo de Aventura para discutir algumas ações voltadas à melhora do produto, pois é notável que Tibagi já tem buscado, qualificar os empreendedores. Para que estes possam se desenvolver bem na área do turismo, melhorar e diversificar a oferta local, fortalecendo a imagem do município, associando-a a uma imagem destino de qualidade no segmento de Turismo de Aventura. Alguns temas essenciais para que se alcance este objetivo, a serem pautados nesta oficina são:

- Aumentar o número de pessoas para atuar no segmento Turismo de Aventura;
- Mobilizar os empreendedores a estarem totalmente formalizados e com estrutura e atividades de qualidade;
- Aumentar o número de empreendimentos municipais associados à ABETA;
- Incentivar para que todas as atividades de Turismo de Aventura do município estejam de acordo com as normas definidas pela ABETA e seus parceiros através do Programa de Gestão da Segurança;
- Aumentar a oferta de Turismo de Aventura, buscando implantar atividades nas modalidades de terra e ar (de acordo com a definição do MTUR), e que estas possam alcançar o mesmo nível de segurança e qualidade que as atividades de água e técnicas verticais já conseguiram chegar dentro do município;
- Realizar um estudo de demanda, ou uma outra forma de sistematizar as informações que os empreendedores do segmento possuem sobre a demanda de Turismo de Aventura.
- Buscar implantar atividades de Turismo de Aventura nas áreas ao redor do parque em que estas atividades possam ser realizadas. Tendo em vista

que até o presente momento não se pode realizar atividades de Turismo de Aventura dentro do Parque Estadual do Guartelá, o que ainda é interessante se discutir e buscar possibilidades, seguindo o exemplo de concessões de atividades do Parque Nacional do Iguaçu. Esta iniciativa de oferecer tais atividades na região em que o parque está localizado é de grande importância para a consolidação de Tibagi como destino turístico, pois o Parque Estadual do Guartelá recebe grande demanda de visitantes que vem crescendo anualmente. Abaixo o número de visitantes dos parques paranaenses no ano de 2012, onde o Parque Estadual do Guartelá aparece como o terceiro mais visitado do Estado.

| <b>VISITANTES</b>                      |                  |
|--|------------------|
| <b>PARQUE</b>                          | <b>2011</b>      |
| <b>A. Nacional do Iguaçu</b>           | <b>1 394 187</b> |
| <b>B. Estadual de Vila Velha</b>       | <b>61 014</b>    |
| <b>C. Estadual do Guartelá</b>         | <b>18 162</b>    |
| <b>D. Estadual da Serra da Baitaca</b> | <b>16 534</b>    |
| <b>E. Estadual de Campinhos</b>        | <b>10 770</b>    |
| <b>F. Estadual Caminho do Itupava</b>  | <b>7 298</b>     |
| <b>G. Estadual de Amaporã</b>          | <b>6 281</b>     |
| <b>H. Estadual Pico do Marumbi</b>     | <b>6 238</b>     |
| <b>I. Municipal Arthur Thomas</b>      | <b>58 451</b>    |
| <b>J. Municipal Daisaku Ikeda</b>      | <b>19 982</b>    |

FIGURA 11: VISITAÇÃO DOS PARQUES PARANAENSES  
Fonte: SETU (2013)

### 5.2.2.2 Cronograma e Recursos

| Atividade   | Cronograma                        | Recursos                                     |                             |                                  |
|---|-----------------------------------|--|-----------------------------|----------------------------------|
|   |                                   | Humanos                                      | Físicos                     | Financeiros                      |
| Viagem Técnica para Brotas/SP.                              | Entre Julho e Setembro de 2014    | Funcionários SETUR e integrantes do COMUTTI. | Espaço e Equipamentos SETUR | R\$ 20.000                       |
| Oficina de Planejamento Estratégico do Turismo de Aventura. | Entre Setembro e Dezembro de 2014 | Consultor em Planejamento Estratégico        | Espaço e Equipamentos SETUR | R\$ 4.000 (20 horas de trabalho) |

QUADRO 5: CRONOGRAMA E RECURSOS 2ª ETAPA  
 FONTE: o autor (2013)<sup>3</sup>

### 5.2.3 Marketing de Tibagi como Destino de Turismo de Aventura

#### 5.2.3.1 Descritivo e Ações

Já na área marketing e da comercialização dos produtos do Turismo de Aventura de Tibagi, os empreendedores demonstraram preocupação, pois acreditam que ainda tem sido investido muito pouco. Para fortalecimento do segmento é necessário também algumas melhoras nas formas de distribuição e comercialização.

Para tanto, são propostos investimentos no ano de 2015 através do Fundo Municipal de Turismo para fomentar o Marketing do Destino Tibagi para Turismo de Aventura, tendo em vista:

- a) Buscar a diminuição da sazonalidade, atraindo novos públicos para o município. Os empresários de Tibagi devem investir na captação de eventos e treinamentos empresariais, oferecendo as atividades de aventura como um diferencial. Inicialmente devem ser buscadas parceiras com empresas da região. Grupos escolares também podem ser um tipo de demanda adequada para aumentar o fluxo de turistas em dias de semana e finais de semana. Para esse tipo de trabalho deve se delimitar atrair grupos escolares e empresarias que estejam num raio de 200 km de Tibagi.

<sup>3</sup> Baseado em, JASTALE (2013) p. 123 e 124, o valor para 20 horas de trabalho de consultoria em planejamento estratégico seria de aproximadamente 4.000 reais.

- b) Trabalhar a divulgação em destinos estaduais. É interessante para o município se divulgar em destinos estaduais, tendo em vista que é mais viável para esse público ir para Tibagi e aproveitar o final de semana, se avaliarmos a distância como fator de atração.
- c) Participação em eventos. O setor privado em parceria com o poder público deve participar de eventos tanto estaduais como em outros estados, onde tenha o tipo de demanda que costuma consumir produtos e serviços de Turismo de Aventura compatíveis com a oferta de Tibagi. Ou até mesmo em eventos voltados para profissionais do turismo, como por exemplo, feiras e rodadas de negócios.
- d) Criar e viabilizar campanhas de divulgação de Tibagi como destino de Turismo de Aventura em âmbitos regional, estadual e nacional.
- e) Diversificar a Distribuição das atividades do segmento. Apesar de a internet ser uma boa maneira de distribuição. É interessante para os empresários de Tibagi, buscarem outras formas de distribuição, como por exemplo, estabelecendo parceria com agencias de emissivo de outras regiões do Paraná e de outros estados.

### 5.2.3.2 Cronograma e Recursos

| Atividade  | Cronograma                    | Recursos                                 |                              |             |
|--|-------------------------------|--|------------------------------|-------------|
|  |                               | Humanos                                  | Físicos                      | Financeiros |
| Fomento ao Marketing do Destino Tibagi para Turismo de Aventura. | De Janeiro a Dezembro de 2015 | Equipe SETUR e GT de Turismo de Aventura | Espaço e Equipamentos SETUR. | R\$ 20.000  |

QUADRO 6: CRONOGRAMA E RECURSOS 3º ETAPA  
 FONTE: o autor (2013)

### 5.3 TOTAL DE RECURSOS

Aqui se apresentam os principais recursos utilizados em cada etapa do Programa e respectivo total.

| <b>Etapa</b> | <b>Recursos Humanos</b>  | <b>Recursos Físico/ Logísticos</b>          | <b>Recursos Financeiros</b> |
|--------------|--|---|-----------------------------|
| 1ª Etapa     | Professores, funcionários públicos e membros do COMUTTI.                         | Espaços e equipamentos públicos municipais. | R\$ 2.200                   |
| 2ª Etapa     | Funcionários públicos, membros do COMUTTI e Consultor em Planejamento Turístico. | Espaço e equipamentos da SETUR.             | R\$ 24.000                  |
| 3ª Etapa     | Equipe SETUR e GT de Turismo de Aventura.  | Espaço e Equipamentos SETUR                 | R\$ 20.000                  |
| <b>Total</b> |  |   | <b>R\$ 46.200</b>           |

QUADRO 7: TOTAL DE RECURSOS

FONTE: o autor (2013)

Para repor ao fundo de turismo municipal e para ações de conservação e manutenção dos atrativos turísticos bem como para investimentos nas atividades de turismo em contato com a natureza, e ainda para ações de conservação e educação ambiental, que o Grupo Técnico de Turismo encaminhe a Câmara de Vereadores Municipal um projeto de lei que destine 10 % do valor que o município recebe de ICMS Ecológico.

O ICMS Ecológico é um instrumento de política pública, criado pioneiramente no Paraná, que trata do repasse de recursos financeiros aos municípios que abrigam em seus territórios Unidades de Conservação ou áreas protegidas, ou ainda mananciais para abastecimento de municípios vizinhos. Do total do ICMS arrecadado pelo Estado do Paraná, 5% é destinado para os municípios, proporcionalmente às Unidades em função do tamanho, importância, grau de investimento na área, manancial de captação e outros fatores. Tibagi recebeu até o mês de Novembro de 2013 R\$ 431.169,04 de ICMS Ecológico. (IAP, 2013)

## 5.4 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO

A avaliação do retorno deste Programa se dá através de índices que mostrem um crescimento do setor e geração de emprego e renda, bem como no crescimento da demanda que visita o município. Por se tratar basicamente de investimentos do setor público, arrecadados atualmente através dos impostos dos empreendimentos da área do turismo municipal e revertidos para o Fundo Municipal do Turismo.

Por outro lado, as ações financiadas pela Prefeitura Municipal, teriam benefícios voltados ao desenvolvimento econômico e social de Tibagi.

Para se perceber se o plano está tendo o resultado esperado se faz necessário uma nova pesquisa com o mercado e as instituições, a fim de avaliar o crescimento do setor após dois anos que é o prazo de execução do Programa.

Essa pesquisa deverá avaliar se houve um aumento da oferta e da demanda do setor; melhora na qualificação dos envolvidos com o Turismo de Aventura do município; como está a participação da população nas atividades; evolução no planejamento e organização do segmento; imagem do destino Tibagi em relação ao Turismo de Aventura estadual e municipal. Todos estes indicadores deverão ser avaliados levando em consideração princípios de qualidade, segurança e sustentabilidade das atividades e do segmento. Enfim, perceber se o município alcançou ou está avançando a maturação do segmento no mercado turístico.

O monitoramento das ações do Programa deve ser feito pelo Grupo Técnico de Turismo de Aventura, pois este prevê a participação de todos os interessados na qualificação do segmento, advindos do poder público, da área privada e da comunidade. Essa avaliação deve ser feita semestralmente e concluída com relatórios das atividades realizadas, a ser apresentados para toda a população através de audiências públicas. A avaliação se dará no final do Programa.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve início com a identificação do problema de pesquisa “Quais ações vem sendo realizadas no município de Tibagi, para o desenvolvimento do Turismo de Aventura?”, passando em seguida para a realização de pesquisas que pudessem comprovar ou não as hipóteses e os objetivos delineados, a partir da realização de pesquisas exploratórias e descritivas.

No que se refere ao planejamento turístico, há cada vez mais uma busca por eficácia no seu desenvolvimento, baseada nos princípios de sustentabilidade. No caso do Turismo de Aventura, pelo fato de as atividades geralmente ocorrerem em contato com a natureza, esse imperativo é ainda maior.

Tal eficácia pode ser alcançada com a utilização do planejamento participativo, modelo bastante difundido em nosso País, que permite a participação de todos os envolvidos para a construção de estratégias e documentos que embasem o desenvolvimento do segmento de Turismo de Aventura. O poder público e as entidades representativas são os responsáveis por esse planejamento e atuam como agentes de integração e inovação para o desenvolvimento almejado.

A gestão das atividades deste segmento é bastante focada em questões de segurança, preservação ambiental e qualidade. Os empreendedores buscam sempre se especializar, atender bem a crescente e exigente demanda.

As ações da ABETA para a profissionalização, gestão da segurança e amadurecimento empresarial do setor, levaram o Brasil a ser referência mundial na prática segura do Turismo de Aventura. Em todo o País há um grande número de empresas certificadas, e um número ainda maior de empresas que seguem os procedimentos de segurança criados para dar credibilidade e padrões de qualidade para o segmento.

Os destinos também utilizam a segmentação para seu posicionamento estratégico. Na pesquisas, que deram base ao presente trabalho, percebe-se que o Município de Tibagi, não utiliza esta estratégia, apesar de ter o Turismo de Aventura como seu principal produto turístico.

Tibagi teve o início de seu desenvolvimento pautado na prática de esporte, exposição na mídia e a crescente busca das pessoas por atividades turísticas em contato com a natureza, e em um processo de interação com o meio ambiente e

cultura local. Atualmente o município se encontra em um processo de maturação do segmento, com ações voltadas para a organização das atividades e qualificação das empresas e pessoas atuantes no segmento. Considerado referencia em planejamento em âmbito estadual, também possui características para ser considerado como um dos grandes destinos nacionais de Turismo de Aventura e com isso atrair ainda mais demanda e potencializar os efeitos positivos das atividades turísticas organizadas em contato com a natureza.

Para se responder ao problema de pesquisa foi preciso buscar entender a dinâmica local das atividades turísticas, bem como seu planejamento e gestão. Após essa percepção realizar a pesquisa, e agregar estes resultados ao conhecimento teórico levantado para então estabelecer um panorama do estágio de desenvolvimento do segmento no município pesquisado.

Foi extremamente enriquecedor o aprendizado sobre os processos de planejamento do turismo em um município com vocação turística latente. E ainda identificar como os empreendedores se inserem neste processo. O projeto apresentado se deu pela percepção que para que o destino turístico realmente desenvolva bem o segmento e possa ser considerado de qualidade, várias questões precisam ser levadas em consideração, sendo essencial para o destino ter empresários realmente motivados a lutar pelo desenvolvimento do segmento e contar com boas políticas de incentivo e apoio da comunidade local.

Este trabalho não se encerra com as propostas apresentadas, pois muitas outras são necessárias e identificadas no decorrer de seu desenvolvimento, sendo importante saber reconhecê-las e inseri-las no processo em curso.

## REFERÊNCIAS

**ABETA** Associação Brasileira Das Empresas De Ecoturismo E Turismo De Aventura. Disponível em: <http://www.abeta.com.br>. Acesso 28/06/2013

**ABNT**, Associação brasileira de normas técnicas. Página oficial. Disponível em <[www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br) >. Acesso 23/11/2013.

**AVENTURAS**, Tibagi. Disponível em: <http://www.tibagiaventuras.com.br/>. Acesso 19/11/2013

**ECOTURISMO**, Guartelá. Disponível em: <http://tibagiturismo.com.br/guartela/> . Acesso 20/11/2013

**BENI**, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 7 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

**BRASIL**, Ministério Do Turismo. Orientações básicas para o Turismo de Aventura. Disponível em: <[institucional.turismo.gov.br](http://institucional.turismo.gov.br)>. Acesso 02/07/2013

\_\_. **Regulamentação, normalização e certificação em turismo de aventura. Relatório diagnóstico.** Disponível em [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Relatorio\\_Diagnostico\\_Turismo\\_Aventura.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Relatorio_Diagnostico_Turismo_Aventura.pdf). Acesso em 17/11/2013.

**BOULLÓN**, Roberto C.. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru (SP): EDUSC, 2002.

**CENTENO**, Rogelio Rocha. **Metodologia da pesquisa aplicada ao turismo: casos práticos**. Trad. Waldelina Rezende. São Paulo: Roca, 2003

**DENCKER**, Ada de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

**DIAS**, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2002.

**BORGES**, Ana, C, S; **CORONEL**, Anildo, M; **DOUBEK**, Geo. **Proposta para o Desenvolvimento do Potencial Turístico do Município de Tibagi**. 65 f. Monografia (Graduação em Turismo) – Setor de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1996

**FARAH**, Sonia Diniz. Políticas de incentivo ao turismo de aventura no Brasil - O papel do Ministério do Turismo. In **UVINHA**, Ricardo Ricci. **Turismo de aventura: reflexões e tendências**. São Paulo: Aleph, 2005.

**RODRIGUES, A. Turismo e desenvolvimento local** . 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

**HALL, C.M. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos** ; tradução Edite Sciulli. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

**História da Região dos Campos Gerais.** Disponível em: <http://www.camposgeraismais.com.br/cidades/tibagi/>  
Acesso 18/06/2013.

**IAP – Instituto Ambiental do Paraná. ICMS-ECOLÓGICO,** disponível em: <http://www.iap.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=418> Acesso em 13/12/2013

**JASTALE, Mariane Fecci. Comercialização de roteiros de turismo rural: um estudo sobre a aplicação da internet como ferramenta de marketing.** Monografia (Graduação em Turismo) – Setor de Ciências Humanas. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

**LOPES, José C. V. Introdução à História de Tibagi.** 20 ed. Curitiba: J.C.V. Lopes, 2002

**MASSUKADO, M. S. Análise comparativa de estratégias qualitativas de investigação: possibilidades para a pesquisa em turismo.** Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 1, n.1, p. 9-27, 2008. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/turismo/article/viewFile/11922/8410> >. Acesso 12 /07/2013.

**METZGER, Viviane.M; LIMA, Leticia. M. Bicho do Mato Expedições Agência de Ecoturismo e Turismo de Aventura, 75 f.** Monografia (Graduação em Turismo) – Setor de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

**MONTEJANO, Jordi Montaner. Estrutura do mercado turístico.** 10 ed. São Paulo: Roca, 2011

**PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. Hierarquização das regiões turísticas do Paraná.** 2012. Disponível em: <http://www.setu.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/HierarquizacaoRegioesTuristicaPR2012.pdf> >

**PARANÁ. Secretaria de Estado do Turismo. Turismo na Região dos Campos Gerais.** Apresentação. Curitiba, 2013. Curitiba, Paraná

**PETROCCHI, Mario. Turismo: planejamento e gestão.** São Paulo: Pearson, 2009.

**Plano de Manejo Parque Estadual do Guartelá.** Disponível em: <http://www.iap.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1205>. Acesso 10/12/2013

**SWARBROOKE J. BEARD C. LECKIE S. e POMFRET G. Turismo De Aventura: conceitos e estudos de caso; tradução Marise P. Toledo.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2003.

**SOARES, J.S.R. Turismo de Aventura: potencialidade para o segmento na cidade de Niterói.** Monografia (Graduação em Turismo)- Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2007. Disponível em [http://www.proac.uff.br/turismo/sites/default/files/JULIANA\\_DO\\_SACRAMENTO\\_RIBEIRO\\_SOARES-07.pdf](http://www.proac.uff.br/turismo/sites/default/files/JULIANA_DO_SACRAMENTO_RIBEIRO_SOARES-07.pdf) acesso em 16/11/2013

**PETROCCHI, Mario. Turismo: Planejamento e Gestão 2 ed.**São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

**PETROCCHI, Mario. Marketing para destinos turísticos.** São Paulo: Futura, 2004.

**REJOWSKI, Mirian. Turismo e Pesquisa científica: Pensamento internacional x situação brasileira.** Campinas, SP: Papyrus, 1996 (Coleção Turismo)

ROSS ,A. JAYME, N. FRANÇA, C. SANTOS, T. Geografia e Turismo: proposta de plano de turismo- município de Tibagi- PR. In: **II Encontro Estadual de Geografia e Ensino**, 10, 2011 Maringá. Disponível em: <http://www.dge.uem.br/gavich/downloads/semana11/Eixo5/5-11ROSS.pdf> acesso 15/11/2013

**TIBAGI.** Secretaria Municipal de Turismo disponível em (<http://tibagi.pr.gov.br/turismo/>) Acesso 20/06/2013.

**TIBAGI.** Prefeitura Municipal disponível em <http://www.tibagi.pr.gov.br/> Acesso 20/06/2013.

TIBAGI. Prefeitura Municipal. **Objetivos e Estratégias para o Turismo-**Planejamento Estratégico de Tibagi – 2009-2013. Tibagi, 2009. Tibagi, Paraná Brasil.

TIBAGI. Prefeitura Municipal. Plano **Diretor Municipal, Tibagi.** Tibagi, 2005. Tibagi, Paraná, Brasil.

TIBAGI. Prefeitura Municipal. **Lei Passaporte Único.** Tibagi, 2011. Tibagi, Paraná Brasil.

**TIMO, G.F. ABREU, J, A, P.** Normalização e Certificação em Turismo de Aventura no Brasil - In UVINHA, Ricardo Ricci. **Turismo de aventura: reflexões e tendências.** São Paulo: Aleph, 2005.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO EMPRESAS

#### Questionário Empresas

Universidade Federal do Paraná  
Entrevista Turismo de Aventura em Tibagi- PR  
Entidade Empresa:  
Entrevistado (a)

Data:

- 1 Que atividades você/ sua empresa opera na área de Turismo de Aventura ?  
Descreva as. Opera com roteiros locais ou Regionais?
- 2 Como tem sido os investimentos nas atividades em que opera ? Existem perspectivas para crescimento destes investimentos?
- 3 Como se atualiza profissionalmente ? (Cursos, palestra, seminário, benchmarking)
- 4 Que estratégias de divulgação utiliza ? Como acontece o processo desde compra até a prática das atividades?
- 5 Quais são seus parceiros e fornecedores ? Fale sobre eles.
- 6 O que sua empresa pretende realizar nos próximos anos no segmento Turismo de Aventura ? .
- 7 Atualmente como se encontra a oferta do Turismo de Aventura no município ?
- 8 Como é a atuação do poder publico em relação a este segmento ?
- 9 Como tem sido trabalhadas as questões de segurança nas atividades de Turismo de Aventura ? Possui plano de Gestão da Segurança?
- 10 Em relação à princípios de sustentabilidade. Que práticas adotam? (em relação ao lixo, conservação ambiental, práticas responsabilidade social etc.)
- 11 Quais os principais problemas para o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi?
- 12 Como tem sido a procura por atividades de Turismo de Aventura no município? Existe algum estudo que possa quantificar essa demanda? Qual?
- 13 Caracterize o público atendido. Como seus clientes tem avaliado as atividades de que realizam ? Em que períodos vêm e quantos dias costumam ficar?

14 Quais os pontos fortes para o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi?

15 E quais os pontos fracos para este segmento?

16 Quais as principais ameaças para o desenvolvimento deste segmento ?

17 Que oportunidades percebe para este segmento ?

## **APENDICE B- QUESTIONÁRIO INSTITUIÇÕES**

### **Questionário Instituições (SETUR E COMUTTI)**

Universidade Federal do Paraná

Entrevista Turismo de Aventura em Tibagi- PR

Entidade Empresa:

Data:

Entrevistado (a)

1 Fale sobre o planejamento do Turismo de Aventura em Tibagi. Foi constituído algum documento referencial para seu desenvolvimento?

2 Como são desenvolvidas as atividades de Turismo de Aventura no Município ?

3 Como começou o turismo de aventura no município? Fale sobre os últimos 5 anos o que foi feito pelo desenvolvimento do Turismo de Aventura Local ?

4 O que sua instituição pretende realizar nos próximos anos nesta área ? .

5 Atualmente como se encontra a oferta do Turismo de Aventura no município ?

6 Como tem sido trabalhadas as questões de segurança nas atividades de Turismo de Aventura ?

8 Em relação à princípios de sustentabilidade. O que já foi feito? E o que está sendo previsto para este segmento?

9 Que instituições/ empresas atuam/ interferem diretamente no Turismo de Aventura do município ?

10 Como é a atuação da entidade em relação ao segmento ? (assessora, orienta , fiscaliza, promove) ?

11 Existe legislação específica para o segmento? A entidade atua com este foco ?

12 Quais os principais problemas para o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi ?

13 Como tem sido a procura por atividades de Turismo de Aventura no município? Existe algum estudo que possa quantificar essa demanda ? Qual ?

14 Quais os pontos fortes para o desenvolvimento do Turismo de Aventura em Tibagi ?

15 E quais os pontos fracos para este segmento ?

16 Quais as principais ameaças para o desenvolvimento deste segmento ?

17 Que Oportunidades percebe para este segmento ?

## ANEXO

### ANEXO A - LEI DO PASSAPORTE ÚNICO

#### LEI Nº , DE DE MARÇO DE 2011

Dispõe sobre a regulamentação da atividade turística no município de Tibagi, cria o Passaporte Único, e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE TIBAGI.

Faço saber que a Câmara Municipal de Tibagi, Estado do Paraná, aprovou e eu, Prefeito Municipal, sanciono a seguinte

#### LEI:

#### CAPITULO I- CRIA O PASSAPORTE ÚNICO

**Art. 1º** – Fica criada a regulamentação da visitação turística em Tibagi, através da utilização do *Passaporte Único*, para uso obrigatório dos turistas.

**Art. 2º** – Entende-se por *Passaporte Único* o bilhete de ingresso ou aquisição de produtos e serviços turísticos que tem como objetivo o controle do fluxo turístico aos atrativos, assegurando a preservação do ecossistema e a segurança do visitante.

§1º. Todas as agências de turismo do município são obrigadas a utilizar o *Passaporte Único* por meio digital ou blocos emitidos gratuitamente pela Secretaria Municipal de Finanças, através do Departamento de Tributação.

§2º. O preenchimento do *Passaporte Único* será de exclusiva responsabilidade das agências de turismo. No caso de blocos impressos, não deverão ocorrer emendas, rasuras ou ressalvas, para maior precisão sobre o fluxo de turistas nos atrativos do Município.

§3º. Ficam os proprietários dos atrativos, sítios e demais locais de visitação turística, obrigados a exigir o *Passaporte Único*.

§4º- Nos atrativos públicos, inclusive o Parque Estadual do Guartelá, o uso do *Passaporte Único* será prioritário, regulado mediante termo de convênio ou parceria.

§5º. Os atrativos serão onerosos, mediante valor regulamentado pelo Conselho Municipal de Turismo – COMUTTI e cada proprietário do atrativo, sendo que serão repassados 20% (vinte por cento) da taxa de visitação ao Fundo Municipal de Turismo, como incentivo e fomento à atividade turística no município de Tibagi.

§6º. O não preenchimento do *Passaporte Único* pelas agências de turismo e a sua não exigência pelos proprietários das áreas, sítios e demais locais de visitação, caracterizará crime de sonegação fiscal.

§ 7º. As agências de turismo deverão prestar contas semanalmente dos talonários do *Passaporte Único* no Departamento de Tributação, para recolhimento do tributo devido.

§8º - Os atrativos de massa, compreendidos como àqueles que dispensam o acompanhamento de guias, locais estes a serem definidos pelo COMUTTI, poderão ser visitados sem a aquisição obrigatória do *Passaporte Único*, contribuindo porém de igual forma ao §5º deste Artigo, devendo prestar contas semanalmente dos talonários do *Passaporte Único* no Departamento de Tributação, para recolhimento do tributo devido.

§9º – As agências de turismo ficam responsáveis perante a Prefeitura Municipal pelo recolhimento de tributos devido pelos proprietários dos atrativos turísticos, exceto os atrativos de massa, e pelos guias, devendo descontar do pagamento daqueles o imposto devido.

## **CAPITULO II - DA RESPONSABILIDADE DAS AGÊNCIAS E DA DIVULGAÇÃO**

**Art. 3º** - As agências de turismo que estejam operando ou venham a operar as atividades turísticas no Município de Tibagi deverão apresentar os seguintes documentos:

- I - Contrato social devidamente registrado;
- II - Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- III - Endereço comercial completo;
- IV - Recibo de quitação de taxas e impostos, inclusive alvará;
- V - Cadastro no Ministério do Turismo (MTUR);
- VI - Termo de anuência ao compromisso ambiental sustentável, onde declara conhecer e concordar com as regras desta regulamentação, satisfazendo todas as

exigências legais, especialmente no que diz respeito à aquisição Passaporte Único de entrada, ao uso de equipamentos, medidas de segurança, seguro de acidentes e número ideal de usuários nas atividades.

§1º- As agências de turismo que não preencherem os requisitos previstos nos incisos anteriores, não se cadastrando para operar através do *Passaporte Único* no prazo de trinta dias, terão a licença de funcionamento (Alvará) suspensa, até a regularização aos ditames desta Lei.

§2º – As agências cadastradas que descumprirem os preceitos dos incisos anteriores serão suspensas até a regularização, sendo punidas com a pena da suspensão da emissão do *Passaporte Único* pelo prazo de trinta dias, a contar da data da regularização junto a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo, no caso de reincidência.

§3º – A suspensão das atividades das agências, na forma dos incisos anteriores, é uma medida de prevenção do trade turístico, evitando o descrédito, solidificando uma política de eficiência no atendimento aos visitantes de Tibagi.

**Art. 4º** - São obrigações dos agentes e operadores turísticos:

I - Comunicar previamente ao poder público municipal e ao COMUTTI, as mudanças de endereço e paralisações temporárias ou definitivas de atividade que venham a ocorrer;

II - Comunicar ao poder público municipal e ao COMUTTI, no prazo e forma por ele determinados, as alterações ocorridas nas informações cadastrais fornecidas;

III - Atender, no prazo e forma determinados, as notificações e solicitações do poder público municipal e do COMUTTI para fornecimento de informações e documentos estatísticos, adotando os formulários padronizados para esse fim;

IV - Facilitar o acesso dos fiscais da municipalidade às instalações e documentos da empresa e nas atividades turísticas que exerçam, não opondo ou criando qualquer tipo de obstáculo ou embaraço à fiscalização.

*Parágrafo único* - A comunicação de paralisação temporária ou definitiva de suas atividades, implicará respectivamente, na suspensão automática, da empresa junto à Prefeitura Municipal.

**Art. 5º** - São deveres dos agentes e operadores turísticos, por si ou por seu representante legal:

**I** – Cumprir e honrar, permanentemente, os contratos ou compromissos divulgados, explicitados ou acordados com o cliente, especialmente as reservas e preços previamente ajustados;

**II** - Respeitar os direitos do consumidor relacionados no artigo 6º, da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor);

**III** - Utilizar, em seu relacionamento comercial, instrumentos, disposições, cláusulas, e práticas claras, justas e objetivas, abstendo-se de procedimentos abusivos ou lesivos ao interesse do cliente, e ao meio ambiente;

**IV** - Prestar serviços de qualidade, utilizando-se de equipamentos certificados e em condições adequadas de uso que não coloquem em risco a vida, o bem-estar, a segurança e o conforto do cliente;

**V** - Prestar serviços turísticos na qualidade, forma, prazos, condições e preços em que tenham sido divulgados, ajustados e contratados;

**VI** - Utilizar nas ofertas e divulgações de serviços turísticos, informações suficientes, claras, objetivas e de fácil entendimento;

**VII** - Utilizar, em qualquer forma de divulgação e promoção, a marca da região turística Campos Gerais do Paraná e a logomarca do Município a ser criada em lei própria;

**VIII** - Abster-se do uso de práticas e artifícios que caracterizem propaganda enganosa, falsa ou abusiva.

**Art. 6º** - Nas vendas de serviços e antes da realização das atividades turísticas, deverão ser passadas aos clientes todas as informações necessárias sobre a prática a ser realizada.

**Parágrafo único** - A responsabilidade em prestar estas informações é da agência de turismo, que se obriga a fixá-las em seus escritórios ou bases, sempre de forma clara e ostensiva.

**Art. 7º** - Respeitadas as diferenças operacionais das empresas, as informações a serem fornecidas aos clientes, devem incluir:

**I** - Dados gerais sobre as atividades, incluindo o que é, grau de dificuldade e a classificação dos atrativos;

**II** - Dados sobre os aspectos ambientais e turísticos do local visitado;

**III** - Duração e extensão do percurso;

**IV** - Tipo de vestuário necessário;

**V** - Preços e serviços incluídos no pacote;

**VI** - Obrigatoriedade da aquisição do Passaporte Único.

**VII** - Restrições ao uso de álcool;

**VIII** - Instrução sobre as técnicas e o uso dos equipamentos;

**IX** - Instruções de segurança e resgate;

**X** - Compromisso ambiental sustentável;

**Art. 8º** - Deverá ser contratado pela agência de turismo, junto a seguradoras idôneas, um seguro individual contra acidentes, incluindo coberturas compatíveis para assistência médica hospitalar, invalidez e morte, mantendo uma cópia da apólice à disposição do segurado.

**§ 1º** - A agência de turismo, deverá contratar seguro similar para garantir a segurança de seus prepostos, instrutores e/ou monitores.

**§ 2º** - A contratação do seguro individual contra acidentes é obrigatório, em benefício do cliente ou seu beneficiário e poderá ser incluído no preço final do serviço.

**Art. 9º**- As agências cumprirão funções de arrecadadora de tributos municipais, conforme o §9º do art. 2º.

### **CAPITULO III - DAS ATRIBUIÇÕES DO GUIA DE TURISMO LOCAL E/ OU CONDUTOR DE GRUPOS**

**Art. 10º.** As visitas nos atrativos turísticos , exceto nos atrativos de massa, deverão ser acompanhadas por um Guia de Turismo Local ou Condutor de Grupos.

**Art. 11º.** Somente será considerado Guia de Turismo local, o profissional que estiver cadastrado no Ministério do Turismo Regional MTR-PR segundo o que determina as Leis Federal nº 8623/93 e Estadual nº 16513/2010, e que exerça suas atividades nos estritos termos deste diploma legal.

**Art. 12º.** Será considerado Condutor de Grupos, o profissional que estiver cadastrado na Paraná Turismo segundo o que consta na Resolução Estadual /11.

**Art. 13º.** Constituem atribuições do Guia de Turismo local e/ ou Condutor de Grupos conduzir o visitante com segurança em seus passeios e visitas, transmitindo-lhe orientação e informação específica e tornando mais atrativa sua programação

**Art. 14º.** Para atuar em Tibagi, o Guia de Turismo Local e/ ou Condutor de Grupos deverá cadastrar-se, obrigatoriamente, junto a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo, atendendo os seguintes requisitos básicos:

**I** – Apresentação de comprovante de residência no município há pelo menos 1 ano ;

**II** – Credencial emitida pela Paraná Turismo, no caso dos Condutores de Grupos;

**III** - Registro de profissional autônomo junto ao órgão público, no caso dos Guias de Turismo.

**IV** – Cadastro junto a operadora local.

**V** - Termo de anuência ao compromisso ambiental sustentável, onde declara conhecer e concordar com as regras desta regulamentação, satisfazendo todas as exigências legais, especialmente no que diz respeito à aquisição Passaporte Único de entrada, ao uso de equipamentos, medidas de segurança, seguro de acidentes e número ideal de usuários nas atividades.

**Art. 15º** . A Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo é a responsável por informar às Agências de Turismo e aos proprietários dos atrativos turísticos, a relação completa dos Guias de Turismo e/ ou Condutores de Grupos cadastrados e aptos ao exercício da profissão.

**Art. 16º** No exercício da profissão, o Guia de Turismo e/ ou Condutor de Grupos deverá conduzir-se com responsabilidade, dedicação e decoro, zelando pelo bom nome da empresa à qual presta serviços, devendo ainda respeitar e cumprir as leis e regulamentos que disciplinam a atividade turística, podendo, por desempenho irregular de suas funções, vir a ser punido pelo Poder Público.

**Art. 17º** Pelo desempenho irregular de suas atribuições, o Guia de Turismo local e/ ou Condutor de Grupos, conforme a gravidade da falta e seus antecedentes, ficará sujeito às seguintes penalidades, aplicadas pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo:

I - advertência;

II - suspensão;

III - cancelamento do cadastro.

§1º As penalidades previstas neste artigo serão aplicadas após processo administrativo simplificado, assegurada ao acusado ampla defesa.

§2º Das decisões proferidas pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Turismo caberá recurso ao Conselho Municipal de Turismo.

**Art. 15º** Fica estabelecido o prazo de 90 (noventa) dias, para que os Guias de Turismo local e/ ou Condutor de Grupos já em atividade, se adaptem as normas aqui estabelecidas.

#### **IV- DO FUNCIONAMENTO DOS ATRATIVOS**

**Art. 13º** - Entende-se por Atrativo Turístico, a propriedade ou posse particular ou pública, rural ou urbana, que abrigue locais de beleza cênica expressiva, ou de interesse ambiental, cultural ou histórico, que receba visitantes mediante pagamento e que por sua vez possam operar atividades relacionadas diretamente ao turismo em seu território.

**Art. 14º** - Para a abertura e funcionamento de novos atrativos e mesmo para os que já se encontram em operação, deverão cumprir a legislação ambiental vigente e demais normas legais aplicáveis e obedecer, obrigatoriamente, as normas disciplinadoras da presente regulamentação, tais como:

I - apresentação de projeto técnico de viabilidade ao COMUTTI contendo:

a) Indicação do local exato do atrativo;

b) Análise das condições ambientais e de segurança da área a ser utilizada;

c) Croqui incluindo os equipamentos de hospedagem, alimentação, sanitários, lazer e infra-estrutura de apoio, assim como as vias de circulação e estacionamento de veículos;

d) Formas de tratamento de água, esgoto e seus efluentes e destinação dos resíduos sólidos;

e) Estudo de capacidade de carga, determinando o número máximo de visitantes/dia;

f) Medidas de recuperação das condições ambientais e a recomposição florestal, quando necessário;

g) Horário de funcionamento da atividade;

h) Operadoras autorizadas com exceção dos atrativos de massa;

i) Parecer técnico do Conselho Municipal de Turismo – COMUTTI;

j) Assinatura do empreendedor e técnico legalmente responsável.

II – Se aprovado o projeto técnico de viabilidade pelo COMUTTI, os atrativos turísticos apresentar os seguintes documentos:

a) Contrato social devidamente registrado;

b) Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

c) Endereço comercial completo;

d) Recibo de quitação de taxas e impostos, inclusive alvará;

e) Termo de anuência ao compromisso ambiental sustentável, onde declara conhecer e concordar com as regras desta regulamentação, satisfazendo todas as exigências legais, especialmente no que diz respeito à aquisição do Passaporte Único de entrada, ao uso de equipamentos, medidas de segurança, seguro de acidentes e número ideal de usuários nas atividades.

**Art. 15º** – Os atrativos turísticos, com exceção dos de massa, deverão repassar 20% (vinte por cento) da taxa de visitação ao Fundo Municipal de Turismo, através do acerto com as agências de turismo conforme §5º e §9º, do art. 2º.

**Art. 16º** – Os atrativos de massa, deverão repassar 20% (vinte por cento) da taxa de visitação ao Fundo Municipal de Turismo, conforme §5º e §8º, do art. 2º.

**Art. 17º** – Os atrativos turísticos que já estiverem operando comercialmente terão prazo de até 180 (cento e oitenta) dias para se adequarem a este novo regulamento.

## **CAPITULO V - COMPROMISSO AMBIENTAL SUSTENTÁVEL**

**Art. 18º** – As agências, primeiramente, e os proprietários de atrativos de turismo, de modo secundário, devem observar o seguinte “Código de Ética Turístico-Ambiental”:

I - Respeitar o plano de monitoramento do impacto da visitação e o número ideal de usuários estabelecida para a atividade;

II – Não jogar lixo nos locais utilizados, responsabilizando-se pelo recolhimento dos dejetos encontrados nas trilhas e nas margens dos rios, dando destino final adequado;

III - Utilizar somente as instalações sanitárias existentes evitando contaminar e poluir as águas, as margens dos rios, as matas e o solo;

IV – Não cortar galhos e árvores desnecessariamente;

V - Não coletar, tampouco permitir, coletar ou retirar flores e plantas silvestres;

VI - Não agredir a fauna regional;

VII - Não colocar qualquer tipo de propaganda ou anúncio, nas árvores, pedras, trilhas e caminhos, evitando a poluição visual do atrativo, salvo autorização expressa do órgão público competente;

VIII - Denunciar qualquer ação de depredação ambiental, como caça, pesca ilegal e desmatamento irregular;

IX - Utilizar somente as trilhas pré-determinadas, evitando os atalhos;

X - Respeitar o ambiente, evitando fazer barulho e contribuindo para diminuir a poluição sonora;

XI - Não utilizar fogos de artifício nem armas de fogo durante as atividades;

XII - Promover ações de educação e conservação ambiental;

XIII - Garantir a conduta de mínimo impacto em ambientes naturais;

XIV - Promover o desenvolvimento turístico sustentável.

## **CAPÍTULO VI- DOS PRAZOS, DA FISCALIZAÇÃO, SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Art. 19º** - O poder público aplicará penalidades pecuniárias, interdição do estabelecimento e outras sanções cabíveis, para o exercício irregular das atividades e serviços turísticos, realizados por qualquer pessoa física ou jurídica, que não estiver de acordo com o disposto na legislação turística municipal.

**Parágrafo único** - A punibilidade prevista neste artigo abrange as pessoas físicas ou jurídicas, formais ou informais.

**Art. 20º** - O poder público, por seu órgão competente, exercerá a fiscalização das atividades e serviços das agências de turismo objetivando:

I - Proteção ao usuário, exercida prioritariamente pelo atendimento e averiguação de reclamações;

II - Orientação às empresas, para o perfeito atendimento das normas que regem suas atividades;

III - Verificação do cumprimento da legislação em vigor.

**Art. 21º** - Para fins de controle e acompanhamento da atividade, os agentes de fiscalização terão livre acesso a todas as dependências das empresas ou entidades, estabelecimentos e equipamentos sujeitos à fiscalização do poder público

**§1º**: As empresas ou entidades ficam obrigadas a prestar aos agentes públicos ou ao COMUTTI, todos os esclarecimentos necessários ao desempenho de suas funções e a exhibir-lhes quaisquer documentos que digam respeito ao cumprimento das normas legais incluindo informações, estatísticas, relatórios, balanços fiscais e financeiros de sua responsabilidade.

**§2º**: As penas vão desde de advertência à suspensão das atividades, mediante procedimento que assegure a ampla defesa e o contraditório, iniciado por qualquer cidadão e referendado por dois terços dos membros do COMUTTI.

**Art. 22º** - Os casos omissos serão resolvidos pelo poder público municipal, mediante decreto .

**Art. 23º**– Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

LEI DO PASSAPORTE ÚNICO DE TIBAGI  
FONTE: SETUR (2013)