

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
LARISSA SILVEIRA AMÂNCIO
RAFAEL DA SILVA PUNHATOSKI

**VIABILIDADE DE UM ROTEIRO TURÍSTICO GASTRONÔMICO NA
COMUNIDADE DO CABARAQUARA, GUARATUBA- PR: UMA BREVE ANÁLISE**

MATINHOS
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
LARISSA SILVEIRA AMÂNCIO
RAFAEL DA SILVA PUNHATOSKI

**VIABILIDADE DE UM ROTEIRO TURÍSTICO GASTRONÔMICO NA
COMUNIDADE DO CABARAQUARA, GUARATUBA- PR: UMA BREVE ANÁLISE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral
como requisito parcial a obtenção do título
Tecnólogo em Gestão de Turismo no curso de
Graduação de Tecnologia em Gestão de Turismo.

Orientador: Prof. MSc. Augusto José W. A. das
Neves

MATINHOS
2016

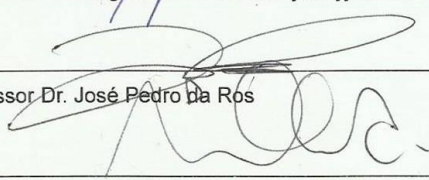
ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos quatorze dias do mês junho de 2016, às 17:00 horas na sala 21 A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelo professor Dr. José Pedro da Ros e pelo representante do Sítio Sambaqui Sr. Nereu de Oliveira, sob a presidência do professor Me. Augusto José Waszczynskij Antunes das Neves. O Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria dos alunos Larissa Silveira Amâncio e Rafael da Silva Punhatoski, sob o título: “VIABILIDADE DE UM ROTEIRO TURÍSTICO GASTRONÔMICO NA COMUNIDADE DO CABARAQUARA, GUARATUBA-PR: UMA BREVE ANÁLISE”. O conceito atribuído foi: APL. Os alunos terão o prazo de 15 (quinze) dias para fazer as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em CD com arquivo em PDF com a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 14 de junho de 2016.

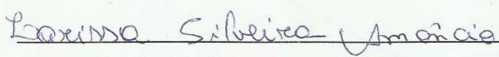


Professor Me. Augusto José Waszczynskij Antunes das Neves

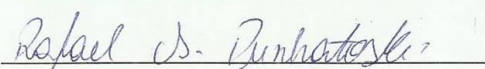


Professor Dr. José Pedro da Ros

Sr. Nereu de Oliveira



Larissa Silveira Amâncio



Rafael da Silva Punhatoski

Aos nossos pais que antes de partirem nos ensinaram a enfrentar os desafios da vida sem medo e que o mais importante é fazer escolhas com amor e se dedicar ao máximo, pois a vida é curta demais.

AGRADECIMENTOS

Larissa

Primeiramente à Deus, por me dar forças durante esse processo.

Ao meu pai, meu principal combustível para concluir a graduação, pelo sorriso de alegria quando a filha passou no vestibular e que hoje, festeja no céu a minha vitória.

A minha mãe, alicerce essencial que esteve todo momento ao meu lado escolhendo guardar a dor para que eu não desistisse nunca dos meus estudos. Você é minha inspiração, meu amor por você é incondicional.

À minha família, por todo o auxílio durante essa caminhada.

Ao meu cunhado, Douglas, por todos os dias que me levou até a Universidade quando não tinha como me deslocar sozinha.

Aos meus colegas de curso e amigos, em especial ao Jefferson, que comemorou comigo a cada página escrita, sempre me animando para concluir esse trabalho.

Ao Rafael, meu parceiro de trabalho, você foi uma surpreendente amizade nessa reta final.

Ao professor e orientador Augusto, por ter nos acolhido nesse trabalho sempre nos motivando e pela conversa quando precisei, sua empatia foi essencial para a minha decisão.

Ao professor Ricardo, que se dispôs a me ajudar virtualmente quando estava precisando com todo o carinho do mundo.

Aos professores de Gestão de Turismo do Setor Litoral, que contribuíram para minha formação acadêmica.

Aos gestores dos estabelecimentos do Cabaraquara, que foram receptivos ao nosso contato podendo contribuir para que o trabalho fosse realizado.

Rafael

Agradeço primeiramente a minha mãe, a pessoa que mais me apoiou na minha graduação, e que hoje está em outro plano de vida, me dando forças para concluir minha caminhada, pois sem ela nada disso seria possível.

Ao Professor e orientador Augusto José Waszczynskyj Antunes das Neves e a minha colega de tcc e graduação, Larissa Silveira Amâncio, pois sem eles a concretização desse trabalho não aconteceria.

Aos Professores, servidores e colegas do Setor litoral, sem o apoio e conselhos de vocês essa caminhada seria impossível.

Aos meus amigos que me deram maior apoio nesse trabalho e ao mesmo tempo me desestabilizavam nos finais de semana, nesses três anos de curso.

E por fim, e não menos importante, minha família e meu companheiro por me aguentarem nesses anos de graduação, me dando apoio e carinho nessa etapa que se conclui.

RESUMO

Sabe-se que há uma parcela de turistas à procura de produtos turísticos personalizados com diferenciais atraentes que proporcionem a eles experiências memoráveis. Roteiros turísticos são capazes de diversificar a oferta turística de um destino. Por sua vez, o bem intangível vem sendo valorizado e consumido. Faz parte do bem intangível a gastronomia local. A comunidade de Cabaraquara, Guaratuba (PR) apresenta como principais características o consumo de ostras nativas e outros pratos com base de frutos do mar juntamente com a beleza cênica da Baía de Guaratuba, proporcionando ao turista experiências gastronômicas que vão muito além de apenas saciar a necessidade básica de se alimentar, esse segmento turístico conquista cada vez mais adeptos a consumir esse produto. O objetivo geral do presente trabalho é verificar a possibilidade de criar um Roteiro Gastronômico na comunidade do Cabaraquara em Guaratuba (PR). Como metodologia, esta pesquisa classifica-se como qualitativa de caráter exploratório e descritiva criando-se três (3) formulários de pesquisa adaptados do Inventário de Oferta Turística, do Ministério do Turismo (2011). O formulário de informações básicas teve por finalidade conhecer a área estudada; o formulário de acesso rodoviário teve por finalidade analisar as condições atuais e o estado de conservação; o formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas teve por finalidade conhecer o funcionamento dos cinco (5) restaurantes do Cabaraquara, são eles: Toca da Ostra, Vivere Parvo, Mata Atlântica, Sítio Sambaqui e Ostra viva. Para informações adicionais, aplicou-se uma entrevista com o objetivo de averiguar a viabilidade de um roteiro gastronômico na comunidade do Cabaraquara, afim de avaliar quais são os aspectos essenciais para a viabilização do roteiro gastronômico e com a finalidade de conhecer a opinião em relação a criação de um roteiro gastronômico por parte dos gestores. Com as aplicações dos formulários constatou-se que é possível a viabilização do roteiro gastronômico no Cabaraquara com planejamento adequado e com as entrevistas percebe-se que há interesse por parte dos gestores pela divulgação que o roteiro turístico gastronômico é capaz de proporcionar. Para sugestões de estudos futuros considera-se importante aqueles relacionados à demanda turística de Cabaraquara, marketing e promoção como destino turístico e a utilização de mídias sociais para atrair o fluxo de turistas.

Palavras-Chave: Turismo Gastronômico; Roteiro Turístico; Turismo Cultural; Cabaraquara; Litoral do Paraná

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Praça Roldão da Rocha Reis	15
Figura 2: Deck de restaurante na beira da praia	15
Figura 3: Casa de artesanato	16
Figura 4: Padronização da placa de sinalização turística.....	34
Figura 5: Localização de Guaratuba	45
Figura 6: Imagem aérea da Baía de Guaratuba	46
Figura 7: Área de estudo(Cabaraquara).....	47
Figura 8: Mapa turístico de Guaratuba	49
Figura 9: Guia turístico de Guaratuba	50
Figura 10:Guia turístico do litoral.....	51
Figura 11: Rodovia PR-412(Matinhos)	53
Figura 12:Sinalização de acesso.....	53
Figura 13: Sinalização turística	53
Figura 14: Placa de sinalização exclusiva ao Cabaraquara	54
Figura 15: Placa de sinalização turística	54
Figura 16: Estrada do Cabaraquara	55
Figura 17: Ponte no acesso ao Cabaraquara.....	55
Figura 18: Divulgação da Toca da Ostra	56
Figura 19: Entrada aos estabelecimentos do Cabaraquara	58
Figura 20: Entrada do Sítio Sambaqui	59
Figura 21: Entrada do Mata Atlântica	62
Figura 22: Área de Lazer.....	63
Figura 23: Entrada da Toca da Ostra	65
Figura 24: Restaurante Ostra Viva	66

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil	17
QUADRO 2: Categorias de atrativos turísticos.....	21
QUADRO 3: Exemplos de roteiros gastronômicos no Brasil	24
QUADRO 4: Questões básicas de planejamento	27
QUADRO 5: Etapas do planejamento	27
QUADRO 6: Implantação correta da sinalização turística	33
QUADRO 7: Identificação dos pictogramas	35
QUADRO 8: Instrumento de coleta de dados de informações básicas	40
QUADRO 9: Instrumento de coleta de dados aos meios de acesso rodoviário	41
QUADRO 10: Instrumento de coleta de dados dos equipamentos e serviços de alimentos e bebidas	42
QUADRO 11: Instrumento de coleta de dados para a entrevista	43
QUADRO 12: Hierarquia dos atrativos de Guaratuba	48

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA	13
1.1.1 OBJETIVOS	13
1.1.2 Objetivo geral	13
1.1.3 Objetivos específicos	13
1.2 JUSTIFICATIVA	14
2 ROTEIROS TURÍSTICOS	17
2.1 ROTEIROS GASTRONÔMICOS	23
2.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO: TRANSPORTES, ACESSOS E SINALIZAÇÃO	26
3 METODOLOGIA	37
3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	39
3.1.1 Formulário de informações básicas.....	40
3.1.2 Formulário de meios de acesso ao município/comunidade.....	41
3.1.3 Formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas	42
3.1.4 Entrevista aplicada aos serviços e equipamentos de alimentos e bebidas	43
3.2 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	43
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	45
4.1 FORMULÁRIO APLICADO A INFORMAÇÕES BÁSICAS	45
4.2 FORMULÁRIO APLICADO AOS MEIOS DE ACESSO RODOVIÁRIO (RODOVIA) AO MUNICÍPIO/COMUNIDADE	52
4.3 FORMULÁRIO APLICADO AOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS	58
4.3.1 Sítio Sambaqui	58
4.3.2 Mata Atlântica	61
4.3.3 Toca da Ostra	64
4.3.4 Ostra Viva	66
4.3.5 Bistrô Vivere Parvo	67
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS	72
APÊNDICES	77

1 INTRODUÇÃO

Roteiros turísticos que abordam a gastronomia como principal atrativo podem se tornar produto turístico capaz de diversificar a oferta turística de um destino turístico. Existem três elementos essenciais que caracterizam a prática do turismo, são eles: hospedagem, compras e alimentação. Para se considerar turista, a Organização Mundial do Turismo (2001) caracteriza o indivíduo que permanece no destino por mais de 24 horas, ou seja, pernoita no destino turístico. Quando o turista viaja, é provável que realize compras e isso faz com que gere renda ao comércio local; e o terceiro elemento, a alimentação para saciar a fome dos indivíduos. Porém a alimentação é mais do que o ato biológico de se alimentar. Cada vez mais turistas se deslocam com o desejo da experiência gastronômica que o turismo proporciona, através do paladar, experiências intangíveis são vivenciadas.

Em todo período da graduação destacaram-se aprendizados relacionados ao desenvolvimento do turismo do Litoral do Paraná em períodos de baixo fluxo de turistas, identificando-se que um dos maiores problemas de cidades balneárias do Litoral do Paraná é a sazonalidade, isto é, a prática de atividades em períodos de alta temporada pela influência de férias escolares, principalmente pelos dias mais longos de verão. E, esse fenômeno faz com que haja o fluxo de pessoas para praticar atividades relacionadas ao turismo sol e praia, segmento prioritário em cidades balneárias, como é o caso de Matinhos, Guaratuba e Pontal do Paraná.

O advento da prática do turismo sol e praia no período de alta temporada faz com que na baixa temporada, a demanda diminua, causando o período sazonal da atividade turística. O fenômeno do clima não se pode alterar, porém existem meios para que o turismo tenha demanda nos períodos de baixa temporada.

No turismo há um leque de segmentos turísticos que podem vir a ser explorados como alternativa ao sol e praia no Litoral do Paraná. Segundo o Ministério do Turismo, (2006, p. 03) a segmentação turística tem a finalidade de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e comércio, de acordo com a identidade da oferta e características e variáveis de acordo com a demanda. Como exemplos de segmentos turísticos que podem ser explorados neste espaço, apresentam-se os de: Ecoturismo; turismo náutico; turismo de pesca; turismo de aventura; turismo de negócios e eventos; turismo rural e por fim, o turismo cultural. E, esse último segmento traz consigo sub segmentos inseridos pelo termo “cultural”, que pode englobar os modos

de fazer, a gastronomia, os saberes, o patrimônio histórico, manifestações folclóricas, entre outros. O turismo gastronômico está nesse leque do turismo cultural, pelo motivo da gastronomia ser imaterial e único, pois cada região possui uma maneira única de preparar sua culinária.

O Brasil é um país onde há uma diversidade cultural extensa motivado por todas as influências de outros países, principalmente relacionado a culinária típica. Por esse diverso “cardápio gastronômico”, o Brasil não tem condições de eleger apenas um prato típico brasileiro.

Com a rica culinária existente, o Brasil explora turisticamente a gastronomia típica. O segmento de turismo gastronômico é capaz de fazer com que pessoas se desloquem com o objetivo de absorver experiências através da degustação de pratos regionais.

De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p.03), produtos e roteiros turísticos são definidos com base na oferta em relação à demanda, do seguinte modo:

[...]caracterizando segmentos ou tipos de turismo específicos. Assim, as características dos segmentos da oferta é que determinam a imagem do roteiro, ou seja, a sua identidade, e embasam a estruturação de produtos, sempre em função da demanda. Essa identidade, entanto, não significa que o produto só pode apresentar e oferecer atividades relacionadas a apenas um segmento - de oferta ou de demanda.

Há roteiros gastronômicos em alguns lugares do Brasil consolidados, como por exemplo o Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais que busca divulgar a cultura italiana através do roteiro. Como destino que possui a ostra como principal produto tem-se como exemplo, Santo Antônio de Lisboa, em Santa Catarina, que atualmente é comercializado como um dos principais pólos gastronômicos da região de Santa Catarina. Os principais produtos são as ostras nativas e os pratos à base de frutos do mar, bem semelhante ao Cabaraquara que possui grande potencial gastronômico com uma das melhores ostras do Brasil e que já possui um movimento com a motivação da degustação das ostras e outros pratos com base dos frutos do mar e produtos da região.

Pensando nessa questão, surge o problema desse trabalho: Existe a possibilidade de criar um Roteiro Gastronômico na comunidade do Cabaraquara em Guaratuba (PR)?

A questão da possibilidade relaciona-se com a análise de questões necessárias na aplicação do roteiro gastronômico de maneira adequada, isso é, tomar conhecimento se é viável ou não através de pesquisas de infraestrutura; planejamento turístico; meios de acesso; sinalização turística; e caracterizar os estabelecimentos gastronômicos com o objetivo de compreender o potencial turístico e se há interesse por parte dos gestores para que o roteiro turístico gastronômico seja capaz de agregar valor na diversificação da oferta turística.

Portanto, roteiros turísticos são produtos que podem ser inseridos na oferta turística capazes de ofertar serviços diferenciais na baixa temporada. Os impactos da sazonalidade podem ser minimizados, fazendo com que o fluxo permaneça em períodos de baixa temporada e conseqüentemente promovendo o desenvolvimento regional, aumentando a geração de renda, a distribuição econômica e a divulgação da região além do turismo sol e praia.

O trabalho está estruturado em cinco (5) capítulos: Introdução; Marco teórico com temas que abordam o objeto principal desse estudo; metodologia; análise e discussões dos resultados dos estabelecimentos gastronômicos de Cabaraquara e considerações finais.

1.1 PROBLEMA

Existe a possibilidade de criar um Roteiro Gastronômico na comunidade do Cabaraquara em Guaratuba (PR)?

1.1.1 OBJETIVOS

1.1.2 Objetivo geral

Verificar a possibilidade de criar um Roteiro Gastronômico na comunidade do Cabaraquara em Guaratuba (PR)

1.1.3 Objetivos específicos

- Apresentar o que são roteiros gastronômicos;
- Apontar a importância da infraestrutura em produtos e serviços turísticos;
- Caracterizar roteiros gastronômicos em território brasileiro

- Avaliar a aceitação de um roteiro gastronômico na comunidade do Cabaraquara, Guaratuba, Paraná.

1.2 JUSTIFICATIVA

A questão do turismo gastronômico de Cabaraquara foi escolhido por nos identificar com assuntos relacionados a importância da gastronomia local. O tema surgiu após investigar através de um trabalho acadêmico outro tema relacionado a gastronomia do nosso interesse e então, surgiu a sugestão por parte do Orientador, atribuindo Santo Antônio de Lisboa (SC) como destino comparativo ao Cabaraquara.

Após sugestão, realizaram-se pesquisas afim de conhecer o destino onde atualmente é um dos polos gastronômicos mais conhecidos de Santa Catarina em que oferta ostras e demais comidas com base os frutos do mar como principal produto turístico.

As informações relacionadas a Santo Antônio de Lisboa foram retiradas do site www.meusroteirosdeviagem.com em uma publicação do dia 21 de agosto de 2012 por Diego.

Santo Antônio de Lisboa localiza-se a noroeste da Ilha de Santa Catarina, município de Florianópolis, está a 15 km do centro, ocupado inicialmente pelos índios Guaranis e a partir da virada do século XVII recebendo imigrantes açorianos. O local teve um papel importante na colonização da cidade e ainda preserva construções históricas. As características de Santo Antônio de Lisboa são ruas estreitas e pouco movimentadas, restaurantes que servem comidas com base de frutos do mar, beleza cênica e casas coloridas pintadas de cores fortes sendo herança da cultura açoriana. (MEUS ROTEIROS DE VIAGEM,2012)

A figura 1 representa o centro histórico, que conserva a primeira calçada de Santa Catarina, construída em homenagem à visita de Dom Pedro II em 1845. Trata-se de uma área bloqueada para o trânsito de veículos e a fachada da casa onde o Imperador hospedou-se se mantém preservada. Na praça, há um restaurante e um café e, as vezes, feira com barracas de artesanatos.

Figura 1: Praça Roldão da Rocha Reis



FONTE: Meus roteiros de viagem, 2012.

O bairro de Santo Antônio de Lisboa é um dos principais polos gastronômicos da cidade, contando com diversos restaurantes especializados em frutos do mar. Na Figura 2, pode-se observar um restaurante com deck com vista por mar.

Figura 2: Deck de restaurante na beira da praia



FONTE: Meus roteiros de viagem, 2012.

A Figura 3 representa a casa de artesanato existente no bairro. Segundo o site, fazem parte da oferta três casas de artesanatos.

Figura 3: Casa de artesanato



FONTE: Meus roteiros de viagem, 2012

Com a comparação entre os destinos, identifica-se semelhanças pela oferta de estabelecimentos que servem ostras, além de outros pratos à base de frutos do mar e a proximidade dos restaurantes, tornando-se uma oferta diversificada. Portanto, Cabaraquara possui potencial turístico e a viabilidade de um roteiro gastronômico poderá ter a capacidade de aumentar o fluxo de turistas pela região à procura da degustação de ostras, além de outros pratos relacionados aos frutos do mar e ser alternativa de turismo em períodos que há a sazonalidade presente nas cidades balneárias do Litoral do Paraná.

Como motivação profissional, esse trabalho poderá contribuir como um referencial teórico para a comunidade acadêmica em estudos futuros que abordam o turismo em Cabaraquara. Relacionado a motivações pessoais, ao longo da graduação nós, discentes do Curso de Gestão em Turismo e moradores de Matinhos, constatamos que o turismo além do sol e praia pode ser explorado e percebemos que nossa região tem potencial como outros destinos turísticos consolidados. Para que o turismo seja desenvolvido de forma adequada, é necessária a formação de gestores competentes que estejam aptos a olhar o Litoral do Paraná de forma crítica.

2 ROTEIROS TURÍSTICOS

O caderno do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo (2007) tem por objetivo organizar e integrar os elementos que isolados possuem pouco valor, mas que integrados podem se tornar uma oferta turística diversificada. Os objetivos gerais, específicos e resultados esperados do processo de Roteirização Turística- Roteiros do Brasil, encontram-se descritas no Quadro 1:

QUADRO 1: Programa de regionalização do turismo - Roteiros do Brasil

OBJETIVOS GERAIS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESULTADOS ESPERADOS
Estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos de forma integrada e organizada.	<p>Fortalecer a identidade regional;</p> <p>Incentivar o empreendedorismo;</p> <p>Estimular a criação de novos negócios e a expansão dos que já existem;</p> <p>Ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos;</p> <p>Facilitar o acesso das pequenas e microempresas do mercado turístico regional, estadual, nacional e internacional;</p> <p>Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos;</p> <p>Identificar e apoiar a organização de segmentos turísticos;</p> <p>Promover o desenvolvimento regional.</p>	<p>Fortalecimento da identidade regional;</p> <p>Aumento da visitação, da permanência e do gasto médio do turista;</p> <p>Desfrute de experiências genuínas por parte dos turistas;</p> <p>Atuação de pequenas e Microempresas no mercado turístico;</p> <p>Criação e ampliação de postos de trabalho;</p> <p>Aumento de geração de renda e melhoria na sua distribuição;</p> <p>Favorecimento da inclusão social e redução das desigualdades regionais e sociais;</p> <p>Inclusão de municípios nas regiões e roteiros turísticos;</p> <p>Consolidação de uma estratégia de desenvolvimento regional;</p> <p>Consolidação de roteiros turísticos mais competitivos;</p> <p>Ampliação e diversificação da oferta turística, consolidando os objetivos do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.</p>

FONTE: Ministério do Turismo, (2007, p. 17)

De acordo com o Quadro 1, é possível identificar que, com a elaboração de um roteiro turístico pode-se fortalecer a identidade local, agregar valor aos produtos turísticos, incentivar o empreendedorismo regional, ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos e promover o desenvolvimento regional. Sendo implantada

corretamente, a roteirização pode desenvolver economicamente destinos turísticos, aumentando o fluxo de turistas, o tempo de permanência e conseqüentemente os gastos, assim gerando renda a comunidade local.

De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p.15) A roteirização é a leitura da realidade do destino fazendo com que os atrativos sejam organizados e integrados. Essa integração deve ser participativa, estimulando todos os envolvidos nesse processo promovendo inclusão social, preservação e resgate cultural e ambiental.

A alta competitividade entre os destinos turísticos faz com que gestores criem estratégias para se destacar dos demais. Roteiros turísticos são inseridos como alternativa de se criar um diferencial ao destino, satisfazendo as expectativas do turista atual que está conectado a tendências e cada vez mais a procura de serviços personalizados. (ALMEIDA et al., 2007, p.9)

Roteiro turístico é um conjunto de elementos previamente estabelecidos que somados se tornam produto turístico. O roteiro turístico envolve planejamento para assegurar a competitividade dos destinos turísticos. Para Molina (2005, p.46 apud FERNANDES, 2012, p.2) esse planejamento consiste em;

[...] um processo racional cujo objetivo maior consiste em assegurar o crescimento e o desenvolvimento turístico. Este processo implica vincular os aspectos relacionados com a oferta, a demanda e, em suma, todos os subsistemas turísticos, em concordância com as orientações dos demais setores de um país.

De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p.13) roteiro turístico pode ser conceituado como um itinerário com elementos que remetem a identidade local, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão e promoção do destino turístico que envolve o roteiro.

Para Tavares (2002, p.14);

Roteiros turísticos são itinerários de visitação organizados, programações efetuadas com a finalidade de turismo. Roteiros existem em qualquer parte onde esteja sendo praticado o turismo, seja em pequenas localidades ou em grandes cidades. Podem ocorrer também em diferentes ambientações, como em áreas urbanas ou rurais, regionais, nacionais, internacionais ou entre elas.

Desta forma, é possível afirmar que para um roteiro turístico acontecer é necessário planejamento em todas as áreas citadas acima e a integração entre si.

Esse processo é chamado de roteirização turística, que segundo o Ministério do Turismo (2007, p. 13);

Visa propor, aos diversos atores envolvidos com o turismo, orientações para a constituição dos roteiros turísticos. Essas orientações vão auxiliar na integração e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio do turismo, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada região.

Antes de pensar em roteiro turístico, deve-se pensar em oferta turística, que consiste em bens e serviços disponíveis que juntos se tornam um produto turístico pronto para o consumo no destino (IGNARRA, 2003, p.50). Isso significa também que a roteirização deve ser ofertada como um produto diferencial.

Entende-se que roteiros turísticos podem contribuir para o desenvolvimento do turismo regional e para que isso seja possível são necessários alguns elementos indispensáveis que compõem a oferta turística: atrativos turísticos, produtos turísticos, serviços turísticos, infraestrutura básica e serviços urbanos de apoio ao turista. (IGNARRA, 2003, p.19)

Atrativo turístico nada mais é do que “o recurso natural ou cultural que atrai o turista para a visita.” (IGNARRA, 2003, p.19). Ainda na visão deste autor, podemos definir produto turístico como um conjunto de serviços que existem em razão do atrativo turístico sendo “uma somatória de atrativo turístico + os serviços turísticos + infraestrutura básica + o conjunto de serviços urbanos de apoio ao turismo.” Isolados, esses elementos possuem pouco valor, no entanto, juntos podem se tornar um produto turístico podendo alavancar a demanda da destinação turística.

Os elementos necessários para que turistas desfrutem dos atrativos são chamados de serviços turísticos, são eles: serviços de alimentação, entretenimento, informações turísticas e agenciamento, transportes turísticos, meios de hospedagem, locação de veículos, espaços de eventos e empresas organizadoras de eventos. (IGNARRA, 2003, p.19)

Por sua vez, infraestrutura básica tange a qualidade de vida da comunidade local que deve ser utilizada pelos turistas e por empreendimentos turísticos, podendo contribuir para a qualidade do produto turístico. Os elementos que fazem parte da infraestrutura básica são: vias de acesso, saneamento básico, rede de energia elétrica, comunicações, sinalização turística, iluminação pública, entre outros. (IGNARRA, 2003, p.21)

Os serviços urbanos de apoio ao turista são serviços destinados aos autóctones, mas que podem, também, ser utilizados pelos turistas. São eles: os serviços bancários, de saúde, de transportes, de segurança, comércio de conveniências, entre outros. (IGNARRA, 2003, p.22)

Na elaboração de um roteiro turístico diferentes aspectos deverão ser analisados dentro do ambiente trabalhado, são eles os serviços ligados ao transporte, alimentação, hospedagem da região e os atrativos da localidade junto com a mão de obra local. (IGNARRA, 2003, p.21)

Segundo Bahl (2003, p.142) esses serviços, por sua vez, estarão associados a atratividade que exercem certas localidades pela existência de características que as tornam peculiares e que justificam a elaboração de roteiros em sua direção. Sendo assim atrativos considerados diferenciados serão importantes na comercialização e marketing do ambiente em questão, aumentando a demanda da localidade.

Bahl (2003, p.142) comenta ainda que, na elaboração de roteiros turísticos, deverá estar clara a necessidade de reunir o maior número de atrativos que os tornem realmente peculiares entre a concorrência.

Porém, na busca de atrativos diferenciais, ambientes vão sendo descaracterizados, buscando a construção de um ambiente exótico e lúdico. Nessa descaracterização a consequência mais negativa é a perda dos valores locais implantando do modelo que Bahl (2003, p.143) classifica como “alienígenas” e de influencias altamente nocivas à população local.

Tavares (2002, p.14) afirma que o roteiro turístico é a ferramenta para a leitura da realidade sociocultural da localidade, sendo importante uma visão coerente para que o destino seja visto com clareza.

Nesse sentido, é importante que os destinos que utilizarem dessa ferramenta saibam integrar a oferta existente de acordo com a essência da localidade procurando sempre destacar a cultura local.

Nesse caso, a participação popular pelo incentivo às manifestações locais torna-se um ponto benefício em que o núcleo se prepara a partir dos seus próprios interesses e que, justamente, serão a sua marca registrada e diferencial, evitando-se o artificialismo e a promoção de fenômenos produzidos e sem razão (BAHL, 2003 , p.144)

De outro lado a participação popular nessa roteirização, poderá acarretar um ponto negativo nessa elaboração. Com a evolução tecnológica, comunidades perdem

suas identidades, se desvinculando de suas tradições. Segundo Bahl (2003, p.145) os modelos absorvidos que tornam os comportamentos homogêneos desagregam a oferta turística, removendo as peculiaridades e as manifestações locais.

Atrativos naturais de grande beleza possuem uma alta motivação para visitas e despertam grande interesse nas pessoas. Alguns atrativos naturais podem apresentar condições de acesso precárias devido a localidade em que se encontram obrigando uma visita mais controlada e planejada, buscando menor impacto possível ao ambiente. O controle e a diminuição desses impactos se tornam um ponto positivo na consolidação do atrativo.

Os roteiros turísticos, quando incluem aspectos naturais na sua programação, atem-se, nesse caso, aos que oferecem plenas condições para visita, existindo também roteiros mais especializados, bastante específicos em sua execução, com caráter acentuado para a aventura. (BAHL, 2003, p.145)

Esses atrativos, por sua vez, podem ser classificados em categorias, conforme estruturado no Quadro 2.

QUADRO 2: Categorias de atrativos turísticos

CATEGORIAS	DEFINIÇÕES	EXEMPLOS
Atrativos Naturais	Elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos.	Montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, clima, fauna, flora etc.
Atrativos Culturais	Elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxo turístico. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura.	Artesanato, gastronomia, museus, festas e celebrações, manifestações artísticas etc.
Atividades econômicas	Atividades produtivas capazes de motivar a visita turística e propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos	Fabricação de cristais, agropecuária, extrativismo etc.
Realizações técnicas, científicas e artísticas	Obras, instalações, organizações, atividades de pesquisa de qualquer época que, por suas características, são capazes de motivar o interesse do turista e, com isso, propiciar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.	Museus naturais, observatórios, aquários etc.
Eventos programados	Eventos que concentram pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum e negociar ou expor produtos e serviços; podem ser de natureza comercial, profissional, técnica, científica, cultural, política, religiosa, turística, entre outras, com datas e locais previamente estabelecidos. Esses eventos propiciam a utilização de serviços e equipamentos turísticos.	Feiras, congressos, seminários etc.

FONTE: Ministério do Turismo (2007, p. 27)

Entre os tipos de atrativos abordados na tabela, destacam-se os atrativos culturais que fazem parte do segmento do turismo cultural, que, segundo o Ministério do Turismo, (2008, p.16) representa as atividades turísticas relacionadas à vivência do patrimônio histórico e cultural, visando valorizar e promover os bens materiais e imateriais de uma localidade turística.

O turismo gastronômico é um dos segmentos específicos que fazem parte do turismo cultural. A motivação por meio de experiências gastronômicas, denomina-se patrimônio imaterial, que, segundo o Instituto do Patrimônio histórico, artístico nacional (*apud* MINISTÉRIO DO TURISMO,2010, p.50), são os modos de saberes de uma sociedade, celebrações, modos de fazer, e assim a gastronomia inclui-se no bem intangível, pois trata-se como parte da identidade de um povo e este segmento será o objeto principal deste estudo.

De acordo com a Organização Educacional Científica e Cultural das Nações Unidas (UNESCO,2012, p.39)

O Patrimônio Imaterial é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

Sendo assim, o turismo gastronômico se enquadra no patrimônio imaterial de um destino, sendo que a alimentação em si vai muito além de apenas saciar uma necessidade básica do indivíduo.

Krause (2014, p.21) trata a gastronomia como atrativo turístico principal de alguns destinos em razão da sociedade tratar a gastronomia como arte. Com isso, pode-se identificar que os hábitos alimentares expressam a identidade de uma região e podem ser um produto turístico potencial.

Nesse cenário, o turismo pode utilizar a gastronomia como diferencial na sua oferta turística, destacando a sua culinária dos demais destinos turísticos, visando que a experiência gastronômica é única, possibilitando que o turista se aproxime da realidade local. (MASCARENHAS e RAMOS, 2008, p.5).

É possível identificar que o turista brasileiro busca maior exigência em seus produtos e cada vez mais buscam roteiros que se adaptem às suas necessidades. (GIMENES,2006, p.12)

Para Fagliari (2005, apud OLIVEIRA E KATO, 2015, p.122) um dos motivos que vem destacando-se como transmissor no deslocamento de turistas é o desejo de conhecer o patrimônio cultural através da alimentação, fazendo com que o turismo gastronômico seja um segmento que cada vez mais têm crescido no mercado turístico.

De acordo com a pesquisa de turismo doméstico, (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012, p.59) o número de viajantes em busca de festivais gastronômicos é cada vez maior, os gastos com alimentação estão entre as principais despesas dos turistas brasileiros, atrás apenas dos transportes. O Ministério do Turismo ainda afirma que a gastronomia brasileira é considerada muito boa para 89% dos turistas brasileiros e 97% dos estrangeiros.

Com a crescente busca pelo turismo gastronômico, uma análise feita por Gimenes (2006, p.12), lembra que a gastronomia, em especial a típica, se destaca por possibilitar um importante elo de contato do turista com a realidade visitada, proporcionando uma degustação de valores e tradições locais.

Para Schluter (2003, p. 70):

A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar aos agentes da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade.

Para Cunha e Oliveira (2009, p.7) roteiros que abrangem a gastronomia podem se tornam um produto em potencial no Brasil, visto que a cultura brasileira é rica em diversidade e sua gastronomia reflete nesse cenário, podendo se tornar um referencial reconhecido internacionalmente graças a diversidade gastronômica.

2.1 ROTEIROS GASTRONÔMICOS

Entre os roteiros envolvendo gastronomia que são explorados turisticamente no Brasil. Destacam-se sete: **I-** Santo Antônio de Lisboa (SC), **II-** Rota Germânica (RS), **III-** Nova Veneza (GO), **IV-** Caminho do Vinho (PR), **V-** Curitiba (PR), **VI-** Rota da Cachaça (MG), **VII-** Taste of Centro (SP). O Quadro 3, apresenta algumas das suas características.

QUADRO 3: Exemplos de roteiros gastronômicos no Brasil

DESTINO TURÍSTICO	OFERTA TURÍSTICA
I - Santo Antônio de Lisboa (SC) - Localiza-se a noroeste da ilha de Santa Catarina, o distrito foi a principal porta de entrada dos imigrantes portugueses da região.	Atualmente um dos principais polos gastronômicos da região. Conta com dezenas de restaurantes especializados em frutos do mar. Outra atividade da região é o cultivo de ostras, conhecidas por sua qualidade, onde podem ser apreciadas diariamente nos restaurantes locais. Além desse polo gastronômico o visitante encontra artesanatos locais, conhece monumentos históricos da região e observa ao longo do passeio a paisagem natural da região.
II- Rota Germânica (RS) - Localizadas nos municípios de Teutônia e Westfália	15 pontos turísticos ao longo da rota permite ao turista conhecer um pouco mais da cultura germânica. Nesse roteiro os visitantes desfrutam da gastronomia típica, observa belas paisagens e conhece a produção da cachaça local e a história da região.
III- Nova Veneza (GO) - Cidade que está localizada a quarenta e dois quilômetros de Goiânia	Formada por colônia italiana, o festival surgiu, no intuito de manter e resgatar a cultura de seus colonizadores e apresentar a gastronomia típica italiana que atrai mais de setenta mil visitantes. O festival gastronômico em Nova Veneza teve sua primeira edição em 2003. Após a criação do festival apresenta resultados positivos, tais como: Criação do Museu permanente, com fotos, objetos e documentos sobre a cidade; coral infantil Colibris de Veneza; coral 3ª idade; início do projeto para plantação de uvas e formação de vinícolas; grupos de dança; e, o centro de formação gastronômica já criou ensino fundamental à língua italiana como parte do currículo escolar de sua cidade.
IV- Caminho do Vinho (PR) -Localizado na colônia mergulhão, 10km de São José dos Pinhais	Permite que o turista conheça parte da cultura italiana. Sendo valorizada e identificada no ano de 1998, a rota busca divulgar as tradições locais, o artesanatos, comidas típicas e seu patrimônio histórico. Com a maioria de seus produtos sendo fabricados na região como, vinhos, licores, salames e queijos, transformam a região em um produto turístico diferenciado. O caminho do vinho conta com 10 restaurantes, 4 cafés coloniais e 9 vinícolas.
V- Curitidoce - O tour mais doce da cidade (PR) – Localizado em Curitiba.	A proposta deste tour é levar os participantes por uma imersão na cultura de dois bairros que se destacam nesse quesito: Batel e Bigorriho. Os participantes terão a oportunidade de conhecer e de se envolver com os locais visitados, já que em cada parada todos poderão interagir com os proprietários, além de saborear alguns de seus produtos. São cinco docerias visitadas a pé, em 3 horas de passeio. Todos com direito de degustação de produtos carro-chefe.
VI- Rota da Cachaça (MG) – Localizado em Brumadinho	Conhecida pelo maior centro de arte ao ar livre do mundo, o museu de arte contemporânea de Inhotim, o visitante poderá seguir a rota da cachaça, feita por 62 produtores locais. São três circuitos que incluem visitas a alambiques em antigas fazendas, com direito a experimentar a gastronomia local, queijos e doces locais.
VII- Taste of Centro – Localizado em São Paulo.	Um passeio pelo centro histórico de São Paulo, cheio de informações sobre arte, cultura e história e degustações em lugares tradicionais do centro. Os locais visitados são: Bar Brahma (bolinho de picanha e chopp), Praça da República (pastel), Bar da Dona Onça (caipirinha de tangerina e maracujá), Casa Mathilde (pastel de nata), Café Girondino (pudim de leite). Todas as degustações estão inclusas com capacidade de vinte pessoas por tour.

FONTE: Baseado em: Meus roteiros de viagem,2012; Amturvaes; Cunha;Oliveira,2009; Caminho do vinho,2014; Feriasnow; Guia da semana,2015; Mundo Lusiada,2015.

- I. Santo Antônio de Lisboa é um dos principais polos gastronômicos da região de Santa Catarina, destaca-se pela culinária com base em frutos do mar e o cultivo de ostras, semelhante ao objeto de estudo desse

trabalho, destaca-se por ser um roteiro consolidado por utilizar o planejamento em seu favor, movimentando todo o trade turístico da região (MEUS ROTEIROS DE VIAGEM, 2012).

- II. A Rota Germânica destaca-se pelos gestores utilizarem dos pontos turísticos para estruturar um roteiro planejado; 12 pontos estão localizados em Teutônia e 3 em Westfália, afim de proporcionar os turistas conhecer a gastronomia germânica e conhecer a cultura local através de visitas a pontos turísticos e museus (AMTURVALES).
- III. O Festival de Nova Veneza destaca-se por ser um festival planejado, com uma programação diversificada, o principal objetivo é aproximar o Brasil e a Itália através festival, que conta com apresentações de grupos folclóricos, baile de máscaras temático, torneios, missas, entre outros (CUNHA; OLIVEIRA, 2009, p.9).
- IV. O Caminho do Vinho destaca-se por ser tornar um produto turístico diferenciado pela produção de produtos artesanais. O roteiro conta com dez restaurantes, quatro cafés coloniais e nove vinícolas, ideal para o turista a procura por experiências gastronômicas (CAMINHO DO VINHO, 2014).
- V. O principal diferencial do Curitidoce é por ser um roteiro a pé que acontece independentemente das condições climáticas, os organizadores recomendam que os turistas usem vestimentas e acessórios de acordo com a previsão do tempo. Por ser um roteiro a pé, a duração é curta e não se torna cansativo aos turistas. Percorrer as principais docerias dos dois bairros abordados no roteiro certamente é um experiência gastronômica inesquecível para público alvo (FÉRIAS NOW).
- VI. A Rota da Cachaça destaca-se por utilizar a produção artesanal de cachaça como atrativo turístico. São sessenta e três produtores locais e três circuitos que incluem visitas a alambiques em antigas fazendas, com direito a experimentar a gastronomia, queijos e doces locais (MUNDO LUSIADA, 2015).
- VII. O Taste of Centro destaca-se por ser um city tour em que percorre o centro histórico e ao mesmo tempo proporciona ao turista experimentar

a gastronomia em estabelecimentos tradicionais de São Paulo (GUIA DA SEMANA, 2015).

Com esses exemplos podemos identificar que cada destino utiliza a sua cultura gastronômica como forma de diversificar a sua oferta. Utilizar-se de roteiros gastronômicos pode ser benéfico para uma região como o Litoral do Paraná, por exemplo, tentando diminuir os impactos da intensa sazonalidade que se vivência na região.

2.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO: TRANSPORTES, ACESSOS E SINALIZAÇÃO

O planejamento é essencial na atividade turística. Para Ruschmann (1997, p.83), o planejamento é uma atividade que envolve estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. O objetivo do planejamento é o fornecimento de facilidades e serviços para que atenda às necessidades da comunidade.

Petrocchi, 1998, apud IGNARRA,(2003, p.81) define planejamento como “[...] a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização”. Podendo ser considerada um conjunto de decisões, que integrados expressam propósitos que organizam meios de alcançar os objetivos.

O planejamento consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos materiais e humanos, na determinação dos métodos e formas de organização, no estabelecimento das medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e outras especificações necessárias. (Amato, 1993, apud IGNARRA, (2003, p.81)

Molina e Sergio (2001, p.79) definem o planejamento sendo o resultado lógico de um pensamento, no qual há a análise da realidade existente e o estabelecimento de meios para transforma-las em ações ao problema de acordo com seus interesses.

O planejamento significa responder a questões básicas, que são apresentadas a seguir no Quadro 4.

QUADRO 4: Questões básicas de planejamento

PERGUNTA	OBJETIVO
I. O quê?	Definir o objeto do planejamento.
II. Por quê?	Definir os objetivos, as justificativas.
III. Quem?	Definir os agentes e destinatários do planejamento.
IV. Como?	Definir a metodologia de se fazer, os meios para se alcançar os objetivos.
V. Aonde?	Definir espacialmente a localização daquilo que se quer implantar ou transplantar.
VI. Quando?	Estabelecer o cronograma das atividades necessárias para se atingir os objetivos estabelecidos.
VII. Quanto?	Dimensionar os recursos humanos, materiais e financeiros necessários para se atingir os objetivos determinados.

FONTE: Ignarra, (2003, p.82)

Para o autor, obtendo as respostas das questões acima, tem-se o conteúdo de um planejamento, o qual, materializado em documento, pode dar origem a um plano, programa ou projeto. Os três documentos se destinam ao planejamento, a diferença está no grau de dimensão e profundidade.

De acordo com Ignarra, (2003, p.83), o plano é o documento mais amplo e superficial. Um plano turístico contempla a análise de todas as variáveis envolvidas, porém abrange cada uma delas de uma forma breve. Já o projeto turístico é um documento específico e detalhado. O projeto turístico retrata um elemento específico do turismo e o estuda detalhadamente. Por fim, o programa, sendo um conjunto de projetos que se complementam.

Há três elementos essenciais no sistema de planejamento: a informação, a decisão e a ação. Esse processo é constante, pois em cada ação, surgem novas informações que são integradas, fazendo com que novas decisões e ações sejam consideradas. (IGNARRA,2003, p. 83)

O Planejamento turístico possui etapas que devem ser respeitadas para que haja resultados satisfatórios, conforme consta no Quadro 5.

QUADRO 5: Etapas do planejamento

ETAPAS DO PLANEJAMENTO	DETALHES DO PLANEJAMENTO
Diagnóstico	Definição do sistema
Prognóstico	Formulação dos objetivos
Estabelecimento de objetivos e metas	Levantamento de dados
Definição dos meios de se atingir os objetivos	Análise e interpretação Planejamento preliminar
Implantação do plano	Aprovação do plano Plano final
Acompanhamento dos resultados	Implementação Avaliação dos resultados

FONTE: Ignarra, (2003, p.85)

O planejamento de acordo com os aspectos físicos, legais, promocionais, financeiros, econômicos, sociais e ambientais funciona em razão de definir o resultado desejado e eschematizar maneiras para se obter resultados satisfatórios. Para que isso ocorra, há uma sequência lógica exemplificada que consiste em definir o sistema turístico, formular os objetivos que devem ser abrangentes e específicos, coletar dados sendo elemento essencial para o desenvolvimento do plano. Com isso, o diagnóstico é realizado, esse passo leva a um conjunto de conclusões e recomendações que possibilita a produção de um plano preliminar, produzindo soluções físicas alternativas que se tornam o plano final e por fim é implantado. A implementação desenvolve o plano e cria um desenvolvimento turístico operacional. Ela também o acompanha e avalia. O bom planejamento proporciona mecanismos que dão um retorno contínuo sobre o projeto turístico e os níveis de satisfação do consumidor obtidos (GOELDNER, et.al, 2002, p. 338).

Para Ruschmann (1997, p.84) existem duas tipologias de planejamento, o de uma organização privada, que visa somente aos lucros podendo ser medido objetivamente e o de órgãos públicos, que não visam lucros e seus resultados não podem ser medidos por indicadores quantitativos.

No nesse caso, o planejamento turístico se encaixa nas organizações públicas. Porém para alcançar os objetivos é necessária a colaboração de empresas privadas atuando diretamente ou indiretamente no desenvolvimento turístico. Ruschmann (1997, p.84) afirma que, o Estado é responsável por zelar pelo planejamento e legislação necessária para o desenvolvimento da infraestrutura básica que proporciona o bem estar da comunidade local e aos turistas.

Os objetivos do planejamento visam mudanças estruturais da realidade existente, conseqüentemente, gerando um crescimento econômico. Destaca-se alguns objetivos citados por Ruschmann (1997, p. 85);

- Definir políticas e processos de implementação de equipamentos e atividades, e seus respectivos prazos;
- Coordenar e controlar o desenvolvimento espontâneo;
- Prover os incentivos necessários para estimular a implantação de equipamentos e serviços turísticos, tanto para empresas públicas como privadas;

- Maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os custos, visando ao bem estar da comunidade local e à rentabilidade dos empreendimentos do setor;
- Capacitar os vários serviços públicos para a atividade turística, a fim de que se organizem e correspondem favoravelmente quando solicitados;
- Garantir a introdução e o cumprimento dos padrões reguladores exigidos da iniciativa privada;
- Garantir que a imagem da destinação se relacione com a proteção ambiental e a qualidade dos serviços prestados;

O poder público é o responsável por planejar e desenvolver os espaços e atividades que atendam as expectativas da comunidade local e turista. Sendo assim, Ruschmann (1997, p. 87) afirma que para ser implantado as metas, o poder público está diante de dois objetivos conflituosos: organizar o acesso às experiências ao maior número de pessoas possível, contradizendo-se do segundo, que é proteger e evitar a descaracterização dos locais privilegiados pela natureza e do patrimônio cultural das comunidades. Para a autora, por meio de um planejamento bem elaborado é possível solucionar com eficiência os problemas futuros e muitas vezes evitá-los.

O planejamento turístico tem o dever de envolver todo o entorno do destino turístico e não apenas uma localidade, apesar das dificuldades encontradas na tomada de decisão, é importante considerar as regiões homogêneas, em vez de se limitar a propostas e estudos políticos e administrativos. (RUSCHMANN, 1997, p. 88).

Sabe-se que há fatores que influenciam o desenvolvimento turístico de uma região. H.L. Theuns (1983, apud RUSCHMANN, 1997, p. 98) aponta uma série de condições que devem ser consideradas quando se planeja o desenvolvimento turístico. Destacam-se requisitos que abordam o tema do presente trabalho: As facilidades de acesso – rodovias, ferrovias, portos, aeroportos, que são chamadas de infraestrutura. Para possibilitar o desenvolvimento turístico é preciso considerar a disponibilidade de transporte turístico e o posicionamento geográfico em relação ao mercado que se pretende atrair ao destino. A distância pode influenciar no tempo de deslocamento necessário para a visitação dos turistas e nos custos da viagem.

Beni, (2006, p. 214) afirma que o transporte turístico constitui-se de um sistema e sua estrutura precisa ser analisada. Após a compra do produto turístico, o turista deve ir até o destino afim de avaliar o produto através da experiência. Com isso, a experiência com os meios de transportes torna-se um item essencial de avaliação e

escolha do destino turístico. Segundo o autor, os turistas exigem alguns aspectos relacionados as redes intermodais, são eles: conforto, segurança, acessibilidade e eficiência, destacando os seguintes fatores:

[...] o turista; o relacionamento integral entre o transporte e a experiência turística total; o efeito dos problemas com o transporte na percepção do viajante; e as exigências dos turistas por meios de transporte seguros, confiáveis e eficientes. (BENI,2006, p.214)

A capacidade do destino atrair pessoas, eventos e negócios está relacionada com a infraestrutura local oferecida. De acordo com o Relatório Brasil (2013, p.54) infraestrutura refere-se a condições estruturais para que pessoas possam circular e usufruir com conforto o destino turístico e quanto mais diversificada a infraestrutura local, maior a capacidade de atrair turistas que se dirigem à localidade com propósitos diferentes.

O Relatório Brasil (2013, p.55), utiliza a definição de turismo segundo a Organização de Turismo (OMT) para explicar que, como o turismo sendo uma atividade de pessoas viajando em lugares fora do seu ambiente usual, pode-se deduzir que o acesso está diretamente relacionado a viagens, a infraestrutura adequada é essencial para que destinos turísticos se desenvolvam.

[...] Portanto, o que se pode deduzir dessa definição é que a possibilidade de se prover acesso está intrinsecamente associada ao turismo, uma vez que a realização de uma viagem turística implica saída do viajante de seu ambiente usual de convivência para um ou mais destinos turísticos. (RELATÓRIO BRASIL, 2013, p.55)

Turismo e transporte estão diretamente ligados. Com o crescimento do turismo no mundo, surgem demandas extras para os setores de transportes. O transporte aéreo domina as viagens de longa e média distância. O automóvel particular domina viagens de curta duração, sendo também o meio de transporte doméstico mais comum, ele se torna importante no desenvolvimento do turismo regional. (GOELDNER et. al, 2002, p.103)

O transporte é um componente importante no planejamento do turismo. Destacam-se para o presente estudo os transportes hidroviário, rodoviário e o aéreo pela proximidade de Cabaraquara-Guaratuba do Aeroporto de Curitiba (109 km) e o

Aeroporto de Paranaguá (51,9 km) que é capaz de receber aeronaves de pequeno porte.

Beni (2006, p.218) caracteriza o transporte aéreo como um importante causador do desenvolvimento do turismo, com destaque a viagens de longas distâncias. Atualmente o avião se tornou um meio de transporte de massa, acessível para todos que proporciona uma viagem segura, rápida e confortável, cenário diferente de trinta anos atrás.

O autor faz uma crítica afirmando que os serviços que envolvem o transporte aéreo não acompanharam a velocidade da aviação, citando como exemplo o tempo de espera do embarque e os traslados que são ineficientes, fazendo com que o usuário tenha um desequilíbrio de experiências.

Se as empresas de transportes trabalharem objetivando não só transportar o passageiro, mas também satisfazê-lo naqueles momentos anteriores e posteriores à sua viagem, então certamente existirá ainda muita coisa a ser feita. (BENI,2006, p.218)

Em via marítima a demanda pelo tráfego turístico torna-se diferenciado e segmentado. De acordo com Beni, (2006, p.217) há uma tendência no turismo em que os turistas voltem a utilizar as vias marítimas como meios de transportes, isso ocorre pelo aumento do número de passageiros que utilizam o transporte aéreo internacional e o constante congestionamento nos terminais.

Na Europa e nos Estados Unidos a navegação fluvial e lacustre (hidrovia) é muito utilizada, possuindo infraestrutura e equipamentos de alta tecnologia que trafegam em rotas tradicionais. De acordo com Beni, (2006, p.217) o Brasil é um país que possui a maior rede fluvial do mundo, sendo utilizado na maioria das vezes para o transporte de cargas e como transporte turístico é utilizado com menor frequência. O autor destaca que, mesmo com potencial fluvial, o brasileiro não possui o hábito da valorização do patrimônio pertencente a ele e conseqüentemente não investe em equipamentos e infraestrutura como construção declusas, drenagem e apoio. Nesse cenário, o autor utiliza a Amazônia como exemplo que, apesar da grande demanda fluvial, são realizadas com equipamentos ultrapassados, sem as mínimas condições de higiene e conforto para a exploração em escala econômica e em nível internacional do turismo fluvial.

O transporte rodoviário formou a infraestrutura indispensável para o deslocamento de pessoas e mercadorias com a criação de rotas, vias e caminhos ao longo da história do mundo. Com o surgimento do trem elas foram quase abandonadas, porém as estradas ganharam expansão e o turismo contribuiu para o uso do automóvel, pois através dele o turista conquistou mais liberdade e facilidade no deslocamento (BENI,2006, p. 217).

De acordo com Beni, (2006, p. 218), no Brasil, o transporte terrestre de turistas feito por ônibus é muito utilizado, um dos principais motivos é a redução dos custos da viagem. O autor compara a representatividade do ônibus para os brasileiros assim como o trem para os europeus. Sendo assim, são criadas além das linhas regulares, linhas de ônibus especiais para o transporte exclusivo de turistas.

É interessante saber que no Brasil a oferta por estradas turísticas de interesse cênico é pequena. No entanto, o Paraná se destaca como sendo o melhor exemplo de estrada cênica do Brasil. Trata-se da Estrada da Graciosa, que atravessa a Serra do Mar, fazendo a ligação entre Curitiba e Antonina, a demanda é motivada pelos passeios de bicicletas, caminhadas e trajetos de carros ou micro-ônibus. (REJOWSKI,2002, p.81)

Além dos transportes, para chegar até o destino o turista necessita de sinalização adequada durante o trajeto. A sinalização é um dos elementos fundamentais para o bom andamento do trânsito, afim de orientar tanto motoristas quanto pedestres. De acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística-GBST (2001, p.18), a sinalização de orientação turística é um conjunto de placas, utilizadas para informar os usuários sobre a existência de atrativos turísticos e de outras referências.

A finalidade da sinalização turística diante o Guia Brasileiro de Sinalização turística (2001, p.19) é orientar, direcionar e auxiliar os usuários atingir seus destinos pretendidos. Dessa forma, para garantir sua eficiência, é preciso que seja implantada de forma correta de acordo com as características presentes no Quadro 6.

QUADRO 6: Implantação correta da sinalização turística

OBJETIVOS	RESULTADOS ESPERADOS
Legalidade	Cumprir o estabelecido no Código de Trânsito Brasileiro – CTB e nas Resoluções do Conselho Nacional de Trânsito- Contran. Cumprir a legislação de preservação de sítios tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan e protegidos pela Lei de Arqueologia
Padronização	Seguir um padrão preestabelecido quanto a: Formas e cores dos sinais; letras, tarjas, setas e pictogramas; aplicação - situações idênticas sinalizadas da mesma forma; colocação na via ou nas localidades.
Visibilidade, legibilidade e segurança	Ser visualizada e lida a uma distância que permita segurança e tempo hábil para a tomada de decisão, de forma a evitar hesitação e manobras bruscas. Selecionar trajetos de fácil compreensão para os usuários, com o objetivo de valorizar os aspectos de interesse cultural e turístico, levando em conta a segurança do trânsito. Garantir a integridade dos monumentos destacados e impedir que a sinalização interfira em sua visualização. Resguardar as peculiaridades dos sítios.
Suficiência	Oferecer as mensagens necessárias a fim de atender os deslocamentos dos usuários. Auxiliar a adaptação dos usuários às diversas situações viárias.
Continuidade e coerência	Assegurar a continuidade das mensagens até atingir o destino pretendido, mantendo coerência nas informações. Ordenar a cadência das mensagens, para garantir precisão e confiabilidade.
Atualidade e valorização	Acompanhar a dinâmica dos meios urbano e rural, adequando a sinalização a cada nova realidade. Assegurar a valorização da sinalização, mantendo-a atualizada e evitando gerar desinformações sucessivas.
Manutenção e conservação	Estar sempre conservada, limpa, bem fixada e, quando for o caso, corretamente iluminada.
Eficácia da sinalização	Garantir fácil acesso aos atrativos turístico.

FONTE: Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001)

A sinalização turística, contribui para a divulgação do conhecimento dos atrativos e para o desenvolvimento da atividade turística. A sinalização tem a função educativa e indicativa, além de dinamizar o setor turístico e integrar o turista com a paisagem visitada. Sendo assim, cumpre o estabelecido no Código de Trânsito Brasileiro, nas resoluções do Contran, a legislação de preservação de sítios tombados pelo IPHAN (Decreto-lei nº 25/1937) e protegidos pela lei de arqueologia (Lei nº3924/1961) (GUIA BRASILEIRO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA, 2001).

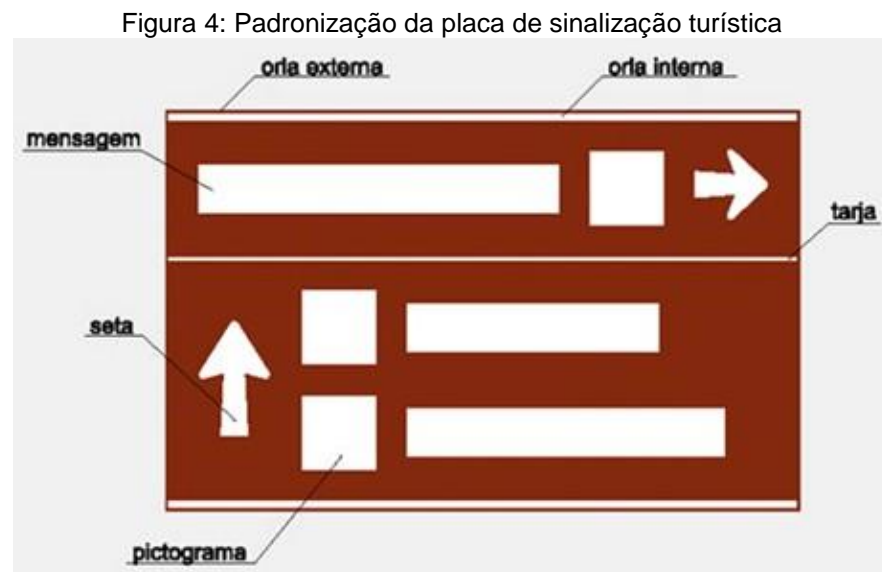
Segundo o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001), a cor padrão utilizada na sinalização turística é marrom com letras brancas, que foi implantada no Brasil através da regulamentação do Denatran, sendo reconhecida na maioria dos países como indicação de bens turísticos e patrimoniais e os pictogramas foram desenvolvidos de acordo com padrões e recomendações internacionais.

De acordo com o Guia Brasileiro de Sinalização Turística (2001), a linguagem pictórica e a cor padronizada internacionalmente são elementos que destacam as atrações turísticas locais e regionais e, ao mesmo tempo, tornam mais racionais e seguros o caminho para cada uma delas, independentemente da origem e do idioma do turista.

A placa de sinalização turística mais simples é aquela em que a mensagem está escrita numa linha só. Ao seu lado, direito ou esquerdo, haverá um pictograma, (figura que ilustra o atrativo) e uma seta, indicando o sentido para se chegar ao mesmo. Porém, a placa pode conter mais de uma informação. Neste caso, e havendo sentidos diferentes, todas as informações deverão estar dispostas na placa, de cima para baixo, obedecendo a uma ordem de sentidos. (CARTILHA DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA, 2005, p. 15).

No Guia de Sinalização turística há um capítulo relacionado a elaboração de projetos, sendo desenvolvidos a partir do plano, considerando à padronização, aos tipos de placas e aos critérios de seleção e ordem das mensagens. Após, são definidas todas as informações presentes nas placas como referenciais e direções, necessárias para que os usuários tenham acesso aos diferentes atrativos existentes no local. (GUIA BRASILEIRO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA, 2001)

A figura 4 representa a padronização de placas indicativas para usuários de veículos motorizados.



Fonte: Guia de Sinalização Turística (2001)

Um elemento indispensável é o pictograma, que segundo o Guia de Sinalização Turística (2001) são ilustrações que identificam os tipos de atrativo turístico e de serviço auxiliar, o uso é recomendado para facilitar a identificação do destino, melhorando a comunicação com o usuário. O pictograma deve ser de fácil identificação a distância, composto por um símbolo na cor preta, sobre campo na forma quadrada de cor branca. Apresenta dimensão variável, conforme tipo de placa e sua visualização na via.

Os pictogramas são divididos em: atrativos naturais, atrativos históricos e culturais, áreas para práticas de esporte, áreas de recreação, locais para atividades de interesse turístico, serviços de transportes e serviços variados, expostos a seguir no Quadro 7:

QUADRO 7: Identificação dos pictogramas

SEGMENTO	IDENTIFICAÇÃO- CÓDIGO	PICTOGRAMA
Atrativos naturais	Praia- TNA-02 Praias marítimas, lacustres e fluviais	
Atrativos históricos e culturais	Arquitetura Histórica THC-03 Edificações de valor histórico e artístico reconhecidas como de interesse de preservação	
Áreas para práticas de esporte	Pesca esportiva TAD-10 Local para prática de pesca esportiva	
Áreas de recreação	Mirante TAR-06 Mirantes naturais ou construídos, locais com vista panorâmica de interesse turístico	
Locais para atividades de interesse turístico	Artesanato TIT-04 Locais de produção e comercialização de artesanato	
Serviços de transportes	Transporte sobre água STR-06 Balsa ou ferry-boat	
Serviços variados	Informações turísticas SVA-02 Local de informações a turistas	

FONTE: Guia de Sinalização Turística, (2011)

Castrogiovanni e Gastal (1999, apud NOGUEIRA,2012, p.44), afirmam que, para análise e identificação dos melhores caminhos que conduzem aos atrativos, é de considerável importância, avaliar a facilidade de fluxo, estética do ambiente, placas de sinalização e mapas de orientação.

Barreto (1999, p.80), afirma que a sinalização turística pode ser considerada um diferencial para a promoção de roteiros e para um maior fluxo de turistas.

[...] a sinalização turística é um exemplo imediato que beneficia os habitantes e os visitantes. A sinalização turística facilita a chegada e saída do turista, assim como seus deslocamentos durante sua estadia em determinado local. [...] As indicações das atrações turísticas são fundamentais para promover roteiros e conscientizar a comunidade. (BARRETO, 1999, p. 80)

Nogueira (2012, p.44), afirma que sem sinalização turística, não haveria condições de promover nenhum produto ou serviço turístico, pois com a sinalização há uma considerável melhora da visita, conseqüentemente, desenvolve a atividade turística, gerando empregos e valorizando o destino turístico. A autora ainda destaca que, a sinalização turística adequada poderá contribuir para que o turista tenha as informações que necessita, garantindo sua comodidade e segurança, fazendo com que o turista tenha uma experiência saudável, podendo avaliar o destino positivamente.

O turismo deve ser desenvolvido por um planejamento atenciosamente estruturado, sua construção não deve visar apenas lucros, mas sim princípios que proporcione bem-estar à todos os envolvidos. O turismo ajuda a fortalecer a economia, a preservação dos recursos naturais e culturais, porém para que isso seja possível é necessárias políticas sólidas de planejamento, garantindo que o desenvolvimento do turístico seja capaz de concretizar as vantagens e reduzir as desvantagens do turismo. (GOELDNER et. al, 2002, p.338)

De acordo com Goeldner et.al, (2002, p.349), o sucesso e longevidade de um destino turístico depende da qualidade do planejamento. O tempo, esforços e recursos são elementos essenciais de investimento para que haja o desenvolvimento turístico adequado. Para que o sucesso seja possível é necessário que os planejadores sejam aplicados, a superação de obstáculos deve ser um dos princípios do planejador, formulando metas para o desenvolvimento turístico.

3 METODOLOGIA

Gil, (2006, p.17) define pesquisa como “o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.” De acordo com o autor, a pesquisa é desenvolvida diante de conhecimentos disponíveis e a utilização dos métodos e técnicas deve ser cautelosa, desenvolvendo-se a um extenso método envolvendo fases, desde a caracterização adequada do problema até a apresentação dos resultados satisfatórios.

Segundo Fachin (2001) pesquisa é um procedimento para adquirir conhecimentos pela investigação de uma realidade e busca novas verdades sobre um fato, objeto ou problema. Ainda de acordo com a autora o pesquisador busca conhecimentos específicos, respostas ou soluções, buscando explicar com segurança suas explorações por meio do conhecimento.

Quanto a abordagem do problema a pesquisa pode ser classificada como qualitativa que, de acordo com Gerhardt e Silveira (2009) não se preocupa com a representatividade numérica, porém, se interessa com o aprofundamento da compreensão de um grupo social. Segundo Deslauriers (1991) na pesquisa qualitativa o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objeto de suas pesquisas, o objetivo é de produzir informações detalhadas e ilustrativas, produzindo novas informações. Sendo assim a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Buscando alcançar o objetivo proposto nesse estudo, foi necessário a utilização de um conjunto de métodos para coleta de dados e a partir de suas características, classificamos essa pesquisa como qualitativa de caráter exploratório e descritiva.

A pesquisa de caráter exploratório, apresenta-se com o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema afim de torná-lo mais nítido e construir hipóteses. O objetivo principal da pesquisa exploratória é o aperfeiçoamento de ideias ou a descoberta de intuições (GIL,2006, p. 41). Por sua vez, a pesquisa descritiva tem o objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, questionários e observações sistemáticas são características significativas (GIL,2006, p. 42). Com isso, caracteriza-se os roteiros que utilizam a gastronomia como produto

principal no Brasil e as etapas que um produto turístico necessita para se consolidar no mercado.

Neste trabalho, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, que segundo Gil, (2006, p.44) consiste na pesquisa por meio de material já elaborado, constituídos principalmente de livros e artigos. Para apresentar os roteiros e roteiros que abordem a gastronomia como produto turístico os principais autores utilizados foram: Ministério do Turismo (2007); Ignarra (2003); Bahl (2003); Tavares (2002); Mascararenhas e Ramos (2008); Krause (2014). Para identificar a importância da infraestrutura em produtos e serviços turísticos utilizou-se principalmente, Ruschmann (1997); Molina e Sergio (2001); Beni (2006); Goeldner et al (2002) e o Guia de sinalização turística (2001).

A partir das etapas acima, se faz necessária a aplicação de formulários estruturados, que segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 212) “é o contato face a face entre pesquisador e informante, sendo o roteiro de perguntas preenchido pelo pesquisador no momento da entrevista”. De acordo com Gil, (2006, p.119) o formulário, como instrumento de pesquisa, encontra-se entre o questionário e a entrevista, sendo indicado para pesquisas de opinião pública e de mercado. Nogueira 1968, (*apud* MARCONI e LAKATOS, 2003, p.212) define formulário como sendo "uma lista formal, catálogo ou inventário destinado à coleta de dados resultantes quer da observação, quer de interrogatório, cujo preenchimento é feito pelo próprio investigador, à medida que faz as observações ou recebe as respostas, ou pelo pesquisado, sob sua orientação". O objetivo dos formulários estruturados é analisar os componentes da oferta que unidos podem definir o objetivo principal desse trabalho: a viabilidade de um roteiro gastronômico na comunidade de Cabaraquara, pertencente ao Município de Guaratuba, Litoral do Paraná.

Afim de complementar o formulário de avaliação da oferta dos serviços e equipamentos de alimentos e bebidas, houve a necessidade da elaboração uma entrevista com o objetivo de compreender os interesses por parte dos gestores dos estabelecimentos gastronômicos de Cabaraquara. A entrevista, segundo Marconi e Lakatos, (2003, p. 195) pode ser definida como “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional.” Para as autoras, a entrevista é utilizada como uma investigação social para a coleta de dados para auxiliar no

diagnóstico de um problema social, sendo um instrumento de estudo muito utilizada nos campos de ciências sociais.

3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os formulários são fundamentados no inventário da Oferta Turística do Ministério do Turismo (2011), que se organizam no levantamento, identificação, registro de atrativos, equipamentos e de infraestrutura turística com a finalidade de gestão e planejamento do turismo.

De acordo com o Ministério do Turismo (2011, p.22), a realização do inventário é o início de um processo que cria elementos que necessitam de continuidade. As informações coletadas devem ser analisadas, processadas e aplicadas para fins de desenvolvimento do turismo, a partir do diagnóstico podem estabelecer e executar políticas e ações, tais como projetos, roteiros, ações promocionais, capacitação profissional, entre outros. Com isso, quanto mais consistente for a etapa do inventário, melhor será o resultado de todas as ações.

O Inventário da oferta turística do Ministério do Turismo (2011), é dividido em categorias: Categoria A – Infraestrutura de apoio ao turismo que avalia as instalações e serviços, públicos e privados, que proporcionam o bem-estar dos residentes e também dos visitantes, tais como sistema de transportes, de saúde, de comunicação, de abastecimento de água, de energia e tantas outras estruturas básicas e facilidades existentes nos municípios; Categoria B – Serviços e equipamentos turísticos, que avalia o conjunto de estabelecimentos e prestadores de serviços que dão condições para que o visitante tenha uma boa estada: hospedagem, alimentação, diversão, transporte, agenciamento, etc; Categoria C – Atrativos turísticos que são os elementos da natureza, da cultura e da sociedade – lugares, acontecimentos, objetos, pessoas, ações, que motivam alguém a sair do seu local de residência para conhecê-los e vivenciá-los.

Para a aplicação da metodologia destacam-se os seguintes formulários: Informações básicas, afim de caracterizar a comunidade do Cabaraquara; o formulário de acesso rodoviário, caracterizando as vias de acesso dos municípios vizinhos a comunidade; e por fim, o formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas, afim de avaliar o funcionamento e a acessibilidade dos estabelecimentos

envolventes do Cabaraquara. Os formulários destacados para esse estudo estão adaptados conforme as necessidades dos autores.

3.1.1 Formulário de informações básicas

O formulário em questão teve origem no formulário da Categoria A - infraestrutura de apoio ao turismo, do Ministério do Turismo (2011), apresentando adaptações presentes no formulário descrito no Apêndice A. O formulário presente tem por objetivo o levantamento de informações gerais da localização, infraestrutura básica e serviços turísticos da comunidade do Cabaraquara, pertencente ao Município de Guaratuba, litoral do Paraná.

QUADRO 8: Instrumento de coleta de dados de informações básicas

HIPÓTESE	CRITÉRIOS	PERGUNTAS
Existem deficiências na infraestrutura turística do Cabaraquara?	A infraestrutura básica refere-se a qualidade de vida da comunidade local que deve ser utilizada pelos turistas e por empreendimentos turísticos, podendo contribuir para a qualidade do produto turístico. Os elementos que fazem parte da infraestrutura básica são: vias de acesso, saneamento básico, rede de energia elétrica, comunicações, sinalização turística, iluminação pública, entre outros. (IGNARRA, 2003, p.21)	Quais os dados demográficos de Cabaraquara? Como é realizado o abastecimento de água no Cabaraquara? Existem serviços de esgoto? Quais? Existem serviços de energia, como é realizado o abastecimento de energia? Como é realizada a coleta de lixo? Quais os serviços de comunicação? (Internet, telefone móvel, fixa)
Existe um atendimento adequado e um controle aos turistas que visitam o Cabaraquara?	Os elementos necessários para que turistas desfrutem com qualidade dos atrativos são chamados de serviços turísticos. (IGNARRA, 2003, p.19)	Como é realizado o atendimento ao turista? Possui algum funcionário apto a atender turistas em outros idiomas, quais? Possui informações impressas? Em quais idiomas? Qual o fluxo de visitantes por ano? Em alta temporada? e quais os meses de alta temporada? Qual é a origem dos turistas? Quais os segmentos do turismo que Cabaraquara é especializado?

Fonte: Os autores, 2016

A coleta de dados de informações básicas de Cabaraquara tem por finalidade identificar se o local possui infraestrutura básica para atender as necessidades da população local e aos turistas. Para que o produto turístico de qualidade esteja apto para comercialização é preciso possuir um conjunto de elementos que unidos formam o produto turístico.

A infraestrutura é um dos elementos essenciais na formatação do produto turístico, no planejamento, há a preocupação do bem estar da população e em segundo plano o interesse de desenvolver a atividade turística. Portanto, a análise do formulário que encontra-se no Apêndice A, aborda questões básicas de Cabaraquara, tais como: dados demográficos; abastecimento de água; serviços de esgoto; serviços de energia; serviço de coleta de lixo; serviços de comunicação e os serviços turísticos, que apresentam o atendimento ao turista; as informações disponíveis impressas; informações disponíveis na Internet, o atendimento em língua estrangeira; as características do fluxo dos turistas; e o segmento do turismo que a comunidade estudada é especializado.

3.1.2 Formulário de meios de acesso ao município/comunidade

O seguinte formulário presente no apêndice B tem por objetivo analisar as vias de acesso ao Cabaraquara. Para a aplicação adequada desse formulário foi necessária a avaliação dos meios de acesso dos municípios vizinhos interligados ao Cabaraquara, são eles: Guaratuba e Matinhos, sendo os municípios adjacentes a comunidade. Tomando como base o formulário A2.1.1 Rodoviário-Rodovia da Categoria A - infraestrutura de apoio ao turismo, do Ministério do Turismo (2011), procede-se às adaptações conforme especificadas no formulário descrito no Apêndice B.

QUADRO 9: Instrumento de coleta de dados aos meios de acesso rodoviário

HIPÓTESE	CRITÉRIOS	PERGUNTAS
Os meios de acesso até o Cabaraquara estão em boas condições de uso?	Fornecer o acesso está profundamente associada ao turismo, uma vez que a realização de uma viagem turística implica saída do viajante de seu ambiente usual de convivência para um ou mais destinos turísticos. (RELATÓRIO BRASIL, 2013, p.55)	Quais são as jurisdições das vias? Quais são as extensões das vias? Quantas faixas de rolamentos existem? Possui acostamentos e ciclovias? Como são os pavimentos das vias? Existem equipamentos e serviços ao longo das rodovias? Possui sinalizações de acesso e turística?

Fonte: Os autores, 2016.

O deslocamento até o atrativo turístico é o primeiro contato com a experiência que o turismo é capaz de proporcionar. A finalidade desse formulário é analisar qual é a situação atual dos meios de acesso, se há informações que fazem com que o turista tenha conhecimento do atrativo e podem induzir o turista a consumir o produto turístico.

3.1.3 Formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas

O seguinte formulário presente no Apêndice C visa avaliar os serviços e equipamentos de alimentos e bebidas, com o objetivo de caracterizar os restaurantes que estão localizados em Cabaraquara, definindo as especialidades de cada estabelecimento, avaliando o estado de conservação e a acessibilidade dos serviços envolventes. O formulário é uma adaptação do formulário da categoria B – Serviços e equipamentos turísticos da oferta turística, formulário B.2- serviços e equipamentos de alimentos e bebidas, do Ministério do Turismo (2011).

QUADRO 10: Instrumento de coleta de dados dos equipamentos e serviços de alimentos e bebidas

HIPÓTESE	CRITÉRIOS	PERGUNTAS
Existem estabelecimentos gastronômicos dentro dos padrões com potencial de diversificar a oferta turística?	A gastronomia como diferencial na sua oferta turística, destacando a sua culinária dos demais destinos turísticos, visando que a experiência gastronômica é única, possibilitando o que o turista se aproxime da realidade local. (MASCARENHAS e RAMOS, 2008, p.5).	<p>Quais os tipos de estabelecimentos existentes em Cabaraquara?</p> <p>Qual é a quantidade de funcionários permanentes, temporários e com deficiência?</p> <p>Existe sinalização de acesso e turística?</p> <p>É próximo de outros serviços de necessidade ao turista?</p> <p>Quais são as formas de pagamento?</p> <p>Existe funcionário apto a atender turistas em outros idiomas, quantos?</p> <p>Quais as regras de funcionamento?</p> <p>Quais são as características dos estacionamentos?</p> <p>Quais são os serviços e equipamentos ofertados pelos estabelecimentos?</p> <p>Quais são as especificações gastronômicas e os tipos de serviços?</p> <p>Qual o estado de conservação?</p> <p>Os estabelecimentos possuem acessibilidade a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, quais?</p>

Fonte: Os autores, 2016.

A finalidade desse formulário é caracterizar e identificar os potenciais dos restaurantes em ofertar um produto diferencial e a viabilidade de fazer parte do roteiro gastronômico do Cabaraquara.

3.1.4 Entrevista aplicada aos serviços e equipamentos de alimentos e bebidas

Com a aplicação do formulário descrito no apêndice C, houve a necessidade de formular uma breve entrevista que encontra-se no apêndice D, afim de investigar a opinião dos gestores em relação a viabilidade de um roteiro gastronômico em Cabaraquara, com a finalidade de produzir a continuidade do presente trabalho.

QUADRO 11: Instrumento de coleta de dados para a entrevista

HIPÓTESE	CRITÉRIOS	PERGUNTAS
Existe a possibilidade dos empreendedores do Cabaraquara se interessarem por um roteiro turístico para diversificar a oferta turística local?	Com a elaboração de um roteiro turístico pode-se fortalecer a identidade local, agregar valor aos produtos turísticos, incentivar o empreendedorismo regional, ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos e promover o desenvolvimento regional. Sendo implantada corretamente, a roteirização pode desenvolver economicamente destinos turísticos, aumentando o fluxo de turistas, o tempo de permanência e conseqüentemente os gastos, assim gerando renda a comunidade local. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 17)	Qual sua opinião em relação a formulação de um roteiro gastronômico em Cabaraquara? Como gestor você incluiria seu estabelecimento no roteiro gastronômico no Cabaraquara? Como gestor você concorda que a elaboração de um roteiro gastronômico na comunidade do Cabaraquara pode se tornar um produto turístico diferencial para a região, aumentando a demanda e conseqüentemente desenvolvendo o destino turístico?

Fonte: Os autores, 2016.

A finalidade desse formulário é identificar os potenciais dos restaurantes em ofertar um produto diferencial, que unidos podem se tornam um roteiro gastronômico de qualidade que poderá aumentar a demanda e desenvolver o destino turístico.

3.2 TABULAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Como processo de coleta de dados do formulário de informações básicas de Cabaraquara, realizou-se pesquisas em documentos do PDITS, (2008) (Plano de

Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável); IPARDES, (2008) (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social); IBGE,(2015) (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) e Nunes, (2014), cujo objetivo é coletar dados demográficos e avaliar a partir de conhecimentos adquiridos ao longo da graduação a infraestrutura básica que Cabaraquara oferece a sua população e seus serviços turísticos disponíveis na região.

Além disso, saídas de campo constituem-se como componente da coleta de dados, afim de avaliar pessoalmente as condições de acesso; os equipamentos e serviços ao longo da rodovia; o estado de conservação; as sinalizações, etc. Para isso, além de transferir os dados aos formulários impressos, registros fotográficos foram realizados.

Em campo, realizaram-se encontros com os gestores dos estabelecimentos gastronômicos de Cabaraquara afim de coletar dados do formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas. A entrevista aplicou-se diretamente aos gestores com o objetivo de identificar se há possibilidade e interesse de viabilizar um roteiro gastronômico na comunidade do Cabaraquara.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 FORMULÁRIO APLICADO A INFORMAÇÕES BÁSICAS

A coleta de dados de informações básicas tem como objetivo o conhecimento do objeto estudado. Após a aplicação do formulário de informações básicas da região estudada Apêndice A entre os dias 18 ao 28 do mês de Abril de 2016, encontram-se informações descritas a seguir.

Cabaraquara pertence ao Município de Guaratuba, que, conforme a Figura 5, localiza-se ao sul do Litoral do Paraná, com a distância de 122 km da capital Curitiba e com limites aos municípios de Morretes, Paranaguá, São José dos Pinhais, Matinhos, Itapoá (SC) e Garuva (SC).

Segundo dados do IBGE, (2015), a população estimada de Guaratuba é de 35.182 mil habitantes, possuindo área territorial de 1.326,791 km². A temperatura média é de 21°C e com uma temperatura máxima chegando aos 25.1°C, a temperatura mínima de 17,4°C. Os meses mais chuvosos são janeiro, fevereiro e março, os mesmos também são os mais quentes junto com o mês de dezembro. Os meses mais frios e mais secos são de junho, julho, agosto e setembro. De acordo com dados do Ipardes, (2010, p. 22), as principais atividades econômicas de Guaratuba são: agricultura, pesca, comércio e o turismo.

Figura 5: Localização de Guaratuba



Fonte: Ipardes, 2016, p. 1

Em informações coletadas através de conversa informal com uma moradora do Cabaraquara, identifica-se que abastecimento de água é canalizado de nascentes e os serviços de esgoto são realizados através de fossa séptica, sem nenhuma rede de esgoto ou esgoto tratado em suas residências e estabelecimentos. O serviço de coleta de lixo da região é realizado pela empresa Transresíduos, com supervisão da Prefeitura de Guaratuba. Além desses serviços, Cabaraquara conta com acesso à internet 3G e telefonia móvel operado por apenas uma operadora, algo que dificulta a comunicação.

A maioria dos visitantes de Guaratuba são de Curitiba e regiões do Estado do Paraná, estrangeiros representam 2% do total do fluxo de visitantes (IPARDES, 2008, p.13).

De acordo com Nunes (2015, p. 40) Cabaraquara não é considerado um bairro pelo plano diretor de Guaratuba e sim uma comunidade localizada na área balneária do município, denominado como zona balneária (FIGURA 6).

Todas as informações coletadas fazem referência a localização geral e não específica de Cabaraquara, pois não há muitas informações isoladas sobre o Cabaraquara.

Encontra-se informações com o termo “Morro de Cabaraquara” e “Estrada do Cabaraquara”. No PDITS, (2008, p. 82) Cabaraquara é definido como atrativo natural com resquícios de Mata Atlântica, além de rios, mangues, montanhas, cachoeiras e opções de trilhas, passeios de barco e degustação de ostras.

Figura 6: Imagem aérea da Baía de Guaratuba



Fonte: Google Earth (adaptado por Nunes, 2014)

Figura 7: Área de estudo (Cabaraquara)



Fonte: Google Earth (adaptado por Nunes, 2014)

Na Figura 7, estão localizados os estabelecimentos que fazem parte da oferta turística do Cabaraquara. São eles: Ostra Viva, Sambaqui, Mata Atlântica, Vivere Parvo, Toca da Ostra e Bailão do Tio Lulu.

No formulário afim de avaliar os serviços turísticos de Cabaraquara analisou-se o atendimento ao turista de forma geral, as características do fluxo de turistas, a origem, os atrativos mais visitados e os segmentos prioritários.

O PDITS, (2008, p 71) apresenta um quadro com os atrativos dos sete municípios do litoral do Paraná e classifica por hierarquias, ou seja, uma ordem de prioridades de relevância do atrativo turístico.

Na metodologia utilizada pelo PDITS foram avaliados 107 atrativos, considerando quatro dimensões, contendo cinco critérios de análise, distribuídos da seguinte forma: (a) condição de acesso do atrativo (peso 4): acesso, sinalização, transporte, qualidade do trajeto e distância; (b) condição de uso do atrativo (peso 3): receptivo, segurança, limpeza, comunicação, interpretação; (c) atratividade (peso 3): originalidade ambiental/cultural, sazonalidade, importância ambiental/cultural, grau de conservação e importância para o poder público; (d) valor intrínseco (peso 10). Cada critério recebeu notas, avaliadas por duas pessoas da equipe PDITS-LP, por meio da visita in loco (PDITS, 2008, p. 69). As hierarquias estão divididas em:

Hierarquia III: atrativo turístico de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto internacionais com nacionais (índice de 2.30 a 3.00). 2)

Hierarquia II: atrativo turístico de grande valor e de médio significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes (índice de 1.50 a 2.29).

3) Hierarquia I: atrativo com algum interesse, capaz de estimular correntes turísticas locais, atual ou potencial, e de interessar visitantes nacionais que tiverem chegado por outras motivações turísticas (índice de 0.70 a 1.49).

A seguir, o Quadro 12 apresenta os atrativos e suas respectivas hierarquias, destacando os atrativos da área do presente estudo.

QUADRO 12: Hierarquia dos atrativos de Guaratuba

MUNICÍPIO	ATRATIVOS	TIPOLOGIA	A	U	T	VI	SOMA	INDICE	HIERARQUIA
GUARATUBA	Maricultura	Atividades Econômicas	0	0	4.2	30	34.2	1.71	II
	Estrada do Cabaraquara	Atrativo Cultural	4.8	5.4	5.4	20	35.6	1.78	II
	Morro do Cabaraquara	Atrativo Natural	5.6	2.4	5.4	30	43.4	2.17	II
	Baía de Guaratuba	Atrativo Natural	5.6	4.8	7.2	30	47.6	2.38	III

FONTE: FAUEPG, 2010 Legenda: A – Condições de Acesso / U – Condições de Uso / AT – Atratividade / VI – Valor Intrínseco

Os principais atrativos do Cabaraquara são a Baía de Guaratuba que é considerada um atrativo turístico de excepcional valor e de grande significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes, atuais ou potenciais, tanto internacionais como nacionais. A estrada de Cabaraquara e o Morro de Cabaraquara estão na hierarquia II, sendo os atrativos turísticos de grande valor e de médio significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes e a Maricultura (produção de organismos vivos) que está inserida na tipologia de atividades econômicas que possui um grau de atratividade turística pela produção de ostras que são servidas em estabelecimentos e sendo assim, são capazes de promover o fluxo de turistas.

Sendo assim, desenvolveram-se nessa área restaurantes com alto potencial na venda de uma das melhores ostras nativas do Brasil e comidas com base nos frutos do mar, tornando-se um atrativo turístico, tanto gastronômico como pela beleza cênica. De acordo com Nunes, (2015, p.11) com relatos de empresários da comunidade do Cabaraquara, o fluxo de visitantes alcança o número de 4.5 mil por mês em baixa temporada e 10 mil/mês em alta temporada.

A elaboração do roteiro turístico gastronômico pode vir a ser um produto turístico que com investimentos na comercialização poderá ser ainda mais desenvolvida afim de vender o destino por meio do roteiro gastronômico.

Compreende-se que as atividades ali desenvolvidas podem ser inseridas nos segmentos Ecoturismo e Turismo Cultural. Identifica-se os dois segmentos pelas belezas naturais da comunidade, os manguezais, a mata atlântica e a baía de Guaratuba são atrativos naturais que podem ser praticadas atividades relacionadas a natureza e o segmento de turismo cultural pelo potencial gastronômico principalmente pelo consumo de ostras nativas, carro chefe dos estabelecimentos gastronômicos. Como já visto nesse trabalho, o segmento de turismo gastronômico está inserido no turismo cultural e por esse motivo optou-se pela escolha desse segmento como um dos segmentos prioritários.

Com a combinação de atrativos naturais e os atrativos culturais pode-se tornar o roteiro gastronômico estruturado em um produto potencial no desenvolvimento do turismo em Cabaraquara. Nessa perspectiva de raciocínio, analisou-se a forma como o atendimento ao turista é realizado em meios de comunicação impressa, os materiais impressos também estão disponíveis em meio virtual e como mencionado no marco teórico por Bahl (2003,p.142), produtos diferenciais são importantes na comercialização e marketing. Sendo assim, estes se destacam no mercado e um dos elementos é a sua divulgação, sabendo que a utilização da internet para obter informações é cada vez mais procurada por turistas também foi quesito de análise. Os materiais analisados são os mesmos que podem ser encontrados em forma impressa e nos primeiros resultados de canais oficiais quando pesquisa-se “Guia turístico de Guaratuba” como a prefeitura de Guaratuba e o do site de turismo do governo no Paraná.

Não foram localizados nenhum informativo em outro idioma. Na Figura 8 o mapa encontra-se disponível no site da prefeitura de Guaratuba, há a sinalização de Cabaraquara, porém sem nada específico no informativo.

Figura 8: Mapa turístico de Guaratuba



Fonte: Prefeitura de Guaratuba, 2016

Na Figura 9, Cabaraquara já aparece como “roteiro das ostras”, portanto, o mapa se encontra em um site desvinculado ao turismo de Guaratuba.

Figura 9: Guia turístico de Guaratuba



Fonte: Mapas blog, 2011

Na Figura 10, encontra-se o mapa de Guaratuba que está presente no Guia turístico do Litoral do Paraná que todo ano possui edições novas e Cabaraquara não está em evidência no mesmo.

Figura 10: Guia turístico do litoral



Fonte: Secretária do Esporte e Turismo do Paraná, 2015

Após a aplicação do formulário (APÊNDICE A) entre os dias 10 de abril a 6 de maio, identifica-se que Cabaraquara é uma comunidade com potencial turístico. Dentre os atrativos mais visitados, a Baía de Guaratuba é a que possui mais valor para a exploração turística, porém a Maricultura, a Estrada do Cabaraquara e o Morro do Cabaraquara possuem valores consideráveis que diante do potencial existente deveria ser explorado de uma maneira mais significativa. Em relação aos informativos que se encontram disponíveis no ambiente virtual, percebe-se que ausência do esclarecimento do potencial gastronômico dos estabelecimentos. Utiliza-se Cabaraquara como mais um atrativo da região, quando deveria ser utilizado como um produto diferencial pela capacidade da gastronomia ser atrativo principal de alguns destinos turísticos pela sociedade tratar a gastronomia local como arte, identificando que os hábitos alimentares pertencem à identidade de uma região.

A ausência de informativos e sites em outros idiomas também é um entrave para o desenvolvimento do turismo, sabendo que o destino é capaz de atrair estrangeiros, o mesmo deve estar preparado para receber bem o turista e essa

hospitalidade têm início quando o turista pesquisa pelo destino. É capaz atrair turistas estrangeiros por meio de divulgação, marketing boca a boca podem até ter o conhecimento do Cabaraquara, porém não possui o mínimo material para que se informe sobre o turismo gastronômico. Em Cabaraquara é possível degustar de uma das melhores ostras do Brasil, e de acordo com dados coletados, verificou-se uma existência de turistas estrangeiros. Em notícia veiculada em um dos restaurantes informa-se de que os japoneses experimentaram as ostras e as consideraram a melhor já experimentadas. Cabaraquara sem dúvidas possui um potencial gastronômico já explorado, porém que poderia ser gerenciado da maneira adequada na questão de saber comercializar o produto em grandes proporções sendo capaz da divulgação em âmbito regional, nacional e internacional.

4.2 FORMULÁRIO APLICADO AOS MEIOS DE ACESSO RODOVIÁRIO (RODOVIA) AO MUNICÍPIO/COMUNIDADE

O deslocamento até o atrativo turístico é o primeiro contato com a experiência que o turismo é capaz de proporcionar. A finalidade desse formulário (Apêndice B) é analisar qual é a situação atual dos meios de acesso, se há informações que fazem com que o turista tenha conhecimento do atrativo fazendo com que induzam ao turista a consumir o produto turístico.

Após a aplicação do formulário de acesso rodoviário (Apêndice B) avaliou-se o acesso rodoviário da comunidade do Cabaraquara, juntamente com seu município pertencente, Guaratuba e seu município vizinho, Matinhos, essa avaliação foi realizada através de saídas de campo nos dias 10 e 13 de maio de 2016.

Há na comunidade do Cabaraquara três possibilidades de acesso, são elas: Acesso rodoviário pela estrada do Cabaraquara que se inicia na plataforma de embarque do ferry boat, acesso náutico pela baía de Guaratuba e um acesso terrestre feito por trilhas pelo caminho do Cabaraquara com início no bairro do tabuleiro no município de Matinhos, que só é trafegável nos primeiros 150 metros, servindo de acesso para alguns moradores e para caminhadas de lazer.

Saindo de Matinhos pela PR-412 até a travessia do ferry boat o pavimento está em boas condições de uso, a estrada contém curvas sinuosas. De acordo com a Figura 11 a pista é de sentido duplo, contendo acostamento em situação precária, onde veículos automotores e ciclistas dividem o mesmo espaço, o trecho é próximo

ao Hospital Nossa Senhora dos Navegantes, em Matinhos. Observou-se durante o trajeto a presença da sinalização de acesso (FIGURA 12) e turística (FIGURA 13).

Figura 11: Rodovia PR-412(Matinhos)



Fonte: Os autores, 2016.

Figura 12: Sinalização de acesso



Fonte: Os autores, 2016.

Figura 13: Sinalização turística



Fonte: Os autores, 2016

Após o guichê de compra do ticket para a travessia do ferry boat, encontra-se uma placa de sinalização exclusiva ao Cabaraquara (FIGURA 14), utilizada com frequência em épocas de alta temporada para que moradores e turistas não fiquem congestionados pelo alto trafego da travessia. Em seguida, observa-se a placa de sinalização turística indicando o Cabaraquara, o cultivo de ostras e as trilhas ecológicas, porém sem dados específicos como quilometragem e pictogramas (FIGURA 15).

Figura 14: Placa de sinalização exclusiva ao Cabaraquara



Fonte: Os autores,2016

Figura 15: Placa de sinalização turística



Fonte: Os autores,2016

O acesso rodoviário da comunidade do Cabaraquara é o mais utilizado por seus moradores e pelos turistas que visitam a região, ele é realizado pela estrada do Cabaraquara que está interligada com a PR-412 que liga os Municípios de Guaratuba e Matinhos a Comunidade em questão, seu acesso é feito por estrada de asfalto com pista de rolamento com sentido duplo e com estado de conservação necessitando de reparos.

Não é necessário atravessar a Baía de Guaratuba por meio do ferry boat para chegar ao Cabaraquara, basta seguir pela Estrada do Cabaraquara após o ponto de embarque da travessia. Saindo de Guaratuba, após a travessia, basta virar à esquerda e seguir pela Estrada do Cabaraquara. No fim do trecho asfaltado, encontra-se à esquerda os estabelecimentos que fazem parte desse estudo e à direita a estrada continua com uma trilha que termina no bairro Tabuleiro em Matinhos.

Figura 16: Estrada do Cabaraquara



Fonte: Os autores, 2016

Figura 17: Ponte no acesso ao Cabaraquara



Fonte: Os autores, 2016

Figura 18: Divulgação da Toca da Ostra



Fonte: Os autores, 2016

A estrada do Cabaraquara localiza-se entorno ao Parque Nacional Saint-Hilaire Lange (FIGURA 16), há poucos equipamentos e serviços ao longo do trajeto. Vale salientar que, na estrada do Cabaraquara, encontra-se o late Clube Caiobá, frequentado por turistas e conta com realizações de eventos.

Existe uma sinalização turística bem reduzida, contando apenas com sinalização de acesso ao longo da estrada, não há pedágio, apenas uma taxa para os visitantes que utilizam o ferry boat para acessar Guaratuba.

A partir da estrada do Cabaraquara a sinalização muda de cenário, a pista continua sendo de sentido duplo e o estado de conservação necessita de melhorias (FIGURA 17).

A sinalização tanto de acesso quanto turística praticamente desaparecem, percebe-se que os moradores que comercializam as ostras e os donos dos restaurantes fazem um esforço para sinalizar a comunidade do Cabaraquara como atrativo turístico através de banners e nos postes de energia elétrica e placas de madeira entalhadas (FIGURA 18).

Com a aplicação desse formulário conclui-se que da cidade vizinha de Matinhos até a entrada do ferry boat, a sinalização e a estrada estão em boas condições de uso. Durante esse trajeto poderia melhorar o acostamento ou a construção de cicloviarias para que moradores e turistas possam circular de bicicleta com segurança. No trajeto que leva aos estabelecimentos gastronômicos do Cabaraquara, a estrada

está com o estado de conservação em péssimas condições de uso, o asfalto encontra-se com buracos, não há sinalização nenhuma durante o trajeto. Na área dos estabelecimentos gastronômicos do Cabaraquara, o asfalto também está em péssimas condições e para esse caso específico, deve-se atentar para não descaracterizar o ambiente que está inserido, asfalto não seria a melhor opção e sim, pavimento de pedras, utilizadas em cidades e estradas históricas afim de não perder a essência do ambiente envolvente e a perda de valores locais.

O uso da sinalização turística que possui a função de indicar ao turista os atrativos existentes, sendo capaz de divulgar atrativos e o desenvolvimento da atividade turística é nula durante o trajeto da estrada do Cabaraquara.

Sabe-se que a experiência turística tem início no seu deslocamento, quanto mais claro a sinalização, melhor o deslocamento do turista até o atrativo. A facilidade do fluxo, a estética do ambiente, placas de sinalização e mapas de orientação são elementos de extrema importância para que o turista se desloque de forma adequada. Na estrada do Cabaraquara não há esses quesitos, a última placa de sinalização turística encontra-se em frente ao ferry boat (FIGURA 15), a partir disso, não há sinalizações regulamentadas como é visto no Guia de sinalização turística (2011) e percebe-se o esforço dos gestores dos estabelecimentos para indicar ao turista onde estão localizados e o potencial turístico gastronômico que o mesmo possui.

Como visto em Nogueira (2012, p. 44), sem sinalização turística, não há condições de promover nenhum produto e serviço turístico, a sinalização tem a função de melhorar a visita, conseqüentemente desenvolvendo a atividade turística, valorizando o destino turístico.

Com a utilização da sinalização turística adequada, o turista pode obter informações que necessita de maneira cômoda e segura, fazendo com que ao final de sua experiência turística poderá avaliar positivamente o destino turístico.

4.3 FORMULÁRIO APLICADO AOS EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS

A figura 19, apresenta a primeira visão do turista em relação aos estabelecimentos da comunidade do Cabaraquara. Pode-se dizer que é o portal de entrada que Cabaraquara oferece. Fazem parte da oferta turística: Baile do Tio Lulu, Toca da Ostra, Vivere Parvo, Spa e Restaurante Mata Atlântica, Sítio Sambaqui e Ostra Viva. Os estabelecimentos avaliados são cinco, com exceção ao baile do tio Lulu.

Figura 19: Entrada aos estabelecimentos do Cabaraquara



Fonte: Os autores, 2016

4.3.1 Sítio Sambaqui

No dia 03 de maio de 2016 iniciaram-se os contatos com os responsáveis pelos estabelecimentos. Primeiramente houve o contato por e-mail com o objetivo de marcar um encontro em Cabaraquara. Um dia após o envio dos e-mails o Nereu, responsável pelo Sítio Sambaqui nos respondeu sendo muito receptivo ao nosso contato, pediu para que se fosse possível o formulário e a entrevista fossem realizadas por e-mail. Assim se fez, em anexo enviamos uma introdução do objetivo desse trabalho de conclusão de curso, salientando que ainda sim uma visita técnica seria feita e qualquer dúvida poderíamos marcar um encontro pessoalmente para auxiliá-lo nas questões.

Sendo assim, foram coletadas as respostas do responsável pelo Sítio Sambaqui e pesquisas adicionais ao site oficial do Sítio Sambaqui para mais informações.

As atividades do Sítio Sambaqui iniciaram-se no ano de 2003 com o cultivo de ostras que são cultivadas artesanalmente e podem ser degustadas no Sambaqui Bristô. O estabelecimento participa do Projeto Cultimar desde 2005, esse projeto é desenvolvido pela UFPR que faz análises dos moluscos fornecendo laudos aos associados da AGUAMAR- Associação Guaratubana de Manicutores. Segundo informações obtidas no site do Projeto Cultimar, o principal foco é o apoio no desenvolvimento da cadeia produtiva da ostra nativa criando novas fontes de renda para comunidades tradicionais do litoral do Paraná de forma sustentável e que não descaracterize o ambiente natural ou as atividades tradicionais dessas áreas.

As atividades do restaurante tiveram início em 2005 com o Quiosque Sambaqui, de natureza privada, possui um número de funcionários permanentes de (3) três pessoas e 5 (cinco) temporárias e nenhuma com deficiência física, há apenas sinalização de acesso. Pode-se obter informações via e-mail e através do site www.sitiosambaqui.com.br contendo informações atualizadas

Figura 20: Entrada do Sítio Sambaqui



Fonte: Os autores, 2016

O atendimento ao público é apenas na língua portuguesa, não há funcionários bilíngues que possam atender o turista estrangeiro caso venha conhecer o Cabaraquara, os informativos são impressos em português e distribuído na região.

O restaurante funciona em alta temporada (janeiro/fevereiro) de terça à domingo ofertando almoço e jantar e em baixa temporada apenas almoço aos

sábados, domingos e feriados, de 12h:00min às 17h:00min, as formas de pagamento podem ser feitas em dinheiro, cartão e cheque, reservas podem ser feitas por telefone e no balcão. Há restrições a presença de animais de estimação, porém aceitam fumantes e crianças. A capacidade do restaurante por dia é de 200 pessoas, o espaço atende 60 pessoas sentadas, em relação ao estacionamento ele é gratuito, descoberto e apenas para automóveis.

Vale ressaltar que toda a matéria prima utilizada é local afim de desenvolver a gastronomia regional de forma sustentável. Tratando-se de turismo sustentável, o Sítio Sambaqui construiu estações de tratamento de efluentes que impedem a contaminação da água e do solo com o objetivo de eliminar os impactos negativos que o turismo proporciona.

O turismo pedagógico é desenvolvido no Sítio Sambaqui em baixa temporada promovendo a educação ambiental através de informações sobre o ecossistema do mangue, unidades de conservação, botânica, zoologia e maricultura.

O Sítio Sambaqui atende a grupos, conta com espaços para eventos e possui equipamentos para melhor atendimento como ventiladores, lareira e sanitário próprio. É ofertado aluguel de pranchas e passeios de SUP (Stand Up Paddle) aos turistas que frequentam o Sítio Sambaqui, fazendo com que agregue valor ao produto turístico, tornando-se um diferencial dos demais restaurantes do local, houve a qualificação para ofertar esse serviço, visando a segurança dos turistas e a qualidade ambiental, para isso, criou-se um manual de procedimentos certificado pelo Projeto ECO SUP Adventure e a ong. IBISA – Instituto Brasileiro de Incentivo Social Ambiental, recebendo o Selo E.S.A. Certificate of Environmental Responsibility. A qualidade dos serviços prestados e a qualificação dos mesmos são elementos que tornam o destino diferencial.

A especialidade sem dúvidas, são as ostras, possuindo um cardápio variado com base nas ostras, também é especialidade gastronômica a petiscaria e os frutos do mar com o serviço à la carte.

Se tratando da acessibilidade do restaurante, o restaurante possui facilidades para pessoas com deficiência física ou mobilidade reduzida, o estacionamento é com rampa e livre de obstáculos, as vagas do estacionamento é alargada para cadeira de rodas. O acesso interno para a circulação de cadeira de rodas possui porta larga, piso regular, rampa, é possível circular entre o mobiliário, o piso é antiderrapante, possui

corrimão e patamar para descanso. Há sinalização visual na entrada e nos sanitários, onde encontra-se barras de apoio e giro para cadeira de rodas.

4.3.1.1 Entrevista aplicada aos gestores dos equipamentos e serviços de alimentos e bebidas

A entrevista foi respondida pelo Nereu, responsável pelo Sítio Sambaqui. Na primeira questão, que diz respeito a opinião da elaboração de um roteiro gastronômico, a resposta foi que seria interessante a proposta para a divulgação da região como um todo. Nereu, incluiria seu estabelecimento no roteiro caso haja a viabilidade e quando se trata na elaboração de um roteiro gastronômico para desenvolver o turismo aumentando a demanda, Nereu concorda, porém salienta que para que isso seja possível deve-se se atentar a infraestrutura básica de Cabaraquara, mais especificamente o saneamento básico que atualmente não possui rede de esgoto. Como mencionado, o Sítio Sambaqui possui tratando dos seus efluentes, mas a comunidade não está preparada nesse aspecto. Nereu conclui que antes de atrair turistas é necessária infraestrutura visando a sustentabilidade, o cuidado ambiental deve estar acima da geração de demanda.

Pode-se defender que a infraestrutura básica é essencial para desenvolver o turismo de uma forma sustentável, antes de se pensar em gerar demanda, têm se que priorizar a população local e os impactos negativos que essa atividade gera para que o destino não se torne insustentável, massificando o destino e principalmente degradando a natureza.

4.3.2 Mata Atlântica

No dia 12 de maio de 2016 tentou novamente o contato com o Mata Atlântica, quem nos atendeu e recebeu foi a Ana Carolina e sua mãe, Luiza, responsáveis pelo estabelecimento. A visita realizou-se no dia 13 de maio de 2016 afim de aplicar o formulário e a entrevista conhecer o local.

O Mata Atlântica iniciou suas atividades no ano de 2012, de natureza privada, conta com quatro (4) funcionários permanentes e em média seis (6) funcionários temporários. As formas de contato com o estabelecimento são via e-mail (cabaraquararestaurante@hotmail.com) e pela rede social (Facebook). O

estabelecimento oferta atividades de spa que incluem massagens diversificadas ao visitante, jardim sensorial que contribuem ao turismo pedagógico a estudantes da região e o restaurante, um ambiente amplo com uma decoração rica em detalhes.

Figura 21: Entrada do Mata Atlântica



Fonte: Blog da Jô, 2015.

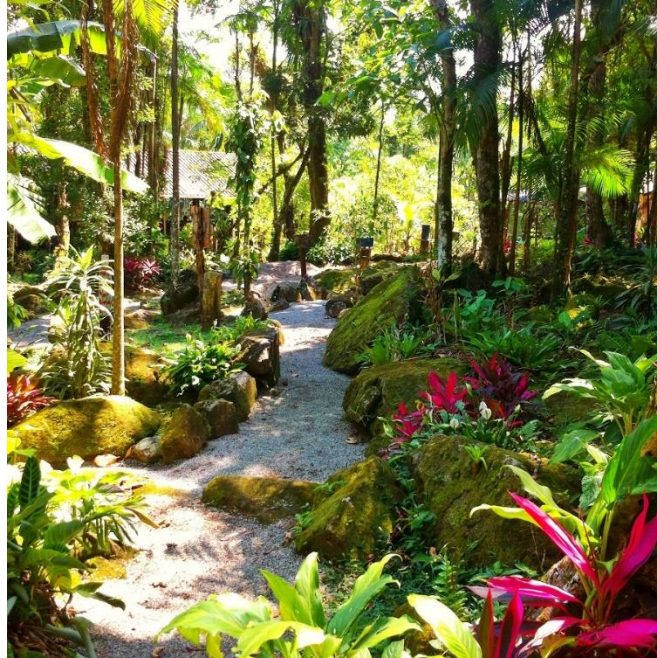
A sinalização existente é apenas a de acesso feito pelas gestoras através de estruturas feitas de entalhe e colocada nas proximidades, incluindo a sinalização interna. As formas de pagamento são em dinheiro, cheque e cartão e as reservas são feitas apenas por telefone. O atendimento ao público é realizado apenas em português, não possuindo funcionário apto a atender em outro idioma. Os informativos são impressos em português e distribuídos pela região.

O funcionamento do estabelecimento em baixa temporada é de quinta à domingo e em alta temporada atende todos os dias até às 20 horas, a única restrição é de fumantes na área do restaurante. A capacidade de pessoas sentadas é de cem (100) pessoas.

O estacionamento é gratuito e descoberto para automóveis e os ônibus possuem a opção de estacionar no Tio Lulu pela estrada ser mais estreita, porém não impede que ônibus subam e desçam em marcha ré.

Os serviços e equipamentos oferecidos pelo Mata Atlântica são espaços para eventos, música ambiente, ventiladores, jardim sensorial, área de lazer (FIGURA 22), carta de vinhos e sanitário próprio.

Figura 22: Área de Lazer



Fonte: Blog da jo, 2015.

O serviço é à la carte e a especificação da gastronomia são os frutos do mar em geral, focando a ostra cultivada na comunidade, porém também há opções de carnes, por exemplo.

Ao referir-se a questão da acessibilidade, percebe-se que pelo difícil acesso e por não poder construir pelo fato de estar entorno do Parque Nacional Saint Hillaire/Lange a acessibilidade torna-se nula. Porém as gestoras relatam que receberam pessoas com deficiência e fizeram o que estava ao alcance para atendê-los da melhor forma mesmo não possuindo a acessibilidade adequada.

4.3.2.1 Entrevista aplicada aos gestores do equipamento e serviços de alimentos e bebidas

Relacionado a primeira pergunta da opinião das gestoras em relação a criação de um roteiro gastronômico no Cabaraquara, a resposta foi positiva, salientando que o roteiro gastronômico seria uma forma de divulgar o estabelecimento. A resposta foi

sim para incluir o Mata Atlântica no roteiro gastronômico e relatou-se que o estabelecimento participa do Festival de Sabores que visa a divulgar restaurantes do Litoral do Paraná em baixa temporada ofertando descontos de 20% nos pratos servidos. A última questão também foi positiva, em que se trata do roteiro gastronômico tornar-se um produto turístico diferencial que poderá aumentar a demanda e desenvolver o turismo enquanto destino turístico.

Consideramos que as gestoras, Ana Carolina e Luiza se mostraram receptivas a ideia da viabilização do roteiro gastronômico, sendo que a comunidade do Cabaraquara atualmente possui um fluxo de visitantes e que o roteiro agregaria valor a oferta turística local. Vale ressaltar que através da entrevista percebe-se que os restaurantes da comunidade possuem parcerias entre si, não existindo a concorrência e sim uma integração entre eles, fazendo parte de desenvolver o turismo de forma adequada.

4.3.3 Toca da Ostra

As atividades do restaurante Toca da Ostra iniciaram-se no ano de 2008, conta com 4 (quatro) funcionários temporários e os funcionários permanentes são formados pela família, Luiz e sua esposa. A forma de contato é via Facebook e telefone, não possui e-mail e site. As reservas são feitas apenas via telefone, as formas de pagamento são em dinheiro, cheque e cartão. O atendimento ao público é apenas em português e o funcionamento em alta temporada é todos os dias servindo almoço e em baixa temporada o atendimento é realizado aos sábados e domingos com a capacidade de público de 100 pessoas sentadas. A especificação da gastronomia são os frutos do mar, o serviço oferecido é a la carte.

Figura 23: Entrada da Toca da Ostra



Fonte: Os autores, 2016

Se tratando das características do restaurante, o Toca da Ostra oferece estacionamento gratuito, descoberto para automóveis e ônibus (FIGURA 23). Atendem a grupos, possui área de fumantes, sanitário próprio, piscina natural e pesque e solte. O estado de conservação está em boas condições, na questão da acessibilidade, o restaurante apenas possui uma rampa de acesso.

4.3.3.1 Entrevista aplicada ao gestor do equipamento e serviços de alimentos e bebidas

A entrevista realizou-se via telefone com o Luiz, na questão que aborda a opinião do gestor em relação a criação do roteiro gastronômico ele considera muito boa, pois Cabaraquara necessita ser mais divulgada, considerando a viabilização do roteiro gastronômico, o fluxo de turistas seria maior e conseqüentemente retornaria positivamente aos restaurantes do Cabaraquara. O gestor incluiria seu estabelecimento no roteiro gastronômico e na questão que pergunta se o gestor concorda que o roteiro gastronômico será um produto diferencial capaz de desenvolver o destino turisticamente, a resposta é positiva, com a seguinte resposta:

“Sim, quem gosta de natureza e frutos do mar vai adorar a região, tem trilhas, a baía, os restaurantes, só falta ser mais divulgado. ”

Sendo assim, conclui-se que para o gestor do restaurante Toca da Ostra, o destino possui um potencial turístico único e intangível, porém que é pouco divulgado

e a viabilização do roteiro gastronômico agregaria valor a oferta e auxiliaria na promoção como destino turístico gastronômico.

4.3.4 Ostra Viva

O cultivo e restaurante Ostra Viva (FIGURA 24) foi o primeiro estabelecimento a cultivar ostras na comunidade do Cabaraquara. A prática teve início há 19 anos pela família do proprietário Hamilton, suas ostras são certificadas pelo projeto CULTIMAR, apoiado pelo Universidade Federal do Paraná que comprova e certifica a qualidade de suas ostras.

Figura 24: Restaurante Ostra Viva



Fonte: Carolina, 2015

O Ostra Viva conta com três (3) funcionários permanentes e cinco (5) funcionários temporários. As formas de pagamento podem ser realizadas a dinheiro, cheque ou cartão. Reservas são feitas por telefone e informações podem ser encontradas via Facebook, e-mail pessoal e site (www.projetoostraviva.com.br). Possui capacidade de cinquenta (50) pessoas sentadas, sem nenhuma restrição a animais, fumantes e crianças. Dispõe de internet sem fio, sanitário próprio e brevemente espaço kids. O estacionamento é gratuito e descoberto, comportando apenas automóveis, não é possível o estacionamento de ônibus devido às condições que dificultam o acesso. Em alta temporada o funcionamento do Ostra Viva é todos os dias de 12 horas às 20 horas e em baixa temporada apenas aos sábados e

domingos. Os informativos podem ser encontrados apenas em português e são distribuídos pela região.

A sinalização de acesso é feita durante todo o trajeto por meio de placas e banners confeccionados pelo Ostra Viva.

Os pratos principais são as ostras “in natura” e as ostras grelhadas e também são servidos outros frutos do mar apreciados por seus clientes, como por exemplo, camarões e mariscos servidos de diversas maneiras com o serviço de a La carte. Não possui acessibilidade, porém o proprietário Hamilton relata que recebe pessoas com deficiência e faz o que está ao alcance para atendê-los da melhor forma mesmo não possuindo a acessibilidade adequada.

4.3.4.1 Entrevista aplicada aos gestores do equipamento e serviços de alimentos e bebidas

A entrevista realizou-se no dia 17 de maio de 2016 pessoalmente com o proprietário Hamilton que nos recebeu em seu estabelecimento. Em relação a pergunta de opinião da elaboração do roteiro gastronômico no Cabaraquara, Hamilton tem a opinião de que: “Tudo que é bem feito e planejado, pode ajudar a divulgar e atrair mais turistas para a região”. É possível o Ostra Viva fazer parte do roteiro. Hamilton salienta, que, para que seja viável o roteiro gastronômico deve-se direcionar o público alvo e aborda questões como a divulgação por parte do poder público, ele sabe que possui uma das melhores Ostras do Brasil, porém não é divulgado como deveria pelo poder público.

Hamilton, relata, que com quase de 20 anos de experiência diversos roteiros foram aplicados no Cabaraquara, porém não obtiveram sucesso pela questão de não delimitar o público alvo.

4.3.5 Bistrô Vivere Parvo

As tentativas iniciais de contato com o Vivere Parvo foram via e-mail e Facebook no dia 2 de maio de 2016, sem sucesso, ligações foram realizadas entre os dias 10 e 13 de maio de 2016 em três números diferentes, onde um não existia e os demais não atendiam ou estavam fora de área.

Após a aplicação do formulário com os quatro (4) estabelecimentos gastronômicos no mês de maio de 2016, considera-se que os mesmos possuem infraestrutura para receber turistas e são produtos diferenciais comparado aos demais produtos ofertados no Litoral do Paraná.

Todos possuem as ostras e frutos do mar em geral como especialidade gastronômica. Cada estabelecimento possui uma maneira diferenciada de preparo, deve-se mencionar a beleza cênica de cada estabelecimento que conquista seus frequentadores. Durante entrevista, identifica-se que há a integração entre os estabelecimentos, a parceria entre os gestores é essencial para o desenvolvimento do turismo de forma adequada. Não há concorrência e sim um bem comum de tornar Cabaraquara ainda mais conhecido afim desenvolver a atividade turística tornando o fluxo de turistas o ano todo, sabendo que existe público para todos. A melhoria que poderia ser realizada é na questão do atendimento ao turista em outro idioma. Atualmente pode ser raro o atendimento ao turista estrangeiro, mas deve-se pensar no futuro do turismo de Cabaraquara, caso venham a receber turistas estrangeiros estejam aptos a recebê-los com qualidade; esses turistas, normalmente valorizam a cultural de forma que o público regional não valoriza.

Em relação a acessibilidade, apenas o Sítio Sambaqui possui essa estrutura, o Mata Atlântica não possui pelo acesso ser mais difícil; para o Ostra Viva, a acessibilidade é cara e inviável de ser implantado no momento; e o Toca da Ostra possui apenas uma rampa de acesso.

O ponto comum dos estabelecimentos na questão da viabilidade de um roteiro turístico gastronômico é a melhoria na divulgação do Cabaraquara. Sendo assim, percebe-se que a gastronomia de Cabaraquara possui potencial de se tornar o produto diferencial do Litoral do Paraná, porém é um produto não divulgado de maneira adequada. Novamente, os gestores se esforçam através de sites, informativos, matérias em alguns veículos de comunicação, mas ainda assim Cabaraquara não está conhecida proporcionalmente ao potencial existente.

Dessa forma, pode-se afirmar que, para viabilizar um roteiro turístico gastronômico é necessário o planejamento em todos os componentes que envolvem o produto turístico com o objetivo de tornar-se oferta diferencial.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse trabalho pode-se compreender quais os pontos positivos e negativos de um roteiro turístico para uma região, tais como desenvolver o empreendedorismo regional; a preservação da identidade local; o aumento da visitação, da permanência e gasto médio dos turistas; desfrutar de experiências únicas; a consolidação de destinos turísticos competitivos; o planejamento correto para que a região não seja descaracterizada para a comercialização turística, entre outros. Os objetivos desse trabalho foram cumpridos.

Compreende-se que roteiros turísticos podem diversificar a oferta turística e com os resultados desse trabalho pode-se considerar que há a possibilidade da viabilidade de um roteiro gastronômico no Cabaraquara. Porém, para que isso seja possível é necessário se atentar na infraestrutura básica, sendo uma comunidade com uma população menor do que outras partes do município de Guaratuba, é indispensável observar às necessidades de infraestrutura básica para que o roteiro turístico não traga transtornos tanto para turistas como principalmente para a comunidade local e o meio ambiente.

A divulgação do destino como uma das melhores ostras do Brasil e o desenvolvimento do turismo com o aumento da demanda não pode ultrapassar a característica do ambiente que está inserido, caso isso aconteça, o destino é capaz de não ultrapassar a capacidade de carga e ocasionar problemas já existentes no Litoral do Paraná quando há alta demanda.

A sinalização turística é um dos aspectos destacados, pois a partir da estrada do Cabaraquara, a sinalização turística é nula. Sabe-se que a sinalização faz parte da experiência que o turismo proporciona, pois quanto melhor for sinalizado, mais fácil é o acesso e a satisfação do turista, contribuindo para a divulgação do conhecimento dos atrativos e para o desenvolvimento da atividade turística, integrando o turista com a paisagem visitada. Esse fato confirma-se de acordo com o Relatório Brasil (2013, p.55), podendo deduzir que o acesso está diretamente relacionado com viagens e a infraestrutura de acesso adequada é essencial para que destinos turísticos se desenvolvam.

Todos os estabelecimentos contatados foram receptivos ao tema do trabalho de conclusão de curso, com exceção do Vivere Parvo que após sucessivas tentativas não retornou os contatos. Os estabelecimentos estão aptos a receber turistas com

qualidade de serviço, possuem infraestrutura e cada um possui grande atratividade cênica. Cabaraquara dispõe da beleza cênica como um fator diferencial. Cada estabelecimento é diferenciado, cercados pela Mata Atlântica e com decorações pensadas nos mínimos detalhes com o objetivo do turista se sentir confortável, conectado à natureza fazendo com que sua experiência turística seja capaz de ser marcante podendo futuramente atrair outros turistas através de relatos de quem já obteve a experiência no Cabaraquara.

Identifica-se que diante dos produtos turísticos presentes no Litoral do Paraná, Cabaraquara é um produto turístico diferencial, capaz de fazer com que turistas se desloquem com a motivação da degustação das ostras e apreciar a beleza cênica da Baía de Guaratuba.

Essa afirmação pode-se confirmar no Quadro 12 de hierarquia dos atrativos de Guaratuba, a Maricultura; a Estrada de Cabaraquara e o Morro de Cabaraquara são atrativos de grande valor e de médio significado para o mercado turístico, capaz de motivar importantes correntes de visitantes. A Maricultura (produção de organismos vivos) que está inserida como atividade econômica de Guaratuba, também é um atrativo, cuja a atratividade segundo PDITS é nula. Afirma-se isso devido as condições de acesso ao atrativo, o acesso está em condições que necessitam de melhorias, sinalização é praticamente inexistente e a qualidade do trajeto realmente necessita de melhorias.

Acredita-se que com a viabilização do roteiro gastronômico, Cabaraquara poderá vir a ser destino referência em gastronomia do Litoral do Paraná, através da promoção como destino turístico gastronômico, Cabaraquara poderá ser divulgada em âmbito regional e nacional, atraindo fluxo de turistas e desenvolvendo todo o trade turístico de municípios do Litoral Paranaense.

Verificou-se que, pelo fato do Cabaraquara estar do lado “Matinhense”, o destino é pouco divulgado como oferta turística de Guaratuba, mesmo possuindo grande potencial turístico. A justificativa dessa afirmação é pelo fato de encontrar poucos informativos turísticos de Guaratuba com a exploração de Cabaraquara enquanto produto turístico.

De acordo com os relatos dos gestores, Cabaraquara conta com um fluxo bom nos finais de semana em baixa temporada, sendo assim, afirmar-se que a comunidade do Cabaraquara é capaz de se consolidar como destino de baixa temporada através da viabilidade de um roteiro gastronômico e conseqüentemente diminuirá o impacto

da sazonalidade presente no Litoral do Paraná, pois com o fluxo de turistas em períodos de baixa temporada todo o trade turístico poderá se beneficiar, aumentando a permanência e o gasto médio do turista.

As dificuldades desse trabalho foram de encontrar referencial teórico diversificado com o tema “roteiro turístico gastronômico”, informações específicas da comunidade do Cabaraquara e no agendamento das visitas aos estabelecimentos, pois os horários não eram compatíveis.

Em sugestões para trabalhos futuros no Cabaraquara, indica-se estudos de demanda; utilização de mídias sociais para atrair o fluxo de turistas pela contribuição dessa ferramenta para o desenvolvimento do turismo pela autonomia que o turista possui em procurar informações de destinos diferenciais e pelo baixo custo no investimento desse tipo de divulgação. Durante a pesquisa algumas informações desatualizadas foram encontradas e não houve o feedback no contato inicial, sugere-se estudar também o marketing e promoção de Cabaraquara como destino turístico

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alessandro et al. **Elaboração de Roteiros e Pacotes**. Curitiba: IESDE Brasil S.a, 2007. 196 p. Disponível em: <<http://www2.videolivrraria.com.br/pdfs/4853.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2016.

BAHL, Miguel. **Turismo enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

BARRETO FILHO, Abdon. Marketing turístico para o espaço urbano: comentários acadêmicos e profissionais. In: NOGUEIRA, Fernanda Vasconcelos. Análise da sinalização turística nos atrativos turísticos da cidade de dourado-MS. **Revista Iberoamerica de Turismo**, Mato Grosso do Sul, v. 2, n. 2, p.40-55, jul. 2012

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 11º ed. rev. e atualiz- São Paulo: Ed. Senac, 2006.

Brasil, **Ministério do Turismo**. **Sinalização turística- O turismo na direção certa**. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br/slide/1356220/>> Acesso em: 30 mar. 2016.

BRASIL, **Ministério do Turismo**. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Diretrizes operacionais**. Brasília, 2004. Disponível em: http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/roteirizacaoturistica_turismo.pdf> Acesso em: 2 mar. 2016.

BRASIL, **Ministério do Turismo**. **Guia Brasileiro de Sinalização Turística**. EMBRATUR; IPHAN; DENATRAN. Brasília-DF, 2001.

BRASIL, **Ministério do Turismo**. **Turismo Cultural: Orientações Básicas**. Brasília, 2008. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em: 15 mar. 2016.

BRASIL. **Ministério do Turismo**. **Segmentação Turística – Cadernos e Manuais de Segmentação – Marcos conceituais**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html>. Acesso em: 21 mai. 2016.

BRASIL. Iphan. Ministério da Cultura. **Bens culturais registrados**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/bcrE/pages/conPatrimonioE.jsf>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

BRASIL, **Ministério do Turismo**. **Guia Brasileiro de Sinalização Turística**. Brasília, 2001. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/41-guia-brasileiro-de-sinalizacao-turistica.html>> Acesso em: 15 mar. 2016.

BRASIL. **Ministério do Turismo**. Projeto Inventário da Oferta Turística, Programa de regionalização do turismo- Roteiros do Brasil, 2006. Disponível em: <<http://www.inventario.turismo.gov.br/>> Acesso em: 4 abr. 2016

Cabaraquara- Roteiro das Ostras. Disponível em:<https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g1023650-d4783138-Reviews-Cabaraquara_Roteiro_das_Ostras-Guaratuba_State_of_Parana.html> Acesso em: 23 mai.2016.

Cabaraquara- Roteiro das Ostras em Guaratuba. Disponível em: <<http://www.blogdajo.com.br/ostra-viva-restaurante-cabaraquara/>> Acesso em: 23 mai.2016.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana et al. **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística.** Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.

CARTILHA DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA: Roteiro para o dimensionamento de placas. Curitiba: Secretaria de Estado do Turismo - Paraná Turismo, 2005. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/pdf/manual_sinalizacao_turistica.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2016.

CuritiDoce. Disponível em:<<http://feriasnow.com.br/curitidoce/>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

CUNHA, Kênia Braz; OLIVEIRA, Leidmar Veiga. **A Gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural.** 2009. 17 f. Artigo - Curso de Pós Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo, Universidade Estadual de Goiás, Goiás, 2009. Disponível em:<[http://ad.rosana.unesp.br/docview/directories/Arquivos/Cursos/Apoio Didático/Savanna da Rosa Ramos/Introdução a Gastronomia/A-GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-TURÍSTICO-CULTURAL.pdf](http://ad.rosana.unesp.br/docview/directories/Arquivos/Cursos/Apoio_Didatico/Savanna_da_Rosa_Ramos/Introdução_a_Gastronomia/A-GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-TURÍSTICO-CULTURAL.pdf)>. Acesso em: 7 mar. 2016.

Caminho do vinho. Disponível em: <www.caminhodovinho.tur.br/historia/>. Acesso em: 18 mar. 2016.

Da cachaça ao vinho, tour gastronômico no Brasil. Disponível em: <www.mundolusiada.com.br/gastronomia/da-cachaca-ao-vinho-tour-gastronomico-no-brasil/> Acesso em: 23 mar. 2016

Gastronomia atrai turista a festivais nacionais ,de 12 de junho de 2015.Disponível:<<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5117-gastronomia-atraiu-turistas-a-festivaisregionais.html>> Acesso em: 15 mar.2016.

GASTRONÔMICO EXPEDIÇÃO AMAZÔNIA NO ESTADO DO PARÁ.**Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo**, Curitiba, v. 4, n. 4, p.121-138, jan. 2015.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIMENES, M. H. **Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico:** uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA DO MERCOSUL, 4., 2006, Curitiba. Anais...Caxias do Sul: UCS, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Governo do Estado do Paraná. Secretaria do Esporte e Turismo do Paraná (Org.). **Estudo de demanda turística do Litoral-Pr, 2000-2006**. Curitiba, 2008. p. 30. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/estatisticas_2012/Litoral_2000_2006.pdf>. Acesso em: 10 maio 2016.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/> Acesso em: 10 abr. 2016.

IPARDES - INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Caderno Estatístico: Município de Guaratuba**. Curitiba, 2016. 44 p. Disponível em: <www.ipardes.gov.br>. Acesso em: 10 abr. 2016.

KRAUSE, R. W. Aspectos determinantes na percepção da qualidade dos serviços na experiência gastronômica turística. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p.19-33, abr. 2014. Disponível em: < www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno>

Mapa de Guaratuba. Disponível em: <<http://mapasblog.blogspot.com.br/2011/11/mapas-de-guaratuba-pr.html>> Acesso em: 23 mai. 2016.

Mapa turístico de Guaratuba. Disponível em: <<http://www.guaratuba.pr.gov.br/portal/index.php/turismo/mapa-turistico.html>> Acesso em: 23 mai. 2016.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003. 310 p. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>. Acesso em: 25 abr. 2016.

MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin; RAMOS, Eloísa Simone. Qualidade e Marketing: Uma Análise da Imagem do Barreado na Sustentabilidade do Destino Turístico de Morretes - PR. **V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - Semintur Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**. Caxias do Sul, p. 1-16. 28 jun. 2008. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt13-09.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Org.). **CARACTERIZAÇÃO E DIMENSIONAMENTO DO TURISMO DOMÉSTICO NO BRASIL – 2010/2011**. São Paulo 2012. 157 p. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/domestica/downloads_domestica/Demanda_domestica_-_2012_-_Relatorio_Executivo_nov.pdf>. Acesso em: 10 maio 2016.

MOLINA, Sérgio. **Turismo: metodologia e planejamento**, 2005. In: FERNANDES, Francine. O programa de regionalização do turismo e sua aplicação no circuito turístico Campos Gerais. **Gestão e Conhecimento**, Poços de Caldas, nov. 2012. Disponível: <https://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/esp1_8cbs/28.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2016.

MOLINA; Sergio. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para a América Latina, Bauru-SP. EDUSC, 2001. Acesso em: 07 mar. 2016.

NOGUEIRA, Fernanda Vasconcelos. Análise da sinalização turística nos atrativos turísticos da cidade de dourado-MS. **Revista Iberoamerica de Turismo**, Mato Grosso do Sul, v. 2, n. 2, p.40-55, jul. 2012

NUNES, Camila Lopes. **Gestão financeira em empresas turísticas**: Estudo de caso no Cabaraquara (Guaratuba - Paraná - Brasil). 2014. 71 f. TCC (Graduação) - Curso de Gestão de Turismo, Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral, Matinhos, 2014. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/36940>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

Meus roteiros de viagem. Disponível em: <www.meusroteirosdeviagem.com> Acesso em: 21 mai. 2016

OLIVEIRA, Luana de Sousa; KATO, Hellen Cristina de Almeida. CONSIDERAÇÕES SOBRE O TURISMO GASTRONÔMICO NA AMAZÔNIA: O CASO DO ROTEIRO

Patrimônio imaterial: disposições constitucionais : normas correlatas : bens imateriais registrados / Organização: Flávia Lima e Alves. – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2012. 84 p. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496320/000934175.pdf?sequence=1>> Acesso em: 22 mar. 2016.

REJOWSKI, Andre Milton Paolillo Mirian. **Transportes**. São Paulo: Aleph, 2002. 112 p. (ABC do Turismo)

Rota germânica. Disponível em: <www.amturvaes.com.br/roteiros>. Acesso em: 17 mar. 2016.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável**: A proteção do meio ambiente. 14. ed. Campinas, Sp: Papyrus, 1997.

Santo Antônio de Lisboa. Disponível em: <www.meusroteirosdeviagem.com/2012/08/santo-antonio-de-lisboa-floripa.html>. Acesso em: 17 mar. 2016.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo (SP): Aleph. 2ª Edição. Revista, 2006.

Sítio Sambaqui. Disponível em: < <http://www.sitiosambaqui.com.br/>> Acesso em: 10 abr.2016.

Secretária do Turismo do Estado do Paraná (Comp.). **Plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável PDITS: POLO TURÍSTICO DO LITORAL PARANAENSE.**2008.Disponível em:<<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/setu/pdf/institucional/PDTISProdutoLit oral.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2016

TAVARES, Adriana de Menezes. **City tour.** São Paulo: Aleph, 2002. (ABC do Turismo)

Tast of centro. Disponível em: <www.guiadasemana.com.br/restaurantes/noticia/tours-gastronomicos-a-nova-paixao-paulistana> Acesso em 23 mar. 2016.

APÊNDICES

Apêndice A: formulário de informações básicas

INFORMAÇÕES BÁSICAS
1. INFORMAÇÕES GERAIS
<p>1.1. Comunidade/bairro:</p> <p>1.2. Município pertencente: Municípios vizinhos:</p> <p>1.3. Área(km²):</p> <p>1.4. População (nº hab):</p> <p>1.5. Meses mais frios: Meses mais quentes: Meses mais chuvosos:</p> <p>1.6. Temperatura Máxima (°c): Mínima (°c):</p> <p>1.7. Principais atividades econômicas:</p>
2. EQUIPAMENTOS, INSTALAÇÕES E SERVIÇOS

Telefonia Móvel (1) Sim (2) Não

Telefonia Fixa (1) Sim (2) Não

3. SERVIÇOS TURISTICOS

3.1. Atendimento ao turista

Atendimento em língua estrangeira (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras

Informações impressas (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras

Informações virtuais (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras

3.2. Características do fluxo de visitantes

Visitantes ano (nº):

Visitantes alta temporada (nº):

Meses de alta temporada:

3.3. Origem dos visitantes/turistas

Origem (1) Entorno municipal (2) Estadual (3) Nacional (4) Internacional

Origem dos turistas nacionais:

Origem dos turistas Internacionais:

Atrativos mais visitados:

3.4. Segmentos ou tipo de turismo que é especializado (assinale até 3)

(1) Aventura (2) Ecoturismo (3) Sol e praia (4) Rural
(5) Estudos (6) Negócios (X) Cultural (8) Náutico
(9) Esporte (10) Saúde (11) Pesca (12) Não é especializado.

4. Responsável pelo preenchimento

Nome:

Email:

Apêndice B: formulário de meios de acesso ao município/comunidade

ACESSO RODOVIÁRIO (RODOVIA) AO MUNICÍPIO/COMUNIDADE	
UF: PR	Região turística: Município:
1. INFORMAÇÕES GERAIS	
<p>1.1 Nome Oficial: Nome Popular:</p> <p>1.2 Jurisdição (1) Federal (2) Estadual (3) Municipal Natural (1) Pública (2) Privada (3) Outra</p> <p>1.3 Extensão da rodovia no âmbito do município (km):</p> <p>1.4 Faixas de rolamento (1) Duas (2) Três (3) Quatro (4) Mão única (5) Mão dupla (6) Acostamento (7) Ciclovía</p> <p>1.5 Pavimento (1) Asfalto (2) Concreto (3) Paralelepípedo (4) Saibro (5) Asfalto ecológico (6) Chão Batido (7) Outros</p> <p>1.6 Pedágio (1) Sim (2) Não</p> <p>1.7 Municípios vizinhos interligados pela rodovia: Matinhos e Guaratuba</p> <p>1.8 Sinalização De acesso (1) Sim (2) Não Turística (1) Sim (2) Não</p> <p>1.9 Estado geral de conservação (1) Muito bom (2) Bom (3) Ruim</p> <p>2. Equipamentos e serviços ao longo da rodovia</p> <p>2.1.1. Posto de combustível (1) Álcool (2) Gasolina (3) Diesel (4) Gás natural veicular</p> <p>2.1.2. Outros serviços</p>	

(1) Alimentação (2) Hospedagem (3) Posto de informação (4) Polícia Rodoviária (5) Polícia Militar (6) Telefone público (7) Serviços mecânicos (8) Socorro mecânico (9) Socorro médico (10) Loja de souvenir (11) Produtos típicos (12) Supermercado (13) Outro

Apêndice C: formulário de serviços e equipamentos de alimentos e bebidas

SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS
1. IDENTIFICAÇÃO
1.1 Tipos (1) Restaurante (2) Bar (3) Lanchonete (4) Cafeteria (5) Quiosque (6) Sorveteria (7) Confeitaria (8) Outros _____
2. INFORMAÇÕES GERAIS
2.1 Razão social:
2.2 Nome Fantasia:
2.3 Natureza (1) Pública (2) Privada (3) Outros
2.4 Início da atividade ___/___/___
2.5 Quantidade de funcionários Permanente (nº): Temporário (nº): Pessoas com deficiência (%):
2.6 Localização (1) Urbano (2) Rural
2.7 Endereço eletrônico(email): Site eletrônico(site):
2.8 Sinalização De acesso (1) Sim (2) Não Turística (1) Sim (2) Não
2.9 Proximidades (1) Meio de hospedagem (2) Shopping (3) Galerias (4) Posto combustível (5) Outros
3. FUNCIONAMENTO
3.1 Formas de pagamento (1) Dinheiro (2) Cheque (3) Cartão (4) Tiquete
3.2 Vendas e reservas (1) Balcão (2) Telefone (3) Fax (4) Internet

3.3 Atendimento ao público

Língua estrangeira (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras
 Informativos (1) Não (2) Inglês (3) Espanhol (4) Outras

3.4 Regras de funcionamento

Período(meses):

3.5 Horário

	2	4	6	S	D	
	º Feira	º feira	º feira	º Feira	ábado	omingo
Abertura						
Encerramento						

3.6 Funcionamento 24h (1) Sim (2) Não

3.7 Restrições (1) Crianças (2) Fumantes (3) Animais

3.8 Capacidade de atendimento

Capacidade por dia (nº)

Pessoas atendidas sentadas (nº)

4. CARACTERÍSTICAS

4.1 Estacionamento (1) Pago (2) Gratuito (3) Coberto (4) Descuberto

Veículos (1) automóveis (2) Ônibus

4.2 Serviços e equipamentos

(1) Música ao vivo (2) Música ambiente (3) Espaço para eventos

(4) Atendimento a grupos (5) Manobrista (6) Ar-condicionado

(7) Ventilador (8) Calefação (9) Lareira (10) Adegas (11) Internet sem fio (12) Área de lazer para crianças (13) Recreação para crianças

(14) Área para fumantes (15) Cardápio em Braille

(16) Cardápio em língua estrangeira (17) Carta de vinhos

(18) Sanitário próprio (19) Outros _____

4.3 Especificação da Gastronomia

Por especialização (1) Não (2) Cachaçaria (3) Cafeteria

(4) Café colonial (5) Cervejaria (6) Churrascaria (7) Creperia

(8) Tapiocaria (9) Doceria (10) Empaderia (11) Frutos do mar

(12) Grelhados (13) Galeteria (14) Pastelaria (15) Petisqueria

(16) Pizzaria (17) Sanduicheria (18) Sucos (19) Chás

(20) Whiskeria (21) Sorveteria (22) Outros _____

Por tipo de dieta (1) Não (2) Macrobiótica (3) Vegetariana

(4) Natural (5) Outros _____

Por tipo de serviço (1) A la carte (2) Autosserviço (self service)

(3) Rodízio (5) Rodízio com bufê (buffet) (6) Atendimento no carro

(7) Rápida (fast food) (8) Entrega em domicílio (delivery) (9) Outros _____

4.4 Estado geral de Conservação (1) Muito bom (2) Bom (3) Ruim

5. ACESSIBILIDADE

5.1 Possui alguma facilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida?

(1) Não

(2) Sim (responder às questões seguintes)

5.2 Pessoal capacitado para receber pessoas com deficiência

(1) Não (2) Física (3) Auditiva (4) Visual (5) Mental

5.3 Rota externa acessível (1) Não (2) Estacionamento

(3) Calçada rebaixada (4) Faixa de pedestre (5) Rampa

(6) Semáforo sonoro (7) Piso tátil de alerta

(8) Piso regular e antiderrapante (9) Livre de obstáculos (10) Outras

5.4 Local de embarque e desembarque

(1) Não (2) Sinalizado (3) Com acesso em nível

5.5 Vaga em estacionamento

(1) Não (2) Sinalizada (3) Com acesso em nível (4) Alargada para cadeira de rodas (5) Rampa de acesso à calçada

5.6 Área de circulação/acesso interno para cadeiras de rodas

(1) Não (2) Rampa (3) Elevador (4) Plataforma elevatória
(5) Com circulação entre mobiliário (6) Porta larga
(7) Piso regular/antiderrapante

5.7 Escada (1) Não (2) Corrimão (3) Patamar para descanso

(4) Sinalização tátil de alerta (5) Piso antiderrapante

5.8 Rampa (1) Não (2) Corrimão (3) Patamar para descanso

(4) Piso antiderrapante (5) Sinalização tátil
(6) Inclinação adequada

5.9 Elevador

(1) Não (2) Sinalizado em Braille (3) Dispositivo sonoro (4) Dispositivo luminoso (5) Sensor eletrônico (porta)

5.10 Sinalização visual

(1) Não (2) Entrada (3) Recepção (4) Porta (5) Sanitário (6) Elevador (7) Restaurante (8) Área de lazer
(9) Área de resgate

5.11 Alarme de emergência

(1) Não (2) Sonoro (3) Visual (4) Vibratório

5.12 Sanitário

(1) Não (2) Barra de apoio (3) Porta larga suficiente para entrada de cadeira de rodas
(4) Giro para cadeira de rodas (5) Acesso para cadeira de rodas
(6) Pia rebaixada (7) Espelho rebaixado ou com ângulo de alcance visual
(8) Boxe ou banheira adaptada (9) Torneira monocomando/alavanca

Apêndice D: Entrevista aplicada aos serviços e equipamentos de alimentos e bebidas

PERGUNTA	RESPOSTA
Qual sua opinião em relação a formulação de um roteiro gastronômico de Cabaraquara?	
Como gestor você incluiria seu estabelecimento no roteiro gastronômico no Cabaraquara?	
Como gestor você concorda que a elaboração de um roteiro gastronômico em Cabaraquara pode se tornar um produto turístico diferencial para a região, aumentando a demanda e consequentemente desenvolvendo o destino turístico?	