

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
GUILHERME MULLER

**POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO E A METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO:  
UMA PROPOSTA PARA PALMAS/PR**

CURITIBA

2018

GUILHERME MULLER

**POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO E METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO:  
UMA PROPOSTA PARA PALMAS/PR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de bacharel em turismo.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Martins Augusto Gomes

CURITIBA

2018

## **AGRADECIMENTOS**

Em 2007 havia iniciado o curso de Turismo na Universidade Federal do Paraná e o de Educação Física na Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Por motivos diversos optei por continuar apenas na formação de Educação Física. Por outros motivos acabei não terminando esse e nem o outro curso que comecei em 2010. Pela necessidade pessoal e profissional de ter uma formação, em 2014 iniciei novamente o curso de Turismo na UFPR, o qual estou finalizando nesse momento. Aprendi que o tempo nos explica tudo. Aos poucos estou entendendo os motivos de não ter seguido em frente em 2007 com o turismo e agora poder concluir a formação.

Fica o registro do meu agradecimento ao grande mestre Professor Doutor Bruno Martins Augusto Gomes pela excelente orientação por meio de ideias que, em inúmeros momentos em que me sentia perdido, me davam uma nova perspectiva. Além do aprendizado sobre políticas públicas, agradeço ao Professor Bruno pelos ensinamentos sobre profissionalismo, conduta ética e responsabilidade. O agradecimento se estende a todos os professores do departamento de Turismo da UFPR.

Também deixo registrada a gratidão ao Felipe Zanoello e a Fabiola Delavy, da Prefeitura Municipal de Palmas, que me auxiliaram e mostraram o caminho para conseguir atingir os objetivos da pesquisa de campo deste trabalho. Além deles, agradeço também ao pessoal da Imagem pelo apoio e força em todos os momentos em que precisei me dedicar ao projeto e acabei deixando um pouco o dever profissional de lado.

Por fim, não poderia deixar de agradecer à minha família (Cássia, Vilson, Thaysa, Lucas, Raissa e Thais – e a Ju e ao Paulinho, apesar da saudade e da distância) e aos meus amigos pela força em todas as horas de dificuldade e compreensão nos momentos de ausência por conta da rotina do projeto e do trabalho.

Existe o que você acredita que é e existe o que você é de verdade. Não pode mudar o que é, mas pode mudar o que acredita que é.

(DANIEL KRUGER, 2007)

## RESUMO

Esse Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo tem como objetivo analisar a contribuição da metodologia do marco lógico para a elaboração de plano de turismo a partir de um estudo de caso em Palmas, PR. A pesquisa bibliográfica procurou apresentar o tema de políticas públicas e planejamento turístico, com um enfoque nos entendimentos de Collin Michael Hall acrescido de especialistas nacionais. Ainda foi abordada a metodologia do marco lógico como ferramenta para projetos de desenvolvimento econômico e sua aplicação ao turismo. A pesquisa de campo de caráter exploratório e com coleta de dados na cidade de Palmas/PR, proporcionou conhecer a realidade do turismo no município, coletando opiniões dos grupos de atores interessados acerca da infraestrutura e atrativos disponíveis, relação do poder público com o turismo, efeitos do atual estágio do turismo no município e os principais problemas, suas causas, consequências e soluções. Por meio dessas informações foi possível elaborar um projeto de curso de capacitação para os membros do Conselho Municipal de Turismo de Palmas/PR, incluindo os servidores da prefeitura de Palmas ligados a pasta de turismo, sobre planejamento turístico participativo com a utilização da metodologia do marco lógico.

Palavras-chave: Planejamento turístico. Políticas públicas. Metodologia do marco lógico.

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - TAREFAS DO SETOR PÚBLICO NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO.....	15
QUADRO 2 - HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES NOS FOCOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS INTERNACIONAIS DE TURISMO .....	16
QUADRO 3 - HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES NOS FOCOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO.....	17
QUADRO 4 - PLANEJAMENTO TURÍSTICO FOCADO NO TURISMO SUSTENTÁVEL .....	22
QUADRO 5 - FORMAS DE PARTICIPAÇÃO DOS ATORES NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO. ....	28
QUADRO 6 - QUANTIDADE DE TURISTAS E SATISFAÇÃO COM AS OPÇÕES OFERECIDAS E RESPECTIVA MANUTENÇÃO .....	41
QUADRO 7 - ÁREA DE ATUAÇÃO X TURISTA ESTÁ FEITO COM AS OPÇÕES? .	42
QUADRO 8 - ÁREA DE ATUAÇÃO X A MANUTENÇÃO DOS ATRATIVOS É SATISFATÓRIA? .....	43
QUADRO 9 - AVALIAÇÃO DOS HOTÉIS .....	43
QUADRO 10 - AVALIAÇÃO DOS RESTAURANTES .....	44
QUADRO 11 - ÁREA DE ATUAÇÃO X A PREFEITURA DÁ ATENÇÃO AO TURISMO? .....	46
QUADRO 12 - IMPORTÂNCIA DAS POSSÍVEIS AÇÕES DO PODER PÚBLICO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO.....	47
QUADRO 13 - IMPACTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM PALMAS.....	49
QUADRO 14 - COMPORTAMENTO DO TURISTA QUE VISITA PALMAS .....	50
QUADRO 15 - CAUSA E SOLUÇÕES DA POUCA PROMOÇÃO DO DESTINO .....	51
QUADRO 16 - CAUSAS E SOLUÇÕES DA BAIXA EFETIVIDADE DO ÓRGÃO DE TURISMO.....	52
QUADRO 17 - CAUSAS E SOLUÇÕES DA POUCA UTILIZAÇÃO DO POTENCIAL .....	53
QUADRO 18 - CRONOGRAMA PARA DESENVOLVIMENTO DO PROJETO .....	59
QUADRO 19 - CUSTOS OPERACIONAIS .....	63
QUADRO 20 – DEMAIS MATERIAIS E CUSTOS.....	64

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - EAP (ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO) .....	25
FIGURA 2 - EAP E MATRIZ DO MARCO LÓGICO.....	26
FIGURA 3 - EAP OU ÁRVORE DE OBJETIVOS APLICADA AO TURISMO.....	29
FIGURA 4 - LOCALIZAÇÃO DE PALMAS.....	31
FIGURA 5 – GRÁFICOS DE REPRESENTAÇÃO POR ÁREA DE INTERESSE, IDADE, GÊNERO E RENDA FAMILIAR DA AMOSTRA.....	38
FIGURA 6 - BENEFÍCIOS DO ATUAL ESTÁGIO DO TURISMO PARA PALMAS.....	48
FIGURA 7 - ÁRVORE DE PROBLEMAS.....	54
FIGURA 8 - ÁRVORE DE OBJETIVOS.....	55

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - CRUZAMENTO: CATEGORIAS X GÊNERO.....	39
GRÁFICO 2 - CRUZAMENTO INTERESSE ECONÔMICO X RENDA FAMILIAR ....	39
GRÁFICO 3 - FATORES DE ATRAÇÃO TURÍSTICA PARA O MUNICÍPIO DE PALMAS .....	40
GRÁFICO 4 - IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA DE PALMAS .....	41
GRÁFICO 5 - EXISTÊNCIA DE CAPACITAÇÃO PARA SERVIDORES PÚBLICOS E FUNCIONÁRIOS DE EMPRESAS PRIVADAS .....	44
GRÁFICO 6 - RELAÇÕES DOS PODERES EXECUTIVO E LEGISLATIVO COM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO .....	45
GRÁFICO 7 - MAIORES PROBLEMAS DO TURISMO EM PALMAS.....	51



## LISTA DE SIGLAS

ABC – Agência Brasileira de Cooperação  
BID – Banco Inter-americano de Desenvolvimento  
CADASTUR – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do MTUR  
CEPAL – Comissão Econômica Para a América Latina e o Caribe  
CF – Constituição Federal  
CNTUR – Confederação Nacional do Turismo  
COMTUR – Conselho Municipal de Turismo  
EAP – Estrutura Analítica do Projeto  
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo  
FMI – Fundo Monetário Internacional  
FUMTUR – Fundo Municipal de Turismo  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social  
MML – Metodologia do Marco Lógico  
MTUR – Ministério do Turismo  
OMT – Organização Mundial do Turismo  
ONU – Organização das Nações Unidas  
ONU – Organização das Nações Unidas  
PLANTUR- Plano Nacional de Turismo  
PMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo  
PRODETUR – Programa para o Desenvolvimento Turístico  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas  
SIMEPAR – Sistema Meteorológico do Paraná  
TCU – Tribunal de Contas da União  
UE – União Europeia

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
2.1 ATUAÇÃO DO SETOR PÚBLICO NO TURISMO.....	13
2.1.1 Desenvolvimento Sustentável e Turismo Sustentável .....	19
2.2 METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO.....	23
2.2.1 Identificação do problema e alternativas de solução .....	24
2.2.2 Planejamento ou Matriz do Marco Lógico.....	25
2.2.3 Aplicação da Metodologia do Marco Lógico ao turismo.....	27
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>31</b>
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO .....	31
3.2 MÉTODOS DE PESQUISA.....	33
3.3 TIPO DE PESQUISA .....	33
3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA .....	34
3.4.1 Estudo de campo.....	35
3.5 COLETA DE DADOS .....	35
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>37</b>
4.1 ANÁLISE DOS DADOS DO ESTUDO DE CAMPO.....	37
<b>5 PROJETO DE TURISMO: CURSO DE CAPACITAÇÃO PARA MEBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO PARA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO NO PLANEJAMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL.....</b>	<b>57</b>
5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO .....	57
5.2 ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO.....	58
5.3 RECURSOS HUMANOS .....	62
5.4 ORÇAMENTO PARA EXECUÇÃO DO CURSO.....	62
5.5 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO.....	65
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>67</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXO 1 – PARECER TÉCNICO DO SIMEPAR.....</b>	<b>73</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>74</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema de estudo o planejamento turístico com o foco na atuação do poder público no município de Palmas, estado do Paraná. De acordo com Petrocchi (1998), planejar significa definir um ponto futuro e quais providências devem ser tomadas para atingi-lo, ou seja, estabelecer diretrizes para a tomada de decisões. Dentro desse conceito, a Metodologia do Marco Lógico serve como um instrumento que auxilia o desenvolvimento do projeto, unificando informações, facilitando a comunicação dos envolvidos e indicado pela Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL – ONU). Dessa forma, os conhecimentos da Metodologia do Marco Lógico podem ser utilizados para entender a realidade local e quais são os anseios dos envolvidos na atividade turística no município de Palmas. Com essas informações será possível obter orientações sobre a melhor forma do Poder Executivo tomar ações para o desenvolvimento do Turismo em Palmas envolvendo e atendendo as necessidades da maioria dos interessados.

O objeto de pesquisa foi o município de Palmas, localizado no centro-sul do Paraná, distante cerca de 360 quilômetros da capital. O município tem algumas características importantes que fazem a atividade turística ter grande potencial de crescimento, como por exemplo, ser o município mais frio do estado segundo dados meteorológicos do Simepar (2018) (ANEXO 1), com temperaturas extremas no inverno, inclusive com algumas ocorrências de neve. Devido a relevância do clima para o município, há o Projeto de Lei 374/2017 que tramita na Assembleia Legislativa do Paraná com o intuito de conceder a Palmas o título de capital paranaense do frio. Além disso, de acordo com o IPARDES (2016), o município tem posição de destaque estadual e nacional na produção da maçã, com mais de 8 toneladas produzidas em 2016. Além desses aspectos, a localização de Palmas distante aproximadamente 360 quilômetros da capital paranaense e próxima à BR-153 - que liga o centro e o sul do Brasil – somada com a imponência do parque eólico, tornam o potencial turístico do município ainda maior. Por isso Palmas tem uma condição favorável para tornar o turismo uma parte importante da atenção do poder público e do desenvolvimento sociocultural e econômico.

Diante desse contexto tem-se a seguinte indagação: como a metodologia do marco lógico pode contribuir para o plano de turismo em Palmas? Para responder a

essa indagação esse trabalho tem como objetivo geral analisar a contribuição da metodologia do marco lógico para a elaboração de plano de turismo a partir de um estudo de caso em Palmas, PR. Como objetivos específicos tem-se: aplicar a metodologia do marco lógico no município para identificar os interessados, problema central, soluções e posterior construção das árvores de problemas e objetivos; e apresentar projeto de capacitação dos membros do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) do município de Palmas/PR sobre como aplicar a metodologia do marco lógico para a elaboração do plano de turismo do município.

Como forma de atingir todos os objetivos, serão utilizadas pesquisas bibliográficas e documentais sobre o tema na fundamentação teórica e questionários semiestruturados para a obtenção de dados acerca da realidade do turismo em Palmas.

Como sequência desse trabalho, será apresentado o marco teórico, que tem as informações teóricas acerca do planejamento turístico e da Metodologia do Marco Lógico. Em seguida serão descritos os procedimentos metodológicos com os tipos e técnicas de pesquisa utilizada, bem como os instrumentos de coleta. Por fim serão apresentadas as análises dos resultados da pesquisa, o projeto de turismo e as considerações finais.

## 2 MARCO TEÓRICO

Este capítulo abordará primeiramente os conceitos acerca da atuação do setor público no turismo. A segunda parte do marco teórico se dedicará à Metodologia do Marco Lógico e sua contribuição para o planejamento turístico.

A principal fonte de informações sobre as políticas públicas de turismo e a atuação do setor público foi o teórico internacional Colin Michael Hall, além de publicações recentes nacionais e internacionais sobre o tema. Para os conhecimentos sobre a Metodologia do Marco Lógico foi utilizado o documento da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL - ONU). Também foram utilizados textos nacionais e internacionais sobre o tema, com destaque para Gomes e Gândara (2014) que aplicam a referida metodologia ao turismo.

### 2.1 ATUAÇÃO DO SETOR PÚBLICO NO TURISMO

De acordo com Hall (2008), o planejamento é prioritariamente uma atividade pública e que pode ser feita em conjunto com a iniciativa privada, sendo o direcionamento para o futuro a sua característica mais importante. Ainda segundo o autor, o planejamento não é uma decisão individual, ou seja, vários fatores influenciam na tomada de decisão e o universo complexo que abrange as decisões pode ser chamado de “plano-decisão-ação”. De acordo com Araujo e Taschner (2012), o planejamento turístico se enquadra dentro do conceito de política pública, que segundo as autoras “pode ser equiparada a um propósito geral que se pretende realizar [...], ou se referir a um objetivo almejado de ação específica [...] ou até mesmo designar uma norma ou normas que focalizem determinada problemática” (ARAUJO E TASCNER, 2012, pag. 75). Ainda de acordo com as autoras, uma política pública é uma decisão tomada por uma autoridade legítima e pode ser expressa como leis, atos administrativos, etc.

No Brasil o planejamento turístico fica a cargo do Poder Executivo, conforme a Constituição Federal (1988) que cita a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios como fomentadores do turismo como forma de proporcionar desenvolvimento econômico e social. Ainda de acordo com a Constituição Federal de 1988 (CF/1988) União, Estados e Distrito Federal devem agir em proteção ao “patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico” e até mesmo

assumirem responsabilidade por danos ao meio ambiente e a esses componentes. Nesse sentido, Gomes (2015) afirma que o comportamento do chefe do executivo, que é o responsável pela formulação da política pública, pode ser afetado por fatores como resultados eleitorais, carência de recursos e relacionamento com a comunidade, os quais podem alterar o direcionamento de uma formulação de política pública. Hall (2008) adiciona a esses fatores alguns outros como a pressão de grupos interessados formados por empresários do turismo, associações, níveis superiores de governo, acadêmicos e consultores. Ainda Araujo e Taschner (2012) afirmam que valores, ideias e crenças podem influenciar no processo decisório.

Segundo Haughton e Hunter (1994) são competências do Estado no processo de planejamento turístico: melhorar a competitividade econômica, deixar claro os direitos de propriedade, manter os incentivos públicos disponíveis para todos os interessados, reduzir os riscos e as incertezas da atividade, dar apoio a projetos que tenham altos custos de capital e envolvam novas tecnologias e educar e fornecer informações para os empresários e para a população. Gomes (2015) cita três formas com que o setor público envolve-se com o desenvolvimento do turismo: atuação turística, atuação cidadã ou atuação turística e cidadã, sendo que na primeira estão “a informação turística, o marketing e o planejamento turísticos, a oferta e gestão de atrativos e equipamentos turísticos e de roteirização”, na segunda as ações voltadas para os moradores do município e que têm a possibilidade de afetar o setor do turismo e na terceira se enquadram ações voltadas para o lazer e cultura, que acabam por atingir tanto turistas quanto moradores do município. De acordo com a OMT (2003) a força motriz do desenvolvimento turístico é o setor privado e por isso o setor público deve proporcionar uma espécie de parceria para garantir o efetivo desenvolvimento através de incentivos com investimentos em infraestrutura, subsídios e regulamentação para um mercado competitivo. No mesmo sentido, Hall (2008) afirmou que o Estado tem tarefas bem definidas na organização e planejamento do turismo e no desenvolvimento de políticas públicas para o setor. Ambas as publicações propõem tarefas que se complementam e que podem ser observadas no Quadro 1:

## QUADRO 1 - TAREFAS DO SETOR PÚBLICO NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

- Coordenar e planejar o turismo em longo prazo aos níveis nacional, regional e local;
- Estar ativamente envolvido e monitorar o desenvolvimento do turismo;
- Criar um ambiente de negócios competitivo que evite a taxaço inflacionária, garanta a transparência e ofereça regras de mercado mais atraentes;
- Tomar decisões políticas e de planejamento com base em estatísticas e informa es de qualidade;
- Profissionalizar, financiar e coordenar o marketing e promo o do destino, além de proporcionar forma o, infraestrutura e política local;
- Desenvolver o capital humano necessário para o crescimento do destino, investindo em recursos humanos através da educa o para aproximar o governo do trade e dessa forma antecipar-se das necessidades futuras;
- Liberalizar o comércio, os transportes e as comunica es e diminuir as barreiras   viagens e ao investimento;
- Agir como mediador e encontrar solu es para problemas da área do turismo;
- Criar uma rela o de confiança para clientes e investidores com segurança e prote o;
- Promover a diversifica o dos produtos para a demanda;
- Expandir o turismo com base nas premissas do turismo sustentável, respeitando as culturas;
- Investir em avanços tecnológicos para facilitar o desenvolvimento seguro e eficiente do turismo.

FONTE: o autor – adaptado de OMT (2003) e Hall (2008).

O turismo gera efeitos positivos e negativos nas comunidades receptoras e cabe ao setor público, pelo planejamento turístico, minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos. Ele tem a fun o de “promover a es que levem os componentes a interagirem de maneira coesa e harm nica, permitindo que nos resultados sejam assegurados modelos sustentados de turismo” (NASCIMENTO, 2012, p. 53). Ainda de acordo com Hall (2008), o interesse do poder público no turismo se relaciona   possibilidade de gera o de renda, emprego, desenvolvimento social e atra o de investimento em uma região.

Nesse sentido o quadro a seguir demonstra os diferentes enfoques da a o pública relacionada ao turismo ao longo das décadas, sob uma  tica internacional.

QUADRO 2 - HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES NOS FOCOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS INTERNACIONAIS DE TURISMO

Período	Focos de Políticas
1945 - 1955	Nesse período que sucedeu as limitações impostas durante a Segunda Guerra, algumas políticas como a simplificação das fronteiras, moeda e regulamentos de saúde foram importantes para o turismo.
1955 - 1970	Os governos passaram a dar mais atenção para o marketing turístico, para garantir os ganhos potenciais da atividade turística.
1970 - 1985	Os governos deram atenção oferta de infraestrutura de uso turístico e utilizaram o turismo para desenvolver regiões.
1985 - 2000	Continuação da política de desenvolvimento regional, foco nos problemas ambientais e ênfase nas parcerias público-privadas para o desenvolvimento de infraestrutura, além da auto-regulação do mercado turístico.
2000 - 2008	Continuação do uso do turismo como ferramenta para o desenvolvimento regional e aumento da atenção aos problemas ambientais; o desenvolvimento de redes, colaboração e clustering passou a ser considerado grande aliado do desenvolvimento turístico. Nos países em desenvolvimento, as iniciativas de turismo favoráveis aos pobres são identificadas pelas organizações não-governamentais (ONGs) como uma questão política significativa. Redução das barreiras comerciais também é significativa.

FONTE: o autor – adaptado de Hall (2008).

Analisando o Quadro 2 é possível perceber a evolução das preocupações dos órgãos públicos no que diz respeito ao desenvolvimento do turismo dos governos em linhas gerais e em âmbito internacional. O conhecimento dos ganhos potenciais que o turismo pode render fez os governos passarem a se envolver com o marketing turístico, com o desenvolvimento regional e com a oferta de infraestrutura turística. Mais recentemente houve uma mudança e a infraestrutura passou a ser também de responsabilidade da iniciativa privada. Outras preocupações que se tornaram presentes na ação pública relacionada ao turismo foram as questões ambientais e sociais, como as mudanças climáticas, inclusão através da economia colaborativa e garantia de direitos humanos, além da atenção às novas formas de comunicação com a inevitável ascensão das tecnologias da informação.



De acordo com o estudo de Araujo e Taschner (2012), no Brasil, as políticas públicas de turismo também passaram por mudanças ao longo dos anos, como evidenciado no Quadro 3.

QUADRO 3 - HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES NOS FOCOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS NACIONAIS DE TURISMO

Período	Focos de Políticas
1930 - 1966	Havia grande intervenção estatal no que tange a legislação sobre a entrada de turistas, vendas de passagens de transporte, proibição de jogos de azar, porém nenhum desses atos era planejando o futuro do turismo no Brasil.
1966 - 1991	Foi anunciado o decreto-lei 55/66 onde foi criado o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) e os órgãos oficiais CNTur e Embratur, centralizando as decisões no Poder Executivo.
1991 - 2000	Nesse período foi lançado a Política Nacional de Turismo com objetivos de desenvolvimento municipal do turismo através do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), além do Programa para o Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) e parcerias público-privadas.
2000 - 2010	No início dos anos 2000, foi criado o Ministério do Turismo, marco que deixa claro o reconhecimento da complexidade da atividade turística. Nesse período foram lançados dos planos nacionais: - 2003-2007 e 2007-2010 que substituíram a municipalização pela regionalização do turismo. Outro ponto importante foi a criação da Lei Geral do Turismo, em 2008.
2010 - Atualmente	Nessa década as políticas estiveram voltadas para a melhoria de infraestrutura e equipamentos, além da qualificação dos profissionais e foco nos megaeventos Copa do Mundo e Jogos Olímpicos. Após 3 anos sem planos nacionais, foi lançado o plano 2013-2016 com objetivo de manter a descentralização e incentivar a criação de planos municipais e regionais. Com mais 2 anos sem plano, em 2018 foi lançado o plano 2018-2020.

FONTE: o autor – adaptado de Araujo e Taschner (2012), Gomes (2015b) e MTUR (2015).

Como visto até aqui, historicamente as preocupações de planejamento turístico por parte do setor público têm sido focadas no desenvolvimento do local, na regulamentação, no desenvolvimento de infraestrutura turística e na apresentação de características turísticas históricas e culturais. Esse enfoque das políticas corrobora o que os autores citados expõem, ou seja, a atividade turística tem sido utilizada para garantir o incremento da economia local. Mas com crescente número de turistas nas diversas regiões, crescem também as preocupações sociais e

ambientais, já que o turismo tem também o poder de impactar negativamente a comunidade caso não seja planejado e desenvolvido com o cuidado necessário. No Brasil é possível perceber que a preocupação com o planejamento turístico por parte do poder público é recente, já que o primeiro grande plano foi lançado somente em 2003, junto com a criação de um ministério específico para o turismo. Na década atual o país ficou sem plano em dois períodos: 2011 a 2013 e 2016 a 2018. Esse espaço demonstra descaso do governo federal e que tem efeito direto nos estados e municípios.

Hall (2008) evidencia cinco grandes abordagens tradicionais que os planejadores tomam como base para o planejamento turístico: impulsionamento; econômica e voltada para as empresas; física e espacial; foco na comunidade local; e foco no turismo sustentável. Para cada uma dessas abordagens, o autor elaborou um descritivo de componentes que são levados em consideração no planejamento e também como possíveis problemas e/ou dificuldades encontradas: premissas, possíveis problemas encontrados em sua execução e métodos de execução.

O impulsionamento é, historicamente, o modelo mais utilizado, apesar das controvérsias de ser uma visão simplista do desenvolvimento turístico e muitos estudiosos nem considerarem uma forma de planejamento (HALL, 2008). Isso ocorre porque não leva em consideração os impactos negativos que a atividade pode promover no destino. A abordagem toma como base que o turismo deve ser desenvolvido de qualquer maneira, com todos os recursos possíveis sendo utilizados pelas empresas turísticas e o governo tem como tarefas a promoção e o marketing, além de atuar como uma espécie de relações públicas entre os envolvidos.

Pela visão econômica, o turismo é utilizado pelos governos com forma de gerar renda, emprego e desenvolvimento regional fomentado através de pesquisas, marketing, promoção e incentivos. A grande concentração do planejamento está em levar ao destino o visitante que traga mais vantagens econômicas e devido a esse fato, os fatores ambientais e sociais são tratados como externos a atividade turística.

A abordagem física/espacial é ligada normalmente a geógrafos e urbanistas. Seu principal foco de planejamento está na premissa de que o meio ambiente onde ocorre a atividade turística deve ser conservado antes de qualquer outro fator, levando em consideração principalmente a capacidade carga, a gestão de espaços naturais e o gerenciamento dos visitantes. Devido a esse foco no meio ambiente,

historicamente essa abordagem deixou de lado os impactos sociais e culturais naquela mesma região. Mais recentemente os planejadores que adotam essa linha tem buscado a integração da preocupação com os recursos naturais com os fatores sociais e culturais.

Além dos impactos ambientais negativos observados pelo desenvolvimento do turismo, desde os anos 70 também existe a preocupação com os impactos sociais e culturais da atividade, mesmo estes sendo bem mais difíceis de serem mensurados que os ambientais. Conforme Hall (2008), para solucionar esse problema é necessário primeiro o envolvimento da comunidade local na tomada de decisões, atitude que inclusive pode alavancar o turismo devido à possibilidade de melhor recepção dos turistas. Ainda de acordo com o autor citado, nessa abordagem, o foco é a comunidade receptora e aí surgem as dificuldades de implantação, já que o planejamento é um processo político e normalmente as comunidades não são envolvidas nesse tipo de processo ou têm baixo grau de participação em tomadas de decisão. O autor ainda cita que outra dificuldade está nas comunidades serem cada vez mais diversas, ou seja, é muito difícil ouvir as vozes de todos os grupos envolvidos. Existe ainda a abordagem focada no desenvolvimento sustentável, que será tratada no tópico a seguir.

### 2.1.1 Desenvolvimento Sustentável e Turismo Sustentável

O foco do planejamento turístico no desenvolvimento sustentável tem como base a Organização das Nações Unidas e sua preocupação em reunir e conscientizar os países membros sobre a preservação do meio ambiente. Desde 1972 foram realizadas conferências e documentos estabelecendo objetivos em comum para os setores público e privado.

Dentre as iniciativas da ONU se destacam os 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável definidos na Agenda 2030 pela ONU (2015), os quais estão sendo implementados pelos países e partes interessadas com o objetivo de reduzir a pobreza drasticamente até o ano de 2030 e proteger o planeta das ações danosas do homem. Nesse sentido, de acordo com Gomes (2015) e MTUR (2017) é possível reconhecer o turismo em 3 dos 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável da ONU: “ 8º) Promover crescimento econômico sustentável e inclusivo, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos; 12º) Consumo e produção

sustentável; e 14º) Conservação e uso sustentável dos oceanos, mares e fontes marinhas para o desenvolvimento sustentável”.

O Código de Ética para o turismo da OMT (1999) também explicita que o turismo é fator de desenvolvimento sustentável se seguidos alguns pontos como o cuidado e respeito com o meio ambiente e com a comunidade que recebe os turistas. Hall (2008) salienta ainda que a importância de diferenciar que turismo sustentável não é o mesmo que desenvolvimento sustentável, mas sim é um subconjunto. Turismo sustentável é o mesmo que aplicar os conceitos de desenvolvimento sustentável para a indústria do turismo e seus impactos positivos e negativos no planeta terra em níveis ambientais, econômicos e/ou sociais.

De acordo com Burgos e Mertens (2015), os planejadores do turismo precisam ter um cuidado especial com esse tema, já que a atividade comumente se baseia em utilização de recursos naturais, patrimoniais e desenvolvimento econômico e social, ou seja, existe a necessidade de atenção com esses temas para a comunidade local, além de satisfazer os visitantes. Admitindo que a iniciativa privada nem sempre se preocupa com essa premissa do desenvolvimento sustentável, cabe ao poder público corrigir possíveis falhas.

Outro ponto importante que o planejador deve levar em consideração é a diversidade de agentes presentes na atividade turística e suas ações e percepções sobre o turismo, desde a população local, passando pelos empresários, poder público e os visitantes. Sendo assim Hall (2008) aponta que os efeitos do turismo em um destino são tipicamente divididos em três categorias principais e que se relacionam intimamente entre si: social, econômica e ambiental. Estudos do autor consideram que relatividade dos efeitos surge devido às diferentes posições que cada agente ocupa na cadeia do turismo e principalmente se estiver fora dela, ou seja, um mesmo efeito pode ser positivo para um ator e negativo para outro. Como um exemplo: para quem comercializou um terreno em função da ampliação dos empreendimentos turísticos é positivo, mas na visão de quem é da comunidade e precisa comprar um imóvel a valorização em função do turismo será percebida como negativa.

De modo geral, Hall (2008) cita alguns impactos positivos e negativos de cada uma das categorias. No âmbito econômico podem ser percebidos como positivos pontos como aumento das despesas do turista, criação de empregos, aumento do padrão de vida e mais investimento em infraestrutura, mas em

contrapartida os pontos negativos são inflação e aumento de preços, substituição de mão de obra local por externa e aumento da desigualdade de renda. Na área ambiental, os pontos positivos podem ser a manutenção e conservação do patrimônio e biodiversidade, além da recriação de ambientes naturais degradados e os negativos a alteração do meio ambiente, diminuição da biodiversidade e destruição de patrimônio natural e construído. Por fim, no âmbito social pode ser observado como positivo o fortalecimento da cultural local, maior participação da comunidade em decisões e eventos, integração com outras culturas e maior segurança, entretanto negativamente existe a possibilidade de aumento da violência, perda da cultura e tradição local, comercialização da cultura e também hostilidade com os turistas.

Krippendorf (2001) aborda algumas estratégias que podem ser usadas como políticas públicas para amenizar os efeitos negativos da atividade turística em todos os âmbitos. O autor cita a necessidade do desenvolvimento de políticas de turismo que tirem o foco exclusivo no econômico e que passem a respeitar o ser humano e o meio ambiente, além do estabelecimento de normas por parte do Estado, ou o que chama de regras do jogo, já que a auto-regulação do mercado certamente traria consequências irreversíveis para o meio ambiente e para a sociedade. Outro fator importante citado pelo autor é a necessidade de esforço para que o turismo seja ferramenta para elevar a qualidade de vida da população local através de lucro mais elevado, melhores empregos e moradias e a necessidade de que seja desenvolvido em paralelo com áreas como agricultura, artesanato, pequenas indústrias e silvicultura, para que a localidade não seja totalmente dependente do turismo. Complementando, o autor defende que a maior parte da mão-de-obra deve vir da própria comunidade local e que o treinamento e a formação constante desses profissionais devem ser perseguidos para maximizar os benefícios sociais e melhorar as condições de trabalho.

De acordo com Nascimento (2012), existe ainda a sustentabilidade política, que encontra entraves na troca de governos e continuidade de projetos e tem como grande desafio garantir a continuidade do processo de planejamento e gestão. Como expõe Hall (2008) o planejamento turístico deve ser utilizado para promover o bem-estar social, otimizando os recursos econômicos e melhorando (ou no mínimo mantendo) os ecossistemas. Logo, é necessário que o destino planeje para existir

um equilíbrio entre os fatores que compõem a sustentabilidade turística, os quais são sintetizados no quadro a seguir:

QUADRO 4 - PLANEJAMENTO TURÍSTICO FOCADO NO TURISMO SUSTENTÁVEL

<b>Premissas</b>	<b>Problemas</b>	<b>Métodos</b>
Integração de valores econômicos, ambientais e socioculturais;	Compreender o sistema de turismo;	Planejamento estratégico para substituir abordagens convencionais;
Planejamento turístico integrado com outras áreas do setor público;	Definição de metas, objetivos e prioridades;	Aumentar a conscientização do produtor e do consumidor;
Preservação de processos ecológicos essenciais;	Coordenação política e administrativa dentro do poder público e em sua relação com o setor privado;	Conscientizar a comunidade; Contribuição das partes interessadas;
Proteção do patrimônio humano e da biodiversidade;	Compreender as dimensões políticas do turismo;	Análise de políticas; Aplicar pesquisa avaliativa;
Equidade inter e intrageracional; Obtenção de equilíbrio de justiça e oportunidade entre as nações;	Planejamento para o turismo que atenda às necessidades locais e se mantenha competitivo no mercado.	Auditoria das partes interessadas; Análise de Meio Ambiente.
Planejamento e política pública como argumento para mudança;		
Reconhecimento da dimensão política do turismo.		

FONTE: o autor – adaptado de Hall (2008).

Assim, conforme exposto no quadro anterior, a abordagem focada no desenvolvimento sustentável tem como premissas a garantia dos recursos ambientais, sociais, econômicos e culturais, o que pode complicar os objetivos de um planejamento, porém garantem controle e coordenação das políticas. De acordo com Hall (2008), é necessária uma sincronia entre os elementos econômicos, sociais e ambientais para que haja a correta utilização dos recursos disponíveis, atendendo de forma adequada a demanda existente. Ainda de acordo com o autor, a má sincronia desses elementos pode levar a consequências imprevisíveis e indesejáveis. É necessário que os atores da atividade turística, principalmente o setor público e as empresas tenham consciência de que é preciso adotar os princípios da sustentabilidade para que as futuras gerações tenham a possibilidade de usufruir desses mesmos recursos. No mesmo sentido, Petrocchi (1998) afirma que o planejamento pode funcionar como um indutor do desenvolvimento turístico e ainda assim a maioria dos municípios brasileiros tem carências de planejamento.

Dessa forma, a Metodologia do Marco Lógico pode ser uma ótima ferramenta para que chefes do executivo dos municípios possam ter uma melhor visão sobre o atual estágio do turismo e quais atitudes podem tomar para desenvolver a atividade no local, tornando o turismo um potencializador econômico, social e cultural.

## 2.2 METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

Segundo Ortegón, Pacheco e Prieto (2005) a Metodologia do Marco Lógico (MML) foi desenvolvida para auxiliar as diversas fases de um projeto, desde a conceituação, passando pelo desenho, execução até a avaliação. Visto que alguns problemas como falta de precisão e clareza dos objetivos, execuções sem sucesso e má definição escopo de responsabilidade do gerente e dificuldade de avaliação dos resultados são comumente encontrados no projeto, a MML uniformiza a comunicação, auxilia nos acordos entre os diversos atores do projeto, fornece informações acerca da execução, monitoramento e avaliação do projeto. Segundo Gomes e Gândara (2014), “a Metodologia do Marco Lógico se fundamenta nas partes interessadas, contexto, problema, objetivos, escolha e ação”. De acordo com Conceição e Nuñez (2012, p. 09) a MML é “um conjunto de ferramentas agregadas que podem ser usadas no processo de elaboração e acompanhamento de um projeto de planejamento”. Ela é utilizada por instituições internacionais e nacionais como Agência Brasileira de Cooperação (ABC), pelo Tribunal de Contas da União (TCU) e outras que tem como objetivo obter financiamento por parte da Organização das Nações Unidas (ONU), a União Européia (UE), o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Inter-americano de Desenvolvimento (BID). (NUÑEZ E CONCEIÇÃO, 2012).

A cartilha da Cepal (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe) elaborada por Ortegón, Pacheco e Prieto (2005) enfatiza a distinção entre a metodologia e a Matriz do Marco Lógico: a primeira trata-se da análise do problema, conhecimento das partes interessadas, objetivos e estratégias de implementação, já a segunda a complementa como um resultado dessa análise, que contém um resumo das ações e monitoramento do projeto. A Metodologia do Marco Lógico (MML) é dividida em duas etapas: 1) identificação do problema e alternativas de solução, e 2) planejamento ou matriz do marco lógico.

### 2.2.1 Identificação do problema e alternativas de solução

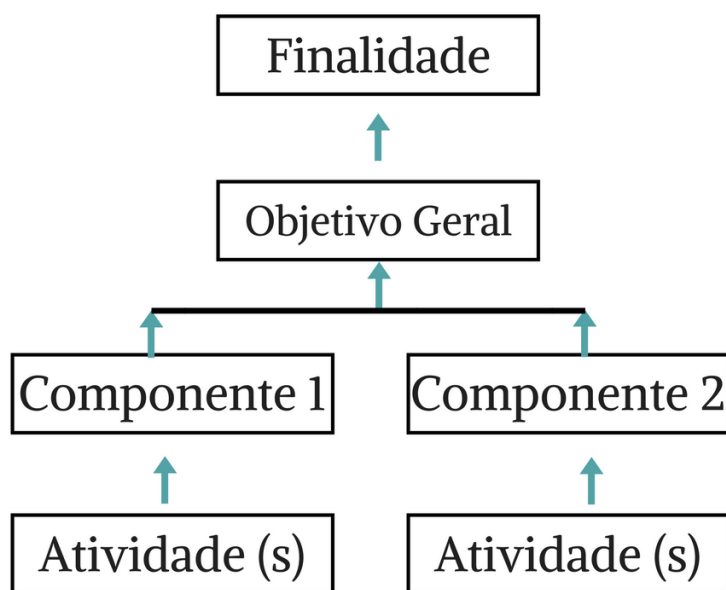
De acordo com Ortegón, Pacheco e Prieto (2005) a Metodologia do Marco Lógico é composta pelos seguintes passos e componentes: análise dos envolvidos, análise do problema, análise de objetivos, identificação de alternativas para solução, seleção da melhor alternativa e estrutura analítica. O primeiro passo, análise dos envolvidos, tem como objetivo identificar os atores interessados no projeto e diminuir os impactos negativos, já que leva em conta os interesses e expectativas daqueles que de alguma forma são afetados pela política, fazendo com que o apoio aumente e a oposição diminua. De acordo com Gomes e Gândara (2014) é importante que seja definida a posição das partes interessadas no projeto, deixando claro seu apoio ou oposição. Ainda segundo os autores “é interessante que o poder de afetar o projeto, ou seja, a importância que tem para o projeto em questão esteja evidente”.

De acordo com Ortegón, Pacheco e Prieto (2005), o segundo passo é a identificação do problema que afeta a comunidade, identificando quais são as causas e seus efeitos posteriores. Nesse passo é importante a participação das partes interessadas que conhecem o problema e vivem aquela realidade. Com os resultados desse passo é criada a árvore de problemas, que descreve em forma de imagem toda a situação. Conforme estudos de Gomes e Gândara (2014), nessa etapa todas as ideias devem ser expressas de forma negativa.

O terceiro passo é a análise dos objetivos, que consiste em descrever a situação futura em que se pretende chegar, convertendo os pontos negativos em soluções e assim transformar a árvore de problemas na árvore de objetivos. Com a árvore de objetivos, é possível observar com clareza quais pontos estão em conformidade com o planejamento e quais precisam ser alterados. Em seguida é feita a identificação das alternativas de ações para a solução do problema para então selecionar quais são dessas são as melhores com base em diagnósticos, estudos, análise de custos e benefícios e realizar a construção da Estrutura Analítica do Projeto (EAP) (ORTEGÓN, PACHECO E PRIETO, 2005, p.17), conforme figura a seguir:



FIGURA 1 - EAP (ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO)



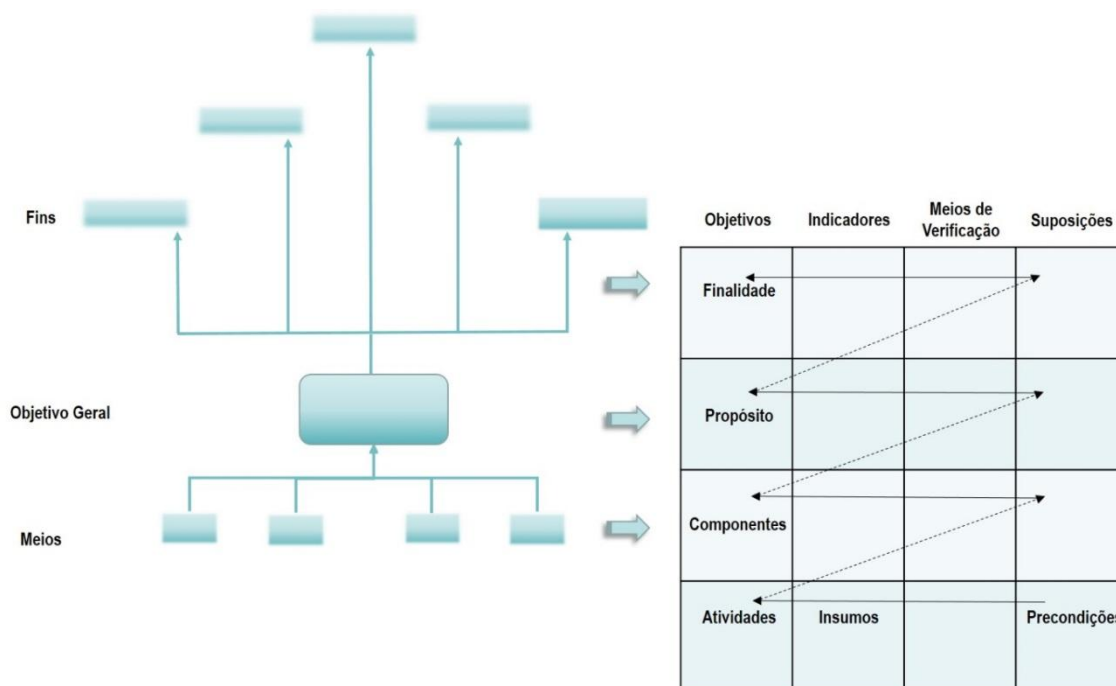
FONTE: o autor – adaptado de Ortegón, Pacheco e Prieto (2005)

O EAP é um diagrama expressado através dos dados já obtidos anteriormente e deve possuir informações acerca da finalidade ou resultado esperado, objetivo geral, componentes ou meios e ações. Iniciando o preenchimento de cima para baixo, temos primeiro os resultados esperados e objetivo geral, ambos retirados da árvore de objetivos. Em seguida são preenchidos os componentes, que são as informações contidas nas alternativas selecionadas, e logo após as ações que serão tomadas para que o componente seja desenvolvido.

### 2.2.2 Planejamento ou Matriz do Marco Lógico

A matriz do Marco Lógico é a segunda etapa da Metodologia do Marco Lógico. Segundo Gomes e Gândara (2014), a matriz “é um resumo de toda a aplicação da Metodologia do Marco Lógico e será formada por quatro colunas” que de acordo com a cartilha elaborada por Ortegón, Pacheco e Prieto (2005), irão conter as seguintes informações: Objetivos, indicadores, meios de verificação e suposições, conforme figura a seguir:

FIGURA 2 - EAP E MATRIZ DO MARCO LÓGICO



FONTE: Gomes e Gândara (2014)

Conforme a figura 2, as informações para criar a matriz do marco lógico são retiradas da Estrutura Analítica do Projeto (figura 1). De acordo com Ortegón, Pacheco e Prieto (2005), dentro da coluna dos objetivos serão distribuídos em quatro linhas os itens finalidade, propósito, componentes e atividades. A finalidade se resume a demonstrar onde se quer chegar com o projeto. O propósito é basicamente o benefício que os envolvidos terão com o projeto. Os componentes são os meios necessários para o êxito do projeto, como estudos, pesquisas e/ou capacitações. Por fim as atividades são ações para que seja possível entregar os componentes. Os autores salientam a lógica vertical, ou seja, o quadro será construído de baixo para cima e cada nível será necessário para que o próximo tenha êxito, com a finalidade sendo a resposta ao problema principal.

Na segunda coluna serão colocados os indicadores, que segundo Gomes e Gândara (2014) servem como elementos para monitorar o projeto. Conforme Ortegón, Pacheco e Prieto (2005) devem ser facilmente mensuráveis pelos gerentes do projeto, com itens como quantidade, qualidade e tempo e por consequência, na terceira coluna serão colocados os meios de verificação de como serão avaliados os indicadores. Ainda de acordo com os autores, o conjunto de objetivos, indicadores e

meios de verificação devem ser feitos respeitando a lógica horizontal, conforme figura 2, iniciando da coluna da direita para a da esquerda e de baixo para cima.

Na última coluna, de acordo com Ortegón, Pacheco e Prieto (2005) serão colocadas as suposições que consistem em fatores externos que fogem ao controle e podem interferir no projeto, como riscos ambientais, financeiros, políticos, sociais ou climáticos.

### 2.2.3 Aplicação da Metodologia do Marco Lógico ao turismo

A Metodologia do Marco Lógico (MML) é um método que pode ser considerado completo no processo de planejamento do turismo. Essa afirmação se sustenta devido às características inclusivas do MML que levam em conta todos os atores envolvidos em determinada realidade, além de seus modelos de análise de problemas e objetivos, e considerando o universo de diversos interesses envolvidos no desenvolvimento do turismo e todas as especificidades que precisam ser levadas em conta.

O estudo de Gomes e Gândara (2014) cita que para iniciar a construção e aplicação do MML é necessário que o órgão público de turismo analise a qual é o posicionamento das partes interessadas e como será a participação de cada um deles no processo. Segundo os autores, no caso do turismo são componentes do sistema os empresários e entidades que os representam, o poder legislativo e os partidos políticos, o SEBRAE, as instituições de ensino e os moradores do entorno dos atrativos, além do conselho de turismo. Esse é composto por todos os interessados, mas principalmente por empresários, se configurando como um local de debate acerca das reivindicações e também, conforme a sua estrutura, como local de deliberação sobre a gestão pública do turismo. Ainda de acordo com os autores todas as partes interessadas devem estar presentes no processo para garantir que o planejamento seja democrático, o que complementa o estudo de Krippendorf (2001), que cita que os três níveis de interesses na atividade turística são representados a) pelos turistas e moradores locais, b) pelas empresas e suas entidades representativas e c) por grupos que casualmente se interessem pela atividade. Cada um possui formas de participação diferentes, as quais estão descritas no quadro a seguir:

QUADRO 5 - FORMAS DE PARTICIPAÇÃO DOS ATORES NO PROCESSO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO.

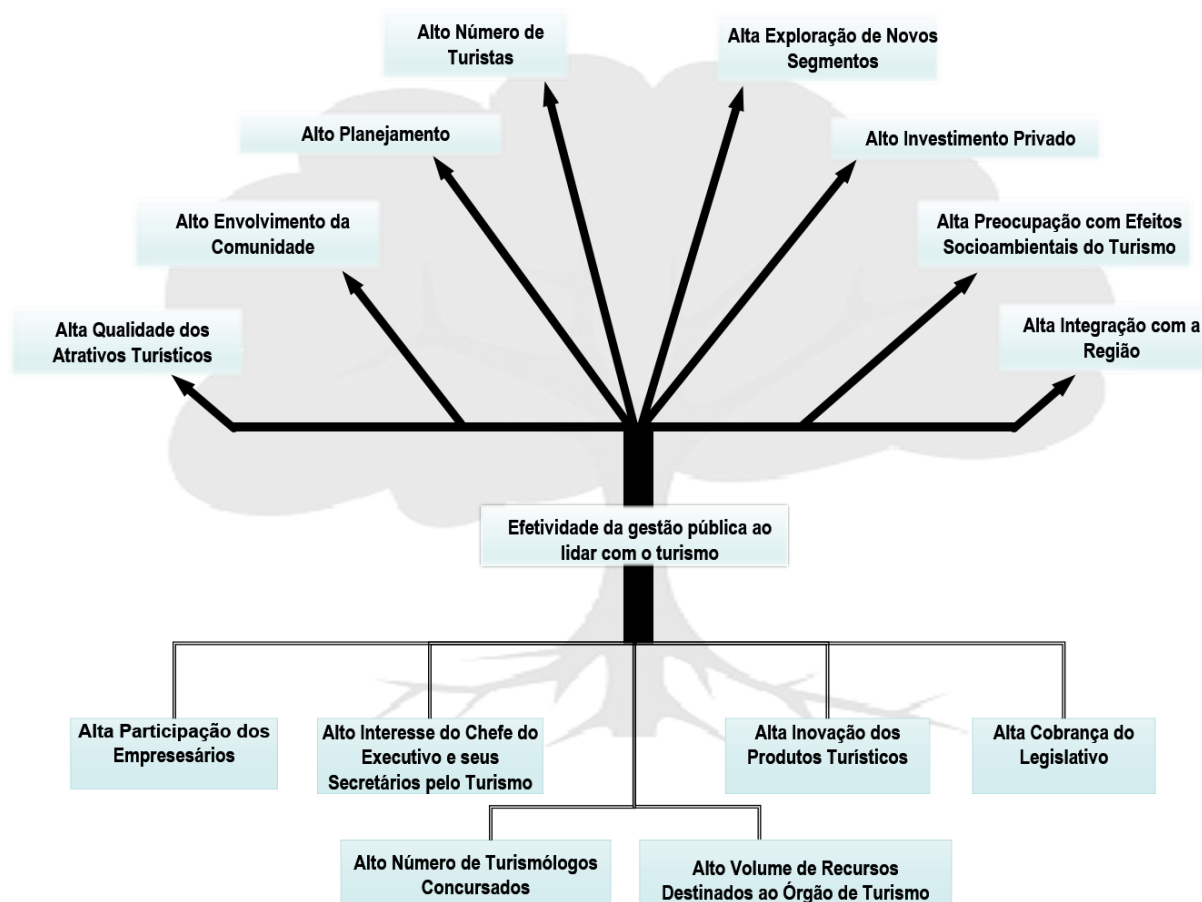
Parte interessada	Formas de Participação
Empresários e Entidades Representativas	Fazendo parte do processo, os empresários ou entidades que os representam influenciam na elaboração, implementação e avaliação das políticas públicas, além de ocuparem boa parte das cadeiras dos conselhos.
Legislativo	Um dos papéis mais importantes do legislativo é fiscalizar as ações do executivo, aprovar recursos além de servir como espaço de debate para a população.
Partidos Políticos	O chefe do executivo tem a influência sobre a parte financeira e é responsável pelo processo de planejamento, além de formar a equipe de trabalho que irá formular as políticas.
Turistas	A quantidade e qualidade de sua presença terá influência na avaliação e posterior continuidade das políticas adotadas.
Instituições de Ensino e Sebrae	O SEBRAE pode auxiliar com o conhecimento para novos e antigos empreendimentos turísticos enquanto as Instituições de Ensino formam profissionais para atuar na área.
Moradores locais	Por conviverem com os positivos e negativos da atividade turística, os moradores locais precisam efeitos ser ouvidos através de encontros presenciais e ferramentas online.

FONTE: o autor – adaptado de Gomes e Gândara (2014).

Tomando por base o que já foi discutido sobre a MML, após identificar os atores e sua participação no processo, o próximo passo seria a identificação do problema, suas causas e seus efeitos, além de traçar os objetivos e alternativas de

ação, para poder chegar a matriz do marco lógico e enfim aplicá-la no processo de planejamento turístico.

FIGURA 3 - EAP OU ÁRVORE DE OBJETIVOS APLICADA AO TURISMO.



FONTE: Gomes e Gândara (2014).

Conforme aplicação de Gomes e Gandara (2014) ao turismo (FIGURA 3), o objetivo principal é a efetividade da gestão pública no desenvolvimento e planejamento da atividade. Os meios e ações para chegar nesse objetivo podem ser expressos através de algumas atitudes do poder público como a contratação de turismólogos concursados, destinação de recursos para o órgão de turismo e interesse do Chefe do Executivo pelo desenvolvimento do turismo, além de participação dos empresários do ramo e inovação dos produtos turísticos. Como resultado dessas ações os autores colocam que seria possível observar maior qualidade nos atrativos, envolvimento da comunidade, planejamento, elevação no número de turistas, exploração de novos segmentos, investimento privado e preocupação com os efeitos do turismo.



### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

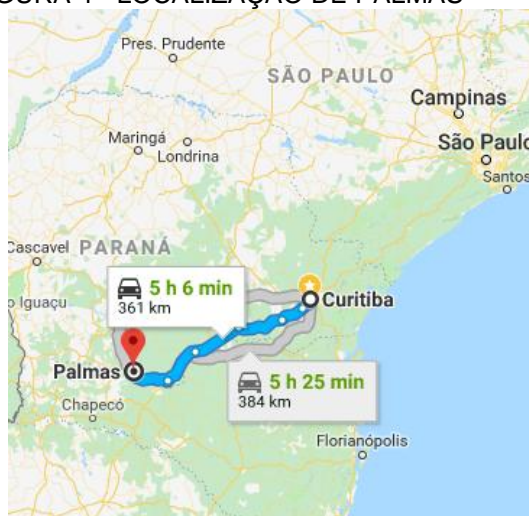
De acordo com Gil (2002), pesquisa pode ser definida como um procedimento para chegar a respostas aos problemas de forma racional e sistemática. Ainda de acordo com o autor, a pesquisa deve ser utilizada “quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema” (GIL, 2002, p. 17).

Segundo Gil (2008), a pesquisa social utiliza os procedimentos metodológicos científicos para aplicar os conhecimentos na realidade social, a qual pode ser entendida como a relação do homem com si mesmo, com os outros homens e as instituições sociais. Diferentemente da pesquisa pura, a pesquisa aplicada pretende usar os conhecimentos obtidos pela primeira, porém aplicando de forma prática numa determinada realidade.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO

Palmas é um município com população de 42.888 habitantes, segundo o IBGE (2010), localizado no centro-sul do estado do Paraná, distante 361 quilômetros da capital e próximo à BR-153 (FIGURA 4), importante rodovia que liga o centro ao sul do Brasil.

FIGURA 4 - LOCALIZAÇÃO DE PALMAS



FONTE: Google Maps (2018).

De acordo com o TripAdvisor (2018), o município possui como principais atrativos o Parque Eólico (APÊNDICE 3), a Catedral do Senhor Bom Jesus (APÊNDICE 3), o Museu Histórico Municipal e o Parque da Gruta (APÊNDICE 3). Ainda de acordo com o aplicativo, Palmas possui oito meios de hospedagem e cerca de cento e oito restaurantes. O município ainda é referência na produção de maçã. Segundo o IPARDES (2016), Palmas tem produção constante de mais de oito toneladas anuais da fruta, o que a coloca entre as principais do estado e do país. A grande produção da fruta se dá por conta do clima frio e segundo o Simepar (2018) (ANEXO 1), Palmas é a cidade com menor temperatura média no estado, com constantes temperaturas abaixo de zero no inverno, inclusive com ocorrências de neve. Além disso, a presença de aldeia de índios kaingangs e comunidades quilombolas, pode ser fator de desenvolvimento do turismo de base comunitária.

Na classificação do MTUR (2018) Palmas é considerado um destino categoria C. Essa classificação leva em conta a quantidade de estabelecimentos de hospedagem, empregos em estabelecimentos de hospedagem, número de visitantes domésticos e número de visitantes internacionais e classifica os municípios entre A e E, sendo A o melhor e E o pior desempenho. O município está presente na instância de governança Vales do Iguaçu.

Entre as categorias que necessitam de cadastro obrigatório no CADASTUR, apenas duas agências de turismo e três transportadoras turísticas estão entre os prestadores de serviço cadastrados, mesmo tendo meios de hospedagem e pelo menos uma organizadora de eventos no município. Entre as categorias opcionais, nenhuma empresa possui cadastro.

Sobre a organização pública do turismo no município, de acordo com o portal da Prefeitura Municipal de Palmas (2017), o órgão municipal de turismo em Palmas é denominado Departamento de Turismo e é submetido à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação. A leis municipais Nº 1464/2002 e Nº 1465/2002 instituíram o COMTUR e o FUMTUR, respectivamente, em Palmas, porém não existem informações sobre a implementação e o funcionamento do fundo e da instância de governança municipal.

Com isso, esse trabalho teve como objetivo utilizar os conhecimentos teóricos acerca da atuação do setor público no turismo e da metodologia do marco lógico na realidade do município de Palmas, localizado no sul do Paraná, para aplicá-los na prática e assim estabelecer em que ponto encontra-se o



desenvolvimento turístico local e quais ações devem ser tomadas pelo poder executivo para garantir o máximo desenvolvimento futuro da atividade do turismo no município, levando em conta os interesses de todos os atores envolvidos.

### 3.2 MÉTODOS DE PESQUISA

O método de uma pesquisa é o caminho que ela percorre para chegar ao conhecimento, sendo necessário identificar suas “operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação” (GIL, 2008, p. 8). De acordo com Prodanov e Freitas (2013) os métodos deixam claro quais procedimentos serão utilizados pelo pesquisador e podem ser divididos em dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo, dialético ou fenomenológico.

Pelos modelos apresentados pelos autores, o método dedutivo foi escolhido para essa pesquisa, afinal trata-se da formulação de um problema e a descrição da realidade do município de Palmas quanto ao desenvolvimento do turismo, para então formular um projeto de planejamento e atingir o patamar desejado.

### 3.3 TIPO DE PESQUISA

De acordo com Gil (2008), as pesquisas são divididas em três níveis de acordo com seus objetivos gerais: exploratórias, descritivas e explicativas. Gil (2002) afirma que as pesquisas exploratórias visam criar familiaridade com o tema, com o objetivo de aprimorar ideias ou descobrir intuições. Ainda de acordo com o autor, as pesquisas exploratórias se desenvolvem normalmente através de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso e são desenvolvidas para obter uma visão geral sobre o fato. Prodanov e Freitas (2013) acrescentam que entrevistas com pessoas que tem experiências com o problema também podem ser usadas em pesquisas exploratórias.

Acerca das pesquisas descritivas, Gil (2002) afirma que seu principal objetivo é relacionar variáveis ou estudar características de determinado extrato da população. Prodanov e Freitas (2013) afirmam que não há interferência do pesquisador, já que a pesquisa descritiva se baseia em observar e analisar determinado fato.

Por fim, a pesquisa explicativa é definida por Gil (2002) como uma forma de verificar fatores que interferem em determinados fenômenos. O autor ainda acrescenta:

Nas ciências sociais, a aplicação deste método reveste-se de muitas dificuldades, razão pela qual se recorre também a outros métodos, sobretudo ao observacional. Nem sempre se torna possível a realização de pesquisas rigidamente explicativas em ciências sociais, mas em algumas áreas, sobretudo da psicologia, as pesquisas revestem-se de elevado grau de controle, chegando mesmo a ser chamadas "quase experimentais". (GIL, 2002, p.43).

Para chegar a uma base de conhecimento teórico para a investigação, será adotado o método de pesquisa denominada por Gil (2002) e Prodanov e Freitas (2013) como exploratória, já que se pretende analisar todos os fatores envolvidos com o desenvolvimento do turismo no município de Palmas, tendo como base documentos, bibliografias e entrevistas com os interessados, tanto do setor público quanto do setor privado.

### 3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA

Conforme exposto anteriormente, a pesquisa exploratória utiliza como técnicas a investigação bibliográfica e entrevistas com pessoas que têm experiência na área.

Os principais dados bibliográficos sobre a atuação do setor público no turismo foram levantados por meio do livro "Tourism planning policies, processes and relationships" publicado por Hall em 2008 e que discute com propriedade os principais fatores que precisam ser levados em conta pelo planejador turístico. Foram consultados outros dados bibliográficos sobre turismo, desenvolvimento sustentável e políticas públicas dos principais autores que explanam sobre esses conceitos tanto em materiais de leitura corrente quanto publicações periódicas.

De acordo com Gil (2008), a pesquisa documental se assemelha à pesquisa bibliográfica, com a grande diferença estando no fato das fontes da primeira serem documentos oficiais, jornais, gravações, contratos, entre outros. No caso, a presente pesquisa se baseará em leis, decretos e portarias que abordem o tema do planejamento turístico no município de Palmas, com o propósito de ter uma base de

dados consistente e atualizada sobre as formas com que o poder público estabelece diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística no local.

#### 3.4.1 Estudo de campo

Gil (2008, p. 57) afirma que o estudo de campo observa “um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação de seus componentes”, sendo assim, a ênfase encontra-se na forma com que se relacionam os atores envolvidos em determinado processo. Portanto, o estudo de campo visa analisar o caso específico do município de Palmas/PR para que possa ser feito um marco sobre o atual estágio do desenvolvimento turístico do município e qual é a relação existente entre o poder público e os empresários do turismo.

### 3.5 COLETA DE DADOS

Segundo Gil (2002), o estudo de campo se dá através de observações de atividades do grupo selecionado e também entrevistas com pessoas capazes de transmitirem informações que expliquem o que ocorre dentro deste universo. De acordo com Gil (2008), entrevista é um método adequado para obter informações sobre o que as pessoas sabem ou anseiam.

Com isso e devido à subjetividade da relação dos envolvidos na atividade turística já abordada no capítulo anterior, a coleta de dados do estudo de campo se dará de forma quantitativa e por meio de questionários semiestruturados ou entrevista de pauta. Esse instrumento, segundo Gil (2002), se trata de um guia com pontos de interesse para o entrevistador explorar além de proporcionar flexibilidade e oportunidade do pesquisador esclarecer pontos específicos a fim de obter informações com grande qualidade. No caso do presente trabalho visa coletar informações importantes com os grupos presentes na atividade turística no município de Palmas.

Inicialmente foram procurados os gestores públicos do município de Palmas relacionados ao desenvolvimento do turismo, que, conforme explicado no marco teórico, são os responsáveis pelo planejamento turístico e direcionamento das políticas públicas que serão aplicadas no município. Os empresários são outro grupo de interesse e, portanto, foram realizadas entrevistas com os mesmos ou seus

representantes. Não foi possível consultar os integrantes do conselho municipal de turismo, pois o mesmo encontra-se sem funcionamento.

Com esse primeiro universo pré-estabelecido, passou-se à amostragem bola de neve, o qual Baldin e Munhoz (2011) esclarecem ser uma técnica na qual os primeiros selecionados irão indicar novos participantes que tenham conhecimento no objeto da pesquisa, e assim por diante, até atingir o objetivo da pesquisa. O objetivo foi manter contato com o maior número possível de pessoas envolvidas ou interessadas no desenvolvimento turístico do município de Palmas/PR. Para ouvir os anseios da população, foi feita uma amostragem por conveniência com o intuito de ouvir principalmente as pessoas que moram no entorno dos atrativos e têm ou terão sua vida afetada pelos efeitos do turismo. Da mesma forma foram ouvidos turistas que estavam visitando o município nos dias da coleta de dados para saber a sua satisfação com os serviços prestados.

O questionário foi criado baseado nos indicadores adaptados da matriz do marco lógico de Gomes e Gandara (2015) e no planejamento turístico focado na sustentabilidade, ou seja, o roteiro foi separado em 5 grandes grupos, sendo o primeiro (a) para a identificação do entrevistado e em seguida sua visão sobre os demais grupos: (b) qualidade dos atrativos, serviços e capacitação, (c) competências e ações do poder público, (d) efeitos do atual estágio do turismo e (e) questões abertas com o objetivo de coletar informações qualitativas acerca de todos os possíveis campos do planejamento turístico. A recomendação de Gil (2008), é que a entrevista seja feita de forma individual e a melhor forma de preservar as informações é a gravação da entrevista, desde que com o consentimento do entrevistado.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A análise dos resultados da pesquisa apresentará os dados e análise da pesquisa de campo realizada em Palmas/PR.

Os passos são a diferenciação de acordo com o grupo de interesse que o entrevistado pertence, qual é problema central do turismo em Palmas e quais as formas de se solucionar esse problema na opinião do entrevistado. Também foram analisados os aspectos do planejamento turístico focado na sustentabilidade. Como resultado da análise das entrevistas, foram construídas as árvores de problemas e objetivos da atividade turística no município de Palmas, cruzando as informações cedidas pelos entrevistados com as informações teóricas obtidas no capítulo 2.

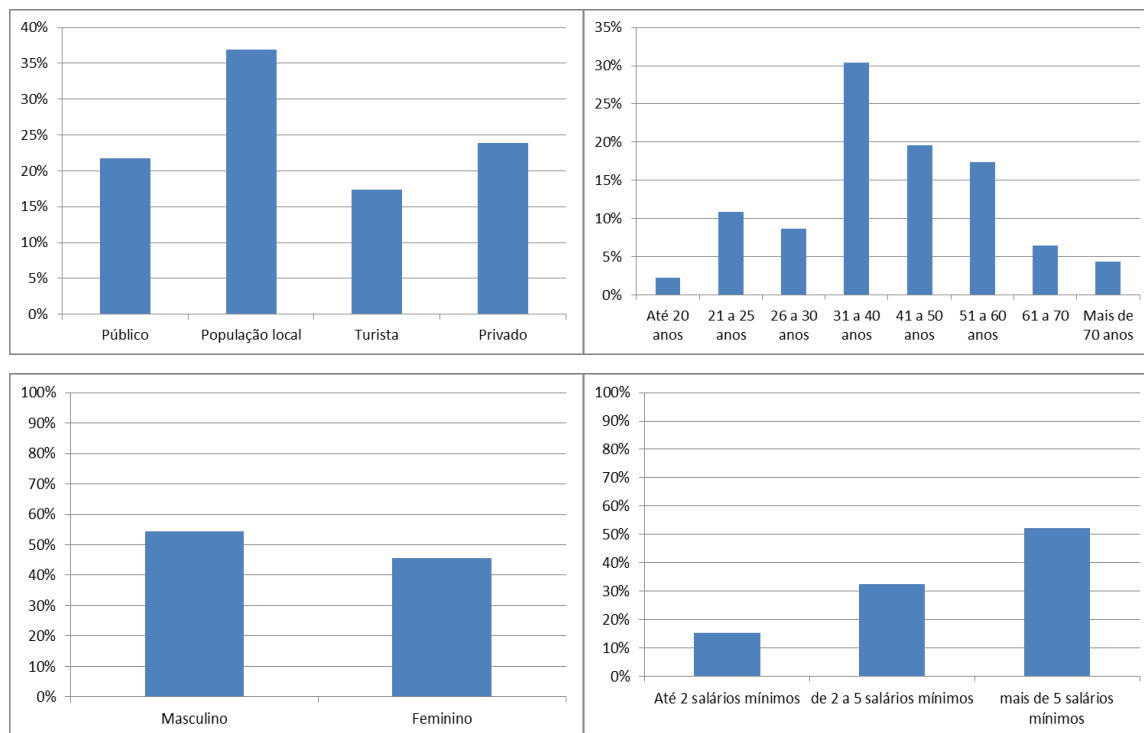
### 4.1 ANÁLISE DOS DADOS DO ESTUDO DE CAMPO

O questionário (apêndice 1) foi aplicado entre os dias 11 e 13 de julho em Palmas/PR com 46 interessados no desenvolvimento do turismo no município, conforme o quadro 5, que descreve as formas de participação dos agentes interessados no desenvolvimento turístico de um município.

A seguir serão feitas três análises, iniciando pela descrição e caracterização da amostra, passando para a descrição das opiniões da amostra como um todo e também especificamente de cada grupo, caso existam divergências da amostra geral e finalizando com a análise dos dados qualitativos acerca dos maiores problemas, suas causas e possíveis soluções, que darão base para a construção da árvore de problemas e da árvore de objetivos da metodologia do marco lógico.

De acordo com a teoria já apresentada no capítulo do marco teórico, as políticas públicas de turismo devem contemplar os diversos interessados na atividade para que todos tenham seus anseios minimamente atendidos. Dessa forma, a pesquisa procurou ouvir os diversos atores entender qual a visão de cada categoria. Assim, a figura 5 retrata os gráficos de representação por categoria, idade, gênero e renda familiar da amostra:

FIGURA 5 – GRÁFICOS DE REPRESENTAÇÃO POR ÁREA DE INTERESSE, IDADE, GÊNERO E RENDA FAMILIAR DA AMOSTRA



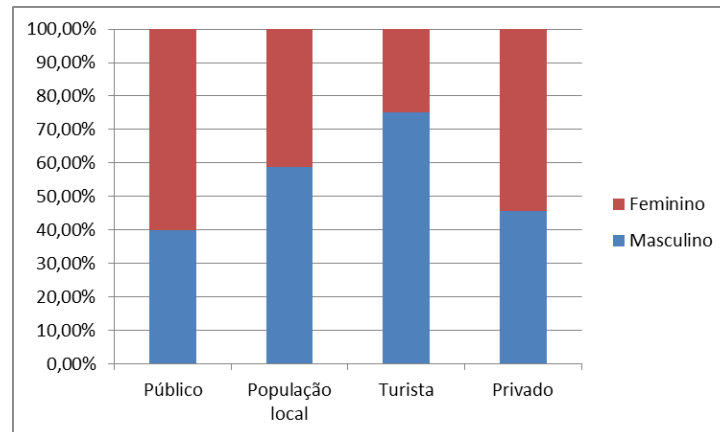
FONTE: o autor (2018).

Para descrever a amostra, primeiramente os entrevistados foram organizados em quatro categorias: a) Setor público: Prefeitura, Câmara, Instituição de Ensino e Gestores de atrativo; b) população local; c) turistas; d) iniciativa privada relacionada ao turismo.

A partir dessa divisão é possível afirmar que entre os entrevistados em Palmas há uma maior representatividade da população local não ligada às empresas de turismo. Há equidade entre homens e mulheres que responderam a pesquisa. A análise ainda demonstra que maioria dos entrevistados se encontra entre 31 e 60 anos, tendo a faixa de 31 a 40 anos como a mais representativa, e a renda mais presente foi aquela superior a 5 salários mínimos. Portanto, são adultos homens e mulheres, com renda acima de R\$ 4 mil reais mensais.

Quando cruzados os dados obtidos na identificação, é possível observar alguns detalhes importantes, os quais serão demonstrados nos gráficos a seguir:

GRÁFICO 1 - CRUZAMENTO: CATEGORIAS X GÊNERO

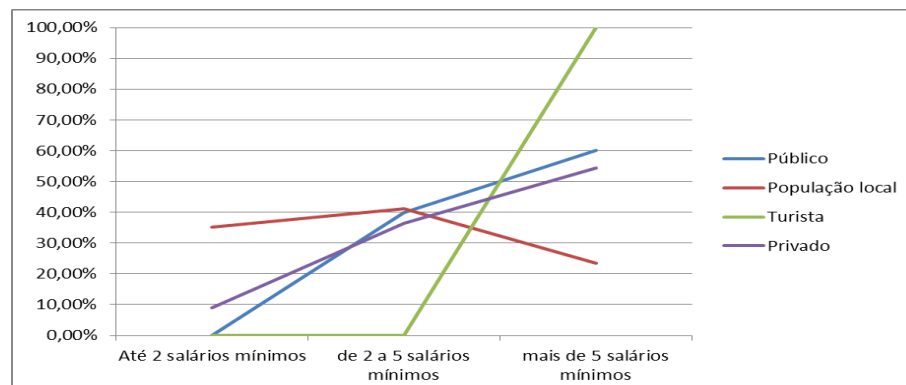


FONTE: o autor (2018).

As respostas de gênero quando analisadas no contexto geral se mantêm numa proporção muito próxima, porém quando analisado cada categoria separadamente, entre os turistas, existe uma grande diferença entre o número de homens e mulheres. Isso se dá pelo fato do principal motivo das viagens a Palmas serem de negócios, ou seja, são representantes comerciais visitando clientes e por mais que a sociedade busque igualdade entre os gêneros, essa ainda é uma atividade predominantemente exercida por homens. Dentre a parcela que trabalha diretamente com o turismo nos órgãos públicos e empresas de Palmas, a quantidade de mulheres é maior que a de homens, porém a proporção chega próxima da equivalência.

Ao tratar do tema de renda familiar, temos o gráfico a seguir:

GRÁFICO 2 - CRUZAMENTO INTERESSE ECONÔMICO X RENDA FAMILIAR

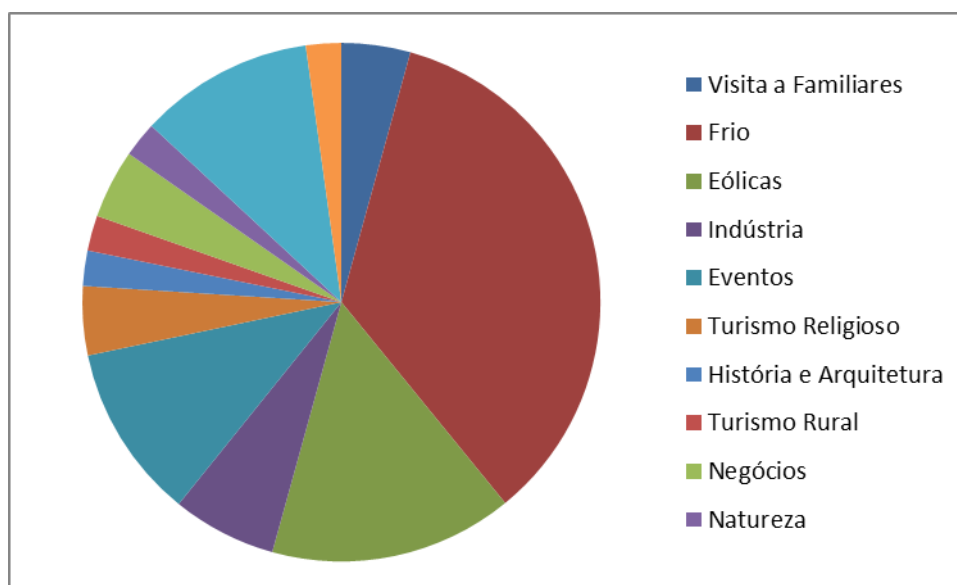


FONTE: o autor (2018).

Como primeira análise, é possível observar que quem visita Palmas tem boa condição financeira, afinal todos responderam ter como renda família mais que 5 salários mínimos. Na sequência os integrantes do poder público e da iniciativa privada tem curvas de crescimento muito parecidas, com parte tendo pelo menos 2 salários mínimos de renda familiar e a maioria atingindo mais de 5 salários mínimos. Um contra-ponto nessa questão é a população local, que pouco mais de 20% diz receber mais de 5 salários mínimos.

O grupo “b”, “c” e d” de perguntas, questiona acerca da opinião dos atores sobre aspectos do turismo no município de Palmas, iniciando com os fatores de atração turística do município, representados no gráfico 3, e a importância dos eventos para o município, representada no gráfico 4:

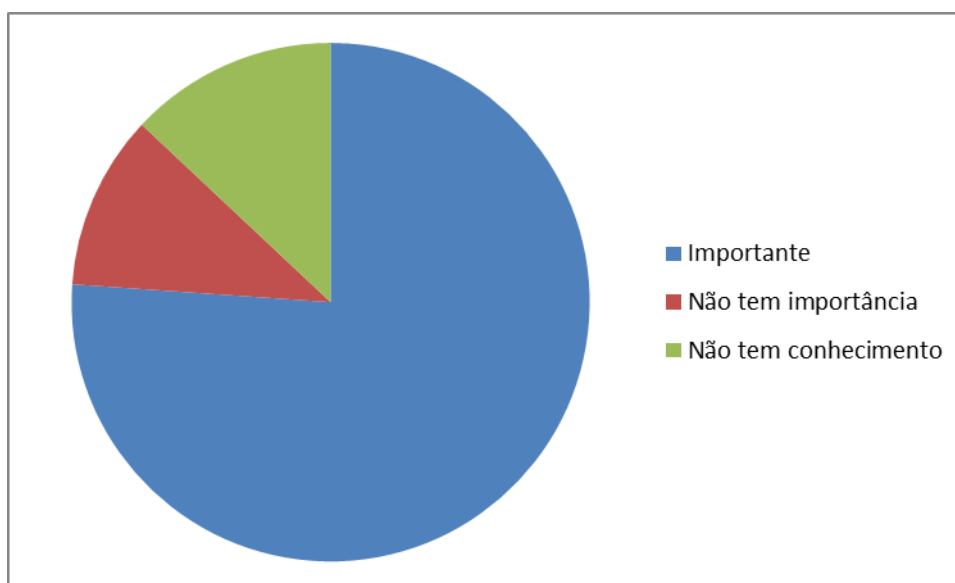
GRÁFICO 3 - FATORES DE ATRAÇÃO TURÍSTICA PARA O MUNICÍPIO DE PALMAS



FONTE: o autor (2018).



GRÁFICO 4 - IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA DE PALMAS



FONTE: o autor (2018).

Os fatores mais citados na atração de turistas são o frio e as eólicas (GRÁFICO 3). A questão era aberta, portanto os entrevistados poderiam citar o que quisessem. Apesar dos eventos aparecerem com bem menos citações, na questão seguinte, quando perguntados sobre a importância dos eventos para o turismo de Palmas (GRÁFICO 4), a maioria opinou que esse atrativo é relevante para o turismo de Palmas, afinal sempre foi tradição acontecer no município eventos esportivos, feiras e exposições com atrações musicais nacionais.

QUADRO 6 - QUANTIDADE DE TURISTAS E SATISFAÇÃO COM AS OPÇÕES OFERECIDAS E RESPECTIVA MANUTENÇÃO

	Quantidade turistas é satisfatória?	Turistas estão satisfeitos com as opções?	Turistas estão satisfeitos com a manutenção dos atrativos?
Sim	21,70%	41,30%	58,70%
Não	58,70%	41,30%	37,00%
Não sabe	19,60%	17,40%	4,30%

FONTE: o autor (2018).

De acordo com os dados obtidos, a maioria acredita que os recursos turísticos do município não está sendo bem utilizado e que Palmas não recebe um número satisfatório de turistas. Outro ponto importante é que não há consenso sobre

a satisfação com as opções oferecidas para os turistas, entretanto a maioria também acredita que apesar de poucos, os turistas que visitam Palmas estão satisfeitos com a manutenção da estrutura física dos atrativos ofertados. Dessa forma é possível afirmar que o desenvolvimento do turismo tende a ser bem aceito pelos atores, afinal Palmas possui características com grande potencial e que poderia trazer benefícios para o município como um todo.

Quando analisadas as respostas dos grupos específicos nessas questões, é possível observar duas divergências da opinião geral dos atores. A primeira trata-se da satisfação com as opções oferecidas, conforme quadro a seguir:

QUADRO 7 - ÁREA DE ATUAÇÃO X TURISTA ESTÁ FEITO COM AS OPÇÕES?

Área de atuação x Turista está satisfeito com as opções?	Sim	Não	Não sabe	TOTAL
Público	20,00%	50,00%	30,00%	100%
Turista	75,00%	12,50%	12,50%	100%
População local	47,10%	41,20%	11,80%	100%
Privado	27,30%	54,50%	18,20%	100%
TOTAL	41,30%	41,30%	17,40%	100%

FONTE: o autor (2018).

Os turistas se dizem satisfeitos com as opções e o restante dos atores acredita que os turistas não estão satisfeitos. Essa divergência possivelmente seja causada pelo fato dos atores locais terem a ideia de que o município não utiliza todo o seu potencial turístico para oferecer opções.

A segunda divergência está na opinião sobre a manutenção da estrutura física dos atrativos, como pode ser observado no quadro a seguir:

QUADRO 8 - ÁREA DE ATUAÇÃO X A MANUTENÇÃO DOS ATRATIVOS É SATISFATORIA?

Área de atuação x A manutenção dos atrativos é satisfatória?	Sim	Não	Não sabe	TOTAL
Público	30,00%	70,00%	0,00%	100%
Turista	75,00%	12,50%	12,50%	100%
População local	70,60%	23,50%	5,90%	100%
Privado	54,50%	45,50%	0,00%	100%
TOTAL	58,70%	37,00%	4,30%	100%

FONTE: o autor (2018).

Enquanto a maioria dos outros grupos acredita que os atrativos tenham a manutenção adequada, o poder público acredita que a manutenção deixa a desejar. Isso se deve ao fato da maioria dos atrativos serem mantidos por algum órgão da Prefeitura e os responsáveis terem mais conhecimento sobre problemas pontuais.

A seguir serão apresentados os quadros acerca da opinião da importância e qualidade dos meios de hospedagem que funcionam em Palmas:

QUADRO 9 - AVALIAÇÃO DOS HOTÉIS

	Importância dos Hotéis	São suficientes	Tem condições de atender de forma satisfatória	Os funcionários estão capacitados	
Importantes	94%	81%	86%	51%	Sim
Não tem importância	2%	12%	2%	14%	Não
Não sabe	4%	7%	12%	35%	Não sabe

FONTE: o autor (2018).

Quanto às opções de hospedagem, a maioria acredita que os hotéis da cidade são importantes e suficientes para o atual estágio do turismo, que como já foi citado, possui baixa demanda e a maioria viaja a negócios. Ainda de acordo com os entrevistados, os quatro hotéis da cidade têm condições de atender o turista com qualidade e possuem funcionários qualificados. Outro dado importante é que os que responderam que os funcionários não estão capacitados relatam que a falta do segundo idioma para os funcionários pode se tornar um problema, já que Palmas fica em uma das rotas de turistas argentinos.

Da mesma forma, a seguir estão os dados referentes a avaliação das opções gastronômicas:

QUADRO 10 - AVALIAÇÃO DOS RESTAURANTES

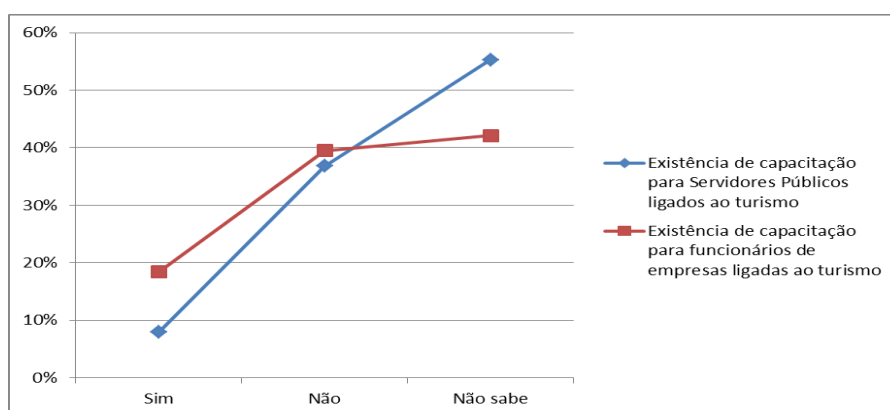
	Importância dos Restaurantes	São suficientes	Tem condições de atender de forma satisfatória	Os funcionários estão capacitados	
Importantes	94%	98%	93%	65%	Sim
Não tem importância	2%	2%	5%	21%	Não
Não sabe	4%	0%	2%	14%	Não sabe

FONTE: o autor (2018).

Os dados obtidos sobre as opções gastronômicas são similares aos das opções de hospedagem, ou seja, Palmas tem restaurantes suficientes, com qualidade e com funcionários capacitados. A mesma preocupação sobre a capacitação dos funcionários dos hotéis se aplica aos dos restaurantes, afinal o segundo idioma pode ser um diferencial. Ainda sobre os restaurantes, em várias entrevistas as pessoas elogiaram as excelentes opções que Palmas oferece e dizem acreditar que estão preparados para receber uma demanda muito maior de turistas.

O gráfico 5 representa as respostas sobre a questão da capacitação para servidores públicos e funcionários de empresas ligadas ao turismo:

GRÁFICO 5 - EXISTÊNCIA DE CAPACITAÇÃO PARA SERVIDORES PÚBLICOS E FUNCIONÁRIOS DE EMPRESAS PRIVADAS

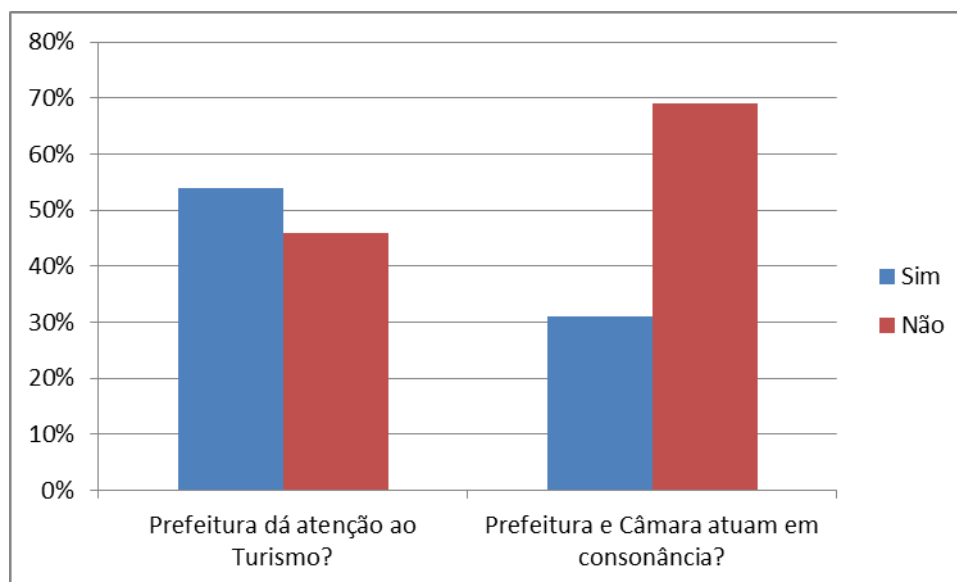


FONTE: o autor (2018).

A maioria dos atores ligados a atividade turística de Palmas diz não ter conhecimento sobre o oferecimento de capacitação para quem trabalha com o turismo em Palmas, outra grande parte diz não existir oferecimento de capacitação. Por melhor que seja o atendimento dado aos turistas nos empreendimentos, os dados da figura 6, em conjunto com a preocupação de alguns atores com a falta do segundo idioma para os funcionários de hotéis e restaurantes, sugerem uma defasagem na oferta de capacitação para profissionais ligados ao turismo de Palmas.

O grupo “c” apresenta perguntas sobre as ações e competências do poder público de Palmas no desenvolvimento do turismo, representado pelo Executivo, Legislativo, Instituição de Ensino e Gestores de Atrativos. Inicialmente os entrevistados foram questionados se o poder executivo dá atenção devida ao turismo e se a Câmara e a Prefeitura atuam em consonância no desenvolvimento do turismo. As respostas estão representadas no gráfico a seguir:

GRÁFICO 6 - RELAÇÕES DOS PODERES EXECUTIVO E LEGISLATIVO COM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO



FONTE: o autor (2018).

De acordo com as respostas, existe uma dissonância na forma como a Prefeitura e a Câmara observam o turismo no município, já que para a maior parte dos entrevistados os dois poderes não atuam de forma unificada. Outro fator problemático é quase metade dos entrevistados acreditarem que a Prefeitura não dá

atenção devida ao desenvolvimento do turismo. Ainda sobre a atenção da Prefeitura ao turismo local é possível observar um ponto de divergência entre as opiniões gerais e específicas, confirme quadro a seguir:

QUADRO 11 - ÁREA DE ATUAÇÃO X A PREFEITURA DÁ ATENÇÃO AO TURISMO?

Área de atuação x A Prefeitura dá atenção ao turismo?	Sim	Não	Não sabe	TOTAL
Público	90,00%	10,00%	0,00%	100%
Turista	25,00%	0,00%	75,00%	100%
População local	35,30%	58,80%	5,90%	100%
Privado	36,40%	63,60%	0,00%	100%
TOTAL	45,70%	39,10%	15,20%	100%

FONTE: o autor (2018).

Enquanto os representantes do poder público acreditam que a atenção voltado ao turismo é adequada, os empresários e moradores locais acham que ainda é pouco e que o poder executivo deveria cuidar melhor dessa área, investindo mais recursos e capacitando melhor os servidores que atuam com o turismo.

A seguir estão as opiniões sobre a importância de ações que devem partir do poder público, como elaboração de um plano, de um conselho e de um fundo de turismo e também sobre participação da população nas decisões sobre o desenvolvimento do turismo e educação sobre os efeitos do turismo para a comunidade:

QUADRO 12 - IMPORTÂNCIA DAS POSSÍVEIS AÇÕES DO PODER PÚBLICO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

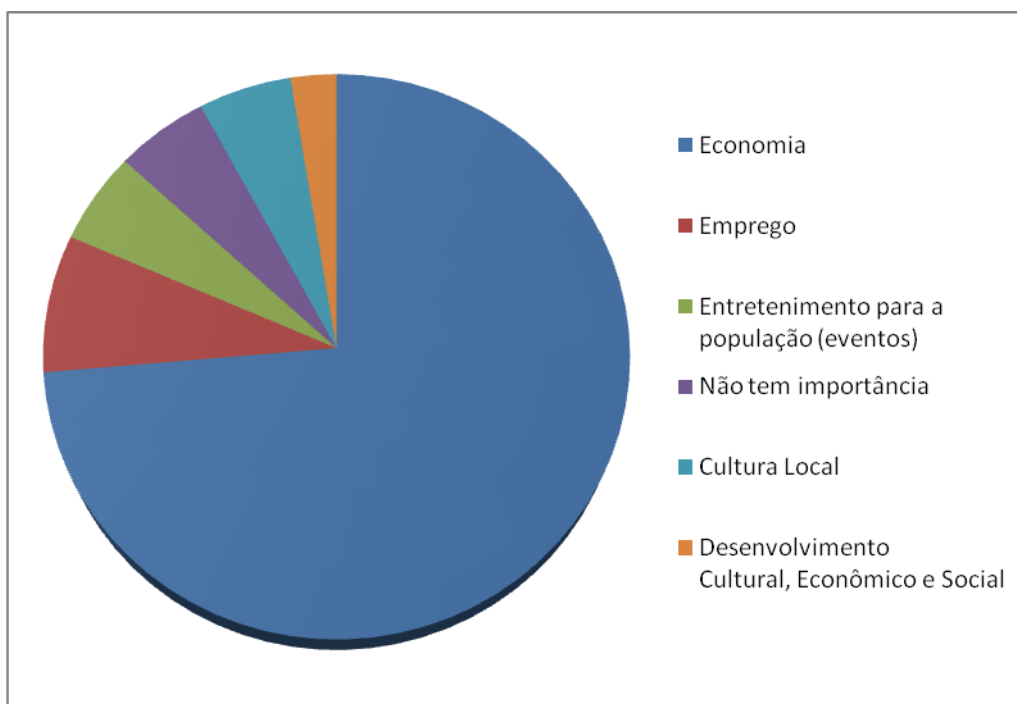
	Importante	Não tem importância	Não tem conhecimento
Plano de Turismo	91%	2%	7%
Conselho de Turismo	87%	2%	11%
Fundo de Turismo	87%	2%	11%
Participação popular	91%	2%	7%
Educar sobre os efeitos	94%	2%	4%

FONTE: o autor (2018).

Apesar de nenhuma ação nesse sentido acontecer no município, a grande maioria acredita que para o turismo ser melhor desenvolvido em Palmas, seria necessário que a Prefeitura, em conjunto com a Câmara e ouvindo os envolvidos, elaborasse um Plano de Turismo e implantasse um Fundo de Turismo e um Conselho de Turismo. Dessa forma a participação dos empresários e da população tende a aumentar, com conseqüente elevação do envolvimento de todos os atores.

O grupo de perguntas “d” questiona sobre os efeitos do atual estágio do turismo em Palmas. Essa categoria não foi aplicada aos turistas, pois ele têm um conhecimento menor sobre a realidade local. Inicialmente foi questionado, por meio de questão aberta, o que o turismo traz de benefício para o município da forma com que ocorre atualmente:

FIGURA 6 - BENEFÍCIOS DO ATUAL ESTÁGIO DO TURISMO PARA PALMAS



FONTE: o autor (2018).

Para 74% dos entrevistados, a movimentação da economia local gerada pelos gastos dos turistas é o principal benefício do turismo para o município. Todas as outras opiniões tiveram menos de 10% das opiniões, mas é importante ressaltar que foram citados fatores como desenvolvimento cultural e social, os quais também foram abordados no capítulo do marco teórico. Portanto, há evidências que os atores do turismo de Palmas têm boa noção acerca dos benefícios que a atividade pode trazer para o comércio, serviços e população local.

Em seguida foram questionados sobre possíveis impactos positivos e negativos da atividade turística, com base em Gomes (2007) e Krippendorf (2001). Primeiro serão apresentados dados sobre os efeitos econômicos e sociais:



QUADRO 13 - IMPACTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM PALMAS

	Sim	Não	Não sabe
Gerou empregos?	61%	24%	16%
Preços de produtos aumentaram?	13%	71%	16%
Pessoas de fora vieram trabalhar com turismo?	40%	42%	18%
Preço dos imóveis aumentou?	21%	58%	21%
Violência aumentou?	0%	84%	15%

FONTE: o autor (2018).

Sobre os impactos considerados negativos, a maioria dos entrevistados acredita que eles não ocorrem em Palmas. De acordo com os entrevistados esse fato está ligado ao turismo ser pouco desenvolvido em Palmas. Apesar disso, eles acreditam que o turismo, mesmo em estágio embrionário, gere empregos para a população local trabalhar com o turismo. Da mesma forma, foram aplicadas questões sobre o comportamento do turista enquanto estão em Palmas:

QUADRO 14 - COMPORTAMENTO DO TURISTA QUE VISITA PALMAS

	Sim	Não	Não sabe
Turistas se preocupam em não incomodar?	45%	24%	32%
Turistas preservam o meio ambiente?	61%	8%	32%
Turistas mantêm a cidade limpa?	68%	8%	24%

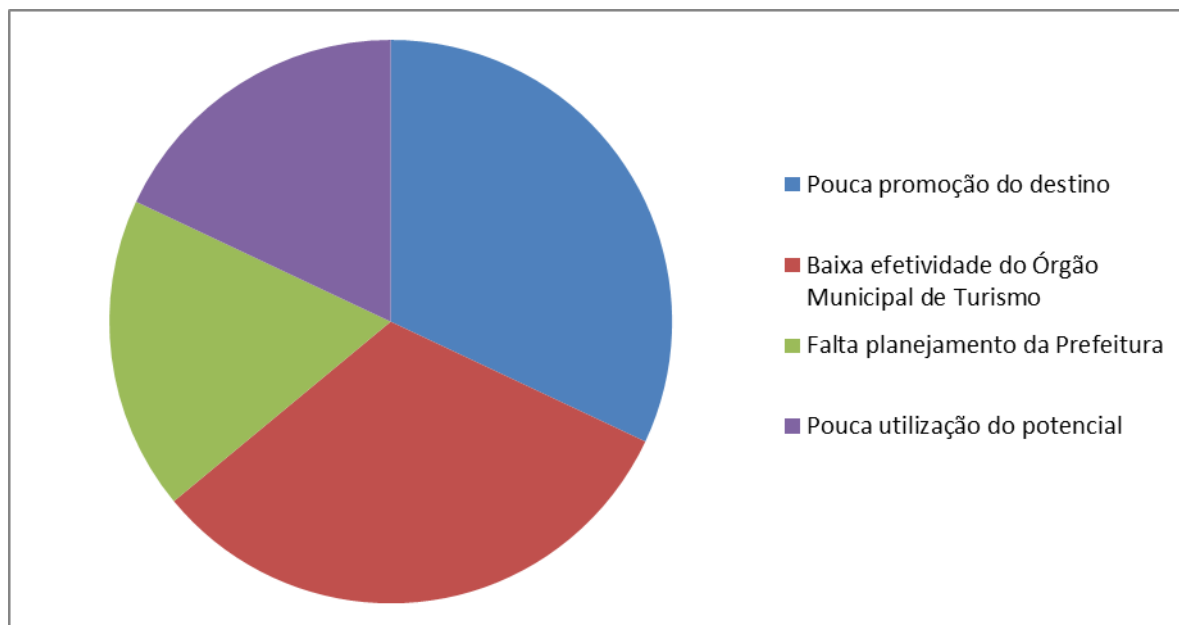
FONTE: o autor (2018).

O resultado dessas questões é semelhante ao anterior. Os entrevistados acreditam que os poucos turistas que visitam Palmas têm comportamento adequado, mantendo a cidade limpa, preservando o meio ambiente e em grande parte não incomodarem a população local com atitudes e comportamentos.

No grupo “c” de questões, que dizem respeito as competências e ações do poder público no setor turístico, o universo está dividido quanto a atenção que a prefeitura dá ao desenvolvimento do turismo, sendo 45,7% positivos e 39,1% negativos, enquanto a maioria diz não saber ou acreditar que a Câmara e a Prefeitura divergem na atuação. Sobre a necessidade de um Plano de Turismo, de um Conselho Municipal de Turismo, de um Fundo Municipal de Turismo, da prefeitura ouvir a opinião dos moradores e educar a população sobre os efeitos do turismo, mais de 85% das respostas foram positivas.

O grupo “e” foi composto por questões abertas com o objetivo de coletar dados qualitativos por meio da visão do ator sobre os problemas, causas e soluções dos respectivos problemas, além de sugestões de ações de melhoria do ambiente para empresários e prefeitura. A apresentação se dará por meio dos quatro problemas mais citados e logo em seguida as respectivas respostas mais citadas sobre causas e soluções desses problemas:

GRÁFICO 7 - MAIORES PROBLEMAS DO TURISMO EM PALMAS



FONTE: o autor (2018).

Dos 5 problemas mais citados, 3 dizem respeito principalmente à prefeitura e ao órgão municipal de turismo e são eles: pouca promoção do destino, baixa efetividade do órgão municipal de turismo e pouca utilização do potencial – que na realidade diz respeito a pouca utilização dos recursos disponíveis e já abordados na caracterização do objeto de estudo.

As causas e soluções da pouca promoção estão demonstradas abaixo:

QUADRO 15 - CAUSA E SOLUÇÕES DA POUCA PROMOÇÃO DO DESTINO

POUCA PROMOÇÃO DO DESTINO	
Causas	Soluções
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouca organização dos interessados;</li> <li>- Pouco interesse da Prefeitura;</li> <li>- Prefeitura tem outras prioridades;</li> <li>- Falta um responsável pelo turismo capacitado na Prefeitura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mais interação entre empresários e prefeitura;</li> <li>- Utilização do potencial do turismo cervejeiro;</li> <li>- Utilização do potencial do turismo religioso;</li> <li>- Promover o destino;</li> <li>- Criar Secretaria de Turismo;</li> <li>- Criar Plano de Turismo.</li> </ul>

FONTE: o autor (2018).

As causas da pouca promoção, segundo os entrevistados, são o pouco interesse da prefeitura em incentivar e organizar o turismo, inclusive a falta de um

responsável exclusivamente para a pasta, além da falta de recursos disponíveis e a falta de organização dos empresários. As possíveis soluções seriam a utilização do potencial existente na cidade e uma melhor relação entre a Prefeitura e os empresários, por meio do funcionamento permanente de um COMTUR, e também a criação de uma secretaria específica para o turismo. Essa daria atenção somente ao desenvolvimento turístico, divulgando o município e montando um Plano de Turismo para o município.

No que se refere ao problema da baixa efetividade do órgão de turismo, as respostas para causas e soluções são as seguintes:

QUADRO 16 - CAUSAS E SOLUÇÕES DA BAIXA EFETIVIDADE DO ÓRGÃO DE TURISMO

<b>BAIXA EFETIVIDADE DO ÓRGÃO DE TURISMO</b>	
<b>Causas</b>	<b>Soluções</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta interesse em nível estadual;</li> <li>- Pouco interesse da Prefeitura;</li> <li>- Falta consciência sobre os benefícios do turismo;</li> <li>- Faltam pessoas capacitadas na Prefeitura;</li> <li>- Faltam recursos para o município.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cobrança da população;</li> <li>- Funcionamento do COMTUR;</li> <li>- Contratar profissionais capacitados na Prefeitura;</li> <li>- Capacitar os servidores;</li> <li>- Criar Secretaria de Turismo;</li> <li>- Envolver demais departamentos da Prefeitura;</li> <li>- Destinação de mais recursos ao turismo;</li> </ul>

FONTE: o autor (2018).

De acordo com os entrevistados, a falta de interesse do governo do estado e até mesmo da Prefeitura são causas importantes da baixa efetividade do órgão municipal de turismo em Palmas. A falta de interesse leva a falta de recursos destinados ao turismo e também a não capacitar os servidores públicos envolvidos com o turismo. Como soluções os entrevistados opinam que a população deveria cobrar mais ações e destinação de recursos da prefeitura e do governo do estado para o turismo. Assim como na questão anterior, consideram importante maior interação do poder público com os empresários e criação da secretaria de turismo com servidores capacitados, além de maior interação com outros setores da prefeitura.

As causas e soluções do problema da pouca utilização do potencial estão descritas no quadro 17:

QUADRO 17 - CAUSAS E SOLUÇÕES DA POUCA UTILIZAÇÃO DO POTENCIAL

<b>POUCA UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS</b>	
<b>Causas</b>	<b>Soluções</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouca organização dos interessados;</li> <li>- Falta consciência sobre os benefícios do turismo;</li> <li>- Baixo investimento da Prefeitura no turismo;</li> <li>- Falta consciência do potencial turístico;</li> <li>- Falta um responsável pelo turismo capacitado na Prefeitura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar melhoria da rodovia ao DER;</li> <li>- Funcionamento do COMTUR;</li> <li>- Capacitar os servidores;</li> <li>- Destinação de mais recursos ao turismo;</li> <li>- Incentivos fiscais.</li> </ul>

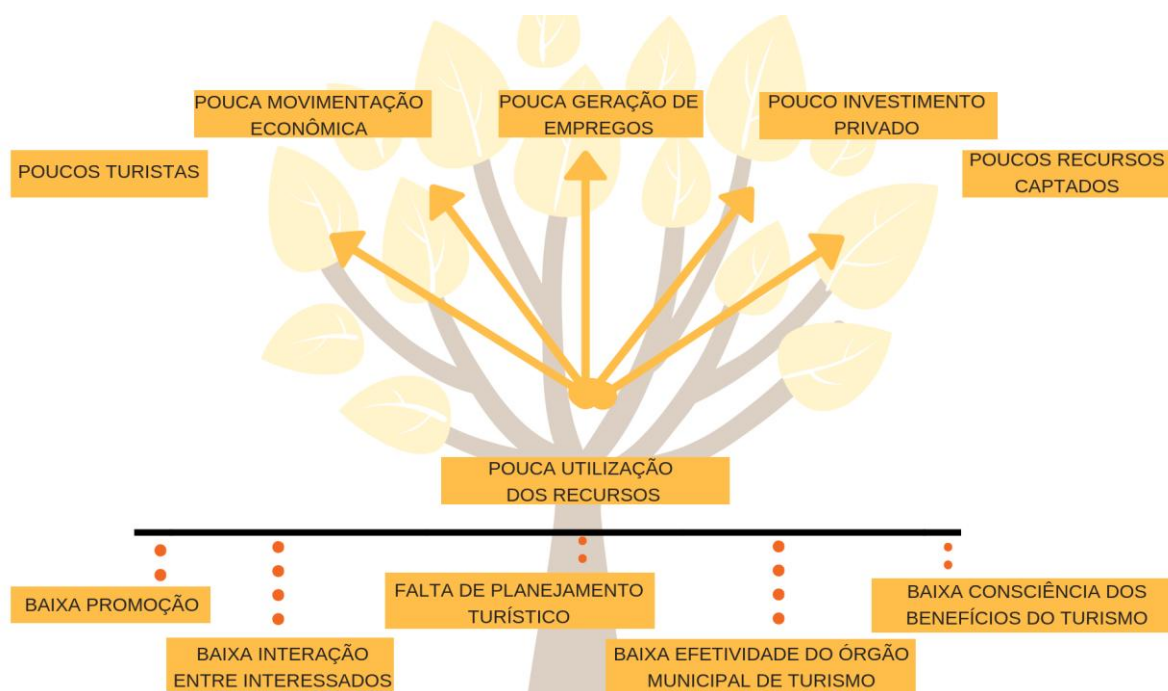
FONTE: o autor (2018).

A pouca utilização dos recursos se dá devido a pouca organização dos principais interessados no desenvolvimento turístico, que na opinião dos entrevistados são a prefeitura e os empresários. Além de não estarem organizados por meio de uma associação de empresários ou até mesmo de um COMTUR, os entrevistados dizem que os empresários e a prefeitura não tem conhecimento adequado sobre o potencial turístico de Palmas e os benefícios econômicos que a atividade pode trazer para o município. Além disso, mais uma vez foi citada a falta de servidores capacitados na pasta de turismo. Os atores entendem que uma melhoria na rodovia BR 280 poderia beneficiar a chegada de turistas em Palmas, além de mais uma vez serem favoráveis ao funcionamento do COMTUR, da capacitação dos servidores relacionados com o turismo e também da destinação de mais recursos públicos para a infraestrutura local e de incentivos fiscais para os empresários investirem com mais segurança e facilidade.

A partir dos dados coletados foram elaboradas as árvores de problemas e de objetivos propostas na Metodologia do Marco Lógico.

Conforme a Metodologia do Marco Lógico, para a construção da árvore de problemas, inicialmente é selecionado um problema central e analisadas as suas causas e consequências, todas expressadas em forma negativa, como na figura a seguir:

FIGURA 7 - ÁRVORE DE PROBLEMAS



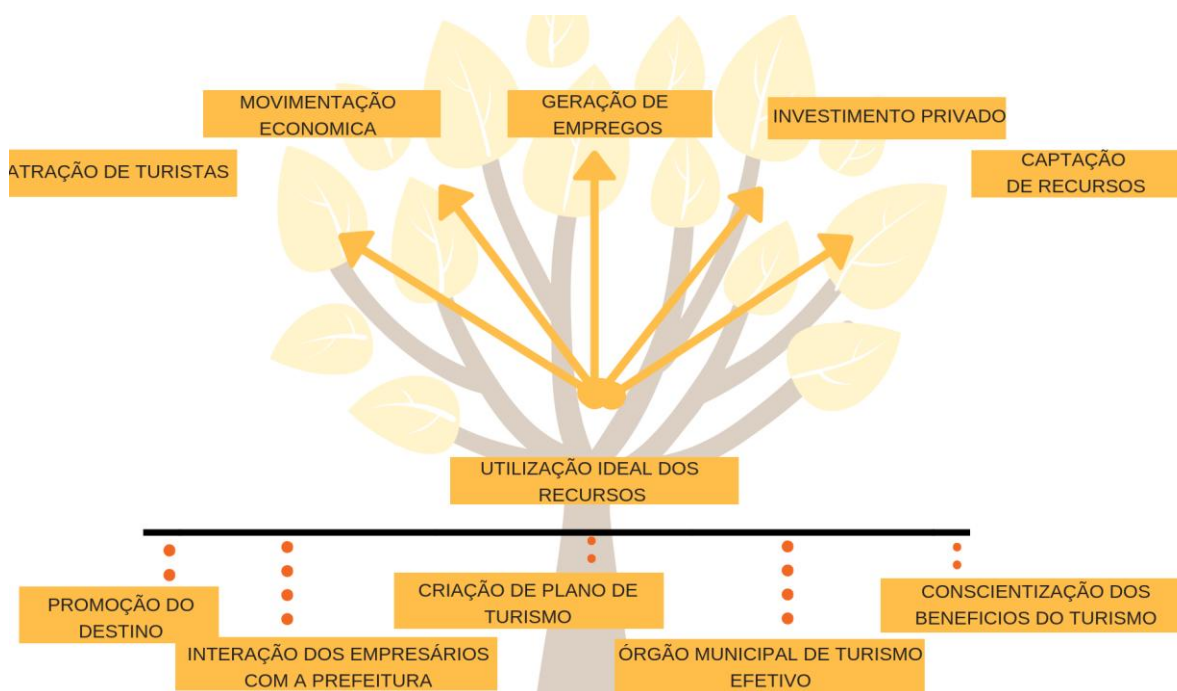
FONTE: o autor (2018).

Como principal problema ficou definido a pouca utilização dos recursos disponíveis, pois os entrevistados acreditam que Palmas possui inúmeros fatores capazes de atrair turistas. As causas desse problema são a falta de atenção da prefeitura para com o desenvolvimento do turismo e a baixa efetividade do órgão municipal de turismo, que hoje é submetido à Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo e sequer possui um diretor responsável. A falta de efetividade do poder público somada à pouca promoção do destino, pouca interação dos empresários com a prefeitura e a baixa consciência dos benefícios que o turismo pode trazer ao município são as principais causas de Palmas não utilizar plenamente seu potencial.

O problema central e suas causas geram consequências como a pouca atração de turistas, pouca movimentação econômica, pouca geração de empregos, pouco investimento por parte das empresas e poucos recursos captados para investimento público através de esferas públicas superiores. Sendo assim pode-se afirmar que Palmas está deixando de aproveitar o turismo como uma ferramenta importante para o desenvolvimento da população local.

Com a análise da árvore de problemas, foi criada a árvore de objetivos a seguir:

FIGURA 8 - ÁRVORE DE OBJETIVOS



FONTE: o autor (2018).

Na figura 8 tem-se que o principal objetivo para o município de Palmas em termos de turismo é a utilização ideal dos recursos disponíveis. A primeira ação proposta é tornar o órgão municipal de turismo mais efetivo, por meio da criação da Secretaria Municipal de Turismo, para que o desenvolvimento da atividade possa ser feito por um órgão específico, com orçamento próprio e pessoas responsáveis apenas por essa área. Ainda dentro dessa ação, é necessária a contratação de no mínimo um turismólogo para que o desenvolvimento seja potencializado.

A segunda ação também está na área de atuação do poder executivo, formalizando um plano de turismo e até mesmo um plano de marketing turístico para o município. Dessa forma o poder executivo demonstrando interesse na área aumenta a confiança dos empresários para investirem em seus empreendimentos que estejam ligados ao turismo. Ainda no que diz respeito à interação entre o poder público e os empresários, é necessária a criação e o funcionamento de um Conselho Municipal de Turismo, com a participação de representantes de diversos setores da sociedade afetados pelo turismo (empresários, associações de moradores, entidades dos trabalhadores, dentre outras), para garantir que todos os atores tenham seus interesses devidamente representados.

Por último, é necessária a promoção eficaz do destino, utilizando o marketing para a atração de turistas, participando de feiras estaduais e nacionais e também confeccionando materiais gráficos para distribuição entre os turistas. Outro ponto importante é a criação de um site no qual seja possível visualizar de forma clara e atraente os atrativos do município de Palmas.



## **5 PROJETO DE TURISMO: CURSO DE CAPACITAÇÃO PARA MEBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO PARA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO NO PLANEJAMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL**

Esse capítulo tem como objetivo apresentar o Projeto de Turismo, que foi construído com base nos conhecimentos adquiridos até aqui através das pesquisas bibliográfica e de campo. Três dos problemas identificados na atividade turística em Palmas foram a pouca utilização dos recursos disponíveis, a falta de integração entre a prefeitura e os demais interessados e a falta de servidores capacitados trabalhando com o turismo na Prefeitura. Dessa forma, o projeto é um curso de capacitação para os membros do COMTUR (ou na sua inoperância, para representantes das organizações presentes no decreto da sua criação), incluindo representantes da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação, a qual está submetido o Departamento de Turismo na Prefeitura de Palmas, sobre a metodologia do marco lógico e sua aplicação prática no planejamento turístico municipal. Com isso, os recursos disponíveis para o desenvolvimento do turismo em Palmas serão utilizados de forma a potencializar os efeitos do turismo. Dentro do projeto serão apresentados itens como cronograma, recursos humanos e orçamento necessário para a implementação.

### **5.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO**

Como tratado no marco teórico, a metodologia do marco lógico é uma ferramenta utilizada por inúmeras instituições em projetos de desenvolvimento econômico local e o planejamento turístico pode ser enquadrado nesse conceito. Sendo assim, o curso tem como objetivo capacitar os membros do COMTUR (ou na sua inoperância, para representantes das organizações presentes no decreto da sua criação), para que possam, por meio da metodologia do marco lógico, identificar os problemas da atividade turística no município e apresentar soluções que contemplem todos os interessados. O conteúdo a ser utilizado para a capacitação terá como base os conceitos contidos na cartilha que a CEPAL (Comissão Econômica para América Latina e Caribe) elaborou sobre o tema, pois a mesma tem

um método didático para a identificação e solução de problemas. Entretanto, será elaborada pelo autor uma cartilha e uma apresentação (apêndice 2) contendo assuntos relacionados ao papel do poder público no turismo, além dos temas da cartilha da CEPAL e também a aplicação do método ao turismo, para melhor assimilação por parte dos participantes.

O curso será ministrado no município de Palmas/PR por uma empresa de consultoria que contará com um turismólogo e um publicitário, para aproximadamente 12 representantes do COMTUR, incluindo a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação em dois dias e com carga horária total de 12 horas. Por meio de recursos públicos, a prefeitura irá pagar a capacitação com o objetivo de capacitar e integrar os envolvidos no desenvolvimento turístico de Palmas/PR.

## 5.2 ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO

Para facilitar a compreensão de como será estruturado o curso de capacitação para planejamento turístico a partir da metodologia do marco lógico, serão apresentadas a seguir as etapas da execução do projeto.

QUADRO 18 - CRONOGRAMA PARA DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

ETAPA	AÇÃO	RESPONSABILIDADE	PERÍODO DE EXECUÇÃO
Pré-evento	Definição de local	Autor e Prefeitura	Mês anterior ao evento
Pré-evento	Preparação do material de didático para os participantes (caneta, lápis, borracha e cartilha) e dos materiais de apoio para os professores	Autor	Mês anterior ao evento
Pré-evento	Preparação do local do evento	Autor e Prefeitura	Mês do evento
Evento	Módulo 1 – das 9 as 12h	Autor	Mês do evento
Evento	Coffee Break – Manhã do primeiro dia	Prefeitura	Mês do evento
Evento	Módulo 2– das 14h as 17h	Autor	Mês do evento
Evento	Coffee Break - Tarde do primeiro dia	Prefeitura	Mês do evento
Evento	Módulo 3 – das 9 as 12h	Autor	Mês do evento
Evento	Coffee Break – Manhã do segundo dia	Prefeitura	Mês do evento
Evento	Módulo 4 – das 14h as 17h	Autor	Mês do evento
Evento	Coffee Break - Tarde do segundo dia	Prefeitura	Mês do evento
Pós-evento	Certificado de participação	Autor	Mês do evento
Pós-evento	Entrega de material gráfico contendo as análises feitas pelos participantes durante o curso (árvores de problemas e de objetivos. Entrega de relatório de pesquisa de satisfação respondida pelos participantes.	Autor	Mês do evento

FONTE: o autor (2018).

As etapas do curso foram divididas em pré-evento, evento e pós-evento. No pré-evento o primeiro passo é a elaboração da apresentação e também a montagem da pasta com materiais para cada participante. Ainda inicialmente, para que a capacitação possa ser colocada em prática, será necessário, em conjunto com a prefeitura, definir um local adequado que acomode confortavelmente 12 pessoas. Esse local pode ser um mini-auditório ou até mesmo uma sala de reuniões da prefeitura.

A equipe que ministrará o curso chegará à cidade no dia anterior do mesmo para auxiliar na montagem da sala e garantir que tudo esteja preparado para a capacitação no dia seguinte, com o equipamento audiovisual funcionando e o flipchart disponível.

Na etapa do curso propriamente dito, como já foi abordado anteriormente, serão 12 horas de capacitação, divididas em dois dias e cada dia em dois módulos de 3 horas cada, sendo um pela manhã e outro pela tarde. Em cada um dos módulos haverá um intervalo e fica a cargo da prefeitura oferecer um coffee-break para os participantes. Os conteúdos, cronogramas e objetivos de cada módulos serão apresentados a seguir. No apêndice 2 está a apresentação com o conteúdo base do curso.

- **MÓDULO 1:**

Será realizado pela manhã do primeiro dia, das 09h as 12h. O conteúdo abordado será o planejamento turístico e seus desdobramentos na atividade pública, de acordo com o marco teórico deste trabalho. Os temas serão as tarefas do poder público, passando pelos focos de políticas públicas em diversos períodos históricos nacionais e internacionais, até os efeitos do turismo. Esses conteúdos são necessários para o entendimento sobre o desenvolvimento sustentável, que é abordagem mais utilizada e apropriada atualmente. O objetivo desse módulo é conscientizar os participantes das tarefas do poder público dentro da atividade turística e a necessidade do desenvolvimento sustentável, para que as futuras gerações também possam usufruir dos efeitos positivos do turismo.

- **MÓDULO 2:**

Será realizado pela tarde do primeiro dia, das 14h as 17h. O conteúdo abordado será a Metodologia do Marco Lógico no planejamento de um projeto de desenvolvimento, de acordo com Ortegón, Pacheco e Prieto (2005). Nesse módulo os participantes irão aprender como identificar as partes interessadas, o problema

central e suas causas, além da transformação do problema em objetivos de mudança. Além disso, serão apresentados cases e modelos de planos de turismo de municípios similares a Palmas/PR e os conteúdos básicos desses planos. O objetivo desse módulo é que os participantes tenham a capacidade de identificar os interessados do turismo do município, além dos problemas e possíveis soluções para aplicar em um plano de turismo.

- **MÓDULO 3:**

Será realizado pela manhã do segundo dia, das 09h as 12h. Tanto esse módulo, quanto o seguinte, será de atividade práticas e aplicação do conteúdo aprendido no primeiro dia. Inicialmente será retomada a apresentação da árvore de problemas e apresentada a árvore de objetivos aplicada ao turismo, conforme figura 3 do marco teórico, e as partes interessadas na atividade turística, conforme quadro 5 do marco teórico, ambos propostos por Gomes e Gandara (2014) sobre a aplicação da MML ao turismo. Em construção coletiva, com o comando dos professores, o grupo irá definir o problema central do turismo em Palmas, suas causas e suas consequências. Todas as informações serão expressadas em cartolinas e posteriormente coladas na parede, de modo a representar a árvore de problemas da MML. Também coletivamente, o grupo todo definirá o objetivo para correção do problema e será iniciada a construção da árvore de objetivo, ou estrutura analítica do projeto. A partir desse momento, os doze participantes serão divididos em três grupos de quatro participantes cada, para cada grupo definir três ações a serem tomadas para atingir o objetivo proposto e a consequência de cada uma dessas ações, tudo também expressado em cartolinas. O objetivo desse módulo é que os participantes construam a árvore de problemas do turismo em Palmas, e em conjunto, possam chegar a conclusões para a correção desses problemas.

- **MÓDULO 4:**

Será realizado pela tarde do segundo dia, das 14h as 17h. No quarto e último módulo, cada grupo terá 20 minutos para apresentar as ações que construiu no módulo anterior e em seguida, através do comando do professor, os grupos vão debater e ajustar as ações propostas para chegar ao final com a construção da árvore de objetivos coletiva. Nos vinte minutos finais, os participantes responderão uma pesquisa de satisfação sobre o curso e o relatório dessa pesquisa será entregue para a secretaria da pasta. O objetivo desse módulo é proporcionar um

panorama completo dos problemas e das soluções, na visão dos membros do poder executivo, para o turismo de Palmas.

Ao fim do curso será possível elaborar um planejamento turístico com informações coesas e mais próximas da realidade. Entretanto, recomenda-se que a visão e opinião dos outros setores interessados na atividade turística do município sejam levadas em conta para o planejamento turístico municipal. Os participantes estarão aptos buscar as informações necessárias com os demais atores, ouvindo seus problemas e possíveis soluções. É importante ressaltar que uma pesquisa de campo, como a que foi demonstrada no capítulo anterior, pode auxiliar ainda mais no planejamento.

Na etapa pós-evento serão entregues os certificados para os participantes. Outra atividade do pós-evento será a organização gráfica dos dados construídos, como a identificação dos interessados e as arvores de problemas e objetivos, em forma didática para a utilização posterior no auxílio do planejamento turístico de Palmas/PR.

### 5.3 RECURSOS HUMANOS

A equipe que ministrará o curso será composta por um turismólogo e um publicitário. Além desses dois profissionais, a prefeitura deverá ceder um servidor que será responsável por montar a sala e os equipamentos audiovisuais e dois servidores responsáveis por serviços gerais para servir o coffee-break e realizar limpezas necessárias.

### 5.4 ORÇAMENTO PARA EXECUÇÃO DO CURSO

O custo orçamentário do curso foi dividido entre os custos que os profissionais tem para preparar e aplicar a capacitação e os custos extras que a prefeitura tem para realizar o evento. Para facilitar a visualização, foram elaborados dois quadros para descrever os gastos com cada uma das divisões.

QUADRO 19 - CUSTOS OPERACIONAIS

OBJETO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Pasta De materiais (Pasta Ziploc, Cartilha, Caneta, Lapis, Borracha e demais materiais)	12	R\$ 60	R\$ 720
Cartolinas	40	R\$ 2,80	R\$ 112
Caneta tipo pincel	6	R\$ 3	R\$ 18
Transporte dos palestrantes	1	R\$ 600	R\$ 600
Hospedagem dos palestrantes	3	R\$ 200	R\$ 600
Diária de alimentação dos palestrantes	6	R\$ 60	R\$ 360
Hora do Turismólogo	12	R\$ 200	R\$ 2.400,00
Hora do publicitário	12	R\$ 200	R\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 6.610,00</b>

FONTE: o autor (2018).

Os custos da para aplicação do curso são basicamente a elaboração e impressão do material didático, além de todos os custos com os palestrantes, como transporte, hospedagem, alimentação e pagamento pela palestra. Tudo isso soma o montante de seis mil seiscentos e dez reais, que acrescido da margem de lucro desejada de vinte e cinco por cento, resulta no valor de venda de sete mil novecentos e trinta e dois reais. Isso significa que a contratação pode ser feita através de dispensa de licitação com a comprovação da capacidade técnica da equipe responsável, conforme lei 8.666 (1993).

A seguir está o quadro que apresenta os demais materiais e custos da prefeitura com a realização do curso:

QUADRO 20 – DEMAIS MATERIAIS E CUSTOS

OBJETO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Sala para o curso	1	R\$ 0	R\$ 0
Mesas	15	R\$ 0	R\$ 0
Notebook	1	R\$ 0	R\$ 0
Datashow	1	R\$ 0	R\$ 0
Flipchart	20 folhas	R\$ 30	R\$ 30
Servidores	3	R\$ 0	R\$ 0
Coffee-Breaks	56	R\$ 14	R\$ 784,00
TOTAL			R\$ 814,00

FONTE: o autor (2018).

Além dos custos com a contratação da empresa, a prefeitura teria que contratar uma empresa especializada em servir *coffee-break* para eventos e alugar um *flipchart* para servir de apoio aos palestrantes. Os custos das demais responsabilidades não impactam em despesas extras, já que são recursos disponíveis na prefeitura, afinal a sala não precisa ser alugada, os equipamentos e objetos já estão disponíveis no almoxarifado e os servidores podem ser deslocados de outro serviço para atender a demanda dos dias do curso.

A empresa de consultoria ainda possui outros custos para iniciar o projeto, que são os de elaboração da cartilha e registro, os quais estão demonstrados no quadro a seguir:



QUADRO 21 - CUSTOS COM ELABORAÇÃO DA CARTILHA E REGISTRO

OBJETO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Projeto Gráfico do Designer para uma cartilha com 30 páginas	1	R\$ 3.000	R\$ 3.000
Elaboração de Ficha Catalográfica	1	R\$ 40	R\$ 40
Cadastro no ISBN	1	R\$ 270	R\$ 270
Número do ISBN e Código de Barras	1	R\$ 53	R\$ 53
Registro no ISBN	1	R\$ 20	R\$ 20
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 3.383,00</b>

FONTE: o autor (2018).

## 5.5 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO

Ao contratar um curso de capacitação, a prefeitura está investindo na qualificação dos seus servidores para melhor atenderem as demandas da população, além de capacitar os empresários ligados a atividade turística do município para melhor integração entre o setor público e privado. Ou seja, o retorno não será financeiro, mas em prestação de serviço com qualidade e desenvolvimento turístico.

Nesse caso específico, os servidores e membros do COMTUR estarão aptos a aplicarem a metodologia do marco lógico e por conseqüência elaborar um plano de turismo, que se realizado e aplicado de forma eficaz pode trazer como retorno desenvolvimento econômico, social e cultural ao município. Além disso, se feito um plano de longo prazo, independente da troca de governo, a atividade turística e conseqüentemente os empresários e a população estariam amparados por diretrizes a serem seguidas além de quatro anos de mandato.

A viabilidade do projeto para os professores se dá pelo fato deste curso de capacitação poder ser aplicado no setor de turismo de qualquer prefeitura do Brasil, ter um preço de venda acessível para grande parte das secretarias e departamentos.

Além desses fatores, possui padrão de material didático que não necessita alterações frequentes.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema desse trabalho foi como a utilização do potencial turístico do município de Palmas/PR e como planejamento turístico através da Metodologia do Marco Lógico poderia auxiliar as ações do poder público.

Na parte inicial do marco teórico foram abordados conceitos de políticas públicas de turismo e planejamento turístico por meio de autores como Collin Michael Hall, Mario Petrocchi e do livro de seleção de artigos de Mario Beni. Além disso, foram utilizadas a tese e a dissertação do Professor Doutor Bruno Martins Augusto Gomes e artigos de outros autores publicados em revistas especializadas. Sobre o planejamento, ficou claro que o poder público deve ser mediador entre os interesses sociais e econômicos da atividade turística, proporcionando ambiente seguro para investimento privado, conciliando com os anseios e direitos da população local e preservando o meio ambiente. O tema Metodologia do Marco Lógico foi abordado por meio da cartilha que a CEPAL elaborou sobre o assunto. Para complementar foi utilizado o capítulo escrito pelos Professores Doutores Bruno Martins Augusto Gomes e José Manoel Gonçalves Gandara sobre a aplicação da Metodologia do Marco Lógico ao turismo. A Metodologia do Marco Lógico pode ser um instrumento para o planejamento turístico, afinal tem como premissa a participação de todos os atores interessados em um projeto e no turismo isso é fundamental para que ocorra o desenvolvimento sustentável. Todos os conceitos e definições deram base para introduzir o tema e conduzir a pesquisa de campo.

Para responder aos objetivos da pesquisa, foi aplicado o método dedutivo-exploratório para formulação de um problema e descrever a realidade da atividade turística do município. A pesquisa bibliográfica respondeu ao objetivo geral, que visava apresentar os elementos necessários para o planejamento turístico municipal. A pesquisa de campo foi norteadas pelo questionário desenvolvido e representado no apêndice 1, com base no marco teórico. O questionário foi de grande importância para entender a realidade da atividade turística no município de Palmas, estabelecer os interessados, os problemas e as soluções e dessa forma responder ao primeiro objetivo específico.

Como resultados gerais da pesquisa de campo, é possível afirmar que Palmas possui infraestrutura para receber mais turistas do que recebe atualmente, com bons hotéis e restaurantes. Os fatores principais de atração de turistas são a

usina eólica e o clima frio, entretanto a maioria acredita que o número de turistas que visitam Palmas é muito pequeno. Os entrevistados também acreditam que os servidores da prefeitura e os funcionários dos hotéis e restaurantes poderiam ser mais capacitados para desenvolver suas funções. Sobre o poder público, com exceção da própria prefeitura, os demais atores acreditam que a prefeitura não dá a atenção devida ao desenvolvimento do turismo. A câmara também não trabalha em consonância com a prefeitura para resolver os problemas. Ainda sobre as ações do poder público, a maioria também acredita que desenvolver um plano, um fundo e um conselho de turismo são atitudes essenciais para que o turismo passe a ser melhor explorado. É importante salientar que a possível inibição da população em dizer que desconhece o que são o COMTUR e FUMTUR pode ter sido um viés no resultado dessas questões. Os entrevistados acreditam ainda que os efeitos do turismo atualmente são positivos para o município, entretanto esse dado precisa ser avaliado novamente no futuro, já que o turismo não acontece de maneira efetiva no município. Ainda como resultado dos maiores problemas do turismo em Palmas, os entrevistados responderam que a falta de promoção do destino afeta negativamente o desenvolvimento turístico, entretanto é importante salientar que antes de promover, é necessário que sejam criados produtos turísticos com os recursos disponíveis.

Por meio dessas informações foi possível desenvolver o capítulo sobre análise dos resultados, que apresentou, além do panorama geral, problemas específicos para cada grupo de interesse e um problema comum para todos os grupos: a pouca utilização do potencial turístico de Palmas.

Com as informações coletadas até então, foi possível criar o projeto apresentado no capítulo anterior, que se trata de um curso de capacitação para os membros do COMTUR, incluindo servidores da prefeitura ligados ao turismo, poderem planejar o turismo de forma mais eficaz através da Metodologia do Marco Lógico, um método participativo que tem como premissa ouvir todos os interessados.

A pesquisa bibliográfica sobre o tema do planejamento e políticas públicas de turismo no livro do Collin Michael Hall foi relevante para essa e pra futuras pesquisas, visto que proporciona uma nova visão sobre políticas públicas de turismo. Da mesma forma, a metodologia do marco lógico, algo pouco abordado no turismo, agregou conhecimentos que podem ser aplicados tanto no campo do

turismo quanto de qualquer outro setor em que seja necessário um projeto e que possua vários atores e anseios diferentes envolvidos.

A pesquisa de campo para coletar dados relacionados a esse marco teórico foi a etapa mais recompensadora do PPGT. O contato direto e pessoal com os principais tomadores de decisão do poder executivo, com os empreendedores, com a população local e com os turistas é algo que, por mais completo que seja o respaldo acadêmico, proporciona conceitos e aprendizagens demasiadamente ricos.

Como limitações deste trabalho podem ser considerados o pouco tempo disponível para a pesquisa de campo e a distância entre Curitiba, cidade atual do pesquisador, e Palmas/PR. Esses fatores poderiam ter sido irrelevantes caso Palmas tivesse um conselho municipal de turismo em funcionamento, por meio do qual fosse fácil encontrar os principais interessados. O método bola de neve auxiliou na indicação dos próximos a responderem ao questionário, assim como as indicações dos secretários de Administração e de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação sobre os empresários mais ligados ao turismo no município. Como indicação para as próximas pesquisas sobre esse tema, fica a necessidade de um ou dois auxiliares no período de aplicação da pesquisa e também a revisão do questionário, para que fique mais enxuto e facilite a coleta de dados sem perder informações importantes. Além disso, indica-se para futuros estudos e trabalhos futuros a aplicação da Metodologia do Marco Lógico em outros municípios, com a construção da Matriz do Marco Lógico, que não foi possível nesse projeto pelo fator tempo como limitante. Outra limitação imposta pelo tempo, que era plano inicial deste projeto e que pode ser abordado em estudos futuros, é a análise comparação de planos de turismo de municípios brasileiros por meio de um roteiro de análises que tenha como base a árvore de objetivos proposta por Gomes e Gândara (2014).

Por fim, acredita-se que com a aplicação do curso de capacitação, com as medidas iniciais sugeridas e devida atenção seja possível maximizar os ganhos sociais, culturais e econômicos com a atividade turística no município. Também destaca-se que este trabalho pode servir como fonte de informações acerca do planejamento turístico, principalmente no que diz respeito a utilização da metodologia do marco lógico.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, M. A.; TASCHNER, G. Turismo e políticas públicas no Brasil. In: BENI, M. C. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: Desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Editora Manole, 2012. p. 69-86.

BALDIN, N; MUNHOZ, E. M. B. **Snowball**: Uma técnica metodológica para pesquisas em educação ambiental comunitária. In: EDUCERE, X, 2011, Curitiba. Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação. Curitiba: Puc, 2011, p. 329-341. Disponível em: <[http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398\\_2342.pdf](http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf)>. Acesso: 02 maio. 2018.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso: 19 abril.2018.

BRASIL. Lei 8.666, de 21 de junho de 1993. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. **Constituição Federal**. Brasília, 21 de junho de 1993.

BURGOS, A; MERTENS, F. **Os desafios do turismo no contexto da sustentabilidade**: as contribuições do turismo de base comunitária. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. V. 13, N 1, 2015. Disponível em: <[http://www.pasosonline.org/Publicados/13115/PS0115\\_04.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/13115/PS0115_04.pdf)>. Acesso: 15 março. 2018.

CONCEIÇÃO, R. J.; NUÑEZ, B. E. C. **Análise do desenvolvimento sustentável na região metropolitana de Curitiba**: Uma aplicação do método de Marco Lógico. 2012. Disponível em: <[http://www.ecopar.ufpr.br/artigos/a\\_085.pdf](http://www.ecopar.ufpr.br/artigos/a_085.pdf)>. Acesso: 30 abril. 2018.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos De Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, B. M. A.; GANDARA, J. M. Metodologia do Marco Lógico Aplicada ao Turismo. In: PIMENTEL, T. C; EMMENDOERFER, M. L; TOMAZZONI, E. L. (orgs.). **Gestão Pública do Turismo no Brasil: Teorias, Metodologias e Aplicações**. Caxias do Sul (RS): EDUCS, 2014.

GOMES, B. M. A. **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**. Curitiba, 2015. Notas de Aula.

GOMES, B. M. A. **Políticas públicas de turismo**: interação empresários-setor público em Curitiba sob a ótica institucional. 203 f. Tese: (Doutorado) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-

Graduação em Políticas Públicas, Curitiba, 2015. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/37896>>. Acesso: 05 março. 2018.

GOMES, B. M. A. **Política de regionalização do turismo em minas Gerais: uma análise sob a ótica dos custos de transação**. 2007. 108 f. Dissertação. Lavras, UFLA, Lavras, 2006. Disponível em: <[http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/2029/2/DISSERTA%c3%87%c3%83O\\_Pol%c3%adtica%20de%20regionaliza%c3%a7%c3%a3o%20do%20turismo%20em%20Minas%20Gerais.pdf](http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/2029/2/DISSERTA%c3%87%c3%83O_Pol%c3%adtica%20de%20regionaliza%c3%a7%c3%a3o%20do%20turismo%20em%20Minas%20Gerais.pdf)> . Acesso: 02 maio. 2018.

GOOGLE. Maps. Distância entre Curitiba/PR e Palmas/PR. Disponível: <<https://www.google.com.br/maps/dir/Curitiba,+Paran%C3%A1/Palmas,+PR/@-23.7349701,-57.7059904,6z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x94dce3f5fc090ff1:0x3c7a83b0092b747!2m2!1d-49.3044253!2d-25.4808762!1m5!1m1!1s0x94e5aa578265ee7f:0x74e76e2e5c10ff99!2m2!1d-51.9957726!2d-26.4788586!3e0>>. Acesso: 19.jun. 2018.

HALL, C. M. **Tourism planning: policies, processes and relationships**. 2. Ed. New York: Pearson/Prentice Hall, 2008.

HAUGHTON, G.; HUNTER, C. **Sustainable Cities, Regional Policy and Development**. London: Jessica Kingsley Publishers, 1994.

HISTÓRIA EXPRESSA. Catedral do Senhor Bom Jesus, Palmas/PR. 2016. 1 fotografia, color.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cidades. Panorama Palmas. Disponível: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/palmas/panorama>>. Acesso: 19.jun. 2018.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). Base de Dados do Estado. Disponível: <<http://www.ipardes.gov.br/imp/index.php>>. Acesso: 19.junh. 2018.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

MASSA NEWS. Parque Eólico, Palmas/PR. 2018. 1 fotografia, color.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). Publicações. Planos Nacionais. Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/32-planos-nacionais.html>>. Acesso: 19.jun. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). Últimas Notícias. ONU declara 2017 o Ano Internacional do Turismo Sustentável. Brasil, 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7383-onu-declara-2017-o-ano-internacional-do-turismo-sustent%C3%A1vel.html>>. Acesso: 29 abril. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). Mapa do Turismo. Disponível: <<http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso: 19.jun. 2018.

NASCIMENTO, R. C. Reflexões sobre planejamento turístico regional do limite do Sístur. In: BENI, M. C. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: Desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Editora Manole, 2012. p. 45-68.

OMT. **Blueprint for new tourism. London, 2003. Disponível em:** <[http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT\\_2003-09-18\\_00146.pdf](http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2003-09-18_00146.pdf)>. Acesso: 03março. 2018.

OMT. Global code ethics tourism. **Tourism, a factor of sustainable development**. Madrid, 1999. Disponível em: <<http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism-article-3>>. Acesso: 08 maio. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Agenda 2030**. Nova Iorque, 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso: em 18 abril.2018.

ORTEGON, E.; PACHECO, J. F.; PRIETO, A. **Metodología del Marco Lógico para la Planificación, el Seguimiento y la Evaluación de Proyectos y Programas**. Santiago de Chile: ILPES-CEPAL, 2005.

PARANÁ. Projeto de Lei nº 374 de 7 de agosto de 2017 que confere ao município de Palmas o título de capital paranaense do frio e da maçã. **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná**. Curitiba, 7 agosto de 2017. Disponível em: <[http://portal.alep.pr.gov.br/modules/mod\\_legislativo\\_arquivo/mod\\_legislativo\\_arquivo.php?leiCod=71743&tipo=I](http://portal.alep.pr.gov.br/modules/mod_legislativo_arquivo/mod_legislativo_arquivo.php?leiCod=71743&tipo=I)>. Acesso: 18 maio. 2018.

PORTAL RBJ. Parque da Gruta, Palmas/PR. 2016. 1 fotografia, color.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS. Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação. Disponível: <<https://pmp.pr.gov.br/website/secMunDesenvolvimentoEconomicoCienciaTecnologiaInovacao.php>>. Acesso: 19.jun. 2018.

PETROCCHI, M. Turismo: Planejamento gestão. 2 ed. São Paulo: Futura, 1988.

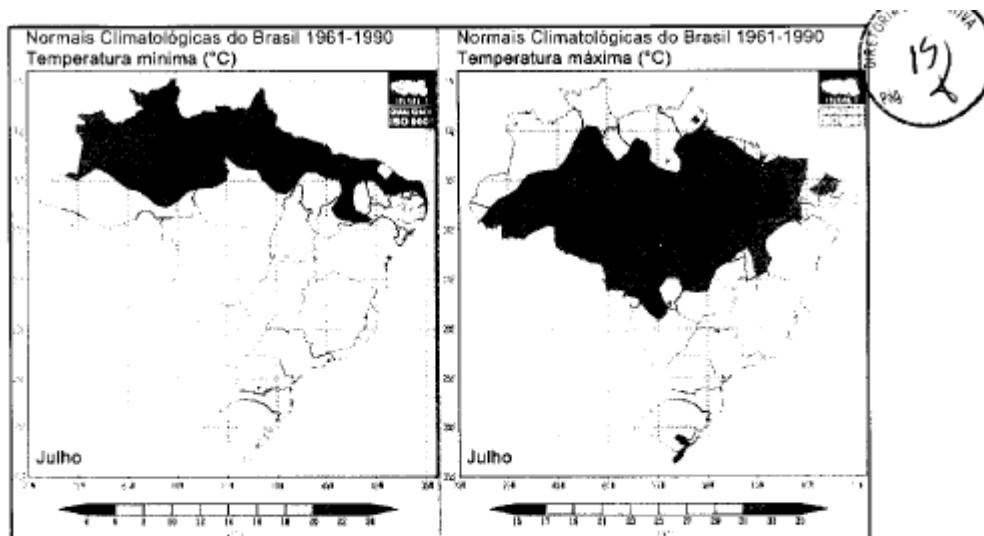
PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SILVEIRA, R. B. Resposta ao ofício n 011/2018. Curitiba: SIMEPAR, 2018. Parecer técnico.

TRIPADVISOR. Palmas/PR. Disponível: <[https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g1813858-Palmas\\_State\\_of\\_Parana-Vacations.html](https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g1813858-Palmas_State_of_Parana-Vacations.html)>. Acesso: 19.jun. 2018.



## ANEXO 1 – PARECER TÉCNICO DO SIMEPAR



**Figura 4:** Normais Climatológicas do período de 1961 a 1990 para as estações meteorológicas convencionais do Brasil. Fonte: [www.inmet.gov.br](http://www.inmet.gov.br) climatologia normais. Extraído em 13.03.2018.

### Do parecer técnico do Simepar

Avaliou-se o padrão de temperaturas da cidade de Palmas, na mesorregião Centro-Sul do Paraná e constatou-se estar na região mais fria do Paraná. Adicionalmente, a cidade possui dados meteorológicos desde 1922, sendo o período suficiente para compor uma série histórica climática. A partir destes dados, foi possível determinar as médias climatológicas referentes aos dois períodos de normais climatológicas e constatou-se que o clima na cidade de Palmas é o mais frio do Paraná, com inverno com temperatura mínima abaixo de 0C e pequena amplitude térmica, por período superior a 2 meses (maio a julho).

### Referências

INMET. Normais Climatológicas 1930-1960  
 INMET. Normais Climatológicas 1961-1990  
 SIMEPAR. Bancos de Dados Meteorológicos  
 McKnight, Tom L; DARREL, Hess: Climate Zones and Types. The Köppen System. Physical Geography, PH, 2000.

Curitiba, 14 de março de 2018.

Reinaldo B. da Silva – Ph.D.  
 Pesquisador do Simepar

Sistema Meteorológico do Paraná – SIMEPAR  
 Fone: (41) 3320-2000

## APÊNDICES

O questionário a seguir, adaptado de Gomes (2007) será aplicado aos atores envolvidos no turismo de Palmas - gestores públicos, empresários, moradores do entorno dos atrativos e turistas - com o objetivo de coletar dados sobre qual é a realidade do turismo no município. Após a coleta, os dados servirão como base para confecção da matriz do marco lógico que conterà quais ações o poder público pode tomar para efetivar o desenvolvimento do turismo em Palmas.

Entrevista nº: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

### A - IDENTIFICAÇÃO

- Área de atuação:  Prefeitura  Câmara  Empresário  
 Representante empresário  Funcionário de Empresa do Ramo Turístico  
 Instituição de Ensino  População local  Turista  
 Outro \_\_\_\_\_

### IDADE:

- Até 20 anos  21 a 25 anos  26 a 30 anos  31 a 40 anos  41 a 50 anos  
 51 a 60 anos  61 a 70  Mais de 70

### TEMPO DE RESIDÊNCIA EM PALMAS

- Há 5 anos  6 a 12 anos  13 a 18 anos  19 a 25 anos  26 a 30 anos  
 31 a 40 anos  Mais de 40 anos

GÊNERO  Masculino  Feminino

### RENDA FAMILIAR

- Até 2 salários mínimos  de 2 a 5 salários mínimos  mais de 5 salários mínimos

### B – QUALIDADE DOS ATRATIVOS, SERVIÇOS E CAPACITAÇÃO

Na sua opinião, qual o maior fator que atrai turistas para Palmas?

Na sua opinião, o número de turistas que visitam Palmas é satisfatório?

Sim |  Não |  Não sabe

O turista que vem à Palmas está satisfeito com as opções oferecidas?

Sim |  Não |  Não sabe

A manutenção da estrutura física dos atrativos é satisfatória?

Sim |  Não |  Não sabe

Qual a importância dos eventos realizados em Palmas na atração de turistas para o município?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância dos hotéis de Palmas na atividade turística do município?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Se importante: Palmas tem hotéis suficientes para receber a demanda de turistas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Se importante: Os hotéis de Palmas tem condições de receber os turistas de forma satisfatória?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Se importante: Os funcionários dos hotéis de Palmas estão capacitados para atender de forma satisfatória os turistas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Qual a importância dos restaurantes de Palmas na atividade turística do município?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Se importante: Palmas tem restaurantes suficientes para atender a demanda de turistas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento |  Não se aplica

Se importante: Os restaurantes de Palmas têm condições de atender os turistas de forma satisfatória?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento |  Não se aplica

Se importante: Os funcionários dos restaurantes de Palmas estão capacitados para atender de forma satisfatória os turistas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento |  Não se aplica

As instituições de ensino em parceria com a prefeitura e empresários do ramo turístico oferecem capacitação para os profissionais da área?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

As instituições de ensino em parceria com a prefeitura oferecem capacitação aos servidores públicos que trabalham com turismo?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

### **C – COMPETÊNCIAS E AÇÕES DO PODER PÚBLICO**

A Prefeitura dá atenção ao desenvolvimento turístico e ao órgão municipal de turismo?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

A Prefeitura e a Câmara atuam em consonância no desenvolvimento do turismo.

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Qual a importância de desenvolver um Plano de Turismo para o município de Palmas?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância de um Conselho Municipal de Turismo funcionar permanentemente no município de Palmas?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância de um Fundo Municipal de Turismo para o município de Palmas?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância da Prefeitura ouvir a opinião dos moradores do entorno dos atrativos turísticos para planejar a atividade turística?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância da Prefeitura ouvir a opinião dos empresários ligados ao ramo do turismo para planejar a atividade turística?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

Qual a importância da Prefeitura educar a população sobre o que é o turismo, quais as suas conseqüências e quais os seus benefícios?

Importante |  Não tem importância |  Não tem conhecimento

#### **D - EFEITOS DO ATUAL ESTÁGIO DO TURISMO**

O turismo é importante para Palmas? Por que?

---

---

---

---

O turismo gerou empregos para a população de Palmas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

O preço dos produtos aumentou com o crescimento do turismo em Palmas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Pessoas “de fora” vieram morar em Palmas para trabalhar como empregado no setor de turismo?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Os turistas que visitam Palmas têm preocupação se os seus comportamentos estão incomodando os moradores locais?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Os turistas que visitam Palmas têm preocupação em preservar a natureza do município?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Os turistas que visitam Palmas têm preocupação em manter a cidade limpa?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

O turismo provocou o aumento da violência no município de Palmas?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

O preço dos terrenos em Palmas se tornou mais elevado após o desenvolvimento do turismo?

Sim |  Não |  Não tem conhecimento

Caso responda sim, como você avalia o aumento no preço dos terrenos em Palmas?

Maléficas |  Benéficas |  Indiferente |  Não tem conhecimento

### **E - ABERTAS**

Quem toma as decisões sobre o setor do turismo em Palmas?

---

---

---

Na sua opinião, quais os três maiores problemas da atividade turística em Palmas?

---

---

---

Na sua opinião, quais são as causas desses problemas?

---

---

---

Na sua opinião, como esses problemas poderiam ser solucionados?

Você já apresentou alguma sugestão para a solução destes problemas a:

- a) amigos? Sim ( ) Não ( )
- b) associações que participa? Sim ( ) Não ( )
- c) prefeitura municipal? Sim ( ) Não ( )
- d) para empresários? Sim ( ) Não ( )

Se foi apresentada sugestão a uma das alternativas, como esta foi recebida?

Se não apresentou sugestão a nenhuma das alternativas, porque não a fez?

Na sua opinião, quais ações a Prefeitura deveria tomar para maximizar o desenvolvimento turístico em Palmas?

Na sua opinião, quais ações os empresários deveriam tomar para maximizar o desenvolvimento turístico em Palmas?

Você tem indicação de algum envolvido na atividade turística de Palmas para responder essa pesquisa?

## APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO BASE DA CARTILHA

### INTRODUÇÃO

→ Planejamento turístico: foco nas ações do poder público;

→ Metodologia do Marco Lógico: Auxílio na execução de projetos;

→ Como a metodologia do marco lógico pode contribuir para o planejamento turístico em Palmas?

# MÓDULO 1

## TURISMO



## PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Constituição Federal (1988): responsabilidade do Poder Executivo;

O que é Planejamento turístico?

- Atividade pública;
- Direcionamento para o futuro;
- Política pública;
- Influenciado por diversos fatores.

Tarefas do Poder Público.

Araujo e Taschner (2012)

Gomes (2015)

Hall (2008)

## PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Tarefas do Poder Público:

- Coordenar e planejar o turismo o em longo prazo aos níveis nacional, regional e local;
- Estar ativamente envolvido e monitorar o desenvolvimento do turismo;
- Criar um ambiente de negócios competitivo que evite a taxaço inflacionária, garanta a transparência e ofereça regras de mercado mais atraentes;
- Tomar decisões políticas e de planejamento com base em estatísticas e informa es de qualidade;
- Profissionalizar, financiar e coordenar o marketing e promo o do destino, além de proporcionar forma o, infraestrutura e política local;

OMT (2003)

Hall (2008)

## PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Tarefas do Poder Público:

- Desenvolver o capital humano necessário para o crescimento do destino, investindo em recursos humanos através da educação para aproximar o governo do trade e dessa forma antecipar-se das necessidades futuras;
- Liberalizar o comércio, os transportes e as comunicações e diminuir as barreiras às viagens e ao investimento;
- Agir como mediador e encontrar soluções para problemas da área do turismo;
- Criar uma relação de confiança para clientes e investidores em segurança e proteção.;
- Promover a diversificação dos produtos para a demanda;
- Expandir o turismo com base nas premissas do turismo sustentável, respeitando as culturas;
- Investir em avanços tecnológicos para facilitar o desenvolvimento seguro e eficiente do turismo.

OMT (2003)

Hall (2008)

## PLANEJAMENTO TURÍSTICO

→ Turismo Sustentável:

- ONU: Objetivos do Desenvolvimento Sustentável;
- Código de Ética da OMT;
- Diversidade de agentes;
- Premissas – Dificuldades – Métodos.

Burgos e Mertens (2015) Gomes (2015)

Hall (2008)

# MÓDULO 2

## METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

### METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

Cartilha da CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe)

→ Auxílio nas fases do projeto;

→ Partes interessadas, contexto, problema, objetivos, escolha e ação.

Etapas

Ortegón, Pacheco e Prieto (2005)    Gomes e Gândara (2014)    Conceição e Nuñez (2012)

## METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

Identificação do problema e alternativas de solução:

- Análise dos envolvidos;
- Identificação do problema;
- Análise dos objetivos.
- Estrutura Analítica do Projeto.



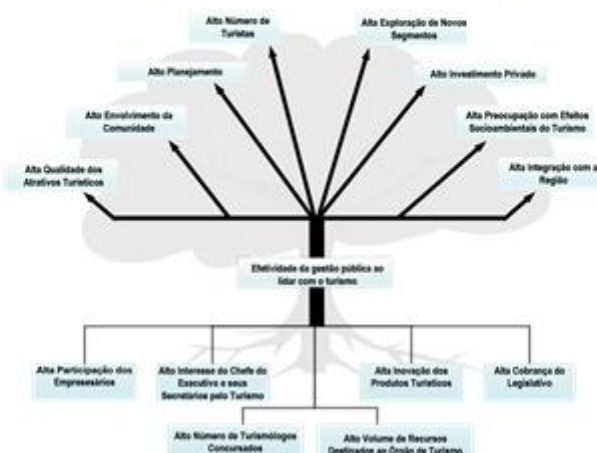
## METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

Aplicação ao turismo

- Atores: Empresários e suas entidades, Legislativo, Partidos Políticos, Turistas, Instituições de ensino, Sebrae e Moradores locais;

## METODOLOGIA DO MARCO LÓGICO

Aplicação ao turismo – Gomes e Gandara (2014)



## MODELOS DE PLANOS DE TURISMO

ASPECTOS DA ÁRVORE DE OBJETIVOS DE GOMES E GÂNDARA (2014) QUE PODERIAM ESTAR PRESENTES EM PLANOS DE TURISMO

Integração com a região  
 Preocupação com efeitos socioambientais  
 Investimento privado  
 Participação dos empresários  
 Exploração de novos segmentos  
 Envolvimento da comunidade  
 Qualidade dos atrativos  
 Inovação dos produtos turísticos  
 Volume de recursos destinados ao órgão de turismo  
 Turismólogos concursados

## MODELOS DE PLANOS DE TURISMO

PLANOS DE TURISMO DE MUNICÍPIOS SIMILARES A PALMAS.  
Guarapuava

Aspectos da Árvore	Não Contempla	Contempla parcialmente	Contempla
Integração com a região			x
Preocupação com efeitos socioambientais			x
Investimento privado			x
Participação dos empresários			x
Exploração de novos segmentos	x		
Envolvimento da comunidade		x	
Qualidade dos atrativos	x		
Inovação dos produtos turísticos	x		
Volume de recursos destinados ao órgão de turismo	x		
Turismólogos concursados	x		

## MODELOS DE PLANOS DE TURISMO

PLANOS DE TURISMO DE MUNICÍPIOS SIMILARES A PALMAS.  
Atibaia

Aspectos da Árvore	Não Contempla	Contempla parcialmente	Contempla
Integração com a região		x	
Preocupação com efeitos socioambientais	x		
Investimento privado			x
Participação dos empresários			x
Exploração de novos segmentos			x
Envolvimento da comunidade			x
Qualidade dos atrativos			x
Inovação dos produtos turísticos	x		
Volume de recursos destinados ao órgão de turismo	x		
Turismólogos concursados	x		

## MODELOS DE PLANOS DE TURISMO

PLANOS DE TURISMO DE MUNICÍPIOS SIMILARES A PALMAS.  
Petrópolis

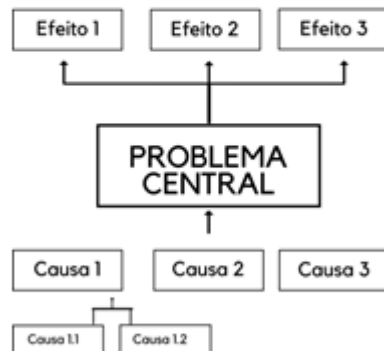
Aspectos da Anore	Não Contempla	Contempla parcialmente	Contempla
Integração com a região			x
Preocupação com efeitos socioambientais			x
Investimento privado			x
Participação dos empresários			x
Exploração de novos segmentos	x		
Envolvimento da comunidade			x
Qualidade dos atrativos			x
Inovação dos produtos turísticos	x		
Volume de recursos destinados ao órgão de turismo	x		
Turismólogos concursados	x		

## MÓDULO 3

APLICAÇÃO – PALMAS/PR

# MÓDULO 3

## APLICAÇÃO – PALMAS/PR



### Parte interessada

Empresários e Entidades

Representativas

Legislativo

Partidos Políticos

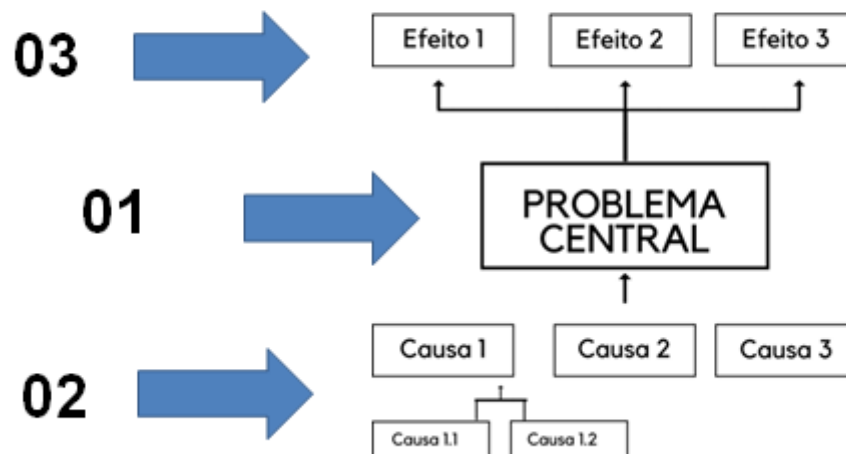
Turistas

Instituições de Ensino e Sebrae

Moradores locais

# MÓDULO 3

## APLICAÇÃO – PALMAS/PR







# MÓDULO 4

## Construção da *Árvore* de Objetivos

## APRESENTAÇÃO E CONTEÚDO BASE DA CARTILHA

As fotos a seguir representam os recursos disponíveis para serem utilizados em produtos turísticos no município de Palmas.

FOTO 1 – PARQUE EÓLICO



FONTE: Massa News (2018)

FOTO 2 – PARQUE DA GRUTA



FONTE: Portal RBJ (2016)

FOTO 3 – CATEDRAL DO SENHOR BOM JESUS



FONTE: História Expressa (2016)