



Média: 80,0

Prof. Miguel Bahl

Coordenador do Curso de Especialização
em Planejamento e Gestão do Turismo
UFPR - Matric. 09535

FANNY C. BARRETO
LAURO S. KANEKO

**CARACTERIZAÇÃO DA DEMANDA: UM ESTUDO DE CASO DA
FESTA FEIRA AGRÍCOLA E ARTESANAL EM MORRETES**

CURITIBA
1999

FANNY C. BARRETO
LAURO S. KANEKO

**CARACTERIZAÇÃO DA DEMANDA: UM ESTUDO DE CASO DA
FESTA FEIRA AGRÍCOLA E ARTESANAL EM MORRETES**

Monografia apresentada para obtenção do título de Especialista no Curso de Pós-Graduação em Planejamento e Gestão do Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná.
Orientadora: Profa. Luciane F. Neri

CURITIBA
1999

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	iv
LISTA DE GRÁFICOS	v
LISTA DE TABELAS	vi
1 INTRODUÇÃO	01
2 REFERENCIAL TEÓRICO E CONCEITUAL	03
3 MORRETES	11
3.1 HISTÓRICO E LOCALIZAÇÃO	11
3.2 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA	13
3.2.1 Atrativos Turísticos Naturais	14
3.2.2 Atrativos Históricos-culturais	18
3.2.3 Eventos	23
3.2.4 Gastronomia	25
3.2.5 Artesanato	27
3.2.6 Artes	28
3.3 FACILIDADE TURÍSTICAS	29
3.4 ACESSIBILIDADE	31
3.5 DEMANDA	32
3.6 ASPECTOS SÓCIO ECONÔMICOS	34
4 FESTA FEIRA AGRÍCOLA E ARTESANAL	37

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	53
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
ANEXO 1 SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA TURÍSTICA	65
ANEXO 2 QUESTIONÁRIO DA DEMANDA	66
ANEXO 3 CALENDÁRIO DE DATAS E EVENTOS DO MUNICÍPIO DE MORRETES PARA O ANO 2000	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1 Radiais da Demanda Turística	06
2 Localização do Município	12
3 Pico do Marumbi	15
4 Estrada da Graciosa	16
5 Rio Nhundiaquara	17
6 Igreja Matriz Nossa Senhora do Porto	19
7 Foto da Fundação de Porto de Cima (1ª Residência)	20
8 Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba	22
9 Barreado	26
10 Prática do Boiacross	33
11 Localização da Festa Feira Agrícola e Artesanal	38

LISTA DE GRÁFICOS

1 Temperatura	55
2 Umidade	56
3 Precipitações	57
4 Insolação	58
5 Vento	59

LISTA DE TABELAS

1 DISTRIBUIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS	35
2 SISTEMA ESTADUAL DE UNIDADES DE CONSERVAÇÃO	36
3 RESIDÊNCIA PERMANENTE DO ENTREVISTADO	40
4 MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR A CIDADE	41
5 TEMPO DE PERMANÊNCIA NO EVENTO	43
6 MOTIVO QUE O LEVOU AO EVENTO	44
7 ONDE VOCÊ VIU, OUVIU A PROPAGANDA DESTE EVENTO	46
8 OCUPAÇÃO PRINCIPAL DO ENTREVISTADO	47
9 FORMA DE VISITAR O EVENTO	48
10 QUALIFICAÇÃO SOBRE AS ATRAÇÕES	49
11 QUALIFICAÇÃO SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DO LOCAL DO EVENTO	50
12 RENDA, GASTO E IDADE	51
13 ATRATIVOS TURÍSTICOS VISITADOS	61

1 INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade atual de abrangência, de importância econômica e repercussão mundial.

Atividade que é dinâmica e evoluta porque atua diretamente na população, que por sua vez interage com os recursos naturais, culturais e sócio-econômicos.

A atividade turística, por sua própria natureza, é a ação de deslocamento de pessoas de seu local de residência fixa para um outro local denominado no meio turístico como pólo receptivo.

Dentro deste aspecto, são efetuados vários tipos de estudos e, a demanda correspondente à um deles sendo também o objeto de estudo deste trabalho. O conhecimento da demanda é fundamental para a elaboração de um planejamento turístico.

A análise da demanda e suas correlações com a oferta turística resulta no conhecimento da estrutura atual, sua evolução sofrida e as suas tendências futuras. E, para se obter o conhecimento do perfil da demanda são necessárias várias pesquisas, e são prioritárias as pesquisas primárias que correspondem às investigações obtidas através de questionários, formulários, testes, observações e outros, e as pesquisas secundárias originadas de estudos de materiais existentes como estatística, artigos impressos em publicações em geral, relatórios, etc...

Implica também para conhecimento da demanda a estratificação de informações denominada de segmentação de mercado, definindo a demanda efetiva, demanda potencial, quanto à distância, a renda e o consumo e as motivações que estão caracterizadas na seqüência deste trabalho.

Na primeira parte deste trabalho, são abordadas informações sobre o município de Morretes, no caso o pólo receptor deste trabalho. A infra-estrutura básica, de acesso e turística estão apresentadas de maneira clara para o conhecimento geral da região da cidade.

A localidade de Morretes consta explorada, neste trabalho, porque acolhe o evento que é o foco do estudo da demanda apresentado no capítulo 3 (três), a “Festa Feira Agrícola e Artesanal de Morretes”.

Têm como objetivo, caracterizar o freqüentador, realizar um melhor desenvolvimento e aperfeiçoar a organização do evento, analisando os aspectos naturais como fatores climáticos bem como a oferta que a festa feira proporciona aos seus visitantes.

A partir dos dados coletados e estudados, foi possível elaborar sugestões que possam estimular o conhecimento, a difusão e o desenvolvimento de ações promocionais, contribuindo também com a classe empresarial de investidores interessados na ampliação dos eventos da cidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO E CONCEITUAL

Existem diversas definições para a demanda turística. Algumas, serão demonstradas a seguir:

Para LEMOS (1999, p. 73)¹, ... “é a quantidade de bens e serviços que um consumidor/turista está apto e disposto a adquirir por determinado preço, com determinada qualidade, por determinado período de tempo e em determinado local” .

A mais tradicional é a dos economistas neoclássicos SMITH (1989), citado por RUSCHMANN (1977, p. 145)² ... “Demanda é o rol quantitativo de algum bem ou serviço que será comprado ou consumido a um determinado preço”.

Já BOULLÓN (1985), também citado por RUSCHMANN, na mesma edição e página define a demanda turística como ... “o total de pessoas que visita uma região, país ou atrativo, e os recursos financeiros que gera”.

A definição que BENI (1998, p. 201)³ estabelece é de que, a demanda em Turismo é uma compósita de bens e serviços e não de simples elemento ou de serviços específicos isoladamente considerado, em suma, são bens e serviços que se complementam entre si.

Isto quer dizer que para serem transportadas às destinações escolhidas, os visitantes provocam a demanda de transportes. Quanto à hospedagem nos locais de destino, é criada a demanda de equipamentos receptivos. A demanda da

¹ LEMOS, Leandro. **Turismo: que negócio é esse?** Campinas : Papyrus, 1999.

² RUCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável.** Campinas : Papyrus, 1997.

³ BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo : ed. SENAC, 1998.

organização de serviços de acesso dependerá da realização da finalidade dos turistas, como por exemplo, pista de esqui, montanhas, ilhas entre outros. O pólo receptor quando dotado de bens e serviços necessários e o estilo de vida de seus visitantes, caracteriza-se pela demanda de bens de consumo.

Porém, existe um aspecto que é fundamental dentro do estudo da demanda turística, sua segmentação. E, vários são os critérios para definir os segmentos do mercado.

O principal é o que divide a demanda em efetiva e potencial.

A demanda efetiva pode ser obtida através de coleta de dados nos meios de hospedagens, agenciadores, transportadores, além de observação que fornecerá o número de visitantes que se apresentam naturalmente, designando assim a demanda efetiva.

Também, a demanda efetiva pode variar de acordo com a influência de uma série de fatores e IGNARRA (1999, p. 38)⁴ as cita como:

- a). Preço do produto – a variação de preço no caso de haver redução do produto haverá variação de demanda (aumento). Por outro lado se o preço aumentar, haverá uma tendência da demanda em diminuir.
- b). Preço dos produtos concorrentes – a demanda turística varia também com o preço da concorrência. Se o preço da concorrente aumentar, aumenta a demanda pelo nosso produto e vice-versa.
- c). Preço dos produtos complementares – é a influência que determinado produto sofre em decorrência de outro. Como exemplo, a hotelaria depende do sistema de transportes, um aumento nas passagens aéreas, pode interferir diminuindo a demanda hoteleira.
- d). Renda do consumidor – a relação entre a renda e a demanda é direta. Aumentando-se a renda do consumidor, aumenta-se a demanda pelos produtos turísticos.

⁴ IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo, Pioneira, 1999.

- e). Nível de investimentos em divulgação – os investimentos em publicidade tem efeito direto na demanda turística. É preciso saber cativar a demanda com promessas de sonho, pois, o produto é intangível, não se apresenta para o consumidor.
- f). Modismo – pela divulgação de “boca a boca” que é uma poderosa arma para o aumento da demanda é que surge os novos pólos receptivos e transformados em moda. Neste caso, os investimentos publicitários diminuem por não mais precisar de divulgação, como é o caso de **Cancun** ou **Orlando**. Porém, há de salientar que todo processo é perecível e qualquer destinação turística possui seu ciclo de vida.
- g). Variações climáticas – de grande importância para a demanda efetiva, pois, como uma estação de inverno irá sobreviver se não nevar. Assim como o sol é importante para a praia, mas, também deve existir a preocupação em criar outras opções de lazer para os dias chuvosos.
- h). Catástrofes naturais – os furacões, terremotos, inundações e algumas outras, são elementos que afetam diretamente a demanda negativamente.
- i). Catástrofes artificiais – a guerra, e os grupos terroristas internacionais são os melhores exemplos da atualidade. São responsáveis pela queda da demanda turística em qualquer lugar do mundo.
- j). Tempo livre – a demanda sempre cresce na férias escolares, nos finais de semana e nos feriados prolongados. O Turismo de terceira idade também cresce em função da maior disponibilidade de tempo livre.

Já a demanda potencial é aquela que ainda não ocorre efetivamente, mas, poderá vir à ocorrer se alguns fatores forem melhorados como o aumento de facilidades turísticas, custo compatível e um plano de **marketing** eficiente para se projetar o pólo receptor, sejam desenvolvidos. A partir de então, a demanda potencial passará a ser efetiva.

O segundo critério diz respeito à distância do mercado consumidor que pode ser local (turismo efetuado para os próprios moradores e dos municípios vizinhos); regional, que abrange uma distância maior englobando outros municípios; ainda existindo o turismo estadual, nacional e internacional.

Para um melhor entendimento, segue um modelo elaborado por LEMOS (1999, p.81)⁵

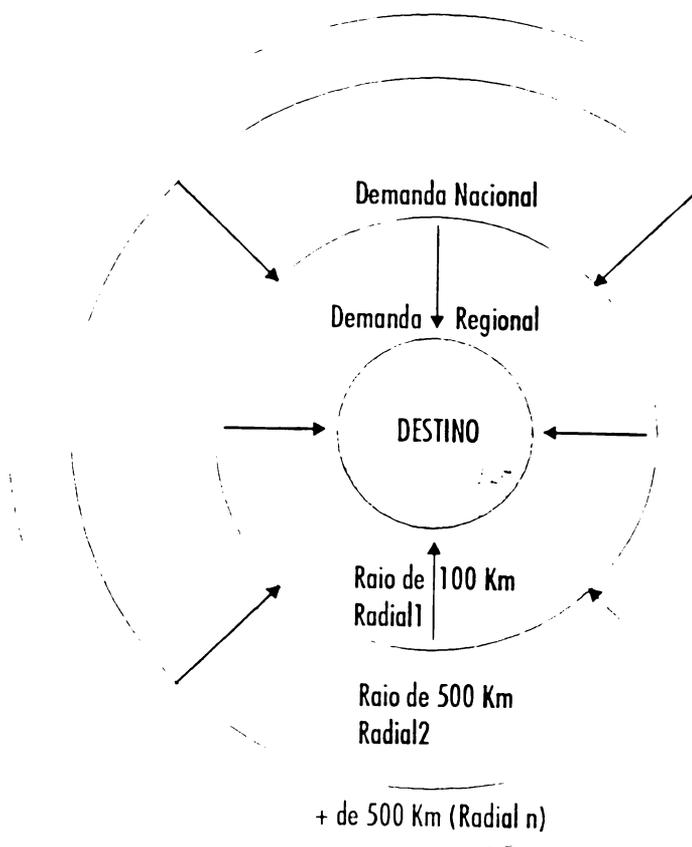


Figura 1 – Radiais da demanda turística.

O exemplo de radiais, mostra claramente que quanto maior a distância da demanda em relação ao destino turístico, maiores terão que ser os atrativos para estimular o deslocamento da demanda.

⁵ LEMOS, Leandro. **Turismo: que negócio é este?** Campinas : Papyrus, 1999.

No exemplo acima as definições estão em quilometragem, mas a intenção é de destacar que a distância influencia e muito na demanda que só se sujeita se o pólo receptor propuser um nível de satisfação compensador.

O terceiro critério adotado na segmentação da demanda turística, refere-se a renda e consumo. Como o próprio nome já diz, quer em outras palavras que a demanda neste aspecto sofre uma nova divisão, ocorrendo então, o turismo popular, o turismo social, o turismo convencional e o turismo de luxo.

Por fim, a segmentação da demanda chega a analisar o que define as motivações da viagem do turista. Essas viagens são motivadas por uma série de fatores e em função disto uma diferenciação é utilizada no ramo turístico e as classifica em: Turismo de negócios, desportivo, de aventura, religioso, cultural, científico, gastronômico, estudantil, de congressos, de saúde e mais recentemente o Turismo ecológico e rural.

Vale lembrar que, uma destinação turística deve oferecer produtos que satisfaçam mais de um segmento da demanda, sob o risco de ficar muito vulnerável à concorrência.

Nesta segmentação de demanda, é apresentado detalhadamente no (anexo 1), todos os critérios desta segmentação e os segmentos conforme IGNARRA (1999, p. 36)⁶.

Para caracterizar os fatores espaciais condicionantes da distribuição da demanda, é necessário avaliar o espaço e o tempo. BENI (1997, p. 212)⁷, no Turismo, o espaço não é prioritário do conhecimento, mas uma realidade que pode limitar, também determinar o surgimento e sua configuração.

Na atividade turística o deslocamento de pessoas entre seu local de residência e outros destinos faz com que haja uma tensão entre ambos os espaços: o cotidiano, onde o visitante conhece perfeitamente por experiência

⁶ IGNARRA, op. cit., p. 36.

⁷ BENI, Mário C. op. cit. p. 212.

vivida, e o destino, onde o visitante procura novas atrações e sensações não rotineiras.

Além disso para definir melhor, exemplos de que determinados grupos procuram mudanças radicais em relação ao seu entorno natural e social. Outros preferem o conhecido, o explorado para obter maior segurança e evitar surpresas, procurando locais mais conhecidos e normalmente com bom público, bom exemplo pode ser dado nos eventos.

Em se tratando de eventos CURY e REJOWISKI (1997, p.5)⁸ citam que ...“sejam de caráter científico, comercial, cultural, quer sejam políticos ou sociais, constituem-se na verdade em atrativos turísticos, na medida em que exercem atração junto a pessoas que não residam no núcleo – sede do evento”.

Para CANTON (1997, p. 19)⁹, o evento é a soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público – alvo.

Então, pode-se mencionar que evento ocorre em determinado tempo e lugar, podendo ser **in dor** ou **out dor** e de interesses generalizados. Além disso, é um fato que desperta a atenção e vira notícia.

Existe porém uma classificação no que diz respeito ao evento que pode ser tanto institucional como promocional (comercial). De forma mais abrangente, podem ser considerados como folclóricos, cívicos, religiosos, políticos, sociais, artísticos, científicos, culturais, desportivos, técnicos, etc...

Conforme CESCA (1997, p. 15)¹⁰, existem vários tipos de eventos, e estes estão relacionados a seguir com suas necessárias subdivisões:

- Programas de visitas;
- Concursos;
- Exposições, feiras, salões e mostras;

⁸ CURY, Aristides ; REJOWSKI, Mirian. **Editorial** : eventos e turismo. São Paulo : ECA – USP, 1997. **Turismo em análise**, v.8 n.1.

⁹ CANTON, Marisa. **Evento**: da proposta ao planejamento.

¹⁰ CESCA, Cleuza G.G. **Organização de eventos**. São Paulo : Sumus, 1997.

- Encontros (conferência, palestra, simpósio, painel, mesa-redonda, convenção, congresso, seminário, fórum, debate, **brainstorming**, conclave, semana, entrevista coletiva, jornada, **workshop**, oficina e colóquio);
- Lançamento de pedra fundamental;
- Inauguração de espaço físico;
- Inauguração de retratos, bustos e estátuas;
- Posses;
- Outorga de títulos;
- Evento esportivo;
- Excursões;
- Lançamento de livros;
- Lançamento de maquete;
- Lançamento de produto;
- Leilões;
- Desfiles;
- Dias específicos;
- Rodada de negócios e
- Encontros de convivência (coquetel, almoço, jantar, banquete, churrasco, **happy hour**, **brunch**, **coffee break**, almoço **network** café da manhã).

Como a classificação de eventos é muito ampla, exige-se da parte que cabe a organização, profissionais especializados no ramo. Tudo porque, a grande diferenciação que se observa, faz com que a necessidade deste profissional atue de forma correta e direcionada.

Exemplificando, a exposição é fixa e visa apenas divulgar, enquanto a Feira, é ampla, fixa e visa vender. Entrando a questão da concorrência em ambos os lados.

Os eventos mais ligados às tradições brasileiras estão nas manifestações populares folclóricas e nos significados religiosos.

PELLEGRINI FILHO, (1997, p. 124)¹¹, destaca que a presença de turistas nesses e em outros eventos é inegável fator de mudança social, a ponto de poder considerar uma nova realidade para as vivências tradicional – popular.

A partir de então, a presença de turistas nestes eventos quando se tornar massiva, pode facilitar a ocorrência de transformações no evento. Em prol dos visitantes e do retorno financeiro, os eventos folclóricos muitas vezes se descaracterizam, alterando seus costumes e por muitas vezes pode ocorrer a perda da identidade.

Através dos autores aqui mencionados, procurou-se caracterizar e estratificar a demanda e toda sua segmentação no que tange os aspectos quantitativos e qualitativos. Além de explanar sobre os eventos que na atualidade, é o ramo do Turismo que apresenta melhor desenvolvimento e é também parte do estudo deste trabalho.

¹¹ PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas : Papyrus, 1997.

3 MORRETES

3.1 HISTÓRICO E LOCALIZAÇÃO.

A história de Morretes faz parte do primeiro capítulo da história do Paraná.

Nos idos de 1646, o Rio Cubatão, hoje Nhundiaquara atraiu centenas de mineradores paulistas que aqui vieram em busca de ouro, não só no rio como também nas minas destacando-se dentre as primeiras do Brasil a mina de Perejóia, localizada em Porto de Cima.

Os primeiros moradores da região originaram-se de Paranaguá e em 31 de outubro de 1721 a Câmara de Paranaguá demarca terras e nomeia-a de “Povoado do Menino Deus dos Três Morretes”.

Em 29 de abril de 1812, por provisão do Bispo de São Paulo, a povoação foi elevada à freguesia, onde já haviam sido instalados numerosos sítios e bairros extensos.

Pela Lei Provincial de nº 16 de 01 de março de 1841 a freguesia foi elevada a categoria de Vila, desmembrando-se do município de Antonina.

Através de uma Lei Provincial de nº 188, datada de 24 de maio de 1869 a Vila então é elevada à cidade com a denominação de Nhundiaquara. No entanto em 07 de abril de 1870, passa a ser chamada de Morretes pela lei nº 277.

Entre seus colonizadores encontram-se grupos de norte-americanos que fundaram o “Sítio Americano” em 1867 e os italianos que fincaram diversas colônias à partir de 1877, como a “Colônia Nova Itália”.

SÃO PAULO
 Escala 1:400.000

Morretes

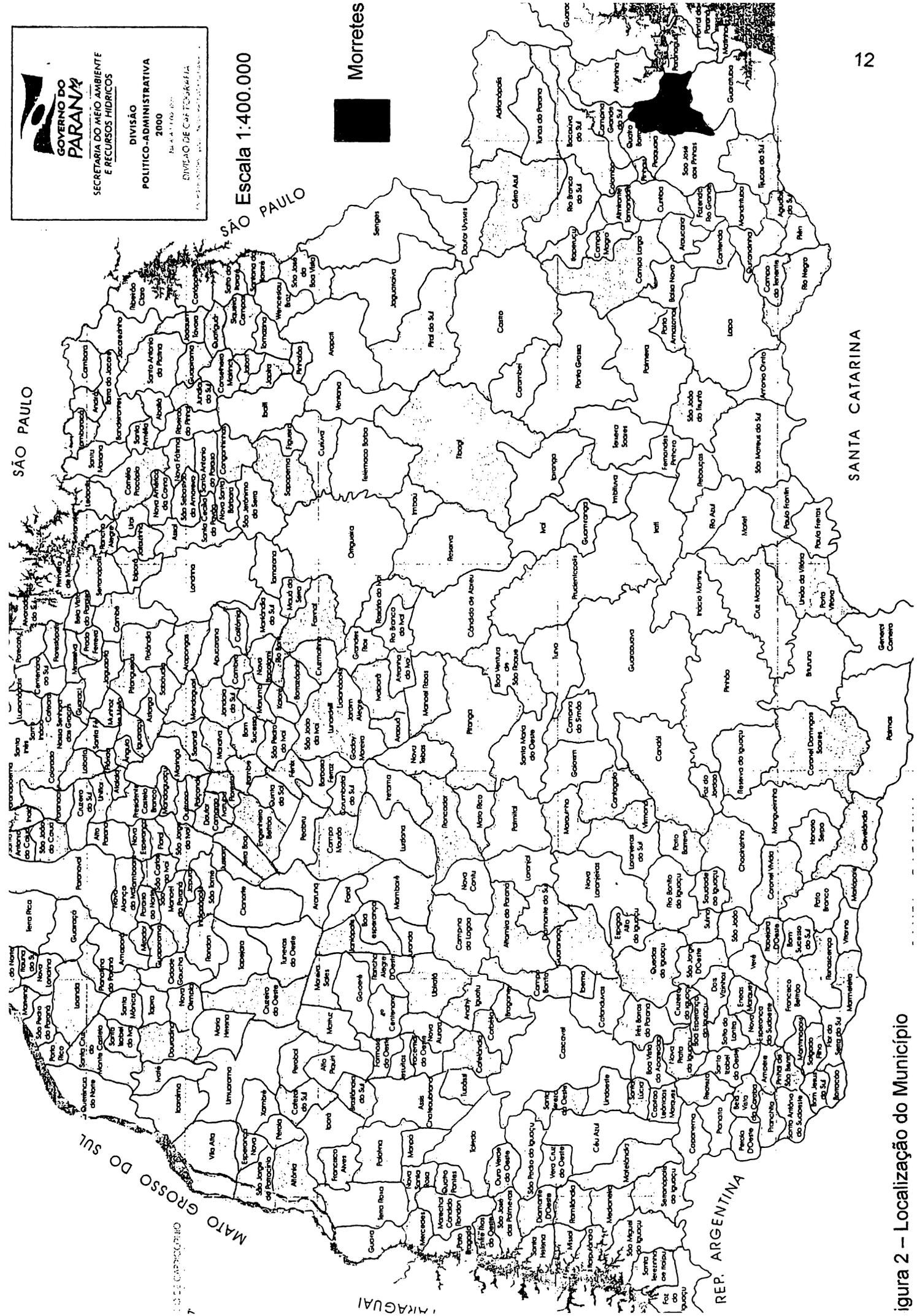



Figura 2 – Localização do Município

A localização geográfica do município de Morretes é privilegiada. Situado na planície litorânea paranaense, formada por segmentos marinhos e terrestres recentes (quaternário), representado por argila e areia.

A pequena planície possui uma largura que varia de 10 a 20 km, chegando a possuir 50 km na Baía de Paranaguá; Morretes está à 10 m de altitude, abrangendo uma área de 758 km² de terras, incluindo serras, planícies e colinas.

Tendo por um lado um clima quente e úmido, sofre por outro lado a influência dos ventos frios do sul e sudeste. Conseqüentemente são fortes as oscilações de temperatura que variam de 13 a 37 graus. Seu clima é denominado de Clima Tropical Super úmido, e nos meses mais quentes encontramos uma temperatura média superior a 22° C, e nos meses mais frios, isentos de geadas, uma temperatura média de 18° C, sem estação seca.

Limita-se ao Norte com Campina Grande do Sul, ao Sul com Guaratuba, a Leste com Paranaguá e Antonina, a Sudoeste com São José dos Pinhais, a Oeste com Piraquara e a Noroeste com Quatro Barras.

Tem sua porção geográfica definida pelas coordenadas 25°28' 30" latitude Sul de 48°40'34" longitude Oeste. Distante da capital apenas 68 km e 33 km do Porto de Paranaguá, sendo o aeroporto internacional da capital do estado distante 62 km.

3.2 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA

Através da análise da oferta turística é possível explorar e desenvolver o potencial turístico de uma região, permitindo com isso, o perfeito desenvolvimento de suas atividades de maneira ordenada e efetiva.

O primeiro passo, é obter o inventário turístico da localidade onde constam os atrativos turísticos naturais, históricos, culturais, folclore, gastronomia e artesanato.

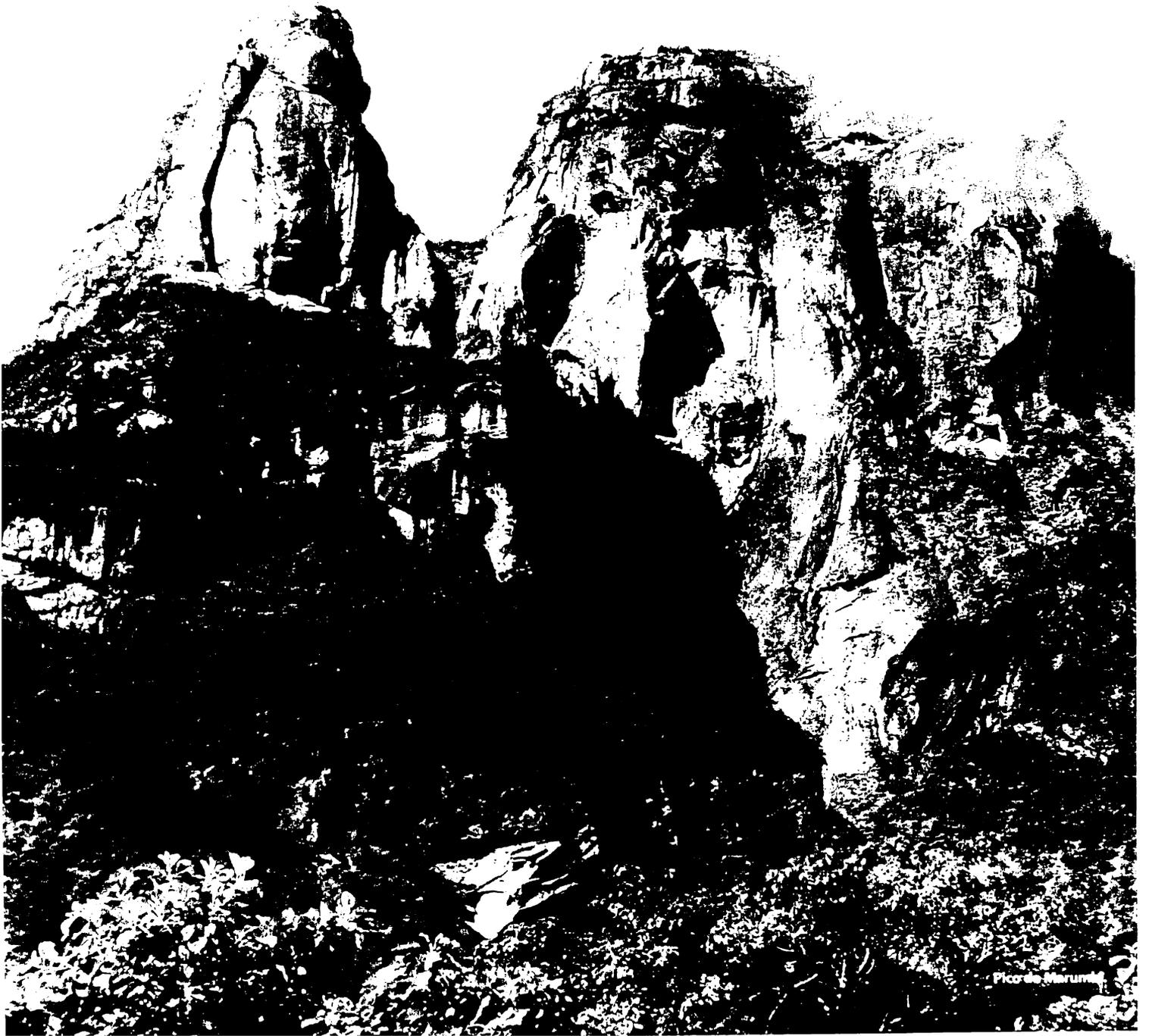
Além desses, a demanda real onde se obtém através de pesquisas quantitativas, o número atual de visitantes da região, as facilidades turísticas oferecidas, o serviço de apoio ao turista, os aspectos sócio-econômicos e a acessibilidade.

Atrativos Turísticos:– muitas localidades ao perceberem que dispõem de atrativos turísticos capazes de reerguer sua economia e gerar divisas promovendo sua região, passam a explorar as atividades de Turismo. A pequena cidade de Morretes apresenta na seqüência os seus atrativos naturais, histórico-culturais, eventos, gastronomia, artesanato e artes.

3.2.1 Atrativos Turísticos Naturais

Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi: – abrange também parte de outros municípios e foi criada com objetivo de disciplinar e controlar a ocupação do solo, proteger os recursos naturais renováveis, a paisagens e os acidentes geográficos naturais adequados ao repouso e à prática de atividades recreativas, desportivas ou de lazer, visando a preservação e a valorização dos elementos naturais e culturais que compõem a área. Ocupa 66.732 ha, e compreende grande parte da Serra do Mar tombada desde 1986 pela Curadoria do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado e, uma pequena porção oriental do Primeiro Planalto.

O conjunto Marumbi (figura 3), composto por seis (6) picos cujo ponto culminante é o “Olimpo” com 1.545 m de altitude. A inclinação média da trilha frontal (face norte) é de 60 graus, possuindo em vários trechos correntes fixas nas rochas que auxiliam na subida. Além do conjunto, abriga ainda outras atrações de motivação turística ecológica como: Estrada da Graciosa; Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba; Mananciais da Serra; Caminhos da Graciosa, do Arraial, do Itupava e do Cachoeira, e parte da Represa do Capivari.



Picor de Marum

Estrada da Graciosa: – rodovia circular onde se descortina panoramas maravilhosos e observa-se o desafio da natureza ao homem. Originada de uma trilha utilizada pelos índios do litoral que na época da colheita do pinhão subiam até o planalto. A contínua e progressiva atividade dos mineradores fez com que estes subissem o leito dos rios que deságuam na Baía de Paranaguá. Dessa forma, traçaram os primitivos caminhos para o Primeiro Planalto: o Itupava, da Graciosa e Arraial. Acredita-se que tenha sido construída em 1873, e é atualmente um local de lazer com churrasqueiras, sanitários, quiosques com produtos típicos, mirantes e ponte de ferro, além do verde da Mata Atlântica.

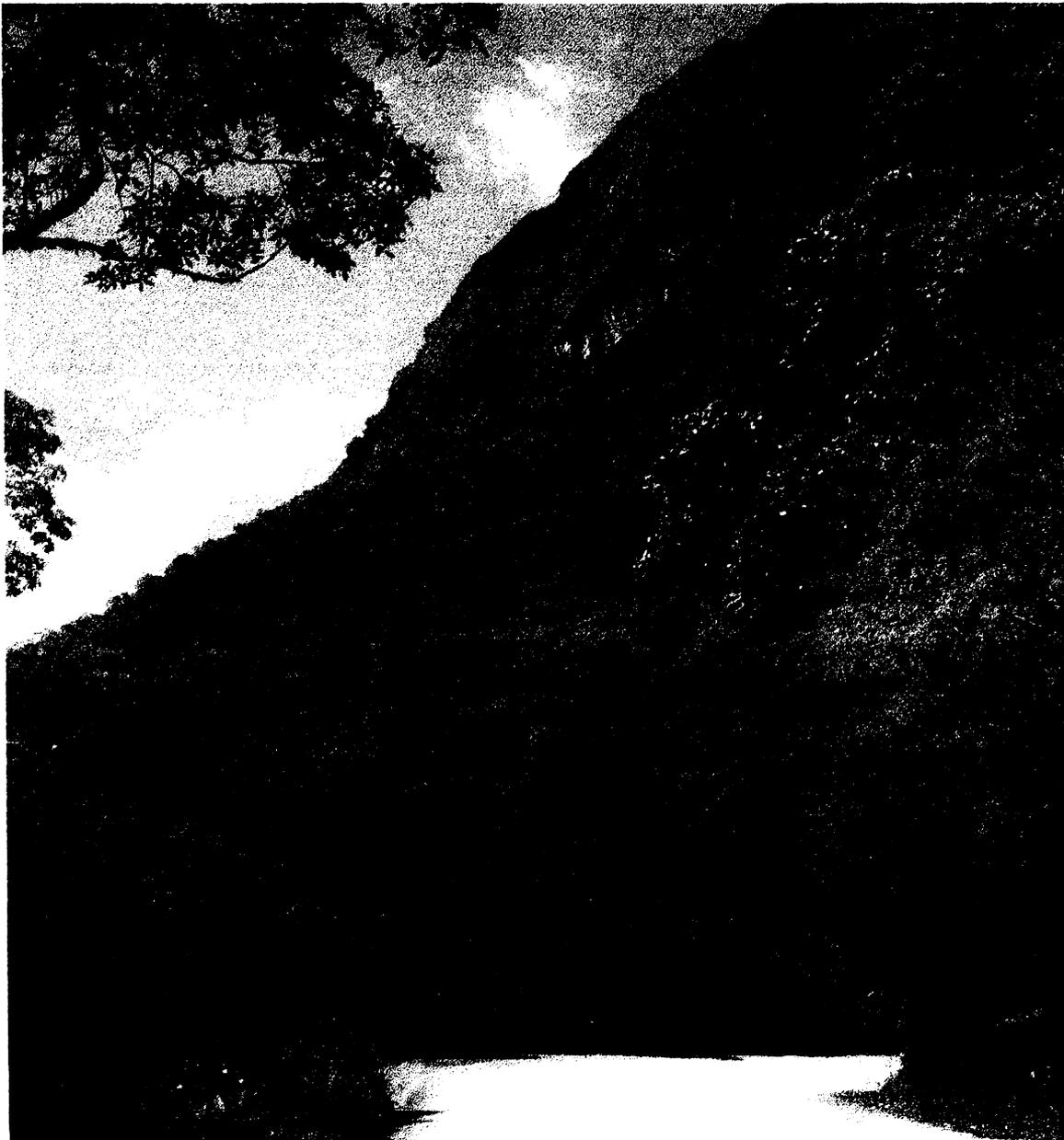


Figura 04 – Estrada da Graciosa

Salto dos Macacos: – cachoeira situada na Mata Atlântica, ao Porto de Cima, estrada das Prainhas, com acesso por uma trilhas com constantes aclives e declives. Esta cachoeira faz parte de um conjunto de 3 (três) quedas d'água que totalizam quase 120 metros de altura. Para chegar a este local com saída de Morretes a Porto de Cima, toma-se o rumo das Prainhas, e caminha-se por aproximadamente 4 km, seguindo o rio Itupava até o ponto de entrada do caminho que levará, num período de 3 horas de caminhada para a Mata Atlântica ao citado local.

Rio Nhundiaquara: – serviu como primeira via natural de penetração, ligando o litoral ao planalto. Era denominado “Cubatão” e considerado um dos mais auríferos da região, contribuindo economicamente para o desenvolvimento da mesma. Dentre os vários rios onde se podem desenvolver atividades de lazer destaca-se o Nhundiaquara que atravessa o povoado de Porto de Cima, a cidade de Morretes e deságua no mar. Uma das mais belas e típicas paisagens morreteanas é a do rio cortando a cidade, formando um conjunto com árvores e edificações existentes em suas margens.

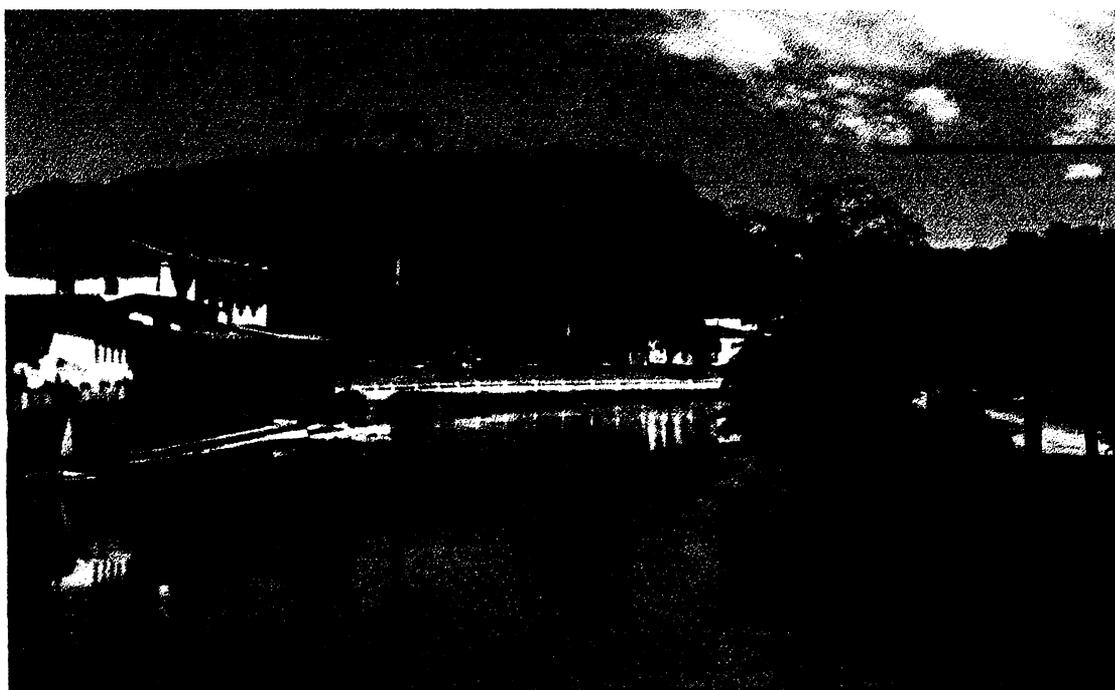


Figura 05 – Rio Nhundiaquara

Cascatinha:– local privilegiado pela natureza, e apenas a 5 km da cidade circundando um lindo bosque às margens do rio Marumbi. Depois de uma pequena corredeira, o rio se espraia formando um lago de aproximadamente 10.000 m², com profundidade entre 1 a 4 metros, sendo um ótimo local para banhos e mergulhos. Um imponente paredão de pedras acompanha o rio por longo percurso à direita. Possui infra-estrutura básica de **camping**, churrasqueiras, sanitários, vestiários e uma lanchonete.

Salto do Redondo:– o rio dos Macacos precipita-se de uma altura de 70 metros, sobre uma laje granítica, formando uma impressionante piscina natural. Em seguida como um degrau, forma outro salto, o Redondo, com aproximadamente 30 metros de queda livre e 20 metros de largura, proporcionando um espetáculo maravilhoso, que pode ser avistado ao longe, durante a viagem de trem ou litorina. Porém para admirar de perto a cênica do conjunto, dois são os caminhos de acesso: por ferrovia, desembarcando em Engenheiro Lange, numa caminhada de duas a três horas por uma rodovia, num trajeto de 4 km de carro, entre Porto de Cima e Engenheiro Lange, e a partir deste ponto, mais duas horas de caminhada.

3.2.2 Atrativos Históricos-culturais

Igreja de São Benedito: – apresenta algumas controvérsias em seu dado histórico. Alguns registros indicam que foi construída pelos escravos em 1765, outros que a data da sua fundação foi em 1863, com sua torre edificada somente 53 anos mais tarde; ou ainda que foi inaugurada em 01 de janeiro de 1884. Seu estilo é colonial e seu acervo artístico e histórico ainda permanece bem conservado. Hoje tombada pelo Patrimônio Histórico.

Igreja Matriz Nossa Senhora do Porto: – construída em 1769, no mesmo local de uma antiga capela, em um dos pontos mais elevados da cidade. Tem como suas maiores atrações, a imagem esculpida em jacarandá e uma Via Sacra pintada à óleo, pelo famoso pintor local Theodoro de Bona.



Figura 06 – Igreja Matriz Nossa Senhora do Porto

Porto de Cima: – localizado ao pé da Serra do Mar, este povoado constitui-se em uma relíquia notável. Primeiro centro cultural da região, ainda guarda vestígios do primeiro Teatro do Paraná. Este povoado teve seu apogeu em decorrência dos engenhos de erva-mate nas últimas décadas do século XVIII, quando passou a ter grande importância econômica como entreposto comercial. Guarda ainda hoje vestígios de seu passado, retratado pelas ruínas de engenhos, casarões e calçadas de pedras. Como atração turística, possui ainda uma praia fluvial, área para acampamento e pousada.

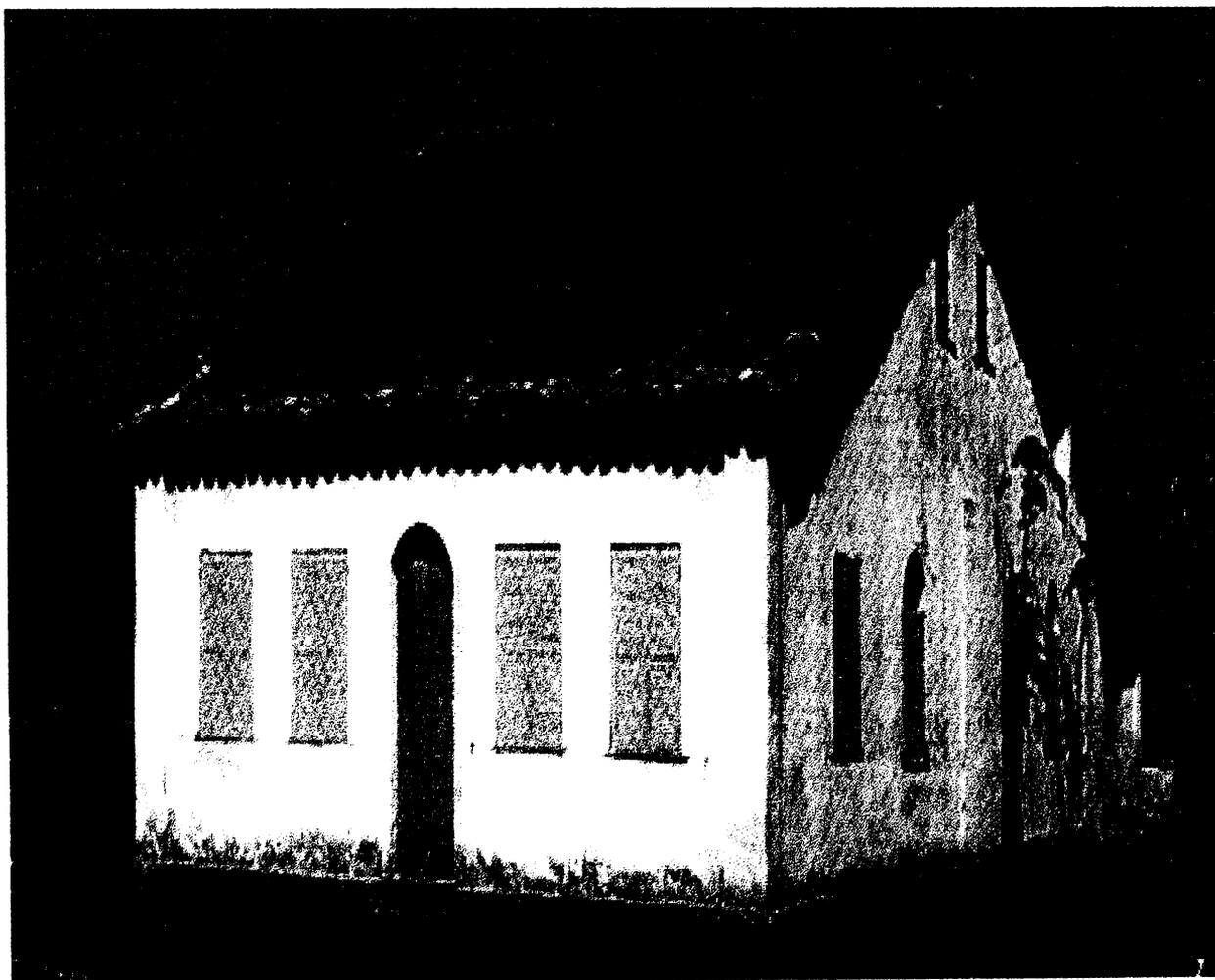


Figura 07 – Foto da Fundação de Porto de Cima (1ª Residência)

Casa Rocha Pombo: – com estilo colonial da época dos jesuítas, é uma homenagem a Rocha Pombo, nascido em Morretes, e uma das personalidades de maior destaque do Paraná, seja como historiador, escritor, professor ou político e atualmente abriga a Fundação Cultural de Morretes.

Igreja de São Sebastião do Porto de Cima: – construída em 20 de Janeiro de 1848, possui uma arquitetura com características coloniais e um interior bastante rico. Foi tombada e restaurada pelo patrimônio Histórico e Artístico do Paraná em 1963.

Casa João Turim:– consagrado escritor paranaense, nascido em Porto de Cima. Ocupa hoje o espaço abrigando, preservando, difundindo e colocando o ilustre em evidência, além de oferecer oficinas de cultura e abrigar encontros de artistas plásticos.

Estação Ferroviária:– construída em 1885, tem em seu estilo arquitetônico muito bem conservado apesar das diversas reformas. O local oferece uma bela vista panorâmica das bonitas montanhas da Serra do Mar. Hoje, possui sanitários, lanchonetes e barracas com produtos artesanais.

Estrada de Ferro Paranaguá – Curitiba:– construída em 1880, considerada uma obra da engenharia. Possui em seu pequeno percurso 14 túneis, 30 pontes e vários viadutos, sendo o maior deles, o viaduto Carvalho em curva Panorâmica de 90°. Ao percorrer seus trilhos, ainda é avistado cachoeiras, cascatas, flores e a fauna silvestre.



Foto 08 – Estrada de Ferro Paranaguá - Curitiba

3.2.3 Eventos

Folias do Divino: – teve início no ano de 1765, persistindo esta tradição até os dias atuais, mas, atualmente denominada de Festa do Divino Espírito Santo e famosa principalmente nos sítios e lugarejos da zona rural. No início era composto por mais de 200 negros que tinham como chefe um homem branco que chamavam de “rei” e faziam procissão luminosa sobre o leito do rio Cubatão, hoje Nhundiaquara. Em 1863, esta festa adquiriu características que hoje ainda permanecem na sua quase totalidade. Na atualidade a festa é realizada no último domingo de julho, com acompanhamento da banda de música local e não pela “troça” ou foliões, como ainda é nos sítios.

Festa de N. Sra. do Porto: – a primeira imagem (de barro) foi introduzida em Morretes, no ano de 1769, por doação de um casal de portugueses. O papa então concede a licença para a construção de uma nova capela sob a invocação de “Nossa senhora”, ficando conhecida como “Capela de Nossa Senhora. do Porto de Morretes”, sobre uma elevação à margem do rio. A imagem de Nossa Senhora. do Porto sofreu uma queda numa procissão ficando em pedaços, então, o vigário da época encomenda outra imagem na Bahia esculpida em madeira (jacarandá) e uma fina camada de gesso que chega na localidade em 27 de outubro de 1849. Esta é a imagem que permanece até hoje na Igreja Matriz, onde foi erguida a primeira capela no lugar mais alto da cidade à beira do rio Nhundiaquara. Ficou consagrado dia 8 de setembro como dia da Padroeira, quando os fiéis se reúnem em procissão e ornaram o andor com orquídeas “olho de boneca”.

O Fandango: – trazido da Espanha e adaptada pelos nossos índios. O Fandango legítimo permanece em Morretes com intensidade e características do passado. Difere dos demais nas regiões vizinhas, nas toadas, na batida e na coreografia. As toadas mais dançadas nos sítios morreteanos são: “Anun”, “Quero mana”, “Chico Estrada”, “Feliz Amor”, “Tonta Sará Marinheiro”, “Cheira Pescoço”, “Serraninha” e outras ainda. Eis a relação dos sítios onde pode ser visto o Fandango, com seus mais antigos perpetuadores: Anhaia, Novo Mundo, Rio Sagrado, Marumbi e Porto de

Cima. Festa típica dos caboclos e pescadores do Litoral Paranaense consiste num sapateado com tamancos de madeira de laranjeira ou ipê, que eles mesmos confeccionam. Tem a finalidade de espantar “coisas ruins” como pragas na roça, o cupim da madeira, o azar na pesca, etc... O acompanhamento musical é feito com duas violas de 11 (onze) cordas, adulfos, pandeiros e uma rebeca.

Dança do Pau-de-fita: – interessante dança que se utiliza de um “Pau-de-fita” de aproximadamente 3 metros de comprimento. Da extremidade saem 24 fitas ou cordões coloridos seguros em outra extremidade pelos dançarinos que fazem evoluções dando a impressão de um grande chapéu de sol aberto. Muito usada em exibições nos colégios locais por estudantes, também nas festas dos sítios e igrejas do Município.

Dança das Balainhas: – outro tipo de dança folclórica muito exercida na cidade. Graciosa, bonita e de singular efeito, cuja principal característica é o emprego de arcos com um pouco mais de 1 metro de diâmetro, confeccionados de cipó flexível urupeva e ornados com flores de papel de seda colorido.

Festa Feira Agrícola e Artesanal: - evento local que reúne os produtores e artesãos do município no centro da cidade, possibilitando a comercialização de seus produtos diretamente com o público consumidor. Criada recentemente, com aceitação do público evoluindo a cada ano garantindo a sua continuidade. Realizada anualmente no período entre a última semana de Abril, e a primeira semana de Maio, têm como objetivo divulgar o Município e suas potencialidades agrícolas, artesanais, culturais e turísticas.

3.2.4 Gastronomia

Outro fator de grande atração da cidade é seu pólo gastronômico, onde a iguaria típica do Estado – O Barreado (figura 9), é confeccionado de forma artesanal, sendo considerado o único prato típico do Paraná, originário dos sítios para as cidades litorâneas. Difícil determinar uma data certa do seu surgimento, sabendo-se por tradição oral, que em Paranaguá, Guaraqueçaba, Antonina, Morretes e Guaratuba o Barreado é usado há mais de 200 anos. Certo mesmo é que em nenhum outro estado do Brasil se conhece esse prato.

No folclore paranaense, o Barreado é símbolo de fartura, festa e alegria. O nome do prato vem da expressão “barrear”, o que neste caso quer dizer, colocar na tampa uma massa de cinza, barro e água quente ou de farinha de mandioca com água quente. Vedar a panela para que o vapor do cozimento não escape, depois, colocar em vala sobre o braseiro deixando-o por 24 horas. A penetração desta iguaria na região deu-se através do Porto de Cima e São João da Graciosa na época do ciclo da erva-mate, trazido pelos tropeiros da Lapa. Era para os tropeiros a única refeição salgada diária servida ao entardecer regado de pinga. Faziam o Barreado por se tratar de uma alimentação que permanecia sem se deteriorar durante o longo percurso entre o planalto e o litoral.

Porém, há controvérsias sobre a origem desse nutritivo prato. Diz-se que ele surgiu por ocasião do “entrudo”, hoje “Carnaval”, quando os caboclos no decorrer de três dias, deixavam de lado seus afazeres rotineiros e dedicavam-se a dançar o fandango e a comer. As caboclas o preferiam pela facilidade do preparo, sem muito trabalho e participar mais dos festejos, não precisando cozinhar por várias vezes ao dia.

Também tem-se notícias de que surgiu quando os caboclos promoviam mutirão no preparo da terra para o plantação de arroz.

Outra suposição é de que o prato típico é de origem portuguesa, pois, quando os mamelucos vinham à vila trazer produtos da lavoura para seus patrões almoçavam o “Guisado”. Tanto gostaram que introduziram nos sítios onde moravam.



Figura 09 - Barreado

A gastronomia de Morretes não se restringe somente ao Barreado, existe também outras iguarias típicas da região, feitos à base de mandioca, como: bijus de mandipovas, de cuscuz, de tapiócas, casquinhas de burro, espingardinha, dobrada de lenço, broinha e também a farinha de mandioca em especial a branca que tem boa aceitação no mercado local, e principalmente para os turistas.

Os doces artesanais de banana, pêssego, mamão, laranja, rapadura, melado, coco, amendoim e compotas respectivas.

Nos engenhos e fábricas caseiras de Morretes são produzidos os sucos, licores e vinhos de grande variedade de frutas locais, além da famosa “pinga morreteana”.

Os vinhos são feitos de carambola, goiaba, maracujá, guapê, jabuticaba, laranja, mimosa, tucum, maçã, etc...

E, os licores são de figo, limão, laranja, amêndoa, **cointreau**, entre outros.

3.2.5 Artesanato

Morretes, além de ser considerada uma cidade rica em folclore é a “Capital Agrícola do Litoral”, pode ser considerada também como a sede do artesanato da região. Possui uma variedade de peças e utilidades para o lar, as quais são revendidas em parte do país.

Seu artesanato é composto por fibras vegetais, cipó, taquara, argila, cerâmica, etc... A cestaria e os trançados em fibra de herança indígena são práticas artesanais muito utilizadas na região, principalmente na confecção de tecidos e redes.

A cerâmica de Morretes, como toda cidade litorânea é um trabalho predominantemente executado pelas mulheres, cabendo aos homens a tarefa da coleta e queima da argila para a confecção das panelas, bonecos e objetos de decoração entre outros.

O artesanato em madeira, em macramê (trançados em sizal – corda), os abrolhos (trançados em saco alvejados) que transformam em toalhas com franjas, os móveis rústicos além de gamelas, pilões e instrumentos musicais, também compõem o rico trabalho manual do morreteano.

O município é um tradicional produtor de cachaça, por métodos bastante artesanais e utilizando-se de velhos alambiques, que fazem a fama da conhecida pinga morreteana, envelhecida por no mínimo 7 anos em tonéis de várias espécies de madeira, responsáveis pela coloração, aroma e sabor característicos. Por exemplo, a “JD”, de tonalidade amarelada, envelhecida em tonel de carvalho. São as iniciais de João Dias, português que trouxe as primeiras mudas de cana-de-açúcar para o litoral paranaense. Estabeleceu-se primeiramente numa ilha, e, após contato com os índios, veio para Morretes onde instalou o primeiro engenho de cana-de-açúcar e aguardente.

Ainda famosa é a pinga de banana encontrada em quase todo o município, possuindo um sabor inigualável é uma das preferidas entre os apreciadores de

cachaça. Sua elaboração está centrada nos principais alambiques da região, mais precisamente na Estrada do Anhaia.

3.2.6 Artes

A cidade de Morretes merece este espaço em separado, porque a influência de diversas escolas sobre seus filhos e projetando muitos deles, faz com que a cultura artística morreteana tivesse um marco histórico do Paraná.

Nas diversas expressões artísticas, a cidade de Morretes inicialmente se aprimora no ramo da literatura histórica, poética e jornalística, através de José Gonçalves de Moraes, Adolfo Werneck, Silveira Neto, José Gelbeke, Ricardo Lemos e Alberto Cardoso. O mais famoso deste segmento artístico literário foi Rocha Pombo (1857 – 1993), que além de atuar nas três frentes dessa arte foi professor e político. Dirigindo vários jornais em Curitiba e escreveu livros históricos do Paraná, em especial, “Para a História”, inédito até a década de 1980, onde critica as atitudes de seus contemporâneos que fuzilaram o Barão do Serro Azul, durante a Revolução Federalista de 1894. Andrade Muricy, considera que a melhor definição da estética do simbolismo é dada por Rocha Pombo, em forma de alegoria legendária em “A estátua de Hulme”.

Morretes, ainda aparece no cenário artístico com desenhistas e pintores representados por Eros Maichnowitz, Felipe Nicolau e os pintores mais conhecidos:

- Theodoro de Bonna (1904 – 1990), estudando no ateliê de Alfredo Andersen e na Galeria dell’Arte Moderna de Veneza, expôs seus quadros em diversos salões de artistas italianos e na Bienal Internacional de Arte Moderna de Veneza. Voltando para o Brasil em 1930, estabeleceu-se no Rio de Janeiro, onde conviveu com vários artistas brasileiros, entre eles, Cândido Portinari. Seu trabalho é caracterizado por influências dos impressionistas franceses e da dramaticidade expressionista. Suas obras são calcadas na representação das particularidades da paisagem paranaense. Uma de suas obras está

localizada na Igreja Matriz de Morretes, são vários quadros retratando a Via Sacra.

- Lange de Morretes (1892 – 1954), descendente de alemães sob o nome de Frederico Lange, foi para Munique em 1910, onde cursou a Escola Superior de Belas Artes, voltou para Curitiba dez anos depois e dedicou-se à pintura, à ciência e ao magistério em sua própria escola de pintura. Desta saíram nomes como Arthur Níssio, Kurt Boiger entre outros. Juntamente com Guelfi e João Turim, desencadeou o movimento paranista e suas obras são caracterizadas pelo realismo e pelo impressionismo, porém com uma forte individualidade.

Além da literatura e pintura, Morretes é marcada pela escultura de João Turim (1880 – 1949), que graças ao seu talento precoce ganhou uma bolsa de estudos para o curso de Belas Artes na Real Academia de Bruxelas. Transfere-se para Paris em 1911, onde convive com outros artistas paranaenses como Zaco Paraná e Emiliano Pernetá. Viajou pela Europa observando diversas escolas de arte, que mais tarde influenciariam em suas obras quando voltou para Curitiba. Sua obra está diluída pelas praças, jardins públicos e museus de várias cidades brasileiras e européias.

3.3 AS FACILIDADES TURÍSTICAS

Com relação aos serviços e equipamentos turísticos disponíveis no Município de Morretes, a oferta está assim distribuída: segundo a Prefeitura Municipal,¹² em setembro de 1999, Morretes apresentava no setor de hospedagem, hotéis e pousadas que totalizava 10 (dez) estabelecimentos com padrão simples e 4 (quatro) **campings** regularizados em lugares estratégicos mas sem luxo, apenas com a estrutura básica de acampamento.

¹² Home Page: //http.www.prcidade@paranacidade.pr.gov.br. 20.09.99

O município ainda conta com 23 restaurantes que oferecem pratos típicos da região e em sua maioria o “Barreado” é o prato principal. Os maiores restaurantes estão dispostos na margem do Nhundiaquara onde a associação da beleza natural, a arquitetura e a infra-estrutura paisagística são fatores de bela representatividade. Além disso, a cidade conta com 10 (dez) lojas especializadas em artesanato, **souvenirs** e guloseimas da região para melhor atender seus visitantes. Estes estabelecimentos se encontram no centro histórico, em maior número, na Estrada da Graciosa, dentro do município e em outras vias urbanas de maior concentração.

Nos segmentos de apoio que tanto atendem à população visitante como à população local, a cidade de Morretes está bem servida em relação ao número de habitantes e visitantes. A gama de ofertas não chega a ser significativa e variada, mas, atende bem as necessidades no que diz respeito ao número de postos de abastecimento de combustíveis, aos sete postos de saúde, um hospital e maternidade, agências bancárias, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Banco do Estado do Paraná, auto-atendimento bancário que atende 24 horas, agência do correio, polícias militar, civil e florestal, serviços de táxi, posto telefônico, locações de equipamentos para a prática de esportes, biblioteca pública entre outros.

Porém, a carência significativa no campo de lazer, e entretenimento social é visível. Existem na cidade dois clubes sociais (Clube Operário de Morretes e Clube Sete de Setembro), mas os mesmos são restritos aos associados. Não existem salas de espetáculos (cinema), teatro existe mas destinado a ser um ponto turístico e não existe o desenvolvimento de atividades nas artes cênicas. Morretes conta com ginásio de esportes em quadras polivalentes e a frequência não chega a ser significativa, principalmente nos períodos de férias escolares, talvez por isso a cidade não tenha ainda um estádio municipal. Além da ausência desses e de alguns outros fatores ligados às facilidades, a cidade carece de um batalhão do Corpo de Bombeiros que neste caso é servida pelo Corpo do município de Antonina, distante a 14 km.

3.4 A ACESSIBILIDADE

Morretes possui várias áreas que permitem o acesso até ela, mas todos são via terrestre.

Rodovia BR 277 – estrada federal saindo de Curitiba em direção à Paranaguá. O acesso se dá no trevo da “Martha” daí ao centro, dista apenas 4 km. A estrada faz divisa com os municípios de São José dos Pinhais, Morretes, Paranaguá próximo ao Distrito de Alexandra. Todavia, recebe um tráfego intenso de caminhões de cargas com destino ao Porto de Paranaguá. Além do tráfego de milhares de veículos leves que descem às praias nas temporadas de verão (dezembro a março), e no mês de julho. Totalmente asfaltada em duas pistas.

Rodovia PR 410 – conhecida Estrada da Graciosa, parte-se de Curitiba 37 km pela BR 116 onde se inicia a rodovia e percorre-se 20 km até a cidade de Morretes. Concluída em março de 1873, o projeto original era ligar o Porto de Antonina a Curitiba no então caminho dos índios conhecido como **peabirá**. Antonina e Paranaguá disputavam a nova estrada, Paranaguá defendia a construção na estrada de Itupava, e Antonina preferia a Graciosa, menos íngreme e mais curta. Esta pendência só acabou em 1820 quando Dom Pedro I optou pela Graciosa.

Viaja-se tranquilo, sem engarrafamentos e cercado de inúmeras vistas panorâmicas.

Estrada de Ferro – trajeto clássico partindo também de Curitiba em direção ao litoral. Construída em 1880, margeando o Caminho de Itupava, trilha utilizada pelos índios para acessar o Primeiro Planalto. Corta a Mata Atlântica na Serra do Mar onde atravessa túneis, desliza sobre várias pontes e viadutos. Além da beleza inigualável de corredeiras, cascatas, represa, flora e fauna.

A cidade de Morretes não dispõe de um acesso aéreo, por não contar com um aeroporto no município, mas pode contar com dois aeroportos não muito distantes, um em Curitiba, bem estruturado e de padrão internacional e outro na cidade de Paranaguá, mais modesto.

Como as distâncias entre os pontos turísticos do município de Morretes não são muito grandes, a acessibilidade para estes locais pode contar com serviços de táxi e locações de automóveis, serviços de transporte em **vans** e linhas regulares de ônibus urbano.

3.5 A DEMANDA

A cidade de Morretes não dispõe de pesquisas oficiais sobre sua demanda turística, conforme a Paraná Turismo e Secretaria de Esportes e Turismo de Morretes. Para se retratar um perfil dos seus visitantes, como procedência, permanência e motivos da viagem, os mesmos são baseados em análises de observação e levantamentos efetuados nos estabelecimentos comerciais da cidade como restaurantes, pousadas, hotéis e **campings**. Não representando uma demanda efetiva real. Nesta análise foram identificados dois tipos de público que se dirigem ao município, são eles:

- a) **Turistas gastronômicos:** a cidade recebe um grande número de visitantes com essa finalidade. São compostos em sua maioria por famílias ou grupos de pessoas que descem a Serra do Mar para encontrar em Morretes as delícias regionais e o prato mais festejado e procurado nos restaurantes é o famoso Barreado. Esses turistas se apresentam em maior número nos finais de semana ou em feriados prolongados entre o período de setembro e maio. Nos outros meses a frequência cai em decorrência do período do inverno.

- b) Turistas de aventuras: estes turistas são os mais representativos pois abrangem jovens em quase a totalidade. Os mesmos encontram na Mata Atlântica seus pontos preferidos onde encontram o diferencial objetivado no conjunto dos Picos do Marumbi, nos rios e corredeiras sendo o principal o rio Nhundiaquara para a prática do **boiacross**, nas trilhas pelas matas principalmente pelo “Caminho do Itupava” e no **Treakking**.

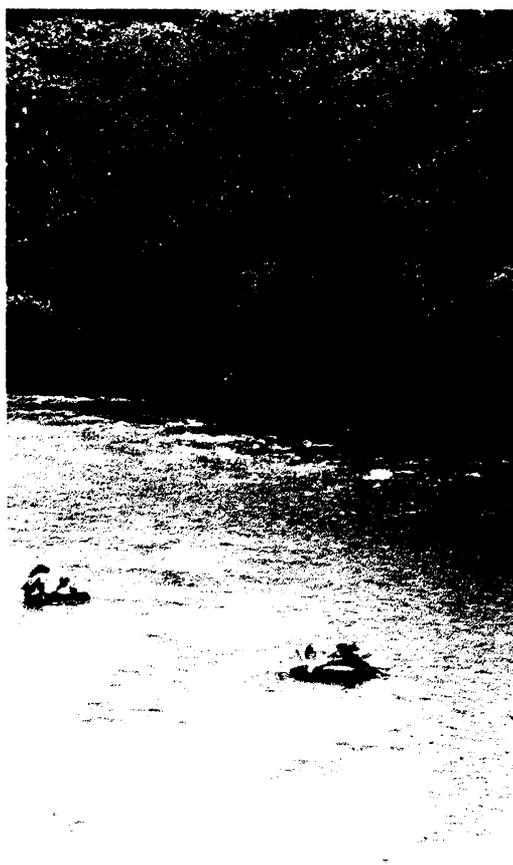


Figura 10 – Prática do **boiacross**

Neste caso, pode ser constatado que a demanda do Município de Morretes é sazonal. Pois, a freqüência de seus visitantes é acentuada principalmente nos finais de semana e feriados.

Então, faz-se necessário que entidades turísticas, e interessados se engajem em prol do turismo fazendo com que a demanda do município possa ser aumentada durante a semana através de eventos.

Vale como sugestão, a proposta de planejamento turístico e um modelo de Questionário da Demanda elaborado pela EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo (anexo 2), no qual pode ser adaptado à realidade de cada município. Com isso, a possibilidade de estudos é maior objetivando suprir as carências aumentando a demanda e diminuindo a sazonalidade.

3.6 ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS

Conforme a Associação dos Municípios do Litoral do Paraná – AMLIPA¹³, a população de Morretes em 1999 está definida em 7.207 habitantes na área urbana e 8.870 habitantes na zona rural, perfazendo um total de 16.077 habitantes. A taxa anual de crescimento na zona urbana é de 2,16% e na zona rural de 3,21%.

A economia do município de Morretes está alicerçada na agricultura onde se destaca a horticultura e seu principal produto atualmente é o gengibre, sendo do município o maior produtor e exportador do Brasil.

Na indústria, destacam-se a John Faber do Paraná S. A. e a Indústria de Papel São Marcos Ltda, além de engenhos de aguardente e muitas outras pequenas indústrias que se dedicam ao fabrico de doces, sucos, melados e farinhas, artesanalmente.

A participação no PIB – Produto Interno Bruto no município vem da agricultura, que corresponde com 27,66 %, da indústria com seus 6,47% e do setor de serviços com 65,89%.

¹³ Home Page: <http://www.prcidade@paranacidade.pr.gov.br> 20.09.99

TABELA 1 : DISTRIBUIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS

Setor	Nº Total de Estabelecimentos no Município
Indústria	23
Comércio Varejista	109
Comércio Atacadista	6
Serviços	57

FONTE: Paraná Cidade, 1999.

A população economicamente ativa da cidade está em 7.277 habitantes que na agricultura apresentam seus principais produtos agro-silvo-pastoris (gingibre, banana e pepino), e na indústria, a Editorial e Gráfica, Produtos Minerais não Metálicos, Produtos Alimentares e Extração de Minerais.

Os recursos financeiros (os repasses) provém do ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, IPVA – Imposto sobre Proprietários de Veículos Automotores, do Fundo de Exportação, dos **Royalties** de Petróleo, da Bacia do Litoral Paranaense que atende as cidades litorâneas e o “ICMS Ecológico”.

Analisando os dados obtidos referentes ao Município de Morretes, pode-se dizer que o município é rico em recursos naturais.

A exploração turística está baseada nestes atrativos, e, os mesmos fazem parte do Sistema Estadual de Unidades de Conservação. Estas áreas estão sob a responsabilidade do IAP – Instituto Ambiental do Paraná.

4 FESTA FEIRA AGRÍCOLA E ARTESANAL

O município que sempre foi considerado basicamente agrícola, desperta agora para a vocação turística. Principalmente, porque possui natureza generosa e bela arquitetura colonial com suas janelas em arcos do século passado, quando da visita do Imperador Dom Pedro II.

Porém, um evento jovem que objetiva promover e divulgar os produtos agrícolas e artesanais, além do potencial turístico cultural e gastronômico da cidade, tem obtido boa aceitação pelos visitantes e a cada ano o evento supera o anterior, garantindo assim sua continuidade e estimulando o aperfeiçoamento.

Em área específica, a Feira se situa às margens do rio Nhundiaquara no centro histórico entre o marco zero e o late Clube Barreiros, possibilitando a comercialização dos produtos diretamente com o público consumidor.

Produtos estes basicamente compostos de artesanato em cipó, madeira, corda, cerâmica e outros. Olerícolas em geral, melado, balas de banana, mel e derivados, maracujá, milho verde, cachaça, farinha de mandioca, queijo de búfalo e produtos da indústria caseira como o vinho de jabuticaba, de carambola, de laranja, etc...

Além disso, há exposições de produtos agrícolas, animais, flores, indústria em geral e **Shows**.

Para se avaliar a proporção que a Festa Feira de Morretes atinge, é apresentado na seqüência o perfil da demanda turística objetivando as condições favoráveis ou não da mesma.

Através de uma pesquisa realizada pela Paraná Turismo, no ano de 1988, durante a XV Festa Ferial Agrícola e Artesanal, ocorrida nos dias 01, 02 e 03/05/98. Foram levadas em consideração que o conhecimento das informações são necessárias para as ações que deverão ser norteadas em prol do desenvolvimento e melhor organização deste evento.

A pesquisa não consta de números oficiais de entrevistados, estando as informações calculadas em percentual. Portanto, do total de entrevistados nos três dias durante o evento percebe-se que a diferença entre o sexo feminino é muito pequena (6,6 %). O total de visitante do sexo feminino é superior, atingindo o índice de 53,3 %, contra 46,7 % de público masculino.

A origem destes visitantes é variada conforme os dados coletados e claramente aponta o maior público oriundo do próprio Estado do Paraná, que responde à 95,6 % deste público e 4,4 % divididos em partes iguais para os Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Confirmando as estimativas sobre a origem do turista de Morretes, a Festa Feira apresenta 44,4% de seu público originado da capital do Estado – Curitiba, Paranaguá se apresenta na segunda colocação respondendo com 23,3% dos entrevistados e Antonina em terceiro lugar com o índice de 5,7% do público nos três dias da Feira. Outras cidades do Estado do Paraná, aparecem na entrevista mas com um percentual muito baixo conforme nos mostra a tabela abaixo.

TABELA – 3 RESIDÊNCIA PERMANENTE DO ENTREVISTADO

ORIGEM	PERCENTUAL (%)
Curitiba	44,4
Paranaguá	23,3
Antonina	5,7
Ponta Grossa	4,5
São José dos Pinhais	4,5
Pontal do Paraná	3,3
Londrina	2,2
Matinhos	2,2
Campo Largo	1,1
Colombo	1,1
Foz do Iguaçu	1,1
Guaratuba	1,1
Lapa	1,1
Subtotal do Paraná	95,6
Santa Catarina	2,2
Rio Grande do Sul	2,2
Subtotal outros estados	4,4
TOTAL	100,00

Fonte: Paraná Turismo, 1998.

É visível que o grande público, quase metade do fluxo de visitantes é de Curitiba e somando-se com Paranaguá e Antonina obtém-se o índice de quase 75 % dos visitantes da Feira. Este fator deve-se à proximidade (distância) do município de Morretes com as mesmas. Também é evidente que na pesquisa, o foco foi direcionado aos visitantes e não inclui os de residência fixa em Morretes.

Referente ao meio de transporte utilizado por estes visitantes, todos terrestres, o automóvel é disparado o de maior incidência com 70,1% dos entrevistados.

O acesso ferroviário, de grande atração turística surpreende por ser o último colocado da pesquisa com 2,2%. A desvantagem desse meio de transporte é que a pessoas ao depender do mesmo, também fica presa à horários pré-estabelecidos além do tempo de deslocamento que triplica em relação ao automóvel. Fator este levando-se em consideração que o principal pólo emissor é Curitiba.

Os outros meios de transporte utilizados para se chegar a Morretes, constam no quadro abaixo com seus índices percentuais correspondendo a cada veículo.

TABELA 4 – MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR A CIDADE

TRANSPORTE	PERCENTUAL (%)
Automóvel	70,1
Ônibus	18,9
Moto	4,4
Utilitário	4,4
Trem	2,2
TOTAL	100,0

Fonte: Paraná Turismo, 1998

A Festa Feira em Morretes por ser um evento que ocorre em vários dias seguidos, traz a necessidade de se conhecer e saber se existe meios de hospedagem na cidade no que se refere aos visitantes.

A Paraná Turismo ao entrevistar o público detectou que 92,2% dos visitantes não se hospedam na cidade ou seja, esse visitante passa pela cidade algumas horas do dia não precisando pernoitar ou ultrapassar 24 horas na localidade, 3,4%

TABELA 5 – TEMPO DE PERMANÊNCIA NO EVENTO

PERMANÊNCIA	PERCENTUAL (%)
3 Horas	32,2
4 Horas	28,9
2 Horas	20,0
5 Horas	11,1
1 Hora	6,7
6 Horas	1,1
MÉDIA DE HORAS	3,2

Fonte: Paraná Turismo, 1998

Vários são os fatores que levam uma pessoa à uma determinada localidade. Por isso, é fundamental que se saiba qual foi o motivo que levou o visitante ao evento, para que se possa traçar diretrizes enfocando os mais representativos, visando aumentar a demanda nos eventos futuros.

A Festa Feira Agrícola e Artesanal de Morretes traz diversos motivos na enquete efetuada de 1998 e, os mesmos estão dispostos na seqüência. O evento em si representa a maioria dos entrevistados seguidos de diversos outros motivos como pode ser observado.

Dos doze motivos apresentados, porém, somente quatro não fazem parte da feira, a cidade, o terminal turístico, os que estavam de passagem e visita a parente. Isto mostra que os quatro dados acima não são componentes diretamente da feira, em contrapartida, outros itens votados como: a comida, o artesanato, o barreado, o lazer, o churrasco de búfalo, os negócios e os **shows** são componentes que fazem o evento acontecer podendo ser considerado o próprio evento.

Então, se somarmos todos os percentuais que correspondem ao evento em si, têm-se o significativo índice percentual de 82% de visitação direcionado para o próprio evento.

TABELA 6 – MOTIVO QUE O LEVOU AO EVENTO

MOTIVO	PERCENTUAL (%)
O Evento	59,6
A Cidade	7,9
Comida	6,7
Artesanato	5,6
Terminal Turístico	5,6
Barreado	4,5
Passagem	3,4
Lazer	2,3
Churrasco de Búfalo	1,1
Negócios	1,1
Shows	1,1
Visitar Irmã	1,1
TOTAL	100,0

Fonte: Paraná Turismo, 1998

Quanto a intenção deste público entrevistado retornar em feiras posteriores, fica claro com os dados obtidos que a feira é viável. Para que se obtenha uma maior dimensão, é necessário alguns ajustes que venham a colaborar com o engrandecimento do evento.

Dos entrevistados 94% têm a intenção de retornar à Feira de Morretes no ano seguinte, maioria esmagadora que precisa ser atendida em suas necessidades. Suprir pequenas falhas que não comprometem o evento todo para mostrar organização e respeito ao público visitante é o que cabe aos organizadores.

Dos 5,6% restantes que informaram não ter intenção de retornar ao evento, foi indagado qual o motivo da resposta negativa. E, eis as respostas obtidas neste quesito: a comida fez mal, fora da estrada (acesso), muito longe de casa, não gostou da cidade e não gostou do evento.

Portanto, para que este índice percentual negativo não cresça nos próximos anos, é necessário trabalhar em cima destas questões visando minorar ou anulá-las.

Cabe ao setor ou departamento de comunicação do evento se inteirar do retorno do programa de mídia executado. Então, faz-se necessário a elaboração de levantamentos de como o entrevistado ficou sabendo do evento. Estas informações estão dispostas no quadro abaixo, onde, à partir dela pode-se programar melhor e maximizar a demanda turística do evento.

A estratégia neste caso pode ser o investimento ser direcionado em sua maioria aos meios de comunicação de massa mais influentes no país (televisão e rádio), porque no caso da Festa Feira responde à 62% dos entrevistados. Também pode ser lançado noutro meio de comunicação que obtém retorno considerável, como os cartazes divulgados no interior de ônibus coletivo onde originam os maiores freqüentadores da festa, como já dito, Curitiba, Paranaguá e Antonina.

TABELA 7 – ONDE VOCÊ VIU, OUVIU A PROPAGANDA DESTE EVENTO

PROPAGANDA	PERCENTUAL (%)
Televisão	40,2
Rádio	21,8
Parentes/Amigos	19,5
Folheto Avulso	8,0
Jornal	5,7
Associação dos Artesãos	1,2
Camping	1,2
Praia	1,2
Vieram conhecer a cidade (de passagem)	1,2
TOTAL	100,0

Fonte: Paraná Turismo, 1998

De toda a pesquisa efetuada, o índice percentual mais diluído foi a Ocupação principal do entrevistado. Pessoas de quase todas as áreas de atuação se fizeram presentes neste evento. Detalhadamente é apresentado o gráfico com as informações colhidas dos visitantes e suas ocupações, sendo a atividade comercial a de maior representatividade.

TABELA 8 – OCUPAÇÃO PRINCIPAL DO ENTREVISTADO

OCUPAÇÃO	PERCENTUAL (%)
Comércio	23,4
Outros	15,8
Aposentado	11,1
Nível Secundário	10,0
Do lar	7,8
Professor	6,7
Profissional liberal	5,4
Administrador/Industrial	4,4
Estudante	4,4
Funcionário Público	3,3
Área Médica	2,2
Engenharia	2,2
Profissões Técnicas/Científicas	2,2
Bancário	1,1
TOTAL	100,0

No que concerne a forma de visita ao evento, que quer dizer que, se o entrevistado estava em família, em grupo, desacompanhado ou em excursão. O primeiro grupo se destacava na primeira colocação representando 67,8% dos visitantes entre os visitados, os que se apresentam em grupo respondem por 21,1%,

organização com 3,9% dos entrevistados, sendo a variedade responsável pela segunda colocação.

Nota-se claramente nesta avaliação que os fatores que mais pesaram negativamente para o visitante, conceituando a qualidade das atrações como ruim e péssimo foram fatores organização e variedade.

TABELA 10 – QUALIFICAÇÃO SOBRE AS ATRAÇÕES

QUANTO À	PERCENTUAL (%)		
	RUIM	REGULAR	BOM
Localização	2,3	9,1	88,6
Coordenação	2,8	16,7	80,5
Orientação	1,8	20,0	78,2
Organização	3,9	19,2	76,9
Variedade	3,8	42,5	53,7

Fonte: Paraná Turismo, 1998

Ainda no que diz respeito à qualificação, foi pesquisado a infra-estrutura do local do evento. Utilizando os mesmos conceitos, foram levantados nove fatores de interesse para avaliação.

O fator segurança desponta na primeira colocação com o invejável índice de 95,2%, mas, em compensação noutra extremidade, o estacionamento e o que apresenta maior fragilidade no conceito bom.

O estacionamento é o ponto mais crítico na qualificação sobre a infra-estrutura, tem o pior desempenho no conceito ruim, é o terceiro colocado no conceito regular e o último no conceito bom.

A área de lazer também merece atenção especial, pois, no conceito bom se apresenta na penúltima colocação; é o pior no conceito regular e o terceiro no conceito ruim.

Portanto, a atenção para os organizadores do evento devem estar direcionados nas áreas de lazer e estacionamento para a avaliação da feira nos anos seguintes.

TABELA 11 – QUALIFICAÇÃO SOBRE A INFRA-ESTRUTURA DO LOCAL DO EVENTO

ITENS	PERCENTUAL (%)		
	RUIM	REGULAR	BOM
Segurança	1,2	3,6	95,2
Disposição da Barracas	0,0	5,1	94,9
Localização dos Expositores	0,0	11,5	88,5
Área de Vendas	3,1	9,2	87,7
Limpeza	1,2	14,3	84,5
Serviços de Alimentação	3,6	14,3	82,1
Sinalização	10,4	27,3	62,3
Área de Lazer	6,2	32,3	61,5
Estacionamento	30,4	25,3	44,3

Fonte: Paraná Turismo, 1998

Para a conclusão deste levantamento, são apresentados os dados coletados com referência à renda média do visitante, o gasto médio por pessoa no local e a média de idade dos entrevistados.

Os dados apresentados que envolvem valores monetários estão dispostos com a moeda Norte Americana (Dólar) e também mostra que os entrevistados

possuem bom padrão salarial. Quanto aos gastos efetuados na feira, pode ser considerado como regular porque os produtos ofertados no local são na média mais baratos.

A atratividade da feira está na possibilidade de adquirir produtos, principalmente, alimentícios à baixo custo diretamente do produtor evitando os atravessadores.

TABELA – 12 RENDA, GASTOS e IDADE

Renda média (US\$)	1.335,60
Gasto Médio (US\$)	13,4
Média de Idade	36,4

Fonte: Paraná Turismo, 1998

Todos os dados coletados e explorados neste trabalho tem como meta estimular o conhecimento, a difusão e o desenvolvimento de ações promocionais em rol do evento.

Somente após o conhecimento da realidade é que se poderá difundir e desenvolver a Festa Feira, adequando à infra-estrutura do município tanto urbano com turístico a realidade econômica.

Também, visa contribuir tanto na classe governamental como na empresarial de investidores interessados na ampliação do evento e de outros que possam ser criados na cidade.

Para isso, a necessidade de melhorar e organizar os pontos mais sensíveis deste evento se colocam prioritários. Uma vez que a demanda do evento à cada

ano, faz-se importante direcionar a reorganização principalmente na qualificação sobre as atrações e sobre a infra-estrutura do local do evento.

Consequentemente, o tempo de permanência assim como o gasto médio tendem a aumentar. Já o plano de **Marketing** na área privada, poderá ser desenvolvido através de parcerias com associações, igrejas e escolas dos principais pólos emissores na elaboração de excursões.

Todos estes estudos devem ser direcionados não somente nos aspectos acima, mas, também no forte da Feira que corresponde aos produtos agrícolas, produtos naturais e artesanato, sem deixar de esquecer a parte de exposições e dos **Shows** que, com artistas de renome nacional o aumento do público é notório.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Através de todos os dados levantados sobre o município de Morretes, pode-se mencionar que a cidade já atende aos requisitos mínimos exigidos para a atividade turística.

Porém, o município carece de um planejamento turístico que possa alavancar o desenvolvimento da atividade e manter o patrimônio existente conservado. É imprescindível neste aspecto o apoio da população local, das entidades governamentais e empresariais.

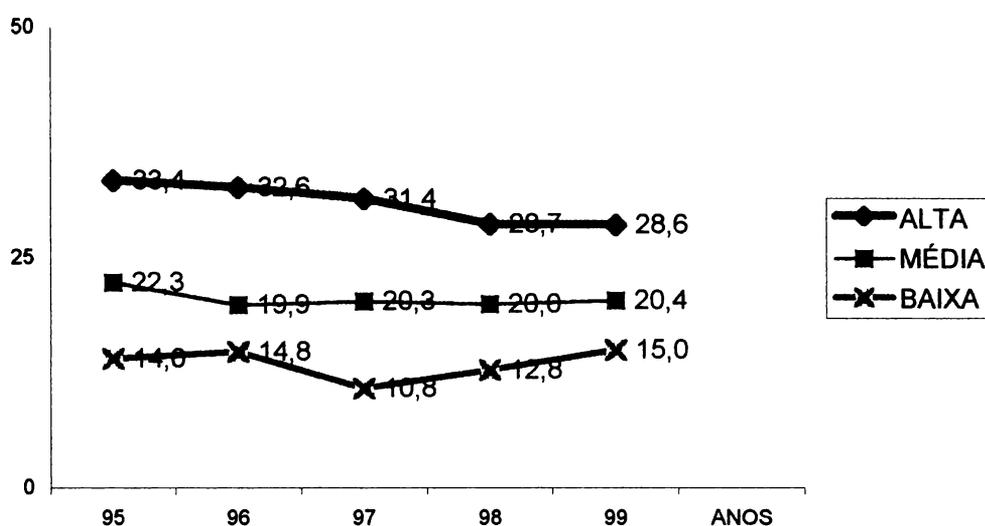
Os atrativos oferecidos aos visitantes são em sua maioria os atrativos naturais, mas, tais atrativos devido a demanda sofre com a interferência do homem sobre o meio, exemplo claro é o rio Nhundiaquara onde, a cada ano o número de visitantes aumenta. Toda a área que margeia o rio sofre com a influência antrópica o que está ocasionando a degradação; caminhos são abertos nas margens, barracas e pontos de locação de bóia e vendas de produtos alimentícios se instalam sem controle. Isto tudo sem mencionar o lixo deixado pelos visitantes devido à falta de esclarecimento e conscientização ecológica.

Não basta a cidade de Morretes ter os atrativos e a acessibilidade, porque a complexidade para tornar um local em atrativo turístico é muito grande e vários fatores bem interligados e harmonizados é que farão o sucesso da atividade. Tais fatores que na área de estudos de **Marketing**, da engenharia florestal, geografia, economia, administração e outros é que fornecerão dados suficientes para o desenvolvimento da atividade turística.

Sem esquecer que no fator serviços, o aspecto qualidade é fundamental, pois é ela quem assegura e projeta a demanda turística de uma localidade. Por isso, as

A seguir pode ser confirmado os dados fornecidos pelo SIMEPAR – Sistema Meteorológico do Paraná, onde são apresentados a média de temperatura ($^{\circ}\text{C}$), umidade (%), precipitações (mm), insolação (h) e vento (m/s), nos últimos cinco anos, e excepcionalmente o ano de 1999, os dados correspondem até 30.06.1999.

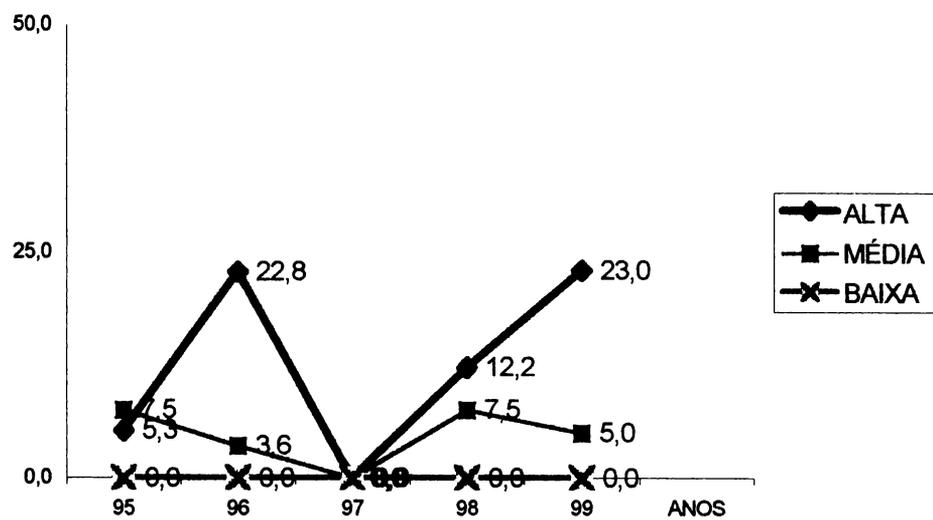
Temperatura ($^{\circ}\text{C}$)



Fonte: SIMEPAR, 99.

Conforme pode ser observado, não houve nos últimos anos, extremos quanto à temperatura, ficando a média em $20,4^{\circ}\text{C}$, e mínima girando em torno de $13,4^{\circ}\text{C}$ e a máxima em $30,7^{\circ}\text{C}$.

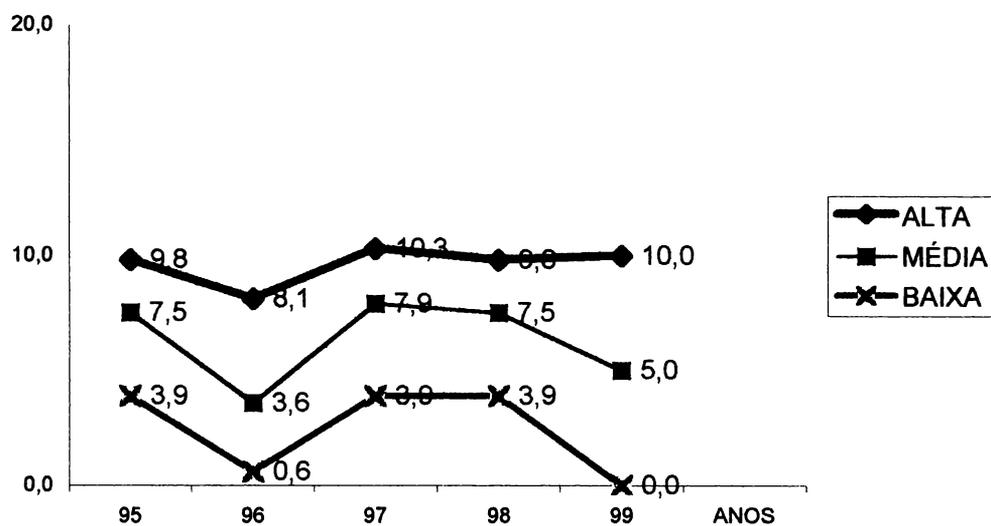
Precipitação (mm)



Fonte: SIMEPAR, 99

Nos últimos cinco anos foi registrado a precipitação mínima em 0,0 mm, e em 1997 não foi registrado precipitação pluviométrica, ou seja, mínima, média e máxima de 0,0 mm.

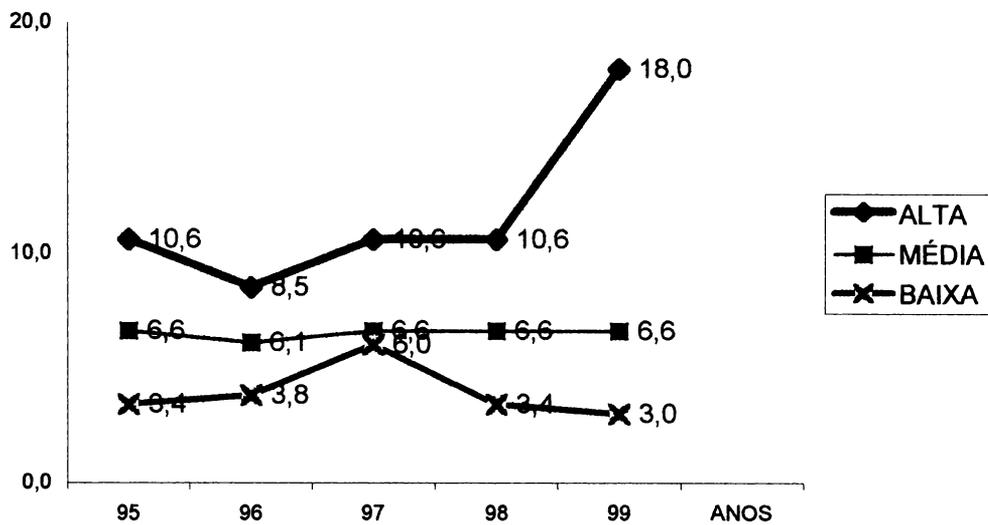
Insolação (h)



Fonte: SIMEPAR, 99

As horas de sol que se sucederam no evento nos últimos cinco anos, se mostraram suficientes. A média apresentada foi de 6,3 h e o ano mais iluminado foi em 1997. A mínima foi de 2,4h e a média máxima de 7,6 h. Vale lembrar que neste mês, não incide nas datas o horário de verão.

Vento (m/s)



Fonte: SIMEPAR, 99

Os ventos também não tiveram participação que pudesse afetar o andamento da Feira nos últimos cinco anos. Teve uma média de 6,5 m/s, média mínima de 3,9 m/s e uma média máxima de 11,6 m/s.

Os dados anteriormente citados são importantes para se comprovar que o fator climático na Festa Feira Agrícola e Artesanal em Morretes não interfere no bom funcionamento do evento porque não é um período de chuvas, nem de insolação elevada, tão pouco de rajadas de ventos incômodas.

Quanto à pesquisa da demanda turística de evento é necessário alguns ajustes para que a possibilidade de aumento da demanda se concretize.

Na entrevista efetuada em 01.02 e 03.05.98 fica notório que existe um equilíbrio entre seus freqüentadores tanto do sexo feminino, quanto do sexo masculino. A diferença de 6,6% à favor das mulheres constata ainda que pode-se considerar uma igualdade se for considerado que ainda houve mais 7 dias de evento.

Sobre a residência permanente do visitante ficou constatado que o Estado do Paraná detém 96,6% de seu público, e que os investimentos na área de comunicação devem ser direcionados para as cidades próximas, num raio de 1 (uma) hora, principalmente na capital do Estado – Curitiba que responde sozinha à quase 50% do visitante.

Para aumentar o índice de permanência no evento, é necessário que a comissão organizadora tome alguns procedimentos visando este objetivo, como:

- infra-estrutura – na pesquisa foi detectado que os dois piores índices neste aspecto constam como o estacionamento e a área de lazer. Somente com a ampliação e também oferecendo segurança e qualidade é que pode garantir uma maior fatia da demanda em prol da Festa Feira. Isto cabe à organização do evento formar parceria com a entidade municipal e oferecer aos visitantes condições de maior aproveitamento do evento.

Cabe também à Organização aumentar e diversificar a área de lazer, se for o caso, contratar ou efetuar parcerias com parques de diversão onde estes possam oferecer maiores opções de diversão para atrair um maior público, realizar competições aquáticas, realizar desfiles, leilões de animais e promover excursões.

“Ouvir” e atender o cliente neste caso é muito importante para garantir a sustentabilidade do evento, e a permanência do evento poderá ser delatada se a cada ano os investimentos nos campos de baixa avaliação forem sanados.

Conseqüentemente poderá haver alterações em outros aspectos como o meio de hospedagem onde os índices constatados poderão sofrer permuta em favor da casa de parentes/amigos, **camping** e hotel.

- O motivo que o levou ao evento;
- Como ficou sabendo do evento;
- A qualificação;
- As atrações – fator nevrálgico porque na avaliação da pesquisa, se coloca em último lugar no conceito bom, e a segunda na pior colocação,
- A média de gasto na feira, etc...

Na mesma pesquisa efetuada pela Paraná Turismo, pode ser encontrada um item que aborda os atrativos do município de Morretes e sua avaliação como segue.

TABELA 13 – ATRATIVOS TURÍSTICOS VISITADOS

ATRATIVO TURÍSTICO	%	NÃO VISITARAM	VISITARAM		
			RUIM	REGULAR	BOM
Cascatinha		97,8	100,0
Graciosa		90,0	100,0
Marumbi		98,9	100,0
Reomar		98,9	100,0
Salto dos Macacos		97,8	100,0
Casa Rocha Pombo		74,4	...	4,4	95,6
Artesanato		41,1	...	5,7	94,3
Igrejas		78,9	...	15,8	84,2
Ferrovária		91,1	12,5	12,5	75,0

Fonte: Paraná Turismo, 1998

... o dado existe, mas é desconhecido.

Estes dados auxiliam não só aos organizadores do evento com também a Secretaria de Turismo de Morretes. Conforme a avaliação em questão, constata-se que 85,4 % dos entrevistados, foram exclusivamente para o evento.

Dos 14,6 % restantes que estiveram nos atrativos turísticos da cidade, a unanimidade é visível no conceito bom para os atrativos naturais. Os atrativos culturais tiveram diluídas suas avaliações nos conceitos bom, regular e ruim, cabendo à Estação Ferroviária o pior conceito.

Isto quer dizer que as autoridades do segmento de Turismo tem de tomar providências à respeito destes itens. A Estação Ferroviária – portão de entrada do acesso terrestre ferroviário não pode condizer com uma avaliação deste tipo, por isso, são necessárias ações que visem a recuperação do local que possui uma das vistas mais bonitas do maciço do Marumbi.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após uma abordagem sobre os aspectos turísticos do município de Morretes, pôde-se constatar que quantitativamente a cidade oferece um grande número de atrativos naturais além de histórico-culturais, gastronomia, eventos dentre outros.

Através destes aspectos foi percebido que a grande potencialidade existente para o município, decorre da gastronomia e da exploração dos recursos naturais. Sendo bem elaborado nestes dois aspectos, o desenvolvimento do turismo para Morretes fica facilitado.

Porém, a sazonalidade na demanda precisa ser melhor trabalhada pelos órgãos competentes ligados ao Turismo, porque, a cidade de Morretes apresenta um diferencial em relação aos outros municípios do litoral paranaense. Durante todo o ano, o município registra uma constante elevação no número de visitantes principalmente nos finais de semana onde os mesmos procuram o contato com a natureza (recursos hídricos) e a gastronomia.

Com a economia fincada na agricultura, pois, é ela quem abastece as unidades litorâneas, Curitiba e Região Metropolitana, encontra dificuldades para o desenvolvimento econômico de melhor retorno com a área industrial. Também, devido à decretos e leis que foram criados para áreas destinadas à parques estaduais e a área de Especial Interesse Turístico que reservam à Morretes apenas uma área de ocupação equivalente à 30% de seu território.

Mas, ao invés de sofrer com as limitações da legislação ambiental, a cidade vê na possibilidade de implementação do Ecoturismo, o caminho para uma recuperação econômica nos próximos anos.

Na segmentação de mercado do Turismo, encontramos uma grande variedade de definições, mas o segmento de eventos na atualidade, é responsável por grande fator na demanda de uma localidade. As páginas procedentes nos fornecem subsídios que comprovam esta indicação , pois, de ano para ano, a receptividade da Festa Feira Agrícola e Artesanal apresenta um número cada vez maior de visitantes.

Morretes tanto percebeu este aspecto que possui um Calendário de Eventos com programações para todos os meses do ano, exceto o mês de agosto. São eventos em sua grande maioria voltadas para a religiosidade, os eventos são realizados em homenagens a diversos santos evocando na população a preservação e divulgação de sua cultura.

A possibilidade de implementação do Ecoturismo e a realização de eventos, para que seja rentável ao município, existe a necessidade de se organizar melhor o setor turístico. Como por exemplo, a infra-estrutura básica instalada e melhorando os equipamentos e serviços turísticos, que a população local esteja envolvida em todo o processo de planejamento e na reestruturação do turismo salienta NERI (1999, p.63)¹⁴.

Portanto, o Planejamento Turístico de Morretes se faz necessário para que possam ser definidas as linhas mestras para o desenvolvimento regional, principalmente no que diz respeito aos eventos.

A elaboração do Plano facilitará a concretização para uma integração dos setores público e privado, que por sua vez tornariam viáveis os investimentos na cidade. Investimentos estes que obteriam resultados satisfatórios para a população local e visitante.

¹⁴ NERI, Luciane F. **O município de Guaratuba como pólo turístico**. Curitiba : 1999.

ANEXO 1 – SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA TURÍSTICA

CRITÉRIOS DE SEGMENTAÇÃO	SEGMENTOS
Idade	Infantil Juvenil Tradicional
Formas de Acompanhamento	Individual Familiar Grupo
Nível de Renda do Turista	Popular Familiar Grupos
Geográfico	Local Regional Interestadual Intercontinental
Duração da viagem	Excursionismo Curta duração Longa duração
Motivação da Viagem	Negócios Eventos Religião Saúde Visita a parentes Compras Lazer Aventura Esportes Cultura Ecoturismo
Local do Turismo	Praia Montanha Campo Selva Estações de Esqui
Meio de Transporte	Rodoviário Ferroviário Aéreo Ciclístico Hípico Náutico Treakking

MODELO DE QUESTIONÁRIO DA DEMANDA



ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA		PESQUISA SOBRE TURISMO RECEPTIVO	
NÃO É NECESSÁRIO IDENTIFICAR O ENTREVISTADO		ENTREVISTADOR Nº DATA: LOCAL DA ENTREVISTA:	
1. QUAL A SUA RESIDÊNCIA PERMANENTE ?	1	7. VIAJA:	7
1.1 Se brasileiro: Município: _____ U.F.: _____		7.1 Só <input type="checkbox"/> QUANTAS PESSOAS INCLUINDO VOCÊ? G	
1.2 Se estrangeiro: País: _____		7.2 Em grupo <input type="checkbox"/> → 7.2.1 <input type="checkbox"/> F	
		7.3 Com família <input type="checkbox"/> → 7.3.1 <input type="checkbox"/>	
2. QUANTOS DIAS PERMANECEU NESTA CIDADE ?	2	8. SEXO (se em grupo e/ou família, preencher para a totalidade do grupo e/ou família):	8
2.1 _____ Dias		8.1 Masculino <input type="checkbox"/> M	
		8.2 Feminino <input type="checkbox"/> F	
3. QUAL O MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO NESTA CIDADE ?	3	9. IDADE (se em grupo e/ou família, preencher para a totalidade do grupo e/ou família):	9
3.1 Hotel <input type="checkbox"/>		9.1 Menos de 18 <input type="checkbox"/> 1	
3.2 Motel, Hospedaria (Pensão) <input type="checkbox"/>		9.2 18 a 25 <input type="checkbox"/> 2	
3.3 Casa própria ou alugada <input type="checkbox"/>		9.3 26 a 34 <input type="checkbox"/> 3	
3.4 Casa de amigos ou parentes <input type="checkbox"/>		9.4 35 a 50 <input type="checkbox"/> 4	
3.5 Outros (especifique) _____ <input type="checkbox"/>		9.5 51 a 65 <input type="checkbox"/> 5	
4. EM QUE HOTEL SE HOSPEDOU ?	4	9.6 Mais de 65 <input type="checkbox"/> 6	
4.1 _____		10. QUANTO GASTOU PARA VIR DE SUA RESIDÊNCIA ATÉ ESTA CIDADE?	10
5. QUAL A SUA PROFISSÃO?	5	10.1 Cr\$ _____	
5.1 _____		11. QUANTAS PESSOAS ESTÃO INCLUÍDAS NESSE GASTO?	11
6. QUAL O MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR A ESTA CIDADE?	6	11.1 _____ Pessoas	
6.1 Ônibus <input type="checkbox"/>		12. QUAL O SEU GASTO NESTA CIDADE, APROXIMADAMENTE, EXCLUINDO O GASTO INDICADO NO ÍTEM 10 (hospedagem, alimentação, transporte local, diversão, compras, etc)	12
6.2 Automóvel <input type="checkbox"/>		12.1 Cr\$ _____	
6.3 Avião <input type="checkbox"/>			
6.4 Trem <input type="checkbox"/>			
6.5 Navio <input type="checkbox"/>			
6.6 Outros <input type="checkbox"/>			

<p>13. QUANTAS PESSOAS ESTÃO INCLUÍDAS NESSE GASTO?</p> <p>13.1 _____ Pessoas</p>	<p>13</p>	<p>20. SE VEIO A TURISMO, QUAL O VEÍCULO DE PROPAGANDA QUE O INFLUENCIOU VIR A ESTA CIDADE?</p> <p>20.1 Folhetos, Revistas e Publicações_ <input type="checkbox"/></p> <p>20.2 Rádio, TV ou Filmes _ <input type="checkbox"/></p> <p>20.3 Amigos ou Parentes _ <input type="checkbox"/></p> <p>20.4 Outros (especifique) _____ <input type="checkbox"/></p>	<p>20</p>
<p>14. QUAL A RENDA BRUTA MENSAL?</p> <p>14.1 Individual Cr\$ _____ I</p> <p>14.2 Familiar Cr\$ _____ F</p>	<p>14</p>	<p>21. QUALIFIQUE A PROPAGANDA DO TURISMO PARA ESTA CIDADE (folheto, anúncios em jornais, revistas, rádios, televisões etc.)</p> <p>21.1 Excelente _ <input type="checkbox"/></p> <p>21.2 Boa _ <input type="checkbox"/></p> <p>21.3 Regular _ <input type="checkbox"/></p> <p>21.4 Ruim _ <input type="checkbox"/></p> <p>21.5 Muito Ruim _ <input type="checkbox"/></p>	<p>21</p>
<p>15. SUA VIAGEM FOI ORGANIZADA POR AGÊNCIA?</p> <p>15.1 SIM _ <input type="checkbox"/></p> <p>15.2 NÃO _ <input type="checkbox"/></p>	<p>15</p>	<p>22. ANTES DE CHEGAR A ESTA CIDADE, QUAL ERA A SUA EXPECTATIVA QUANTO A OFERTA TURÍSTICA DESTA CIDADE? (Infra-estrutura urbana, equipamentos turísticos e atrativos turísticos)</p> <p>22.1 Excelente _ <input type="checkbox"/></p> <p>22.2 Boa _ <input type="checkbox"/></p> <p>22.3 Regular _ <input type="checkbox"/></p> <p>22.4 Ruim _ <input type="checkbox"/></p> <p>22.5 Muito Ruim _ <input type="checkbox"/></p>	<p>22</p>
<p>16. UTILIZOU</p> <p>16.1 Programa Brasil Turístico _ <input type="checkbox"/></p> <p>16.2 Brasil "Airpass" _ <input type="checkbox"/></p> <p>16.3 Nenhum programa acima _ <input type="checkbox"/></p>	<p>16</p>	<p>23. DEPOIS DE TER UTILIZADO A OFERTA TURÍSTICA DESTA CIDADE, COMO VOCÊ A QUALIFICA?</p> <p>23.1 Excelente _ <input type="checkbox"/></p> <p>23.2 Boa _ <input type="checkbox"/></p> <p>23.3 Regular _ <input type="checkbox"/></p> <p>23.4 Ruim _ <input type="checkbox"/></p> <p>23.5 Muito Ruim _ <input type="checkbox"/></p>	<p>23</p>
<p>17. COMO APROVEITOU SEU TEMPO LIVRE NESTA CIDADE (além de conhecer o seu principal atrativo turístico) ?</p> <p>17.1 Visitações _ <input type="checkbox"/></p> <p>17.2 Diversões _ <input type="checkbox"/></p> <p>17.3 Recreações _ <input type="checkbox"/></p> <p>17.4 Repouso _ <input type="checkbox"/></p> <p>17.5 Esportes _ <input type="checkbox"/></p> <p>17.6 Atividades Sociais _ <input type="checkbox"/></p>	<p>17</p>	<p>24. QUE CIDADES VISITOU ANTES DE CHEGAR A ESTE MUNICÍPIO</p> <p>24.1 _____ UF _____</p> <p>24.2 _____ UF _____</p> <p>24.3 _____ UF _____</p> <p>24.4 _____ UF _____</p> <p>24.5 _____ UF _____</p>	<p>24</p>
<p>18. QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DE SUA VIAGEM A ESTA CIDADE</p> <p>18.1 Turismo _ <input type="checkbox"/></p> <p>18.2 Negócios _ <input type="checkbox"/></p> <p>18.3 Convenções _ <input type="checkbox"/></p> <p>18.4 Outros _ <input type="checkbox"/></p>	<p>18</p>		
<p>19. SE VEIO A TURISMO, O QUE INDUZIU A FAZER ESTA VIAGEM?</p> <p>19.1 Atrativos naturais _ <input type="checkbox"/></p> <p>19.2 Históricos culturais (monumentos, museus, fortes etc.) _ <input type="checkbox"/></p> <p>19.3 Manifestações populares (folclore, artesanato, culinária, festa etc.) _ <input type="checkbox"/></p> <p>19.4 Obras de engenharia moderna (pontes, viadutos, usinas etc.) _ <input type="checkbox"/></p>	<p>19</p>		

ANEXO 3 – CALENDÁRIO DE DATAS E EVENTOS DO MUNICÍPIO DE MORRETES PARA O ANO 2000.

JANEIRO

- 22 e 23 – Festa de São Sebastião – Vila Porto de Cima

FEVEREIRO

- 02 – Festa de São Sebastião – Rodeio
- 05 a 13 – Festa da Cachaça

MARÇO

- 19 – Festa de São José – Marumbi

ABRIL

- 20 – Festa do Bom Pastor – Floresta
- 29 e 30 – Festa Feira Agrícola e Artesanal

MAIO

- 01 a 07 – Festa Feira Agrícola e Artesanal
- 30 – Festa do Divino Espírito Santo

JUNHO

- 01 – Festa de Nossa Senhora da Glória – Sambaqui
- 13 – Festa de Santo Antônio – América de Cima
- 22 – Festa de São João Batista – São João da Graciosa
- 23 – Festa de São João Batista – Ponte Alta

JULHO

- 04 – Festa de São Pedro – Anhaia
- 06 – Festa de São Manuel – Rio Sagrado
- 20 – Festa de São Cristóvão – Itaperuçu

AGOSTO

_____ X _____

SETEMBRO

- 02 a 10 – Festa do Barreado
- 08 – Festa de Nossa Senhora do Porto – Igreja Matriz
- 21 – Festa de Nossa Senhora da Salete - Marumbi

OUTUBRO

- 05 – Festa de São Benedito – Igreja de São Benedito
- 12 – Festa de Nossa Senhora Aparecida – Barreiros
- 31 – Aniversário da Cidade de Morretes

NOVEMBRO

- 09 – Festa de Nossa Senhora das Graças - Itaperuçu

DEZEMBRO

- 14 – Festa de Santa Luiza – Central

EVENTOS A SEREM REALIZADOS

- **Boiacross**
- Circuito Canoagem
- Asa Delta/Ultra leve
- Rodeio
- Festa do Gengibre
- **Mountain Bike**
- **Rali da Graciosa**
- **Raid Jeep Clube**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo : SENAE, 1998.
- 2 CANTON, Marisa **Evento: da proposta ao planejamento**. s. ed., s.d.
- 3 CESCO, Cleuza G. G. **Organização de eventos**. São Paulo : Sumus, 1997.
- 4 CURY, Aristides; REJOWSKI, Mirian. Editorial: Eventos e Turismo. **Turismo em análise**. São Paulo, v.8 n.1, ECA-USP, 1997.
- 5 DENCKER, Ada F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo : Futura, 1998.
- 6 Home Page://<http://www.prcidade@paranacidade.pr.gov.br> 20.09.99
- 7 IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo : Pioneira, 1999.
- 8 LEMOS, Leandro. **Turismo que negócio é esse?** Campinas : Papyrus, 1997.
- 9 NERI, Luciane F. **O Município de Guaratuba como pólo turístico**. s. ed., Curitiba : 1999.
- 10 OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Desenvolvimento de turismo sustentável**. Programa de Municipalização do turismo, Brasília, EMBRATUR, 1994.
- 11 PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas : Papyrus, 1997.
- 12 RODRIGUES, Adyr A. B. **Turismo e Geografia**. São Paulo : Hucitec, 1995.
- 13 RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável**. Campinas : Papyrus, 1997.
- 14 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Biblioteca Central. **Normas para apresentação de trabalho**. 6. ed. Curitiba, Ed. da UFPR, v. 2,6,7 e 8, 1996.

