

**Análise da potencialidade turística da região metropolitana de Curitiba:
Colombo-PR**

**Analysis of the touristic potential of the metropolitan region of Curitiba:
Colombo-PR**

Heloisa de Miranda Coutinho (COUTINHO, H. de M.)*
Nicolas Nering (NERING, N.)**

RESUMO - O presente trabalho realiza um diagnóstico do turismo no município de Colombo-PR. O objetivo foi analisar a potencialidade turística da cidade, localizada na Região Metropolitana de Curitiba. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória. Os resultados obtidos desta análise mostram que o município possui uma rica oferta ligada ao Circuito Italiano de Turismo Rural (Citur), entretanto não há estruturação de venda e comercialização do Citur como um produto.

Palavras-chave: Turismo; Potencial Turístico; Circuito Italiano de Turismo Rural; Colombo-PR.

ABSTRACT - The present paper aims to carry out a diagnosis of the tourism in the municipality of Colombo-PR. The objective was to analyze the tourist potential of the city, located in the Metropolitan Region of Curitiba. For that, an exploratory research was conducted. The results obtained from this analysis show that the municipality has a rich offer related to the Italian Rural Tourism Circuit (Citur), however there is no sale and commercialization structure of Citur as a touristic product.

Key words: Tourism; Touristic Potential; Italian Rural Tourism Circuit; Colombo-PR.

* Bacharel em Turismo pela PUC-PR, Especialização em Gestão Comercial pela FGV, Master of Management in Tourism Management pela UTS, Mestranda em Turismo na UFPR. E-mail: helocoutinho@gmail.com

** Bacharel em Turismo pela UFPR. Mestrando em Turismo na UFPR. E-mail: nicolas.nering@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Com crescimento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) na década de 90 enfatizou-se no Brasil a municipalização do Turismo. Assim, diversas cidades participaram do programa e começaram a desenvolver políticas públicas e incentivos a abertura de empresas no setor.

Destinos como Colombo-PR, na Região Metropolitana de Curitiba (RMC) fizeram um extenso levantamento de seus equipamentos e atrativos turísticos. Assim, vários organismos se reuniram em torno da estruturação de empreendimentos que já existiam na cidade de Colombo-PR. A partir desta sistematização, em 1999, como resultado deste complexo planejamento, estruturou-se do Circuito Italiano de Turismo Rural (Citur).

Após quase 20 anos de sua criação, atualmente o Citur já não é tão representativo para o turismo da região metropolitana. Candiotto (2007) aponta que desde 2007 alguns empreendimentos vinham perdendo o ânimo de fazer parte do circuito, visto que muitos deles já tinham algum tipo de atividade secundária para compor sua renda. Observando as redes sociais e o portal oficial de turismo de Colombo, é perceptível que mesmo para a gestão municipal o circuito não tem a mesma relevância que no momento de sua criação.

Desta forma, a questão de pesquisa proposta é: Como está organizado o turismo de Colombo-PR? O presente artigo tem como objetivo analisar a potencialidade turística do município de Colombo-PR, através de um diagnóstico do turismo, levando em conta principalmente os aspectos ligados à oferta turística local. Para atingir estes resultados, foi realizada uma pesquisa exploratória.

O trabalho inicia-se como desenvolvimento teórico e apresentação da metodologia utilizada na pesquisa. Posteriormente, contextualiza-se o destino Colombo-PR, continuando com um levantamento sobre o turismo na cidade e o Citur, finalizando com análise dos resultados da pesquisa e conclusão do trabalho.

TURISMO E SUAS POTENCIALIDADES

Coriolano (2003) menciona que as potencialidades estão relacionadas a aquilo que favorece a atividade turística local, utilizando para tal todos os atrativos turísticos existentes, sejam eles naturais ou criados pelo homem, ou ainda culturais, como os costumes ou gastronomia, que formam a identidade cultural local. Para Bahl (2004), a identidade cultural deve ser trabalhada como próprio atrativo ou motivo de visitaçao, para assim preservar todos os aspectos relacionados a comunidade receptora.

Comunidades que apresentam características culturais marcantes, não somente para o turismo, mas no seu próprio cerne, como Colombo e a imigração italiana, tem um grande potencial para trabalhar o turismo cultural, já que este é também a expressão do gosto pelo modo de viver de outras comunidades ou países (BAHL, 2004).

Segundo Bahl (2004b) o turismo apresenta diversas motivações para que uma viagem aconteça. Para o autor, a viagem pode ser motivada pela tradição cultural do local, por algum acontecimento social que acontecerá no destino, as atitudes dos moradores locais em relação aos turistas, a hospitalidade que determinado destino transmite para os visitantes, os aspectos de urbanização presentes na destinação, as condições políticas que o destino apresenta, principalmente quanto a liberdade para determinados comportamentos, a beleza cênica do local, e ainda, alguns elementos ligados a segurança, idioma, moda, ou amizades que existem nos locais (BAHL, 2004).

É de grande relevância apontar que o Circuito Italiano de Turismo Rural (Citur) e o turismo em Colombo despontaram a partir de um programa de municipalização do turismo. Porém Elicher e Bassetti (2016, p. 621) afirmam que na cidade de Colombo, há um “descompasso entre o modo de vida camponês e a lógica do turismo”. Para Carvalho (2009), ao se tornar turístico, a dinâmica que envolve a população local se modifica, incluindo as práticas de preservação de patrimônio.

Em sua estruturação do Sistema de Turismo, Beni (BENI, 2007) foca nos clusters como uma possibilidade de desenvolvimento turístico. Desta forma, apesar do Citur ter sido criado em um momento de municipalização, o desenvolvimento regional apontado por Bahl (BAHL, 2004) deve ser considerado para a potencialidade, pois segundo o mesmo a localização dos atrativos e as condições de acesso para visita-los

(BAHL, 2004, p.53) é de extrema relevância para que a potencialidade se concretize em desenvolvimento efetivo.

METODOLOGIA

O presente trabalho se apresenta como uma pesquisa exploratória. Gil (2010) coloca que a pesquisa exploratória é importante para familiarizar o pesquisador ao tema pesquisado, deixando-o mais claro e explícito. Os dados utilizados pela pesquisa exploratória podem vir de diversas fontes, das quais foram utilizadas no presente trabalho a pesquisa bibliográfica e documental, para compreender melhor como o turismo se encontra atualmente no município, assim como análise das redes sociais e portais oficiais do município, aspirando compreender melhor como o turismo é comercializado dentro do contexto de Colombo.

Gil (2008) afirma que a pesquisa bibliográfica se baseia principalmente em matérias já existentes, possibilitando ao pesquisador atingir uma gama de informações maior, abrangendo assim mais conhecimento do que aqueles conseguidos somente com o contato direto com o objeto de pesquisa. A pesquisa documental tem muitas semelhanças com a bibliográfica, diferindo desta somente pelas fontes utilizadas. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza da contribuição de alguns autores na construção do conhecimento, a documental se baseia em materiais que não foram tratados analiticamente. Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009) ainda colocam que a utilização de documentos nas pesquisas possibilita aumentar o entendimento de objetos que necessitam de uma maior compreensão histórica ou sociocultural.

Ademais, o levantamento de dados e indicadores socioeconômicos e turísticos do município tornaram possível o cruzamento de todas as informações que gerou uma análise sobre as atuais condições acerca das práticas turísticas de Colombo.

APRESENTAÇÃO DO MUNICÍPIO DE COLOMBO-PR

Colombo é um município integrante da Região Metropolitana de Curitiba, no estado do Paraná. Apresenta-se como um dos municípios limítrofes a Curitiba, estando a 19 quilômetros de distância do centro desta. As principais vias que levam até o município são as rodovias BR 116, BR 476 (também conhecida como Estrada da Ribeira), PR 417 (Rodovia da Uva), PR 509 (Contorno Norte Interno), e por fim, o Contorno Norte Externo (PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO, 2017).

A ocupação das terras que atualmente compõem Colombo teve início em 1878, quando um grupo de famílias italianas que chegaram ao Brasil um ano antes, se mudaram da região de Morretes para a Colônia Alfredo Chaves. Eram 80 lotes divididos entre urbanos e rurais, localizados a 23 quilômetros de distância de Curitiba. Até 1890, outras colônias foram criadas, porém a que teve mais destaque foi a Alfredo Chaves, tornando-se a sede do futuro município. Em 1890, como forma de homenagear o descobridor das Américas, a Colônia Alfredo Chaves teve seu nome alterado para Colombo, sendo elevado a categoria de município em fevereiro do mesmo ano. Entre 1932 e 1943, o município foi anexado e separado de Bocaiúva do Sul e Curitiba. Finalmente, em 1943, foi recolocado como município, como se encontra até então (PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO, 2017).

Atualmente o município apresenta uma população estimada em 234 mil habitantes, em uma área total de aproximadamente 197 km². Sua economia é baseada principalmente no setor de serviços, seguido pela indústria, e por fim, a agropecuária (IBGE, 2017).

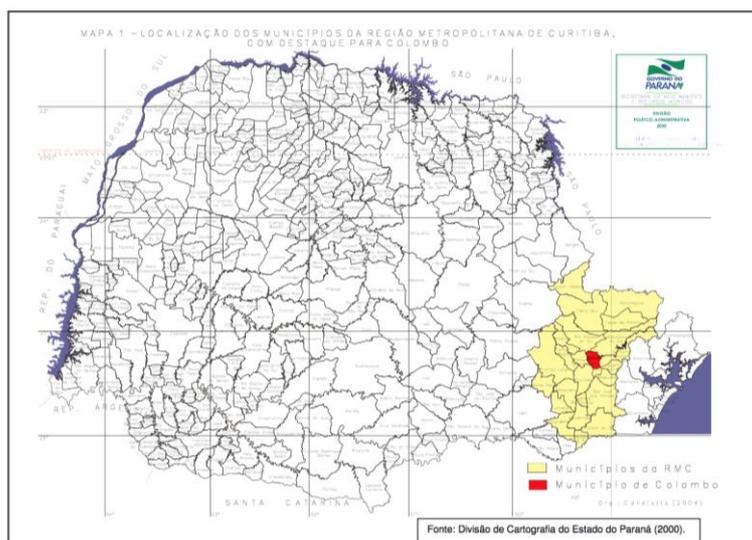


FIGURA 1 - LOCALIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA, COM DESTAQUE PARA COLOMBO.

FONTE: CANDIOTTO, 2007, p.111.

TURISMO EM COLOMBO

A organização do turismo em Colombo iniciou-se em 1999 com a implantação do Circuito Italiano de Turismo Rural. Esse projeto contou com o apoio de vários órgãos para ser realizado, dentre eles, a própria prefeitura municipal de Colombo, através do Departamento de Turismo, a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC), Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Paraná Turismo e Ecoparaná. O objetivo do projeto deste circuito está ligado à preservação do meio ambiente, geração de empregos e renda para os moradores da zona rural, anunciando, iniciando o processo de desenvolvimento de todos os integrantes do circuito, evitando desta forma a saída desses moradores para as zonas urbanas (PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO, 2014).

A intenção na sua criação foi incrementar a renda dos produtores rurais participantes do circuito, valorizando suas características rurais e ainda, as características da imigração presentes no circuito. Com o surgimento do circuito, o município sentiu a necessidade de levantar quais os elementos de atração turística que a cidade possui. Com o apoio da Universidade Federal do Paraná, foi feita a inventariação

turística do município, que deu subsídios para que o turismo fosse melhor planejado (PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO, 2014).

Com este levantamento, foram constatados mais de 100 pontos de interesse turístico. Assim, a prefeitura criou uma regulamentação para todos os empreendimentos turísticos. Para Petrocchi (2004, p. 93) levantamento de dados e a análise formam a base para um plano de marketing do destino. Destacando assim a importância do conhecimento dos atrativos da cidade.

Portanto foi criado o Regulamento para Empreendimentos Turísticos. Com ele, os empreendimentos que o cumprirem, fazem parte do Quadro de Empreendimentos Turísticos de Colombo, sendo inserido na marca “Turismo Colombo”. Destes mais de 100 pontos, foram identificadas as seguintes características:

Tipo de atrativo		Quantidade	Destaques
Naturais		8	Parque Municipal da Uva; Parque Municipal da Gruta do Bacaetava
Culturais e Religiosos		14	Museu Municipal Cristóforo Colombo
Festas e Manifestações de Fé		4	Festa da Uva
Equipamentos e Serviços	Agências	5	
	Agricultura Familiar	4	Morango Natural
	Agroindústria	4	Conservas Poli
	Alimentos e Bebidas	14	
	Compras Especiais	8	Colombo Park Shopping
	Espaços para Eventos	16	
	Lazer e Entretenimento	5	
	Organizadora de eventos	10	
	Meios de Hospedagem	7	Hotel Estância Betânia
	Técnico-ciêntífico	1	Embrapa
Infraestrutura de Apoio	Vinícolas	9	
	Comunicação	1	Jornal de Colombo
	Correios	4	
	Segurança	3	
	Sistema de Transporte		
	Médico Hospitalar	23	
Superestrutura	Sistema Educacional	63	
	Associações e Cooperativas	5	
	Coletivos	1	Coletivo de Ação Cultural de Colombo
Apoio ao Turismo	Cooperativas	2	
	Postos de Informações	1	

QUADRO 1 - PONTOS DE INTERESSE TURÍSTICO DE COLOMBO

FONTE: Prefeitura Municipal de Colombo. Organização dos autores, 2017.

CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL

O principal elemento do turismo em Colombo é o Circuito Italiano de Turismo Rural. Nitsche (2000) caracteriza o Circuito Italiano de Turismo Rural como um roteiro institucional, com os pontos turísticos distribuídos na forma de um itinerário, onde o percurso é feito de acordo com a vontade do turista, uma vez que tem características de ser um roteiro do tipo faça você mesmo. Candiotto (2007) menciona que na sua criação, os objetivos do poder público municipal foram a preservação ambiental, a geração de renda nas propriedades envolvidas. Como forma de agregar valor ao novo produto, o circuito foi pensado para levar em conta as questões étnicas da colonização de Colombo, principalmente os aspectos relacionados à colonização italiana (CANDIOTTO, 2007).

O Circuito Italiano de Turismo Rural teve seu planejamento iniciado em 1998, e oficialmente foi inaugurado em 1999. Após a observação da oferta turística local já existente, vários órgãos se reuniram para organizar essa oferta na forma de um circuito, com a prefeitura municipal tomando frente no processo. Como forma de agregar valor ao novo produto, o circuito foi pensado para levar em conta as questões étnicas da colonização de Colombo, principalmente os aspectos relacionados à colonização italiana (CANDIOTTO, 2007).

Inicialmente com 12 empreendimentos conjuntamente com todos os atrativos culturais e históricos que compuseram o produto turístico, dentre eles igrejas e parques. A criação deste circuito foi o gatilho necessário para a fundação do Conselho Municipal de Turismo, órgão que reúne os atores locais do turismo para discussões e importantes tomadas de decisões (CANDIOTTO, 2007).

O principal segmento encontrado dentro do circuito é o Agroturismo. Santos (2009) menciona que esse tipo de turismo destoa dos demais praticados no meio rural (ecoturismo, turismo rural, turismo de eventos entre outros), por ser uma prática que não necessita de muito investimento ou modificações à propriedade para acontecer. Sua essência é a interação dos turistas com todas as atividades rotineiras realizadas dentro da propriedade. Para Krippendorf (2009, p. 70), o turismo muitas vezes atua em regiões rurais nas quais “as condições de vida são piores e o grau de educação da maioria dos

habitantes é mais baixo do que nas cidades” fazendo assim com que esta população aceite muitas promessas do setor público e privado do turismo.

Neste sentido, boa parte das propriedades apresentam suas produções próprias de alimentos, tanto para consumo quanto para comercialização. Ainda existem os empreendimentos nos quais a atratividade esta no ato de colher alimentos, ou seja, participar das atividades do empreendimento. Candiotto (2007) menciona que grande parte dos agricultores presentes no Circuito já desenvolviam atividades agrícolas antes do surgimento do circuito, e adaptaram em parte suas realidades para atender a demanda turística. Nitsche (2000) propõe que os principais beneficiados com a criação do circuito são os produtores agrícolas participantes.

O circuito italiano é composto por uma oferta de empreendimentos diversificada, porém, sempre levando em conta a questão italiana, e também a agricultura familiar.

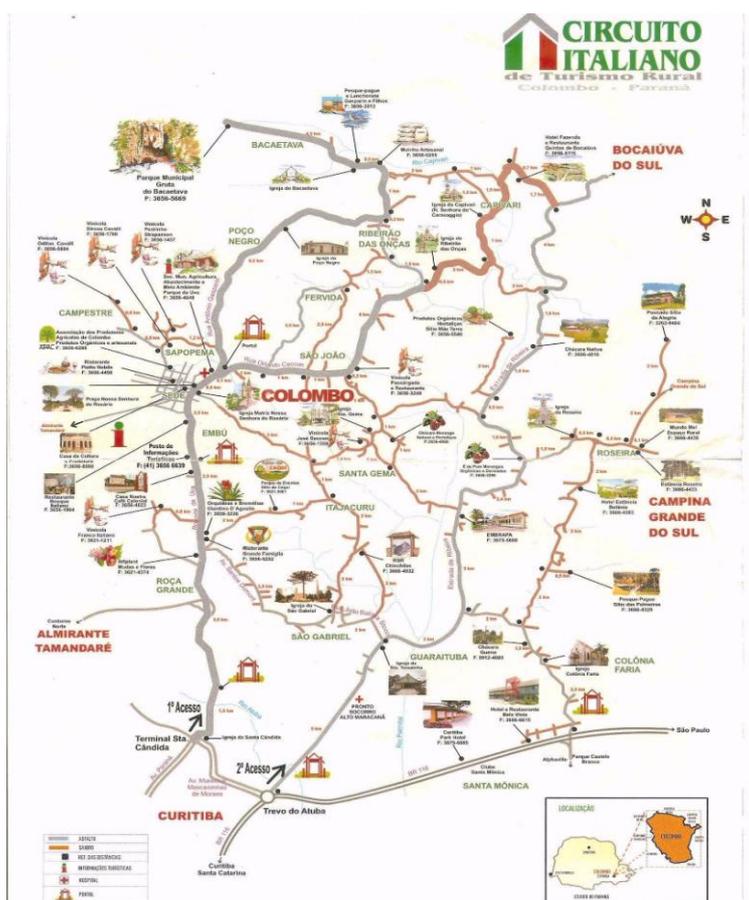


FIGURA 1 - FOLHETO DE DIVULGAÇÃO DO CITUR PARA OS VISITANTES. MAPA TEMÁTICO DO CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL (CITUR).
FONTE: Candiotto, 2007, p. 247.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A forma pela qual o turismo é trabalhado dentro do circuito se mostra interessante. Boa parte das propriedades já existiam antes da implementação do circuito. Seus proprietários já tinham atividades na região, porém ainda não eram aproveitadas pelo turismo organizado. Quando surgiu a intenção de criar o circuito, os responsáveis pelo seu planejamento foram atrás dos empreendimentos que já existiam na área delimitada. Desta forma, o turismo se tornou um complemento à renda dos produtores rurais (CANDIOTTO, 2007).

Muitos deles continuaram a produzir sua agricultura juntamente com a atividade turística, não alterando totalmente sua rotina. Elicher e Bassetti (2016) colocam que essa prática de turismo, denominada agroturismo, é uma das poucas práticas do turismo que tem condições equilibradas de desenvolver o turismo no meio rural, aproximando os produtores do turismo. Essa prática se mostra ainda mais interessante por promover a relação entre o turista e as atividades realizadas pelos moradores do meio rural.

Apesar de reunir duas atividades econômicas para os proprietários, muitos dos que entraram para o circuito para aumentar suas vendas e lucros, criaram uma expectativa grande em torno dos resultados conquistados com o turismo. Com o tempo, as expectativas não foram supridas, e conseqüentemente, alguns deles deixaram o enfoque do turismo de lado, ou diminuíram a preocupação com esta área. Além disso, quando questionado sobre o potencial de crescimento, o Órgão Oficial de Turismo não vislumbra um crescimento futuro para o Citur, tanto que tem em seu planejamento a busca por novos segmentos turísticos, como o turismo religioso.

O turismo do município está muito voltado aos empreendimentos que fazem parte do Circuito Italiano de Turismo Rural. Percebe-se isso quando se observa o que é divulgado pelo órgão municipal de turismo em seu portal oficial ou redes sociais. O portal oficial na internet destaca principalmente os atrativos que fazem parte do Circuito. Porém, a promoção por este canal não está alcançando muitas pessoas.

Flecha e Da Costa (2004) apontam que a internet é um dos canais mais adequados para que os turistas obtenham informações sobre produtos ou destinos turísticos. Quevedo (2007) ainda afirma que cada dia mais os turistas estão buscando informações através da internet para planejarem suas viagens. Cruz *et al* (2012)

menciona as redes sociais atuam nesse sentido, já que uma das suas principais características é a difusão de informações de forma rápida, atingindo um grande número de pessoas. Observando isso sob o prisma do turismo, temos que as redes sociais são essenciais para a promoção de destinos ou mesmo produtos turísticos. O uso das redes sociais para promoção turística vem se apresentando como um dos canais mais populares e com maior alcance atualmente (CRUZ ET AL, 2012).

Brusha (2010) menciona que as redes sociais tem o poder de captar potenciais consumidores aos destinos, ainda possibilita a comunicação com os atuais consumidores, se aproximando deles, consegue-se dimensionar qual a avaliação que os seguidores têm do destino, e nesse contexto, o elemento mais importante é divulgar uma região, neste caso, o circuito, despertando a curiosidade dos usuários sobre todos os participantes deste, não limitando a um ou outro empreendimento.

Buscando as páginas oficiais no Facebook, verificou-se que houve uma transição entre páginas oficiais de turismo, e nessa troca, diminui-se consideravelmente o número de pessoas alcançadas. De aproximadamente 900 pessoas seguindo e 900 curtindo a página, diminuiu para 54 pessoas seguindo e 52 pessoas curtindo a página.

Essa transição de páginas e de conteúdo não se refletiu entre os seguidores da antiga página. O Órgão Oficial de Turismo local foi questionado quanto o principal canal de divulgação, e declararam que utilizam principalmente a participação em eventos, matéria gráfico, o site oficial e a página do Facebook. Por ser um dos quatro canais principais de comunicação com os turistas, a página oficial no Facebook precisaria alcançar mais pessoas. Isso é possível utilizando as ferramentas que o próprio Facebook proporciona. Nele, é possível impulsionar publicações, tornando-as postagens patrocinadas. Desta forma, estas postagens alcançam mais pessoas que uma postagem comum, pois elas aparecem na linha do tempo dos seguidores do canal, e de muitos outros que ainda não seguem, estimulando-os a buscarem outros conteúdos da mesma página.

Ademais, em sua grande maioria, nem nos sites dos participantes do Circuito nem em suas redes sociais eles usam a logo do Citur ou afirmam que fazem parte do Circuito. Apesar de ter o manual da logo no portal oficial de turismo local, e de ser um dever como participantes apoiar e difundir o Citur. Não há um trabalho em conjunto

entre os empreendimentos e o órgão oficial de turismo para uma comunicação conjunta, o que interfere diretamente sobre o alcance do materiais de comunicação.

CONCLUSÕES

O turismo na cidade de Colombo está consolidado em torno do Circuito Italiano de Turismo Rural. Apesar de contar com um bom *mix* de atrativos públicos e estabelecimentos privados o turismo na cidade apresenta um significativo potencial de crescimento e desenvolvimento. Perceberam-se nesta pesquisa importantes pontos a serem considerados para planejamento futuro: os estabelecimentos participantes do Citur estão pouco motivados com o mesmo, significativo número de empresas da cidade que não participam do Circuito; falta de integração entre organizações públicas e privadas; pouco engajamento da população local com o turismo; foco na divulgação do Citur e não do destino.

Conclui-se que existe uma grande potencialidade turística no município, contudo deve haver uma reestruturação do Citur assim como maior articulação de organizações públicas e privadas de turismo concomitantemente com o aumento da participação e engajamento da comunidade local. Por fim, sugestões de ações de marketing como divulgação e promoção online são propostas como ferramentas para transformar a potencialidade em maior desenvolvimento real do turismo em Colombo.

Para aumentar o fluxo turístico e os indicadores da cidade, é necessária uma melhor compreensão acerca da demanda turística e executar um plano de marketing digital focado em aumentar a presença online, com campanhas e divulgação diretas para o público potencial. Um engajamento maior dos empreendimentos com o turismo local pode ser um aspecto interessante para o crescimento e desenvolvimento do mesmo. Se os empreendimentos e o poder público estiverem em sincronia de pensamento, quanto ao modelo de funcionamento, até os horários de abertura e fechamento, podem ser aspectos que iniciem a organização e o entendimento das necessidades da demanda perante a oferta turística de Colombo.

REFERÊNCIAS

BAHL, Miguel. **Agrupamentos Turísticos Municipais**. Curitiba: Prottexto, 2004.

_____. **Fatores ponderáveis no turismo: sociais, culturais e políticos**. Curitiba: Prottexto, 2004b

BENI, Mário C. **Análise Estrutural do Turismo**. 12. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

BRUSHA, Patricia. **Turismo e Redes Sociais: porque devem andar juntos?** Disponível em: < <http://www.digitalmarketingpt.pt/turismo-e-redes-sociais-por-que-devem-andar-juntos/>>. Acesso em: 31 mai. 2017.

CANDIOTTO, Luciano Z. P. **Turismo rural na agricultura familiar: uma abordagem geográfica do circuito italiano de turismo rural (citur), município de Colombo – pr**. Tese (Doutorado em Geografia), Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2007.

CARVALHO, Karoliny Diniz. Turismo e preservação do patrimônio cultural na visão dos moradores do bairro da Praia Grande em São Luís/MA. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 25-45, 2009.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. (org). **O Turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

CRUZ, Vera Lúcia Lima da. *et al.* Redes sociais como estratégia de marketing turístico: o facebook e a região norte do estado do Piauí-Brasil. **Tur y Des**, v. 5, n. 13, 2012.

ELICHER, Maria J.; BASSETTI, Telma B. Turismo e campesinato na cidade de Colombo, PR, Brasil: (co)existência marcada por tempos diferenciados. **Turismo em Análise**. V. 27, n. 3, p. 596-623, dezembro, 2016.

FLECHA, A. C.; DA COSTA, J. I. P. O impacto das novas tecnologias nos canais de distribuição turística: um estudo de caso em agência de viagens. **Caderno Virtual de Turismo**. V. 4, n. 4, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Colombo**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410580&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 19 mai. 2017.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

NITSCHKE, Leticia B. **Circuito Italiano de Turismo Rural em Colombo e Bocaiúva do Sul: um enfoque avaliativo**. Monografia (Especialização em Planejamento e Gestão

do Turismo) – Faculdade de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

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

PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO. **Inventário da oferta turística e diagnóstico Colombo-PR**. Disponível em: <http://turismo.colombo.pr.gov.br/download/INVTUR-FINAL-2014_FINAL.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2017.

_____. **Colombo/história**. Disponível em: <www.colombo.pr.gov.br>. Acesso em 18 mai. 2017,

QUEVEDO, M. (org.) **Turismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Pandion, 2007.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, v. 1, n. 1, Jan.-Jun., 2009.

SANTOS, Telma B. B. **Turismo e Campesinato: embates ideológicos e culturais em Colombo/PR**. Tese (Doutorado em Geografia Humana), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo: São Paulo, 2009.