AGENCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTABILIDADE DOS CAMPOS GERAIS – "ROTA DOS TROPEIROS": ANÁLISE DE CONTEXTO ATUAL

Graziela Scalise Horodyski

Tatiene Konig da Silva

RESUMO: Este trabalho consiste em analise no caso Rota dos Tropeiros no seu contexto histórico e planejamento da formação da Agencia de Desenvolvimento do Turismo Sustentabilidade dos Campos Gerais- ADTCG. O histórico da região com resultado no plano de regionalização o qual deu segmento para o projeto Rota dos Tropeiros o qual hoje é trabalhado como um dos principais divulgadores da região.

Palavras-chave: Turismo; Planejamento; Regionalização.

1. INTRODUÇÃO

O tropeirismo consiste em um fato histórico que contribuiu com a transformação do sul do país no inicio do século XVIII até o inicio do século XIX. Consistiu em um movimento em que tropeiros transportavam gados e mulas de Viamão-RS a Sorocaba-SP e pelos vilarejos que passaram desenvolveram cidades que hoje fazem parte da região dos Campos Gerias no estado do Paraná no segundo Planalto paranaense. A partir do ano de 2003 a região dos Campos Gerais no Paraná, sob iniciativa da AMCG - Associação dos Municípios dos Campos Gerais, em parceria com órgãos governamentais e empresas privadas, desenvolveu o projeto turístico Rota dos Tropeiros.

Este trabalho consiste em um estudo de caso da região dos Campos Gerais com o objetivo de compreender a situação atual do projeto Rota dos Tropeiros. Para alcançar este objetivo foi realizada uma pesquisa empírica, com base em fontes primárias e secundarias. Foram entrevistadas nos departamentos de turismo dos municípios de Ponta Grossa, Castro, Carambeí, Tibagi e na Agência de desenvolvimento do turismo sustentável da região dos Campos Gerais da Rota dos

Tropeiros (ADTCG) e utilizados outros estudos publicados sobre o projeto da rota. Como resultado, tem-se uma análise do contexto atual da Rota dos Tropeiros nos Campos Gerais do Paraná.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

Com a descoberta do ouro em Minas Gerais em 1665, soube-se que o governo português não permitia que os mineradores tanto escravos ou não, não podiam fazer lavouras e nem lidar com a pecuária. Eles precisavam de animais para fazer o deslocamento da extração dos minérios para o envio a Portugal.

Como no Rio Grande do Sul havia gado em abundância da espécie *gado vacum* e muares, estes animais eram levados a Sorocaba-SP, pois havia muitos animais soltos no território do Rio Grande do Sul que poderiam abastecer outras regiões que demandavam maior consumo destes animais (AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DE TURISMO SUSTENTÁVEL DOS CAMPOS GERAIS "ROTA DOS TROPEIROS', 2011) e este trajeto de Viamão-RS a Sorocaba-SP passou a ser conhecido como Caminho das Tropas ou Caminho de Viamão.

Por onde se descolavam pelo território de Santa Catariana e do Paraná que fazia parte da capitania de São Paulo onde a maior parte do território paranaense pertencia a sesmeiros, que eram conhecidos como "Homens Bons", pois haviam ganhado estas terras da Coroa Portuguesa. No Paraná eles acabaram motivando o surgimento de pequenos arraias, pois estes pequenos arraias eram onde eles faziam a invernagem ou o repouso das Tropas para a engorda do gado e das mulas pra valer mais na venda na feira em Sorocaba-SP, que surgiram pra a comercialização de secos e molhados para os tropeiros (AMCG, 2006).

E destes arraias passaram a ser um povoado, freguesia, vilas e cidades hoje sendo os municípios que por onde passaram as Tropas nos Campos Gerais no Paraná, onde integram 16 municípios sendo eles em ordem do caminho Rio Negro Campo do Tenente, Lapa, Porto Amazonas, Palmeira, Balsa Nova, Campo Largo, Ponta Grossa, Carambeí, Castro, Tibagi, Telêmaco Borba, Piraí do Sul, Jaguaríaiva, Arapoti, Sengés (Rota dos Tropeiros 2011).

São através destes fatos que fazem os municípios possuírem valores históricos fundamentais para patrimônios materiais e imaterial o qual o material são algo palpável e o imaterial são a imaginação o fato ocorrido a historia do local. Os quais atribuem valor dentro da atividade turística trabalhando estes aspectos. (Dias, 2006).

O processo de desenvolvimento histórico no sul do Brasil formou o Tropeirismo. Com eles surgiram novos municípios e décadas depois perceberam o potencial histórico, natural e turístico desta região. Ocorreu um projeto de desenvolvimento turístico para propiciar a participação do empresariado, pois a permanência do setor publico não havia resultados. O presente estudo trata-se da marca como um marketing de uma região a um potencial turístico para a região dos Campos Gerais.

No Paraná fazem parte deste caminho histórico 16 municípios, no ano de 2003, estes por incentivo e participação do empresariado no desenvolvimento do setor turístico houve a iniciativa da construção do projeto Rota dos Tropeiros em parceria com o setor publico AMCG (associação dos municípios dos campos gerais), o qual tem como objetivo trabalhar em parcerias com os municípios visinhos.

Em 2004, governo federal aprovou o programa de regionalização do turismo, onde começaram a unir para maior divulgação da instancias de áreas regionais e poder publico e sistema privado e sociedade civil. Neste contexto a rota dos tropeiros já tinha um projeto regional já se encontrava em fase de implantação e com a aprovação ajudou o desenvolvimento acelerado do projeto.

Assim, houve maior investimento da divulgação desta região, como estes municípios fazem parte da associação dos municípios dos campos gerais a AMCG, o qual atua no desenvolvimento deste planejamento turístico incentivando e unindo cidades, este projeto foi reconhecido oficialmente em 2007. Houve a criação da marca que foi utilizada nos portões de entrada de cidades como Castro, Carambeí, e esta marca foram divulgadas pela folheteria turística de maior parte dos municípios que compunham a rota.

Para uma maior divulgação do projeto, buscou-se a parceria entre Poder Público e empresariado regional, originando-se o G32, onde cada município elegeu dois participantes para discutir melhor plano de desenvolvimento e crescimento do

turismo regional, sendo 16 municípios e 32 gestores. Como o AMCG pertence ao poder publico houve quebras de mandato e ocorreu desligamento de alguns projetos de desenvolvimento.

Em 2008 o planejamento estratégico da região turística, apresentou um plano de câmeras temáticas dos campos gerais pra não ficar centralizado em uma única cidade, de acordo com a ADTCG as câmeras vão ser implantadas até 2013 sendo elas: 1. Marketing do turismo dos campos gerais; 2 Financiamento, investimento e infra estrutura; 3Qualificação para o turismo; 4.Planejamento e gestão (ADTCG, 2011).

Em 2011 ocorreu a mudança de nome de Rota dos Tropeiros para Agencia de Desenvolvimento Sustentável da Região dos Campos Gerais da Rota dos Tropeiros - ADTCG, pois algumas cidades que não fazem parte historicamente da rota dos tropeiros porem fazem parte da AMCG, queriam participar desta divulgação do setor turístico.

Conforme entrevistas realizadas e analise das questões podendo entender que hoje, a ADTCG sendo uma importante organização do setor turístico na região dos campos gerais, pode se dizer que não há um plano estratégico, mais eles estão buscando colher os resultados do inicio do projeto, pois temos que analisar que o resultado de um desenvolvimento turístico é de médio em longo prazo.

3. PLANEJAMENTO E MARKETING REGIONAL – O CASO DA ROTA DOS TROPEIROS

Através da importância da divulgação da região dos campos gerais chamou bastante atenção a empresa Rota dos Tropeiros a qual divulgou a região. Dividendo por segmentos natureza e aventura, historia e cultura, saúde e bem estar e fé e misticismo. E através disso entende-se que o turismo ajuda na divulgação e no processo de desenvolvimento sustentável do âmbito regional o qual veio a ser apresentado através de uma associação, a qual é a divulgadora da região e se tornou um símbolo da região a divulgar como um atrativo turístico.

Segundo Beni (1998) pode entender que o marketing do turismo é um produto que determina os clientes reais e potencias a conhecerem e induz o turista

para uma motivação o qual atua para alcançar melhor satisfação da demanda e podemos analisar isto na Rota dos Tropeiros. Também podemos entender marketing de turismo com um processo administrativo que as empresas buscando entender como captar clientes elaboram planejamentos estratégicos.

Podemos entender também a importância da infra-estrutura e da superestrutura do turismo na região para o desenvolvimento turístico. E assim mostrar que o marketing é o mercado como ele é planejado e desenvolvido para que haja sucesso em empresas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo demonstra a importância do planejamento e marketing para uma rota turística o caso Rota dos tropeiros é um caso muito complexo o qual entre em desacordo em vários momentos, pois teve um plano estratégico e houve divulgação e participação dos municípios e empresas no inicio do projeto, mais não entende se o qual fui o motivo de não ter permanecido até os dias atuais com a mesma finalidade do plano focando uma rota e não uma região.

Neste trabalho percebe se que ele foi muito divulgado porem não há estudos que comprovem a demanda na época e quais foram seus interesses e também para saber o porquê não ouve continuidade por ambas as partes. Pois o planejamento ocorreu mais não teve seqüência, devemos entender qual foi a falha.

Por este motivo estou dando seqüência em um trabalho de conclusão de curso para que possamos entender a maneira correto a se fazer dentro de uma rota e de uma região que são trabalhadas com o de Plano regionalização, e como trabalhar com o poder publico e privados em parceria para o desenvolvimento turístico de uma região.

REFERÊNCIAS

AMCG. **Guia Rota dos Tropeiros.** Maio de 2006. Folheteria.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.

COBRA, Marcos. **Marketing de Serviços:** Turismo, Lazer e Negócios**.** São Paulo: Cobra, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural**: Recursos que Acompanham o Crescimento das Cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

ROTA DOS TROPEIROS. **Guia Turístico**. Disponível em: <www.rotadostropeiros.com.br/>. Acesso em: 04 nov. 2011.