

O arranjo produtivo local de turismo da Rota da Amizade como ferramenta de desenvolvimento regional: uma análise a partir do pensamento schumpeteriano¹

Jorge Amaro Bastos Alves

Universidade do Contestado – UnC

jamaro91@yahoo.com.br

Resumo: Analisa-se neste artigo a evolução do desenvolvimento regional a partir do modelo de organização industrial estruturado em forma de Arranjo Produtivo Local (APL) entre firmas e outras instituições, com vistas a ampliar suas capacidades competitivas. Este artigo é baseado em um estudo de caso do APL Rota da Amizade localizado no Meio Oeste do Estado de Santa Catarina, que foi realizado a partir de um trabalho de consultoria interna desenvolvido pelo autor nesta entidade, na área da economia regional, englobando a elaboração de políticas e procedimentos comerciais e de marketing, em nível regional, nacional e internacional, e, o *follow-up* das ações efetivadas pelo APL junto à cadeia regional produtiva do turismo. A metodologia utilizada contou também, com uma revisão bibliográfica sobre o processo de desenvolvimento econômico cujo agente fundamental é a figura do empresário inovador, esteado no pensamento de Schumpeter (1911), bem como, acerca do arranjo institucional decorrente deste APL como elemento catalisador do desenvolvimento do turismo, e facilitador do desenvolvimento regional. Utilizou-se ainda de pesquisa documental junto ao APL Rota da Amizade. O artigo conclui que o APL em questão produziu alguns indicadores econômicos, que embora, favoráveis, não resolverão a questão do desenvolvimento regional, em face de que, a raiz dessa questão está também no fortalecimento do capital social, e dos arranjos institucionais existentes, e não apenas fortalecendo o capital como gerador de emprego, renda e lucro.

Palavras-chave: Arranjo Produtivo local; Desenvolvimento regional; Turismo regional.

1 Introdução

¹ Este artigo é uma versão modificada de texto no prelo, aprovado para publicação na Revista Turismo e Sociedade editada pela Universidade Federal do Paraná.

A partir do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (PRT), lançado oficialmente pelo Governo Federal em abril de 2004, através do Ministério do Turismo (MTur), constituiu-se um modelo de gestão descentralizada, coordenada e integrada, cujo objetivo é promover o desenvolvimento sustentável do turismo, de forma regionalizada.

O PRT é o eixo estruturante dos macroprogramas² do Plano Nacional do Turismo (PNT), por ser um modelo de gestão apoiado na regionalização do turismo, que incorpora a noção de território e de arranjos produtivos (BRASIL, 2004).

Este artigo analisa e discute a evolução do desenvolvimento regional a partir do paradigma de organização industrial em forma de Arranjo Produtivo Local (APL) entre firmas e outras instituições que visam ampliar suas capacidades competitivas. O estudo baseia-se no pensamento schumpeteriano do processo de inovação promovido pela figura do empreendedor, como agente fundamental do processo de desenvolvimento econômico.

O estudo tem como referência o APL Rota da Amizade implantado no Meio Oeste do Estado de Santa Catarina que utiliza a metodologia do Sebrae, e tem caráter exploratório e descritivo. Busca-se demonstrar a importância econômica deste APL, bem como, avaliar a maneira que essa forma de organização vem assumindo seu papel frente aos dilemas do desenvolvimento sustentável. A instituição que coordena os trabalhos do APL em conjunto com o Sebrae/SC, é o Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau* (RACVB).

O artigo está estruturado em seis partes, além desta introdução: na primeira parte apresenta-se uma breve análise dos Arranjos Produtivos Locais e do Programa de Regionalização do Turismo. Em seguida, faz-se uma abordagem da teoria do desenvolvimento econômico formulada por Joseph Alois Schumpeter em sua obra mais conhecida “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, originalmente publicada em 1911 em língua alemã. Após, analisa-se o desenvolvimento do APL de Turismo Rota da Amizade e a figura do empresário que atua nessa região sob uma perspectiva schumpeteriana. Posteriormente, faz-se uma breve observação crítica no tocante ao turismo e sua conexão com os arranjos institucionais que envolvem a Rota da Amizade, e em seguida procede-se a uma análise dos resultados obtidos pelo APL-RA durante o período de janeiro de 2005 a agosto de 2007, seguindo-se por fim às considerações finais.

Utilizou-se como método de pesquisa neste artigo, um estudo de caso de caráter exploratório, no qual foram obtidos dados e informações oriundos de observação

² Os macroprogramas são desdobramentos temáticos agregados, escolhidos pelo seu potencial de contribuição para atingir os compromissos estabelecidos nas metas.(BRASIL, 2004, p.57).

participante³, realizado no período de março a agosto de 2007, além da realização de pesquisas bibliográfica em livros e revistas especializadas, e documental junto ao APL de Turismo da Rota da Amizade.

2 Arranjos Produtivos Locais e Regionalização do Turismo

Arranjos Produtivos Locais de acordo com o Dicionário Aurélio podem ser expressos como tradução da palavra inglesa cluster, que significa grupamento ou aglomeração (CLUSTER, 2004).

O conceito de clusters ou APLs foi esboçado de forma inicial no final da década de 70, por meio dos estudos de Michael Porter sobre competitividade. A ocorrência de um aglomerado como um APL é definido por PORTER (1999, p. 216) como:

Os aglomerados ocorrem em muitos tipos de setores, em campos maiores ou menores e mesmo em alguns negócios locais, como restaurantes, revendedores de carros e antiquários. Estão presentes em economias grandes e pequenas, em áreas rurais e urbanas e em vários níveis geográficos (por exemplo, países, estados, regiões metropolitanas e cidades). Encontram-se em economias avançadas e em desenvolvimento, embora os existentes em economias avançadas tendam a ser muito mais desenvolvidos.

Nesse contexto,

As aglomerações produtivas encontram-se geralmente associadas a trajetórias históricas de construção de identidade e de formação de vínculos territoriais (regionais e locais), a partir de uma base social, cultural, política e econômica comum. (CAMPOS; CALLEFI; SOUZA, 2005, p. 166).

Para PAULA (2004), a formação de um APL advém da necessidade de deslocar o olhar das empresas, consideradas isoladamente, para o ‘território’, a fim de que esse se torne ‘competitivo’, ou seja, que reúna as condições para promover o adensamento empresarial, o dinamismo sócio-econômico e a especialização produtiva dos territórios.

Essa forma de atuação se assemelha ao que Alfred Marshall⁴ chamou de “distrito industrial”⁵, que é qualificado, pelo fato das empresas adquirirem vantagens competitivas,

³ Os dados e informações deste estudo foram obtidos especificamente através de um trabalho de consultoria interna desenvolvido pelo autor, junto ao APL de Turismo Rota da Amizade no período de março a agosto de 2007, na área da economia regional do turismo. Essa consultoria englobou a formulação e administração de políticas e procedimentos comerciais e de marketing em nível regional, nacional e internacional, além, da realização de *follow-up* das ações efetivadas pelo APL-RA junto à cadeia regional produtiva do turismo.

⁴ Economista londrino (1842-1924), reuniu em sua obra *Principles of Economics* (Princípios de Economia), as principais teorias econômicas (da oferta e da demanda, da utilidade marginal e dos custos de produção), tornando-se o manual de economia mais adotado na Inglaterra por um longo período (BRUE, 2005).

tais como economia de escala, capacidade de investimento em inovação tecnológica e alcance de pressão política, típicas das grandes empresas.

Marshall teve importância notória na economia ao criar o termo “economias externas”⁶, o que em termos similares nos dias de hoje, seria um APL. O modelo de Arranjos Produtivos Locais tem sido estudado e discutido como um mecanismo que contribui para o aumento da competitividade das empresas trazendo benefícios para o desenvolvimento local em tempos de globalização.

Os APLs são constituídos em seu bojo, por empresas pertencentes à mesma cadeia produtiva, que atuam em parceria visando o aumento do mercado. A expectativa e objetivo comum de um APL é que o esforço competitivo seja menor do que a empresa atuar de forma independente.

Obstante a isto, PORTER (1999) opina que a estruturação de um grupo de empresas e instituições como um aglomerado (APL) favorece oportunidades de cooperação em temas de interesse comum, sem, entretanto, ameaçar a competição ou restringir a rivalidade entre empresas correlatas.

Além disso,

As aglomerações de empresas que desenvolveram atividades cooperativas e um processo de criação e difusão do conhecimento enraizado na localidade **podem ser uma grande chance para o desenvolvimento nacional e regional em um mundo globalizado**, onde os movimentos de capitais e de mercado estão cada vez mais livres. (BNDES, 2004, p. 11, grifo nosso).

Respeitante esse tema, cabe salientar que aglomerações como um APL, quando bem desenvolvido, são catalisadores do desenvolvimento de suas regiões e costumam ter instituições que lideram, cooperativamente com os governos locais, ações de planejamento participativo e cooperação (BNDES, 2004).

Nesse contexto, em vista do turismo ser um fenômeno que contribui para o desenvolvimento de uma região, notadamente no que se refere a geração de emprego, renda, e preservação da paisagem, a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) atesta que, a ecologia e a economia, incluindo a atividade turística, estão ficando cada vez mais integrados

⁵ Marshall assinalou as vantagens da aglomeração de produtores que atuavam no processo de concorrência capitalista ao analisar o conceito de distrito industrial no fim do século XIX.

⁶ Surgem por estarem concentradas num mesmo local, indústrias que se beneficiam da redução de custos médios de produção, devido a existência de outras empresas já instaladas, proporcionando as indústrias que chegam vantagens que antes inexistiam.

numa rede de causa e efeitos, envolvendo principalmente a indústria ligada ao turismo, defensores do ambiente e comunidade.

Pode-se também dizer que o desenvolvimento do turismo está ligado ao desenvolvimento econômico do Brasil, tendo seu impulso, sobretudo, a partir das décadas de 1960 e 1970, em função do desenvolvimento estrutural então ancorado no processo de promover a desenvolvimento industrial que transformava o país.

Essas modificações políticas e econômicas se deram especialmente, a partir do chamado “milagre econômico brasileiro”, de 1968 a 1974, época em que o crescimento econômico acelera-se e diversifica-se, devido a determinação dos governos militares de fazer do Brasil uma “potência emergente”. Nessa fase foram viabilizados fortes investimentos em infraestrutura e industrialização e observou-se um crescimento contínuo das classes médias nas grandes cidades, bem como, nas cidades menores e no campo devido a agroindústria modernizada.

A expansão da classe média nesse período, por conseguinte, promoveu um crescimento da urbanização, do consumo e do crédito, permitindo que o turismo lograsse um desempenho de destaque, tornando-se, objeto de pesquisa e de atenção tanto dos órgãos públicos, como também privados.

Com efeito, o turismo, aliado ao lazer, à cultura, e a preocupação com a qualidade de vida, se desenvolveram nas sociedades pós-industriais, fato que faz da atividade turística uma alternativa, por vezes, única, para o desenvolvimento local, sendo assim, levado em consideração de forma séria, por alguns governos, estudiosos e comunidades.

A partir dessa reflexão, pode-se dizer que a atividade turística está correlacionada com o crescimento da economia, podendo se dizer que o desenvolvimento do turismo resulta do crescimento econômico do Brasil.

Dessa forma, a implantação do PNT proporcionou ao turismo, o reconhecimento como:

[...] uma atividade de importância fundamental para o crescimento da economia do País devido não somente a sua contribuição significativa para o aumento do PIB, como também pela potencial capacidade de geração de trabalho, ocupação e renda, com impactos na melhoria da qualidade de vida da população. (BRASIL, 2007, p. 24).

Diante disso, o desenvolvimento do turismo no Brasil está centrado na regionalização implantada pelo PRT, que propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País, que se constitui no referencial da base territorial do Plano Nacional de Turismo.

O PRT foi a evolução natural do Programa de Municipalização Nacional do Turismo (PNMT)⁷, haja vista, que o desenvolvimento regional, se faz possível com maior agilidade, quando a unidade base da região, o município, possui uma infra-estrutura primária e atrativos qualificados para atrair e distribuir turistas para seu entorno, contribuindo assim, assim para dinamizar a economia da região em que está inserido.

Ademais, nesse contexto, cabe destacar que é imprescindível que haja políticas públicas no sentido de evitar a degradação das cidades e da própria atividade econômica turística, em consequência do desenvolvimento desordenado do turismo. Não obstante, é importante salientar que uma política pública mobilizadora capaz de promover mudanças por meio de um planejamento sistematizado e participativo, certamente poderá coordenar o processo de desenvolvimento turístico de forma regionalizada no Brasil.

Nesse sentido, de acordo com o MTur, o PRT tem como premissa, promover formas de coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, superando a visão estritamente setorial do desenvolvimento, visando a integração regional através de projetos de valorização e inclusão social no desenvolvimento do turismo, fortalecendo a inserção socioeconômica da população local nas atividades relacionadas com o turismo (BRASIL, 2007).

Posto isso, esse modelo de regionalização estimula e produz vínculos de parceria, integração e cooperação dos setores, que geram produtos e serviços capazes de inserir no setor produtivo da economia, unidades produtivas de base familiar, formais e informais, micro e pequenas empresas, que se reflete no estado de bem-estar das populações (BRASIL, 2007). Esse paradigma, caracterizado pela integração e correlação de responsabilidades, é também, o que distingue os chamados Arranjos Produtivos Locais do Turismo.

Diante do exposto, pode-se inferir de acordo com o BNDES (2004), que as pessoas, empresas e instituições envolvidas com um APL percebem que sua prosperidade depende da prosperidade do país, ou seja, elas não são de maneira nenhuma indiferentes ao futuro da nação.

3 Abordagem Schumpeteriana do Desenvolvimento Econômico

⁷ O PMNT instituído em 1994 objetivava a conscientização, estímulo e capacitação nos municípios no sentido de estimulá-los para que reconhecessem a importância do turismo como gerador de emprego e renda, conciliando o crescimento econômico com a preservação dos patrimônios ambiental, histórico e cultural.

Ao se abordar o desenvolvimento econômico, cabe uma sinopse da evolução da teoria econômica no sentido de correlacionar a estrutura de funcionamento de um APL com o desenvolvimento turístico e econômico.

Por esse prisma, enfatiza-se neste artigo, uma teoria que explica o desenvolvimento de uma região formulada por Joseph A. Schumpeter, baseada na figura do empresário inovador⁸ – agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica.

Para COSTA (1997), a estrutura dinâmica que Schumpeter expõe em sua obra, contrasta com o modelo neoclássico, em que toda a atividade econômica se apresenta de maneira idêntica em sua essência, repetindo-se continuamente.

Cabe ressaltar, que as teorias econômicas convencionais não explicitam a figura do empresário, porém, o sistema econômico caracterizou-se, desde a economia neoclássica, pela encadeação estabelecida entre seus agentes, no que concerne às transações e trocas, dentro de uma perspectiva de equilíbrio proporcionado pelo mercado, que é o sustentáculo de sua análise.

Nesse sentido, o empresário aparece de forma implícita notadamente, na análise microeconômica onde a firma deve decidir sobre quantidades e preços de insumos e produtos, com vistas a maximizar seu retorno, através de um conjunto de funções de produção que interage às mudanças externas do ambiente econômico, buscando certificar-se da existência de resultados.

Vale, portanto, ressaltar que, a figura do empresário aparece na literatura econômica recente, sobretudo na obra de SCHUMPETER (1997, p. 74), que se distanciou da teoria econômica tradicional e neoclássica por afirmar que “[...] as mudanças econômicas, especialmente, se não unicamente, na época capitalista, ocorreram efetivamente assim e não mediante adaptação contínua, mas reside no fato de serem elas fecundas.”

Diante do exposto, consoante o arcabouço econômico neoclássico, os agentes que intervêm na economia são as famílias, as empresas e o governo, que produzem o fluxo circular da renda. Nesse contexto, para BRESSER-PEREIRA (2003, p. 2), a escola

⁸ A representação do empresário inovador aparece no capítulo II da obra de Joseph A. Schumpeter mencionada neste artigo, intitulado “O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico”.

neoclássica ou marginalista⁹ “[...] estuda melhor do que qualquer outra o equilíbrio de uma economia abstrata de mercado [...]”.

A vida econômica, do ponto de vista da análise do “fluxo circular”, consoante ao pensamento schumpeteriano, não explica as mudanças contínuas e os fenômenos que surgem em seu curso, que podem eventualmente transformar uma pequena firma varejista numa grande loja de departamentos, mediante adaptação contínua, feita em inúmeras etapas pequenas (SCHUMPETER, 1997).

Ainda nessa linha de pensamento, SCHUMPETER (1997, p. 71) sustentou que “O setor econômico, outrossim, está aberto a uma variedade sem fim de pontos de vista e tratamentos, que se podem ordenar, por exemplo, de acordo com a amplitude de seu alcance [...]”.

Obstante esse pensamento, BRESSER-PEREIRA (2003) diz que, como o método neoclássico parte do equilíbrio e dos mercados eficientes para analisar realidades econômicas complexas, uma alternativa seria abandonar esses pressupostos, e procurar fazer uma análise mais realista.

Ademais, complementa BRESSER-PEREIRA (2003) afirmando que os resultados baseados no pensamento neoclássico, quando aplicados aos problemas concretos da estabilização macroeconômica e do desenvolvimento são geralmente ineficazes e desastrosos.

Nesse prisma, no que diz respeito ao desenvolvimento econômico, ressalta SCHUMPETER (1997, p. 75) que:

O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente [...] [e que] [...] aparecem na esfera da vida industrial e comercial, não na esfera das necessidades dos consumidores de produtos finais.

Portanto, alusivo a esse assunto, cabe ainda destacar, segundo SCHUMPETER¹⁰ (*apud* SILVA, 2004), que, se a economia cresce impulsionada pelo crescimento populacional, da renda e da riqueza, isso não se traduz em um processo de desenvolvimento, pois, a verificação desse crescimento não resulta em nenhum fenômeno qualitativamente novo. Tais incrementos, portanto, são meras mudanças dos dados naturais.

⁹ Cabe destacar, segundo BRESSER-PEREIRA (2003), a escola neoclássica é freqüentemente chamada de marginalista, porque foi a primeira a utilizar o conceito de marginalidade – baseado na utilidade e escassez de um bem –, porém, isso é inadequado, por tratar-se de um conceito útil, que pode ser utilizado por qualquer escola de pensamento econômico.

¹⁰ SCHUMPETER, J. A. . A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997. (Os Economistas).

Por conseguinte, a teoria de desenvolvimento econômico schumpeteriana fez uma reinterpretação de conceitos e produziu novas condições teóricas que permitem uma análise inovadora das transições qualitativas existentes no mundo real ao partir da análise da dinâmica econômica que o modelo de equilíbrio geral não distinguia, no qual desenvolvimento econômico era sinônimo de crescimento econômico.¹¹

Nesse contexto, MANTEGA (1998, p. 17) afirma que:

Schumpeter fornecera os alicerces da teoria do desenvolvimento, com suas ondas de investimento a atropelar incessantemente as condições de equilíbrio concebidas pelos clássicos. O capitalismo não seria um sistema estático, acomodado em eterno equilíbrio como queriam Walras¹² e seus seguidores. Mas sim uma economia dinâmica, freqüentemente sacudida por inovações tecnológicas, saltos de produtividade, novas combinações de fatores de produção e novos produtos, de modo a engendrar fases de expansão e de contração das atividades.

Não obstante, fica patente o caráter endógeno do desenvolvimento para SCHUMPETER (1997, p. 74), acordante sua afirmação: “Entenderemos por ‘desenvolvimento’, portanto, apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas de fora, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa [!]”.

Assim, depreende-se pelo prisma schumpeteriano que, evolução e progresso são decorrentes das mudanças provocadas pelos produtores no que tange às combinações de questões como empreendedorismo, inovação, capital, crédito, lucro empresarial, juro sobre o capital e crises ou ciclos econômicos, que provocam a ruptura do estado de equilíbrio do fluxo circular da economia.

Concernente a esse tema, “[...] a inovação cria uma ruptura no sistema econômico, no interior das indústrias, revolucionando as estruturas produtivas e criando fontes de diferenciação para as empresas.” (CAMPOS; CALLEFI; SOUZA, 2005, p. 165).

Pode-se ressaltar com base nessas acepções, que o desenvolvimento econômico consoante SCHUMPETER¹³ (1982 *apud* MANTEGA, 1998), é movido ao sabor das inovações e saltos de produtividade, que aparecem irregularmente em grupos de inovações ou

¹¹ Destaca-se também com base em SCHUMPETER (1997), que desenvolvimento é definido pela realização de novas combinações que abrange os cinco casos seguintes: (i) introdução de um novo bem, ou de uma nova qualidade de um bem; (ii) introdução de um novo método de produção, ou uma nova maneira de comercializar uma mercadoria; (iii) abertura de um novo mercado; (iv) conquista de uma nova fonte de matérias-primas, ou de bens intermediários; e (v) estabelecimento de uma nova forma de organização de qualquer indústria.

¹² Léon Walras (1834 - 1910), economista francês, estudou a teoria da determinação dos preços, baseado na hipótese do livre mercado e da concorrência perfeita, baseando-se na utilidade marginal do bem produzido, contrariando a visão clássica do valor-trabalho (BRUE, 2005). Suas idéias foram demonstradas através de proposições matemáticas, que conferiu à economia um teor científico.

¹³ SCHUMPETER, J. A. . A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Os Economistas).

onda de investimentos, cujas ocorrências num conjunto de indústrias, resultam numa avalanche de bens de consumo e na elevação da renda real.

Num contexto mais amplo e holístico, asseveram CAMPOS; CALLEFI; SOUZA (2005, p. 166) que “[...] a inovação passa a ocorrer por meio da interação entre firmas e com outras instituições, no sentido de criar novos conhecimentos e compartilhar os já existentes.”

Transpondo-se essa concepção no cenário econômico atual, marcado pela competitividade e pela disseminação da tecnologia da informação, para as instituições e organizações, nesse caso em particular o APL, infere-se que o foco deve convergir para ações que combinem um incremento de dois fatores na região: a capacidade inovativa e o capital social.

4 O Empresário Inovador e a Experiência do APL Rota da Amizade

Com base na teoria schumpeteriana do desenvolvimento é o produtor quem inicia a mudança econômica promovendo **novas combinações** de meios produtivos, que vão definir uma situação ou um processo de desenvolvimento. Elas consistem em empregar de forma diferente os recursos produtivos disponíveis no sistema econômico, por empresas novas, que não surgem das antigas, e que sua produção se dá de forma simultânea com aquela das empresas antigas. (SILVA, 2004, grifo do autor).

Tais afirmações para BRUE (2005) significam que o principal processo na mudança econômica observado por Schumpeter, é a introdução de inovações; e a inovação central é o empreendedor.

Por conseguinte, infere-se a partir dessa reflexão, que é através da industrialização, produção de matérias-primas e fornecimento de insumos, que o empresário comanda as alterações nos fluxos econômicos e não pelas variáveis relativas ao consumo.

Assim, estado na teoria schumpeteriana, é possível distinguir traços marcantes da importância de alguns empresários que atuam no trade turístico do APL-RA, no que concerne à sua iniciativa empreendedora, aliado à sua disposição de investir em capital humano e tecnologia, ações que refletiram numa melhoria do nível de profissionalismo tanto no atendimento, como, no equipamento turístico regional. Esses empresários inovadores, projetaram a Rota da Amizade no cenário nacional e internacional, particularmente no Mercosul, o que impingiu um crescimento nos índices do turismo regional.

Os esforços conjuntos desses empresários mobilizaram os atores locais acarretando atualmente, no reconhecimento do “produto Rota da Amizade”. Dessa forma, o Arranjo

Produtivo Local de Turismo Rota da Amizade é um projeto para o desenvolvimento sustentado e contínuo do turismo para a região turística Vale do Contestado. (INSTITUCIONAL, 2010).

O início do que é hoje o APL de Turismo Rota da Amizade, se deu quando os municípios de Videira, Pinheiro Preto e Tangará se uniram e criaram em 1998 a Associação Vale da Uva e do Vinho, com o intuito de promover o enoturismo, sendo o poder público o gestor desse processo (BERNARDI, 2008).

No entanto, o processo de desenvolvimento econômico do APL-RA, ganhou força em 2001, quando três empresários hoteleiros¹⁴ reuniram-se com a Associação Vale da Uva e do Vinho, oportunizando assim, uma venda integrada dos hotéis com os atrativos da região, que possibilitaria por conseguinte, uma melhoria na taxa de ocupação de seus estabelecimentos. Assim, foram dados os primeiros passos para a integração do turismo regional.

Esse fato ratifica os escritos de Schumpeter no que tange ao processo de desenvolvimento econômico estar condicionado a existência de empresários inovadores e de novas combinações produtivas. Respeitante a essas “novas combinações”, SILVA (2004) coloca que estas, na teoria schumpeteriana do desenvolvimento, é que vão definir uma situação ou um processo de desenvolvimento, e consistem, no emprego diferente dos recursos produtivos disponíveis no sistema econômico.

No período de 2003 a 2004, segundo BERNARDI (2008), os três empresários hoteleiros pré-citados lideraram um projeto em parceria com a Associação Vale da Uva e do Vinho, visando a integração do turismo na região e apresentaram uma proposta de projeto para o Sebrae/SC. A partir de então, teve início a elaboração do projeto Arranjo Produtivo Local de Turismo Vale da Uva e do Vinho e, em outubro de 2004, formou-se uma parceria tecnológica e financeira entre as duas entidades com a assinatura de um convênio¹⁵ para operacionalizar o APL de Turismo Rota da Amizade, cujo início, foi em janeiro de 2005.

Com o advento do APL-RA, a primeira ação foi integrar Joaçaba – município pólo da região – à Rota da Amizade, que foi escolhido para sediar o escritório do APL-RA. Também

¹⁴ Edson Ziolkowski, um dos pioneiros do setor turístico e hoteleiro da região, proprietário do Hotel Renar em Fraiburgo construído em 1981 e de mais dois hotéis na cidade. Wilson Luiz de Macedo, sócio administrador do Thermas de Piratuba Park Hotel na cidade de Piratuba, e João Klotz, proprietário do Hotel Tirol fundado em 1972, em Treze Tílias.

¹⁵ O convênio de cooperação técnica e financeira nº 022/04 foi assinado em 23/08/2004 (MENESES; BERNARDI, 2005).

ocorreu a alteração do nome do *Convention Bureau* para “Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*”¹⁶.

A metodologia do APL disponibilizada pelo Sebrae/SC prevê uma série de ações planejadas e encadeadas¹⁷, iniciando-se na primeira etapa do projeto (2005/2006) com 19 ações que vão desde o processo de seleção dos empreendimentos da cadeia produtiva do turismo, passando pela capacitação das empresas nas diversas áreas que interferem no atendimento ao turista, bem como, realizando um trabalho de prospecção de mercado, planejamento de marketing e estratégia de promoção de vendas. Posteriormente na segunda etapa do projeto (2007/2008), foram inseridas duas novas ações – educando para o turismo que estará acontecendo nas escolas através de palestras, cartilhas e atividades, e melhoria na infra-estrutura local –, perfazendo um total de 21 ações no projeto. (ROTA..., 2007).

Para que essas ações fossem viabilizadas, o investimento total realizado no APL de Turismo Rota da Amizade durante os anos de 2005 e 2006, foi de R\$ 1.679.051,00 e o previsto para 2007 e 2008 atingia a importância de R\$ 1.549.845,00. (ROTA..., 2007).

O APL-RA definiu no ano de 2004 a **missão** “Promover o turismo contribuindo para o desenvolvimento sustentável da Rota da Amizade.” (ROTA..., 2006a).

E como **visão** de 10 anos à frente:

A Rota da Amizade será referência no Turismo, atuando de forma integrada e participativa, recebendo um fluxo constante de turistas ao longo do ano, compatível com sua capacidade de carga. Disporá de pessoal capacitado, com a comunidade local consciente da importância do Turismo e contando com infra estrutura turística e recursos adequados. (ROTA..., 2006a).

O APL de Turismo Rota da Amizade compreende atualmente os municípios de Fraiburgo, Joaçaba, Piratuba, Tangará, Videira e Treze Tílias¹⁸, e é direcionado às empresas que fazem parte da cadeia produtiva do turismo em diversos setores como, hospedagem, restaurantes e similares, entretenimento e comércio, e também, indústrias, artesãos, agências de viagens, promotoras de eventos, transportadoras turísticas e vinícolas (FIGURA 1).

¹⁶ A Rota da Amizade leva esse nome por conta da antiga “Estrada da Amizade”, rodovia que leva o nome oficial de SC-303 e interliga os sete municípios que inicialmente a compuseram. Nos últimos anos também fez jus a esse nome devido ao caráter simples e hospitaleiro do seu povo.

¹⁷ A primeira etapa do projeto contemplou 19 ações: Gestão e Articulação; Eventos de sensibilização; Divulgação do Projeto; Fórum; Análise de cenário; Captação de empresas; Diagnóstico empresarial; Capacitação em gestão empresarial; Capacitação operacional; Consultoria em adequação de produto; Prospecção de Mercado Nacional (Sul e Sudeste); Prospecção de Mercado Internacional (Mercosul); Elaboração de estratégias de marketing; Material promocional; Participação em feiras e eventos; Rodadas de negócios; Visitas Técnicas; Famtours; Selo APL Rota da Amizade de Qualidade Turística. (ROTA..., 2007).

¹⁸ A formação original da Rota da Amizade incluía além dos municípios citados, o município de Pinheiro Preto.

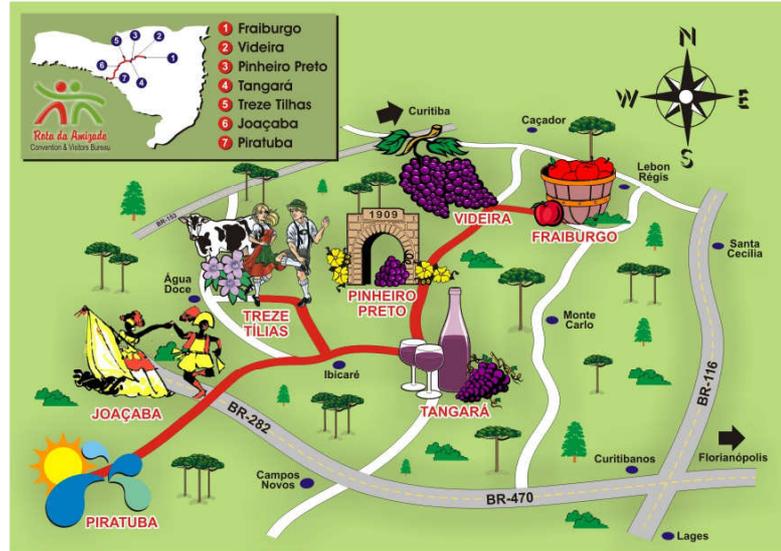


Figura 1 - Mapa temático da Rota da Amizade

Fonte: Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*

O território onde encontra-se o APL-RA, denomina-se região turística “Vale do Contestado”, e está localizado geograficamente no Meio-Oeste de Santa Catarina conforme mostra a figura 2. Nesse território está inserido o roteiro turístico integrado, conhecido por Rota da Amizade, que atende ao Programa de Regionalização do Turismo do Mtur. O gerenciamento do APL-RA cabe ao Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*, instituição que reúne as empresas dos municípios que formam esse roteiro turístico.



Figura 2 - Regiões Turísticas de Santa Catarina

Fonte: Brasil Adentro¹⁹

Esse roteiro turístico, destaca ZIOLKOWSKI (2007, p. 2) “É formado por pequenas cidades que conservam valores e tradições culturais, presentes na arquitetura, culinária e

¹⁹ Extraído de: <http://www.brasiladentro.com.br/br/hoteis-pousadas/santa_catarina/detalhes>. Acesso em: 17/08/2009.

musicalidade. Cada local guarda uma característica marcante, concentradas em uma distância máxima de 145 quilômetros [...]. Assim, cada município é conhecido por sua particularidade: Fraiburgo, a terra da maçã, Videira e Tangará, o vale da uva e do vinho, Treze Tílias, o tirol brasileiro, Joaçaba a terra da cultura e dos eventos e Piratuba, terra das águas termais.

Apesar das belezas e peculiaridades da região, o acesso à Rota da Amizade está limitado basicamente ao rodoviário, através das rodovias estaduais SC-453, SC-456, SC-303, SC-452 e SC-462, e pelas rodovias federais BR-116, BR-282, BR-153, e BR-470, apresentadas na figura 3, haja vista, que o aeroporto com capacidade de pouso de aviões de grande porte está localizado na cidade de Chapecó²⁰, distante cerca de 160 km de distância de Joaçaba, porta de entrada da Rota da Amizade, para quem vem do Oeste de SC.

O Aeroporto de Joaçaba²¹, localizado às margens da BR-282 e distante 6 km do centro da cidade, opera apenas com vôos da empresa regional NHT Linhas Aéreas.



Figura 3 - Vias de Acesso à Rota da Amizade
Fonte: ROTA..., (2006a)

No âmbito estadual, cabe destacar que, a Rota da Amizade é um dos quatro roteiros turísticos considerados prioritários para o desenvolvimento e consolidação da atividade turística no Estado de Santa Catarina, segundo os moldes do Programa de Regionalização do Turismo, aprovado em novembro de 2004, pelo Conselho Estadual de Turismo (ZIOLKOWSKI, 2007). Segundo o Projeto de Qualificação Turística do Produto Rota da

²⁰ O aeroporto municipal “Serafin Enoss Bertaso” opera vôos de Chapecó para Curitiba, Florianópolis e São Paulo – Congonhas e Guarulhos. Atualmente três companhias aéreas operam vôos no aeroporto de Chapecó: Gol, OceanAir e NHT. (PREFEITURA..., 2010).

²¹ O aeroporto municipal “Santa Terezinha” esteve fechado por alguns anos, sendo reestruturado em 2007. A NHT realiza vôos de Joaçaba com destino a Caçador, Curitiba, Passo Fundo, Pelotas, Porto Alegre, Rio Grande, Santa Maria e Santo Ângelo. (NHT..., 2010).

Amizade, em 2006 o fluxo de turistas na Rota da Amizade era em torno de 500.000 turistas/ano²². (ROTA..., 2006c).

O Objetivo geral expresso no Acordo de Resultados entre o Sebrae/SC e o RACVB previa: “Aumentar a competitividade e a sustentabilidade das MPE [micro e pequenas empresas] do APL de Turismo Rota da Amizade, contemplando a inovação e a geração de emprego e renda.” (ROTA..., 2006b).

No que tange aos resultados buscados, o APL-RA fixou-os em finalísticos e intermediários. De acordo com o 2º Aditivo ao Acordo de Resultados celebrado em 30 de abril de 2006 entre o Sebrae/SC e o RACVB (ROTA..., 2006b, p. 4), os finalísticos estavam assim estipulados:

- 1) Elevar a taxa de ocupação nos meios de hospedagem participantes do projeto de 41% para 46% até dezembro de 2008.
- 2) Permanência média do turista de 2 para 3 dias nos meios de hospedagem das empresas participantes da Rota da Amizade até dezembro de 2008.

Os resultados intermediários previam:

- 1) Elevar o número de postos de trabalho nas empresas do trade turístico participantes do APL de turismo da Rota da Amizade em 10% até dezembro de 2008.
- 2) Aumentar o valor dos investimentos públicos e privados em 10% até dezembro de 2008 no setor turístico no território do APL.

Para que o APL-RA fosse viabilizado, algumas premissas foram estabelecidas no 2º Aditivo ao Acordo de Resultados (ROTA..., 2006b), pré-citado:

- 1) Manutenção da parceria com as prefeituras municipais;
- 2) Apoio das instituições da classe empresarial, e instituições de turismo da Região da Rota da Amizade;
- 3) Envolvimento, integração e comprometimento do trade turístico da Região da Rota da Amizade;
- 4) Estabilidade econômica [no Brasil] com inflação inferior a dois dígitos, situada entre 6% a 9% aa [*sic*];
- 5) Crescimento do turismo interno nacional e catarinense não inferior a 3,5 % ao ano;
- 6) Crescimento econômico médio do país na ordem de 2,5% ou superior, no período.

Cabe também ressaltar, que o RACVB teve como parceiros que aportaram recursos no APL de Turismo Rota da Amizade, além do Sebrae/SC, a Santa Catarina Turismo S/A (SANTUR), empresa de economia mista responsável pelo fomento e a divulgação da política

²² Número estimado, pois, até agosto de 2007 não havia pesquisa de demanda turística integrada na Rota da Amizade.

estadual de turismo, vinculada a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (SOL), a Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), o Serviço Nacional do Comércio (Senac), a Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR) das regionais dos municípios de Concórdia, Joaçaba e Videira, e as Prefeituras dos sete municípios.

5 O Turismo e os Arranjos Institucionais na Rota da Amizade

O turismo se apresenta como uma nova visão estratégica de desenvolvimento, com possibilidades reais de maximizar as potencialidades locais, bastando que essas sejam capazes de aproveitar esse fenômeno, e transformá-lo em uma alavanca de crescimento econômico para toda a sociedade.

Nesse contexto, cabe ressaltar que, destarte a existência de indicadores econômicos e financeiros favoráveis logrados pelo APL-RA, esses não resolverão a questão do desenvolvimento regional do turismo, pois a raiz dessa questão está também no fortalecimento do capital social, e dos arranjos institucionais²³ existentes, e não apenas fortalecendo o capital como gerador de emprego, renda e lucro.

Sobressai-se nesse panorama como centro dos objetivos do APL-RA, o fortalecimento da capacidade empresarial das MPE regionais que visa capacitar os pequenos empreendedores rurais e urbanos. No entanto, verificou-se que a visão comum de capacitação e qualificação empresarial, não resolve por si só a questão do desenvolvimento do turismo, pois, esse está baseado na interação entre os atores envolvidos, na consulta à população local e num sistema eficaz de circulação interna da informação.

A partir dessa reflexão, pode-se dizer, baseado no diagnóstico empresarial efetuado junto as MPE pertencentes ao APL-RA, que foi realizado por CALDAS, DUTRA; SOUZA [2005?], que, de um modo geral, essas empresas não têm nenhum tipo de planejamento, restringindo-se a pequenas idéias informais. Ademais, essas MPE possuem poucos colaboradores ou, em alguns casos, nenhum, de forma que, essas empresas não definem uma política de trabalho, têm poucos controles financeiros e limitam sua atuação no município onde estão sediadas.

Além disso, deve-se destacar, conforme complementam os autores pré-citados, o fato de que, as empresas que compõem o APL,

²³ Entende-se por arranjo institucional neste artigo, os acordos e contratos entre os agentes que fazem parte do APL-RA, que se propõem a alcançar, determinados objetivos, através de um plano de trabalho acordado.

Não buscam parcerias e interações com a região, seja com instituições, entidades de apoio ou até mesmo com outras empresas. Possuem dificuldades relacionadas à comercialização e divulgação de seus produtos ou serviços. **Salvo raras exceções, os gestores obtiveram um desempenho baixo [...]**. (CALDAS; DUTRA; SOUZA, [2005?], p. 6, grifo nosso).

Diante desse contexto, supõe-se que, um motivo para isso seja a conexão entre produtos locais e cultura local, que provém entre outros aspectos, da transmissão de relatos, hábitos, crenças e costumes de um conjunto de pessoas. Essas características que refletem a cultura de um povo, acabam por moldar o perfil de uma região, o que, por conseguinte, refletem na sociedade e condicionam o desenvolvimento local.

Ratifica esse pensamento PAULA (2004), dizendo que a chave do desenvolvimento não está apenas na capacitação dos empreendedores, e sim que, concentrar esforços no preparo gerencial de pessoas para melhor gerirem os negócios, resultaria numa maior capacidade de gerar desenvolvimento.

Na verdade, o cerne desse tema passa pelo deslocamento do olhar individual sobre o empreendedor, para um olhar sobre o “ambiente institucional”²⁴, buscando então reunir as condições necessárias que possam dar sustentabilidade e competitividade aos novos empreendimentos. Em outras palavras, tratar de obter ambientes que possam ser mais ou menos favoráveis para a prosperidade do empreendimento.

Nesta visão ampliada da questão, PAULA (2004) diz que o desenvolvimento é produto das relações sociais, portanto, depende da qualidade dessas relações, sejam de dominação política, de exploração econômica, de exclusão social, ou naquelas baseadas em estruturas verticais de poder. É possível também refletir com contraponto, naquelas relações sociais de equidade política, de solidariedade econômica, de inclusão social, ou naquelas baseadas em estruturas horizontais de poder.

Dessa forma, é oportuno dizer que, ambientes onde existe maior integração, cooperação e principalmente confiança entre os agentes, são mais propícios a constituir um arranjo que efetivamente seja bem sucedido.

Nesse prisma, pode-se utilizar o produto turístico como forma de aumento do capital social, que, a propósito, o próprio Projeto de Qualificação Turística do Produto Rota da Amizade coaduna-se com essas reflexões, conforme expressa o texto:

²⁴ Por ambiente institucional, entende-se o somatório das grandes regras, acordos, leis, normas e contratos, enfim, todos os macro-referenciais, que estabelecem a base para a produção, a distribuição e a troca entre os agentes de uma sociedade (BRASIL, 2005).

É fundamental salientar que pesquisas e experiências anteriores já mostraram que se as comunidades não estiverem conscientizadas e envolvidas para a importância do desenvolvimento do turismo e não quiserem compreender, o processo de desenvolvimento não acontecerá, o que já se demonstrou em alguns fracassos anteriores [!]. (ROTA..., 2006c, p. 5).

Portanto, a crença que a chave do desenvolvimento está em capacitar micro e pequenas empresas com ferramentas de gestão e inovações tecnológicas, acreditando que dessa forma elas geram os “círculos virtuosos” que alimentam o crescimento econômico, não é exatamente conclusiva, se não houver um fortalecimento do capital social na região.

Como diz BIRKNER (2006), o capital social é um expediente que pode ser utilizado para aumentar a produção e o acúmulo de capital, cuja fonte seriam as instituições criadas pelos indivíduos [mediante um incremento do capital humano], a partir de suas relações sociais.

Dessa forma, a conexão entre arranjos sociais e o granjeio de conhecimento mediante o aumento de capital humano dos indivíduos, contribuem para a formulação e o estabelecimento do capital social que dão sustentação às atividades de produção e consumo, que gerarão emprego em nível local, o que se pressupõe ser o sustentáculo para o desenvolvimento econômico.

Essa proposição, certamente, é o caminho mais seguro que uma região pode tomar rumo a um processo de desenvolvimento, e que sem dúvida demanda grandes esforços de fomento e promoção. Para tanto, deve-se avaliar as estruturas institucional e social existentes no APL de Turismo Rota da Amizade, tendo em mente que a ótica do desenvolvimento sob essa perspectiva é ainda um fato novo.

6 Análise de Resultados do APL de Turismo Rota da Amizade

Os resultados logrados pelo APL de Turismo Rota da Amizade apresentados neste artigo, são referentes ao período de janeiro de 2005 a agosto de 2007.

Em princípio, o APL-RA tinha como objetivo atingir o número de 100 parceiros engajados nos sete municípios envolvidos até o final do projeto²⁵. (ROTA..., 2004). Segundo CALDAS, DUTRA; SOUZA [2005?], 77 empresas aderiram inicialmente ao APL-RA como mantenedores do Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*. Cabe salientar, que uma característica marcante desse APL, é o fato de ser formado em sua maioria por “micro e pequenas empresas”.

²⁵ Até agosto de 2007, esse número não havia sido atingido.

Após a primeira etapa de seleção das empresas, passou-se a fase de capacitação das mesmas. Nesse tema, segundo BERNARDI (2008, p. 6), “A partir de um diagnóstico empresarial, as empresas passaram a receber capacitações e consultorias nas áreas de gestão, associativismo, desenvolvimento tecnológico, acesso ao mercado e qualificação profissional.”

Nos dois primeiros anos de vigência do acordo RACVB e Sebrae/SC, o APL de Turismo Rota da Amizade produziu alguns resultados, sobretudo, em três aspectos: no financeiro, no comercial e marketing, e aqueles ligados ao desenvolvimento do capital humano.

De acordo com BERNARDI (2008), no ano de 2006 houve um aumento de 55,7% no faturamento médio das empresas participantes, comparado ao ano anterior; os investimentos públicos aumentaram na ordem de 45,2%, também em relação a 2005.

Com relação às ações previstas no APL-RA, os resultados mais relevantes obtidos (ROTA..., 2007), foram:

- a) Em média 600 pessoas estiveram em sete palestras de sensibilização visando conscientizar a cadeia produtiva do turismo da importância do APL-RA.²⁶
- b) Em termos de divulgação do projeto, foi contratada uma assessoria de imprensa, que foi responsável por veiculação de 800 matérias em jornais de abrangência local, regional, estadual e nacional, além de notícias, entrevistas, comerciais e *spots* em TVs e rádios. Informativos semanais foram enviados por *e-mail* para agências, operadoras de turismo e entidades públicas e privadas. O site do RACVB teve 7.320 visitas durante o biênio 2005/2006. Em 2007, de janeiro a maio haviam sido computados 4.688 acessos.
- c) Em 2005 e 2006 foram realizados 5 fóruns²⁷, com objetivo de discutir o projeto, apresentar as ações realizadas e prestar contas aos parceiros.
- d) Em termos de capacitação aos empresários mantenedores do RACVB foram oferecidos em 2005/2006 vários cursos como, técnicas de venda, administração de compras e controle de estoques, arte de gerenciar e gestão da qualidade – processos, planejamento estratégico e “D’Olho na qualidade” para empresas.²⁸

²⁶ Palestras realizadas nas cidades de Piratuba (15/04/2005), Joaçaba (13/04 e 15/09/2005), Treze Tílias (14/04/2005), Tangará (05/04/2005), Pinheiro Preto (12/04/2005), Videira (11/04/2005) e Fraiburgo (12/04/2005). (ROTA..., 2007).

²⁷ Joaçaba (27/09/2005), Tangará (07/12/2005), Piratuba (16/03/2006), Treze Tílias (25/05/2006) e Joaçaba (27/09/2006). Para 2007/2008 cinco fóruns foram previstos.

²⁸ Para 2007/2008 os cursos previstos eram: PAS – Programa Alimento Seguro, consultoria de custos, atendimento ao público, excelência em vendas e “D’Olho na qualidade” para Secretarias de Turismo.

- e) Na área de capacitação operacional destacam-se os cursos realizados para profissional de cozinha, aperfeiçoamento de garçons e camareira, informações turísticas da Rota da Amizade, técnicas de vendas, recepção em meios de hospedagem e qualidade no atendimento ao turista.²⁹
- f) No campo de marketing, promoção institucional e vendas, o RACVB esteve presente diretamente – nos anos de 2005 e 2006 – em 35 feiras e eventos direcionados ao *trade* turístico no país, e participou de 12 rodadas de negócio no âmbito do turismo.
- g) Quanto às visitas técnicas³⁰, o RACVB esteve na Rota Romântica/RS e na Costa Oeste/ PR.
- h) Cabe destacar, a implantação do Programa de Certificação de Qualidade Turística (PCQ), que visa certificar as empresas pertencentes à cadeia produtiva do turismo da Rota da Amizade que são mantenedoras do RACVB. Para obter sua certificação, a empresa é auditada em uma série de critérios listados no caderno de procedimentos³¹, relativos ao controle de qualidade dos produtos e serviços oferecidos, ao gerenciamento do estabelecimento e a área comercial e de marketing de cada atividade. Até junho de 2007, seis empresas tinham sido certificadas.

Por outro lado, foram identificados alguns entraves ou dificuldades em nível regional que são empecilhos para que o turismo se desenvolva de fato nessa região, salientando os seguintes:

- a) Existe ainda pouca sensibilização, e/ou conscientização dos gestores públicos, legisladores e comunidades para a importância do turismo como agente de desenvolvimento;
- b) Os atores sociais e econômicos, não estão ainda articulados de forma que há pouca participação destes nas instâncias de governança municipal do turismo;
- c) A organização local do APL-RA **está ancorada e concentrada nas empresas dos empresários inovadores** que enfrentam dificuldades no processo de articulação entre os diversos atores envolvidos. Nesse sentido o **número de empresas aderidas ao APL, conforme dados da Rota da Amizade, diminuiu nos últimos anos,**

²⁹ Cursos para taxistas, de informações turísticas e avançado para garçons constam na programação para o biênio 2007/2008.

³⁰ Visitas com o fito de angariar conhecimento sobre a realidade de outros roteiros turísticos.

³¹ O PCQ possui um caderno de procedimentos rigoroso que visa aprimorar as atividades desenvolvidas nos estabelecimentos comerciais que integram o APL-RA, com a intenção de padronização e controle das atividades. A certificação divide-se em selos bronze, prata e ouro.

estando atualmente em 58; ademais, o APL-RA conta agora com seis municípios ao invés dos sete iniciais, devido a que Pinheiro Preto não renovou sua permanência (EMPRESAS, 2009; MUNICÍPIOS, 2009, grifo nosso). Isso reflete a inconsistência da articulação de objetivos integrados entre os mantenedores do RACVB.

- d) Existe a questão de que alguns acordos que foram pactuados durante a vigência do APL-RA, eventualmente não se mostraram eficazes, ou ainda, corretos ou úteis como se pensava quando de sua implantação. Isso faz com que surjam ‘ruídos’ de comunicação, onde as **divergências entre os atores vêm a tona de forma explícita, o que propicia o surgimento de disputas e competição**, que minam as bases da confiança e da cooperação (BRASIL, 2005, grifo nosso);
- e) Os equipamentos e serviços turísticos³² em geral ainda são poucos, o que afeta a construção de um bom planejamento turístico para adequar a demanda à infraestrutura local. Não obstante, algumas instalações e empreendimentos merecem destaque, pois se tornaram referência em seus ramos de atividade e são conhecidos pela qualidade e charme. Nesse ponto a região ainda tem um longo caminho a percorrer para que se torne referência no turismo nacional.
- f) Deve haver um melhor critério técnico em relação à comercialização do produto Rota da Amizade. Aqui se aventa que muitos dos eventos que são realizados no ambiente do trade turístico, na verdade são apenas “grandes confraternizações”³³, e não obstante, seu foco prioritário não está na divulgação e promoção dos destinos turísticos, ou seja, conforme menciona ZOTZ (2006), estão aquém de resolver a demanda permanente e continuada dos destinos turísticos.
- g) A infra-estrutura regional está carente de aporte de recursos, de forma que, pode-se destacar algumas dificuldades latentes:
- i. a Rota da Amizade **não possui no aeroporto regional de Joaçaba**, vôos regulares para aviões de grande porte para compartilhar negócios e turismo;
 - ii. a **sinalização turística é deficiente e está sem manutenção adequada**;
 - iii. a má conservação das estradas de acesso é um fator que limita o interesse do turista em visitar a região;

³² Conforme OLIVEIRA (2002, p. 66), são “o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística; são constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas”.

³³ Embora tais eventos sejam vendidos como sendo verdadeiras “arenas de comercialização” de produtos e serviços turísticos, o que percebe na realidade é que são motivadores e justificativas de uma série de viagens com despesas pagas pelas entidades públicas de fomento do turismo.

iv. a região que foi palco da Guerra do Contestado³⁴, **não explora de forma adequada o resgate histórico e cultural desse episódio**. Para isso, urge providências no sentido de resgatar essa história em termos de estrutura física, ao invés de apenas mostrar fotos e objetos de passado distante.

Diante do exposto, o que se constata é que de fato, o Poder Público não consegue em geral aportar recursos nem mesmo em setores vitais, e, sendo assim, como imaginar que o Estado irá solucionar os problemas do turismo.

Deve-se ressaltar, no entanto, que concernente a infra-estrutura, esta deve caber ao Estado, mas por outro lado, em conformidade com ZOTZ (2006, p. 36),

[...] é preciso entender – e aceitar – que turismo é um ‘negócio’, ou seja, atividade econômica com fins lucrativos. Como o Brasil é um país com sistema capitalista, e como este ‘negócio’ gera lucros para a iniciativa privada, é natural que a responsabilidade maior pelo aporte de recursos no setor seja de sua competência. Nem sempre isso acontece, principalmente porque parcela expressiva do empresariado brasileiro tem cultura paternalista.

Nesse pensamento, pode-se dizer que a falta de equipamentos turísticos é uma responsabilidade afeta ao poder público e à iniciativa privada, pois, se o empresário não investe por falta de estímulo, esse não corre riscos. Ocorre que o risco é inerente à atividade empresarial e empreendedora, assim como, o lucro também o é, e o arranjo produtivo local por si só, não promove desenvolvimento.

Outro fator que se sobressai negativamente na conjuntura regional é a existência de uma desarticulação política regional, ou seja, costumeiramente, os municípios visam ações individuais, que acabam fragilizando as possibilidades de se viabilizar projetos na região.

Assim sendo, essa individualidade nas gestões públicas causa soluções de descontinuidade no território, fazendo com que os compromissos partidários e as alianças políticas impeçam por vezes que o governante sucessor dê continuidade a projetos que estavam em marcha, mesmo que estes apresentem resultados positivos.

Um outro ponto que cabe ressaltar é o fato das prefeituras municipais possuírem certa incapacidade de aglutinar as ações institucionais, quer seja, pela pressão do imediatismo, quer seja, pela ausência de uma visão estratégica que oriente os rumos do desenvolvimento, ou

³⁴ Conflito que teve participação da população cabocla da região, representantes do Governo Federal e dos atuais Estados de Santa Catarina e Paraná, entre 1912 e 1916, motivado por múltiplos fatores, notadamente por questões sociais oriundas da falta de regularização da posse das terras dos sertanejos e pela construção da estrada de ferro pela companhia norte-americana *Brazil Railway Company*.

ainda, pela desinformação e desconhecimento quanto a métodos e processos que venham a facilitar essa integração interinstitucional (BRASIL, 2005).

Tais questões reforçam a necessidade dos cidadãos tomarem para si a responsabilidade de serem os mentores e/ou agentes do desenvolvimento. Obstante a isso, deduz-se que o desenvolvimento turístico de uma região se torna desafio para os gestores públicos e privados, e cada vez mais, a sustentabilidade de um destino turístico depende de uma gestão compartilhada entre o setor privado, o Estado e a comunidade local.

A partir desses levantamentos, depreende-se que, os setores público e privado estão presos em ciclos que estão limitados por contextos desvirtuados, que os obstruem de exercer suas competências no sentido de construir uma visão compartilhada necessária, para desenvolver uma competitividade sustentável.

Por fim, pode-se chegar à conclusão, que o fato que propiciou o surgimento do APL-RA foi a inovação e a capacidade de liderança de alguns empresários pioneiros. Nesse contexto, SCHUMPETER (1997, p. 214), coloca que o aparecimento de um ou de poucos empresários como nesse caso, “[...] facilita o aparecimento de outro, e estes provocam o aparecimento de mais outros, em número sempre crescente”.

7 Considerações Finais

O cenário econômico atual, marcado pela competitividade e pela disseminação da tecnologia da informação, transpõe-se de modo semelhante para as instituições e organizações, nesse caso em particular o APL de Turismo Rota da Amizade. Assim, infere-se que o foco deve convergir para ações que combinem um incremento de dois fatores na região: a capacidade inovativa e o capital social.

Dessa forma, espera-se que o APL-RA possa ser um estímulo para o adensamento do parque produtivo e tecnológico na região. Nesse sentido, esse arranjo produtivo pode ajudar a fazer contraponto político aos interesses do setor financeiro de caráter especulativo e de grandes empresas que não se importam em deslocar seus investimentos em detrimento do emprego local. (BNDES, 2004).

Presume-se que o APL-RA se configure como uma vantagem, particularmente, nessa região periférica em relação aos grandes centros do turismo do território catarinense, em face de que seu crescimento é de certa forma endógeno, desde que haja apoio público participante nesse processo. Nesse sentido, o APL-RA pode ser uma importante política de desenvolvimento regional.

Diante do exposto, conclui-se consoante BOISIER (1992, tradução nossa), que o passo decisivo que representa uma alavanca para uma eventual situação de desenvolvimento, está diretamente ligado à capacidade de organização social da região, ou seja, da habilidade que essa sociedade tem para transformar os impulsos de crescimento em estados mais complexos de desenvolvimento. Essa ação de caráter endógeno à região, desperta outras questões, tais como o aumento da autonomia de decisão da região, o aumento da capacidade regional para reter e reinvestir o excedente econômico, a permanente e crescente inclusão social e a preservação do meio ambiente.

Referências

- BERNARDI, Sueli Vieira Sarmento. Rota da amizade uma história de sucesso. In: DUARTE, Renata Barbosa de Araújo (Coord.). **Histórias de sucesso: comércio e serviços: turismo**. Brasília: Sebrae, 2008. 128 p.
- BIRKNER, Walter Marcos Knaesel. **Capital social em Santa Catarina: o caso dos Fóruns de Desenvolvimento Regional**. Blumenau: Furb, 2006. v. 500. 176 p.
- BNDES. **Arranjos Produtivos Locais e Desenvolvimento** – versão preliminar. BNDES, Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/apl.pdf>. Acesso em: 05/03/2010.
- BOISIER, Sergio. *El difícil arte de hacer región: Las regiones como actores territoriales del nuevo orden internacional (Conceptos, problemas y métodos)*. Cusco, Lima (Perú): Centro de Estudios Regionales Andinos “Bartolomé de las Casas”. 1992. 214 p.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Ministério do Turismo. Brasília, 2004. 32 p.
- _____. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Os arranjos institucionais de implementação das iniciativas locais para o desenvolvimento territorial**. Documento institucional n. 3. Brasília: STD/MDA, 2005. 32 p. Série documentos institucionais.
- _____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo – PNT 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão**. Brasília, 2007. 83 p.
- BRESSER-PEREIRA, Luis Carlos. Os dois métodos da teoria econômica. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA POLÍTICA, 8., 2003, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: SEP, 2003. p. 1-24. Disponível em: <http://www.sep.org.br/artigo/01_BRESSER.pdf>. Acesso em: 04/03/2010. 33 p.
- BRUE. Stanley L. **História do pensamento econômico**. Tradução de Luciana Penteado Miquelino. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 553 p.

CALDAS, Adriano de Medeiros; DUTRA, André Arthur; SOUZA, Fábio Miguel. **Diagnósticos empresariais do Arranjo Produtivo Local Rota da Amizade**. Florianópolis: Índice, [2005?]. 10 p. Relatório final.

CAMPOS, Antonio Carlos de, CALLEFI, Patrícia; SOUZA, João Batista da Luz. A teoria de desenvolvimento endógeno como forma de organização industrial. *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, Maringá, v. 27, n. 2, p. 163-170, 2005.

CLUSTER. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. Curitiba: Positivo Informática, 2004. versão 5.0.

COSTA, Rubens Vaz. Introdução. In: SCHUMPETER, Joseph Alois. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

EMPRESAS. Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*. Disponível em: <<http://www.rotadaamizade.com.br/index2.php?id=003>>. Acesso em 02 ago. 2009.

INSTITUCIONAL. Disponível em: <<http://www.rotadaamizade.com.br/index2.php?id=001>>. Acesso em: 07/03/10.

MANTEGA, Guido. **Modelos de crescimento e a teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: EAESP/FGV/NPP, 1998. 54 p. Relatório de pesquisa n° 3/1998. Disponível em: <http://www.eaesp.fgvsp.br/AppData/GVPesquisa/P00126_1.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2009.

MENESES, Roberto; BERNARDI, Sueli. **Aditivo de Prorrogação de prazo convenio de cooperação técnica e financeira n° 022/04/APL Rota da Amizade**. Florianópolis: Sebrae/SC, 2005. 2 p. Parecer técnico.

MUNICÍPIOS. Rota da Amizade *Convention & Visitors Bureau*. Disponível em: <<http://www.rotadaamizade.com.br/index2.php?id=002>>. Acesso em 02 ago. 2009.

NHT Linhas Aéreas. Disponível em: <<http://www.voenht.com.br>>. Acesso em 07/03/2010.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Ed. Roca, 2001. 371p.

PAULA, Juarez de. Territórios, Redes e Desenvolvimento. In: LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano; MORELLI, Gustavo (Org.). **Territórios em Movimento**: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Brasília; Rio de Janeiro: Sebrae; Relume Dumará, 2004. p. 71-84. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/DowContador?OpenAgent&unid=E1C3CE6A43DBDB3203256FD6004907B7>>. Acesso em: 10 nov. 2008.

PORTER, Michael. **Competição**: estratégias competitivas essenciais (*On competition*). Rio de Janeiro: Campus, 1999b. 515 p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CHAPECÓ. Disponível em: <<http://www.chapeco.sc.gov.br>>. Acesso em: 07/03/2010.

ROTA da Amizade *Convention & Visitors Bureau*. **Plano inicial do APL - Turismo Rota da Amizade**. Joaçaba: RACVB, 2004. Documento.

_____. **Análise de cenários para planejamento turístico**. Joaçaba: Sebrae, 2005. 9 p. Documento.

_____. **Apresentações temáticas da Rota da Amizade**. Joaçaba: RACVB, 2006a. 5 p. Documento.

_____. **2º aditivo ao acordo de resultados - Arranjo Produtivo Rota da Amizade**. Joaçaba: RACVB, 2006b. 6 p. Documento.

_____. **Qualificação do produto turístico Rota da Amizade**. Joaçaba: RACVB, 2006c. 10 p. Projeto.

_____. **Apresentação, avaliação e análise - câmara vereadores**. Joaçaba: RACVB, 2007. Apresentação.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em *cluster***. 480 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004. v. 1. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-02122005-231931/publico/JorgeAntonio.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2009.

ZIOLKOWSKI, Edson. **Promoção turística e cultural da Rota da Amizade**. Joaçaba: RACVB, 2007. 6 p.

ZOTZ, Werner. Dez equívocos recorrentes do turismo brasileiro. **Turismo & Cia.**, Florianópolis, n. 1, p. 34-43, 2006.