



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

Capital social e formatação de roteiros turísticos: o caso da rota gastronômica da Quarta Colônia (RS) ¹

Janaina Macke ²

Rita de Cássia Michelin ³

Universidade de Caxias do Sul

Resumo

Empreender atividades turísticas com planejamento e sustentabilidade, objetivando o desenvolvimento local, envolve uma série de fatores inerentes ao tecido social. Na dimensão sócio-cultural do desenvolvimento, encontra-se o capital social, o qual se configura como um alicerce capaz de conferir legitimidade e densidade aos processos de desenvolvimento local. Dessa forma, este estudo aborda a metodologia de construção de roteiro turístico que está sendo utilizada pelos atores envolvidos na formação da Rota Gastronômica da Quarta Colônia (RS), segundo o enfoque da geração de capital social. Os resultados da análise mostram que reconhecer e planejar soluções duradouras significa identificar as necessidades locais e utilizá-las como recursos potencializados para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: desenvolvimento turístico; turismo gastronômico; capital social; formatação de roteiros.

Introdução

O Ministério do Turismo, através do programa de Regionalização, estimulou em todo o país, a formatação de novos roteiros turísticos. Contratou especialistas da área para assessorar nesta grandiosa ação e investiu um valor considerável. Foram elaborados os métodos, criados programas e uma série de ações, para que todos os atores sociais envolvidos com o turismo no

1. Trabalho apresentado ao GT – Interfaces com a Gastronomia do *IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*;
2. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul . Atualmente é professora e pesquisadora do programa de Pós-graduação em Turismo e da graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul e professora de graduação em administração do Centro de Ensino Superior de Farroupilha. E-mail: jmacke@terra.com.br;
3. Turismóloga, graduada pela PUC-RS; professora da graduação em Administração com ênfase em Turismo da Universidade de Santo Ângelo – URI; coordenadora da Cia Turismo-Uri – Agência Acadêmica de Turismo – Santo Ângelo; especialista em Comunicação, Gestão e Marketing Turístico pela PUC-RS; agente do projeto de formação de Redes de Cooperação Técnica para a Roteirização do Ministério do Turismo e aluna do curso de mestrado em Turismo na Universidade de Caxias do Sul. E-mail: ritami@terra.com.br

Brasil, seguissem uma mesma metodologia que é descentralizada e atende as necessidades regionais.

Os estados da União adotaram este programa e foram criados 421 novos roteiros, apresentados no I Salão Nacional de Turismo, ocorrido em São Paulo (maior pólo emissor de turistas do Brasil) em junho de 2005. Dentre estes, o Ministério do Turismo, escolheu 87 para direcionar ao mercado internacional, os quais, foram apresentados no II Salão Nacional de Turismo, ocorrido na mesma cidade no início de junho de 2006. Recebendo incentivos do Ministério do Turismo, Secretarias Estaduais e municipais de turismo, SEBRAE, SENAR, EMATER, entidades promotoras do turismo, universidades e até, a própria comunidade, proliferou-se no país a elaboração de projetos para obterem-se recursos para desenvolver o turismo com o foco no desenvolvimento local e regional.

Encravada entre os vales e encostas da região centro do estado do Rio Grande do Sul, na Serra de São Martinho (Serra Geral), a região da Quarta Colônia do Rio Grande do Sul possui uma entidade sem fins lucrativos, denominado CONDESUS (Consórcio de Desenvolvimento Sustentável) que exerce a governança local dos municípios integrantes. Esta organização buscou uma parceria e recursos com o SEBRAE-RS (Serviço de Apoio a Pequena e Média Empresa) para desenvolver a região através de atividades voltadas ao Turismo. A região está situada entre os municípios de Santa Maria, Julio de Castilhos, Estrela Velha, Formigueiro, Paraíso do Sul e Cachoeira do Sul. A Quarta Colônia é conhecida como a prima pobre ou a imigração esquecida entre as colônias italianas organizadas pelo Governo Imperial, a partir de 1875, no Rio Grande do Sul. As mais conhecidas e desenvolvidas são as três colônias da região nordeste do Estado, hoje , municípios de Garibaldi, Bento Gonçalves e Caxias do Sul.

Colonizada também por alemães e uma pequena participação de afro-brasileiros e portugueses, essa região, composta pelos municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Seca, São João do Polêsine e Silveira Martins, está sendo desenvolvido um APL (Arranjo Produtivo Local) de Turismo com a participação de empresários de diferentes segmentos envolvidos no processo turístico, tais como: hotelaria, gastronomia, áreas de lazer, cantinas com agroindústrias, propriedades rurais, trilhas em ambientes naturais, artesanato que retrata as características da região, bem como agências de viagens para comercialização destes serviços e atrativos.

O principal objetivo deste APL é proporcionar o desenvolvimento local da Quarta Colônia, desenvolvendo atividades turísticas com planejamento e sustentabilidade, objetivando o fortalecimento das pequenas e médias empresas, atingindo o desenvolvimento local da região.

A formação do APL

Os Arranjos Produtivos Locais ou APLs são aglomerações de empreendimentos localizados em uma mesma região, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre eles e com outros agentes locais, como governos, associações empresariais e instituições de crédito, ensino e pesquisa (SEBRAE, 2003). Este é o conceito que o SEBRAE utiliza em seus projetos nas diversas áreas em que atua, sempre com o foco na pequena e média empresa.

Nos projetos de turismo o conceito é bem aceito, pois desde os estudos do professor Mario Beni na sua obra *Análise Estrutural do Turismo*, os aglomerados são importantes fatores de estudo. A região da Quarta Colônia utiliza a metodologia dos APL e vem obtendo sucesso em suas ações. Segundo BENI (2006, p. 88) “os sistemas produtivos hoje reconhecidos pelo conceito de arranjo produtivo parecem reunir características interessantes para a geração de sinergias, tão essenciais ao sucesso de uma iniciativa de desenvolvimento econômico e social”.

A união e a confiança entre os atores sociais envolvidos são fundamentais para o sucesso de um APL pois se todos dependem uns dos outros, onde houver a desconfiança haverá problemas na rede. Sobre isto, alerta THOMAZI (2006, p. 37):

é pouco provável o sucesso de estruturação e consolidação de um aglomerado se ele não estiver instalado num ambiente com empresas de competição cooperativa, devendo ser eliminado o clima de desconfiança e abandonadas as atitudes de defesa em resultados adversos. Prefigura-se uma situação plena e ideal em busca de resultados comuns, o que acena favoravelmente para a justiça na distribuição de riquezas geradas pelo turismo.

A autora ainda argumenta que:

no campo do turismo, a cadeia produtiva está relacionada à estrutura que direta ou indiretamente participa da organização do produto (bem ou serviço). Nesse caso, a alusão mais simples está relacionada à oferta turística e oferta técnica envolvida (...) as cadeias produtivas originam-se a partir dos arranjos produtivos

locais, mostrando interdependência, interações, relacionamentos, vantagens da localização e especialização. Este modelo tem sido utilizado como forma de reação de defesa: uma tendência que já chegou aos países emergentes e demonstra a ampliação da capacidade competitiva por diversas formas de arranjos produtivos locais (2006, p. 37).

Estes arranjos funcionam como redes que se entrelaçam entre si. Segundo SCHERER (2005, pág. 104):

A idéia de rede não é nova e apresenta inúmeros significados, pois, desde a década de 30, vem sendo utilizada por pesquisadores de diversas áreas. Como a psicologia, a economia, a Ciência Social e Política e até mesmo a física. Mesmo que os conceitos sejam utilizados de forma independente, compartilham pontos de confluência e remetem a noção de sistemas ou estruturas interligadas.

Desenvolver atividades turísticas com planejamento e sustentabilidade, objetivando o desenvolvimento local ou regional de uma sociedade, não é uma tarefa fácil, pois o desenvolvimento requer uma série de fatores e interfaces que envolvem todo o tecido social. Segundo SILVEIRA, BOCAJUVA e ZAPATA, (2001, p. 12):

a questão do desenvolvimento local, que hoje emerge e se torna visível no contexto brasileiro, na intencionalidade dos atores, nas práticas em gestação e nos debates que, pouco a pouco, tendem a ganhar densidade e consistência. Já desde alguns anos antes, mas sobretudo a partir de meados da década de 90, presencia-se um florescimento de práticas localizadas, um experimentalismo difuso no interior do qual surgem focos demonstrativos, em campos estratégicos das políticas públicas.

Os autores alertam para o crescimento de políticas públicas no desenvolvimento de ações locais e um processo de experimentação que vem sendo disponibilizado publicamente. O turismo tem sido utilizado como pano de fundo para muitos projetos que visam o desenvolvimento local. Muitos destes, demonstraram atingir seus objetivos, outros não. Muitos municípios, que hoje se encontram com sérios problemas de crescimento e desenvolvimento, buscam através do turismo a solução econômica para todos seus problemas.

Porém, estes projetos carecem de uma visão mais sistêmica do desenvolvimento local, pois segundo os autores Silveira, Bocayuva e Zapata (2001), devem-se apoiar os resultados para o desenvolvimento local em quatro dimensões: econômica, sócio-cultural, político-institucional e ambiental. Reconhecer e planejar ações dentro destes escopos, significa identificar as necessidades locais e globais da comunidade e utilizá-las como recursos potencializados para o desenvolvimento local.

Dentro da dimensão sócio-cultural, encontra-se o capital social, que segundo as autoras MACKE e CARRION.(2006 p. 14), “apresenta-se como um diferencial, um alicerce capaz de conferir legitimidade e densidade aos processos de desenvolvimento local.” Entende-se por capital social, segundo Araújo (2003), como a capacidade que uma sociedade possui de cooperar e estabelecer laços de confiança para a produção do bem público. A demonstração de cooperação e reciprocidade entre os atores sociais envolvidos no desenvolvimento de um projeto ou programa de desenvolvimento local voltado ao turismo, é fundamental.

Segundo TOMAZZONI, (2007, p. 58):

O capital social é um dos principais objetivos dos atores do Arranjo Produtivo Local. Assume, portanto, um significado amplo que reúne elementos como a confiança entre os atores e organizações do desenvolvimento regional; a solidariedade frente às dificuldades, problemas e desafios; a cooperação; os níveis de intensidade dos laços sociais, visando à realização de objetivos comuns. Destacam-se, ainda, a hospitalidade com sentido de qualidade do atendimento turístico, cujo valor transcende o retorno financeiro, pois as relações, além de sistemas de produção e de mercado, constituem um processo de interação social.

Ainda argumenta TOMAZZONI APUD COSTA (2007, p.154) que “o capital social não está nas contas bancárias, nos armazéns, nos silos, nos depósitos e nem nas plantações. O capital social é um tipo de riqueza que está nas pessoas e se manifesta nas relações entre elas”.

As autoras Macke e Carrion (2006), entendem que desenvolvimento local é uma rede de conceitos que podem estar diretamente associados ao local, integrado, sustentável, participação, produção, aumento do capital social e competitividade. Observa-se na literatura que desenvolvimento é diferente de crescimento, pois o mesmo não produz necessariamente desenvolvimento. Para os pesquisadores Casarotto e Pires (1999) também não é possível haver desenvolvimento somente com o crescimento econômico, principalmente levando-se em conta os efeitos da globalização. O grupo de pesquisa destes autores, vem trabalhando com o conceito de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável e argumentam que é necessário levar em conta também o capital social, e o capital ecológico, que diz respeito à utilização racional dos recursos disponíveis na natureza, a preocupação com a manutenção e ocupação dos espaços naturais, dentro dos princípios da sustentabilidade ambiental. Desenvolvimento é então o crescimento destes capitais de forma conjunta e articulada.

É preciso, portanto, segundo as autoras MACKE e CARRION (2006 p. 7):

fomentar uma cultura de atuação em redes – envolvendo o Estado, a sociedade civil e o mercado (na figura das empresas privadas) -, na qual será possível desenvolver o local, partindo da construção de alternativas de ações baseadas no saber compartilhado, na experiência coletiva e no poder da participação dos diferentes atores.

Dentro desta visão, foi estruturada uma rede entre o poder público, a comunidade receptora e os empreendedores que optaram em participar do processo. Muitos foram os objetivos propostos e várias mudanças no cenário ainda demandam. Este trabalho aborda de forma sucinta, o processo de formatação de um produto turístico inserido neste projeto: a Rota Gastronômica da Quarta Colônia.

Ferramentas do processo

Com o objetivo de implantar uma Rota Turística onde a gastronomia exercesse o fator principal de atratividade, buscando ressaltar o legado cultural existente na região, aliando as mais modernas técnicas de produção com a legislação vigente, procurou-se ressaltar a cultura local e regional, buscando a originalidade e a manutenção da tradição transmitida de geração a geração. A existência de muitos cardápios exclusivos e originais, foi, sem dúvida, o que causou maior atratividade a este produto. Como nos mostra Schlüter (2003), a gastronomia está assumindo cada vez mais uma importância como um produto para o turismo cultural. As motivações principais encontram-se na busca pelo prazer através da alimentação e da viagem. Realmente, estamos nos voltando a buscar agregar em nossas atividades de lazer, um prazer gastronômico, que os gregos descobriram com a gastronomia, os quais os romanos levaram ao exagero e que os franceses souberam dar requinte. Franco (2001) escreve que a fome é a carência biológica de alimento que se manifesta em ciclos regulares. Apetite é fundamentalmente um estado mental, uma sensação que tem mais de psicológico do que de fisiológico. Através deste imaginário psicológico, fundamenta-se o apelo do turismo gastronômico.

Os aspectos tradicionais da cultura, segundo Schlüter (2003) como as festas, as danças e a gastronomia, também fazem parte do consumo turístico, ocasionando um grande interesse por parte dos turistas. Neste contexto, as receitas culinárias constituem um bem cultural tão valioso

quanto um monumento, já que possibilitam entender a história de um lugar por meio de sua gastronomia.

Apesar da preocupação com a cultura local, o objetivo foi e continua sendo, provocar o aumento na taxa do fluxo de turismo e melhorar a produtividade nos empreendimentos e comunidades envolvidos. Porém, o desafio de elaborar roteiros que obtenham sucesso na comercialização e tragam resultados positivos para a comunidade local, necessita muito mais do que atrativos. A maior preocupação do grupo gestor foi com a geração de cooperação, confiança e cooperativismo dentro da rede, por isto, as ações realizadas foram construídas dentro da proposta de um desenvolvimento endógeno.

Formatar produtos turísticos objetivando o desenvolvimento local, requer uma visão sistêmica em rede onde todos os atores devem compartilhar seus conhecimentos e aplicar as diretrizes do desenvolvimento endógeno. BENI (2005, p. 35) explica que “desenvolvimento endógeno é uma interpretação que permite explicar os processos de acumulação de capital, bem como identificar os mecanismos que contribuem para o aumento da produtividade e da competitividade de cidades e regiões”. Ainda argumenta que,

o desenvolvimento endógeno visa atender às necessidades e demandas da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em relação à posição do sistema produtivo local na divisão nacional ou internacional do trabalho, o objetivo é buscar o bem estar econômico, social e cultural da comunidade local, o que leva a diferentes caminhos de desenvolvimento, conforme as características e capacidades de cada economia e sociedades locais (BENI, 2005, p. 36).

O desenvolvimento endógeno do turismo, que atende as quatro dimensões do desenvolvimento local (econômica, sócio-cultural, político-institucional e ambiental) permite e estimula a participação da comunidade local dentro do processo, fator de relevância incontestável para atingir-se os objetivos propostos, permitindo também o empoderamento dos atores sociais envolvidos e garantindo o sucesso de todas as ações planejadas. Os principais protagonistas são os empreendedores que devem assumir um papel mais ativo, tanto na busca por maior lucratividade como na participação do processo de desenvolvimento econômico-social, pois somente desta forma haverá sustentabilidade.

Para que estes e outros itens possam ser trabalhados de maneira descentralizada e atendendo as peculiaridades de cada região, o Ministério do Turismo sugere a instalação de uma governança local. O conceito de governança é amplo e assume diferentes dimensões. Streit (2006) na sua tese de doutorado, analisa os diversos conceitos e deixa claro que governança é uma forma coletiva de coordenação, composta por atores do governo ou delineados por ele, instituições, que de forma coletiva e em rede se auto-governam. Para STREIT APUD KOOIMAN (2006, p. 24) “o conceito de governança indica uma estrutura ou ordem que não pode ser externamente imposta, mas é resultado da interação de uma multiplicidade de atores que se influenciam mutuamente.”

Assim deve ser formada a governança local no Turismo, com atores do poder público, privado e lideranças da comunidade, que de forma livre e espontânea atuam em rede buscando o auto-governança em forma de ações cooperadas, integradas e competitivas. A governança local segundo BENI (2006, p. 64):

promoverá a mobilização social necessária para a sustentabilidade do espaço social e territorial fomentará e apoiará esse processo de interação e integração entre a comunidade e entidades públicas e privadas, promovendo a gestão territorial participativa e resgatando o histórico de muitos processos já acontecidos, de muitos atores, agentes, facilitadores e decisores que participaram com suas potencialidades humanas, técnicas e científica.

A região da Quarta Colônia, possui um consórcio que atua na governança local, inicialmente composta pelo poder público dos municípios envolvidos. O grande desafio foi interar os empreendedores e a comunidade com esta agência de desenvolvimento para a realização das ações propostas e a continuidade das mesmas.

Etapas do processo

A partir de um diagnóstico realizado por consultores do SEBRAE, dentre biólogos, turismólogos, historiadores, nutricionistas e administradores, podem-se coletar dados para a elaboração de estratégias e definir ações. Durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2002 e todo o ano de 2003, foram realizadas diferentes ações na Região da Quarta Colônia, visando diagnosticar as potencialidades locais/ regionais e, posteriormente, iniciar o processo de planejamento estratégico. As ações implantadas durante os anos de 2004 e 2005, permitiram reconhecer a importância da região como um promissor destino turístico do Estado, tendo em vista sua diversidade natural e cultural. Este fato despertou o interesse de visitantes e de

empreendedores de diversos segmentos econômicos, que realizaram investimentos consideráveis em seus negócios vinculados às atividades turísticas nos diferentes municípios através de consultorias específicas com profissionais (arquiteto, designer, paisagista, engenheiro florestal, turismólogo, biólogo, nutricionista, historiador e administrador) subsidiados pelo projeto.

Os Programas de Turismo do SEBRAE, utilizam uma metodologia de intervenção que promove o desenvolvimento sustentado, priorizando o fortalecimento dos negócios e dispõe de iniciativas consistentes e abrangentes, criadas para atender a demanda específica desta região já diagnosticada. Incorpora em suas intervenções, além das parcerias diversas (com Associações Comerciais, Sindicatos, EMATER, Universidades, entre outros), a integração com a comunidade, as manifestações do artesanato, agronegócios, possibilitando a viabilização das economias locais, associativismo e principalmente o capital social, resgatando e aflorando as várias formas das culturas e dos seus importantes valores intangíveis, oportunizando a cooperação, integração e aumentando a competitividade dos empreendimentos da região.

Dentre as diversas intervenções, podemos citar palestras de sensibilização e motivação, oficinas comportamentais, iniciação para a formação de redes de cooperação e associativismo, cursos de Turismo no Meio Rural, Qualidade no Atendimento Turístico, Qualidade na Propriedade – 5S, Administrando Pequenos Empreendimentos Turísticos, entre outros. Além de intervenções de melhorias realizadas individualmente.

São notórias as riquezas que a região proporciona, além do empenho dos atores envolvidos, da comunidade receptora e dos consultores do SEBRAE. É um trabalho realizado em conjunto, visando o sucesso e o reconhecimento turístico da região. Alguns empreendedores no início, encontravam-se resistentes às mudanças sugeridas, mas acreditaram na proposta e mostraram-se extremamente motivados a participar do processo e buscar o reconhecimento da região como um diferencial turístico no estado.

Foram realizadas parcerias entre empreendedores e entidades na implementação da continuidade do Projeto. Ocorreram encontros regionais com a participação de todos os municípios engajados, visando a troca de experiências entre os atores, e principalmente, o fortalecimento das rotas regionais. Reuniões da equipe técnica com a cadeia produtiva e a governança local eram rotineiras. Em todas as ações realizadas com o grupo a formação da rede cooperativa foi o

principal item trabalhado. É visível hoje na região, à leitura de um grupo que reconhece a importância de se trabalhar com o interesse comum onde os integrantes mantêm a competição, mas também cooperam num espírito de parceria e união. Pode-se afirmar, que este grupo possui capital social.

Durante a etapa de capacitação e consultorias específicas, desenvolveu-se paralelamente o processo de Roteirização, seguindo as etapas abaixo descritas, conforme orientação do Ministério do Turismo.

Ações preparatórias	Processo de Roteirização
Articulação e inclusão de atores da Cadeia Produtiva	Envolvimento dos atores Definição de competências e funções.
Levantamento e sistematização informações, estudos e projetos	Avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos - identificação do produto âncora.
Elaboração / consulta estudos de mercado potencial e concorrente Identificação do potencial de competitividade	Análise de mercado e definição de segmentos.
Análises macro	Identificação de possíveis impactos sócio-culturais, ambientais e econômicos.
Investimentos	Identificação das linhas de financiamento existentes e a capacidade de investimentos público e privado.
Capacitação	Qualificação dos serviços turísticos – permanente.
Produto	Elaboração do roteiro específico Levantamento das ações necessárias para implementação do roteiro Precificação e teste do roteiro.
Promoção e comercialização	Identificação da capacidade empresarial para promoção e comercialização. Elaboração de material promocional, participação em eventos de comercialização, ações de acesso a mercado.

Monitoria e avaliação	Constantes avaliações nos empreendimentos e com os turistas para possíveis melhorias e controle do ciclo de vida do produto formatado.
-----------------------	--

Tabela 1: Etapas do processo de Roteirização
Fonte: Ministério do Turismo

Segundo o Relatório de Final do Processo de Roteirização Iguassu-Misiones (2006) o processo de roteirização constitui-se numa estratégica fundamental para atingir a diversificação da oferta e efetivar sua inserção nos mercados nacional e internacional. É um processo mercadológico, que estrutura a oferta de uma região em um produto rentável e comercialmente viável. Portanto, deve prever ações de acesso a mercado, e ser executado numa rede, que propiciará o ambiente e estrutura necessária a sustentabilidade do produto.

O processo de Roteirização poderá ser implantado de forma integral, numa região como um todo ou em determinados produtos turísticos. Na Quarta Colônia, a metodologia aplicada foi direto ao produto, sendo aplicado nas grandes âncoras que são: Ecoturismo, Religiosidade, Gastronomia e Turismo Rural. Formaram-se redes de monitores locais, agroindústrias, hotéis e artesanato.

Resultados Obtidos

Uma das ações que gerou grande destaque no projeto, refere-se ao terminal de comercialização, denominado Casa da Quarta Colônia, que está localizado a beira da RST 235. Este empreendimento comercializa os principais produtos coloniais e artesanais da região, como também, presta informações sobre serviços turísticos disponíveis para os visitantes da Quarta Colônia. Este espaço representa a consolidação do trabalho desenvolvido: a implantação de um Sistema de Rede de produção e comercialização, ou seja, a formação de uma Rede Cooperativa entre pequenos agricultores familiares, agroindustriais e empreendedores de estabelecimentos turísticos, onde se percebe um forte espírito de cooperação e comprometimento, propiciando um ambiente favorável ao estabelecimento de estratégias para o aumento da competitividade dos produtos gerando um processo de competição saudável. A elaboração e implantação do Terminal de Comercialização da Quarta Colônia é uma iniciativa da governança local da região com apoio do SEBRAE e demais entidades parceiras e conta com todos os empreendimentos envolvidos na Rota Gastronômica da Quarta Colônia.

A Rota Gastronômica é composta por vinte e nove empreendimentos com representantes de oito municípios da Quarta Colônia. Fazem parte hotéis, pousadas, cantinas, restaurantes típicos, propriedades rurais, pizzarias, padarias, panificadoras, agroindústrias e lojas de artesanato. O produto está pronto e já recebe turistas, porém carece de ações contínuas de comercialização e acesso ao mercado, o que hoje está sendo realizado pela rede de comercialização que se criou dentro desta região.



Figura 1 – Capa do folder de divulgação da Rota Gastronômica da Quarta Colônia

Considerações finais

O turismo deve ser analisado de uma maneira ampla, não muito simples de ser entendido, pois além das repercussões econômicas e financeiras facilmente visualizadas, o turismo envolve aspectos políticos, culturais e ambientais, tornando-se assim, uma complexa tarefa à avaliação dos seus efeitos principalmente pelo seu caráter multidisciplinar. Mas esta tarefa fica mais fácil quando fazemos a relação do turismo com uma localidade como a Quarta Colônia, onde o desenvolvimento regional é notório e os resultados são visíveis, tanto na forma qualitativa, como quantitativa, para os empreendedores e para os municípios envolvidos no Projeto de Turismo Integrado da Quarta Colônia.

A organização dos atores envolvidos em arranjos, constitui-se em importante fonte geradora de vantagens competitivas duradouras, principalmente quando estas são originadas das capacidades produtivas. No entanto, nem todas as aglomerações indicam esse caminho. A experiência vivenciada na Quarta Colônia demonstra que a dinâmica dos arranjos não se reduz apenas à presença de certo número de pequenos negócios operando em certos níveis de proximidade espacial, a grande dificuldade encontrada é a competição cooperativa, onde o clima de desconfiança muitas vezes é identificado na rede. Outra dificuldade é a busca uma situação plena e ideal para atingirem-se resultados comuns. Porém, a grande surpresa refere-se ao capital social, que na Quarta Colônia encontra-se em níveis desejáveis. Interessante realizar-se um estudo mais aprofundado para listar as razões deste nível de capital social tão elevado, mas após quatro anos de trabalhos com a comunidade desta região, percebe-se que grande parte, oriunda do sofrimento que estes imigrantes passaram desde que foram alojados nesta região fria e rica em recursos naturais. O habitante da Quarta Colônia precisou aprender a criar laços de reciprocidade para sobreviver, e estes laços ainda encontram-se vivos até os dias atuais.

Conclui-se que o sucesso dos produtos turísticos da Quarta Colônia deve-se a metodologia de aglomerado adotada e as respostas positivas dos atores envolvidos na realização de ações que exigiram cooperação, confiança e reciprocidade. O Arranjo Produtivo Local da Quarta Colônia ainda não atingiu a totalidade de seus objetivos, mas com certeza, quando os atores sociais que compõem este importante aglomerado de empresas e atrativos turísticos atingirem sua maturidade, esta região será mais um importante pólo receptor de turistas do Estado, pois eles estão na direção certa para a geração de sinergias que possam permitir o surgimento de estruturas produtivas criando um ambiente de inovação, integração e produção competitiva.

Referências bibliográficas

ARAUJO, M. C. S. D'. **Capital Social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 66p. [Coleção Passo a Passo, v. 25].

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 7ª. Edição. São Paulo: SENAC, 2002.

_____, **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BERTON, L. H.; CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. **Planejamento e Governança de um cluster turístico**. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 29, 2005, Salvador. **Anais...** Salvador, ANPAD, 2005.

CASAROTTO, F. Nelson; PIRES, H. Luís. **Redes de pequenas e Médias Empresas e Desenvolvimento Local**. São Paulo : Atlas, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 4ª ed. São Paulo : Paz e Terra. Vol. I, 2000.

CORREA, M. S (org.). **Capital Social e Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003a. 336p.

COSTA, H.; SOUTO-MAIOR, A. Sistemas produtivos locais em turismo: relacionamentos estratégicos e aglomeração territorial como vantagens competitivas. **Observatório de Inovação do Turismo** – Revista Acadêmica, vol 1 (1), agosto 2006. 22p.

FRANCO, Ariovaldo. **De Caçador a Gourmet: uma história de gastronomia**. São Paulo: SENAC, 2001.

MACKE, J; CARRION, R. M. Indicadores e Metodologia para a Avaliação de Programas de Responsabilidade Social Empresarial: Foco no Desenvolvimento Local. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 30, 2006, Salvador. **Anais**, Salvador, ANPAD, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO – **Programa de Regionalização do Turismo**.

Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/institucional>>

Acesso em: 11 Jun. 2006

SILVEIRA, C.; BOCAJUVA, C.; ZAPATA, T. **Ações integradas e desenvolvimento local: tendências, oportunidades e caminhos**. São Paulo: Polis/Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001. 56p.

SCHERER, Luciana. **Rede de política pública de turismo no Rio Grande do Sul: plano de desenvolvimento turístico “Viajando pelo Rio Grande”**. Porto Alegre, 2005. Dissertação de mestrado do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais Humanas, PUCRS.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
[Coleção ABC do Turismo].

SEBRAE - **Projeto Integrado de Turismo do Arranjo Produtivo Local da Quarta Colônia – RS**. SEBRAE –RS, 2003;

_____ **Projeto Integrado de Turismo do Arranjo Produtivo Local da Quarta Colônia – RS**. SEBRAE –RS, 2005;

STREIT, Rosalvo Ermes. **Um Modelo Baseado em Agentes para a Análise da Governança Regulamentar do Sistema Financeiro** /Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, 2006

THOMAZI, Sílvia Maria. **Cluster de turismo: introdução ao estudo de arranjo produtivo local**. São Paulo: Aleph, 2006. 144 p.

TOMAZZONI, Edgar L. **Análise do Discurso Turístico da Serra Gaúcha**. Revista Em Questão, UFRGS, vol. 12, n. 2, Porto Alegre: jun-dez 2006.