

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Jéssica Luisa Costa

Urubici, missão turismo

Florianópolis

2022

Jéssica Luisa Costa

Urubici, missão turismo

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Ciências Econômicas do Centro Socioeconômico da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Economia.

Orientador: Prof. Armando de Melo Lisboa

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Costa, Jéssica Luisa
Urubici, missão turismo / Jéssica Luisa Costa ;
orientador, Armando de Melo Lisboa, 2022.
81 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio
Econômico, Graduação em Ciências Econômicas, Florianópolis,
2022.

Inclui referências.

1. Ciências Econômicas. 2. Urubici. 3. Turismo na Serra
Catarinense . 4. Turismo e Economia. 5. Turismo em Santa
Catarina. I. de Melo Lisboa, Armando . II. Universidade
Federal de Santa Catarina. Graduação em Ciências Econômicas.
III. Título.

Jéssica Luisa Costa

Urubici, missão turismo

O presente Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliado e aprovado pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Florianópolis, 08 de dezembro de 2022.

Banca examinadora

Prof. Armando de Melo Lisboa, Dr.

Orientador

Prof.(a) Eva Yamila Amanda da Silva Catela, Dra.

Instituição UFSC

Prof. Helton Ricardo Ouriques, Dr.(a)

Instituição UFSC

Certifico que esta é a versão original e final do Trabalho de Conclusão de Curso que foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas por mim e pelos demais membros da banca examinadora

Prof. Armando de Melo Lisboa, Dr.

Orientador

Florianópolis, 2022

Dedico este trabalho aos meus queridos pais, eles
tornaram tudo isso possível

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Universidade Federal de Santa Catarina que me proporcionou uma experiência grandiosa e benéfica. Aos professores que admiro e que promoveram todo o conhecimento que adquiri sobre economia e sociedade. Em especial, agradeço a professora Eva Yamila e ao meu orientador Armando.

Agradeço aos que foram suporte para eu chegar até aqui: família e amigos. Todos de alguma forma, de longe ou de perto, foram fundamentais para que eu superasse os desafios e estivessem comigo em cada vitória. Principalmente meus pais Rosi e Mario, Erni, meus irmão André e Ana, Débora, Dagmar e avós Edvirges.e Benedito.

Agradeço às minhas amigas Alida, Gislene, Mariana, Nicolly, Sara e Stefani por cada palavra de incentivo. À terapeuta Susi que foi fundamental no último ano de graduação. Ao Dheyvid que sanou várias das minhas dúvidas durante o curso de economia e, também, aos meus queridos amigos Bruno, Francisco e Tadeu.

Agradeço a Secretária do Turismo de Urubici e turismóloga Marinês Walkowski e ao empresário Felipe Filagrana que aceitaram contribuir para a minha pesquisa através da entrevista realizada.

E, por último, mas não menos importante, um agradecimento especial aos meus avós Sebastião e Maria do Carmo, que foram moradores de Urubici durante muitos anos e serviram de inspiração para o tema do meu trabalho. Onde quer que estejam, tenho certeza de que estão orgulhosos desse momento.

RESUMO

O turismo é uma atividade presente na vida de muitas pessoas, as ligações com o setor se dão forma direta ou indireta. O tema vem ganhando espaço para discussões, visto que tem influência na economia, na sociedade e no meio ambiente. A pesquisa aborda a importância do turismo, a temática de desenvolvimento e as instituições responsáveis pelo turismo, entre elas Ministério do Turismo e Santur, buscando entender seus programas e ações como o Cadastur, Fungetur, Almanach, Inovatur, entre outros. O grande foco da pesquisa foi a cidade de Urubici, onde foi investigado a trajetória do turismo em seu território. Foi possível constatar um movimento ativo do setor no município e pontos de melhorias a serem estudados futuramente. Há influência positiva na economia no município e, conseqüentemente, no estado de Santa Catarina e pode-se perceber o aumento de empregos ligados a áreas correlatas ao turismo.

Palavras-chave: Turismo; Urubici; Desenvolvimento Regional.

ABSTRACT

Tourism is an activity present in many people's lives, and the links with the sector are direct or indirect. The theme is gaining space for discussion, since it influences the economy, society, and the environment. The research approaches the importance of tourism, the development theme, and the institutions responsible for tourism, among them the Ministry of Tourism and Santur, seeking to understand their programs and actions, such as Cadastur, Fungetur, Almanach, Inovatur, among others. The major focus of the research was the city of Urubici, where the trajectory of tourism in its territory was investigated. It was possible to verify an active movement of the sector in the municipality and points for improvement to be studied in the future. There is a positive influence on the economy in the municipality and, consequently, in the state of Santa Catarina, and one can notice an increase in jobs linked to areas related to tourism.

Keywords: Tourism; Urubici; Regional Development

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Variáveis objetivas para categorização dos municípios pelo Mtur	30
Figura 3 - Nuvem de destinos mais procurados – Municípios e atrativos turísticos ..	32
Figura 4 - Arrecadação de ICMS Turístico de 2017 a 2022	33
Figura 5 – Entradas por Via de Acesso e Tipo de Origem	34
Figura 2 – Regiões Turísticas de Santa Catarina.....	36
Figura 6 – Mapa da Serra Catarinense	39
Figura 7 - Locais e pontos turísticos mais visitados na Serra Catarinense em 2021	41
Figura 8 - Perfil socioeconômico dos visitantes e turistas	42
Figura 9 - Evolução dos gastos dos visitantes ou turistas por tipo – série corrigida..	43
Figura 10 - Localização do Município de Urubici indicada no mapa de Santa Catarina	44
Figura 11 - Mapa de Urubici.....	46
Figura 12 – Empresas ativas por atividade econômica	48
Figura 13 - Salário médio mensal dos trabalhadores formais em Santa Catarina.....	48
Figura 14 - Roteiro Turístico.....	52
Figura 15 – Pedra Furada	53
Figura 16 – Mirante do Morro da Igreja.....	53
Figura 17 – Cascata Véu da Noiva.....	54
Figura 18 – Gruta Nossa Senhora de Lourdes.....	55
Figura 19 – Serra do Corvo Branco.....	57
Figura 20 - Serra do Corvo Branco	57
Figura 21 – Inscrições rupestres	58
Figura 22 - Faixa de preço meios de hospedagem na Plataforma Airbnb.....	60
Figura 23 - Mapa da plataforma Airbnb de hospedagens em Urubici	61
Figura 24 – Placa da Smart Tour	65
Figura 25 - Arrecadação mensal de ICMS em Urubici de 2017 a 2022	66
Figura 26 - Arrecadação mensal de ICMS em Urubici de 2019 a 2021	67

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Meios de Hospedagem em Urubici	59
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição dos municípios nas regiões de Santa Catarina.....	37
Tabela 2 – Pontos turísticos da Serra Catarinense	51
Tabela 3 – Tabela de incidência.....	69

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACT	Atividades Características de Turismo
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
ANTT	Agência Nacional de Transportes Terrestres
AMURES	Associação dos Municípios da Região Serrana
BESC	Banco do Estado de Santa Catarina
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
CITUR	Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
CISAMA	Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense
CONSERRA	Conselho de Turismo de Santa Catarina
CSLL	Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
DEATUR	Departamento Autônomo de Turismo
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
EPAGRI	Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
FAPESC	Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina
FUNGETUR	Fundo Geral do Turismo
FUMTUR	Fundo Municipal de Turismo
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Biodiversidade
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ISS	Imposto Sobre Serviços
IRPJ	Imposto de Renda Pessoa Jurídica
ICMS	
JUCESC	Junta Comercial do Estado de Santa Catarina
MTUR	Ministério do Turismo
MEI	Microempreendedor Individual
ME	Microempresa
IMA	Instituto do Meio Ambiente
PIB	Produto Interno Bruto
PIS	Programa de Integração Social

PASEP Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
PRT Programa de Regionalização do Turismo
SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SANTUR Agência de Desenvolvimento do Turismo em Santa Catarina
SOL Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes de Santa Catarina
SDNTUR Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo
UDESC Universidade Estadual de Santa Catarina
UNIVALI Universidade do Vale do Itajaí
TURESC Empresa de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina
OMT Organização Mundial do Turismo
WTTC World Travel & Tourism Council

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
1.1	OBJETIVOS	19
1.1.1	Objetivo Geral	19
1.1.2	Objetivos Específicos	19
1.2	JUSTIFICATIVA	20
1.3	METODOLOGIA	20
2	REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1	TURISMO E ECONOMIA.....	21
2.2	TURISMO E DESENVOLVIMENTO	24
2.3	MINISTÉRIO DO TURISMO	27
2.4	TURISMO EM SANTA CATARINA	31
2.4.1	Santur - Agência de desenvolvimento do turismo de Santa Catarina ..	34
2.4.2	As Regiões Turísticas e Categorização dos Municípios de Santa Catarina pelo Mtur	36
2.4.3	Associação dos municípios da Região Serrana - AMURES	38
2.5	TURISMO NA SERRA CATARINENSE	40
3	URUBICI	43
3.1	HISTÓRIA	45
3.2	INDICADORES SOCIOECONÔMICOS.....	47
3.3	O TURISMO EM URUBICI.....	49
3.4	PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS	52
3.4.1	Morro da Igreja - Pedra furada	52
3.4.2	Cascata Véu de Noiva	54
3.4.3	Gruta Nossa Senhora de Lourdes	55
3.4.4	Serra do Corvo Branco	56
3.4.5	Inscrições rupestres	58
3.5	ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA.....	58
3.5.1	Meios de hospedagem	58
3.5.2	Restaurantes e bebidas	61
3.5.3	Agências de turismo	62
3.5.4	Mão de obra	62

3.5.5 Aspectos socioambientais na área turística.....	63
3.5.6 Tecnologia adotadas no Setor de Turismo em Urubici.....	63
3.6 DADOS DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE URUBICI.....	66
3.6.1 Taxa de Serviços Especiais de Turismo	69
3.7 ÓRGÃOS DO TURISMO EM URUBICI	71
3.8 OUTRAS ORGANIZAÇÕES	72
3.8.1 Acolhida na colônia.....	72
3.8.2 ICMBio	72
3.8.3 Pouserra.....	73
3.9 CONVERSA COM INVESTIDOR DA ÁREA DE TURISMO.....	73
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75

1 INTRODUÇÃO

O município de Urubici fica situado em Santa Catarina, a uma distância de 168 quilômetros de Florianópolis, capital do estado. A cidade é uma das principais estrelas da chamada Serra Catarinense (FECOMÉRCIO, 2021). Chama atenção por seus cenários naturais, baixas temperaturas no inverno, atrativos como o Morro da Igreja que é considerado o ponto mais alto do Sul do Brasil, inscrições rupestres que são importantes registros arqueológicos em território catarinense, além do turismo de aventura.

Segundo uma pesquisa realizada em 2019 pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o setor de turismo responde a 12% do PIB estadual de Santa Catarina. O estado é conhecido principalmente por suas praias nas temporadas de verão, no entanto, a Serra Catarinense possui espetáculos como a neve nos meses mais frios do ano e contempla uma natureza que enche os olhos dos adeptos ao turismo rural e turismo de aventura. Se tornando, portanto, uma possibilidade a ser explorada com responsabilidade para que essas regiões ganhem ainda mais espaço dentro desse setor. A presente pesquisa procura reunir as informações históricas e organizacionais do município a fim de compreender sua trajetória turística, incluindo as estratégias governamentais e comportamentos da população que estejam vinculadas ao turismo, investigando a possibilidade da contribuição do setor para o desenvolvimento da cidade.

No primeiro capítulo da pesquisa foi realizada uma breve apresentação de alguns conceitos atribuídos ao turismo e quais os traços característicos vistos pela OMT (Organização Mundial do Turismo). Posteriormente foi referido a ligação existente entre turismo e economia, mostrando alguns dados relevantes da contribuição desse setor que movimenta diferentes áreas e por fim, foi abordado brevemente sobre a demanda de produtos ou serviços ofertados no turismo e seu comportamento dado alguns fatores de influência.

Visto que um dos focos da pesquisa é entender o desenvolvimento tanto do turismo quanto do possível desenvolvimento do município através do turismo, foi necessário contextualizar brevemente os conceitos desse tema que é considerado plurívoco, incluindo o que a economia clássica como Adam Smith e David Ricardo consideravam como desenvolvimento de uma nação e os fatores necessários para alcançá-lo. Partindo para o desenvolvimento regional e atrelando o tema ao turismo,

a ponte entre esses dois fatores se apresentou através da análise de multiplicadores regionais efeito advindo da atividade turística em determinada região, podendo considerar a possibilidade de mais empregos e mais rendas vindas do setor de turismo, levando ao desenvolvimento regional.

Dada a contextualização sobre esses assuntos, a abordagem seguiu primeiramente buscando entender a principal organização do turismo a nível nacional e quais os seus programas adotados para impulsionar o setor no país. Posteriormente foram conhecidas as regiões turísticas de Santa Catarina mapeadas pelo Ministério do Turismo e quais os seus critérios para categorização dos municípios que fazem parte dessas regiões. Em seguida, trata-se do turismo a nível estadual. Entender qual o papel da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), a sua trajetória, alguns dos seus fomentos, a contribuição do setor para economia do estado e outras características.

Adentrando o turismo no estado, chegamos na região que faz parte das 13 principais regiões turísticas de Santa Catarina, a chamada Serra Catarinense. O grande responsável pelo tema é a Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES) junto do Conselho de Turismo da Serra Catarinense (CONSERRA) que foram abordados com maiores detalhes na seção 4.2 dessa pesquisa.

Com a pesquisas da Fecomércio (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) e do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) realizadas recentemente, foi possível apontar alguns traços do perfil de pessoas que buscam a região para lazer, a infraestrutura do local, empregabilidade, entre outros. As pesquisas contribuíram também para identificar mais a frente os dados especificamente de Urubici, permitindo traçar um estudo mais assertivo e direcionado em alguns pontos ligados a oferta de serviços, por exemplo

No capítulo 5 é apresentado Urubici. Para Cruz (2003, p.5), “o turismo é uma prática social que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo. Por ser uma prática social, o turismo é fortemente determinado pela cultura”. Dessa forma, para iniciar o entendimento do turismo em Urubici, município em foco nesta pesquisa, foi importante entender qual foi o contexto histórico da região, fatores que impulsionam o descobrimento da área e os que hoje funcionam como propulsores do setor de turismo na cidade. São abordados dados socioeconômicos, alguns dos principais pontos de visitação, histórias locais contadas pelos moradores, e posteriormente as questões de

infraestrutura, avaliando meios de hospedagem, setores de alimentação/bebidas, agências de turismo, mão de obra, aspectos socioambientais e tecnologias adotadas.

Por fim, se apresenta os dados do turismo no município de Urubici, considerando dados do Almanach 3 realizado pela Inteligência de Dados da SANTUR. Taxas de serviços especiais de turismo do município e a apresentação dos órgãos responsáveis pelas decisões acerca do turismo em Urubici: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo e Conselho Municipal de Turismo também foram apresentados. Além disso, outros fatores que acompanham e contribuem com o desenvolvimento do turismo em Urubici também foram conhecidos.

Entende-se a importância do estudo desse tema dada a possibilidade de movimentação econômica do turismo para o município de Urubici. Através do estudo espera-se também contribuir para impulsionar incentivos de desenvolvimento de turismo para toda a região, visando o benefício da população e da economia local.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Pesquisar sobre o turismo em Urubici a fim de identificar os agentes e se há contribuição significativa do setor para o desenvolvimento do município.

1.1.2 Objetivos Específicos

1. Identificar a contribuição do setor de turismo no contexto nacional e estadual;
2. Compreender quais organizações atuam de forma ativa buscando a evolução do setor de turismo e quais ações ou programas são utilizados;
3. Apresentar o contexto histórico do município e quais atividades econômicas contribuíram e contribuem para o desenvolvimento de Urubici.
4. Pesquisar dados a respeito do setor de turismo no estado, na região serrana e no município de Urubici
5. Apresentar os principais atrativos turísticos de Urubici.

6. Perceber quais fatores se apresentam como dificuldade para o desenvolvimento do Turismo, tanto por parte do setor público quanto por parte do setor privado.

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho justifica sua importância devido ao crescimento das atividades ligadas ao turismo no estado de Santa Catarina. Por conta disso, o turismo passou a ser visto com seriedade pelos mais distintos segmentos sociais, a ponto de se tornar uma aposta unânime nos mais distintos projetos de desenvolvimento, tanto nas esferas locais quanto em âmbito estadual (OURIQUES, 2007). O foco do trabalho é o município de Urubici na serra catarinense. Paisagens naturais do local chamam atenção e podem ser mais exploradas como potencialidades de forma sustentável.

Segundo dados da Santur (2020), o município de Urubici obteve maior arrecadação em ICMS turístico, em 2020 se comparado a 2019, demonstrando um fluxo expressivo de turistas mesmo em tempos de pandemia. Segundo dados da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de Urubici (2021), em torno de 30 mil turistas passaram pela cidade em 4 dias no feriado de Corpus Christi no ano de 2021. Além disso, segundo dados oficiais do Morro da Igreja, administrado pelo Instituto Chico Mendes (ICMBio), em dezembro de 2021, 99.463 pessoas visitaram o ponto turístico que é considerado o mais alto do sul do Brasil.

As possibilidades de melhorias do turismo neste município podem resultar numa melhoria da vida social da população e servir de modelo para regiões próximas e semelhantes. Sendo um aspecto diretamente relacionado ao desenvolvimento sustentável e estratégias econômicas individuais, refletindo melhorias no setor público e privado.

1.3 METODOLOGIA

Foi utilizado o método de pesquisa descritiva de caráter qualitativo, partindo de uma revisão bibliográfica com a finalidade de analisar os estudos realizados sobre contribuição do Turismo para a Economia e sua ligação com Desenvolvimento Regional. “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento

de relações entre variáveis” (GIL, 1990, p. 42). Nesse caso, a pesquisa busca entender se existe uma contribuição positiva do setor de turismo ao município de Urubici que leve a um desenvolvimento local.

Como objeto empírico, foi selecionado o município de Urubici localizado no estado de Santa Catarina, há cerca de 168 quilômetros da capital Florianópolis. O município escolhido se enquadra como um potencial para o desenvolvimento de performances turísticas ligadas à natureza e vem se destacando pelo aumento de atividades ligadas a esse setor.

O trabalho analisará dentro do perfil do município escolhido a sua trajetória histórica e como território turístico, compreendendo seu potencial e sua importância para uma construção de um desenvolvimento socioeconômico ligado ao setor.

Foi realizada uma entrevista com a Secretária do Turismo e com um empresário que vem investindo em projetos de fins turísticos no município. Paralelo a isso, houve uma busca documental, bibliográfica e de dados públicos.

A utilização como coleta de dados tem como fonte principal o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), dados ligados ao turismo foram encontrados na Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), principalmente em sua Inteligência de Dados chamada Almanach. Além disso, o Plano Municipal de Turismo realizado pelo SEBRAE em parceria com Ministério do Turismo, CISAMA (Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense) e AMURES (Associação dos municípios da região Serrana) trouxeram dados do turismo específicos de Urubici. Dados sobre a região serrana de Santa Catarina tiveram como principal fonte a Fecomércio (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina) em pesquisa realizada no ano de 2021 durante a temporada de inverno.

Dessa forma, o presente trabalho buscou compreender a evolução do turismo em Urubici a fim de entender se o setor é uma possibilidade positiva para o desenvolvimento do município.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TURISMO E ECONOMIA

O primeiro trabalho científico relacionado ao turismo foi publicado em Zurique, em 1883 escrito por Eduard Guyer-Freuler e se tratava de um relatório oficial sobre a indústria hoteleira suíça. O autor, Eduard Guyer, afirma que o turismo é em sentido moderno um fenômeno do nosso tempo que se explica pela necessidade de descanso (NETTO, 2017).

Durante os estudos sobre turismo, a economia se mostrou um assunto relacionado ao tema. Em 1910 o economista austríaco, Herman Von Schullard definiu turismo como a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionada com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região. Outro conceito que vale ser notado é o de McIntosh, Goeldner e Rithie, que definiam o turismo como: a soma dos fenômenos e relações que surgem da interação de turistas, empresas prestadoras de serviços, governos e comunidades receptivas no processo de atrair e alojar esses visitantes (IGNARRA, 1999).

Na língua portuguesa, a palavra turismo surgiu pela primeira vez somente no século XX. Entretanto, o economista Luiz Renato Ignarra (1999), considera que o turismo acompanha nosso país desde o seu descobrimento e que um conjunto de fatores foram contribuindo com o passar dos anos, mais fortemente no século XX, para que acontecesse uma maior movimentação das pessoas no sentido turístico. No Rio de Janeiro iniciou a hotelaria de luxo no Brasil com a construção do Copacabana Palace, e durante essa época houve a difusão de hábitos de lazer e um aumento de chácaras de lazer ao redor dos grandes centros urbanos, bem como construções de segunda residência em regiões litorâneas (IGNARRA, 1999)

Foi em 1965 que o Brasil criou instrumentos de regulamentação para a atividade turística. Criaram a Divisão de Turismo e Certames do Ministério da Indústria e do Comércio, posteriormente houve a fundação do Conselho Nacional de Turismo (CNTUR). Em 1971 a fundação foi do Fungetur (Fundo Geral de Turismo) e o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) que apoiavam as discussões a respeito do setor no país. No mesmo ano, foi criado o primeiro curso superior de Turismo pela atual Universidade Anhembi Morumbi em São Paulo (IGNARRA, 1999).

Os dados da World Travel & Tourism Council (WTTC), mostram que o setor turístico cresceu 3,5% em 2019, ultrapassando o crescimento da economia global em termos percentuais pelo nono ano consecutivo (WTT, 2021). Em 2018 e 2019 o turismo correspondeu a 10,4% do PIB mundial. Após esse período, com a ocorrência

do COVID-19 que abalou consideravelmente o setor, a contribuição do turismo passou a ser 5,5% do PIB Global no período (AMARANTE; POZZOBON; ANTUNES, 2021).

Segundo o WTTC, no ano de 2020 o Brasil ocupou o 11º lugar entre os países que possuíam maior peso do turismo na economia. Em relação a empregabilidade, o setor de turismo apresentou 7,5% do total de empregos em 2018 no Brasil. No ano de 2019 esse total foi de 8,2% e em 2020 com uma redução de 19% do emprego no setor, caiu para 7,2% (AMARANTE; POZZOBON; ANTUNES, 2021).

As definições sobre turismo são diversas, tornando-o um fenômeno complexo. Podemos dizer, segundo Ignarra (1999) que o turismo é uma combinação de atividades, serviços e indústrias que se relacionam com a realização de uma viagem, por exemplo: transportes, alojamentos, serviços de alimentação, lojas, espetáculos, instalações para atividades diversas e outros serviços receptivos disponíveis para indivíduos ou grupos que viajam. Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora do seu ambiente usual não mais que um ano consecutivo por motivos de prazer, negócios ou afins.

Segundo a OMT, os consumidores dos serviços turísticos são classificados em: turistas, excursionistas/turistas de um dia e visitantes. O turista é aquele que cujo objetivo é viajar para prazer. O excursionista é aquele que não pernoita na localidade turística, ou seja, passa menos de 24 horas no local que não é de sua residência fixa ou habitual. Os participantes de cruzeiros, por exemplo, que visitam uma localidade, mas pernoitam nas embarcações se enquadram no termo visitante, embora faça parte tanto do termo turistas quanto do termo excursionista. Os visitantes podem também ser considerados aqueles que se hospedam em residências secundárias ou casas de parentes (IGNARRA, 1999).

Para o OMT viajante é toda pessoa que se desloca entre dois ou mais lugares, não importando a motivação. Entretanto, não estão inclusos deslocamentos cotidianos. Vale também ressaltar que nem todo viajante é turista, os que estão incluídos nas estatísticas do turismo são chamados de visitantes.

Visto que as definições são relacionadas ao consumo de produtos ou serviços do local que o turista ou visitante se desloca, é importante considerar algumas conclusões do economista Luiz Renato Ignarra (1999) a respeito da demanda turística. Nos estudos apresentados por ele, conclui que a demanda turística varia de acordo com alguns fatores, entre eles: preço do produtor, preço dos produtos

concorrentes, preço dos produtos complementares, renda do consumidor, nível de investimento em divulgação, modismo, variações climáticas, catástrofes naturais, catástrofes artificiais e disponibilidade de tempo livre.

Um exemplo da influência desses fatores sobre a demanda é, por exemplo, se os preços estiverem baixos para viajar à praia, mas se as condições climáticas não estiverem favoráveis, nesse caso não haverá um aumento significativo da demanda porque depende de outros fatores além do preço. A respeito dos produtos complementares, é possível observar uma influência direta na demanda quando se alteram os preços. Por exemplo, uma diminuição do preço de passagens aéreas pode ter o efeito de aumentar o produto hoteleiro. Já quando falamos sobre a renda dos turistas a relação com a demanda pode ser considerada direta, uma vez que aumentando a renda eleva-se a demanda por produtos turísticos.

Dentro do conceito econômico são considerados também os efeitos multiplicadores dos gastos turísticos. Quanto maior o consumo, maior o efeito multiplicado, e maior a propensão ao acréscimo da renda nacional, implicando em um maior desenvolvimento econômico (BORATTI; ROCHA, 2008).

O turismo se mostra como um fator de grande potencialidade para o desenvolvimento, visto que seus impactos se desdobram em diferentes setores da economia e podem possibilitar a geração de empregos e renda. Assim como o turismo, o desenvolvimento também apresenta caráter multidisciplinar por ter diferentes conceitos e ideias a respeito do que de fato ele é.

2.2 TURISMO E DESENVOLVIMENTO

Existe uma certa complexidade ao buscar o conceito de Desenvolvimento. Isso porque ele pode ser associado a diferentes áreas do conhecimento, sendo considerado polissêmico. Seria o desenvolvimento sinônimo de progresso ou riqueza? Crescimento, mudança ou evolução?

Para os economistas clássicos, o desenvolvimento e crescimento já eram abordados e tratados como sinônimos. Seriam alcançados com a elevação da produção interna provocando efeitos positivos em toda a cadeia produtiva. Isso porque, quanto maior a produção interna, maior seria a renda interna gerada e, conseqüentemente, o consumo (HIRSCHMAN, 1961).

Adam Smith em seu livro “A Riqueza das Nações”, publicado em 1776, comenta que a riqueza de uma nação se constitui a partir do trabalho produtivo, com aumento dos investimentos em capitais produtivos, a especialização da mão-de-obra e a divisão do trabalho. David Ricardo em “Princípios de Economia Política e Tributação”, publicada em 1817 defende a concentração de renda em favor dos capitalistas urbanos industriais, por serem responsáveis pela acumulação que determina o crescimento econômico, gerando mais empregos e desenvolvimento (VIEIRA; SANTOS, 2012). Entretanto, a Escola Marxista aponta que o crescimento seria uma condição necessária, mas não suficiente para o desenvolvimento (OLIVEIRA, 2002).

Coriolano (2003) afirma que o conceito está muito associado a ideia de fazer as nações pobres caminharem em busca da superação de suas pobreza e que essa ideia de desenvolvimento está embutida nas políticas nacionais de todos os países desde a Segunda Guerra Mundial e dos processos de descolonização. Anterior a isso, os Estados eram classificados em relação a critérios culturais, religiosos ou geográficos.

Tanto o turismo quanto o desenvolvimento, independente do conceito adotado, podem ocorrer em escalas globais ou regionais. Ablas (1991) caracteriza a economia regional como um conjunto de atividades presentes na região e acrescenta que o estudo dessas atividades sob o ponto de vista do desenvolvimento tem se constituído no que se chama “teorias do desenvolvimento regional” (ABLAS, 1991 p.44).

No âmbito da Economia, quando municípios apresentam características socioeconômicas semelhantes em relação a indicadores de desenvolvimento e estrutura produtiva se enquadram no que se chama de regiões homogêneas (LINS, 2014). Dentro dessas regiões, um fator que contribui para o desenvolvimento é a cultura local. “A cultura local é definida em âmbito institucional e social e caracteriza-se por contribuir para o desenvolvimento regional de forma única em cada região” (VIEIRA; SANTOS, 2012, p.365). A presença de história e costumes culturais específicos de determinado local são atrativos para o turismo, setor que levou o desenvolvimento regional de Gramado no Rio do Grande Sul, por exemplo (GEVEHR; VIDAL; NANDI, 2014).

Segundo estudos feitos por Ablas (1991, p. 46) “a atividade turística, de forma geral, pode ser considerada como importante para a geração de emprego e elevação

do nível de renda de uma comunidade habitando uma determinada região”. Dessa forma é possível considerar que mais empregos e, conseqüentemente mais renda, levam a um desenvolvimento regional.

Para Figuerola (1990), a atividade do turismo pode melhorar a economia, o nível social e a vida da população residente através de muitos efeitos, como por exemplo: elevação do nível cultural e profissional da população, industrialização básica da economia da região, incremento da renda disponível por habitante e eliminação das correntes migratórias ao exterior. Os turistas estão dispostos a gastar pelo menos com transporte, alojamento e alimentação. Mas, uma vez que se desloca até outra cidade, pode usufruir das lojas locais, mercados, farmácias e outros serviços disponíveis. Sendo um fator interessante para desenvolvimento econômico regional.

As atrações turísticas funcionam como atividade motora projetando sobre a região efeitos que terão por base a complementariedade com as atividades locais já existentes (ABLAS, 1991). Segundo o autor, esse meio será formado, basicamente, pelas relações de compra e venda entre os agentes presentes na região e no retorno da distribuição de renda sobre as estruturas de consumo (ABLAS, 1991). Considerando sob a análise dos multiplicadores regionais, esses consideram um conjunto de fatores separadamente (ABLAS, 1991):

- a) gastos efetuados por hóspedes em hotéis
- b) gastos efetuados em aluguel de casas
- c) gastos com aluguel de quartos em casas de família
- d) despesas efetuadas com aluguel de espaços para camping
- e) despesas com compras nas lojas da região
- f) gastos de investimentos (basicamente construção de imóveis)
- g) pagamento de alguns tipos de taxas incidentes sobre os gastos da região (imposto sobre consumo, por exemplo).

Dentro desse contexto, vale ressaltar que a atividade turística abarca um conjunto de fatores de serviço como por exemplo transportes, hospedagem, alimentação, casas de diversões, entre outros. Dessa forma, é importante que exista equilíbrio e colaboração entre os serviços para que o funcionamento dessa atividade seja de fato eficaz para a região, conforme cita Luiz Ablas:

Diversas experiências sugerem que condutas colaborativas podem inclusive ajudar na valorização de atributos ligados à história, à cultura ou ao meio ambiente, aumentando a atratividade turística incrustada e as possibilidades em emprego e renda. (LINS, 2022, p.162)

No que se refere a colaboração entre os agentes, é valido lembrar o que a economista italiana Mariana Mazzucato apresenta em seu livro de 2021 chamado “Mission Economy” ou “Missão Economia” no português. Para a autora, a colaboração é simplesmente mais eficiente. Nesse livro ela traz de exemplo o Programa Apollo, conjunto de missões espaciais coordenadas pela NASA entre 1961 e 1972 com objetivo de colocar o homem na lua.

Após assistir os russos mandarem para o espaço o primeiro satélite, a reação não foi somente um projeto governamental dos Estados Unidos, mas uma missão nacional envolvendo centros de pesquisa, universidades e empresas de diferentes atuações junto do governo como promotor político. O que ela busca mostrar é que o resultado não foi supremacia do setor privado ou setor público, e sim, a sinergia e convergência de diversas áreas em torno de um objetivo comum.

A autora atribui ao valor, um dos sete pilares para uma política econômica melhor, a criação coletiva. Ou seja, ao traçar uma “missão”, a criação dos valores precisa ser em conjunto com empresas, governo e sociedade civil.

Desse modo, iremos conhecer brevemente no decorrer da pesquisa, de que forma acontece a organização do turismo a nível nacional, regional e municipal para compreender quais agentes estão envolvidos no setor de turismo.

2.3 MINISTÉRIO DO TURISMO

O Ministério do Turismo (Mtur) é um órgão governamental do Brasil. Foi criado primeiramente o Ministério do Esporte e Turismo com a medida provisória nº 2.216-37/2001 e posteriormente por meio da lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003 passou a desempenhar suas atividades exclusivas ao Setor de Turismo no país. Sua composição se apresenta através da Secretaria Nacional de Infraestrutura turística; Secretaria Especial da Cultura; Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões; Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo; Conselho Nacional do Turismo e Embratur – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo.

O Ministério do Turismo (Mtur) tem o papel de elevar o turismo à condição de importante vetor de desenvolvimento econômico e social do país, desenvolvendo o setor com atividades econômicas sustentáveis, relevantes na geração de emprego e de divisas e que proporcionam a inclusão social. O decreto nº 10.359, de 20 de maio de 2020 tornou o Ministério do Turismo também responsável pela execução de políticas nos setores de cultura, juntamente com suas entidades vinculadas e colegiados.

O órgão da administração pública Federal direta tem como área de competência a política nacional de desenvolvimento do turismo; a promoção e a divulgação do turismo nacional no País e no exterior; o estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas; o planejamento, a coordenação, a supervisão e a avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo; a gestão do Fundo Geral de Turismo; a regulação, a fiscalização e o estímulo à formalização, à certificação e à classificação das atividades, dos empreendimentos e dos equipamentos dos prestadores de serviços turísticos; entre outros.

Dentre as ações do Ministério do Turismo está o Cadastur, um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo e acontece nos 26 estados e Distrito Federal. O cadastro é de responsabilidade da Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (SDNTUR), é realizado de forma gratuita, totalmente virtual e garante vantagens e oportunidades de negócios aos cadastrados, como por exemplo participação de programas e projetos do Governo Federal, programas de qualificação promovidos e apoiados pelo Mtur e acesso a financiamento por meio de bancos oficiais, além de visibilidade pois se torna uma fonte de consulta para o turista (MTUR, 2022). O Cadastur permite um acompanhamento da quantidade de cadastro existentes por exemplo de guias de turismo, de meios de hospedagem, de agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos e afins.

Outra ação do Mtur é o Fungetur, “um mecanismo de crédito essencial ao fomento do turismo como negócio e estratégia para o desenvolvimento social e econômico” (MTUR, 2021, n.p.). O Fungetur oferece crédito a empresas ligadas direta ou indiretamente ao turismo, promovendo oportunidade para expansão dos negócios ligados ao setor, visando geração de emprego e renda. O primeiro passo para solicitar o crédito, é ser cadastrado no Cadastur.

Aspirando geração de empregos, contribuição para a redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, o Mtur oferece também programas de

qualificação através de cursos da área do turismo, proporcionando aprimoramento profissional da área destinado tanto a quem já faz parte da cadeia produtiva do turismo quanto as demais pessoas que desejam integrar o setor (MTUR, 2022). A área responsável também é a Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (SDNTUR) assim como o Fungetur. Entre os cursos disponibilizados, encontra-se curso de gestor de turismo, cursos de idiomas inglês e espanhol, especialização técnica em atrativos naturais e culturais, entre outros.

O Mtur, apoiado por seus colegiados parceiros, proporciona um modelo de gestão descentralizada do turismo, para que governanças municipais, regionais e estaduais busquem suas próprias alternativas para o desenvolvimento, de acordo com suas realidades e especificidades. O Programa de Regionalização do Turismo – PRT, implantou em 2013 o Mapa do Turismo Brasileiro que ainda está em um processo evolutivo. No ano de 2019 o mapa foi atualizado e apresentou 338 regiões turísticas com 2913 municípios participantes integrando esse setor. O mapa faz parte do plano de ação para regionalização do turismo e orienta a atuação do Mtur na execução de políticas públicas, visto que define os recortes territoriais que devem ser trabalhados com prioridade.

Para o MTur, regionalizar não se trata apenas do agrupamento de municípios com relativa proximidade e similaridades. Trata-se da construção de um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada e comunidade (MTUR, 2007). Diante dessa regionalização espera-se que cada região turística tenha a capacidade de decidir seu próprio futuro de forma participativa e respeitando o que é estipulado para um desenvolvimento sustentável nos sentidos econômico, ambiental, sociocultural e político institucional. Os maiores objetivos se referem a melhoria da qualidade de vida das populações receptoras e que o setor possa contribuir para uma dinamização da economia do País.

Além disso, também como estratégia do PRT existe uma categorização desses municípios para mapear o desempenho da economia do setor de turismo buscando auxiliar na tomada de decisões mais acertadas e que respeitam as particularidades de cada município. A categorização não é uma comparação entre cidades onde o turismo se faz presente, é um recurso com dados do Ministério da Economia e do Ministério do Turismo que agrupa municípios de acordo com o desempenho de suas economias. Portanto, não é levado em conta aspectos subjetivos como por exemplo potencial turístico, atratividade e potencialidade. São

utilizadas cinco variáveis objetivas “diretamente relacionadas à economia do turismo, que foram cruzadas em uma análise de *cluster* e deram origem a cinco categorias de municípios (A, B, C, D e E).” (MTUR, 2019, n.p.). As categorias podem ser conferidas na figura 1.

Figura 1 – Variáveis objetivas para categorização dos municípios pelo Mtur

VARIÁVEL	FONTE DE COLETA
Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2017/Ministério de Economia
Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2017/Ministério de Economia
Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos	Pesquisa de Demanda Doméstica 2012 – MTur/FIPE
Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais	Pesquisa de Demanda Internacional 2017 – MTur/FIPE
Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem	Secretaria de Receita Federal – Ministério da Economia

Fonte: Ministério do Turismo (2019)

O MTur explica que foi utilizado somente dados do setor de hospedagem porque dentro das atividades características do turismo seria o mais adequado, visto que maior parte das pessoas que utilizam hotel são turistas, diferente de restaurantes ou empresas de aluguel de carro que são utilizadas com mais frequência por residentes.

Além disso, os impostos analisados são dados sobre arrecadação obtidos junto à Secretaria da Receita Federal do Ministério da Economia e incluem: CSLL, Cofins, PIS/Pasep, IRPJ, Imposto de Renda na Fonte e Receita Previdenciária tanto por parte do empregado quanto por parte da empresa. Dentro disso, o MTur ressalta que em municípios com menos de 9 estabelecimentos classificados na CNAE 5510-8, referente a Hotéis e similares, a Secretaria de Receita Federal não informa a arrecadação de impostos. Nesse caso, optaram por estimar através da média ponderada pelo quantitativo de ocupações formais. Esse foi o levantamento feito pelo Mtur em 2019 que analisou a quantidade de municípios presentes em cada categoria:

62 municípios na Categoria A, que representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico, maior número estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem;
257 municípios na Categoria B;
476 municípios na Categoria C;
1522 municípios na Categoria D; 377 municípios na Categoria E, que representa os municípios zeraram as cinco variáveis. (MTUR, 2019, p.4)

Esses foram os resultados obtidos dentro dos 5 grupos formados entre os 2.964 municípios analisados que constam no Mapa do Turismo Brasileiro. O Mtur enfatiza também que o fato de um município ser categorizado em D não significa que receberá menos apoio de um município que foi categorizado como A. Na Portaria MTur nº 39/2017 estão previstos apoios para todas as categorias de municípios.

Entre os planos de desenvolvimento do MTur para o setor, fala-se sobre projetos de infraestrutura turística e infraestrutura básica; melhoria e qualificação dos serviços turísticos; promoção e comercialização de produtos turísticos; projetos de gestão sustentável dos atrativos naturais, entre outros. Para o MTur, é essencial que todos os planos estratégicos ocorram de maneira integrativa e participativa, envolvendo poder público, sociedade civil, empresários e instituições de ensino, existindo, dessa maneira, um ganho para todos (MTUR, 2007).

O órgão informa que assim como todas as atividades socioeconômicas, o turismo necessita preliminarmente organizar e planejar os elementos, setores e agentes de seu processo produtivo, para que possa alcançar os objetivos propostos pelas políticas que disciplinam o setor. De forma planejada, é possível que o turismo se torne um forte motivador de desenvolvimento local, como cita o Mtur:

As lições aprendidas de outros países e de centros brasileiros, em que o turismo bem organizado constitui-se como o maior gerador e distribuidor de trabalho e riqueza, mostram que esse é um bom exemplo a ser seguido no caminho do desenvolvimento regional com sustentabilidade. Não é sem razão que a Organização Mundial do Turismo (OMT) orienta os países com potencial turístico a adotar uma postura favorável à sustentabilidade nas atividades turísticas, como forma de inclusão social. (MTUR, 2007, p.15)

No estado de Santa Catarina, a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina, chamada de Santur, é o principal órgão governamental ligado ao turismo. Seu histórico, ações e programas serão abordados na seção 4.1.

2.4 TURISMO EM SANTA CATARINA

Em 2020 a Agência de Desenvolvimento de Turismo de Santa Catarina (Santur) realizou uma pesquisa com 1460 respondentes, abrangendo 20 estados

brasileiros, o distrito federal e mais nove países. Nessa pesquisa foi possível constatar os motivos que levam um turista vir até Santa Catarina, e em primeiro lugar é a busca por Lazer (83,1%). Desses, 42,5% se motivam principalmente pelas opções de natureza, ecoturismo e turismo de aventura, 41% por Sol e Praia, seguido por Turismo Rural (8,2%), Cultural (4,2%) e Entretenimento/festas (4,1%).

A Santur afirma que apesar da procura por Santa Catarina ocorrer principalmente nos períodos de extremos calor e frio, o estado possui potencial de atrativos a serem explorados o ano todo, visando um turismo menos sazonal, e que seja equilibrado e sustentável. Dentre os destinos mais procurados de Santa Catarina, estão as regiões turísticas Grande Florianópolis (22,42%), Serra Catarinense (19,43%) e Costa Verde e Mar (18,55%) que concentram atrativos de Sol e Praia e de clima de frio no caso da Serra (SANTUR, 2020). Na figura 3 é possível visualizar a nuvem de destinos realizada pela SANTUR em 2020 contendo os principais municípios e atrativos turísticos.

Figura 2 - Nuvem de destinos mais procurados – Municípios e atrativos turísticos

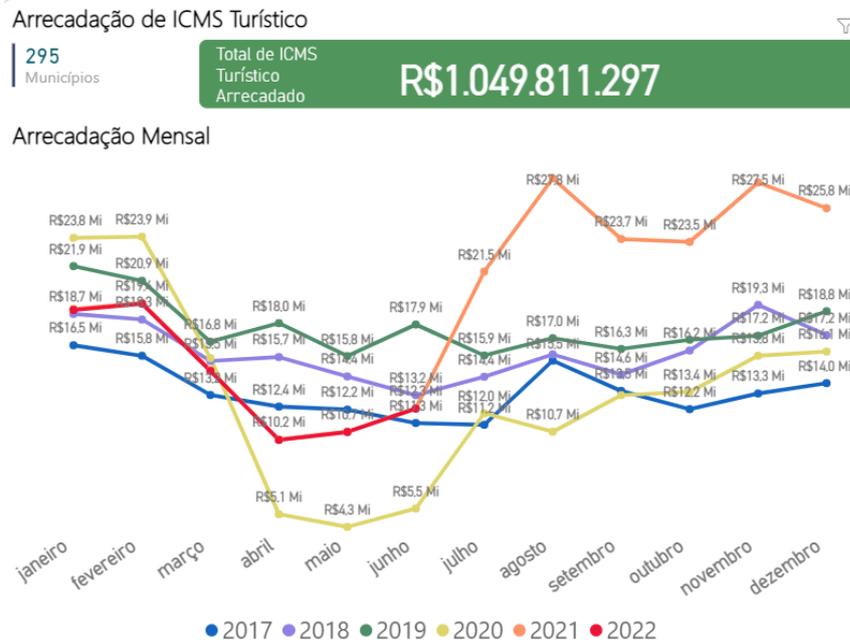


Fonte: Santur (2020).

Em 2022 a Santur apresentou dados atualizados a respeito do ICMS Turístico arrecadado no estado desde 2017, considerando os 295 municípios e o total foi de R\$ 1.049.811.297, sendo a categoria ACT (Atividades Características de Turismo) com maior participação o setor de alimentação, seguido por transporte e hospedagem. Dentro desses valores de ICMS, os municípios com maior participação foram:

Florianópolis, Joinville, Balneário Camboriú e Blumenau. Na figura 4 é possível ver a evolução dos valores arrecadados.

Figura 3 - Arrecadação de ICMS Turístico de 2017 a 2022



Fonte: Almanach (2022).

Passando por algumas informações a respeito de empregabilidade, a SANTUR constatou neste ramo a porcentagem do sexo feminino atuante foi de 53,90% e 43,10% do sexo masculino. As cidades com maior volume de trabalhadores da área do turismo são de Florianópolis com 34.980 trabalhadores, seguida por Balneário Camboriú com 15.161 e Joinville com 11.978. Considerando esses empregos no Turismo por ACT, o maior número é do setor de alimentação (67,65%) seguido por hospedagem (18,77%). Foram considerados também transporte, atividades culturais, desportivas e recreativas e agências e organizadoras de viagem.

Santa Catarina contém 1788 atrativos turísticos ao total e a região que apresentou maior porcentagem de ocupação média dos leitos foi a Grande Florianópolis (65%), seguida pela Costa Verde & Mar (56%) e Serra Catarinense (55%). Dentro da média de ocupação anual considerando todas as 13 regiões turísticas do estado, o valor chega a 51,66%.

Existem no estado 176 rodoviárias e 9 aeroportos. Segundo dados de junho de 2022 da ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil e ANTT Agência Nacional de Transportes Terrestres a maior parte dos passageiros em terminais aéreos e

rodoviários que chegam a Santa Catarina são de origem Nacional e a via de acesso mais usada são terminais aéreos com 57,9% e terminais rodoviários possuem porcentagem de 42,1% como via de acesso para os turistas. A maior parte dos turistas que visitam Santa Catarina são da cidade de São Paulo, seguido por Guarulhos e Curitiba (SANTUR, 2022).

Figura 4 – Entradas por Via de Acesso e Tipo de Origem

Via de Acesso	Internacional	Nacional	Total
Terminais Aéreos	99.145	8.247.271	8.346.416
Terminais Rodoviários	8.797	6.048.647	6.057.444
Total	107.942	14.295.918	14.403.860

Fonte: SANTUR (2022).

2.4.1 Santur - Agência de desenvolvimento do turismo de Santa Catarina

Para a administração do setor de turismo no âmbito estadual, existe a Santur – Agência de Desenvolvimento do Turismo em Santa Catarina que é o principal órgão de gestão do turismo no estado. A Santur iniciou as atividades em 12 de junho de 2019, por meio da Lei Complementar nº 741.

Entretanto, anterior a Santur, existiram outros órgãos responsáveis por ações ligadas ao turismo. Em 1968 existia o Deatur (Departamento Autônomo de Turismo) e paralelo a este órgão, o Governo do Estado tinha uma estrutura junto ao Besc (Banco do Estado de Santa Catarina). No ano de 1974 o Besc que anteriormente chama-se Besc Empreendimentos e Turismo S/A alterou seu nome para Besc Turismo S/A e em 1975 acabou sendo extinto. Passou a existir no estado a então chamada Turesc (Empresa de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina) reconhecida pelo Governo Estadual como economia mista (SANTUR, 2022).

Segundo informações da Santur, no ano de 1977 aconteceu a fusão entre a Turesc e a Citur/Rodofeira de Balneário Camboriú e surgiu a Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Citur). Esse nome continuou até 1987 quando passou a se chamar Santa Catarina Turismo S/A já chamada por Santur e o intuito era vincular o órgão responsável pelo turismo ao nome do estado.

A entidade cresceu significativamente ao longo dos anos. Um dos desdobramentos importantes foi o programa de segmentação turística em conjunto com a Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes de Santa Catarina (SOL). Em 2019, seguindo as reformas administrativas do estado, a SOL e a Santur evoluíram para a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina, e a sigla Santur permaneceu. O foco da Santur é o turismo como um pilar econômico de Santa Catarina, dentre suas ações e programas encontra-se o Almanach, uma plataforma de dados do turismo criado e desenvolvido pela equipe da Diretoria de Estudos e Inovação da Santur com o objetivo de estruturar e facilitar a organização, apresentação e compreensão dos dados das atividades do turismo:

A finalidade da ferramenta é disponibilizar aos gestores do turismo, um panorama do setor e auxiliar na tomada de decisões. Os dados atualizados periodicamente, de forma colaborativa, buscando transparência, qualidade e inovação no setor. (ALMANACH, 2022, n.p.)

O Lançamento aconteceu em setembro de 2020. Em janeiro de 2021 foi a inauguração da central de inteligência do turismo e em abril de 2021 recebeu o prêmio Stemmer inovação Catarinense. O último Almanach, chamado Almanach 3, que foi fundamental em questão de dados para essa pesquisa, foi publicado em agosto de 2022.

Visando também inovação, o projeto Inovatur é uma realização vinda da cooperação entre Santur (Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina), FAPESC (Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina) e UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí). Tem abrangência Nacional e seleciona empresas do setor de turismo para apoiar, visando geração de novas oportunidades de negócios, empregos e renda através da tecnologia e inovação.

Atualmente o programa está em sua terceira edição, com 11 soluções inovadoras contempladas, aportando R\$ 1.072.858,00, além de uma vasta agenda de atividades para o desenvolvimento dos negócios das empresas selecionadas (FAPESC, 2022 n.p.).

Outra ação da SANTUR é o Viaje + SC que, junto de seu Blog, é um portal que visa promover experiências que possam ser vividas por turistas e visitantes em atrativos turísticos dos destinos catarinenses, eventos e estabelecimentos. Objetivando maior geração de negócios entre prestadores e operadores de turismo e os viajantes (Viaje+SC, 2022). Além disso, a plataforma identifica os estabelecimentos que estão corretos quanto às medidas sanitárias de prevenção à Covid-19.

A estrutura administrativa se apresenta da seguinte maneira: Presidente da SANTUR, Assessoria Especial, Assessoria de Comunicação, Procuradoria Jurídica, Diretoria de Planejamento Turístico, Diretoria Administrativo e Financeiro, Diretoria de Estudos e Inovação e Diretoria de Marketing. Segundo a Santur (2022) as atividades das diretorias giram em torno do mapeamento e promoção de produtos turísticos; alcance internacional da promoção de Santa Catarina como destino de qualidade; governança e sustentabilidade dos atrativos e inovação no turismo catarinense.

2.4.2 As Regiões Turísticas e Categorização dos Municípios de Santa Catarina pelo Mtur

Segundo o Mapa do Turismo Brasileiro realizado pelo Ministério do Turismo, Santa Catarina conta com 13 regiões turísticas e 177 municípios cadastrados no mapa de turismo brasileiro em 2019. O Mapa está vinculado ao Programa de Regionalização do Turismo, é atualizado bianalmente e orienta a atuação do MTur no desenvolvimento das políticas públicas. Na figura 2 é possível compreender a como se distribuem essas regiões dentro do estado de Santa Catarina.

Figura 5 – Regiões Turísticas de Santa Catarina



Fonte: SANTUR (2022).

Nas regiões mapeadas pelo Mtur, estão: Caminho dos Canyons, Encantos do Sul, Serra Catarinense, Grande Florianópolis, Costa verde & Mar, Vale Europeu, Caminhos do Alto Vale, Vale dos Imigrantes, Caminho dos príncipes, Caminhos do contestado, Grande Oeste, Vale das Águas e Caminhos das Fronteiras

Os 177 municípios que se encontram nas 13 regiões turísticas do estado tiveram que atender alguns critérios e compromissos exigidos pelo Ministério do Turismo, entre eles a participação em instância de governança regional (IGR), possuir Conselho Municipal de Turismo funcionando, um órgão de turismo em atividade, possuir orçamento próprio destinado ao turismo e no mínimo um cadastro de prestador de serviços turísticos – Cadastur (SANTUR, 2022).

Dentro da categorização dos municípios, ação criada pelo MTur detalhada anteriormente na seção 3.1 a distribuição em Categoria A, B, C, D e E dos 177 municípios dentro das 13 regiões turísticas do estado podem ser conferidas na tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição dos municípios nas regiões de Santa Catarina

Regiões turísticas de Santa Catarina	Número de municípios na Categoria A	Número de municípios na Categoria B	Número de municípios na Categoria C	Número de municípios na Categoria D	Número de municípios na Categoria E	Total
Caminhos dos Canyons	0	0	1	6	3	10
Caminho dos príncipes	1	3	2	7	0	12
Caminhos da Fronteira	0	0	1	9	5	15
Caminhos do Alto Vale	0	0	1	17	5	23
Caminhos do contestado	0	0	1	3	0	4
Costa Verde & Mar	3	4	1	2	0	10
Encantos do Sul	0	4	1	7	3	15
Grande Florianópolis	1	1	2	3	0	7

Grande Oeste	0	1	1	7	6	14
Serra Catarinense	0	2	2	6	1	13
Vale das águas	0	0	1	8	3	12
Vale dos Imigrantes	0	1	8	11	5	25
Vale Europeu	0	2	3	10	2	17
TOTAL DE MUNICÍPIOS						
177						

Fonte: Ministério do Turismo (2019)

Na categoria "A" estão reunidos os municípios com maior desempenho da economia do turismo e em "E" os municípios com menor desempenho da economia do turismo. - O desempenho da economia do turismo de cada município brasileiro foi medido a partir das médias de dados sobre fluxo, hospedagem e arrecadação por ele obtidas. Os municípios que possuem médias semelhantes nas cinco variáveis analisadas foram reunidos em uma mesma categoria (A, B, C, D ou E).

Entre os municípios da categoria A, que representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico, maior número estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem estão Balneário Camboriú, Bombinhas, Itapema, Joinville e Florianópolis. Isso caracteriza a tendência de o fluxo de turismo no estado ser em grande parte mais voltado a atrativos como praia e calor.

Dentro da categoria B, existem ao total 18 municípios do estado. Entre eles, na Serra Catarinense estão apenas dois, Lages e Urubici. Se referindo a outras regiões encontram-se os municípios Blumenau, Piratuna, Garopaba, Penha, Laguna, Itajaí, entre outros. As regiões de maior predominância da categoria B são Costa Verde & Mar e Encantos do Sul seguido pela região Caminho dos Príncipes.

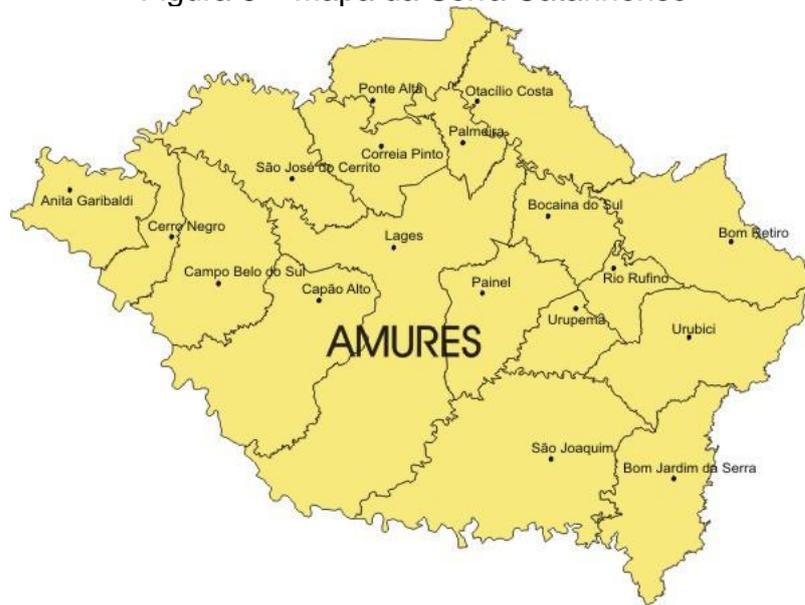
2.4.3 Associação dos municípios da Região Serrana - AMURES

A Associação dos Municípios da Região Serrana foi fundada em 10 de agosto de 1968. Busca a integração político-administrativa, econômica e social dos seus 18 municípios, que a constituem: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra,

Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Paineira, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema.

Os municípios que constituem a Amures, ocupam uma área aproximada de 16.085,355 km. Uma superfície correspondente a 16,67% de todo o território catarinense. A população somada chega a 288 mil habitantes (AMURES, 2022).

Figura 6 – Mapa da Serra Catarinense



Fonte: Amures (2022).

Seus Propósitos são o fortalecimento das administrações públicas, defender e reivindicar os interesses regionais, promover o estabelecimento de cooperação intermunicipal e intergovernamental da região e aproximar através dos Fóruns Regionais as Secretarias Municipais, promovendo a troca de experiências. Tem como missão trabalhar em prol dos municípios da Serra Catarinense, visando o melhoramento da capacidade administrativa e executiva das prefeituras, promovendo o bem-estar das pessoas e o desenvolvimento sustentável da região (AMURES, 2022).

Dentre os colegiados da AMURES, existe o Colegiado de Turismo, também denominado Organização Serrana de Turismo (OST) que tem como premissa, apoiar, comentar e desenvolver o turismo na Serra Catarinense (AMURES, 2022). Há ações resgatando a identidade e cultura junto da comunidade regional, que visa mobilizar órgãos oficiais, iniciativas privadas e população para que seja promovido um

desenvolvimento sustentável gerando novas oportunidades econômicas regionais através de atividades ligadas ao turismo.

A Amures também tem um Conselho de Turismo da Serra Catarinense – Conserra. É uma associação civil de direito privado, sem fins lucrativos. Constitui finalidades do Conserra manter o intercâmbio constante com entidades de turismo municipais, estaduais, federais e internacionais, tanto públicas quanto privadas além de formular diretrizes básicas para políticas regionais de turismo e propor soluções participando de forma ativa em novos projetos.

2.5 TURISMO NA SERRA CATARINENSE

A Serra Catarinense é composta pelos 18 municípios que apresentam riqueza em suas paisagens naturais. São florestas de araucárias, cachoeiras, vales, canyons, campos de altitudes e outros cenários que surpreendem quem visita. A região é caracterizada pelo clima de inverno com espetáculo da neve encobrendo os campos com geadas e nevascas criando uma atmosfera especial. Os turistas que buscam por lazer através do turismo de aventura, turismo rural ou os apreciadores de vinhos e espumantes e uma gastronomia regional campeira, encontram na Serra boas alternativas.

Lages é conhecida como a capital do turismo rural, Urupema conhecida como capital catarinense da truta (espécie de peixe), São Joaquim admirada por seus vinhos de altitude e produção de maçãs. Já Urubici é contemplada por seus atrativos naturais. Cada um dos 18 municípios traz características semelhantes, mas possuem suas individualidades que marcam as pessoas que visitam.

A Fecomércio -Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo realiza pesquisas frequentes com o intuito de coletar dados para traçar os perfis dos visitantes, atrativos mais visitados e outras características que venham a contribuir para o estudo do turismo. Em específico da Serra Catarinense, realizou uma pesquisa a partir de entrevistas com 400 pessoas de diversas localidades do Brasil para investigar o perfil de turistas e visitantes que frequentaram os municípios dessa região na temporada de inverno de 2021. A pesquisa mostrou que maior parte dos visitantes são brasileiros, vindos do estado de Santa Catarina, seguido por Rio Grande do Sul, São Paulo e Paraná. Dos turistas residentes do estado de Santa Catarina, a cidade de origem mais citada foi a capital Florianópolis.

Com a pesquisa foi possível também constatar que maior parte das citações quanto ao que pretendia visitar, se referia a belezas naturais e locais tradicionais como Serra do Corvo Branco, Cascata do Avencal e Morro das Torres. Na figura 7 é possível observar os locais e pontos turísticos mais visitados em 2021 durante a temporada de inverno, entre os pontos citados, nota-se grande visitação a locais pertencentes a Urubici.

Figura 7 - Locais e pontos turísticos mais visitados na Serra Catarinense em 2021



Fonte: Fecomercio (2021).

A pesquisa da Fecomercio de 2021 traçou alguns perfis de turistas que desfrutam dos lazeres ofertados pela serra catarinense. Os perfis foram nomeados como: visitantes, família local, exploradores, viajantes e casal local. No grupo de turistas família local e casal local, as características que se assemelham são quanto a origem, maior parte de Santa Catarina. O casal local fica cerca de 3 a 4 dias e a família local, permanece de 2 a 3 dias na região.

Os exploradores são geralmente casais jovens, média de 34 anos que são motivados pelo ecoturismo, tem origem de diversos estados e permanecem cerca de 5 dias. Já os viajantes, que também possuem origem de diversos estados, apresentaram interesse no enoturismo e costumam realizar viagens de férias com frequência (FECOMERCIO, 2021). No gasto médio calculado, o grupo que apresentou maiores gastos foi “exploradores”, mas se vincula o fato de que são os que permanecem mais tempo na região. Na figura 8 é possível conhecer o perfil socioeconômico dos visitantes e a porcentagem que representou cada um nos anos 2017, 2018, 2019 e 2021.

Figura 8 - Perfil socioeconômico dos visitantes e turistas

Perfil socioeconômico dos visitantes e turistas		Ano			
Variável	Categoria	2017	2018	2019	2021
Sexo	Masculino	51,6%	56,2%	56,2%	78,1%
	Feminino	48,4%	43,8%	43,8%	21,9%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos	17,7%	15,8%	25,2%	6,8%
	De 26 a 30 anos	13,8%	11,7%	16,9%	9,5%
	De 31 a 40 anos	25,5%	27,8%	24,5%	29,0%
	De 41 a 50 anos	23,7%	22,4%	16,5%	26,0%
	De 51 a 60 anos	15,0%	16,0%	10,8%	21,0%
Renda média familiar mensal	Acima de 60 anos	4,2%	6,4%	6,1%	7,8%
	Faixa 1	3,0%	1,2%	3,6%	2,0%
	Faixa 2	10,7%	10,5%	11,2%	9,0%
	Faixa 3	25,0%	29,4%	31,5%	34,3%
	Faixa 4	18,2%	26,1%	25,2%	23,5%
	Faixa 5	10,7%	10,9%	10,8%	10,0%
	Faixa 6	10,7%	11,9%	6,3%	7,8%
	Faixa 7	7,4%	8,0%	3,8%	8,8%
	Recusa	14,3%	2,1%	7,6%	4,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

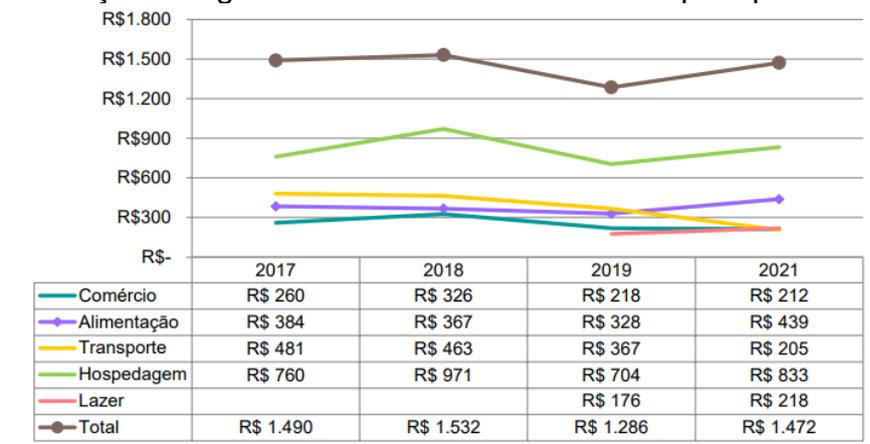
Valores de referência (atuais) das faixas de renda média familiar mensal:

- Faixa 1: R\$ 1.102 ou menos
- Faixa 2: R\$ 1.103 a R\$ 2.203
- Faixa 3: R\$ 2.204 a R\$ 5.509
- Faixa 4: R\$ 5.510 a R\$ 8.812
- Faixa 5: R\$ 8.813 a R\$ 11.015
- Faixa 6: R\$ 11.016 a R\$ 16.524
- Faixa 7: R\$ 16.525 ou mais

Fonte: Fecomércio (2021).

A maioria é do público masculino (78,1%) A faixa etária que mais frequente foi de adultos entre 31 e 40 anos, seguido por 41 e 50 anos. A respeito da renda familiar mensal, a faixa mais frequente foi de viajantes com renda entre R\$ 2.204 a R\$ 5.509 (Fecomercio, 2021). Um cálculo da média geral de gastos de cada turista ou visitante entrevistado na temporada de 2021 foi realizado e chegaram ao valor de R\$ 1.471,81. Esse valor inclui comércio, alimentos e bebidas, transportes, hospedagem e lazer. Entre elas, a que apresenta maior custo é hospedagem seguida por alimentos e bebidas.

Figura 9 - Evolução dos gastos dos visitantes ou turistas por tipo – série corrigida



Fonte: Almanach 3 (2022)

Para que fosse realizada essa análise, foi aplicada a correção pelo IPCA, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais visando avaliar a evolução dos gastos com produtos e serviços por parte dos turistas. Em relação a temporada de 2019 foi possível perceber um aumento de R\$185 em valores nominais na temporada 2021.

Sobre hospedagem, dentre os entrevistados, a maioria utilizou a hotelaria seguida por aqueles que ficaram em imóveis de parentes ou amigos. A Fecomércio constatou que, comparado a 2019, houve um aumento do percentual de turistas em hotéis e campings. Já o percentual de turistas que ficavam em imóvel de parente e amigos, comparado a anos anteriores, caiu cerca de 20% no ano de 2021. Além disso, a Fecomercio também notou o aumento do percentual de viajantes que não ficaram hospedados na região – os visitantes. Os visitantes viajam, geralmente, dentro do próprio estado, percorrendo, em média, 198 km em um tempo de viagem estimado em 2h e 44min e utilizaram seus próprios veículos como meio de transporte (Fecomercio, 2021).

3 URUBICI

Urubici, município em foco nesta pesquisa, localiza-se em área de Santa Catarina e pertence à Mesorregião Serrana e à Microrregião Campos de Lages (IBGE). O último senso realizado na cidade foi em 2010. Entretanto, o IBGE estimou em 2021 uma população de 11.311 pessoas em uma área territorial de 1.021,371km².

A densidade demográfica de Urubici corresponde a 10,51 habitantes/km² um dos menores índice registrados em Santa Catarina (SEBRAE, 2021).

Está localizado a uma latitude 28°00'54" sul e a uma longitude 49°35'30" oeste, estando a uma altitude de 918 metros. Tem predomínio o clima Mesotérmico úmido, com temperatura média 16°C. Registra-se também a incidência do clima subtropical e temperado com inverno rigoroso e temperaturas abaixo de 0°C (SEBRAE, 2013). Em relação aos limites territoriais, Urubici faz divisa com Grão Pará, Orleans, Rio Fortuna, Santa Rosa de Lima, Anitápolis, Bom Retiro, Rio Rufino, Urupema, e São Joaquim (SANTA CATARINA, 2022).

Figura 10 - Localização do Município de Urubici indicada no mapa de Santa Catarina



Fonte: viagenspelomundomam.blogspot.com (2022).

As formas de acesso são por rodovias, a que corta o município de norte a sul é a SC110 (antiga SC-430) e esse trecho liga por meio da Serra do Panelão a BR-282 indo sentido ao município de Bom Retiro, e ao sul segue em direção à São Joaquim. Já no sentido leste a oeste é a SC-370 (antiga SC-439). No trecho leste a Serra do Corvo Branco liga Urubici com o litoral sul catarinense; e pelo trecho oeste se estende até o município de Rio Rufino (HANASHIRO, 2015).

Economicamente se destaca a atividade agrícola do município que recebe título de maior produtor catarinense de hortaliças, sendo, também, o segundo maior produtor de trutas do país (SEBRAE, 2019). Além disso, há também a produção de erva-mate, mel e espaço para fruticultura e pecuária.

3.1 HISTÓRIA

A história de Urubici se atrela a de São Joaquim e Lages. Esses lugares faziam parte da rota do chamado “Caminhos das Tropas”, percorridos pelos tropeiros que saíam do Rio Grande do Sul com gado para São Paulo (SOUZA, 2005). Nessas viagens os tropeiros traziam consigo suas extensas famílias, escravos africanos, índios e mestiços.

Anterior a esses acontecimentos, existem evidências arqueológicas da ocupação indígena, com registros em sítios pertencentes ao período pré-colonial. Segundo Souza (2005), o processo de colonização acirrou a chamada “limpeza do terreno”, ou seja, expulsão e extermínio da população indígena local para dar lugar às colônias de imigrantes europeus. Cita ainda que os ataques por parte dos indígenas com o intuito de barrar o processo de expansão colonialista não foram fortes o suficiente. Índios, negros, brancos empobrecidos fazem parte desta população que vai perdendo gradativamente o espaço nas terras do Planalto Catarinense (SOUZA, 2005).

Com a Lei de Terras em 1850 que tinha por objetivo diferenciar as terras públicas e terras particulares através de um título de propriedade a partir da compra, fez com que muitos caboclos (miscigenação entre índios, negros e brancos) tivessem suas propriedades abarcada pelas fazendas. Dessa forma ou eram expulsos ou tinham que viver de favor nas terras que antes eram suas propriedades.

Souza (2005) também ressalta que um dos fatores que contribuiu para a entrada dessas pessoas nas terras da região é a história da existência de tesouros deixados pelos Jesuítas quando passaram por lá ao serem expulsos das missões. Por volta de 1878 foi a primeira investida na busca desses tesouros que permanecem sendo buscados até hoje por alguns convictos de sua existência.

Relatos históricos apontam o português Manoel Saturnino de Souza e Oliveira e seus filhos, Inácio e José Saturnino, como os pioneiros no processo de povoamento de Urubici, no fim do século XIX (SEBRAE, 2019). A primeira clareira que foi aberta é onde atualmente encontra-se o cemitério municipal. No início do século XX, a derrubada da mata de araucária começou a dar lugar às atividades agrícolas, visto que o solo da região era considerado bem propício ao plantio. Com essa nova possibilidade a ser explorada, além dos gaúchos e paulistas, iniciaram também o processo de povoamento dos migrantes descendentes principalmente de italianos e

alemães, que vieram no processo de colonização (SOUZA, 2005). Urubici era, portanto, um destino secundário para imigrantes que já se encontravam em solo brasileiro.

Conforme historiadores, os colonos alemães, italianos, letos e africanos se instalaram principalmente nas regiões do Rio Canoas, na região da praça, Águas Brancas e Rio dos Bugres (SEBRAE, 2019). Segundo relato do historiador e funcionário da Secretaria de Turismo do Município de Urubici, Sr. Luiz Gonzaga, entrevistado por Greyce Umeki Hanashiro em 2015, sobre o povoamento do município:

Os alemães se instalaram principalmente na região do Rio Canoas acima e eram provenientes principalmente de Grão Pará e Braço do Norte, já os italianos se instalaram principalmente no Rio Canoas abaixo, e alguns deles vindos de Orleans, Urussanga e Cocal do Sul se fixaram em direção a oeste (Rio Rufino). Os portugueses se concentraram principalmente na região da Praça e em direção ao interior (São Joaquim), e os letos na região da Esquina em direção ao distrito Águas Brancas. Os afrodescendentes, em número menor, se instalaram principalmente nas localidades de Águas Brancas, e na desembocadura do Rio dos Bugres. (HANASHIRO, 2015, p.65)

Na figura 11 podem ser conferidas algumas das regiões mencionadas. Entre elas, o bairro Centro/Praça que se encontra mais abaixo e ao canto esquerdo e o bairro Esquina mais acima no mapa e ao lado esquerdo.

Figura 11 - Mapa de Urubici



Fonte: Secretaria do Turismo de Santa Catarina (2022).

Em 1915 acontece a instalação da Vila Urubici, que naquele período pertencia ao município de São Joaquim. Em 1922, a vila foi elevada à categoria de distrito e, somente em 1956, Urubici foi elevado à categoria de município, desmembrando-se de São Joaquim, pela Lei Estadual nº 274 de 06 de dezembro de 1956 (SEBRAE, 2019). Porém a instalação solene do município de Urubici ocorreu em 03 de fevereiro de 1957, data em que se comemora oficialmente o aniversário de sua emancipação (HANASHIRO, 2015).

3.2 INDICADORES SOCIOECONÔMICOS

Quanto aos indicadores socioeconômicos de Urubici, estudados através dos dados obtidos pelo IBGE (2019) apontam que o Produto Interno Bruto per Capta do município alcançou R\$ 26.400,9 colocando Urubici na 222ª posição entre todos os 295 municípios de Santa Catarina. O Produto Interno Bruto (PIB) do município foi de R\$296.614,82, representado por R\$ 97.176,12 pela agropecuária, R\$ 15.013,52 pela Indústria, 112.568,72 por Serviços, R\$ 56.299,52 de administração, defesa, educação e saúde públicas e seguridade social e, R\$15.556,94 de impostos, líquidos de subsídios, sobre produtos, a preços correntes.

Dados oficiais do Governo Federal dentro do painel de Mapa de Empresas, indicam que a cidade possui no ano de 2022, 1.519 empresas ativas. No ano vigente, 255 empresas foram abertas no município. Analisando as empresas por atividade econômica, pode-se perceber que existe um número significativo de empresas envolvendo hospedagem e alimentação, nichos vinculados ao turismo. Além disso, pode-se perceber a existência de uma locadora de automóveis, dois serviços de taxi e 8 agências de viagem.

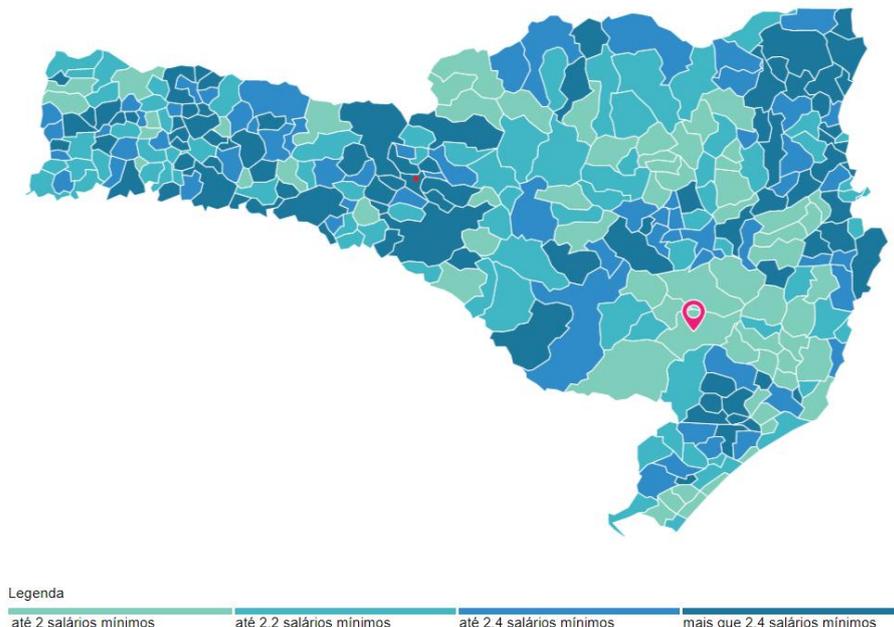
Figura 12 – Empresas ativas por atividade econômica



Fonte: Mapa de Empresas do Governo Federal (2022).

Sobre trabalho e rendimento, segundo o levantamento feito pelo IBGE em 2020, o salário médio mensal dos trabalhadores formais do município era de 1,9 salários-mínimos, ocupando posição 231º no estado. Na figura 13 é possível identificar a média mensal dos salários dos trabalhadores formais em Santa Catarina:

Figura 13 - Salário médio mensal dos trabalhadores formais em Santa Catarina



Fonte: IBGE (2022).

A respeito do índice de desenvolvimento humano (IDH), o IBGE apontou em 2010 que o município alcançou 0,694 ocupando a 247ª posição entre os 295 municípios catarinenses. Encontra-se levemente abaixo ao índice nacional, cujo IDH registrado em 2010 foi de 0,699 (SEBRAE, 2021).

Urubici possuiu alguns ciclos econômicos no decorrer dos anos. De 1950 a 1970, compreendeu o ciclo madeireiro na cidade. O intuito era extração das araucárias que posteriormente eram enviadas para estados São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Brasília, além da exportação. A atividade propulsora do município atingiu seu auge em 1960 e 1970, apoiado pelo desenvolvimentismo do pós-guerra (SALOMÉ, n.d., p.6). Por volta de 1970 a atividade apresentou declínio devido à escassez que já se mostrava presente e pela substituição por outros tipos de madeira. Segundo Hanashiro (2015), após o enfraquecimento da atividade, muitas pessoas acabaram mudando de cidade, visto que o principal ramo da época era o madeireiro. Inclusive, aponta que o cinema da cidade e outros negócios também foram fechados devido essa mudança econômica.

Foi com a horticultura que o município recuperou seu desenvolvimento econômico. A produção era de tomate, beterraba, repolho, entre outras. Chegou a existir no município uma unidade do CEASA em 1978, no entanto teve encerramento em 1981, devido à falta de gestão e organização do Setor (HANASHIRO, 2015). O município é conhecido até hoje como “capital das hortaliças”, apesar da economia rural atualmente ser diversificada e abranger a pecuária, horticultura e fruticultura.

A atividade agrícola se manteve no município e até hoje corresponde a uma das principais bases da economia de Urubici, segundo dados do IBGE a agropecuária representa cerca de 31% do Produto Interno Bruto do município, juntamente com o setor de serviços responsável por 58%. E, a partir dos anos 90, o município passa a despertar para uma nova atividade econômica: o Turismo. (HANASHIRO, 2015, p.68)

3.3 O TURISMO EM URUBICI

Levou tempo para que a organização do turismo fosse desenvolvida pelos órgãos públicos em Urubici, foi em 1970 que o departamento do turismo foi criado. No entanto, o despertar do turismo no município de Urubici se deu de fato no início da década de 90 (HANASHIRO, 2015). Além da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, existe também organizações que estão ligadas a esse setor, entre elas: Pouserra – Associação de Pousadas e Hotéis de Urubici, Conselho Municipal de

Turismo, Associação de Agroturismo “Acolhida na Colônia” e o Instituto Chico Mendes de Biodiversidade (ICMBio) responsável pelo Parque Nacional de São Joaquim. Todas têm como objetivo participar desse processo de desenvolvimento do turismo na cidade assumido em alguns momentos o papel de protagonistas na organização do setor (HANASHIRO, 2015).

Urubici figura no mapa do turismo brasileiro, método de classificação adotado pelo Ministério do Turismo, na categoria “B”. Vale lembrar que os destinos classificados como B podem cobrar até R\$ 500 mil do Ministério do Turismo para fins de desenvolvimento de projetos relacionados ao turismo. Para a categorização adotada pelo Ministério do Turismo, são avaliados dados referentes ao número de empresas e de ocupações formais no setor de hospedagem e estimativa de fluxo turístico visto anteriormente (MTUR, 2019).

Com uma área de 1019,1 km² município é um dos destinos mais procurados quando se trata da região serrana do estado de Santa Catarina. A cidade é famosa por seu clima frio e pelo fenômeno da neve, também possui atrativos relacionados ao turismo de natureza, com destaque para o turismo de aventura. São mais de 19 pontos para visita onde pode ser contemplada a natureza. Há diversos pontos ligados a histórias contadas pela população da região que também podem ser explorados como atrativos turísticos, como por exemplo, a lenda de que Urubici guarda tesouros deixados pelos jesuítas quando fugiram por volta do Século XVIII (HANASHIRO, 2015). Não se pode afirmar a presença ou não de tesouro, mas pode-se dizer que sua natureza é uma grande riqueza para a região. Nesse sentido, vale relembrar o que Luiz Ablas (1991) comenta a respeito das atividades turísticas.

As possibilidades de aparecimento de atrações turísticas são em praticamente inesgotáveis, dependendo, em grande parte, da criatividade dos planejadores e das comunidades locais: a natureza está presente em todas as partes, eventos históricos deixam os seus traços nos locais onde ocorreram; a cultura do local, por si só, já significa um atrativo para visitantes de outras regiões; a arte popular desenvolve-se espontaneamente em muitos locais. (ABLAS, 1991 p.49)

Os principais pontos turísticos apontados pela Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, junto com suas distâncias em relação a cidade podem ser conferidos na tabela 2, cujo as informações foram retiradas do material elaborado pela própria secretaria. Na próxima seção será possível conhecer um pouco mais sobre alguns dos pontos mais procurados pelos turistas e visitantes.

Tabela 2 – Pontos turísticos da Serra Catarinense

Pontos turísticos	Distância da cidade	Valor entrada (R\$)
Morro da Igreja/Pedra furada	30km	gratuita
Cascata Véu de Noiva	20km	R\$ 15,00
O Serra do Corvo Branco	27km	gratuita
Cânion do Espraiado	42km	R\$20,00
Gruta Nossa Sra. de Lourdes	10km	Contribuição espontânea
Caverna Rio dos Bugres	15km	R\$15,00
Inscrições Rupestres	5km	R\$15,00
Parque Novo Mundo	8km	R\$30,00
Mirante do Avencal	5,5km	R\$15,00
Igreja Matriz	2,5km	gratuita
Cachoeira da Neve	4km	R\$20,00
Cachoeira da Bailarina	8km	Contribuição espontânea
Rio Sete Quedas	7km	R\$ 15,00
Morro do Campestre	8km	R\$ 10,00
Altos do Corvo Branco	30km	R\$ 30,00
Morro do Parapente	5km	R\$20,00
Cachoeira Papua	10km	R\$20,00
Pedra do Segredo	5km	R\$ 10,00

Fonte: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de Urubici (2022)

Figura 14 - Roteiro Turístico



Fonte: Serra Bela Hospedaria Rural (2022).

O município apresenta o que pode-se chamar de Turismo Contemplativo, em que o viajante vai para ambientes naturais em busca de bem-estar. Muitos desses ficam em propriedades privadas, e por esse motivo são cobrados valores para acessá-los. Na próxima seção será abordado com maiores detalhes alguns desses pontos turísticos.

3.4 PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS

3.4.1 Morro da Igreja - Pedra furada

O morro da igreja está localizado nos limites do Parque Nacional de São Joaquim, a 30km da cidade e a 1.822 de altitude. No ponto mais alto habitado do sul do Brasil, localizado no município, foi registrada a temperatura mais baixa do país: $-17,8\text{ }^{\circ}\text{C}$, em 29 de junho de 1996 (PREFEITURA DE URUBICI, 2022). O acesso é controlado pela DTCEA - MDI (Aeronáutica) e ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade). É necessário agendamento prévio, confirmação do agendamento e retirada dos ingressos na sede do ICMBio em Urubici.

Do mirante se contempla a admirável formação conhecida como Pedra Furada acompanhada de um cenário natural admirável. Para quem gosta de aventura e já vai preparado, existe a possibilidade de fazer uma trilha que chega até a pedra

furada. Mas para que seja possível, é obrigatório o acompanhamento de um guia. Os contatos de guias de turismo encontram-se na Setur - Secretaria do Turismo e no Site da Prefeitura de Urubici.

Figura 15 – Pedra Furada



Fonte: Prefeitura Urubici (2022)

Figura 16 – Mirante do Morro da Igreja



Fonte: Página do Instagram “@dudugopro” (2022)

As recomendações do ICMBio presentes no site para os visitantes são:

Não existem sanitários no local nem restaurantes ou bares para compra de água ou alimentos; é importante levar um agasalho pois a região tem muito vento e alterações de clima abruptas; a trilha até a pedra furada tem duração aproximada de 5 horas e distância de 6,2 km (ida e volta). Seu nível de dificuldade é considerado pesado pois há trechos com declividade acentuada e terreno irregular.

3.4.2 Cascata Véu de Noiva

Localizada a 20km da cidade, na estrada de acesso ao Morro da Igreja. Suas águas escorrem rente a um imponente paredão de rocha basáltica de 65 metros de altura, lembrando realmente um véu de noiva.

Os moradores contam uma história por trás desse cenário natural. Existe a lenda de uma Jovem Índia chamada Agray que iria se casar na primeira lua cheia do próximo verão com um jovem Índio chamado Bici, pertencente a aldeia vizinha. No dia do seu casamento, quando estava tudo pronto, seu noivo Bici não apareceu. Então o pai da Jovem Agray mandou procurá-lo e descobriram que Cauã, Índio da tribo de Agray havia feito uma emboscada para o Bici porque não aceitava esse casamento. Agray saiu correndo para longe da tribo, deitou-se em um monte e chorou desesperadamente.

Então a lua, com pena da jovem Agray, transformou-a em um enorme bloco negro de basalto, brilhante e lindo como seus cabelos e suas lágrimas em um lindo riozinho a correr por cima da pedra como um belo véu de noiva. Este maravilhoso monumento natural ficou para lembrar aos homens o amor de Bici e Agray. Na figura 17 é possível observar a imagem dessa queda d'água.

Figura 17 – Cascata Véu da Noiva



Fonte: Edson Muller (2022).

3.4.3 Gruta Nossa Senhora de Lourdes

Localizada no distrito de Santa Tereza a 10 km do centro da cidade. Possui um imenso paredão de rocha (folhelho), e uma queda d'água com mais de dez metros de altura completa o encanto do cenário. No alto do paredão, pode-se chegar até a imagem principal de Nossa Senhora de Lourdes e contemplar a beleza do local. É um ponto de peregrinação religiosa e considerado um turismo religioso.

A gruta existe desde 1944 com a imagem de Nossa Senhora de Lourdes. Objetos e fotos deixados no local pelos fiéis são testemunhos das graças alcançadas. Os moradores contam a seguinte história que já se aproxima dos 100 anos sobre o descobrimento da Gruta que foi dedicada à Nossa Senhora de Lourdes:

Na região de Santa Tereza (bairro pertencente a Urubici) morava uma família constituída por dona Ana, seu marido e seu filho que era acamado há muitos anos. Um dia, quando seu marido estava viajando, dona Ana saiu para procurar uma vaca que estava para criar. Andou em seus terrenos e quando chegou próximo da região onde hoje se encontra a gruta, rezou para que nossa senhora de Lourdes protegesse ela ao adentrar a mata fechada com muitos bugios bravos (uma espécie de macaco comum do local). Quando rezou ouviu um barulho de queda d'água e lembrou-se que seu marido já havia lhe dito em um outro dia que ouvira esse barulho também. Dona Ana continuou até o final do terreno e se deparou com uma queda d'água e ali apareceu a imagem de Nossa Senhora de Lourdes para ela, então teve a visão de onde estava a vaca e seu bezerro que já havia nascido.

Ao voltar e se aproximar de casa, dona Ana se deparou com os animais em segurança, mas o grande milagre ainda estava por descobrir. Quando entrou em casa encontrou o seu filho em pé, ele havia superado a dificuldade que o impossibilitava de caminhar.

Quando seu marido retornou e soube do ocorrido, sentiu a necessidade de ir até Urubici para contar ao Padre. Foi então que acessaram a diocese de Lages e veio uma comitiva até o local. Quando chegaram exatamente aonde dona Ana havia visto a imagem de Nossa Senhora de Lourdes, ela disse que doaria toda essa região para a Santa que atendeu seus pedidos, para que assim, outras pessoas alcançassem suas graças.



Fonte: Prefeitura Urubici (2022).

3.4.4 Serra do Corvo Branco

Distante 20km da cidade, fica localizada nos limites entre Urubici e a cidade de Grão Pará. Foi a ligação pioneira entre o litoral e a Serra Catarinense Considerando uma das estradas cênicas do Brasil (SC-370), com seu “corte” na rocha de arenito com 90 metros de altura, apresenta cerca de cinco quilômetros de curvas acentuadas, pistas estreitas e irregulares. A inauguração aconteceu em abril de 1980, mas as primeiras ações iniciaram em 1950. Segundo a Folha do Vale (2022) o nome Corvo Branco se deve ao avistamento constante de urubus-rei que possuíam sua plumagem predominantemente branca. Além disso, há quem considere que há na formação rochosa um desenho semelhante a cabeça de um corvo.

Apesar de ter se tornado um ponto turístico, tem grande relevância o trajeto que liga a serra ao litoral. Portanto, no ano de 2021 foi aprovado pela secretaria da infraestrutura e mobilidade, a criação de um túnel sob a Serra do Corvo Branco, destinado a veículos pesados. Visto que o turismo se tornou vocação dessa serra.

Figura 19 – Serra do Corvo Branco



Fonte: Prefeitura de Urubici (2022).

Figura 20 - Serra do Corvo Branco



Fonte: Prefeitura de Urubici (2022).

Além desse projeto, existem outras criações como uma passarela de vidro com 100 metros de comprimento que ligará o cume de duas montanhas. O projeto foi anunciado pela diretoria do Conselho de Turismo da Serra Catarinense (Conserra) e está sendo desenvolvido por um empresário em uma propriedade particular. Além da passarela terão atrações como lojas, cafés, restaurante e um cinema de realidade virtual.

3.4.5 Inscrições rupestres

Localizado a 5km da cidade às margens da SC 110. Trata-se de registros feitos pelos primeiros habitantes da região, em 4 painéis esculpidos na rocha de arenito. Anexo existe uma mini fazenda e algumas cavernas para complementar a visita.

O sítio fica no Morro do Avencal, com acesso no quinto quilômetro da estrada que vai para São Joaquim. São inscrições deixadas por povos que habitaram a região há pelo menos 4.000 anos, um dos mais importantes registros arqueológicos em território catarinense. Presume-se que esses povos considerassem sagrado o local das inscrições. Destaca-se a imagem perfeita de um rosto, a "Máscara do Guardiã", que deve ser procurada atentamente pelo visitante.

Figura 21 – Inscrições rupestres



Fonte: Prefeitura de Urubici (2022).

3.5 ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA BÁSICA E DOS SERVIÇOS GERAIS ENCONTRADOS NA ÁREA TURÍSTICA

3.5.1 Meios de hospedagem

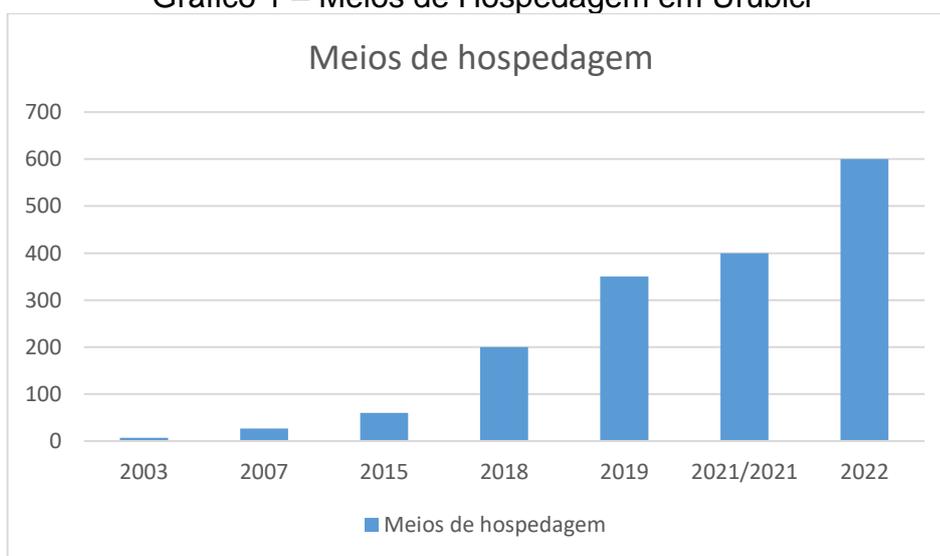
No plano de turismo desenvolvido por uma pesquisa pelo Sebrae, constava que em 2019, Urubici possuía uma ampla e variada oferta turística composta por 73 meios de hospedagem, os quais 84% correspondem a pousadas, 4% hotéis, 4% hostel, 1% hotel fazenda e 7% outros. Porém, apesar de ser uma exigência legal e

não gerar custos aos meios de hospedagem, somente 18% desses possuem cadastro no Cadastur (SEBRAE, 2019). Conforme mencionado anteriormente, o Cadastur é um sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo executado pelo Ministério do Turismo em parceria com os órgãos oficiais de turismo, coordenado no estado pela Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - Santur.

Esses meios de hospedagem, totalizavam 603 unidades habitacionais sendo 1.772 leitos. A pesquisa citada realizada pelo Sebrae também constatou que a respeito da acessibilidade, pelo menos 16% dos meios de hospedagem são adaptados para receber pessoas com deficiência. Já os valores das diárias apresentaram valor médio de R\$ 287,81 em apartamento duplo, durante a alta temporada. Durante a baixa temporada, o valor apresentado para diária média de duas pessoas foi de R\$ 218,05.

Em conversa com a Secretária do Turismo Marinês que atua desde 2021 no município, ela relatou que antes da pandemia, havia cerca de 300 meios de hospedagem, hoje fala-se de 400, mas estima-se que chegue a 600. Existe uma dificuldade em controlar exatamente quais são os meios de hospedagens, visto que muitos não são registrados com CNPJ e/ou não se encontram no Cadastur. Portanto, Marinês relata que atualmente cerca de 300 meios de hospedagens estão registrados legalmente. No gráfico 1 é possível ver a evolução do número de hospedagens desde 2003, segundo a Secretaria de Turismo do município:

Gráfico 1 – Meios de Hospedagem em Urubici



Fonte: Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo de Urubici (2022).

O número dos empreendimentos regularizados é possível verificar através do setor tributário e os não regularizados são pesquisados em plataformas de hospedagem como Airbnb, Booking e Trivago cruzando os dados para verificar quais desses estão regularizados e quais não estão. Dessa maneira, segundo Marinês, é possível estimar a quantidade de meios de hospedagens do município.

Segundo dados da Santur, através do Almanach publicado em 2022, no município existem 46 meios de hospedagens, 383 unidades habitacionais e 1.128 leitos. Esses são dados com base nas hospedagens que estão cadastradas no Cadastur. Entretanto, Marinês estima que existem mais de 5 mil leitos. Foi constatado pela Santur que a diária média para hospedagem é de R\$ 355 e o tipo de acomodação com preço mais elevado são os Chalés, seguido por casa de 3 quartos.

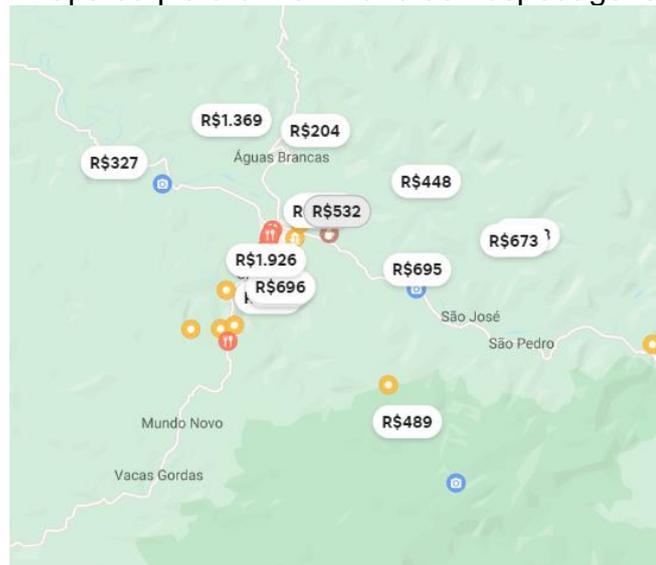
No contexto geral, a Secretária Marinês ressalta que se encontra valores de hospedagem de R\$100 a R\$5 mil reais a depender da época do ano e da quantidade de pessoas. Dados do Airbnb, plataforma de serviço online comunitário para as pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações e meios de hospedagem, acessado em novembro de 2022 mostravam média de preço de R\$485 reais a diária para duas pessoas, como é possível conferir na figura 22.

Figura 22 - Faixa de preço meios de hospedagem na Plataforma Airbnb



Fonte: elaborado pela autora (2022) a partir dos dados da plataforma Aibnb.

Figura 23 - Mapa da plataforma Airbnb de hospedagens em Urubici



Fonte: elaborado pela autora (2022) a partir dos dados da plataforma Aibnb.

Com a problemática da maior parte dos meios de hospedagem não estarem devidamente registradas, sabe-se que deixam de pagar uma Taxa de Turismo recolhida pelo município de Urubici que é destinada a melhorias do setor. Já existe, por parte da prefeitura, uma movimentação para que sejam localizados e devidamente registrados todos os meios de hospedagem.

3.5.2 Restaurantes e bebidas

Dados da JUCESC atualizados em 2022 mostram que desde 2017 foram abertas 230 empresas ligadas a alimentação. Dessas, a maioria se encontra na categoria de Microempreendedor Individual (MEI) ou Microempresa (ME).

O Sebrae em 2019 identificou como potenciais prestadoras de serviços ligados a alimentação: 15 restaurantes, 2 churrascarias, 1 pizzaria, 2 lanchonetes, 5 padarias/confeitaria, 3 cafeterias, 1 pub/bar e 4 correspondendo a outros tipos (SEBRAE, 2021).

Essa pesquisa realizada pelo Sebrae buscou identificar também qual o gasto médio por turistas ou visitantes com alimentação. Os restaurantes que apontaram gasto médio de R\$25 reais representam 26% dos restaurantes. 42% dos restaurantes apontam um gasto médio entre R\$ 26,00 a R\$ 50,00 e 29% apontam um gasto médio entre R\$51 e R\$100. Por fim, apenas 3% registram um gasto médio superior a R\$ 100,00 (SEBRAE, 2021). Além disso, importante ressaltar que em 2019 foram

identificadas apenas 26% das empresas de Alimentos e Bebidas registradas no Cadastur.

3.5.3 Agências de turismo

Cabe destacar a importância da atuação de agências de turismo receptivo no processo de formatação e oferta de produtos e serviços turísticos que contribuam para o incremento do fluxo de turistas no município.

Em 2019 junto ao Cadastur, foi identificado a atuação de 4 agências de turismo em Urubici, atuando com o turismo receptivo. São elas: Agência Trilheiros da História, RL Viagens e Turismo, Serra Sul Ecoturismo e a Graxaim Ecoturismo e Aventura (SEBRAE, 2021). No geral é possível realizar atividades como trekking, cavalgadas, enoturismo, geoturismo, passeios de balão, transporte em veículos 4x4, passeios ciclísticos e outros.

3.5.4 Mão de obra

Os resultados obtidos com a pesquisa feita pelo SEBRAE, evidenciam a necessidade de melhoria dos fatores relacionados à capacitação dos profissionais que atuam em setores ligados ao turismo na Serra Catarinense em geral, visto que a maioria absoluta das empresas nunca ofereceu curso de capacitação aos seus colaboradores e um número considerável não entende que a capacitação seja necessária. Esse fato também pôde ser percebido no relato da Secretária Marinês Walkowski que disse ter tido pouca participação dos empresários nos cursos oferecidos pela Secretária da Indústria, Comércio e Turismo da cidade nos últimos dois anos. O SEBRAE ressalta-se a importância de capacitação para desenvolvimento do setor:

Cabe mencionar também a importância do desenvolvimento de estratégias e ações voltadas à capacitação dos profissionais, por meio de parcerias entre a iniciativa privada, poder público, entidades educacionais e outras entidades, dentre elas os Organismos Públicos de Turismo, SEBRAE/SC, SENAC/SC, universidades e Associações Comerciais e Empresariais (ACI's). (SEBRAE, 2021, p.40)

Outra questão apontada pela Secretária Marinês foi em relação a dificuldade de encontrar na cidade moradia para aluguel semestral ou anual. Esse se torna um empecilho para o estímulo da vinda de mão de obra de outras cidades. Ela

complementa ainda que atualmente já é possível observar pessoas vendendo construções que antes eram alugadas por diárias porque falta mão de obra no município.

Sobre os setores que mais empregam em Urubici, se destacam as seguintes atividades: administração pública em geral (376), cultivo de maçã (127) e hotéis (78) (CARAVELA, 2022).

3.5.5 Aspectos socioambientais na área turística

No âmbito estadual, a gestão ambiental está a cargo Instituto do Meio Ambiente (IMA), sediado em Florianópolis/SC. O município de Urubici é atendido pela Gerência de Desenvolvimento Ambiental (GDA) de Lages/SC, juntamente com outros 17 municípios da região (SEBRAE, 2021). A Gestão Ambiental do município de Urubici está ligada à Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente.

O Poder Público Municipal desenvolve ações e projetos voltados à melhoria na gestão e conservação dos recursos naturais existentes em Urubici, refletindo diretamente na atividade turística, entre eles: Política Municipal de Saneamento Básico criada em 2007, com função de melhorar a qualidade da sanidade pública e buscar o desenvolvimento sustentável e, ainda, a Política Municipal de Resíduos Sólidos com objetivo de estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços (SEBRAE 2021).

Das empresas pesquisadas em toda a Serra Catarinense pelo SEBRAE em 2019, 92% realizam algum tipo de ação ambiental em suas operações:

Destacam-se a coleta e descarte seletivo de resíduos (31,57%), uso de lâmpadas de baixo consumo (30,7%), aquecimento à gás (7,89%), incentivo à reutilização de toalhas (7,01%), reutilização da água (5,26%), uso de energia solar e aquisição de insumos locais (4,38%) e captação da água da chuva (2,36%). (SEBRAE, 2021 p.70)

Como resultado dessa pesquisa, foi possível identificar que a maior parte das empresas possui algum engajamento relacionado à sustentabilidade ambiental. Porém, não possuem um plano de gestão ambiental.

3.5.6 Tecnologia adotadas no Setor de Turismo em Urubici

Em conversa com a Secretária do Turismo, Marinês Walkowski, ela citou que uma das maiores deficiências que o município encontra hoje tanto para orientar novos empresários que querem investir na região, quanto para gestão do setor para o próprio município, se referem a captação de dados.

Não tem hoje nenhuma pesquisa oficial do estado sendo feita no município. Atualmente, os dados são coletados através de pesquisas indiretas e uma pesquisa rápida e básica realizada com os turistas que se direcionam até a secretaria de indústria, comércio e turismo. Essa pesquisa básica busca saber de onde o turista vem e quantos dias irá ficar na cidade. As ferramentas que existem hoje não contemplam o gasto médio anual dos turistas e nem a renda deles, fator relevante aos gestores públicos e aos empresários que pretendem abrir um negócio na cidade e buscam por essas informações.

Nos últimos anos a cidade tem contado com algumas tecnologias para que possam ter uma coleta de dados maior. Marinês Walkowski relatou que possuem parceria com a empresa “Digi” que, através de um dispositivo na sinaleira do bairro Esquina, coleta o número de placas e modelo dos carros dos visitantes. Ela considera que é também uma pesquisa que auxilia, mas que não é um dado 100%, porque acaba ocorrendo algumas interferências que dificulta a leitura das placas.

Existe ainda, outra tecnologia chamada Smart Tour, que começou a ser utilizada em 2021. É uma startup fundada em Florianópolis em 2017 e apresentou uma solução inovadora, se trata de uma plataforma de implementação de Rotas Turísticas Inteligentes que usa a tecnologia de Internet das Coisas (IoT). A Internet das Coisas descreve o que se observa hoje com o crescente número de dispositivos conectados habilitados à internet. Isto é, um estado onde “coisas”, de pequenos objetos a ambientes e cidades, vê-se capacitados a se comunicar uns com os outros (CARRION, 2019).

O intuito da plataforma Smart Tour é coletar informações precisas sobre os turistas e gerar relatórios a partir desses dados, auxiliando tanto os turistas quanto os gestores. Com dispositivos de localização instalados em pontos turísticos, a ferramenta notifica através do celular do visitante programações de passeios e informações úteis sobre o local que está visitando. Para os gestores públicos, a plataforma gera dados como por exemplo: destinos mais procurados, tempo que o visitante permanece no local e os locais mais rentáveis (SEBRAE, 2022). A placa se

encontra logo na entrada dos pontos turísticos, como é possível perceber na foto tirada na gruta de Nossa Senhora de Lourdes:

Figura 24 – Placa da Smart Tour



Fonte: fotografia capturada pela autora (2022).

Durante a pandemia do Covid-19, através do Smart Tour foi incentivado o Smart Tracking no município para controle dos casos. A plataforma foi desenvolvida com fim de rastreamento de contatos que formam um banco de dados Mundial, respeitando as leis de proteção de dados na internet, e somente as autoridades de saúde têm acesso. Funciona da seguinte forma: o estabelecimento comercial realiza o cadastro na plataforma e imprime o QR, deixando a vista dos clientes. Quem visita lê o QR Code e realiza um único cadastro fazendo check in nos estabelecimentos por onde passar, sem precisar baixar o aplicativo. Se alguém for diagnosticado com Covid-19, as autoridades de saúde rastreiam em os locais que essa pessoa esteve nos últimos 15 dias, então os estabelecimentos os usuários recebem um aviso caso tenham estado no mesmo local no mesmo período.

Vinculada a essa informação da deficiência de dados existente no município, Marinês Walkowski ressaltou alguns empresários com projetos maiores de investimento no setor de turismo em Urubici, recorrem a pesquisas privadas.

É possível perceber a importância para a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo adaptar-se ao turismo 4.0 introduzindo as tecnologias que facilitem não só a

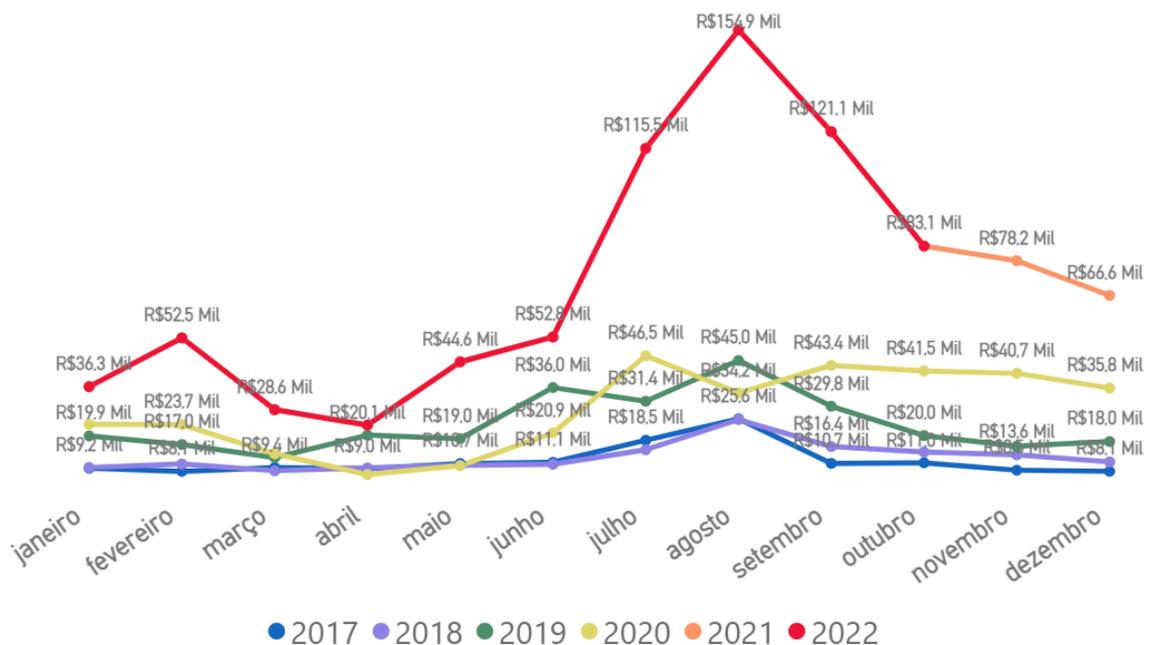
gestão com a geração de uma fonte de dados dos turistas e visitantes, mas também a melhoria da experiência dos visitantes ao local.

3.6 DADOS DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE URUBICI

Foi possível encontrar alguns dados para analisar de forma mais específica o setor do turismo em Urubici. Para isso foi utilizado a fonte de dados do Almanach 3, criado pela Santur. O primeiro dado a ser analisado é o ICMS, Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços. Se trata de um tributo estadual que incide sobre produtos de diferentes tipos e tem regulamentação realizada por cada Estado.

O ICMS Turístico total arrecadado desde 2017 em Urubici totalizou R\$ 2.491.670. Desse valor arrecadado, a categoria ACT (Atividades Características do Turismo) com maior participação foi alimentação, seguido por hospedagem e transporte. A figura 25 mostra a arrecadação mensal os anos de 2017 a 2022:

Figura 25 - Arrecadação mensal de ICMS em Urubici de 2017 a 2022

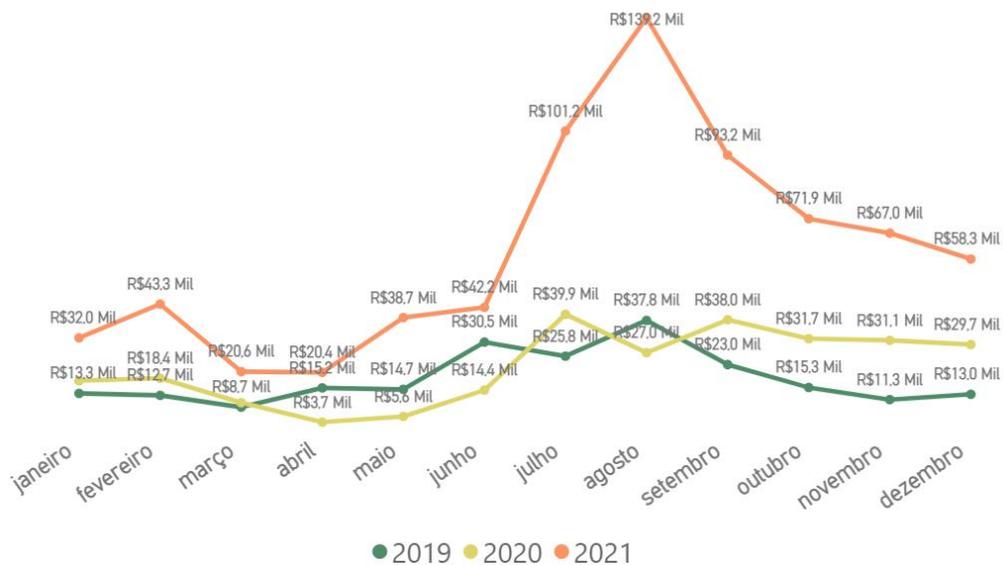


Fonte: Almanach 3 (2022).

É notável a elevação da arrecadação mensal de 2021 comparado a outros anos, o que representa que teve um fluxo maior de turistas utilizando de bens e

serviços do município. Nos meses em que o clima de inverno se faz presente há também uma notável diferença do aumento do valor arrecadado comparado a outros meses do ano. Entretanto, há um valor arrecadado considerável em todos os meses. Nos anos 2019, 2020 e 2021 foi possível perceber, de certa forma, o comportamento do setor através dos valores arrecadados no período pré-pandemia e período de pandemia:

Figura 26 - Arrecadação mensal de ICMS em Urubici de 2019 a 2021



Fonte: Almanach 3 (2022).

A arrecadação mensal de ICMS turístico nos anos de 2019 e 2020 não possuía durante o inverno uma diferença significativa de valor arrecadado em outros meses do ano comparado a forma que se apresentou essa diferença positiva no ano de 2021. Olhando o gráfico é possível observar que, em 2020 nos meses de março a junho houve uma queda no valor arrecadado de ICMS e totalizou menos que no ano anterior, 2019. Esse fator pode ser relacionado ao início da pandemia no Brasil. No segundo semestre de 2020 os valores arrecadados passam a ser maiores que no ano anterior e então em 2021 acontece um relevante aumento do que foi arrecadado com ICMS.

A Categoria por ACT (Atividades Características de Turismo) com maior participação foi Alimentação, totalizando R\$ 1.216.595,00. Considerando a pesquisa realizada pela Fecomercio em 2021, que consta o aumento do número de viajantes que passam apenas o dia na serra catarinense, podemos considerar que esses,

utilizam de bens e serviços do local, mas não dos meios de hospedagem. O que pode ser um dos fatores a explicar maior arrecadação desse ramo de serviços, além de que, a população local também utiliza desses serviços. Em relação ao Valor Adicionado do turismo no município, ele representa 2,44% da porcentagem do Valor Adicionado Geral em uma média anual.

Segundo dados do Almanach da Santur, desde 2017 o município teve o total de 618 empresas da área de turismo abertas. Somente no ano de 2021, ano em que houve maior arrecadação de ICMS, 165 empresas foram abertas e a maioria é do tipo MEI (Microempreendedor Individual) ou ME (Microempresa). As atividades características de turismo consideradas foram: hospedagem, alimentação, agências e organizadoras, atividades culturais, desportivas e recreativas e transporte.

Foi possível perceber um aumento de abertura de empresas turísticas a partir de 2019, tendo auge em 2021 e voltando a valores mais frequentes no ano de 2022. Mesmo com pandemia em 2020, tiveram 106 aberturas de empresas turísticas. Dessas, 66 do tipo MEI (microempreendedor individual) e 37 do tipo ME (microempresa). No setor de hospedagem foram 49 novas empresas e em alimentação constataram 41 novas empresas, demonstrando um aumento da quantidade desses serviços que atendem quase que exclusivamente os turistas, aumentando assim as opções de escolhas por parte deles.

Analisando os vínculos empregatícios das empresas ligadas ao turismo, a média anual desde 2016 ficou em 262 vínculos sendo o Almanach 3. A média anual de salário foi de R\$1,4 mil, vínculo com duração de 23 meses e notou-se predominância é do sexo feminino no setor, com participação de 63,84%. Dentre as categorias de empresas analisadas, a que mais emprega é o setor de hospedagem, seguido por alimentação.

Dentre todas as empresas registradas na JUCESC (Junta Comercial do Estado de Santa Catarina) que possuem características de turismo, à proporção que está regular no Cadastur é apenas de 13,13%. A JUCESC aponta a 389 empresas ligadas a alimentação, porém, somente 31 estão no Cadastur. Quanto ao número de hospedagens que conta na JUCESC são 309, desses, 53 estão cadastrados no Cadastur. Em outras atividades como agências e organizadoras de viagens, transporte e atividades culturais/desportivas/recreativas também se observa esse comportamento. Percebe-se o desafio em regular todos os estabelecimentos ao Cadastur para que as atividades relacionadas ao turismo dentro do município de

Urubici apresentem de fato a realidade ao Ministério do Turismo. É importante ressaltar que fazer parte do Cadastur é gratuito e traz diversos benefícios para o desenvolvimento do setor.

3.6.1 Taxa de Serviços Especiais de Turismo

Em 2014 foi aprovada no município de Urubici a lei que institui e regulamenta ao sistema tributário da cidade a “Taxa de Serviços Especiais de Turismo”. O contribuinte dessa taxa são os usuários do serviço ou produtos especiais de turismo. Entende-se por serviços especiais de turismo:

I - Divulgação institucional da cidade de Urubici, realizada através de: Folheteria; Out-doors; Mídia impressa, televisiva, falada etc.; Participação em feiras, festas e eventos que promovam o turismo e outros meios que se fizerem necessários.

II - Informações gerais sobre: Pontos turísticos; Estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços; Rede hoteleira e gastronômica.

III - Manutenção, administração e coordenação do: Centro de atendimento ao turista no Município; Parques, centros de feiras, logradouros e similares.

Observando a tabela 3 é possível conferir a Incidência da Taxa por tipo de estabelecimento. A periodicidade é mensal e efetuada pelo próprio estabelecimento, conforme informa a Prefeitura do Município.

Tabela 3 – Tabela de incidência

ITEM	TIPO DE ESTABELECIMENTO	VALOR	PERIODICIDADE
I	HOTELARIA	R\$ 2,00 - por unidade habitacional ocupada/dia conforme relatório mensal a ser fornecido pelo estabelecimento.	O recolhimento da taxa mensal a ser efetuado pelo próprio estabelecimento através de guia de recolhimento própria até o décimo dia útil de cada mês no
	Hotéis, motéis, pensões, pousadas, estalagens, camping e similares.		
II	GASTRONOMIA	A ser definido por regulamentação específica do COMTUR em concordância com os	
	Churrascarias, restaurantes, bares, lancherias, cafés coloniais, casas de chá e similares		

		respectivos representantes de classe.	estabelecimento bancários autorizados.
III	ATRATIVOS TURISTICOS PARTICULARES	R\$ 2% do valor cobrado por pessoa/voucher conforme relatório mensal a ser fornecido pelo estabelecimento. - Serviços, Guias, Agências e Operadores de Turismo	
IV	SERVIÇOS	R\$ 1,00 - por guiamento/dia conforme relatório mensal a ser fornecido pelo estabelecimento.	
	GUIAS, AGÊNCIA E OPERADORES DE TURISMO		
V	ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS	10% do valor da Taxa de Licença, Localização e Funcionamento - TLLF.	
	Lojas, supermercados, postos de gasolina, farmácias, agropecuárias, indústrias e similares		
VI	TRANSPORTES	R\$ 1,00 por dia conforme relatório mensal a ser fornecido pelo estabelecimento.	
	VANS, ONIBUS, MICRO ONIBUS E SIMILARES DE LINHA TURISTICA		

Fonte: elaborado pela autora (2022) a partir dos dados da Prefeitura de Urubici.

A utilização dos valores arrecadados com a taxa deve ser discutida e aprovada em reunião do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo) segundo a lei nº 1949/2017, que evidencia a participação ativa do órgão nas decisões relativas ao turismo na cidade. Além disso, em pesquisa documental a respeito do Imposto Sobre Serviços - ISS das atividades turísticas, o município arrecadou em 2019 R\$ 350.927,07 e em 2020 R\$ 300.276,32 ambos com alíquota média ISS de 3,25%. Não foi possível acessar o documento que consta a arrecadação de ISS no ano de 2021. Acredita-se que foi maior que no ano de 2020, devido a pandemia e, também, porque houve novos atrativos e um aumento do fluxo de turistas na região

Cabe ressaltar que o Urubici possui um Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR) que é administrado por um conselho deliberativo, responsável pela

aprovação de projetos e programas ligados ao setor de turismo que integrem a política municipal do setor. O FUMTUR foi criado em 2003 pela Lei Complementar N° 890, de 25 de novembro de 2003. O conselho deliberativo é constituído por 6 membros, entre eles: Secretário Municipal da Indústria, Comércio e Turismo; Representante das instituições financeiras de Urubici, Representante do CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de Urubici, Presidente e vice-presidente do COMTUR. (SEBRAE, 2021).

3.7 ÓRGÃOS DO TURISMO EM URUBICI

Conforme visto anteriormente, em 1970 que surgiu a primeira organização do turismo por parte dos órgãos públicos de Urubici. Foi criado o departamento do turismo no município. Atualmente, a cidade conta com a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo que atua na gestão do turismo com participação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR.

A Secretaria a Municipal de Indústria, Comércio e Turismo faz parte da administração pública municipal de Urubici, estabelecida através da Lei Complementar N° 387, de 09 de abril de 1997. Na Seção V, o Art. 32° diz que compete, à Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo, planejar, organizar, dirigir, coordenar, executar as atividades relativas à:

- I - Implantação e Administração do Distrito Industrial Municipal;
- II - Administração e Desenvolvimento Turístico;
- III - Promoção de Desenvolvimento Industrial e Comercial;
- IV - Industrialização Caseira de Alimentos;
- V - Promoção de Feiras e Exposições da Indústria e Comércio;
- VI - Administração do Parque de Exposições Manoel Prá. (Redação acrescida pela Lei nº 559/1999).

O processo de planejamento do turismo em Urubici é conduzido por essa Secretaria que representa também seu lugar no Conselho de Turismo da Serra Catarinense – CONSERRA, abordado anteriormente.

O Conselho Municipal de Turismo foi criado pela Lei N° 442, de 31 de dezembro de 1997 e entre suas finalidades está orientar, promover e emitir sugestões para o desenvolvimento do turismo no município (SEBRAE, 2021). Suas competências estão previstas na Lei Complementar nº 1.147/2007: I - Planejar e

Coordenar; II - Administrar, promover e oferecer serviços; III - Avaliar e aperfeiçoar o setor e IV - Normatizar e controlar.

3.8 OUTRAS ORGANIZAÇÕES

Além das organizações anteriormente apresentadas, existem outras que também são ligadas ao turismo na Serra Catarinense e que podem ser atribuídas como contribuintes do processo de desenvolvimento sustentável do setor na região abordada. São elas:

3.8.1 Acolhida na colônia

A Acolhida na Colônia é uma associação de agricultores que tem a proposta de valorizar o modo de vida no campo através do agroturismo ecológico. Em conversa com a Marinês, Secretária do Turismo em Urubici, ela relatou que Urubici e Santa Rosa de Lima são os municípios com maior número de associados.

É um turismo de experiência em que o turista se hospeda na casa do agricultor, interage com os agricultores como uma imersão. Diferente de uma pousada tradicional, conhece o dia a dia do agricultor. Urubici já adota faz bastante tempo e tem mais de 15 associados. Além disso, Marinês também informou que o órgão responsável em dar assistência aos hospedeiros é a EPAGRI, mas que os associados de Urubici já estão bem avançados devido a experiência adquirida ao longo do tempo.

3.8.2 ICMBio

O Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, é o responsável pelo Parque Nacional de São Joaquim. O ICMBio foi criado pela lei pela Lei 11.516 de 28 de agosto de 2017, com a seguinte missão: "formular e implementar políticas públicas ambientais visando proteger o meio ambiente e promover o desenvolvimento socioeconômico sustentável" (ICMBIO, 2022, n.p.).

O parque nacional de São Joaquim é o primeiro parque nacional do estado de Santa Catarina e foi criado para preservar as belezas naturais e a biodiversidade local. A sede do ICMBio fica em Urubici e busca garantir a conservação de ecossistemas

existentes nesta Unidade de Conservação, promovendo a educação ambiental, a pesquisa e a visitação pública.

3.8.3 Pouserra

A Pouserra é uma associação empresarial que iniciou as atividades em 2001 por meio do cooperativismo. A sua missão é compartilhar conhecimentos da área e atuar em interesses voltados às atividades turísticas de Urubici e da região como um todo.

Possui mais de 71 empresas associadas e, atualmente, além de pousadas e hotéis, mais da metade dos associados da Pouserra são empresas de diversos setores que englobam o trade turístico de Urubici. Entre as empresas estão estabelecimentos de gastronomia, serviços de diversas naturezas e comércio em geral (POUSERRA, 2022).

A associação informa que participam de forma direta e indireta nos rumos do turismo da Serra Catarinense, por meio de iniciativas junto ao privado que influenciam a atuação da administração pública.

3.9 CONVERSA COM INVESTIDOR DA ÁREA DE TURISMO

Felipe Filagrana iniciou os projetos em Urubici no ano de 2021 em conjunto com alguns amigos que perceberam também a altíssima demanda do turismo. Ele acredita que em função da pandemia com a impossibilidade de viajar para lugares mais distantes, impulsionou as pessoas a conhecerem e explorarem regiões próximas.

O que está estruturado hoje é uma pousada estilo cabana, um passeio de UTV, uma espécie de meio termo entre um carro e um quadriciclo - e uma unidade do Subway – uma rede de restaurantes fast food. Com a experiência dos últimos dois anos, relatou um pouco sobre o que percebeu, suas principais dificuldades e quais os pontos positivos da região.

Felipe considera Urubici como uma cidade de muitas belezas naturais e que realmente impressiona o quanto é bonito e o quanto ainda tem a ser explorado, visto que de tempos em tempos descobrem novas paisagens naturais que encantam.

Porém, por ser um destino relativamente novo, existem dificuldades em relação a infraestrutura. Por exemplo: água, energia, sinal de internet e telefone.

Essas carências acabam sendo desfavoráveis para construções em lugares que não oferecem essa infraestrutura. No caso da Cabana que construíram, levou cerca de 7 meses para que conseguissem esses acessos e pudessem iniciar os trabalhos de construção. Nesse caso o assunto era tratado diretamente com empresas de energia e telefone/internet. Em relação a toda a parte documental que foi necessária durante o processo, disse que houve não só agilidade, mas também fácil acesso a orientações e sugestões. Inclusive, sentiu apoio desde os donos das terras e imobiliárias, até os engenheiros, construtores e arquitetos que muitas vezes sem remuneração deram ideias e recomendações sobre o projeto devido experiências anteriores.

Sobre a demanda, Felipe diz que é maior no período de inverno. Porém, existe também demanda em outras temporadas e contendo um ticket médio mais baixo. O ponto em comum entre a conversa que tive com a Secretária de Turismo Marinês e o Felipe é a falta de mão de obra na cidade. Felipe conta que isso começa desde a construção da Cabana mas que acontece independente do ramo, seja para trabalhar em um restaurante ou em um parque mesmo oferecendo um salário acima da média. Diz que nesse sentido sente que a cidade ainda não amadureceu e que acabam contratando pessoas de fora da cidade para realizar e cumprir as tarefas no prazo planejado.

Para a construção do empreendimento do Felipe, foram necessários 6 construtores. Desses, 2 eram de Urubici e 4 eram contratados do construtor de Urubici, mas todos de fora da cidade. Na operação de passeios de UTV contrataram 3 pessoas e todas também são de fora. Já na operação Subway, o dono da sala comercial é de Urubici e todos os construtores e pedreiros eram de outra cidade. Já no atendimento possuem um gerente e um auxiliar, ambos de Urubici e mais dois contratados que são de outra cidade. E, por último, no ponto turístico, existe 1 pessoa que é de outra cidade, mas que reside em Urubici há anos. Os trabalhadores vindos de outros locais que tiveram contato com o entrevistado Felipe, mostraram ser do estado de Santa Catarina de regiões do litoral e também do oeste catarinense. Além de moradores do município vizinho São Joaquim.

O Projeto que gostariam de ter feito e não pôde ser concluído, era a criação de multipropriedade, um modelo comum na cidade turística Gramado no Rio Grande

do Sul e em Campos do Jordão em São Paulo. Multipropriedade é uma figura contratual moderna que possibilita o uso habitacional de um imóvel e de serviços a ele vinculados, por diversos titulares, durante um tempo determinado a cada período de um ano (VIAU, 1999). Esse projeto não pode ser executado porque para acontecer, a cartorária só aprovaria se fosse em área urbana, que no caso é bem pequena na cidade de Urubici. Poderia ser aprovado como condomínio rural, mas as regras mudam e são exigidos no mínimo 2 hectares por lote segundo Felipe.

Também consideravam um projeto de passeio de balão, mas esse acabou se instalando na cidade de Praia Grande. Durante a desafiadora busca por um piloto, conseguiram um, mas que aceitou apenas para a região de Praia Grande ou Torres devido Urubici ser uma cidade considerada mais difícil de voar porque não tem muitos campos abertos, são mais matas fechadas, dificultando decolagens e pousos. Por esse motivo, a ideia de balão em Urubici foi deixada de lado por eles, por enquanto.

Por fim, Felipe inclui que acredita no potencial a ser explorado e que com o tempo o setor vai tomando forma e a população também vai criando maturidade para explorar isso da melhor maneira.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou investigar se há uma contribuição do turismo para o desenvolvimento de Urubici, visto que esse é um setor que vem contribuindo economicamente para o estado de Santa Catarina. Dentro disso, o primeiro passo foi identificar o contexto geral do turismo em nosso país e no estado de Santa Catarina; conhecer o município de Urubici, especificamente seus dados e organizações referentes ao turismo; perceber os fatores que se apresentam como dificuldades para o setor e, compreender a forma de atuação das instituições que representam o turismo na cidade.

Considerando os aspectos apresentados, compreendeu-se que o turismo, de maneira geral, se apresenta como um fator positivo. Em Urubici, existe um grande potencial para o desenvolvimento do turismo e esse fato já vem chamando a atenção de investidores, o que pôde ser percebido, por exemplo, com o aumento do número de hospedagens mesmo durante o contexto de pandemia do covid-19.

Foi possível observar que o município reconhece a importância do turismo, existe a Secretaria de Industria, Comercio e Turismo, uma taxa de serviços especiais

do turismo, além de um conselho municipal do turismo que é presente no que se refere a decisões e novos projetos. Inclusive, o conselho que decide quem irá ocupar o cargo de Secretário/Secretária do turismo. Todavia, acredita-se que, com a demanda existente e pontos de melhoria quanto a infraestrutura e sustentabilidade no desenvolvimento do setor, seria viável a criação de uma Secretaria exclusiva para o turismo. Para que assim consigam, além de realizar atividades administrativas rotineiras, se dedicar de forma mais concentrada e estratégica em missões que visem a evolução do setor em benefício de todos.

A geração de empregos que envolvem o turismo cresce no município. Entretanto existe uma dificuldade de encontrar mão de obra. Quaisquer estudos que englobem essa temática futuramente irão contribuir de maneira significativa, visto que se apresentou como dificuldade tanto para o meio público quanto para o privado, mas as razões não foram investigadas nesta pesquisa. As causas não foram conhecidas, mas considera-se estar atrelado a uma questão cultural e ainda de imaturidade quanto ao desenvolvimento do turismo no local.

Outro achado que pode ser considerado ponto forte desse estudo foi observar que a cidade é muito procurada por seus atrativos naturais, contudo, existe um potencial histórico-cultural que poderia ser explorado com mais afinco. A cidade não conta, por exemplo, com um museu municipal, o que invisibiliza pontos interessantes sobre a sua trajetória e poderia ser utilizado como um elemento inicial para o turista imergir no que o município pode oferecer. Dedicar estudos e projetos nesse sentido expressaria uma maior valorização do patrimônio cultural incluindo gastronomia, arquitetura, artesanato e outras manifestações culturais.

Nesse contexto, constatou-se que é interessante aliar o modelo de gestão descentralizada estabelecido pelo Mtur com a importância das parcerias, abordada por Mazzucato (2021), para desenvolver o imenso potencial turístico de Urubici. Nenhuma das partes, seja o governo, as empresas ou a sociedade civil devem ser relegadas ao papel apenas de espectador da outra, visto que o turismo é um movimento que envolve diversos outros fatores dentro de uma região. É necessário que todos prosperem com um objetivo em comum, visando cooperação e não competição. Dentro disso, mostra-se importante também se opor a tendência dos governos de terceirizar suas capacidades e competências, poderia existir maior promoção de conhecimento, aprendizagem e criatividade dentro do serviço público.

Esse trabalho apresentou como limitações a restrição aos acessos de artigos publicados de forma não pública e a averiguação de alguns dados de arrecadação sobre turismo que são emitidos apenas anualmente e devem ser solicitados a prefeitura. Em grande parte, os dados utilizados nesta pesquisa não foram elaborados pelo município, ainda assim foi possível encontrar informações através da Santur, Fecomercio e SEBRAE que contribuíram para as apurações feitas. Para pesquisas futuras sugere-se o estudo sobre empregabilidade no setor de turismo no município de Urubici, e, também, pesquisas no aspecto sociocultural e ambiental associadas ao turismo na cidade.

REFERÊNCIAS

- ABLAS, Luiz. Efeitos do turismo no desenvolvimento regional. **Revista Turismo Em Análise**, local, v.2, n. 1, p. 42-52, 1991. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v2i1p42-52>. Acesso em 17 jun. 2022.
- ALBUQUERQUE, Isabel Cristina. **O papel do ecoturismo no município de Urubici – SC**. 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/88048> Acesso em 17 jun. 2022.
- AMARANTE, A.; POZZOBON, F.; ANTUNES, C.L. Mensuração do PIB turístico de Santa Catarina pela ótica da produção via valor adicionado. PROJETO SANTUR – UDESC. **Relatório Final**. Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, 2021. Disponível em: https://www.udesc.br/arquivos/esag/id_cpmenu/688/Relat_rio_Final_SANTUR_UDESC_PIB_do_Turismo_2021_16402859186549_688.pdf Acesso em: 19 jun. 2022.
- ANJOS, F. A. D., & ANDRADE, I. C. (2021). As Regiões Turísticas De Santa Catarina: Análise Do Desenvolvimento Turístico Regional A Partir Da Categorização Do Mapa Do Turismo Brasileiro-2019 (Mtur). Turismo: **Visão E Ação**, 23, 435-457. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n2.p435-457> Acesso em Acesso em 17 jun. 2022.
- BRASIL. **Painéis do Mapa de Empresas**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas> Acesso em: 04 dez. 2022.
- CARAVELA. **Dados e Estatísticas**: Urubici SC. Disponível em: <https://www.caravela.info/regional/urubici---sc> Acesso em: 04 dez. 2022.
- CARRION, Patrícia; QUARESMA, Manuela. Internet da Coisas (IoT): Definições e aplicabilidade aos usuários finais. **Human Factors in Design**, 2019, 8.15: 049-066. DOI: <https://doi.org/10.5965/2316796308152019049> Acesso em 17 jun. 2022.
- CORIOLOANO, L. N. M. T. Os limites do desenvolvimento e do turismo. PASOS-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2003, 1.2: 161-171. Viau, R. M. (1999). Multipropriedade. Salão de Iniciação Científica (11.: 1999: Porto Alegre). **Livro de resumos**. Porto Alegre: UFRGS, 1999. DOI 10.5216/bgg.v21i2.4212 Acesso em 17 jun. 2022.
- CORREA, J. C. S.; SILVEIRA R. L. L.; KIST R. B. B. Sobre o conceito de desenvolvimento regional: notas para debate. G&DR Taubaté, SP Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, 7, Edição Especial, P. 3-15, dez/2019. DOI: <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v15i7.5255> Acesso em 17 jun. 2022.

CRUZ, Rita de Cássia A. da. **Introdução a geografia do turismo**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2003.

DE SOUSA, Ângela Maria. Turismo na Serra Catarinense: um exercício de observação sobre a população do município de Urubici. **Periódicos Univali**, Ribeirão Preto, Turismo - Visão e Ação – v. 7 - n.2 p. 387 – 398, maio / ago. 2005. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/534> Acesso em 19 jun. 2022.

FAPESC. **Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina**. Disponível em: <https://fapesc.sc.gov.br/> Acesso em: 05 dez. 2022.

FECOMÉRCIO. **Pesquisa Fecomércio de Turismo Inverno na Serra de SC/ 2021**. 2021. Disponível em: <https://www.fecomercio-sc.com.br/pesquisas/pesquisa-fecomercio-de-turismo-inverno-na-serra-de-sc-2021/> Acesso em: 04 dez. 2022.

FIGUEROLA, M. **Economia para la gestión de empresas turísticas (Producción y Comercialización)**. Madri - Espanha: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. 1995.

FIGUEROLA, M. **Introducción al estudio econômico dei turismo**. I a Edição. Espanha: Civitas Ediciones, S.L., 2000.

FIGUEROLA, M. **Teoria econômica dei turismo**. Madri - Espanha: Alianza Editorial, S.A. 1990.

FOLHA DO VALE. **Abertura da Serra do Corvo Branco registrada em livro**. 2021. Disponível em: <https://folhadovale.com.br/abertura-da-serra-registrada-em-livro/> Acesso em: 04 dez. 2022.

FOLHA REGIONAL. **Assinada ordem de serviço para elaboração de projeto de túnel na Serra do Corvo Branco**. 2022. Disponível em: https://folharegionalwebtv.com/geral/assinada_ordem_de_servico_para_elaboracao_de_projeto_de_tunel_na_serra_do_corvo_branco.58658 Acesso em: 04 dez. 2022.

FUNGETUR. **Fundo Geral de Turismo**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/fungetur> Acesso em: 04 dez. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIA VIAJAR MELHOR. **Serra do Corvo Branco, em SC, ganhará passarela de vidro entre o vão das montanhas**. 2022. Disponível em: <https://guiaviajarmelhor.com.br/serra-do-corvo-branco-em-sc-ganhara-passarela-de-vidro-entre-o-vao-das-montanhas/> Acesso em: 04 dez. 2022.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. Editora Senac Rio, 2020.

LEI Nº 1815/2014 de URUBICI-SC. **Institui e regulamenta a cobrança da taxa de serviços especiais de turismo e dá outras providências.** Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/sc/u/urubici/lei-ordinaria/2014/182/1815/lei-ordinaria-n-1815-2014-institui-e-regulamenta-a-cobranca-da-taxa-de-servicos-especiais-de-turismo-e-da-outras-providencias-2021-03-23-versao-compilada> Acesso em: 04 dez. 2022.

MARCON, Amanda Koche, *et al.* Variação florístico-estrutural em resposta à heterogeneidade ambiental em uma Floresta Nebular em Urubici, Planalto Catarinense. **Scientia Forestalis**, Piracicaba, 2014, 42.103: 439-450. Disponível em: <http://www.bibliotecaflorestal.ufv.br:80/handle/123456789/15374> Acesso em 19 jun. 2022.

MTUR. Categorização dos Municípios Turísticos. **Dados Abertos.** Disponível em: <https://dados.turismo.gov.br/nl/dataset/categorizacao> Acesso em: 05 dez. 2022.

MTUR. Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro. **Programa de Regionalização do Turismo.** Brasília, 2019. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas_espostas_Categorizacao_2019.pdf Acesso em: 05 dez. 2022.

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é turismo.** Brasiliense, 2017.

OURIQUES, Helton Ricardo. **Turismo em Santa Catarina: notas sobre o mercado de trabalho no setor.** Revista Cadernos de Economia, 2007, 11.21: 7-22.

PIRES, Lilian Cardoso. Análise dos impactos da tecnologia de informação e comunicação para o turismo. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, 2010, 02 a 05-02 a 05. DOI: <https://doi.org/10.12660/oit.v5n4.5780> Acesso em 19 jun. 2022.

POUSERRA. Institucional e Inscrição – **Descubra Urubici.** 2021. Disponível em: <https://visiteurubici.org/pouserra-institucional-e-inscricao/> Acesso em: 04 dez. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE URUBICI. Disponível em: <https://www.urubici.sc.gov.br/> Acesso em: 04 dez. 2022.

SALOMÉ, Brenda Guimarães Santos Arruda. **As transformações da alimentação em Urubici, através da história oral de uma família tradicional da cidade.** Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/1130> Acesso em: 19 jun. 2022.

SANTA CATARINA, Portal de Notícias. **Santur e SCPAr lançam edital para receber estudos técnicos de projeto turístico na Serra do Rio do Rastro.** 2021. Disponível em: <https://estado.sc.gov.br/noticias/santur-e-scp-ar-lancam-edital-para-receber-estudos-tecnicos-de-projeto-turistico-na-serra-do-rio-do-rastro/> Acesso em: 04 dez. 2022.

SCC 10, REDAÇÃO. **Serra do Rio do Rastro terá complexo com bondinho e estação de ski**. Disponível em: <https://scc10.com.br/cotidiano/serra-do-rio-do-rastro-tera-complexo-com-bondinho-e-estacao-de-ski/> Acesso em: 04 dez. 2022.

SCHMITT, L. O. **Economia do Turismo**: uma revisão da literatura. Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Paraná, 2005.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

VIEIRA, Edson Trajado; SANTOS, Moacir José. Desenvolvimento econômico regional – uma revisão histórica e teórica. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. 2014 G&DR • v. 8, n. 2, p. 344-369, mai-ago/2012, Taubaté, SP, Brasil. DOI: <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v8i2.679> Acesso em: 19 jun. 2022.