



**LUÍS FELIPE PEREIRA DE ANDRADE**

**ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE  
ITUMIRIM A PARTIR DA VISÃO DOS ATORES SOCIAIS  
LOCAIS**

**LAVRAS - MG**

**2022**

**LUÍS FELIPE PEREIRA DE ANDRADE**

**ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE ITUMIRIM A  
PARTIR DA VISÃO DOS ATORES SOCIAIS LOCAIS**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração Pública, para a obtenção do título de Bacharel.

Prof. Dr. Denis Renato de Oliveira

Orientador

**LAVRAS-MG**

**2022**

**LUÍS FELIPE PEREIRA DE ANDRADE**

**ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE  
ITUMIRIM A PARTIR DA VISÃO DOS ATORES SOCIAIS  
LOCAIS.**

**ANALYSIS OF THE TOURISM POTENTIAL OF THE  
MUNICIPALITY OF ITUMIRIM FROM THE VIEW OF  
LOCAL SOCIAL ACTORS.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal de Lavras, como parte das  
exigências do Curso de Administração Pública, para  
a obtenção do título de Bacharel.

APROVADO em 20 de abril de 2022  
Dr. Denis Renato de Oliveira - UFLA  
Dra; Elisa Reis Guimarães - UFLA

Prof. Dr. Denis Renato de Oliveira  
Orientador

**LAVRAS-MG  
2022**

## **AGRADECIMENTOS**

À Universidade Federal de Lavras, em especial ao Departamento de Administração e Economia, pela oportunidade.

A minha mãe pela paciência e pelo apoio incondicional em minhas escolhas.

Às minhas irmãs Ana Flávia e Vivian principalmente por ser um exemplo de força e determinação pra mim e a Laura que eu tenho certeza de onde estiver está lá de cima me guiando e sempre torcendo por mim.

Aos colegas e amigos de turma por superarmos juntos todos os momentos do curso.

Ao meu orientador e professor Denis pela dedicação, orientação, comprometimento, toda paciência e por cada ensinamento para o meu crescimento pessoal e profissional.

Á todos os professores e funcionários da UFLA, que contribuíram cada qual a seu modo para a minha formação.

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo, discorrer e analisar o potencial turístico do município de Itumirim-MG através da percepção dos atores locais. Itumirim-MG tem uma população de aproximadamente 6 mil habitantes e 232 km<sup>2</sup>, localizado na região sul do estado e caracterizado no circuito turístico vale verde e quedas d'água. O município possui diversas cachoeiras entre outros atrativos para que possibilitam a prática do turismo ecológico. Haja visto que a atividade turística não é desenvolvida e explorada, esse estudo poderá contribuir de forma positiva para possíveis projetos e ações. No entanto após entrevistas feitas com os atores locais, os estudos apontam para algumas dificuldades e desafios de implementação e desenvolvimento de uma política voltada ao turismo. Os resultados da análise de dados e a identificação dos atores sociais envolvidos nesse processo, corroboram para realçar a importância dessa pesquisa. Essas informações contribuem para compreender as ações e formulação de estratégias que estão sendo realizadas no município. Ao mesmo tempo que enfatiza o potencial turístico do município que pode vir a ser trabalhado. A ferramenta metodológica utilizada para o desenvolvimento deste trabalho foram: entrevistas feitas através de um roteiro de estudo, análise de dados, pesquisa documental e descrição fidedigna e detalhada das informações coletadas. Finalizando as discussões, faz se necessário conhecer e entender em que nível o conceito de co-produção está sendo desempenhado, uma vez que o mesmo estabelece uma relação entre os atores sociais e as esferas de poder público, possibilitando um maior controle social, principalmente nas ações que estão sendo feitas e planejadas. Logo, pode se dizer que o desenvolvimento do potencial turístico da região mencionada pode depender de um conjunto de fatores de diferentes esferas, sejam elas políticas, públicas ou privadas. Portanto, essas esferas aliadas a participação dos atores sociais culminam para o desenvolvimento de práticas sustentáveis que conseqüentemente elevam e fomentam a implementação de ações coletivas nos diferentes seguimentos e podem contribuir para elevar e alavancar os rumos econômicos do município estudado.

Palavras chaves: Turismo, co-produção, recursos naturais.

## **ABSTRACT**

This research aims to discuss goals and analyze the tourist potential from Itumirim municipality located in MG State. Through the places perception, Itumirim-MG has a population of approximately 6 thousand inhabitants and 232 km<sup>2</sup>, located in the region southern, the city is characterized in the tourist circuit Vale Verde. The municipality has several waterfalls among other attractions that enable the practice of ecological tourism. Since the tourist activity was not developed and explored, this study may contribute positively to futures possible projects and actions. In the development of interviews with local actors, the studies point out to some difficulties and challenges related to tourism's implementation. The results of the analysis and the identification of the social actors in this process, corroborate the actors to give the importance of this research. These actions contribute to the municipal actions and process formulation. At this point, it emphasizes the tourist potential of the municipality that can be possible. The methodological tools used for the development of this research were: interviews through a guided study, data analysis, documental research and reliable and detailed description of the collected informations. Ending the discussions, It is important understanding the concept and what manner the public at the level of co-production is being accomplishment, since thus permit a huge social control and a relationship between social actors and the of public power spheres , allows to understand mainly in what are being planned as well. Therefore, it can be said that the development of the tourist potential from mentioned region may depend on a set of factors from different spheres, as public or private policies. Finally, all spheres are integrated to a participation of different environments and thus can contribute to raise and leverage the rumors of the studied municipality

**Key words:**Turism, co- production, natural resources.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	8
1.1 Objetivo geral.....	10
1.2 Objetivos Específicos .....	10
1.3 Justificativas.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 Turismo.....	11
2.2 Turismo como política pública e desenvolvimento local.....	11
2.3 Co-produção e participação do cidadão no bem público .....	13
3 METODOLOGIA .....	15
3.1 Coleta de dados.....	15
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES .....	17
4.1 Potencial Turístico por segmentos e atrativos .....	17
4.2 Dificuldades e facilitadores de desenvolvimento da atividade de turismo para cada tipo de seguimento/atrativo .....	18
4.3 Políticas públicas locais de incentivo ao turismo .....	19
4.4 Papel dos atores na promoção do turismo .....	21
4.5 Comparação entre relatos dos atores e propostas formalizadas pelo poder público .....	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	24
REFERÊNCIAS .....	25
KLEIN, VITOR HUGO JR. SALM, FRANCISCO JOSÉ. HEIDEMANN, FRANCISCO JOSÉ. MENEGASSO, MARIA ESTER. Participação e coprodução em política habitacional: estudo de um programa de construção de moradias em SC. 2012.....	26
APÊNCIDE I.....	30
● Dificuldades e facilitadores de desenvolvimento da atividade para cada tipo de seguimento/atrativo.....	30
● Políticas públicas locais de incentivo ao turismo .....	30
● Papel Dos Atores Na Promoção Do Turismo.....	30

## 1 INTRODUÇÃO

A prática do turismo vem ganhando destaque e relevância nos últimos anos. Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), somente no ano de 2016 o setor gerou mundialmente uma receita de U\$ 1,5 trilhões em exportações, com o movimento de aproximadamente 1,84 bilhões de pessoas. Segundo dados da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (ABRACORP), no Brasil em março de 2022 o setor teve um faturamento de R\$869 milhões, resultado que pode estar relacionado com fim das restrições causadas pela pandemia da COVID-19 e o avanço das vacinações. Deste modo, o setor fechou 2021 com uma alta de 20% em relação a 2020. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2022)

No ano de 2019, os lugares mais visitados no Brasil foram as regiões Sudeste (39,5%), Nordeste (29,8%) e Sul (16,5%). Em relação aos estados, segundo informações da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua, destacaram-se São Paulo (18,9%) e Minas Gerais (12,8%). (PNADE 2019)

Considerando o potencial turístico brasileiro, concentrando na vasta diversidade cultural e na riqueza de belezas naturais (FREITAS, 2021), são numerosas as possibilidades de destinos e atrativos. O estado de Minas Gerais, por exemplo, teve um aumento de 110% no número de turistas entre 2008 e 2014; recebendo 6,9% do total de turistas do Brasil. Assim, 70,2% de seus atrativos estão ligados ao histórico-artístico, religioso e gastronômico, 23,8% turismo de natureza, aventura e rural, 3,9% em atividades econômicas e o restante em realizações técnicas, científicas e desportivas (CODEMG, 2018).

Entretanto a busca pela prática de turismo de aventura tem aumentando. De acordo com um levantamento feito pela Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, houve um crescimento significativo na busca por locais que proporcionem uma maior conexão com a natureza e atividades ao ar livre. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

Mesmo na conjuntura atual, pandêmica, o Observatório do Turismo de Minas Gerais (OTMG), divulgou um relatório que mostra uma circulação de mais de 2 milhões de turistas pelo estado, no mês de agosto de 2021. O setor turístico registrou um saldo positivo de 2,7 mil postos de trabalhos formais somente em junho de 2021. (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2021)

Pelos números, percebe-se a importância do turismo, que foca o desenvolvimento social, cultural e econômico de uma localidade. Kotler (1992, p.145) ao fazer uma análise acerca dos impactos que a indústria do turismo proporciona à sociedade, alegou que se trata de uma atividade que "conduz ao desenvolvimento, porque o intercâmbio social, cultural e a distribuição de renda decorrente de gastos pulverizados na economia pelos turistas" são somados ao "elevado multiplicador de renda".

Contudo, o desenvolvimento da atividade turística não se trata de uma responsabilidade exclusiva poder público local, mas carece da mobilização e participação da sociedade na sua especificação e oferta. O potencial turístico de um município e região depende não apenas da disponibilidade de atrativos, mas da articulação entre os atores locais (governo, mercado e sociedade) para que sejam viabilizadas ações de planejamento, monitoramento e implantação de uma política local de turismo.

Nesse sentido, pergunta-se: qual é potencial turístico do município de Itumirim-MG de acordo com a visão dos atores sociais e quais são as ações de promoção de turismo que vem sendo desenvolvidas pelo poder público local? Os atores sociais possuem o conhecimento do seu papel e como tem se dado sua participação na elaboração e implementação dessas ações?

Esta proposta de pesquisa visa identificar qual o potencial turístico do município de Itumirim-MG, localizado no interior de Minas Gerais, de acordo com a visão dos atores sociais locais e, a partir disso, analisar se as indicações de potencialidade tem sido acompanhadas pelas políticas locais de valorização do turismo.

Localizado no sul do Estado de Minas Gerais encontra-se Itumirim-MG, categorizado na região turística do vale verde e quedas D'água, com uma área de aproximadamente 235 km<sup>2</sup> e 6.000 habitantes (IBGE,2020). Até o ano 1923, o município era conhecido por vila Coruja devido a grande quantidade destes animais que podiam ser encontrados na região. Em 1924, foi denominado Itumirim-MG, que na linguagem indígena tupi (*Y-tu-mirim*) quer dizer "pequeno salto", ou cachoeira pequena. Pela cultura popular, existem relatos de que o nome do município se deve ao lugar conhecido atualmente como Cachoeira do Engenho. (REZENDE, 2017)

O município possui diversas cachoeiras, tais como a Cachoeira do Engenho, Cachoeira do Olaria e Cachoeira do Rio. Há nos limites do município outras cachoeiras, que mesmo próximas, cartograficamente não fazem parte dele, como por exemplo a Cachoeira dos Cruzes, pertencente a Lavras, e a Cachoeira das Aranhas e das Andorinhas de Itutinga, Cachoeira do Paraíso e da Mariquinha localizada na divisa com o município de Ingaí. Pode-se encontrar

também um grande fluxo de corredeiras que cortam suas belas serras, a maior delas é chamada de Pirambeira, localizada em um grande cânion.

Os atrativos de Itumirim-MG podem ser indicados em relação às possibilidades oferecidas para a prática de atividades esportivas como trilhas de bicicletas e motos, passeios ecológicos, escaladas, *rafting*, cicloturismo, mergulho, rapel, cachoeirismo, vôo livre, observação de pássaros, turismo rural, entre outros. É possível encontrar restaurantes e pousadas, há também artistas e artesãos locais que mantêm tradições aprendidas e repassados ao longo dos anos.

### **1.1 Objetivo geral**

Analisar o potencial das atividades turísticas no município de Itumirim-MG a partir da percepção dos atores sociais locais.

### **1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar os fatores que influenciam o desenvolvimento do turismo no município a partir de seus atrativos; e
- Identificar a relação entre o potencial turístico identificado pelos atores sociais e as ações de promoção de turismo promovidas pelo poder público local.

### **1.3 Justificativas**

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, em um país que enfrenta constantes crises políticas, culturais e econômicas, buscar por alternativas e políticas públicas que auxiliem no desenvolvimento social se torna uma necessidade. Itumirim-MG, por ser um município onde o campo industrial é inexistente, a oferta de emprego é baixa e a demanda por trabalho está cada vez mais alta. Nos últimos anos, constata-se o êxodo continuado de seus habitantes, tendo em vista a queda gradativa que vem ocorrendo na população segundo estimativas do IBGE (2021).

Esse estudo poderá contribuir de forma social, uma vez que poderá auxiliar na formulação de estratégias de desenvolvimento da atividade turística em nível local, fazendo aproximar os atores sociais em sua promoção, visando fomentar a renda e aumento nas ofertas de trabalho.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta sessão será apresentado primeiro o conceito de turismo, posteriormente o conceito de turismo como política pública e desenvolvimento local, e a seguir a co-produção e participação do cidadão no bem público.

### **2.1 Turismo**

O conceito de “turismo” de acordo com Ruschmann (1997), surgiu em meados do século XIX, ganhando uma maior visibilidade após a Segunda Guerra Mundial, sendo seu crescimento influenciado pelo avanço do mercado capitalista durante a Revolução Industrial. Com o retorno da atividade econômica, as pessoas foram retomando sua estabilidade financeira, ocorrendo diversos investimentos em áreas de lazer e entretenimento, aumentando o deslocamento populacional para diferentes localidades. Esse movimento é definido por Nodari (2007) como:

[...] um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (NODARI,2007, p.21).

Figueiras Sônia (2020), sintetiza que para a Organização Mundial de Turismo, o turismo "engloba as atividades de pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, para negócios ou outros fins". Assim, a atividade turística pode ser compreendida a partir do deslocamento de pessoas entre uma região e outra por um certo período em que buscam satisfazer seus desejos e necessidades, mas que logo retornam à sua região de origem. Deste modo, se faz necessário um planejamento adequado para que esses destinos possam atender as expectativas e as necessidades dos visitantes de acordo com os recursos disponíveis em cada localidade.

### **2.2 Turismo como política pública e desenvolvimento local**

O setor público é um ator relevante no planejamento e alcance dos objetivos da Organização Mundial do Turismo, uma vez que é capaz de estruturar e articular programas e

projetos. Assim, o turismo ganha cada vez mais espaço na esfera pública, contemplado por políticas e ações que viabilizem o seu desenvolvimento, como afirma Hall (2001, p.25):

As políticas públicas de turismo são de extrema importância como instrumento norteador do processo de planejamento, pois há uma intrínseca relação entre o planejamento governamental e a política pública. O planejamento público do turismo é, por sua vez, uma espécie de resposta do poder público aos efeitos indesejados do desenvolvimento do setor (HALL, 2001, p.25).

Para Hall (2001), as políticas públicas são importantes uma vez que a relação entre o planejamento governamental e as políticas públicas ocorrem de forma intrínseca, ou seja, o poder público é essencial durante o processo de regulação e execução dessas políticas, como ressalta o Art. 3º da Lei nº 55 (Brasil, 1966), que descreve que o poder público tem que atuar em financiamentos e incentivos fiscais para poder canalizar as distintas regiões turísticas do Brasil.

No Brasil, a primeira Política Nacional de Turismo foi instituída no ano de 1966, através do Decreto-Lei nº 55 que definiu o Plano Nacional de turismo, e criou a Empresa Nacional de Turismo, a EMBRATUR, definida pelo o Ministério do Turismo como:

A Embratur é uma autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito a promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional. Trabalha pela geração de desenvolvimento social e econômico para o País, por meio da ampliação do fluxo turístico internacional nos destinos nacionais. (BRASIL,2018, p.4).

O decreto Lei nº 55 (BRASIL, 1966), atribuiu à Embratur o papel de fomentar e financiar as iniciativas, planos e até mesmo os programas que busquem desenvolver a indústria do turismo. Deste modo, quando criada a EMBRATUR, tinha como principais atribuições: promover o marketing, apoiar a comercialização de produtos e serviços destinados ao turismo no território nacional e internacional. Desde 2003, após a criação do Ministério do Turismo, a EMBRATUR teve suas atribuições exclusivamente direcionadas para o setor internacional. Suas ações foram estruturadas no Plano Aquarela criado em 2005. (PORTAL BRASILEIRO DE DADOS, 2022)

Cruz (2000, p.40) ressalta que:

[...] uma política pública de turismo pode ser definida como um associado de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e ações deliberadas no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar o desenvolvimento da atividade turística em um determinado território.

Ruschmann (1997) reforça que a atividade turística nos últimos decênios tenha uma relação direta com aspectos sociais e econômicos das nações. Em síntese, destaca-se que o turismo será cada vez mais importante dentro do contexto socioeconômico.

O Art. 1º do Decreto Lei nº 55, estabelece que:

Compreende-se como política nacional de turismo a atividade decorrente de todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo sejam originárias de setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento econômico do país. (BRASIL, 1966)

Para compreender melhor os efeitos econômicos que o turismo promove através sua atuação no mercado, é necessário destacar seu conceito. Robbins define economia como:

A economia é uma ciência que estuda o comportamento humano como uma relação entre fins e meios escassos que têm usos alternativos. (ROBBINS, 1932, p.15)

No ano de 2017, de acordo com o Conselho Nacional de Turismo (2018), o turismo mundial movimentou aproximadamente 1.322 bilhões de viajantes internacionais. No Brasil, o turismo foi responsável por movimentar aproximadamente US\$ 56,8 bilhões no ano de 2016, o que equivale 3,2% do PIB.

Para que a economia se fortaleça ainda mais através do turismo, é necessário que se pense em ações que possam auxiliar sua co-produção. Para Schommer, Bueno e Kunler (2010, p. 4) apud (Mattia, Clenia de. 2014) é possível considerar que "um bem ou serviço público é coproduzido quando envolve a participação ativa e conjunta entre cidadãos e agentes públicos, abrangendo ou não organizações privadas associativas ou empresariais".

### **2.3 Co-produção e participação do cidadão no bem público**

A ideia de co-produção surge da constatação de que a produção unilateral de serviços do Estado não era tão eficiente quanto aqueles feitos com a participação de quem os recebia (BRANDSEN; PESTOFF, 2006). Parks, Baker, Kiser (1981) definem co-produção como um trabalho onde o usuário (cidadão) inevitavelmente está inserido no processo de produção e controle, sendo assim um esforço conjunto de ambos.

Vale ressaltar que a participação e controle social são conceitos que estão correlacionados, uma vez que os cidadãos participam da gestão pública, eles podem intervir no processo de tomada de decisão e fiscalizar a ação do Estado do ponto de vista administrativo. Para Stewart (2007) os mecanismos e a intensidade de participação da sociedade variam muito.

Roberts (2004), por sua vez, explica que é necessária a criação de experimentos sociais em que a participação dos cidadãos ocorra de maneira efetiva.

Whitaker (1980) propõe três situações em que se pode ocorrer a co-produção: (1) quando os cidadãos solicitam assistência aos agentes públicos, ou seja a demanda surge da população para o setor público; (2) quando os cidadãos oferecem assistência aos agentes públicos, neste caso os agentes que levam as demandas para a população que decide cooperar com o setor público; e (3) quando ambos interagem, ajustando seus objetivos sobre a prestação de um determinado serviço, dividindo as responsabilidades por essas ações.

Brudney e England (1983) declaram que a co-produção é uma iniciativa que culmina na melhoria da qualidade dos serviços e na eficiência dos custos. Assim, eles a distinguem em coprodução individual, em grupo e coletiva. Sundeen, (1985) e Denhardt e Denhardt (2003) abordam um modelo de co-produção onde os administradores públicos compartilham a mesma responsabilidade e trabalho com os cidadãos em prol da construção de políticas públicas. Dessa forma a sociedade participa tanto das decisões do poder público como na provisão dos serviços.

A co-produção representativa, segundo Ranconi, Debetir e Matia (2011) necessita da interação do cidadão e de um trabalho em rede que vise o bem comum. Fleury e Ouverney (2007) ressaltam que uma das características de fortalecimento das redes se deve ao fato de sua base política ser capaz de dar representatividades aos grupos pertencentes a ela. Assim, o fortalecimento da relação entre os atores da sociedade e dos entes públicos ocorrem mediante divisão de responsabilidades.

Para Salm e Menegasso (2010) a co-produção, quando vista como um modelo de gestão, insere o cidadão nos processos de elaboração e prestação dos serviços públicos, compartilhando responsabilidades, possibilitando o fortalecimento dos vínculos entre os agentes e, conseqüentemente, o fornecimento dos serviços e bens públicos. Os autores propõem quatro tipologias para avaliar como ocorre essa participação, conforme especifica o Quadro 1.

Quadro 1: Tipologias de participação

<b>MODELO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>PARTICIPAÇÃO CIDADÃ NA COPRODUÇÃO</b>
Coprodução nominal	Estratégia para a produção dos serviços públicos, por meio do compartilhamento de responsabilidades entre pessoas da comunidade,	Não há participação efetiva e de poder do cidadão sobre o Estado.

	preferencialmente voluntários, e o aparato administrativo público do Estado, como o propósito, apenas, de tornar eficientes esses serviços.	
Coprodução simbólica	Estratégia para envolver os cidadãos na produção dos serviços públicos para demonstrar a presença do Estado	Ocorre por meio de um caráter manipulativo ou democrático representativo.
Coprodução funcional	Estratégia utilizada pelo aparato do público estatal para produzir serviços públicos de maneira mais eficiente e eficaz (orientada pelo menor custo e pelo resultado), com a participação do indivíduo, do grupo ou da coletividade.	A participação do cidadão no processo de coprodução se dá por meio da solicitação dos serviços, de assistência ao estado ou por um ajuste mútuo com o estado.
Coprodução representativa e com sustentabilidade	Resultado da sinergia que se estabelece na realização dos serviços públicos de que participam os cidadãos, as organizações da sociedade e o aparato administrativo do Estado que, no seu conjunto, interagem em prol do bem comum	Interação do cidadão com o aparato administrativo do estado e da delegação de poder pelo estado. Requer o engajamento cívico do cidadão e da comunidade, <i>empowerment</i> e a <i>accountability</i> .

Fonte: Adaptado de Salm e Menegasso (2010).

Salm, Heidemann, Menegasso e Klein Jr (2012) concluíram, ao realizar um estudo de caso sobre a participação e coprodução do cidadão na construção de políticas públicas, que mesmo apresentando alguns desafios, essa junção da participação social nos processos de formulação dos serviços pode de certo modo, gerar muitos benefícios para a sociedade.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Coleta de dados

Perante o objetivo principal deste trabalho de analisar o potencial turístico do município de Itumirim-MG dentro da concepção dos atores locais, optou-se por realizar uma pesquisa

qualitativa de natureza exploratória e descritiva. A pesquisa qualitativa, não tem foco em dados numéricos, ou seja seu objeto de estudo não pode ser quantificado. (GOLDENBERG, 1977)

Já a pesquisa exploratória segundo Gil (2007), tem como finalidade construir uma maior familiaridade com o objeto de estudo, como também dar visibilidade ao problema de pesquisa, que muitas vezes é algo pouco conhecido e explorado. Por ser um tipo de pesquisa específica, geralmente se transforma em um estudo de caso.

Gil (2008), relata que a pesquisa descritiva tem por objetivo principal descrever características de uma determinada população, fenômeno ou experiência. Ao finalizar essas pesquisas, elas possibilitam o surgimento de novas visões da realidade estudada.

Deste modo, como instrumento para coleta de dados no município de Itumirim-MG, optou-se pela realização de entrevistas com os atores sociais que compõem o setor público, privado e sociedade civil tomando como base o quadro 2, exemplificado abaixo.

Quadro 2: Os Principais Atores Locais

<b>Setor Público</b>	<b>Setor Privado</b>	<b>Sociedade Civil</b>
*Administrador Localidade. *Departamento Planejamento Urbano *Departamento Comércio/Indústria *Escritório Convenções *Administrador Infraestrutura	*Associações Empresariais/Profissionais; *Instituições Financeiras; *Agentes Imobiliários; *Indústria Hotelaria/Turismo *Arquitetos; *Companhia de transporte *Mídia: (Rádios, Jornais, etc);	*Org. Sem Fins Lucrativos; *Sindicatos; *Agência Desenvolvimento; *Consórcios Regionais; *Movimentos Sociais; *Universidades/Faculdades; *População Residente;

Fonte: Minciotti e Silva (2001, p.270-276).

A escolha dos atores envolvidos na construção do marketing de localidade que irão responder ao questionário foi baseada na definição teórica de Minciotti e Silva (2011) conforme apresenta o Quadro 2. Fora utilizada, também, a técnica de bola de neve como critério para a escolha dos respondentes a iniciar-se pelo Secretário Municipal de Turismo.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de fevereiro e março de 2022. O primeiro contato com os entrevistados foram feitos pelo telefone, na qual foi explicado qual o objetivo do estudo, e posteriormente a escolha da melhor data, horário e local para realização da entrevista. Todas ocorreram de forma individual e presencial, na qual todos autorizaram que suas falas fossem gravadas através de um aplicativo de celular, possibilitando assim que as respostas não fossem limitadas a escrita do autor, o que conseqüentemente, contribuiu de forma mais detalhista para o estudo. Posteriormente todas as entrevistas foram transcritas,

identificando cada ator e o setor no qual representava para análise e estudo. Em média as entrevistas duraram cerca de 20 minutos.

Deste modo, os respondentes selecionados para pesquisa estão identificados no Quadro 3 e serão identificados por "letras" a fim de preservar sua identidade.

Quadro 3: Classificação dos atores entrevistados

<b>Identificação</b>	<b>Atores</b>	<b>Categoria</b>
<b>A</b>	Secretaria de Turismo	Setor Público
<b>B</b>	Vereador/Empreendedor	Setor Público/Setor Privado
<b>C</b>	Empreendedor	Setor Privado
<b>D</b>	Empreendedor	Setor Privado
<b>F</b>	Empreendedor	Setor Privado
<b>G</b>	Empreendedor	Setor Privado
<b>H</b>	Turista	Sociedade Civil
<b>I</b>	Morador 1	Sociedade Civil
<b>J</b>	Morador 2	Sociedade Civil

De forma complementar, será analisado por meio temas como: potencial turístico por seguimento, limitadores ou facilitadores para o desenvolvimento da atividade, políticas públicas locais de incentivo ao turismo, entre outros.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1 Potencial Turístico por segmentos e atrativos**

Quando perguntados sobre quais eram os potenciais turísticos do município, os atores do setor público afirmaram que as visitas às cachoeiras, o turismo rural, as caminhadas ecológicas e o turismo de esportes radicais se destacavam como os principais segmentos a serem explorados. O município, na visão desses atores, possui um grande potencial de desenvolvimento do turismo, podendo ser inclusive comparado a outras cidades do entorno e que já possuem esse campo bem desenvolvido, como o município de Carrancas, por exemplo.

Na opinião dos atores privados, o município possui belezas naturais promissoras para o desenvolvimento de um turismo sustentável, além de ter características específicas de cidade do interior que favorecem este tipo de atividade. Como fora relatado, o alto potencial turístico, desde que bem explorado, pode trazer diversos benefícios. As principais atividades listadas

pelos empreendedores locais foram o turismo de aventura, o ecoturismo e turismo cultural, além da visitação as suas diversas cachoeiras.

Para a sociedade civil o turismo em Itumirim-MG tem bastante potencial para ser explorado já que possui belas cachoeiras e lindas paisagens. Conforme relatado, antigamente, havia muitas festas tradicionais e o fluxo de visitantes era maior no município. Muitos moradores de municípios vizinhos procuravam Itumirim-MG para festejar e descansar com a família, e de alguma maneira isso diminuiu com o tempo. Dentre os principais atrativos locais hoje, a sociedade civil apontou para o lazer esportivo, a corrida, o *mountain bike*, os acampamentos, o automobilismo, o *raffiting*, as cachoeiras, a possibilidade de criação de uma pista de asa delta, etc.

Percebe-se, a partir desses depoimentos, que muitas iniciativas públicas e privadas podem fortalecer ainda mais a atividade turística do município, porém, alguns entraves também podem ser identificados, tal como é apontado no tópico que segue.

#### **4.2 Dificuldades e facilitadores de desenvolvimento da atividade de turismo para cada tipo de seguimento/atrativo**

Dentre as dificuldades relatadas pelo setor público, a principal foi a falta de uma estrutura mínima, o que de certa forma impede que investidores internos e externos se instalem e iniciem seus negócios no município. A exemplo disso, é citada a ausência de sinalização nas ruas (instalação de placas), inclusive a respeito da localização de seus atrativos, dificultando o acesso dos turistas e visitantes. Isso provoca um sentimento de desagrado nas experiências dos turistas durante sua estadia. Outro problema relatado foi sobre a parte da qualificação empreendedora e do comodismo da população, que de certa forma não saem de “[...] suas zonas de conforto”.

Já sobre os elementos facilitadores, que certamente poderiam ser usados para o fortalecimento da atividade, de acordo com os relatos do poder público, seria a intensificação de parceria com o SEBRAE, já que a organização poderia auxiliar a população na explicação sobre os benefícios do turismo, incentivando o entendimento sobre a atividade, melhoria da qualidade de atendimento, ainda falho, e que tem afetado diretamente a oferta de serviços. É preciso elaborar projetos sustentáveis e executáveis, mas com investimentos do poder público para atrair pessoas.

No mesmo caminho, os entrevistados do setor privado afirmaram que o município precisa de investimento, já que o comércio ainda é fraco. Atrelado ao problema do investimento, há a falta de conhecimento da própria população em compreender o turismo, o que também se mostrou repetitivo já que na visão do poder público é preciso difusão de informações e preparação local.

Segundo relatado pelo empreendedores locais é preciso investimento em hotelaria e gastronomia, com a abertura de restaurantes. A oferta atual consegue suprir a demanda, que em sua maioria é composta por representantes comerciais e pessoas que visitam o município a trabalho. De forma geral, na opinião dos entrevistados do setor privado em relação a acomodação e hospedagem de visitantes, está mais atrelada aos negócios, ou seja, não é ainda uma visita recreativa e de lazer.

Os empreendedores alegaram, também, que falta de infraestrutura por parte do poder público em relação aos pontos turísticos, como a própria sinalização das estradas, pontos de coleta de lixo em seus atrativos, entre outros, representam grandes gargalos do desenvolvimento da atividade. Esse seria um elemento facilitador, pois com uma boa comunicação facilitaria o acesso aos pontos turísticos.

Os problemas apontados pela sociedade civil foram a falta de estrutura na cidade e a necessidade do resgate dos eventos típicos locais que fortalecem a cultura local e geram desenvolvimento, movimentam a cidade. Pelo depoimentos pode-se perceber que se faz necessário uma conscientização da população em geral sobre o desenvolvimento de um turismo sustentável.

Conforme relatado pelos entrevistados, há também um certo receio de que o desenvolvimento da atividade turística se volte para grandes festividades, eventos de massa, que segundo eles, tem alto potencial de depreciação do patrimônio público, prejudicam a tranquilidade do local e trazem depredação das belezas naturais. Deste modo, como falado, o turismo pode trazer muitos benefícios, mas se não for trabalhado da forma certa pode trazer prejuízos naturais irreparáveis. Assim, certamente, é necessário que a população tenha conhecimento dos benefícios que o turismo irá trazer para o município e tente promovê-lo de forma mais sustentável possível.

#### **4.3 Políticas públicas locais de incentivo ao turismo**

O poder público local informou que está construindo um inventário turístico para o município. Conforme relatado, estão também elaborando um relatório e um projeto de georreferenciamento, que poderá permitir a sinalização adequada dos atrativos e demais potencialidades. Isso tudo contribuirá para que o turista não somente tenha uma boa experiência mas possibilite a construção de ações de incentivo ao comércio local.

Ainda dentro das iniciativas propostas pelo setor público, foi comunicado que existe o projeto de construção de um coreto na praça central do município, assim como se identificam planos para a reforma da antiga estação ferroviária com a adequação de um teatro municipal em sua estrutura.

Curiosamente, os empreendedores locais desconhecem atividades de incentivo ao turismo no município. Um empreendedor local evidenciou que por mais que existam ideias, até o momento, não foram colocadas em prática”.

Neste caso, percebe-se uma grande desconexão entre os atores, já que em sua maioria, os comerciantes locais e empreendedores do turismo local não souberam responder o que estava sendo feito pelo poder público. Isso sinaliza para uma completa desarticulação, o que certamente compromete a sustentabilidade das iniciativas de fortalecimento da atividade turística, que devem contemplar o engajamento da sociedade, iniciativa privada e setor público.

Como mencionado por alguns comerciantes, houve uma reunião no ano de 2021 promovida pelo setor público em parceria com a SEBRAE, mas nem todos souberam ou foram convidados. Depois desse evento não houve mais procura ou qualquer iniciativa de integração.

Os atores sociais entrevistados também alegaram desconhecer as ações do poder público em relação ao desenvolvimento do turismo no município de Itumirim-MG. Observa-se, portanto, que por mais que existam ações de planejamento do desenvolvimento turístico no município, o setor privado e a sociedade ainda não são informados ou participam de maneira efetiva.

O próximo tópico busca compreender como esses atores se reconhecem e entendem seu papel dentro da formulação dessas ações, inclusive a respeito da necessidade de articulação e cooperação para que o setor se fortaleça.

#### **4.4 Papel dos atores na promoção do turismo**

Segundo a declaração de um entrevistado do setor público, ele tem consciência de que é o responsável por estruturar e coordenar os projetos de turismo. Deste modo, foi dito que há uma constante busca de conhecimento e estudo para tornar esse desenvolvimento efetivo, ou seja, [...] “é preciso não somente enxergar os problemas mas também encontrar soluções”.

Foi mencionado que o município possui um Conselho Municipal de Turismo, e que até então, por conta da pandemia da Covid-19, as reuniões do mesmo estavam acontecendo somente de forma virtual, com uma frequência de mais ou menos 4 vezes ao ano, número ainda considerado baixo e que de alguma maneira sinaliza para a importância atribuída ao tema.

Na opinião do representante do poder público local entrevistado [...] “é preciso quebrar paradigmas, a sociedade tem que participar de forma efetiva e estar de acordo com as ações”. Desconsiderando as reuniões do conselho foi informado existirem outros mecanismos de participação social, mas os mesmos não foram informados.

Os entrevistados do setor privado, em sua maioria, disseram que seu papel, além de contribuir na divulgação dos atrativos turísticos do município é levar suas necessidades para o poder público requisitando melhores condições e auxiliando na formulação de políticas públicas. Porém, ainda se percebe pouca aproximação entre os empreendedores e o poder público embora tenha sido relatado por um entrevistado do setor privado que o único meio de “salvar” o município seria realmente o incentivo ao desenvolvimento do turismo.

Outro comerciante relatou que faz cursos de aperfeiçoamento e investimento para aumentar a qualidade de seus produtos derivados do leite, que estão começando a ser conhecidos e comercializados em outras localidades, o que de certa forma leva o nome do município para novas localidades.

Verificou-se, também, que os atores do segmento privado em sua unanimidade informaram nunca ter participado das reuniões do Conselho Municipal de Turismo e não sabem onde e nem quando ocorrem estas reuniões, algo que demonstra falha de comunicação entre a prefeitura e os demais atores, sobretudo os empreendedores locais, considerados extremamente importantes no processo de desenvolvimento turístico do município.

Como já fora mencionado, ocorreu no ano de 2021 um entre empreendedores, prefeitura e SEBRAE, porém nem todos os comerciantes foram comunicados e tratou-se de uma iniciativa única, sem continuidade.

Os atores da sociedade civil consideram que sua participação não é estratégica. Mesmo informando conhecer seu papel (de forma limitada), na prática a participação ainda é incipiente. Os cidadãos precisam entender melhor como poderiam participar, contribuir tanto na formulação de políticas públicas como também nas ações de desenvolvimento e fiscalização das atividades do setor.

Segundo alguns relatos, as reuniões não podem acontecer apenas para um “pequeno grupo”. Os atores da sociedade civil alegam ser necessário envolver a população nos processos de formulação de políticas públicas, [...] “uma vez que a mesma é provedora da cultura, comidas típicas e histórias que precisam ser resgatadas e evidenciadas”. Isso é um elemento chamariz do turismo em sua opinião.

Também existem relatos sobre o desconhecimento da frequência com que as reuniões do Conselho Municipal de Turismo ocorrem e não há participação efetiva. Por fim, observa-se pelo relato dos entrevistados, baseando-se nas categorias de Salm e Menegasso (2010), que a participação dos atores sociais dentro da formulações de ações de desenvolvimento turístico no município de Itumirim-MG pode ser denominada como uma co-produção nominal, na qual não há efetividade ou poder de influência sobre as ações do Estado.

O próximo tópico busca comparar as propostas de incentivos ao turismo que foram formalizadas pelo poder público com os relatos dos entrevistados.

#### **4.5 Comparação entre relatos dos atores e propostas formalizadas pelo poder público**

Existe no Município de Itumirim-MG o Conselho Municipal de Turismo, instituído pela portaria municipal nº 79/2021 Itumirim (2021). O Conselho é composto por membros do Executivo Municipal, representantes proprietários de hotéis, pousadas, bares e restaurantes, representantes do poder legislativo, e representantes de associações de artesãos, sindicatos, etc. Encontra-se também em processo de implementação um Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável (PMDTS) com vigência até 2024. O plano foi criado em 2021 e tem como finalidade:

“Promover o desenvolvimento sustentável da atividade turística do Município de Itumirim como a principal fonte de desenvolvimento econômico, de forma participativa, envolvendo direta ou indiretamente os diversos segmentos, estabelecendo ações que visem a satisfação do turista e municípios, gerando qualidade de vida à população” (PMDTS, 2021, p.5).

Mesmo tomando conhecimento da existência de um documento legal de planejamento da atividade turística no município de Itumirim-MG, constou-se de acordo com os relatos dos atores sociais entrevistados, que o envolvimento da população na formulação e promoção de ações é fraca e não acontece de maneira efetiva.

Como descrito por Whitaker (1980) a co-produção pode ocorrer em três níveis: (1) a demanda surge da população para o setor público; (2) quando os cidadãos oferecem assistência aos agentes públicos, neste caso os agentes que levam as demandas para a população que decide cooperar com o setor público; e (3) quando ambos interagem, ajustando seus objetivos sobre a prestação de um determinado serviço, dividindo as responsabilidades por essas ações. A partir da análise de cada nível e comparando ao resultado encontrado diante das entrevistas feitas no município de Itumirim-MG, pode-se perceber em relação as ações de desenvolvimento turístico, que a co-produção é ausente nos três níveis apresentados, pois não há participação e direta nem envolvimento dos atores sociais na formulação de ações junto ao setor público.

Assim conseqüentemente não há participação e controle social, conceitos que estão diretamente relacionados e segundo Stewart (2007), uma vez que os cidadãos participam, podem intervir no processo de tomada de decisões e fiscalizar as ações do poder público, proporcionando um desenvolvimento sustentável.

Deste modo, encontra-se a necessidade de aprimoramento da divulgação dos benefícios que o turismo pode trazer para o município e para a população em geral, para que eles se interessem pelo tema e busquem ser mais ativos nas reuniões e ações junto ao setor público. Além do mais é preciso garantir estruturação mínima para que o setor de fato se consolide, estruturação que conforme relatos dos entrevistados, até o momento não conseguirá atender a demanda. Esta necessidade é ressaltada no próprio PMDTS (2021) que:

“[...] apesar do seu reconhecimento como cidade turística em nossa região, seja pelo turismo de lazer e natureza, ou de contemplação ou o histórico/cultural, Itumirim, não possui efetivamente um turismo consolidado e, do mesmo modo não possui total condições de infraestrutura para satisfazer as necessidades e desejos dos turistas” (PMDTS, 2021, p.5)

Isso desperta para a necessidade da busca por mecanismos que tornem essa participação social efetiva e eficiente, o que conforme alega Brudney e England (1983) sobre os meios de

co-produção, culminaria na melhoria da qualidade dos serviços prestados e na diminuição dos custos.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os modelos de coprodução do bem público tornam a participação da sociedade na formulação e aplicação de políticas e ações cada vez mais efetiva, porém é possível observar que essa participação ainda acontece de maneira incipiente, lenta e gradativa. O município de Itumirim-MG demonstra que, por mais que o poder público realize ações e busque fomentar o turismo local, ainda há a necessidade de envolver mais a sociedade civil e o setor privado na implementação desse processo, uma vez que todos os sujeitos envolvidos serão diretamente afetados pelo seu desenvolvimento.

Pode-se perceber que além de fomentar o turismo com ações planejadas e concretas, em todas as esferas, também se faz necessário uma estruturação mínima para atender potenciais turistas na prestação de serviços em estabelecimentos como restaurantes, pousadas e comércio de modo geral. A identificação dos atores sociais desempenha um papel de suma relevância na construção de ações concretas e desenhadas para o envolvimento de todas as esferas, sejam elas públicas, privadas ou civis.

Durante a coleta de dados foram encontradas dificuldades, como a limitação do número de atores entrevistados, muito embora a escolha tenha sido feita por critérios como o envolvimento direto dos mesmos com o turismo e o número de indicações que receberam.

De acordo com os resultados apresentados, pode-se verificar que o desenvolvimento turístico ainda está em fase de construção. Logo, constatou-se que somente a partir da estruturação plena desse poderá ser colocada em prática a ideia do conceito de co-produção, ou seja, todos os atores sociais envolvidos em prol de atingirem a meta de colocar o município na rota do turismo no estado de Minas Gerais.

Finalmente, espera-se que esta pesquisa possa dialogar, ter relevância e sirva de base para possíveis estudos, e que estes apontem sempre para elaboração de estratégias que fomentem a exploração dos recursos naturais de forma consciente e sustentável, o que acarretará possibilidade de crescimento e contribuirá para desenvolvimento econômico, movimentando o fluxo de renda e acima de tudo o desenvolvimento humano da população local, através do surgimento de ofertas de trabalho.

## REFERÊNCIAS

BRANDSEN, T.; PESTOFF, V. Co-production, the third sector and the delivery of public services: an introduction. **Public Management Review**. p. 493-501, Oct/Dec., 2006

BRASIL. **Emenda constitucional nº 99 de 17 Dezembro de 2018**. Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/atividade/const/constituicao-federal.asp#/>. Acesso em: 25 de setembro de 2021.](http://www.senado.gov.br/atividade/const/constituicao-federal.asp#/)

BRASIL. **Lei nº 10.257 de 10 de julho de 2001**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LEIS\\_2001/L10257.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm)>. Acesso em: 25 de setembro de 2021.

BRASIL. **Lei nº 55 de 18 de novembro de 1966**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1965-1988/De10055.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1965-1988/De10055.htm). Acesso em: 10 de outubro de 2021.

BRASIL. **Lei nº 8181 de 10 de março de 1991**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8181.htm)>. Acesso em: 10 de outubro de 2021.

BRUDNEY, J.L.; ENGLAND, R.E. **Toward a definition of the coproduction concept**. *Public Administration Review*, v.43, n.1, p.59-65. 1983

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE MINAS GERAIS. **Plano estratégico para o desenvolvimento sustentável do turismo em minas gerais no período de 2016 a 2018**. Disponível em: <[http://www.codemge.com.br/wp-content/uploads/2016/12/plano\\_estrategico\\_turismo\\_mg.pdf](http://www.codemge.com.br/wp-content/uploads/2016/12/plano_estrategico_turismo_mg.pdf)>. Acesso em: 14 de outubro de 2021.

CONCELHO NACIONAL DE TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022**. Disponível em: <[http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/PNT\\_2018-2022.pdf](http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/PNT_2018-2022.pdf)>. Acesso em: 20 de setembro de 2021.

CRUZ, RITA A. **Política de turismo e território**. São Paulo. 2000.

DENHARDT, ROBERT B.; DENHARDT, JANE VINZANT. **The new public service: serving, not steering**. Armonk. New York. 2003.

FIGUEIRAS SÔNIA. **Porque investir em idiomas no setor de turismo**. Disponível em: <<https://turismospot.com.br/por-que-investir-em-idiommas-no-setor-de-turismo/#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Organiza%C3%A7%C3%A3o,lazer%2C%20neg%C3%B3cios%20ou%20outros%20fins.>> Acesso em: 16 de outubro de 2021.

FLEURY, SÔNIA. OUVENEY, MAFORT ASSIS. **Gestão de redes**. 1º ed. 2007.  
 FREITAS, EDUARDO DE. “**Turismo no Brasil**”. Disponível em:  
<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/o-turismo-no-brasil.htm>. Acesso em 18 de novembro de 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HALL, MICHAEL. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionados**. São Paulo, 2001.

**IBGE**. População. Disponível em:  
 <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/itumirim/panorama>>. Acesso em: 10 de outubro de 2021.

KLEIN JR, VITOR HUGO, SALM, JOSÉ FRANCISCO, HEIDEMANN, FRANCISCO G., & MENEGASSO, MARIA ESTER. **Participação e coprodução em política habitacional: estudo de um programa de construção de moradias em SC**. *Revista de Administração Pública*, 46(1), 25-48. 2012.

KLEIN, VITOR HUGO JR. SALM, FRANCISCO JOSÉ. HEIDEMANN, FRANCISCO JOSÉ. MENEGASSO, MARIA ESTER. **Participação e coprodução em política habitacional: estudo de um programa de construção de moradias em SC**. 2012

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. **Marketing for Hospitality and Tourism**, 2. ed. London: Prentice Hall, 1999.

KOTLER, P.; GERTNER, D.; REIN, I.; HAIDER, D. H. **Marketing de Lugares: Como Conquistar Crescimento de Longo Prazo na América Latina e no Caribe**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. **Marketing**. Ed. compacta. São Paulo: Atlas, 1992.

LEITE, T. REZENDE. **Análise Das Contribuições Dos Atores Sociais Para A Prática Do Marketing De Localidade com Foco Na Promoção Do Turismo: O Caso De Um Município Sul Mineiro.** 2018

MATTIA, CLENIA DE, & ZAPPELLINI, MARCELLO B. (2014). **Ética e coprodução de serviços públicos: uma fundamentação a partir de Habermas.** *Cadernos EBAPE.BR*, 12(3), 573-589. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395114417>. Acesso em: 17 de outubro de 2021

MINCIOTTI, S. A.; DA SILVA, E. C. **Marketing de localidades: uma abordagem ampliada sobre o desenvolvimento da cidade ou região.** Turismo-Visão e Ação, 2011.

, S.A. **Velhos Problemas, Soluções Modernas.** In: LIMA, D. (org.) *Nosso Século XXI.* Santo André: Ed. Livre Mercado, p. 269-278, 2001

MINISTÉRIO DO TURISMO. **“Em plena retomada, operadoras de turismo registram recorde em 2021 e superam números pré-pandemia”.** Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-plena-retomada-operadoras-de-turismo-registram-recorde-em-2021-e-superam-numeros-pre-pandemia>. Acesso em: 21 de agosto de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Desempenho do turismo nacional reforça perspectivas de recuperação.** Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/desempenho-do-turismo-nacional-reforca-perspectivas-de-recuperacao>. Acesso em: 19 de março de 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Pesquisa Nacional De Amostras Por Domicílio - Pnade. Demanda Turística.** Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101763.pdf>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2022.

NODARI, M. ZR. **As Contribuições do turismo para a economia de Foz do Iguaçu,** 2007.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MINAS GERAIS. **“Minas Gerais registra saldo positivo de 2,7 mil postos de trabalhos formais no turismo, em junho”.** Disponível em: <https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/minas-gerais-registra-saldo-positivo-de-2-7-mil-postos-de-trabalhos-formais-no-turismo-em-junho> Acesso: 14 de setembro de 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Conta Satélite do Turismo, quadro Conceitual**. Madri. 2011

PARKS, R., BAKER, P. C., KISER, L., OAKERSON, R., OSTROM, E., OSTROM, V. WILSON, R. **Consumers as coproducers of public services: some economic and institutional considerations**. *Policy Studies Journal*, 9(7), 1001-1011. 1981

PMDSMG: **Plano estratégico para o desenvolvimento do sustentável do turismo em Minas Gerais, 2016-2018**. Disponível em: [http://www.codemig.com.br/wp-content/uploads/2016/12/plano\\_estrategico\\_turismo\\_mg.pdf](http://www.codemig.com.br/wp-content/uploads/2016/12/plano_estrategico_turismo_mg.pdf) Acesso em: 20 de março

PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS. **Instituto brasileiro de turismo**. Disponível em: <[https://dados.gov.br/pt\\_PT/organization/about/instituto-brasileiro-do-turismo-embratur](https://dados.gov.br/pt_PT/organization/about/instituto-brasileiro-do-turismo-embratur)>. Acesso em: 15 de outubro de 2021.

REZENDE, T. REZENDE DE. **De Rosário de Lavras, Vila Coruja e Estação Francisco Sales a Itumirim**. 1º Ed. 2017

ROBBINS, L. **Naturaleza y significación de la ciencia económica**. México: Fondo de Cultura Económico, 1932.

ROBERTS, Nancy. **Public deliberation in an age of direct citizen participation**. *American Review of Public Administration*, v.34, n.4, p.315-353, Dec.2004

RONCONI, L. F. A.; DEBETIR, E.; MATTIA, C. **Conselhos Gestores de Políticas Públicas: potenciais espaços para a coprodução dos serviços públicos**. *Revista de Contabilidade, Gestão e Governança*. Brasília, v. 14, n. 3, p. 46-59. Set/Out. 2011.

RUSCHMANN, V. DE M. D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Papirus editora, 1997.

RUSCHMANN, V. DE M. D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Papirus editora, 1997.

SALM, J. F.; MENEGASSO, M. E. **Proposta de modelos para a coprodução do bem público a partir das tipologias de participação**. In: ENCONTRO CIENTÍFICO DE ADMINISTRAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO - ENANPAD, 24. 2010, Rio de Janeiro.

SCHOMMER, P. C.; BUENO, R. U. H; KUNZLER, R. **Coprodução de serviços públicos e gestão de resíduos sólidos: caminhos e obstáculos na experiência de um município**

**catarinense.** In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA - EnAPG, 4. 2010, Vitória.

**SEBRAE - O panorama de agências de viagens e operadores turísticos no Brasil, 2017.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-panorama-de-agencias-de-viagens-e-operadores-turisticos-no-brasil,feff76ff144b510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 18 de março 2022.

STEWART, Kennedy. **Write the rules and win: understanding citizen participation game dynamics.** *Public Administration Review*, Nov./Dec.2007

SUNDEEN, Richard. **Coproduction and communities: implication for local administrators.** *Administration and Society*, v.16, n.4, Feb. 1985

WHITAKER, Gordon P. **Coproduction: citizen participation in service delivery.** *Public Administration Review*, v.40, p.240-246, May/Jun. 1980

**APÊNCIDE I**  
**DIRETRIZES PARA ENTREVISTA**

**Identificação**

**Profissão:**

**Idade:**

**Escolaridade:**

**Naturalidade:**

**Grupo de atores sociais que pertence:**

( ) Poder Público ( ) Setor privado ( ) Sociedade Civil Local ( ) Turista

**Obs: os dados pessoais dos entrevistados não serão divulgados.**

- **Potencial turístico por segmento/atrativo**

Na sua opinião qual o potencial turístico de Itumirim?

Quais são os principais segmentos turísticos que podem ser explorados?

Como você avalia os atrativos turísticos do município?

- **Dificuldades e facilitadores de desenvolvimento da atividade para cada tipo de segmento/atrativo**

Para você quais são as principais dificuldades que podem ser encontradas para que o desenvolvimento turístico ocorra?

Há facilitadores que podem auxiliar nesse desenvolvimento? Quais?

- **Políticas públicas locais de incentivo ao turismo**

Quais ações foram ou estão sendo desenvolvidas pelo poder público para a promoção do turismo em Itumirim?

Como você avalia essas ações?

Quais são as principais dificuldades encontradas?

- **Papel Dos Atores Na Promoção Do Turismo**

Você já participou de reuniões de formulação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo em Itumirim?

Qual o seu papel na formulação dessas ações?

Como ocorrem essas reuniões?

Existem outros mecanismos de participação?

Acredita que a participação seja suficiente? O que falta?