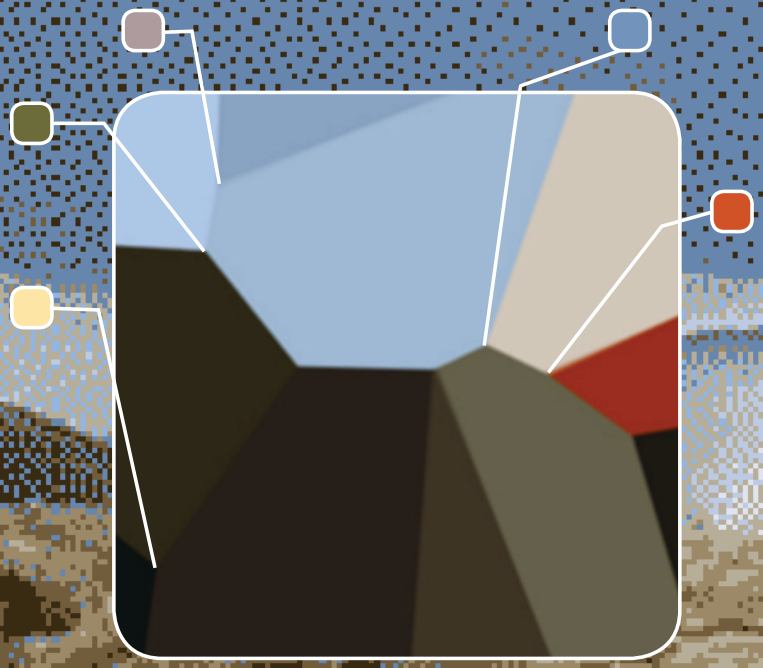
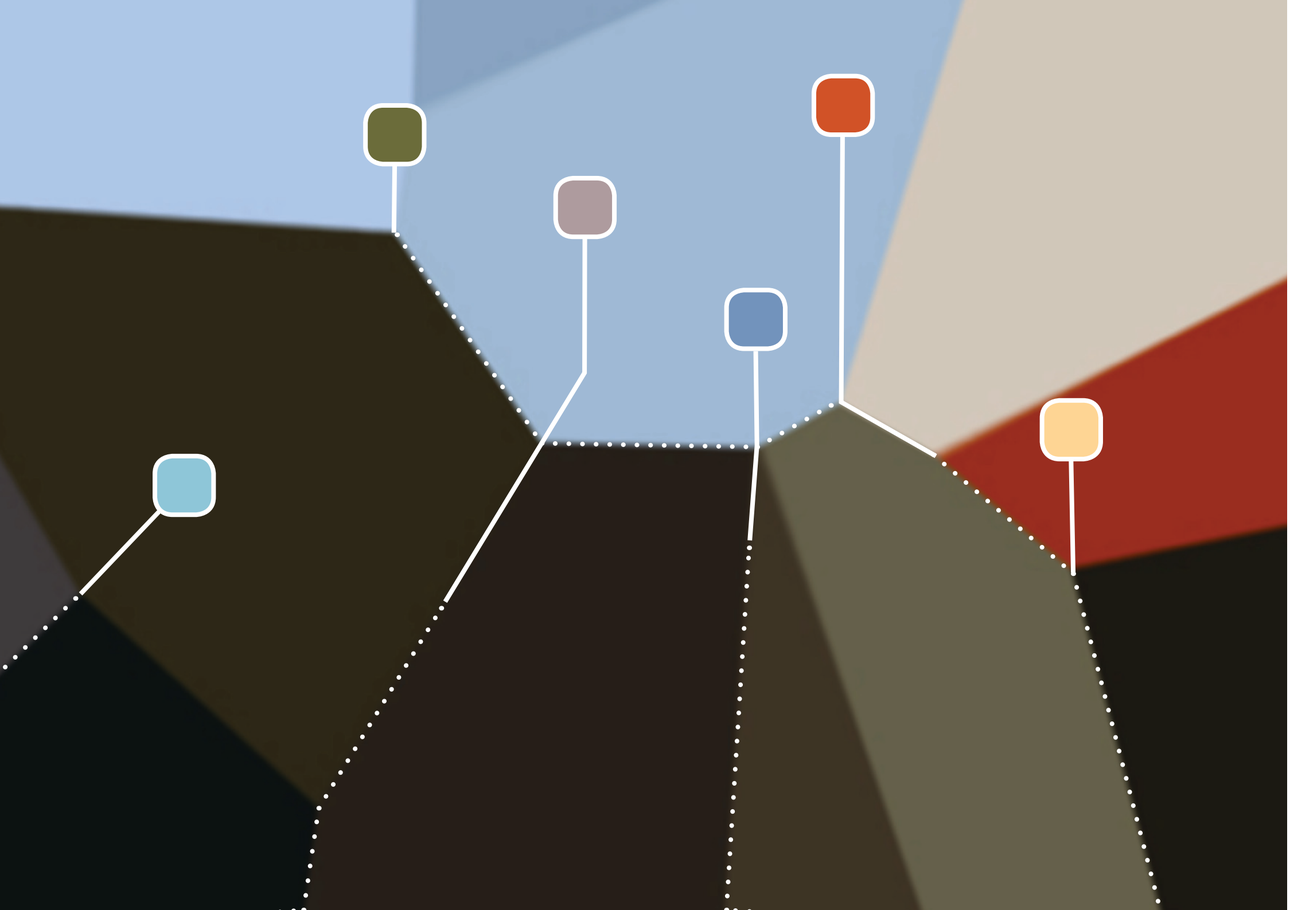
PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA - RJ

FOMENTO DO TURISMO NAS UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

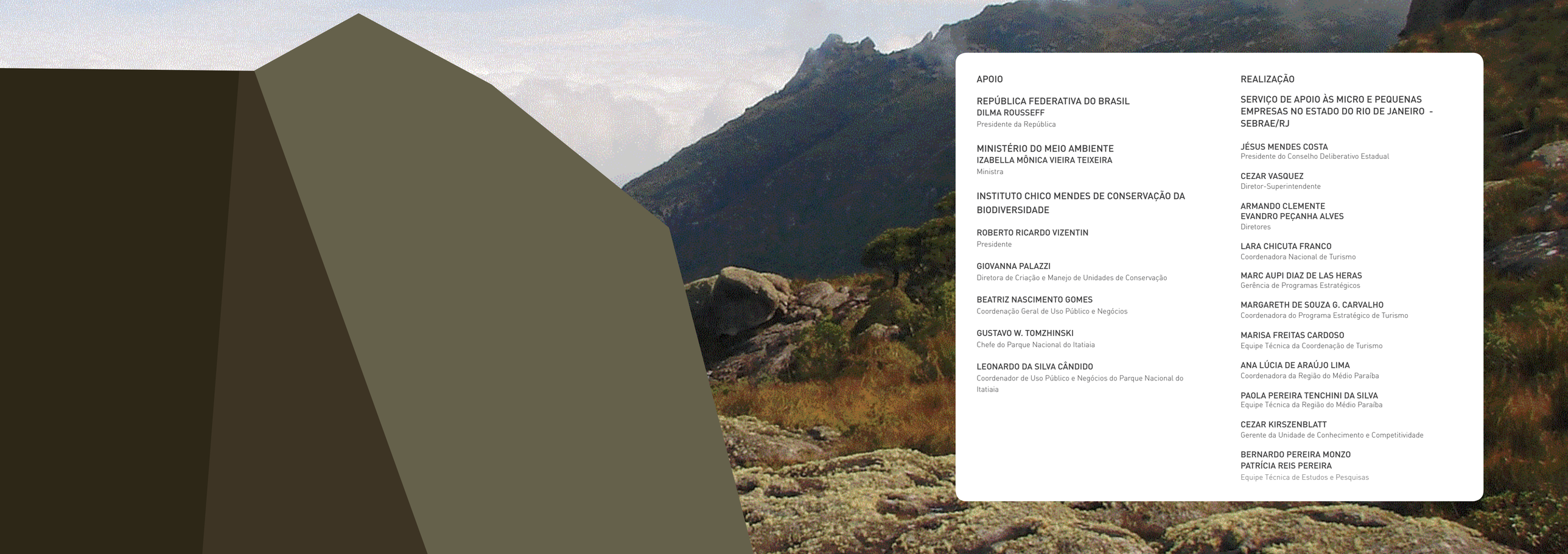




PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA - RJ

FOMENTO DO TURISMO NAS UNIDADES DE CONSERVAÇÃO.

2013



APOIO

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
DILMA ROUSSEFF
Presidente da República

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE
IZABELLA MÔNICA VIEIRA TEIXEIRA
Ministra

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE

ROBERTO RICARDO VIZENTIN
Presidente

GIOVANNA PALAZZI
Diretora de Criação e Manejo de Unidades de Conservação

BEATRIZ NASCIMENTO GOMES
Coordenação Geral de Uso Público e Negócios

GUSTAVO W. TOMZHINSKI
Chefe do Parque Nacional do Itatiaia

LEONARDO DA SILVA CÂNDIDO
Coordenador de Uso Público e Negócios do Parque Nacional do Itatiaia

REALIZAÇÃO

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - SEBRAE/RJ

JÉSUS MENDES COSTA
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

CEZAR VASQUEZ
Diretor-Superintendente

ARMANDO CLEMENTE
EVANDRO PEÇANHA ALVES
Diretores

LARA CHICUTA FRANCO
Coordenadora Nacional de Turismo

MARC AUPI DIAZ DE LAS HERAS
Gerência de Programas Estratégicos

MARGARETH DE SOUZA G. CARVALHO
Coordenadora do Programa Estratégico de Turismo

MARISA FREITAS CARDOSO
Equipe Técnica da Coordenação de Turismo

ANA LÚCIA DE ARAÚJO LIMA
Coordenadora da Região do Médio Paraíba

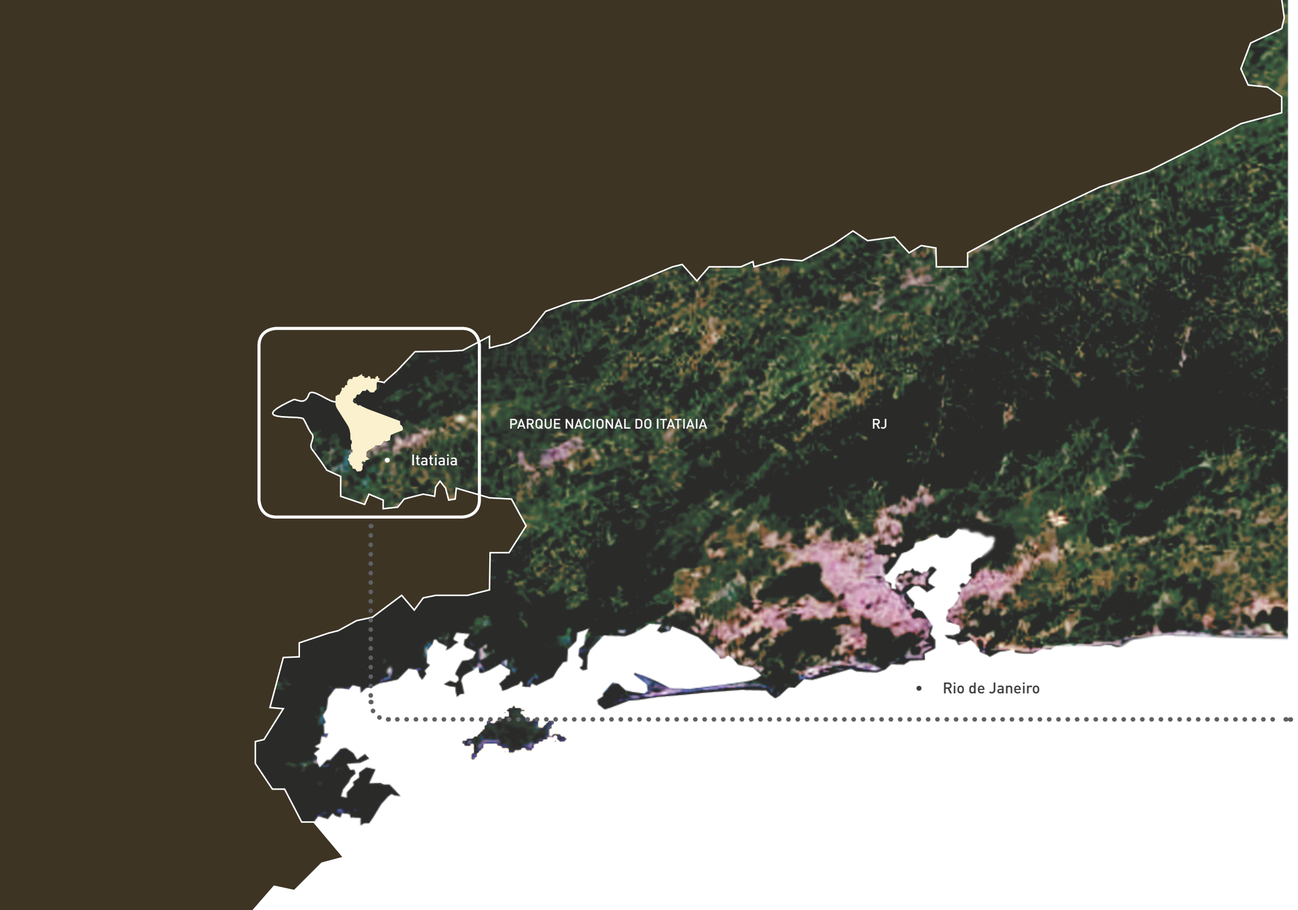
PAOLA PEREIRA TENCHINI DA SILVA
Equipe Técnica da Região do Médio Paraíba

CEZAR KIRSZENBLATT
Gerente da Unidade de Conhecimento e Competitividade

BERNARDO PEREIRA MONZO
PATRÍCIA REIS PEREIRA
Equipe Técnica de Estudos e Pesquisas

"... até os anos 60 (séc. XX), os administradores do turismo objetivavam ampliar a demanda, tendo suas atenções concentradas no número de visitantes. A partir dessa época começou a tomar força, no mundo todo, a consciência de preservação do meio ambiente. Essas preocupações invadiram a gestão do turismo, que muito depende da preservação da natureza. Instalou-se, então, um conflito que dura até os dias de hoje e sempre ocorrerá. E esse choque de objetivos no ambiente do turismo coloca frente a frente a promoção e a preservação. A expansão do turismo deve ocorrer até o limite da capacidade territorial de receber visitantes. Deve-se impor limites ao crescimento do turismo, pela preservação do meio ambiente, tanto do ponto de vista físico como do social."

Petrocchi, 1998


PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA
RJ
Itatiaia
Rio de Janeiro

MG
PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA - RJ
SP

ÍNDICE

1. APRESENTAÇÃO 14

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 20

3. PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA 34
3.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL

4. INFORMAÇÕES SOBRE OS MUNICÍPIOS DO RIO DE JANEIRO NO ENTORNO DO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA 38
4.1. MUNICÍPIO DE RESENDE 38
4.2. MUNICÍPIO DE ITATIAIA 47

5. A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA 72

6. OS DIVERSOS OLHARES DOS ATORES SOCIAIS SOBRE O PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA 80
6.1. MORADORES 81
6.2. TURISTAS 110
6.3. RESPONSÁVEIS POR EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS-EMPRESAS 136
6.4. FORMADORES DE OPINIÃO 184

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS 204

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 210

9. FICHA TÉCNICA 214

1. APRESENTAÇÃO

O estudo para fomento turístico do Parque Nacional do Itatiaia buscou identificar perspectivas de gestão que, além de apoiar o desenvolvimento do turismo, funcionem harmonicamente com o conjunto de elementos apropriados à sustentabilidade.

Com o foco estratégico no fomento e no fortalecimento do setor de turismo nos municípios fluminenses no entorno do Parque Nacional do Itatiaia, o estudo pretende que, por meio de geração e disseminação de conhecimento, aprimoramento de produtos, associativismo, inovação e um acesso adequado ao mercado, seja também promovida uma articulação qualitativa entre parceiros, ativando os elos da cadeia produtiva do Turismo.

O projeto original será por meio do estudo, alavancado pelo fortalecimento dos micro e pequenos negócios neste destino, ligados direta ou indiretamente à Unidade de Conservação (UC) – o Parque Nacional do Itatiaia (PARNA Itatiaia) –, com objetivos pautados pela inovação, sustentabilidade e preservação ambiental, tratando-os como um diferencial competitivo a ser agregado às MPEs locais. O estudo também analisará e indicará a promoção ações de integração entre o Parque Nacional de Itatiaia e a cadeia produtiva no seu entorno, aproveitando de forma eficiente as potencialidades turísticas na região pesquisada.

Situada no Maciço do Itatiaia, na Serra da Mantiqueira, a Unidade de Conservação foi o primeiro parque nacional criado no país, em 1937. Com uma localização privilegiada, os limites do o Parque Nacional do Itatiaia abrangem os Municípios de Itatiaia e Resende (RJ) e Itamonte, Alagoa e Bocaina de Minas (MG), estando também próximo às divisas com o Estado de São Paulo.

Por intermédio de pesquisas de caráter exploratório e descritivo realizadas em campo, junto aos moradores, turistas, agentes da cadeia produtiva e formadores de opinião, o estudo coletou os fatores pertinentes à cadeia produtiva e às diretrizes para utilizá-las de forma eficaz e eficiente, extraindo ações que se fazem necessárias para o fomento do setor turístico na região estudada – Itatiaia e Resende (RJ).

Durante o processo de investigação das informações colhidas para o estudo, levou-se em consideração as condições e as necessidades turísticas locais. Devido às suas particularidades, foram analisadas técnicas de utilização de uso sustentável dos recursos naturais, integradas com as políticas de administração das terras e águas circundantes ao parque.

O estudo para fomento da cadeia produtiva examinou a percepção do *trade* turístico no entorno do parque, para projetar o seu potencial em relação à atividade turística na atualidade. Baseado no diagnóstico dos dados colhidos durante as entrevistas abordou-se questões de cenários futuros, identificando os elementos que afetam a cadeia produtiva.

Recebendo mais de 90 mil visitantes pagantes por ano, os turistas que chegam ao PARNA Itatiaia desfrutarão de um contato próximo com a natureza, sejam eles motivados pelo de ecoturismo ou turismo de aventura. O local é ideal para caminhadas por trilhas e prática de rapel, *trekking*, montanhismo e escaladas. Também há cachoeiras e piscinas naturais, formadas pelos rios de águas cristalinas, muitos deles de grande relevância, por originarem bacias hidrográficas da Região Sudeste.

Historicamente, o Pico das Agulhas Negras tem sido uma das grandes atrações do Parque Nacional do Itatiaia, desde antes mesmo de sua inauguração. Localizado no alto da Serra da Mantiqueira e alcançando 2.791,55 metros de altitude, é o ponto culminante do parque e do Estado do Rio de Janeiro, a quarta montanha mais alta de Minas Gerais e a quinta do Brasil.

A primeira tentativa de escalada até o topo do Pico das Agulhas Negras ocorreu em 1856, por Franklin Massena. Outras tentativas sem sucesso foram feitas por André Rebouças em 1878 e Horácio de Carvalho em 1898. Porém, o cume só foi atingido em 1919, por Carlos Spierling e Osvaldo Lea. Oficialmente, a primeira mulher a escalar a montanha foi a Princesa Isabel, ao participar da expedição do botânico francês Auguste François Marie Glaziou, em maio de 1883.

O ecossistema formado pelas áreas do parque foi regulado pela Lei no 9985, sancionada em 2000, a qual cria um Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC) estabelecendo critérios e normas para criação, implantação e gestão de unidades de conservação. Por ser uma Unidade de Conservação de Proteção Integral, o Parque Nacional do Itatiaia deve ter preservado seu ecossistema, receber pesquisas científicas, desenvolver atividades de educação e interpretação am-

biental, recreação em contato com a natureza e a prática de turismo ecológico. As normas inclusive consideram as regras dos limites da unidade, os hábitats existentes e a presença de comunidades ribeirinhas ou indígenas.

A sustentabilidade, integrada à gestão da cadeia produtiva e ao meio ambiente, é um objetivo a ser conquistado por etapas e de forma contínua. Este estudo e seu conteúdo deverão abrir caminhos amplos e multifacetados para o mercado de turismo, pela da capacidade operacional das MPEs, em harmonia com as diversas práticas sustentáveis existentes, o que será um diferencial para o entendimento do sistema e o seu pleno funcionamento.

PARCERIA ICMBIO / SEBRAE

A parceria contempla um projeto de atendimento e fomento da cadeia produtiva, voltada para o setor turístico em Unidades de Conservação, neste caso específico, o Parque Nacional do Itatiaia. O projeto é direcionado para os pequenos negócios do turismo no entorno, abrangendo os municípios de Itatiaia e Resende, bem como, para gestores, coordenadores, condutores e trabalhadores do setor de turismo e do Parque.

Há resultados esperados, tanto intermediários como finalísticos. Com relação aos primeiros, considerou-se:

- O estímulo a novos negócios;
- O fomento do Turismo no Parque Nacional do Itatiaia;
- A criação de uma identidade/associação;
- A criação de novos produtos nas MPEs do destino;
- A geração de novas oportunidades de trabalho e renda;
- O aumento da competitividade e da lucratividade das MPEs e do parque;
- A diversificação da oferta turística;
- A criação de um roteiro integrado formatado, do segmento da natureza, integrando a cadeia produtiva do Turismo e o PARNA Itatiaia, com ofertas focadas para o mercado de turismo nacional e internacional;
- A participação nos Encontros de Negócios do setor, bem como a divulgação de roteiro autoguiado, por meio de canais convencionais e de mídias eletrônicas (blog, sites, *Twitter*, *Facebook*, aplicativos, *QR Code* e outros); e
- A presença de empresas de relevância como parceiros apoiadores, para sustentação do projeto.

Para os resultados finalísticos, a parceria projeta:

- Um aumento da renda dos empresários de micro e pequenos negócios que compõem a cadeia produtiva do projeto em 4%, até 2014 e 7%, até 2015;
- Um incremento no fluxo de visitação no parque e aumento da permanência de turistas nos destinos envolvidos no projeto em 4%, até 2014 e 7%, até 2015;
- Uma ampliação do índice de maturação na gestão dos micro e pequenos negócios, em 3%, até 2014 e 5%, até 2015, e,
- Um crescimento do grau de responsabilidade social, nos micro e pequenos negócios da cadeia do projeto, em 3%, até 2014 e 5% até 2015.

Além disso, as empresas devem estar em conformidade com aspectos da sustentabilidade presentes na legislação, aproveitando também as oportunidades surgidas por meio de políticas de governo que incentivam a adoção de práticas sustentáveis em todo o processo produtivo.

O Sebrae/RJ mantém sua função de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável de micro e pequenos negócios da região, atendidos em seus projetos de turismo e comércio. Sua atuação como agente agregador em iniciativas e grande parceiro de importantes organismos, tal qual o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), fortalece a economia e a cadeia produtiva do Turismo local.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos escolhidos para o estudo e análise da cadeia produtiva do Turismo no Parque Nacional do Itatiaia incorporam dados que permitem colher os indicadores necessários para conclusão de investigação exploratória de campo.

Paralelamente, realizou-se um levantamento de dados secundários sobre cadeias produtivas do Turismo, entidades governamentais e privadas. Foram efetuadas pesquisas de caráter exploratório-descritivo, com abordagem tanto qualitativa quanto quantitativa. Nelas, os pesquisadores colheram informações por meio de entrevistas, formulários, observações e análise *in loco*.

Para o alcance dos propósitos desejados, as pesquisas foram direcionadas e aplicadas em quatro grupos de interesse:

1. EMPRESAS (EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS E RESPECTIVOS DADOS EMPRESARIAIS);

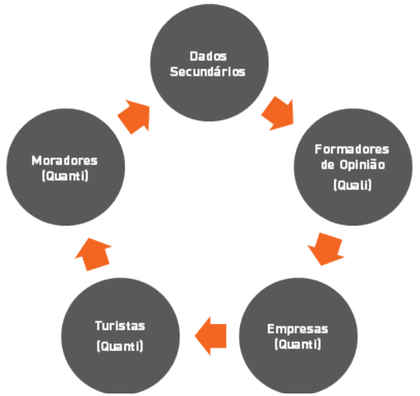
2. TURISTAS QUE FREQUENTAM O PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA;

3. A POPULAÇÃO LOCAL, PARA AVALIAÇÃO DO GRAU DE PERCEPÇÃO SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA; E

4. FORMADORES DE OPINIÃO.

Os consultores realizaram diariamente, durante o período compreendido entre os dias 14 e 18 de agosto de 2013, um extenso e cuidadoso trabalho de campo junto aos elementos dos grupos acima mencionados.

Estipulou-se que a abordagem para obtenção de dados seria feita por meio de um instrumento de pesquisa (questionário), composto com perguntas fechadas, abertas e semiabertas que abordassem diversos temas de relevância, referentes ao mapeamento pretendido. A pesquisa foi cuidadosamente elaborada de modo que proporcionasse, a partir de seus resultados, as indicações de planejamento, organização e controle de ações que melhorem e aperfeiçoem de fato as interações da cadeia produtiva do Turismo e que, certamente, corroboram as futuras ações a serem realizadas pelo Sebrae/RJ.



Método de coleta de dados utilizado

As pesquisas de campo realizadas foram de natureza quanti-qualitativa. Desenvolveu-se uma pesquisa Survey, consistindo na aplicação de questionários previamente testados junto aos públicos-alvo e com características compatíveis com as encontradas na área de pesquisa proposta.

Descreve-se a pesquisa Survey como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente um questionário (Tanur apud PINSONNEAUTLT & KRAEMER, 1993).

A metodologia selecionada é totalmente coerente com o objetivo do trabalho, uma vez que a pesquisa Survey é recomendada quando:

A) DESEJA-SE RESPONDER QUESTÕES DO TIPO "O QUÊ?", "POR QUÊ?", "COMO?", E "QUANTO?", OU SEJA, QUANDO O FOCO DE INTERESSE É SOBRE "O QUE ESTÁ ACONTECENDO", OU "COMO E POR QUE ISSO ESTÁ ACONTECENDO";

B) NÃO SE TEM INTERESSE OU NÃO É POSSÍVEL CONTROLAR AS VARIÁVEIS DEPENDENTES E INDEPENDENTES;

C) O AMBIENTE NATURAL É A MELHOR SITUAÇÃO PARA ESTUDAR O FENÔMENO DE INTERESSE; E

D) O OBJETO DE INTERESSE OCORRE NO PRESENTE OU NO PASSADO RECENTE.

O estudo amostral permeia a estratificação e os cálculos seguros quanto à quantidade de pesquisas realizadas. Foram analisados, dentro do universo, os parâmetros quantitativos com delimitação geográfica.

E sob a ótica qualitativa, o desenvolvimento das pesquisas acompanhou o perfil do universo desejado conforme indicações expressas do Sebrae/RJ, usualmente formadores locais de opinião, representantes de entidades de classe e participantes do Conselho Consultivo do Parque Nacional do Itatiaia. A preocupação quanto à adequação e representatividade dos entrevistados proporcionou excelente credibilidade ao trabalho de campo.

Apesar da amplitude das pesquisas realizadas, é fundamental que se atente para o conjunto de fatos em vez de uma leitura isolada. Em momento algum, as pesquisas intencionam concluir ou extrapolar resultados, visto que o objetivo predominante é compreender a realidade de local diante dos desafios de estabelecer uma cadeia produtiva sustentável que tenha o Parque Nacional do Itatiaia como indutor.

Quanto ao cálculo amostral, foi definida uma amostra probabilística, com intervalo de confiança de 95,5% e margem de erro de 5%, sendo analisados fatores determinantes do tamanho desta amostra, compatíveis com o número de entrevistados previamente determinado.

A amostra efetivamente realizada permitiu elucidar o cenário atual com dados primários, estratificada da seguinte forma:

DESCRIÇÃO	Fontes Primárias	
	Nº	%
Moradores	410	63,6%
Turistas	156	24,2%
Empresas	79	12,2%
Total	645	100%

Para a pesquisa Survey, elaboraram-se quatro instrumentos de coleta de dados e sua composição contou com a participação dos parceiros do projeto, além de terem sido testados com pessoas que apresentavam perfis equivalentes aos que iam ser efetivamente pesquisados. Todos os questionários foram elaborados contendo questões diversas, divididas em itens estruturados. Para visualização da amplitude dos questionários, apresentam-se abaixo suas composições completas:

1. QUESTIONÁRIO DESTINADO AO LEVANTAMENTO DADOS EMPRESARIAIS (EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS):

CARACTERIZAÇÃO GERAL - Forma jurídica; Natureza; Número de funcionários; Condição de posse do imóvel; Adequação do imóvel quanto às atividades; Quantidade de clientes atendidos em 2012; Valor médio pago por clientes em 2012.

PERFIL DO PÚBLICO ATENDIDO - Com que frequência atende: Poder aquisitivo; Faixa etária; Composição dos grupos por faixa etária; Nacionalidade.

NECESSIDADES DA EMPRESA – A empresa tem: Planejamento empresarial formalizado, com objetivos e metas; Controle formalizado de receitas e custos; Sistema informatizado de gestão; Sistema de controle de eficiência energética; Site na internet; Sistema de reservas ou vendas pela internet; Verba definida para ações de comunicação; Pesquisas de satisfação de clientes; Sistema de registro de reclamações; Programas de treinamento e capacitação de pessoal periódicos; Sistema de tratamento de resíduos; Sistema de controle de poluição de qualquer natureza; Programa de coleta seletiva; Programa de reciclagem de qualquer tipo ou de uso racional de recursos; Projetos sociais próprios; Certificações.

DIFICULDADES: Quais são as principais dificuldades no dia a dia do seu negócio: Em relação ao pessoal? Em relação à administração do negócio? Quanto às necessidades de treinamento da empresa e quais são elas?

ENVOLVIMENTO COM ASSOCIAÇÕES - A empresa participa de alguma associação ou entidade de classe?

RELACIONAMENTO COM ELOS DA CADEIA - Quais são os principais problemas do turismo na região? Para cada um dos públicos, diga qual é o tipo de relação predominantemente estabelecida: Agências de turismo, Operadores de turismo especializados, Artesanato, Atrativos turísticos organizados, Entretenimento e cultura (atividades recreativas, culturais e desportivas, centros comerciais, centros de convenções, parques de exposições, diversão, comerciais e galerias de arte), Guias, condutores e monitores de turismo (incluindo associações), Meios de hospedagem, Empresas de alimentação turística, Transportes (incluindo locadoras de veículos), Poder Público, Escolas de Turismo, Entidades de Fomento. Em relação ao Parque Nacional do Itatiaia: Tem algum relacionamento? Tem material de divulgação disponível? Recomenda aos clientes? Considera como o maior atrativo do destino? Considera adequado à visitação? Considera adequado à prática de atividades na natureza? Gosta de tê-lo como vizinho? Considera que é relevante para a economia da região? Considera que tem impacto positivo no seu negócio? Preferia que não existisse? Quais são as suas sugestões para o Parque Nacional do Itatiaia?

2 - QUESTIONÁRIO PARA TURISTAS:

PARA BRASILEIROS - Quantas vezes você viajou dentro do Brasil, para passear, descansar, se divertir, ou seja, deslocou-se de sua residência, por no mínimo 24 horas e não mais que um ano nos últimos 12 meses? E para fora do Brasil? Em que estado brasileiro você mora?

PARA ESTRANGEIROS - Quantas vezes você viajou dentro do seu país, para passear, descansar, se divertir, ou seja, deslocou-se de sua residência, por no mínimo 24 horas e não mais que um ano nos últimos 12 meses? E para fora do seu país? Quantas vezes já veio ao Brasil para passear, descansar, se divertir? E por outros motivos? Você já visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação fora do Brasil? Sim; Não. Considerando que já visitou outros Parques Nacionais fora do Brasil e fazendo uma comparação, você diria que o Parque Nacional do Itatiaia é melhor, igual ou pior às outras em: Acessibilidade para deficientes e idosos; Segurança no trajeto para chegar; Informações disponíveis antes de chegar ao local; Informações na chegada ao parque; Atendimento amável, pessoas educadas e treinadas para receber o turista; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Normas de segurança colocadas em prática; Infraestrutura geral como banheiros, locais para sentar, comer e apreciar a natureza; Preço justo; Natureza exuberante; Disponibilidade de guias; Horário de funcionamento adequado ao turista; Material de divulgação como mapas; Cuidados com o meio ambiente; Atividades para crianças. Em que país você mora?

PARA TODOS - Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou, pelo menos, participou da decisão? Decidiu sozinho; Participou da decisão; Outra pessoa decidiu. Por favor, dê uma nota geral de 1 a 10 para a sua satisfação com esta viagem; Qual foi o principal motivo de você ter dado esta nota? Qual é o principal motivo desta sua viagem? Descansar, passear, divertir; Entrar em contato com a natureza; Negócios; Estudos; Visitar parentes e amigos; Eventos / Festa Regional; Outro. Você já visitou o Parque Nacional do Itatiaia? Sim; Não. Se SIM, já visitou o site do Parque Nacional do Itatiaia? Sim; Não. As informações encontradas no site do Parque foram: Totalmente satisfatórias; Satisfatórias; Insatisfatórias; Totalmente insatisfatórias; Não sei. Qual foi o meio de transporte utilizado para chegar até o Parque Nacional do Itatiaia? Ônibus de agência de turismo; Traslado fretado; Carro próprio; barco; Outro. Qual foi o meio de transporte utilizado para chegar até o destino? Avião; Avião e carro; Avião e ônibus convencional; Avião e ônibus de agência de turismo; Avião e traslado fretado; Carro; Ônibus; Barco; Outro. Você já visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação no Brasil? Sim; Não. Tem interesse em visitar? Considerando que já visitou outros Parques Nacionais no Brasil e fazendo uma comparação, você diria que o Parque Nacional do Itatiaia é melhor, igual ou pior aos outras em: Acessibilidade para deficientes e idosos; Segurança no trajeto para chegar; Informações disponíveis antes de chegar ao local; Informações na chegada ao parque; Atendimento amável, pessoas educadas e treinadas para receber o turista; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Normas de segurança colocadas em prática; Infraestrutura geral como banheiros, locais para sentar, comer e apreciar a natureza; Preço justo; Natureza exuberante; Disponibilidade de guias; Horário de funcionamento adequado ao turista; Material de divulgação como mapas; Cuidados com o meio ambiente; Atividades para crianças. Por favor, dê uma nota de 1 a 10 para a importância de cada fator a seguir. Quanto mais importante, maior a nota. Em seguida, você vai dar uma nota tam-

bém de 1 a 10 para a sua satisfação, pensando aqui neste local (destino): Informações precisas sobre atividades e prestadores de serviços; Boa qualidade de vida da comunidade local; Limpeza das ruas e lugares públicos em geral; Segurança no ir e vir; Transporte coletivo; Serviços médicos; Serviços como bancos, telefonia e internet; Atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida; Hospedagem confortável no destino; Empresas com profissionais competentes para realizar atividades na natureza; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Variedade de atividades para fazer e para vários gostos; Cultura local preservada, Costumes marcantes; Bons locais para comer e beber; Comércio em geral; Luxo, conforto e charme ao mesmo tempo; Normas de segurança colocadas em prática; Tranquilidade, vida pacata; Vida noturna; Preço justo; Natureza exuberante; Patrimônio histórico/cultural; Arquitetura urbana. Você teve alguma dificuldade nesta sua viagem? Se sim, qual? Que sugestões você daria para que este destino se torne mais adequado para pessoas como você, o que você acha que deveria ser mudado ou melhorado? Você mora: Na capital; No interior. Quantas pessoas estão com você nesta viagem? Se estiver acompanhado, estas pessoas são: Família; Amigos; Namorado(a); Grupo de turismo; Outro. Quanto você estimou gastar nesta viagem, apenas com seus gastos pessoais? Gênero: Masculino; Feminino. Qual sua idade? De 18 a 24 anos; De 25 a 29 anos; De 30 a 39 anos; De 40 a 49 anos; De 50 a 59 anos; 60 anos ou mais. Qual dessas frases descreve melhor sua situação atual? Solteiro, mora só; Solteiro e mora com pai/mãe, parentes ou amigos; Casado/união estável sem filhos (recém-casado); Casado/união estável com filhos pequenos (até 10 anos); Casado/união estável com filhos adolescentes; Casado/união estável com filhos adultos (maiores de 18 anos); Casado/União estável com filhos que não moram em casa; Divorciado/viúvo, mora só; Divorciado/viúvo, mora com parentes, amigos. Qual o seu maior grau de instrução? Fundamental incompleto; Fundamental completo/Ensino médio incompleto; Ensino médio completo/Superior incompleto; Superior completo/Pós-Graduação. Qual é, aproximadamente, a renda mensal da sua família, ou seja, das pessoas que moram na mesma casa que você? Até R$ 2.550,00; De R$ 2.551,00 a R$ 5.100,00; De R$ 5.101,00 a R$ 7.550,00; De R$ 7.551,00 a R$ 10.200,00; De R$ 10.201,00 a R$ 15.500,00; De R$ 15.501,00 a R$ 20.400,00; R$ 20.401,00 ou mais; Não sabe/recusa a responder.

3 - QUESTIONÁRIO PARA MORADORES (PERCEPÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA):

Você sempre viveu aqui ou veio de fora? Nativo; Veio de fora. Se veio de fora, há quanto tempo vive aqui no município (em anos)? Quais são, em sua opinião, as melhores coisas do seu município (até 3 respostas)? Arquitetura urbana; Atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Bons locais para comer e beber; Comércio em geral; Cultura local preservada, costumes marcantes; Educação; Hospedagem confortável no destino; Limpeza das ruas e lugares públicos em geral; Natureza exuberante; Patrimônio histórico/cultural; Preço justo; Profissionalismo das empresas; Qualidade de vida da comunidade local; Segurança no ir e vir; Serviços como bancos, telefonia e internet; Serviços médicos; Tranquilidade, vida pacata; Transporte coletivo; Turismo; Variedade de atividades para fazer, para vários gostos; Vida noturna; Outros. E as três piores coisas do seu município (até 3 respostas)? Arquitetura urbana; Atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Bons locais para comer e beber; Comércio em geral; Cultura local preservada, costumes marcantes; Educação; Hospedagem confortável no destino; Limpeza das ruas e lugares públicos em geral; Natureza exuberante; Patrimônio histórico/cultural; Preço justo; Profissionalismo das empresas; Qualidade de vida da comunidade local; Segurança no ir e vir; Serviços como bancos, telefonia e internet; Serviços médicos; Tranquilidade, vida pacata; Transporte coletivo; Turismo; Variedade de atividades para fazer, para vários gostos; Vida noturna; Outros. Quais são os benefícios que o turismo traz para a cidade (até 5 respostas espontâneas)? Oportunidade de emprego; Bons salários; Movimento na cidade; Renda para a cidade; Melhoria das condições de vida da população; Crescimento do comércio; Preservação do meio ambiente; Outro. Quais são os problemas que o turismo traz para a cidade (até 5 respostas espontâneas)? Crescimento desordenado da cidade; Destruição do meio ambiente; Muito movimento, falta de tranquilidade, perda da privacidade; Não gera emprego para a população, só para gente de fora; Prostituição; Salários são baixos; Sujeira, poluição; Traz gente de fora para trabalhar; Violência; Outro. Se você colocar o turismo do Parque Nacional do Itatiaia na balança, acha que tem pontos: Só positivos; Mais positivos que negativos; Meio a meio; Mais negativos que positivos; Só

negativos; Não sabe. Pelo que sabe, mesmo que só de ouvir falar, você acha que o turismo aqui na sua cidade é melhor, igual ou pior ao de outras cidades em termos de: Informações precisas sobre atividades e prestadores de serviços; Boa qualidade de vida da comunidade local; Limpeza das ruas e lugares públicos em geral; Segurança no ir e vir; Transporte coletivo; Serviços médicos; Serviços como bancos, telefonia e internet; Atendimento amável, pessoas educadas e de bem coma vida; Hospedagem confortável no destino; Empresas com profissionais competentes para realizar atividades na natureza; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Variedade de atividades para fazer, para vários gostos; Cultura local preservada, costumes marcantes; Bons locais para comer e beber; Comércio em geral; Luxo, conforto e charme ao mesmo tempo; Normas de segurança colocadas em prática; Tranquilidade, vida pacata; Vida noturna; Preço justo; Natureza exuberante; Patrimônio histórico/cultural; Arquitetura urbana, Preservação do meio ambiente. Você já visitou o Parque Nacional do Itatiaia? Se NÃO: Por que você nunca visitou? Não gosta de Parques, natureza; Valor do ingresso; Falta de tempo; Acesso difícil, transporte; Falta de companhia, oportunidade; Não sabe o que tem lá; Outro. Se SIM: Quantas vezes você já visitou? O que você mais gosta no Parque Nacional do Itatiaia? Natureza; Atividades/Atrativos; Outros. E o que você menos gosta? Natureza; Atividades/Atrativos; Outros. O que motivaria você a frequentar mais vezes o Parque Nacional do Itatiaia? Você já visitou outras Reservas ou Parques Nacionais no Brasil? Sim; Não. Se NÃO, tem interesse em visitar? Sim; Não. Considerando que JÁ VISITOU outras Reservas ou Parques Nacionais no Brasil e fazendo uma comparação, você diria que o Parque Nacional é melhor, igual ou pior aos outros em: Acessibilidade para deficientes e idosos; Segurança no trajeto para chegar; Informações disponíveis antes de chegar ao local; Informações na chegada ao Parque; Atendimento amável, pessoas educadas e treinadas para receber o turista; Atividades emocionantes para fazer na natureza; Normas de segurança colocadas em prática; Infraestrutura geral como banheiros, locais para sentar, comer e apreciar a natureza; Preço justo; Natureza exuberante; Disponibilidade de guias; Horário de funcionamento adequado ao morador; Material de divulgação como mapas; Cuidados com o meio ambiente; Atividades para crianças. Você costuma recomendar aos turistas que visitem o Parque Nacional do Itatiaia? Sim; Não. Por quê? Gênero: Masculino; Feminino; Qual sua idade? Qual sua idade? De 18 a 24 anos; De 25 a 29 anos; De 30 a 39 anos; De 40 a 49 anos; De 50 a 59 anos; 60 anos ou mais. Qual dessas frases descreve melhor sua situação atual? Solteiro, mora só; Solteiro e mora com pai/mãe, parentes ou amigos; Casado/união estável sem filhos (recém-casado); Casado/união estável com filhos pequenos (até 10 anos); Casado/união estável com filhos adolescentes; Casado/união estável com filhos adultos (maiores de 18 anos); Casado/União estável com filhos que não moram em casa; Divorciado/viúvo, mora só; Divorciado/viúvo, mora com parentes, amigos. Qual o seu maior grau de instrução? Fundamental incompleto; Fundamental completo/Ensino médio incompleto; Ensino médio completo/Superior incompleto; Superior completo/Pós-Graduação. Qual é, aproximadamente, a renda mensal da sua família, ou seja, das pessoas que moram na mesma casa que você? Até R$ 2.550,00; De R$ 2.551,00 a R$ 5.100,00; De R$ 5.101,00 a R$ 7.550,00; De R$ 7.551,00 a R$ 10.200,00; De R$ 10.201,00 a R$ 15.500,00; De R$ 15.501,00 a R$ 20.400,00; R$ 20.401,00 ou mais; Não sabe/recusa a responder.

4 - ENTREVISTAS COM FORMADORES DE OPINIÃO

Gostaria que você me contasse a história do seu Destino. Quais foram os fatos marcantes? O que aconteceu de bom e de ruim? Que problemas foram atacados ou solucionados e que novos problemas surgiram? Quais as perspectivas do destino do ponto de vista do turismo? Que tipo de público sua empresa atende? O que o turista que vem para o seu destino busca? E o que ele efetivamente encontra? Percebe alguma mudança no perfil ao longo dos anos? A que atribui essa mudança, se houver? Quais são as principais dificuldades no dia a dia do seu negócio? A empresa participa financeiramente ou como voluntária em algum projeto social do município? Qual? A empresa participa de alguma associação ou entidade de classe? Se sim, qual? Quais são os benefícios que o turismo traz para a região? E para o seu negócio? Quais os principais problemas do turismo na região? Imagine que você foi convidado para fazer uma palestra sobre o Parque Nacional do Itatiaia e que da sua palestra depende a liberação de recursos para o seu município. O que você diria à sua plateia? Você tem que falar só de coisas boas! Agora a situação mudou. Você vai ter que falar apenas dos problemas do Parque Nacional do Itatiaia porque,

quanto mais problemas, mais recursos receberão para investir em melhorias. Como seria o seu conceito de Parque Nacional ideal? O que você pensa sobre a uma marca para o Parque Nacional do Itatiaia? Se fosse criado um fundo de investimentos para manter o Parque Nacional do Itatiaia, com contribuições voluntárias ou não, como você acha que ele deveria funcionar? Seria viável? Quem deveria contribuir? Quem deveria tomar conta desse fundo? Que benefícios um projeto de integração do Parque Nacional do Itatiaia com a comunidade local, unindo todos os agentes, deveria ter para que as pessoas realmente participassem e se vissem como importantes no processo? Você acha que um valor cobrado pelo ingresso para o Parque Nacional do Itatiaia poderia aumentar ou diminuir o fluxo de visitantes? Por quê?

A coleta de dados constitui-se um importante momento no qual o pesquisador entra em campo, buscando extrair do entrevistado todas as informações solicitadas no instrumento de pesquisa, mas serve, também, para medir o grau de conhecimento e interesse deste público em atender às demandas da pesquisa. Todavia, a coleta de informações em campo encontrou algumas dificuldades, das quais se apontam:

- A desconfiança e algumas recusas do público-alvo ao responder à pesquisa; e
- A preocupação com o sigilo da informação - garantida a todo o momento -, para que concordassem em responder, e a exigência, em alguns casos de que fossem suprimidas informações pessoais e específicas do entrevistado.

3 . PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA

3.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL

Itatiaia é o parque nacional mais antigo do Brasil, criado em junho de 1937, ocupando uma área de 11.943 ha, antes pertencente ao Visconde de Mauá e adquirida pela Fazenda Federal, em 1908. A origem do nome Itatiaia é tupi e significa penhasco cheio de pontas ou pedra pontuda, associado ao perfil escarpado da serra.

As terras que compõem o Parque Nacional do Itatiaia foram adquiridas pela Fazenda Federal em 1908, quando foi tentada a criação de dois núcleos coloniais em projeto que foi mal sucedido.

Em 1913, o botânico Alberto Loefgren solicitou ao ministro da Agricultura Cândido Rodrigues a criação de um parque nacional no Maciço do Itatiaia. Durante uma conferência da Sociedade de Geografia do Rio de Janeiro, o naturalista e geógrafo José Hubmayer também defendeu a ideia da instalação de um parque nacional na região, recebendo apoio do barão Homem de Melo, especialista em geologia, botânica e geografia.

Apesar do empenho deles, a reserva só seria criada 24 anos mais tarde. Ainda em 1914, as terras foram incorporadas ao patrimônio do Jardim Botânico. Posteriormente, o território passou para o Ministério da Agricultura que, em 1929, criou uma Estação Biológica, subordinada ao Jardim Botânico do Rio de Janeiro.

O Parque Nacional do Itatiaia surgiu graças ao Decreto N.o 1.713, emitido em 14 de junho de 1937 por Getúlio Vargas, a partir da Estação Biológica do Itatiaia. O decreto de criação previa a transferência do conjunto das benfeitorias existentes no local para o recém-criado parque nacional.

Nas proximidades do parque, as terras devolutas sob o domínio da União foram reservadas pelo mesmo decreto para a instalação de hotéis e da infraestrutura necessária à recepção de turistas na região. O mesmo decreto mencionava, ainda, a incorporação ao parque de pequenos lotes pertencentes a particulares, já ocupados em terras do domínio da União.

A área do PARNA Itatiaia foi ampliada para aproximadamente 30 mil hectares, em 20 de setembro de 1982, graças ao Decreto Nº 87.586, emitido pela Presidência da República.

A proteção da Mata Atlântica foi o motivo fundamental para a criação do Parque Nacional do Itatiaia, o que permitiu a preservação de seus ecossistemas. Além do Parque Nacional do Itatiaia, a Serra da Mantiqueira possui outras unidades de proteção ambiental, como o Parque Estadual Serra do Brigadeiro e Parque Serra do Papagaio, ambos em Minas Gerais e o Parque Estadual de Campos do Jordão, no Estado de São Paulo.

O Parque está inserido na Serra da Mantiqueira, uma das maiores cadeias montanhosas da Região Sudeste brasileira, e detém um rico e diverso bioma da Mata Atlântica, com formações mistas de campos, florestas e enclaves de matas de araucária. Por estar nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, a Mantiqueira é de suma relevância econômica, pois concentra nesses estados mais da metade do Produto Interno Bruto do país.

Toda a área da Serra da Mantiqueira, compreendida entre Queluz (SP) e Barra Mansa (RJ), era ocupada originalmente pelos índios Puris, da etnia Tupi-Guarani. A partir do início do século XIX, a natureza da região começa a ser desvendada por naturalistas brasileiros e estrangeiros.

A Mantiqueira, palavra de origem indígena que significa "lugar onde nascem as águas" ou "serra que chora", resulta da grande quantidade de nascentes e cursos d'água, responsáveis pela formação de inúmeras bacias hidrográficas da Região Sudeste. As nascentes de suas águas abastecem as pequenas cidades e os grandes centros urbanos do seu entorno e parte do Estado do Rio de Janeiro, além de contribuir com o Sistema Cantareira, que abastece a Região Metropolitana de São Paulo.

As nascentes da Serra também abastecem as bacias dos rios Paraná, Verde, Grande, Jaguari, Sapucaí, Sapucaí-Mirim e Paraíba do Sul, o qual fornece água para grande parte da população fluminense. É considerada a maior província de água mineral do mundo não apenas pela quantidade, mas pela qualidade de seus recursos hídricos.

CRONOLOGIA

- 1856 - O engenheiro José Franklin Massena faz a primeira expedição ao Planalto do Itatiaia.
- 1878 - O engenheiro André Rebouças visita a região e propõe a criação de áreas naturais protegidas.
- 1908 - O governo adquire 48 mil hectares das fazendas do filho do Visconde de Mauá destinados para implantação de Núcleos Coloniais para imigrantes.
- 1914 - Fracassado o projeto de colonização, dá-se início à instalação da Reserva Florestal nas terras do extinto Núcleo Colonial de Itatiaia.
- 1928 - Instalação da Estação Biológica do Jardim Botânico do Rio de Janeiro.
- 1937 - Getúlio Vargas cria o Parque Nacional do Itatiaia, primeiro parque federal do Brasil.
- 1942 – Início da construção do Edifício Sede, atual Centro de Visitantes na Reserva.
- 1950 - Construção das edificações e abrigos Massena, Rebouças e Lamego na Unidade de Conservação.
- 1982 - Ampliação da área do Parque Nacional.
- 1996 - Museu da Flora e Fauna passa a ser o Centro de Visitantes Prof. Wanderbilt Duarte de Barros.
- 2001 - Implantação do PREVFOGO.
- 2007 - Inauguração da revitalização do PARNA Itatiaia, durante as comemorações dos seus 70 anos.

O Parque Nacional do Itatiaia está localizado numa divisão do relevo que ocupa a borda do Planalto do Alto Rio Grande, na Serra da Mantiqueira. Possui relevos de montanhas e formações rochosas, com encostas abruptas e penhascos, partes baixas e campos de altitude.

Besser Consultoria

Nas encostas de Mata Atlântica, encontra-se vegetação formada por espécies bem exóticas, únicas, inexistentes em outras regiões do Brasil como orquídeas terrestres, bromélias, quaresmeiras, brincos-de-princesa, margaridas e lírios.

Na sua fauna estão os ameaçados gavião-real e onça-suçuarana, bugios, quatis e aves de diversas espécies, ratos-do-mato, cachorros-do-mato, além de dezenas de espécies de anfíbios e lagartos.

O ponto culminante é Itatiaiuçu, no Pico das Agulhas Negras, com 2.787 metros de altitude. O Parque Nacional também abriga a Serra do Maromba, com 2.607 metros, a Cabeça do Leão, com 2.408 metros, o Dois Irmãos, com 2.500 metros e as Prateleiras a 2.540 metros de altitude.

Com sua área de 30 mil hectares e perímetro de 90 km, o Parque tem clima é mesotérmico com temperatura média anual, dependendo da altitude, entre 15° e 27°C, observando-se diferença de 700 mm na pluviosidade média, em função da altitude. As temperaturas médias anuais são entre 20 e 22°C, com máximas de até 38°C, no verão, e mínimas até -7°C, no inverno.

GEOLOGIA

O perfil geológico do Itatiaia é formado por sienitos, foiaitos, pulaskitos, quartzo-sienitos, brechas e granito alcalino. Apesar de serem semelhantes ao granito, suas formações rochosas são consideradas raras, pouco encontradas no resto do país. Os matacões do parque (gigantescas pedras arredondadas e soltas) são resquícios de uma enorme avalanche, ocorrida há 40 milhões de anos, quando o vulcão que existia em Itatiaia atingia estimados 5 mil metros de altura. A explosão desse vulcão criou uma imensa bolsa de magma que ao resfriar e lentamente endurecer, formou então os picos das Agulhas Negras como parte da câmara de magma que sobrou da erupção.

HIDROGRAFIA

Importantes nascentes de rios que compõem as bacias hidrográficas do Rio Paraíba do Sul e do Rio Grande estão na região do Parque Nacional do Itatiaia. Sua rede hidrográfica é composta por rios de águas claras, que ao percorrerem a descida formam cachoeiras e algumas piscinas naturais.

Os principais rios são Campo Belo, Maromba, Flores, Marimbondo, Preto e Aiuruoca. Na parte alta do Parque (Planalto) estão as lagoas Bonita e Dourada – na verdade, lagos erroneamente chamados de lagoas – além de lagos menores. Devido à altitude, as águas dos lagos congelam durante os invernos mais rigorosos.

INFRAESTRUTURA

Sua infraestrutura é composta pelo Centro de Visitantes, sala de exposições, sala com a maquete tridimensional do parque, auditório para 65 pessoas, biblioteca, refeitório, escritórios, museu e orquidário. O Centro de Visitantes conta com bom acervo de plantas, mamíferos, répteis, aves e insetos da região.

O Auditório Tom Jobim, no Centro de Visitantes, funciona como recepção do Parque Nacional do Itatiaia, sendo o ponto de encontro para informações sobre os atrativos naturais e com as instruções de conduta consciente em ambientes naturais.

As salas de exposição abrigam material de montanhismo e recebem exposições itinerantes com trabalhos de arte, cultura e meio ambiente. A Calçada da Fauna reproduz as pegadas de diversos animais da Mata Atlântica e também há uma sala interativa.

O Parque Nacional do Itatiaia oferece diversas opções para os turistas como caminhadas, montanhismo, escalada, travessias, banhos em cachoeiras ou piscinas naturais, além de observação da diversidade de fauna e flora.

O PARNA Itatiaia conta com algumas ruas internas asfaltadas, totalizando 32 quilômetros. Tem duas portarias e três postos de vigilância - na Maromba e no Lago Azul - e outro no acesso à sede. Existem ainda 22 residências funcionais e dois alojamentos para pesquisadores. A sede administrativa possui almoxarifado e garagem. Na frota de veículos que servem ao Parque há utilitários, carros de passeio e caminhão.

Há rede elétrica e hidráulica do parque, além de equipamentos com sistema de comunicação em rede de internet, telefax, rádios comunicadores fixos, na sede e nos postos I, II e III, assim como rádios móveis, hand-talks e repetidora. O PARNA Itaiaia também disponibiliza em laboratórios acesso às pesquisas científicas de entomologia, vertebrados e invertebrados.

PREVFOGO

O Parque Nacional do Itatiaia já contava com uma equipe do Prevfogo, (Sistema Nacional de Prevenção e Combate aos Incêndios Florestais). Como reforço, em abril de 2013, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) autorizou a contratação de Brigadas Federais temporárias para serem incorporadas ao sistema.

SEGURANÇA

O Núcleo de Fiscalização do Parque Nacional do Itatiaia conta com agentes credenciados para realizar autuações. Os agentes dispõem do apoio da Polícia Florestal (RJ) e Polícia Ambiental (MG). A expansão urbana, com intervenções em áreas de preservação permanente e as atividades relacionadas à extração de palmito e captura de pássaros silvestres são apontadas como as principais ocorrências de infração.

PATRULHAMENTO E SEGURANÇA

POLÍCIA MILITAR

As bases mais próximas são a 2ª Companhia do 37º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro (37º BPM/2ªCia), com sede no Centro da cidade de Itatiaia e o Posto de Policiamento Comunitário, em Penedo.

POLÍCIA CIVIL

O Estado do Rio de Janeiro mantém no município a 99ª Delegacia Policial (99ª DP), subordinada à 9ª Coordenadoria Regional de Polícia do Interior (9ª CRPI).

GUARDA E DEFESA CIVIL MUNICIPAL

As prefeituras também possuem equipes de Defesa Civil, para monitoramento e auxílio da população em caso de desastres naturais.

CORPO DE BOMBEIROS

O 23º Grupamento do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro tem sua sede localizada no Município de Resende.

PLANOS DE MANEJO

Sendo o Parque Nacional do Itatiaia uma Unidade de Conservação, o manejo e gestão adequados devem estar amparados não só no conhecimento dos elementos que o compõem, mas também numa visão da interação entre seus elementos.

Basicamente, o plano de manejo consiste em um mapeamento feito por biólogos e outros profissionais afins para determinar prioridades e indicar alvos de investimentos. Contudo, este processo sofre alguns entraves a serem superados, pois as decisões geralmente pedem celeridade. A burocracia pela condição de órgão federal retarda alguns processos, o que permite imaginar se ocorreria mais simples e rapidamente se conduzido pela iniciativa privada.

Não obstante, o manejo de uma UC implica em elaborar e compreender o conjunto de ações necessárias para a gestão e uso sustentável dos recursos naturais em qualquer atividade na área interior do PARNA Itatiaia e seu entorno, de modo a conciliar maneiras adequadas aos espaços apropriados e a conservação da biodiversidade por seus diferentes tipos de usos.

Cabe aos técnicos o papel de supervisionar e orientar as equipes de planejamento do parque, coordenando ativamente todo o processo de planejamento. Por meio de um enfoque multidisciplinar, as características particulares de cada objeto específico do planejamento devem refletir um processo lógico de diagnóstico.

Ao longo do processo são tratadas as informações de diferentes naturezas, tais como dados bióticos e abióticos, socioeconômicos, históricos e culturais de interesse direto ou indireto da Unidade de Conservação e como estes se relacionam. Nesta conjuntura também se inclui a cadeia produtiva do Turismo que atua em função do Parque.

No plano de manejo do Parque Nacional do Itatiaia estão relacionadas duas áreas distintas: a parte baixa e a parte alta. No Planalto (parte alta do parque) há o menor número de visitantes, particularmente devido à dificuldade de acesso e falta de infraestrutura de permanência. Ainda assim, as trilhas localizadas na região superior são as mais danificadas pelo público visitante e, atualmente, encontram-se em processo de reabilitação recuperando-se de incêndios ocorridos na área.

A parte baixa é a área de maior visitação, devido ao acesso fácil e pela existência de infraestrutura de apoio ao turista como o Centro de Visitantes, a Sede Administrativa e o Núcleo de Pesquisa e Educação Ambiental.

O acesso à parte alta é feito pelo Município de Itamonte, em Minas Gerais e é lá que se encontram as formações rochosas com vegetação rasteira típica das altitudes superiores além dos campos de altitude. Já o acesso à parte baixa do parque ocorre nos Municípios de Resende e Itatiaia, no Estado do Rio de Janeiro, e abriga as cascatas e a floresta, com mais de 1.500 espécies de plantas nativas catalogadas e mais de 400 espécies de animais.

Pela riqueza da área, percebe-se que o plano de manejo deve estar em constante adaptação, atendendo um amplo conjunto de demandas. Quanto ao controle físico de acesso/controle, está previsto, para o segundo semestre de 2013, um novo posto na Garganta do Registro (Divisa RJ/MG).

REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA NO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA

Uma etapa para a regularização fundiária do Parque Nacional do Itatiaia foi alcançada após mais de 50 anos sem regularizar nenhuma propriedade, o que criava um passivo de difícil solução.

Entretanto, em julho de 2013, o parque recebeu o título de posse de uma propriedade próxima à Pedra Furada, parte alta da Reserva. A doação foi feita por meio de compensação de reserva legal. A escritura cobre uma área de 139 hectares. A incorporação da área faz parte da estratégia elaborada pela Coordenação Geral de Consolidação Territorial do ICMBio e pela equipe da Unidade de Conservação.

O parque ainda contempla cinco áreas desapropriadas, onze processos instruídos para desapropriação amigável, oito para regularização por meio de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal, além de outras cinco áreas homologadas para compensação de reserva legal, totalizando cerca de 2.500 hectares.

Em 2010, ao avaliar as desapropriações amigáveis e as áreas consideradas estratégicas para a integridade do Parque Nacional e seu uso público, o ICMBio adquiriu amigavelmente duas áreas localizadas no extinto Núcleo Colonial do Itatiaia, região onde o conflito fundiário era significativo.

No que concerne às vulnerabilidades do Parque Nacional do Itatiaia, as atividades ilegais praticadas na UC, mesmo as mais comuns, são arduamente monitoradas. Tal situação foi apontada e exposta em Relatório do WWF/Brasil (World Wide Fund For Nature), nos anos de 2005 e 2010 através do questionário "RAPPAM" (Rapid Assessment and Prioritization of Protected Area Management – Método para Avaliação Rápida e Priorização da Gestão). Em tal período, a gestão da Unidade sofreu pressões para desenvolver ações conflitantes contra os próprios objetivos do parque, sobretudo pela dificuldade na contratação de funcionários.

O estudo pesquisou o questionário RAPPAM aplicado em ambos cenários de 2005 e 2010. Um ponto importante é a crescente demanda pelos recursos naturais do parque, em função dos valores alcançados no mercado. O relatório do WWF, tanto em 2005 como em 2010, apontava que os objetivos da Unidade de Conservação entravam em conflito com as práticas culturais, crenças e usos tradicionais ainda praticados, e, também, sem dúvida, em função do baixo índice de aplicação dos instrumentos legais.

O relatório do WWF de 2005 indicava que o parque era uma importante fonte de emprego para as comunidades locais, uma vez que os habitantes obtinham dele a sua subsistência. Todavia, o relatório de 2010 apresenta uma mudança significativa, visto que os habitantes não mais consideravam que o uso sustentável de recursos oferecesse oportunidades de desenvolvimento para suas comunidades.

GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

Ao seguir os objetivos e as diretrizes estabelecidas institucionalmente pelo Ministério do Meio Ambiente e pelo ICMBio, a gestão do Parque Nacional do Itatiaia atua no sentido de promover a conciliação entre a proteção do Parque com os projetos e as atividades turísticas que lá ocorrem.

Através da manutenção de diálogo permanente do Conselho Consultivo e suas Câmaras Técnicas com os diversos segmentos da sociedade, verifica-se que sua ligação com o Parque vai muito além da simples vizinhança e do usufruto de seus valores naturais.

Entre as estratégias de conservação, cada UC deve avaliar a amplitude de sua efetividade. Para tanto é necessário organizar o conhecimento existente e incentivar as pesquisas direcionadas ao manejo e à conservação da biodiversidade em áreas protegidas e ambientes particulares.

As pesquisas e o monitoramento da biodiversidade fornecem análises dos dados obtidos, sendo fundamentais na estratégia de conservação de espécies ameaçadas, no ordenamento do uso de recursos naturais e no controle de conflitos. Ou seja, o conhecimento subsidia estratégias para manejar os recursos naturais, e permanentemente cuida da prevenção a escassez ou extinção de suas espécies.

VISITAÇÃO

O Parque Nacional do Itatiaia funciona diariamente, sendo cobrada uma taxa para visitação. A partir de 20 de setembro de 2013, o valor do ingresso individual será reajustado de R$ 22,00 para R$ 25,00. O visitante brasileiro tem desconto de 50% e o desconto de 90% é válido somente para os moradores do entorno do parque, ou seja, os Munícipios de Itatiaia e Resende (RJ) e os Municípios de Bocaina de Minas, Alagoa e Itamonte (MG). Crianças até 12 anos e idosos são isentos da taxa.

Caso o visitante pretenda permanecer no Parque Nacional do Itatiaia por mais de um dia, receberá um desconto de 50% nos fins de semana e feriados e de 90% durante a semana, aplicados sobre os valores do ingresso integral individual.

Além de pagar o ingresso, ao chegar ao local, é obrigatório o preenchimento de um cadastro de controle dos turistas exigido pelo Termo de Responsabilidade.

O período mais aconselhável para visitar o PARNA Itatiaia é entre os meses de abril e outubro, pois o inverno é a estação seca e as chuvas ocorrem com frequência no verão. Os acessos são bem sinalizados e existem guias especializados.

Moradores de Itatiaia podem seguir de ônibus circular que sai do Centro e segue até o parque. As observações mais importantes para o ingresso no parque são:

- A proibição da entrada de animais domésticos;
- Não é permitido o consumo de bebidas alcoólicas;
- Não é permitido fazer fogueira em áreas naturais;
- Só é permitido seguir as trilhas autorizadas, verificando-as na recepção do parque;
- Na época chuvosa, deve-se consultar a administração do parque sobre a possibilidade de ocorrência de trombas d'água, pois, além de inviabilizar o acesso às cachoeiras, o fenômeno acumula água nas cabeceiras dos rios, provocando enchentes repentinas e aumentando significativamente o risco de acidentes;
- O visitante da parte alta do parque pode contratar um dos guias cadastrados no Programa de Condutores de Visitantes, para auxiliar na experiência de visita;
- A exposição ao sol forte exige chapéu e protetor solar;
- É necessário que os turistas levem água e lanche, pois não existem opções de venda de alimentos;
- Todo o lixo deve ser coletado e descartado nos locais apropriados; e
- É terminantemente proibida a retirada de quaisquer exemplares da flora e fauna das Unidades de Conservação, salvo os casos em que houve autorização prévia dada pelo Instituto Chico Mendes, tais como autorizações para atividades com finalidade científica e didática. Os infratores têm as penalidades previstas na Lei de Crimes Ambientais (Lei 9605/98).

Há necessidade de agendamento para grupos. As escolas públicas poderão receber isenção mediante Ofício, em papel timbrado, solicitando a visita e indicando seu objetivo. Professores e funcionários de escolas particulares poderão ter isenção da taxa de ingresso, também mediante Ofício solicitando a visita. As visitas acontecem de terças a quintas-feiras, das 8h às 12h e das 13h às 17h, havendo possibilidade de agendamento para outros dias da semana, exceto segundas-feiras.

PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS

O Parque Nacional do Itatiaia é um atrativo turístico que deve e pode ser visitado mais de uma vez, seja pela amplitude de paisagens com cenários únicos seja pela grande diversidade de fauna e flora.

Considerando as partes alta e baixa, com seus acessos e atrativos turísticos distintos, lá se encontram "dois parques em um". Há opções para turistas que desejam apenas observar pássaros no hábitat natural, querem fazer passeios ou longas caminhadas, para montanhistas e naturalistas, enfim, para todos os apreciadores da natureza. Além disso, encontra-se água potável disponível por quase todo o parque, diretamente das nascentes.

Durante as caminhadas encontram-se formações rochosas, vales, fendas, blocos, cristas e rochas milenares, originadas provavelmente antes da divisão dos continentes. O Rio Campo Belo forma cachoeiras e piscinas naturais como Itaporani (a 3,5 km do Centro de Visitantes) e Poranga, além do Lago Azul (a 500 metros do Centro de Visitantes). É uma piscina natural com águas a temperatura média de 12ºC. A 1.150 metros de altitude, o Rio Maromba forma a cachoeira Véu da Noiva (4 km do Centro de Visitantes) e, logo a seguir, desce para outra queda d'água e forma uma piscina natural (Piscina do Maromba).

Ainda na parte baixa do parque encontram-se os mirantes Três Picos e o Último Adeus. O primeiro, situado a 1.662 metros de altitude, ao fim de uma trilha de seis quilômetros na mata, exibe uma vista privilegiada do Vale do Rio Paraíba do Sul e das Serras da Mantiqueira e do Mar. Já do Mirante do Último Adeus, a dois quilômetros da entrada do parque, contemplam-se belas vistas do Vale do Rio Campo Belo e também da Serra do Mar.

Na parte alta da UC está o Pico das Agulhas Negras, cuja trilha de acesso está entre rochas. O pico dá ao visitante uma vista de muita amplitude, pois suas paisagens cobrem vários pontos da região, tais como a Represa do Funil, Serra Fina, a região de Visconde de Mauá e Vale do Paraíba, e o Rio Paraíba. Ainda na parte alta, o Vale do Rio Aiuruoca contém a Cachoeira do Aiuruoca e a formação rochosa conhecida como "Ovos da Galinha", além das destacadas formações rochosas "Asa do Hermes" e a "Pedra do Altar". Esta última a 2.530 metros de altitude. A caminhada até lá dura cerca de uma hora, com

acesso pela trilha que parte da bifurcação do caminho para Agulhas Negras. O Pico Prateleiras, situado a 2.540 metros de altitude, é ideal para o rapel. É de fácil acesso e do alto é possível avistar o Planalto do Itatiaia, o Pico das Agulhas Negras e parte do Vale Encantado e da Serra Fina. Já a nascente do Rio Aiuruoca é a de maior altitude no território brasileiro. O acesso é feito por longa caminhada de nível pesado com cerca três horas de duração. Mas, ao longo da caminhada, podem-se observar quase todo o Parque Nacional do Itatiaia. E o Morro do Couto é uma região privilegiada para a prática de caminhadas, rapel ou escaladas. Apresenta uma privilegiada vista de seu cume, a 2.680 metros de altitude, tendo sido área de esconderijo nos tempos da escravatura.

ATIVIDADES DE TURISMO

As atividades de aventura são um dos grandes potenciais turísticos do parque e envolvem agentes da cadeia produtiva do Turismo. São elas:

CANIONISMO – praticado nas regiões onde nascem os rios, é a exploração a pé nas gargantas e cânions nas cabeceiras dos rios, usando técnicas como rapel, pular, nadar e escorregar, sem gerar impactos à natureza local. O caminho é o rio com suas corredeiras, cachoeiras, poços e pedras cobertas pela mata. A atividade exige alguma habilidade para andar sobre as pedras dos rios, um piso bastante liso e irregular.

CACHOEIRISMO - esta atividade de turismo de aventura, derivada do canionismo, significa a descida de uma cachoeira utilizando técnicas e equipamentos utilizados no canionismo e no cavernismo. O cachoeirismo ou cascading, surgiu simultaneamente ao rapel, pois são utilizadas mesmas técnicas e equipamentos semelhantes, porém o cachoeirismo é feito dentro de uma cortina d'agua.

ESCALADA - é a subida de montanhas e paredões. Observa-se que o "alpinismo" é mais adotado quando a prática é realizada nos Alpes. A escalada deve sempre ser realizada em dupla. Neste caso, o primeiro escalador avança pela via enquanto o segundo lhe dá segurança para só depois fazer sua ascensão.

MONTANHISMO - consiste na subida de montanhas, visando levar o praticante à superação e a conhecer lugares de difícil acesso, atingindo objetivo esportivo, recreativo ou cultural. Assim como a maioria das atividades de aventura, por questões de segurança, o montanhismo não deve ser praticado sozinho. Há problemas que podem surgir, como acidentes com animais peçonhentos, riscos de lesões e fraturas.

***TREKKING* –** são caminhadas por trilhas em busca de lugares interessantes, para conhecimento, superação e/ou diversão, mantendo um contato mais próximo com a natureza. Entende-se que o *trekking*, é quando se percorre um longo trajeto, que exija pernoite no local, ao contrário da caminhada comum (ou "hiking").

Para dar orientação ao Planejamento de turismo, desde 2002 existe o Plano Estratégico de Ecoturismo do Parque Nacional do Itatiaia desenvolve três programas para cumprir seus objetivos. São eles:

- Para que os visitantes tivessem maior segurança e melhores informações sobre o parque foi criado o **Programa Condutores de Visitantes**, com a meta do envolvimento comunitário e o incentivo às melhores práticas de condução dos turistas, através de ações de capacitação da comunidade local nos processos da visitação pública, no conhecimento geral do ambiente do parque, bem como da legislação que trata da conservação de Parques Nacionais Brasileiros, gerando mínimo impacto em áreas naturais e mantendo como característica a hospitalidade.
- **Programa de Pesquisa em Uso Público e Sustentabilidade do Turismo** contendo como pontos de estudo: Motivação e Percepção do Visitante, Capacidade de Suporte Turístico, Marketing no Parque Nacional do Itatiaia, Ecoturismo e Populações Locais, Turismo de Inclusão (artesãos e culturas Locais), Psicologia Social, Gestão Participativa em

- Unidades de Conservação, Desenvolvimento Humano e Conservação da Natureza e Sinalização e Informação Turística.

- **Programa de Voluntariado nas Áreas de Uso Público**, visando a prática do Ecoturismo com Interpretação e Educação Ambiental para o visitante, de modo que a experiência de visitação seja sempre motivada pelos princípios da consciência ambiental. Os voluntários no Parque Nacional de Itatiaia que atuam nas áreas de uso público orientam a conduta do visitante e a recreação e incentivam o lazer, gerando segurança e informações úteis ao turista.

FLORA E FAUNA

O parque possui aspecto endêmico peculiar. Na encosta voltada para o Vale do Paraíba, a Mata Atlântica é predominante, com sua fauna e flora ricas e exuberantes, herbáceas, onde também ocorre o maior índice de espécies que só lá ocorrem.

A grande diversidade de vegetação é influenciada pelas variações da altitude. Na parte baixa, até cerca de 1 mil metros de altitude encontram-se quaresmeiras, embaúbas e algumas espécies que atingem até 30 metros, tais como o jequitibá, cedro, peroba e jacarandá-caviúna. Aos 2 mil metros de altitude, a vegetação é campestre, com destaque para o pinheiro-do-paraná e pinheiro-bravo na encosta atlântica. Já nas áreas de maiores altitudes, ocorre o desenvolvimento de diversas formas de vegetação com florestas densas e contínuas que são pequenos refúgios ecológicos. Com frequência de troncos finos, cascas rugosas, folhas pequenas, coriáceas ou carnosas, com abundância de liquens e epífitas, que são decorrentes da incidência de alto teor de umidade relativa do ar associado às temperaturas usualmente inferiores a 15ºC.

Existem espécies de animais que habitam o parque como o muriqui (maior primata neotropical), o sagui, a onça, a suçuarana, o lobo-guará, a harpia e a jacutinga. Todos eles raros e ameaçados de extinção, o que faz sua observação ser bem mais restrita. Os mamíferos em maior número são o bicho-preguiça, as lontras e as antas. Entre as aves, destacam-se o macuco, inhambu-açu, jacu, pomba-amargosa e cuiú-cuiú. Entre os répteis, além das cobras venenosas, como a jararaca-da-serra, há a ocorrência de jiboias, lagartos teiú e cágados. As aves, com mais de 294 espécies catalogadas, formam o maior grupo faunístico do parque, com 42 formas vivendo na região mais elevada. A grande variedade contém saíras, sabiás, tiés, beija-flores, juruvas, tucanos, araçaris, jacus, murucututus, gaviões pega-macaco, tucano-do-bico-verde, pomba-amargosa, cuiú-cuiú, inhambu-açu, macucos etc.

Já os mamíferos totalizam 67 espécies e há 16 formas residentes no planalto do Itatiaia. No parque convivem diversas espécies da fauna como: quatis, gambás, lontras, porcos do mato, queixadas e lagartos. Entre os primatas, é possível avistar, especialmente na trilha para os Três Picos, o muriqui, o maior macaco das Américas. Há também os macacos sauá, os bugios e bandos de macacos-prego, próximos às casas e às áreas de visitação.

O sapo flamenguinho é o símbolo do Parque Nacional do Itatiaia. Atingindo apenas três centímetros de comprimento, sua coloração é vermelha, cinza e preta. Este anfíbio do grupo dos anuros é encontrado somente no Brasil e endêmico da Serra do Itatiaia, no Estado do Rio de Janeiro.

LISTA DE ESPÉCIES AMEAÇADAS NA UNIDADE DE CONSERVAÇÃO – PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA:

Jacutinga - *Aburria Jacutinga*
Papo-branco - *Biatas nigropectus*
Pirapitinga - *Brycon opalinus*
Muriqui-do-norte - *Brachyteles hypoxanthus*
Borboleta - *Callicore hydarnis*
Gato-do-mato - *Leopardus tigrinus*
Lobo-guará - *Chrysocyon brachyurus*
Mariposa - *Dirphia monticola*
Morcego vermelho - *Myotis ruber*
Rãzinha - *Paratelmatobius*
Borboleta - *Pampasatyrus gyrtone*
Onça-pintada -*Panthera onca*
Libélula - *Polygrapha suprema*
Caneleirinho-de-chapéu-preto - *Piprites pileata*
Libélula - *Praeviogomphus proprius*
Onça-parda - *Puma concolor capricornensis*
Apuim-de-costas-pretas - *Touit melanonotus*
Borboleta - *Tithorea harmonia*
Borboleta - *Voltinia sanarita*
Águia-cinzenta - Harpyhaliaetus coronatus

PROTEÇÃO À FAUNA

A fauna do Parque Nacional do Itatiaia é formada por uma enorme variedade de animais silvestres da Mata Atlântica e dos campos de altitude. Vários são endêmicos e vivem em equilíbrio entre si e a flora do local. Animais domésticos se tornam invasores do frágil bioma deste hábitat específico e, assim sendo, os frequentadores e moradores são instruídos a deixarem cães e gatos fora do parque. Apesar de domésticos, gatos e cachorros são predadores de pequenos animais silvestres, como pássaros e pequenos roedores. Já os animais silvestres são hospedeiros de diversos parasitas, bactérias e vírus. O surgimento e a disseminação de doenças são consequências do contato entre animais domésticos e silvestres. Além do indesejável contato entre animais, um fator de gravidade é a transmissão de zoonoses para o ser humano.

LOCALIZAÇÃO E ACESSOS

O Parque Nacional do Itatiaia está a sudeste do Estado do Rio de Janeiro, e ao sul de Minas Gerais, nas coordenadas S 22º16' e 22º28' e W 44º34' e 44º42'. Pode ser acessado pelos Municípios de Itatiaia e Resende (RJ) e Itamonte, Bocaina de Minas e Alagoa (MG). A entrada em Itatiaia dá acesso à parte baixa do Parque. Já a entrada da parte alta é pela BR-354 que liga Engenheiro Passos (Distrito do Município de Resende) ao Município de Itamonte (MG). A Garganta do Registro, com uma altitude de 1.670 metros, é a entrada que está na divisa dos Estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais. A BR-485, que atravessa o parque, tem seu ponto culminante a 2.460 metros de altitude, sendo por isso considerada a estrada mais alta do Brasil.

A CHEGADA AO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA PODE SER FEITA:

- De ônibus - Pelo Terminal Rodoviário de Resende, localizado a cerca de 24 km, na Rodovia Presidente Dutra (também conhecido como Rodoviária Graal). Pelo Terminal Rodoviário Jorge Miguel Jayme, em Itatiaia, localizado a aproximadamente 5 km. Para chegar à Parte Alta do Parque, a Viação Cidade do Aço faz o trajeto de Resende até Caxambu, onde o visitante deve descer na Garganta do Registro, e seguir caminhando até o Posto Marcão.

- De carro – O acesso à Sede do Parque na parte baixa, para quem sai do Rio de Janeiro ou de São Paulo, deve ser feito seguindo pela Rodovia Presidente Dutra (BR 116), em direção à cidade de Itatiaia, na altura do km 318. Já para quem deseja chegar ao Planalto do Parque (parte alta), também saindo do Rio de Janeiro ou de São Paulo, deve seguir pela Rodovia Presidente Dutra (BR 116) até o Distrito de Engenheiro Passos e seguir a BR 354, na estrada Rio-Caxambu (Circuito das Águas), por 23 km, até a Garganta do Registro. A partir daí, subir 14 km até o Posto Marcão, antigo Posto 3 e percorrer mais 3 km até o Abrigo Rebouças, já dentro do parque, dentro do Circuito Terras Altas da Mantiqueira.

- De avião – Para quem necessita de avião, há cinco opções. O mais próximo é o Aeroporto Municipal das Agulhas Negras, em Resende (RJ), localizado a 25 km, operando inclusive voos comerciais. Os demais são mais distantes: Aeroporto Internacional do Galeão - Antônio Carlos Jobim (RJ), localizado a 178 km; Aeroporto Santos Dumont (RJ), a aproximadamente 180 km; Aeroporto Internacional de Cumbica, em Guarulhos (SP), localizado a 238 km. Aeroporto de Congonhas (SP), a aproximadamente 280 km.

Tabela de procedências, distâncias e tempos estimados:

Procedência	UF	Distancia ate Posto 1	Tempo Estimado (carro)	Distancia ate Posto 3	Tempo Estimado (carro)
São Paulo	SP	274 Km	3h 23min	297 Km	3h 47min
Rio de Janeiro	RJ	180 Km	2h 15min	227 Km	2h 55min
Belo Horizonte	MG	431 Km (BR 383)	5h 30min	481 Km	6h 16min
		489 Km(BR 381)	5h 54min	459 Km	5h 37min
		452 Km(BR 040)	6h 5min	494 Km	51min
Itatiaia	RJ	7,8 Km	13min	52,5 Km	59min
Itatiaia - Penedo	RJ	16,1 Km	19min	63,2Km	1h 5min
Resende	RJ	20,9 Km	26min	68,1 Km	39 min

Fonte: Google Maps

INCÊNDIOS

Estudos revelam a fragilidade do Parque Nacional do Itatiaia aos incêndios que atingem a Unidade de Conservação, sobretudo nos períodos de seca, entre julho e setembro, com incidência maior em agosto, e sendo ainda registrados, mas muito pontualmente, em outubro. Os dados mostram que, infelizmente, a maioria dos incêndios não é de causas naturais, mas de origem criminosa, inclusive de queimadas praticadas pelos vizinhos da Reserva. Há ainda a exploração ilegal de palmito, gerando bastante conflito entre os gestores e os habitantes. Mas nada de pode provar com eficácia, devido à precariedade do sistema de perícia.

A utilização de fogo na Mata Atlântica é uma ferramenta antiga, utilizada por caçadores-coletores há mais de 10 mil anos, eliminando a vegetação para lenha, na limpeza de terreno, para auxiliar na caça e construção. Além disto, a prática agressiva e contínua nos séculos XVIII e XIX para criar espaços na floresta para plantio do café e pastagens foram duramente trágicas para o meio ambiente. As queimadas e os incêndios florestais são um dos principais problemas ambientais enfrentados no país. O fogo polui a atmosfera, causa prejuízos econômicos e sociais e contribui para o desflorestamento e perda da biodiversidade.

Usualmente, agosto é o mês que a brigada de incêndio do Parque Nacional do Itatiaia está sempre em alerta. A direção da UC divulgou levantamento sobre focos de incêndio no PARNA Itatiaia: até início de agosto de 2013, foram dez queimadas, todas em pequenas proporções; durante 2012, foram 30 pontos de fogo. O Registro de Ocorrências de Incêndio indica que o maior número ocorreu na Parte Alta do Parque, correspondente às Agulhas Negras. Todavia, há a realização de estudos que detectam a ocorrência de "paleoincêndios" (por meio da contagem dos micro carvões depositados nos registros sedimentares e turfosos das áreas brejosas e lacustres nos ambientes do parque), pois tais focos de incêndio podem ser gerados por combustão natural de seus elementos.

Ao longo de 36 anos, até 2011, foram identificados e relatados 323 incêndios. Todo o perímetro do parque é contornado por municípios historicamente surgidos e mantidos pelas atividades agropecuárias, onde o uso e ocupação do solo são impactantes. Tal contorno resulta em grandes extensões de pastagens e áreas alteradas dentro e no entorno da UC.

Importante reforçar o desenvolvimento de ações estratégicas contínuas entre gestores e moradores envolvendo educação ambiental e assistência técnica específica, evitando-se danos ao ambiente e multas aos moradores. As ações preventivas garantem à área do parque e ao seu entorno, efetiva proteção e manutenção de seus recursos naturais.

4. INFORMAÇÕES SOBRE OS MUNICÍPIOS DO RIO DE JANEIRO NO ENTORNO DO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA

4.1. MUNICÍPIO DE RESENDE

HISTÓRICO

Consta que, em 1715, da concessão feita por D. João V a Garcia Rodrigues Paes Leme, faziam parte as terras de Resende. A chegada ao território de Resende foi motivada pela febre de ouro que, do século XVI ao XVIII, motivou bandeirantes e aventureiros. Nestas explorações, os faiscadores que transitavam pelo Paraíba em busca de riquezas minerais tornaram-se seus primeiros colonizadores.

A colonização definitiva da região de Resende ocorreu em 1744, quando chegaram os primeiros colonizadores, que se estabeleceram na margem esquerda do Paraíba, onde atualmente se ergue a Vila de Agulhas Negras. Procedentes de Aiuruoca vinham em demanda dos rios auríferos da Região de Itatiaia, na Mantiqueira.

A contínua passagem de faiscadores e ranchos por eles construídos tornaram-se então ranchos de tropas de mulas que percorriam a região. Também construíam casas residenciais, pois ao se fixarem no local, criaram fazendas. Uma fase de transição econômica na Região de Resende aconteceu entre os séculos XVIII e XIX: a agricultura e pecuária de subsistência, que predominaram entre os primeiros rancheiros, dão lugar ao aparecimento das grandes fazendas de cana-de-açúcar e café.

O desenvolvimento da localidade permitiu que em 1747 fosse erguida a primeira capela, em honra de Nossa Senhora da Conceição de Campo Alegre, que, dez anos depois, foi elevada à categoria de Freguesia. Entre seus pioneiros se encontravam, na opinião de alguns historiadores, o bandeirante Simão da Cunha Gago, o padre Felipe Teixeira Pinto e Máximo Barbosa. O primeiro nome dado foi Nossa Senhora da Conceição de Campo Alegre da Paraíba Nova.

Após o declínio da corrida do ouro, surgiu a cultura do café que causou grande surto econômico na região. Consta que as primeiras mudas de café em Resende foram ofertadas, por volta de 1780, pelo bispo Dom José Joaquim Justiniano ao padre Antônio Couto da Fonseca. Encontrando boas condições de cultura, o café foi plantado em quase todas as fazendas da antiga Vila de Campo Alegre, de onde irradiou por todo o Vale do Paraíba e, a seguir, para as províncias de Minas Gerais e São Paulo.

Em virtude do reconhecimento de sua economia, a localização, uma vez mais teve sua categoria elevada, desta vez de freguesia para Vila, em 29 de setembro de 1801, recebendo a denominação de Resende em homenagem ao quinto Vice-Rei, Conde de Resende, governador do Brasil na época.

Resende continuou a prosperar nos períodos imperiais. O progresso obtido pela cultura do café era apoiado na mão de obra escrava em larga escala. Também começaram a afluir colonizadores de origem alemã, notadamente no governo de D. Pedro II, que levou à criação da Colônia de Porto Real.

Os imigrantes dedicaram-se à cultura de cana-de-açúcar, na qual obtiveram considerável êxito. Resende teve lugar de destaque dentre as demais localidades fluminenses na época do Segundo Império graças ao desenvolvimento de sua lavoura. Seu progresso, em 1848, foi decisivo para sua elevação de sede da Vila à categoria de Cidade. Nesta época houve a formação das maiores fazendas da região, como a do Barão de Mauá – onde hoje está o Parque Nacional de Itatiaia – que, por não ter aderido à monocultura cafeeira, preservou os recursos naturais do local. Outras grandes propriedades da época, na região de Resende, eram: Fazendas da Cachoeira, da Serra, Itatiaia, Belos Prados, Campo Belo e a Fazendinha. Contudo, o período de prosperidade, per-

durou enquanto a lavoura do município pôde contar com o trabalho escravo. Durante a República, no governo do Marechal Hermes da Fonseca, numa tentativa de repovoamento, fundaram-se os núcleos coloniais Visconde de Mauá e Itatiaia, que não progrediram.

A transferência da Escola Militar para Resende e a criação da Academia Militar de Agulhas Negras (AMAN), em 1944, contribuíram significativamente para uma série de melhoramentos na cidade. Segundo a divisão territorial datada de 15 de julho de 1997, o município é constituído por 5 distritos: Resende, Agulhas Negras, Engenheiro Passos, Fumaça e Pedra Selada.

Acompanhando o curso da história, Resende tem na sua localização às margens do Rio Paraíba do Sul e da Rodovia Dutra um dos seus grandes trunfos para continuar a ser um polo irradiador de produção e atividade econômica, visto que a região passa por momento transformador e progressista com a chegada de novas indústrias.

TURISMO

A localização é um ponto positivo para a economia da região e, também, para o turismo. Aliada à sua história, Resende oferece um conjunto de potencialidades turísticas, pois sua extensa área e o fácil acesso permitem a chegada aos seus pontos turísticos consolidados dentro do território do próprio município, fazendo pressão sobre toda cadeia produtiva, inclusive a do Parque Nacional do Itatiaia.

Oferecendo um clima agradável, rios, cachoeiras e vilas bucólicas, Resende oferta aos visitantes grande variedade de práticas turísticas como trilhas ecológicas, montanhismo, cavalgadas e circuitos fora de estradas, *acquatrekking*, além de canoagem e o voo livre. Apesar do crescimento urbano de Resende, sua área tem belezas naturais como a Pedra Selada e os distritos da Fumaça, Serrinha e Visconde de Mauá. O turismo de negócios se destaca devido à boa infraestrutura hoteleira, assim como a instalação de várias indústrias na região, o que seguramente contribui para os 70% da ocupação anual dos hotéis urbanos.

Resende também abriga pontos interessantes e turísticos, como a Ponte Nilo Peçanha, construída em 1904, sobre o Rio Paraíba do Sul, com estrutura metálica pré-fabricada, importada da Bélgica. A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, que começou a ser construída em maio de 1747, foi inaugurada em 1813. Apesar de algumas reformas, a igreja ainda conserva em seu acervo algumas peças da época de sua construção. Merece destaque a imagem de Sant'Anna e Nossa Senhora Menina, em madeira e tamanho natural.

A Academia Militar das Agulhas Negras forma oficiais do Exército. Ocupa área de 67 km^2, estendendo-se da Rodovia Presidente Dutra até as encostas da Serra da Mantiqueira e do Maciço do Itatiaia. A AMAN é aberta à visitação e possui um dos maiores e mais completos parques esportivos do Estado do Rio de Janeiro, além de moderno teatro com capacidade para cerca de 2.800 pessoas. Conta, ainda, com o Museu Militar da AMAN, inaugurado em abril de 1947. Seu acervo bélico inclui canhões capturados por tropas brasileiras na Itália. Possui utensílios usados por Luís Alves de Lima e Silva (Duque de Caxias), espadins utilizados por cadetes nas Nações Unidas, uma coleção com diversos tipos de medalhas desde o império até nossos dias, documentos de inauguração da Academia e outras peças ligadas às personalidades ilustres que por lá passaram.

A cidade possui grande potencial turístico a ser explorado. Recebeu também uma das melhores pontuações no Estudo de Competitividade para Destinos Indutores de Turismo. A posição geográfica de Resende permite várias oportunidades de negócios ao setor turístico, através dos acessos para vários roteiros locais e regionais, uma vez que se encontra perto das divisas dos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais.

A participação do município em feiras, salões e principais eventos turísticos do Rio de Janeiro e São Paulo teve como objetivo a divulgação do potencial turístico de Resende, como uma das várias ações para seu fomento. Também foi criado o FUTURES (Fundo Municipal de Turismo de Resende), para dar estímulo à atividade.

Visconde de Mauá é uma região do Município de Resende, distante 36 km do centro da cidade e a 210 km do Rio de Janeiro. Localizada em plena Serra da Mantiqueira, tem altitude variando entre 1.400 e 2.200 metros. É dividida por dois estados e três municípios: Resende e Itatiaia (RJ) e Bocaina de Minas (MG). As belezas da localidade vêm atraindo turistas há décadas, apesar da distância em subida e a Estrada-Parque RJ 163 somente foi asfaltada em 2011. Mesmo antes, a região já era um ponto turístico de Resende.

A região é composta por três vilas. A primeira é Mauá, que dá o nome à região, sendo a porta de entrada dos turistas, com pousadas, lojas e posto de gasolina. Com cerca de seis mil habitantes, sua principal atividade econômica é o turismo, com mais de 100 estabelecimentos de hospedagem e dezenas de restaurantes, alguns especializados em trutas e receitas à base de pinhão. Já a segunda Vila é Maringá e é dividida entre o lado fluminense e o lado mineiro. Concentra pousadas, lojas de roupas, joias, bijuterias, artigos de decoração, artesanato local, doces, cachaças regionais, cafés, minimercados etc., além da a maior parte dos restaurantes, desde comida mineira à japonesa, passando pelos vegetarianos e pizzarias. É passagem obrigatória para se chegar à terceira Vila, de Maromba, cuja discrição, paz e sossego são elementos vitais para quem se hospeda nos arredores do local, que tem também tem um pequeno centro, no qual destacam-se principalmente os atrativos naturais da sua região.

ATRAÇÕES DA REGIÃO DE VISCONDE DE MAUÁ

A Cachoeira do Escorrega está situada a 3 km acima da Vila de Maromba. De fácil acesso, é um tobogã natural que foi esculpido pela natureza após uma forte tempestade em 1966, como se uma única placa de rocha fizesse o leito do rio, permitindo um deslize perfeito que desemboca numa piscina natural profunda de águas limpas e cristalinas. Outras atrações são encontradas no Parque Corredeiras - um complexo de lazer que oferece restaurante, trilhas, tirolesa, piscinas naturais, além do Museu das Duas Rodas. Algumas empresas e hotéis oferecem e organizam atividades ecológicas e de aventura na região, incluindo boia-*cross*, rapel, escaladas, trilhas, passeios a cavalo e idas a diversas cachoeiras.

ACESSO A VISCONDE DE MAUÁ

DE CARRO - O acesso para quem vem de São Paulo ou do Rio de Janeiro é pela Via Dutra (BR-116). No Km 311, deve pegar a RJ-163 (entre as cidades de Itatiaia e Resende). A RJ-151 faz a ligação Mauá/Maromba/Maringá.

DE ÔNIBUS - Partindo do Rio de Janeiro, pode-se utilizar as viações Cometa, Cidade do Aço e Resendense, até Visconde de Mauá. Vindo de São Paulo, é preciso baldear na rodoviária de Resende. A Viação Cometa faz a linha São Paulo x Resende.

ÍNDICES DA EDUCAÇÃO, POPULAÇÃO E SAÚDE EM RESENDE

O ritmo acelerado de desenvolvimento de Resende foi comprovado no último levantamento do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), sendo considerada referência nacional em logística, infraestrutura e mão-de-obra qualificada em diversos setores. De acordo com dados do IBGE o município tem 119.769 habitantes e ocupa uma área de 1.095,253 km^2.

Em julho de 2013, foi divulgado o resultado da análise de mais de 180 indicadores socioeconômicos dos censos do IBGE de 1991, 2000 e 2010. O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é calculado para três dimensões, como a possibilidade de viver uma vida longa e saudável, do acesso à educação e a obtenção de um padrão de vida que possa garantir necessidades básicas, através da renda.

O IDHM de Resende é 0,768. O município está situado na faixa de Desenvolvimento Humano alto (IDHM entre 0,700 e 0,799). Nos períodos entre 1991 e 2000 e de 2000 a 2010, a dimensão que mais cresceu em termos absolutos foi Educação (com crescimento de 0,160 e 0,180, respectivamente), seguida por Longevidade e por Renda.

A Saúde tem grande importância no que tange à prevenção de doenças e, por isso, programas de conscientização são disseminados na cidade. No Ecoponto, por exemplo, há destinação ecológica para pneus que não têm mais condições de uso e que são entregues por borracharias e dos moradores, evitando que sejam jogados nas encostas de rios, queimados em terrenos baldios ou, ainda, abandonados em casa, evitando a proliferação de doenças, como a dengue.

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes			
IDHM e componentes	1991	2000	2010
IDHM Educação	0,369	0,529	0,709
% de 18 anos ou mais com ensino fundamental completo	37,39	47,22	66,35
% de 5 a 6 anos frequentando a escola	60,90	91,48	96,87
% de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental	49,24	67,27	85,96
% de 15 a 17 anos com ensino fundamental completo	21,94	39,89	59,54
% de 18 a 20 anos com ensino médio completo	14,81	25,37	50,94
IDHM Longevidade	0,721	0,750	0,839
Esperança de vida ao nascer (em anos)	68,27	70,00	75,31
IDHM Renda	0,661	0,723	0,762
Renda per capita (em R$)	489,14	721,26	915,21

EVOLUÇÃO DO IDHM

Resende teve um incremento de 37,14% no seu IDHM nas últimas duas décadas (1991/2010), abaixo da média de crescimento nacional (47,46%) e acima da média de crescimento estadual (32,81%). A tabela abaixo expõe:

	Taxa de Crescimento	Hiato de Desenvolvimento
Entre 1991 e 2000	+ 17,86%	+ 22,73%
Entre 2000 e 2010	+ 16,36%	+ 31,76%
Entre 1991 e 2010	+ 37,14%	+ 47,27%

RANKING IDHM

O Município de Resende ocupava a 249ª posição, em 2010, em relação aos 5.565 municípios do Brasil, sendo que 248 (4,46%) municípios estavam em situação melhor e 5.316 (95,54%) municípios estão em situação igual ou pior. Em relação aos 92 municípios do Estado do Rio de Janeiro, Resende ocupava a 5ª posição.

DEMOGRAFIA E SAÚDE

POPULAÇÃO

Entre 2000 e 2010, a população de Resende teve uma taxa média de crescimento anual de 1,37%. Na década anterior a 2000 (1991/2000), a taxa média de crescimento anual foi de 2,38%. No Estado, foram de 1,01% tanto entre 2000/2010 quanto entre 1991 e 2000. No país, foram de 1,01%, entre 2000 e 2010, e 1,02%, entre 1991 e 2000. Nas últimas duas décadas, a taxa de urbanização cresceu 9,10%.

População Total, por Gênero, Rural/Urbana e Taxa de Urbanização.						
População	População (1991)	% do Total (1991)	População (2000)	% do Total (2000)	População (2010)	% do Total (2010)
População total	84.635	100,00	104.549	100,00	119.769	100,00
Homens	41.558	49,10	51.168	48,94	58.268	48,65
Mulheres	43.078	50,90	53.381	51,06	61.501	51,35
Urbana	72.757	85,97	95.963	91,79	112.331	93,79
Rural	11.878	14,03	8.586	8,21	7.438	6,21
Taxa de Urbanização	-	85,97	-	91,79	-	93,79

ESTRUTURA ETÁRIA

O quadro abaixo trata da razão de dependência e o índice de envelhecimento formando uma estrutura etária da população com menos de 14 anos e de 65 anos ou mais (população dependente) em relação à população de 15 a 64 anos (população potencialmente ativa).

Estrutura Etária da População						
Estrutura Etária	População (1991)	% do Total (1991)	População (2000)	% do Total (2000)	População (2010)	% do Total (2010)
Menos de 15 anos	26.999	31,90	28.183	26,96	26.308	21,97
15 a 64 anos	53.890	63,67	70.599	67,53	84.710	70,73
65 anos ou mais	3.746	4,43	5.767	5,52	8.751	7,31
Razão de dependência	57,05	0,07	47,97	0,05	41,34	0,03
Índice de envelhecimento	-	4,43	-	5,52	-	7,31

LONGEVIDADE, MORTALIDADE E FECUNDIDADE

A mortalidade infantil (entre crianças com menos de um ano), em Resende, reduziu 24%, passando de 18,3 por mil nascidos vivos, em 2000, para 13,9 por mil nascidos vivos, em 2010.

Nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas, a mortalidade infantil esperada para o Brasil em 2015 deverá estar abaixo de 17,9 óbitos por mil. Em 2010, as taxas de mortalidade infantil do estado e do país eram respectivamente 14,2 e 16,7 por mil nascidos vivos.

Longevidade, Mortalidade e Fecundidade			
	1991	2000	2010
Esperança de vida ao nascer (em anos)	68,3	70,0	75,3
Mortalidade até 1 ano de idade (por mil nascidos vivos)	25,2	18,3	13,9
Mortalidade até 5 anos de idade (por mil nascidos vivos)	28,9	20,8	15,6
Taxa de fecundidade total (filhos por mulher)	2,1	2,0	1,7

A esperança de vida ao nascer é o indicador utilizado para compor a dimensão Longevidade do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM). Em Resende, a esperança de vida ao nascer aumentou 7 anos nas últimas duas décadas, passando de 68,3 anos, em 1991, para 70 anos, em 2000, e para 75,3 anos, em 2010. Já em 2010, a esperança de vida ao nascer média para o estado foi de 75,1 anos e, para o país, de 73,9 anos.

EDUCAÇÃO

CRIANÇAS E JOVENS

A proporção de crianças e jovens frequentando a escola ou tendo completado determinados ciclos indica a situação da educação entre a população em idade escolar do município e compõe o IDHM Educação.

No período entre 2000 e 2010, a proporção de crianças de 5 e 6 anos na escola cresceu 5,89% e, no período de 1991 e 2000, 50,21%. A proporção de crianças de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental cresceu 27,78%, entre 2000 e 2010, e 36,62%, entre 1991 e 2000.

A proporção de jovens entre 15 e 17 anos com ensino fundamental completo subiu 49,26%, no período de 2000 a 2010, e 81,81%, no período de 1991 a 2000. A proporção de jovens entre 18 e 20 anos com ensino médio completo cresceu 100,79%, entre 2000 e 2010, e 71,30%, entre 1991 e 2000.

Em 2010, 60,73% dos alunos entre 6 e 14 anos de Resende estavam cursando o ensino fundamental regular na série correta para a idade. Em 2000, eram 60,76% e, em 1991, 40,70%. Entre os jovens de 15 a 17 anos, 30,18% estavam cursando o ensino médio regular sem atraso. Em 2000, eram 22,26% e, em 1991, 8,83%. Entre os alunos de 18 a 24 anos, 16,70% estavam cursando o ensino superior, em 2010, 10,40%, em 2000 e 5,71%, em 1991.

Nota-se que, em 2010, 3,01% das crianças de 6 a 14 anos não frequentavam a escola, percentual que, entre os jovens de 15 a 17 anos atingia 10,07%.

FREQUÊNCIA ESCOLAR DE 6 A 14 ANOS, EM 2010

A porcentagem de crianças que não frequentava a escola em 2010 era de 3,01%; já 60,73% das crianças estavam cursando o ensino fundamental sem atraso; com um ano de atraso no ensino fundamental havia 21,38% das crianças; o índice era de 11, 78% quando o atraso era de dois anos e 1,28% para as crianças que cursavam o ensino médio.

FREQUÊNCIA ESCOLAR DE 15 A 17 ANOS, EM 2010

Em 2010, 10,07% dos jovens entre 15 e 17 anos não frequentavam a escola; 30,18% dos jovens estavam cursando o ensino médio sem atraso; 14,49% estavam com um ano de atraso e 3,35% com dois anos de atraso. Havia 28,14% dos jovens ainda frequentando o ensino fundamental e 1,10% já frequentavam o ensino superior.

FREQUÊNCIA ESCOLAR DE 18 A 24 ANOS EM 2010

Respectivamente, 16,70%, 2,61% e 7,75% dos jovens frequentavam os ensinos superior, fundamental e médio, em 2010. E, um índice muito alto de jovens (67,16%) não frequentava os estudos nessa época.

POPULAÇÃO ADULTA

A escolaridade da população adulta é importante indicador de acesso a conhecimento e também compõe o IDHM Educação. Em 2010, 66,35% da população de 18 anos ou mais de idade tinha completado o ensino fundamental e 47,94% o ensino médio.

No Estado do Rio de Janeiro, os índices estão entre 64,65% e 45,55%, respectivamente. Tal indicador embute uma grande inércia, em função do peso das gerações mais antigas e com menos escolaridade. A taxa de analfabetismo da população de 18 anos ou mais diminuiu 6,75% nas últimas duas décadas.

ANOS ESPERADOS DE ESTUDO

Os anos esperados de estudo ou seja, quantos anos uma criança tende a ficar na escola desde a data em que entrou, completando a vida escolar. Em 2010, Resende tinha 9,62 anos esperados de estudo; em 2000, eram 9,30 anos; e, em 1991, 8,72 anos. Enquanto que o Estado do Rio de Janeiro indicava 9,17 anos esperados de estudo, em 2010; 8,96 anos, em 2000 e 8,65 anos, em 1991.

RENDA

A renda *per capita* média de Resende cresceu 87,11% nas últimas duas décadas, passando de R$ 489,14, em 1991, para R$ 721,26, em 2000 e para R$ 915,21, em 2010. A taxa média anual de crescimento foi de 47,45% na primeira década e de 26,89% na posterior. A extrema pobreza (medida pela proporção de pessoas com renda domiciliar *per capita* inferior a R$ 70,00, tendo como base agosto de 2010) passou de 9,46%, em 1991, para 3,46%, em 2000, e para 0,82%, em 2010. A desigualdade diminuiu: o Índice de Gini (vide box) passou de 0,57, em 1991, para 0,56, em 2000, e para 0,52, em 2010.

ÍNDICE DE GINI: É um instrumento usado para medir o grau de concentração de renda. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de 0 a 1, sendo que Zero representa a situação de total igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda, e o valor Um significa completa desigualdade de renda, ou seja, se uma só pessoa detém toda a renda do lugar.

RENDA, POBREZA E DESIGUALDADE

	1991	2000	2010
Renda per capita (em R$)	489,14	721,26	915,21
% de extremamente pobres	9,46	3,46	0,82
% de pobres	26,67	13,51	5,28
Índice de Gini	0,57	0,56	0,52

PORCENTAGEM DA RENDA APROPRIADA POR ESTRATOS DA POPULAÇÃO

	1991	2000	2010
20% mais pobres	2,88	3,12	3,99
40% mais pobres	9,12	9,74	11,72
60% mais pobres	19,62	20,43	23,58
80% mais pobres	38,50	39,30	42,52
20% mais ricos	61,50	60,70	57,48

TRABALHO

TAXA DE ATIVIDADE E DE DESOCUPAÇÃO DA POPULAÇÃO DE 18 ANOS OU MAIS

Entre 2000 e 2010, a taxa de atividade da população de 18 anos ou mais (percentual da população economicamente ativa) passou de 68,36%, em 2000, para 69,29%, em 2010. Ao mesmo tempo, sua taxa de desocupação (ou seja, o percentual da população economicamente ativa que estava fora do mercado de trabalho) passou de 13,05%, em 2000, para 7,83%, em 2010.

Ocupação da população de 18 anos ou mais em Resende (RJ)		
	2000	2010
Taxa de atividade	68,36	69,29
Taxa de desocupação	13,05	7,83
Grau de formalização dos ocupados - 18 anos ou mais	64,36	75,22
Nível educacional dos ocupados	-	-
% dos ocupados com fundamental completo	53,54	72,47
% dos ocupados com médio completo	35,54	54,74
Rendimento médio	-	-
% dos ocupados com rendimento de até 1 s.m.	37,31	10,30
% dos ocupados com rendimento de até 2 s.m.	65,07	62,70

Em 2010, das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais, 2,45% trabalhavam no setor agropecuário, 0,18% na indústria extrativa, 18,89% na indústria de transformação, 8,11% no setor de construção, 1,28% nos setores de utilidade pública, 14,14% no comércio e 48,72% no setor de serviços.

HABITAÇÃO

Indicadores			
	1991	2000	2010
% da população em domicílios com água encanada	94,29	97,59	98,28
% da população em domicílios com energia elétrica	98,41	98,79	99,89
% da população em domicílios com coleta de lixo. *Somente para população urbana.	96,57	99,34	99,76

Vulnerabilidade Social de Crianças e Jovens	1991	2000	2010
Mortalidade infantil	25,20	18,30	13,90
% de crianças de 4 a 5 anos fora da escola	-	32,43	10,14
% de crianças de 6 a 14 anos fora da escola	11,66	1,82	3,01
% de pessoas de 15 a 24 anos que não estudam nem trabalham e são vulneráveis à pobreza	-	10,38	7,08
% de mulheres de 10 a 14 anos que tiveram filhos	0,35	0,00	0,66
% de mulheres de 15 a 17 anos que tiveram filhos	5,06	4,76	4,62
Taxa de atividade - 10 a 14 anos (%)	-	5,14	4,47

Família			
% de mães chefes de família sem fundamental completo e com filhos menores de 15 anos	12,61	14,12	11,42
% de pessoas em domicílios vulneráveis à pobreza e dependentes de idosos	2,11	1,63	1,08
% de crianças extremamente pobres	15,21	6,00	1,59

Trabalho e Renda			
% de vulneráveis à pobreza	49,91	32,61	18,54
% de pessoas de 18 anos ou mais sem fundamental completo e em ocupação informal	-	38,31	23,08

Condição de Moradia			
% de pessoas em domicílios com abastecimento de água e esgotamento sanitário inadequado	0,69	0,64	0,21

ARRECADAÇÃO

Um dos fatores contribuintes ao fomento turístico é o ICMS Ecológico, ou ICMS Verde, como é mais conhecido no Rio de Janeiro. Criado em 2007, pela Lei Estadual nº 5.100, o ICMS Verde permite que os municípios que investem em conservação ambiental, aumentem sua participação no repasse de ICMS Verde. Trata-se de um estímulo à economia relacionada às Unidades de Conservação, visando à qualidade da água e a gestão dos resíduos sólidos, por meio de remanejamento tributário de parcela equivalente a 10% do repasse do ICMS aos municípios.

O repasse visa recompensar os investimentos realizados pelas prefeituras nessas áreas e não implica na criação nem no aumento de imposto. Em 2013, o governo do estado vai distribuir cerca R$ 178 milhões de ICMS Verde às prefeituras que investiram na preservação do meio ambiente, Resende receberá R$ 5,2 milhões.

4.2. MUNICÍPIO DE ITATIAIA

HISTÓRICO

A origem de Itatiaia encontra-se ligada à de Resende, município ao qual pertencia até recentemente como sede distrital. Acompanhou o ciclo da corrida do ouro e a ascensão e o declínio dos plantios de cana-de-açúcar e café.

Seus primeiros habitantes foram os índios Puris que ocupavam toda área entre Queluz (SP) e Barra Mansa (RJ). A presença do homem branco só aconteceria nos séculos XVII e XVIII, em função do ouro das Minas Gerais.

A construção da Rodovia Presidente Dutra nos anos 1950, cruza o município de leste a oeste, e constrói-se a Hidrelétrica de Funil. Itatiaia inicia um novo ciclo de atividades e desenvolvimento, com a instalação de indústrias ao longo da rodovia e o início da atividade turística, graças ao acesso rodoviário.

Criado em 6 de julho de 1988 pela Lei nº. 1.330, o Município de Itatiaia é desmembrado da cidade de Resende. Porém, sua história vem desde abril de 1839, com a denominação de Campo Belo, conforme registram documentos. O nome Campo Belo foi substituído por Itatiaia, em 1943, por meio de Decreto-lei estadual. Desde sua divisão territorial, em 2007, Itatiaia é composta apenas por seu município sede.

Como passagem logística do comércio, desde o início do século XIX, o transporte na região era feito por via terrestre, com grandes levas de tropeiros gaúchos, fornecedores de mulas para a lavoura cafeeira e seu escoamento até Angra dos Reis. Também vieram os mineiros que transpuseram a Mantiqueira para o Vale do Paraíba e lançaram as primeiras raízes da sociedade colonial de Itatiaia.

Ocorreu ainda na região, a exploração da navegação fluvial pelo Rio Paraíba. Com barcos desde Barra do Piraí, navegavam rio acima até Itatiaia, então Campo Belo, para atender o comércio. Itatiaia prosperou durante a fase áurea do café. Tornou-se durante algumas décadas um dos maiores entrepostos (alfandegário e comercial), despachando para o Rio de Janeiro as produções dos municípios paulistas de Queluz e Areias. Os trilhos da Estrada de Ferro D. Pedro II chegam a Itatiaia em 1873, substituindo aos poucos o comércio fluvial até Barra do Piraí.

Com a derrocada da lavoura do café e abolição da escravatura, a maioria das fazendas de café de Itatiaia volta-se para a pecuária de ponta e a leiteira. Surgiram em Itatiaia um exportador de manteiga e uma expressiva bacia leiteira.

O município tem atualmente, de acordo com IBGE, 28.783 habitantes e uma área de 245,147 km^2. A divisão por distritos e bairros: Itatiaia (sede) e Penedo.

LEI PRODEMI E INDUSTRIALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

Com a implantação do Programa de Desenvolvimento Econômico do Município de Itatiaia (Prodemi), o favorecimento de incentivos fiscais atrai empresas a se instalarem na cidade. Desde 2009, 18 empresas aproveitaram os incentivos construíram fábricas na cidade, destacando-se, entre elas, Procter & Gamble, Rayovac, Paranapanema, Multiterminais, Caldermec, além de 21 transportadoras, que também desenvolvem suas atividades no município em função dos novos empreendimentos.

O município receberá, ainda, uma das unidades da fábrica de máquinas pesadas da sul-coreana *Hyundai* (*Hyundai Heavy Industries*). A escolha da *Hyundai* pelo município foi estimulada, também, pela estratégia logística do eixo Rio-São Paulo-Minas. Com investimentos de US$ 200 milhões, 1.500 empregos diretos e indiretos, 550 mil m^2, a unidade tem produção projetada para de três a cinco mil máquinas por ano, basicamente, escavadeiras, pá carregadeiras e retroescavadeiras. Referência no setor da construção civil, a *Hyundai* apoia o fortalecimento da economia baseada na sustentabilidade e o projeto, primeiro no mundo fora do continente asiático, prevê o plantio de árvores como compensação ambiental, além da utilização de equipamentos menos poluentes nos veículos.

Com o crescimento do número de empresas em Itatiaia, de acordo com dados oficiais, a receita do município saltou de R$ 46 milhões, em 2008, para R$ 106 milhões, em 2012, com perspectiva de atingir R$ 2,5 bilhões até 2014.

DESTINO TURÍSTICO

Em 1916, após a emancipação do Núcleo Colonial de Itatiaia, várias propriedades particulares foram subdivididas em chácaras, pousadas e hotéis. Muitos dos novos proprietários eram antigos colonos que ali chegaram, atraídos pelo clima e belas paisagens, e também refugiados da Primeira Guerra Mundial.

A vocação do turismo local tem início quando os colonos passam a receber em suas casas hóspedes que vinham em busca de acolhimento, lazer e descanso. No princípio dos anos 1920, uma das hospedarias mais tradicionais era a Pensão Walter. Em 1923, um dos hóspedes, o alemão Josef Simon, compra o lote 90 e, no início dos anos 1930, inaugura uma pousada, chamada de Sítio Mosela, que posteriormente, virou o Hotel Simon. Em 1924, outro visitante alemão, Robert Donati, chegando a Itatiaia para férias, adquire o Sítio Itaoca. Em 1931, adquire a Pensão Walter e a transforma no primeiro hotel da cidade, o Hotel Repouso (atualmente, Hotel Donati). Assim, desde que a Estação Biológica deu lugar ao Parque Nacional do Itatiaia, em 1937, o Núcleo Colonial do Itatiaia já estava consolidado como destino turístico.

O município deve continuar a expor cada vez mais seu potencial turístico, atraindo mais visitantes, pois conta com diversos atrativos: cachoeiras, diversidade gastronômica, trilhas, esportes radicais como paraquedismo, voo livre, montanhismo, alpinismo, rapel, entre outros. Itataia tem participação ativa em diversos eventos, como as feiras de turismo e *workshops* no Rio de Janeiro, São Paulo e outros estados. Realiza contatos com jornalistas e *famtours* com agentes de viagens, potencializando o município.

Itatiaia é praticamente um destino obrigatório para quem vai conhecer o Parque Nacional de Itatiaia. A cidade possui atrativos turísticos importantes e já conhecidos fora do país. Com uma localização privilegiada, está entre as duas maiores cidades emissoras de turistas do Brasil: Rio de Janeiro e São Paulo. Itatiaia ainda amplia suas atrações turísticas com a colônia finlandesa de Penedo e a proximidade de Maringá e Maromba, em Mauá.

Em 2012, com o objetivo de estimular a cadeia produtiva do Turismo do município, foi lançado o Projeto Amigo do Turista, para profissionais da área de hotelaria e estudantes. As capacitações do curso visam aprimorar conhecimentos em áreas como Atendimento ao Cliente, Dicas de Turismo e Clínica Tecnológica: Higiene e Manipulação de Alimentos.

Em junho de 2013, a cidade recebeu a versão itinerante da tradicional Feira da Madrugada do bairro do Brás, de São Paulo. Com aproximadamente 200 barracas de roupas, brinquedos e acessórios, foram negociadas mercadorias com preços acessíveis, direto de fábrica.

Em termos profissionais para os serviços ligados ao turismo, Itatiaia conta com um Núcleo de Emprego e Qualificação (NEQ), vinculado à Secretaria Municipal de Trabalho, Emprego e Geração de Renda. No núcleo há oportunidades para recepcionistas de hotel, serviços gerais e ajudantes de cozinha.

PRODUÇÃO ARTÍSTICA LOCAL

O Núcleo Colonial do Itatiaia foi importante para a cultura Brasileira. Foi refletido nos poemas de Manuel Bandeira e Vinicius de Morais e na pintura de Alberto da Veiga Guignard, um dos mais importantes pintores brasileiros da primeira metade do século XX, que viveu em diferentes períodos de sua vida como hóspede do hotel de Robert Donati.

Destacam-se também os artistas contemporâneos que retratam a presença de fauna e flora do Itatiaia em suas obras e o filme bilíngue "Itatiaia Visto Por dentro", que ganhou projeção internacional, divulgando o Parque Nacional do Itatiaia para o mundo. O filme participou de diversos festivais, sendo premiado, em 2007, na 33ª edição de um dos mais importantes festivais sobre ecologia, o *EKO International Film Festival*.

ÍNDICES DE ECONOMIA, EDUCAÇÃO E SAÚDE EM ITATIAIA

O PNUD em parceria com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e a Fundação João Pinheiro mostram, por seus levantamentos, que o Município de Itatiaia é um dos líderes do *ranking* da última edição do IDHM no que se refere a cidades com menos de 50 mil habitantes, no Estado do Rio de Janeiro, com índice de 0,737, considerado alto.

O Município de Itatiaia que ocupa uma área 225,71 km², tem, de acordo com as referências do estudo, uma população de 28.783 habitantes, com densidade demográfica de 127,83 hab./km².

RANKING IDHM

Itatiaia ocupa a 850ª posição no IDHM, em relação aos 5.570 municípios do Brasil - atrás de 849 municípios (15,24%) e na frente dos 4.720 municípios restantes (84,72%). Em relação aos 92 municípios do Rio de Janeiro, Itatiaia ocupa a 16ª posição, sendo que 15 (16,30%) municípios estão em situação melhor e 76 (83,70%) municípios estão em situação pior ou igual.

Os levantamentos (vide tabela abaixo) indicam que entre 2000 e 2010, a Educação foi o fator que mais progrediu, com 0,135 de crescimento, seguida por Longevidade e por Renda. Na década anterior, a Educação, com índice de 0,245, foi seguida por Renda e por Longevidade.

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes			
IDHM e componentes	1991	2000	2010
IDHM Educação	0,272	0,517	0,652
% de 18 anos ou mais com ensino fundamental completo	29,52	42,61	59,28
% de 5 a 6 anos frequentando a escola	36,71	95,70	97,49
% de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental	36,48	70,74	83,35
% de 15 a 17 anos com ensino fundamental completo	16,86	40,64	51,22
% de 18 a 20 anos com ensino médio completo	14,39	21,08	41,26
IDHM Longevidade	0,755	0,783	0,836
Esperança de vida ao nascer (em anos)	70,32	71,96	75,16
IDHM Renda	0,658	0,689	0,735
Renda per capita (em R$)	481,46	581,18	773,48

EVOLUÇÃO DO IDHM

O quadro abaixo demonstra a evolução do IDHM nas últimas duas décadas, além do comportamento dos hiatos de desenvolvimento, ou seja, a diferença entre o IDHM registrado e o índice máximo de 1,0.

	Taxa de Crescimento	Hiato de Desenvolvimento
Entre 1991 e 2000	+ 27,29%	+ 28,75%
Entre 2000 e 2010	+ 12,86%	+ 24,21%
Entre 1991 e 2010	+ 43,66%	+ 46,00%

DEMOGRAFIA E SAÚDE

A população de Itatiaia, com suas configurações abaixo tabeladas, apresenta a evolução do município por duas décadas, além de expressar o comportamento da taxa de urbanização.

População Total, por Gênero, Rural/Urbana e Taxa de Urbanização				
População	População (2000)	% do Total (2000)	População (2010)	% do Total (2010)
População total	24.739	100,00	28.783	100,00
Homens	12.278	49,63	14.213	49,38
Mulheres	12.461	50,37	14.570	50,62
Urbana	11.728	47,41	27.813	96,63
Rural	13.011	52,59	970	3,37
Taxa de Urbanização	-	47,41	-	96,63

Fonte: IBGE

ESTRUTURA ETÁRIA

A estrutura etária é acompanhada pela razão de dependência (população com menos de 14 anos e com 65 anos ou mais, em relação à população potencialmente ativa, entre 15 e 64 anos) e pelo índice de envelhecimento (população com 65 anos ou mais em relação à população com menos de 15 anos).

O quadro abaixo retrata esta estrutura etária e a razão de dependência:

Estrutura Etária da População				
Estrutura Etária	População (2000)	% do Total (2000)	População (2010)	% do Total (2010)
Menos de 15 anos	6.974	28,19	6.592	22,90
15 a 64 anos	16.561	66,94	20.147	70,00
65 anos ou mais	1.204	4,87	2.044	7,10
Razão de dependência	49,38	0,20	42,86	0,15
Índice de envelhecimento	-	4,87	-	7,10

Fonte: IBGE

LONGEVIDADE, MORTALIDADE E FECUNDIDADE

A mortalidade infantil, de crianças com menos de um ano, reduziu 5%, de 14,6 por mil nascidos vivos, em 2000, para 13,8 por mil nascidos vivos, em 2010. Segundo os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas, a mortalidade infantil para o Brasil deverá estar abaixo de 17,9 óbitos por mil, em 2015. Em 2010, as taxas de mortalidade infantil do estado e do país eram 14,2 e 16,7 por mil nascidos vivos, respectivamente.

Longevidade, Mortalidade e Fecundidade.		
	2000	2010
Esperança de vida ao nascer (em anos)	72,0	75,2
Mortalidade até 1 ano de idade (por mil nascidos vivos)	14,6	13,8
Mortalidade até 5 anos de idade (por mil nascidos vivos)	16,5	15,5
Taxa de fecundidade total (filhos por mulher)	2,2	2,1

Fonte: IBGE

A esperança de vida ao nascer é indicador para compor a dimensão Longevidade do IDHM. Em Itatiaia, a esperança de vida ao nascer aumentou 4,8 anos nas últimas duas décadas, passando de 70,3 anos para 75,2 anos, em 2010. No mesmo ano, a esperança de vida ao nascer média para o estado é de 75,1 anos e, para o país, de 73,9 anos.

EDUCAÇÃO

CRIANÇAS E JOVENS

A proporção de crianças e jovens frequentando ou tendo completado determinados ciclos indica a situação da educação entre a população em idade escolar do município e compõe o IDHM Educação. No período de 2000 a 2010, a proporção de crianças de 5 e 6 anos na escola cresceu 1,87% e 160,69% na década anterior.

A proporção de crianças de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental cresceu 17,83%, entre 2000 e 2010, e 93,91%, entre 1991 e 2000.

A proporção de jovens entre 15 e 17 anos, com ensino fundamental completo cresceu 26,03%, no período de 2000 a 2010, e 141,04%, no período 1991 a 2000. A proporção de jovens entre 18 e 20 anos com ensino médio completo cresceu 95,73%, entre 2000 e 2010, e 46,49%, entre 1991 e 2000.

Em 2010, estavam cursando o ensino fundamental regular na série correta para a idade 59,59% dos alunos de Itatiaia, entre 6 e 14 anos. Em 2000, eram 54,75% e, em 1991, 28,22%, respectivamente. Entre os jovens de 15 a 17 anos, 20,57% estavam cursando o ensino médio regular sem atraso. Comparativamente, em 2000, eram 16,42% e, em 1991, 4,13%.

Entre os alunos de 18 a 24 anos, 7,10% estavam cursando o ensino superior em 2010, 4,76%, em 2000, e 3,48%, em 1991. Nota-se que, em 2010, 1,83% das crianças de 6 a 14 anos não frequentavam a escola, percentual que, entre os jovens de 15 a 17 anos atingia 15,91%.

POPULAÇÃO ADULTA

A escolaridade da população adulta é um importante indicador de conhecimento e também compõe o IDHM Educação. Em 2010, 59,28% da população de 18 anos ou mais de idade tinha completado o ensino fundamental e 42,24% o ensino médio. No Estado do Rio de Janeiro, os números foram 64,65% e 45,55%, respectivamente.

É um indicador que carrega uma grande inércia, em função do peso das gerações mais antigas e de menos escolaridade. A taxa de analfabetismo da população de 18 anos ou mais diminuiu 8,43% nas últimas duas décadas.

ANOS ESPERADOS DE ESTUDO

Os anos esperados de estudo indicam o número de anos que a criança que inicia a vida escolar no ano de referência tende a completar. Em 2010, Itatiaia tinha 9,36 anos esperados de estudo, em 2000, 9,02 anos e, em 1991, 7,21 anos. Comparativamente, o Estado do Rio de Janeiro tinha 9,17 anos esperados de estudo, em 2010, 8,96 anos, em 2000, e 8,65 anos, em 1991.

RENDA

A renda *per capita* média de Itatiaia cresceu 60,65% nas últimas duas décadas, passando de R$ 481,46, em 1991, para R$ 773,48, em 2010. A taxa média anual de crescimento foi de 20,71%, no primeiro período, e 33,09%, no segundo.

A extrema pobreza (medida pela proporção de pessoas com renda domiciliar *per capita* inferior a R$ 70,00, em reais de agosto de 2010) passou de 7,52%, em 1991, para 2,83%, em 2000, e para 1,08%, em 2010. A desigualdade, tendo como base o Índice de Gini, diminuiu de 0,58, em 1991, para 0,54, em 2000, e para 0,51, em 2010.

Vide tabelas a seguir:

Renda, Pobreza e Desigualdade		
	2000	2010
Renda per capita (em R$)	581,18	773,48
% de extremamente pobres	2,83	1,08
% de pobres	14,21	7,13
Índice de Gini	0,54	0,51

Porcentagem da Renda Apropriada por Estratos da População		
	2000	2010
20% mais pobres	3,90	4,18
40% mais pobres	10,95	12,23
60% mais pobres	22,17	24,76
80% mais pobres	41,33	43,89
20% mais ricos	58,67	56,11

Fonte: IBGE

TRABALHO

Entre 2000 e 2010, a taxa de atividade da população de 18 anos ou mais (percentual da população economicamente ativa) passou de 70,36% para 69,19%. Ao mesmo tempo, a taxa de desocupação (percentual da população economicamente ativa, mas desocupada) passou de 13,66%, em 2000, para 7,56%, em 2010. Vide a seguir na tabela:

Ocupação da população de 18 anos ou mais		
	2000	2010
Taxa de atividade	70,36	69,19
Taxa de desocupação	13,66	7,56
Grau de formalização dos ocupados - 18 anos ou mais	58,89	69,97
Nível educacional dos ocupados		
% dos ocupados com fundamental completo	46,45	65,65
% dos ocupados com médio completo	28,10	48,65
Rendimento médio		
% dos ocupados com rendimento de até 1 s.m.	41,09	13,61
% dos ocupados com rendimento de até 2 s.m.	74,12	70,14

Fonte: IBGE

Complementando, das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais, em 2010, 2,77% trabalhavam no setor agropecuário, 0,30% na indústria extrativa, 15,35% na indústria de transformação, 10,26% no setor de construção, 0,79% nos setores de utilidade pública, 14,74% no comércio e 51,92% no setor de serviços.

HABITAÇÃO

Os serviços básicos de água, energia elétrica e coleta de lixo de Itatiaia estão percentualmente tabelados abaixo:

	2000	2010
% da população em domicílios com água encanada	92,73	93,42
% da população em domicílios com energia elétrica	98,63	99,47
% da população em domicílios com coleta de lixo. *Somente para população urbana.	99,66	97,83

O plano de saneamento municipal prevê ampliação, melhoria e a substituição dos reservatórios de água, com três Unidades de Tratamento de Água (ETA) até 2014, em substituição ao antigo sistema de abastecimento, que atende a aproximadamente 85% das residências. A previsão é de que até 2015 a água seja tratada adequadamente, com filtragem, e não apenas clorada como é atualmente.

O núcleo urbano e a Vila Benfica, que são abastecidos pelas águas do Rio Campo Belo, receberão a primeira ETA. O manancial da Fazenda da Serra receberá a segunda, que abastecerá Penedo, e a terceira terá captação no Rio Monjolo, que atenderá Maringá e Maromba. A previsão é que até 2017, 100% das residências do núcleo central urbano de Penedo, Maringá, Maromba e da Granja Itaúna, na Vila Benfica sejam abastecidas com água tratada.

O sistema de coleta de lixo do município passará a ser feito de três formas, separando os resíduos sólidos urbanos e domiciliares, o dos serviços de saúde e os gerados pela construção civil.

Vulnerabilidade Social, Composição das famílias e condições de moradia expressas nas tabelas abaixo finalizam o levantamento dos índices sócio econômicos do Itatiaia.

Vulnerabilidade Social de Crianças e Jovens	2000	2010
Mortalidade infantil	14,60	13,80
% de crianças de 4 a 5 anos fora da escola	15,03	10,52
% de crianças de 6 a 14 anos fora da escola	2,86	1,83
% de pessoas de 15 a 24 anos que não estudam nem trabalham e são vulneráveis à pobreza	11,94	10,13
% de mulheres de 10 a 14 anos que tiveram filhos	0,77	0,71
% de mulheres de 15 a 17 anos que tiveram filhos	11,52	9,21
Taxa de atividade - 10 a 14 anos (%)	8,30	3,97

Fonte: IBGE

Família		
% de mães chefes de família sem fundamental completo e com filhos menores de 15 anos	17,59	15,46
% de pessoas em domicílios vulneráveis à pobreza e dependentes de idosos	1,61	1,61
% de crianças extremamente pobres	4,36	2,31

Trabalho e Renda		
% de vulneráveis à pobreza	40,61	23,17
% de pessoas de 18 anos ou mais sem fundamental completo e em ocupação informal	41,79	28,82

Condição de Moradia		
% de pessoas em domicílios com abastecimento de água e esgotamento sanitário inadequados	0,56	0,68

Fonte: IBGE

TURISMO EM PENEDO

Penedo, na Região Sul do Estado do Rio de Janeiro é uma das localidades/bairros de Itatiaia e um destino turístico natural na região. Ao sopé da Serra da Mantiqueira, oferece aos turistas seus atrativos naturais, cachoeiras, mirantes, trilhas, bosques e uma boa gastronomia, em ambiente europeu, devido à temperatura amena e à forte influência da colônia finlandesa tanto na arquitetura e como na cultura local.

As antigas pensões se transformaram em uma rede hoteleira com 52 estabelecimentos, uma das maiores do Estado do Rio de Janeiro, 39 restaurantes, lanchonetes e bares. Com comércio bem estruturado e oferta de artesanato, Penedo é rodeado por muitos restaurantes, bares e churrascarias.

Na gastronomia, o destaque é a truta dos criadouros da própria região, e comidas típicas escandinavas, japonesas, brasileiras. Os sorvetes e geleias artesanais, os chocolates caseiros e doces são tradicionais. Outro destaque é seu perfume de plantas ornamentais e frutíferas, parte da tradição da Colônia Finlandesa, utilizando essências naturais da Mata Atlântica.

Desde julho de 2013, Penedo conta com totem digital de Informações Turísticas no Portal. O terminal permitirá que moradores, turistas e visitantes acessem todas as informações da cidade e do estado, com rapidez e eficiência.

ATRAÇÕES TURÍSTICAS EM PENEDO

- **PESCA DE TRUTAS -** Trutas da Serrinha, a 10 km de Penedo. Truta Viva, pesqueiro no Alto do Penedo, que funciona também como restaurante.
- **CAPELINHA -** Alambique centenário, com produtos da roça, queijos. Restaurante e Pesqueiro.
- **MUSEU FINLANDÊS -** expõe vários objetos da história da Colônia Finlandesa de Penedo. Instalado no Clube Finlândia, o Museu Dona Eva reúne mais de mil objetos trazidos pelos imigrantes no início do século 20. Os destaques são as coleções de bonecas finlandesas, de revistas e de fotografias.
- **PEQUENA FINLÂNDIA / CASA DE PAPAI NOEL -** o parque temático-cultural também é um centro comercial com muitas lojinhas, uma atração para toda família.
- **CASA DE PEDRA -** uma das primeiras construções de Penedo. A construção iniciou em 1932 sendo terminada em 1946.
- **PICO DO PENEDINHO -** com a vista mais ampla de Penedo e de onde se vê as Serras da Mantiqueira e do Mar, os Municípios de Resende, Itatiaia e Penedo.
- **TRÊS CACHOEIRAS -** é a mais visitada de Penedo. Está localizada no Rio das Pedras, de fácil acesso, ao lado da estrada. Com bons pontos para banhos devido a existência de vários poços.
- **CACHOEIRA DE DEUS -** também está localizada no Rio das Pedras na parte alta de Penedo. É a maior de Penedo. Possui ótimo poço para banho.
- **POÇO DAS ESMERALDAS -** com águas limpas e ótimas para banho, localiza-se abaixo das Três Bacias.
- **TRÊS BACIAS -** é a cachoeira mais distante do centro de Penedo, localizada na parte alta da Fazendinha.

LOCALIZAÇÃO E ACESSO A PENEDO

Penedo dista 12 km do centro do Município de Itatiaia. Situa-se a 170 km da capital do Rio de Janeiro e 269 km da capital de São Paulo. O acesso é feito diariamente pela Viação Cidade do Aço que faz viagens Rio-Penedo-Rio, desde a Rodoviária Novo Rio, em vários horários. Voltando para o Rio, as passagens podem ser compradas somente em Penedo numa padaria em frente ao Ponto Final da viagem (somente em dinheiro). De São Paulo: a partir das Rodoviárias do Tietê, Osasco e Barra Funda.

De carro, saindo do Rio de Janeiro, deve-se seguir a Rodovia Presidente Dutra (BR-116), onde uma placa indica a entrada da Rodovia Rubens Mader (RJ 163). De São Paulo, segue-se diretamente pela Via Dutra (BR-116) ou pelas Rodovias Ayrton Senna e Carvalho Pinto (SP-70), para entrar na Dutra mais ao norte.

ARRECADAÇÃO

Itatiaia também conta com o ICMS Verde como contribuição ao fomento do turismo. Dos cerca de 178 milhões que o governo estadual distribuirá aos municípios do Rio, em 2013, Itatiaia receberá cerca de R$ 4,6 milhões.

5. A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO DO PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA

A cadeia produtiva do Turismo no Parque Nacional do Itatiaia deve estar apoiada em sistemas de gestão adequados ao Parque e seus atributos. Os atrativos turísticos do próprio parque são, a princípio, os seus principais agentes multiplicadores e divulgadores.

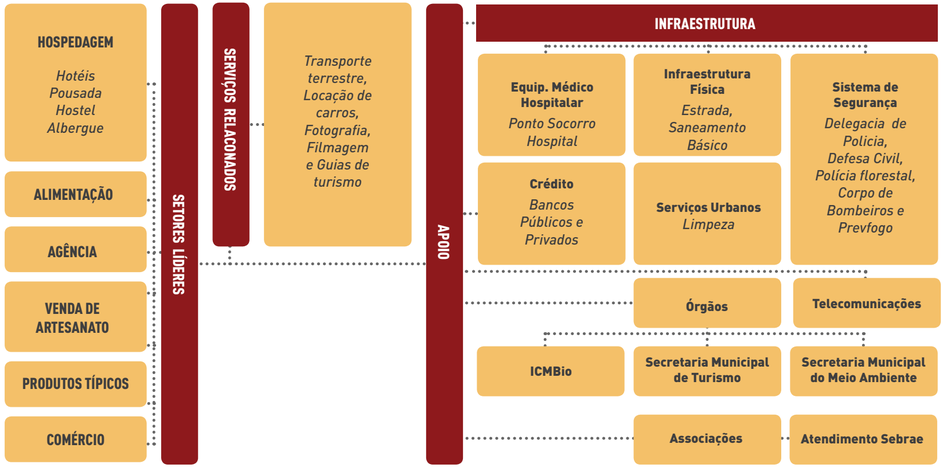
Tal contexto permite a identificação dos mais importantes pontos de agregação de valor aos produtos que compõem a cadeia turística da UC. Com isso, por meio de metodologias adequadas, faz-se necessário disponibilizar os itens mais importantes a serem reavaliados, estimulando a competitividade dos produtos, e desta forma, dinamizar as estratégias ideais para a superação dos gargalos que atingem o processo produtivo.

As atividades turísticas no Parque Nacional de Itatiaia são uma sucessão de operações de oferta de serviços e comercialização de consumo, apoiadas no desenvolvimento de uma infraestrutura própria, cuja dinâmica promove o incremento dos fluxos de seu consumo. Com a gestão adequada de seus recursos naturais, o turismo tanto no parque como na região que abarca suas fronteiras, passa a protagonizar uma economia voltada à sustentabilidade.

O desenvolvimento da visão sistêmica da cadeia do turismo do PARNA Itatiaia deve resultar em avanços de competitividade, proporcionando benefícios que promovam a manutenção de seus recursos naturais. A complexa cadeia do Turismo de uma reserva ecológica demanda um diagnóstico estratégico de competitividade.

Torna-se inegável que a sustentabilidade turística da UC do parque está comprometida com a melhoria da qualidade de vida das comunidades em seu território, de sua fauna e flora, objetivando um crescimento econômico eficiente. E somente com a participação efetiva das comunidades e dos gestores na preservação dos valores culturais e com a conservação do meio ambiente, poderá ser gerado um nível competitividade que ocorra de maneira sustentável.

A cadeia produtiva do Turismo pode ser vista como o conjunto das empresas e dos elementos materiais e imateriais que englobam atividades ligadas ao turismo, com procedimentos, ideias, práticas, ordenações, afinidades e atividades. O mercado do turismo na região existe, é crescente e dispõe de alternativas, e por sua importância deve manter o foco no crescimento do seu mercado estratégico, utilizando-se de produtos e serviços competitivos, seguros e bem planejados.



O produto turístico é resultado da soma de atrativos, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio. Como tal, tem a característica singular de ser produzido e consumido no mesmo local e cabe ao consumidor se deslocar para a área de consumo. Diferentemente de outras cadeias, na atividade turística, o momento da produção coincide com o da distribuição e, muitas vezes, com o do consumo também, sendo a reunião destes aspectos um obstáculo da atuação das partes isoladamente.

Para atingir os resultados desejados ao longo da cadeia produtiva do Turismo é necessária a manutenção de sinergias dinâmicas por e entre empresas ou seções que as compõem. A sequência de operações apesar de guardar certa independência exige complementaridade entre as operações, devendo manter uma eficiência econômica de custos mínimos com um nível de qualidade exigido pelo usuário dos produtos oferecidos.

A cadeia produtiva do Turismo deve ser coordenada para ser competitiva e obter resultados que alcancem desejável e sustentável sucesso. As relações entre os prestadores de serviços e gestores - agentes de viagens, hoteleiros, operadores, transportadores, locadores, governos em suas variadas instâncias - deverão estar claramente definidas e inseridas na cadeia produtiva, com um grau de coordenação que traga benefícios palpáveis para o consumidor final do seu segmento.

Produtos turísticos sejam reservas, parques ou qualquer outra modalidade, tornam-se competitivos e bem sucedidos quando atraem e mantêm um fluxo constante e/ou crescente de turistas. Para tanto é necessário que as formas de organização das diversas empresas ou partes que compõem a cadeia produtiva tenham atitudes profissionais, com o mínimo de falhas e imprevistos e que estejam alinhadas com o objetivo final coletivo a que se propõem, ou seja, surpreender o turista-alvo e cativá-lo.

Apesar de intangível, o produto turístico tem como resultado um somatório de bens e serviços. Todavia, apresenta as mesmas fases de qualquer produto físico: criação, nascimento, crescimento, equilíbrio, saturação, declínio e dissolução ou rejuvenescimento. O trabalho a ser desenvolvido dentro de uma visão de cadeia produtiva deve ser capaz de influenciar a qualidade dos produtos por meio de transformações e melhorias contínuas que obtenham o completo aproveitamento dos recursos potenciais do setor.

Uma rede de provedores de insumos e serviços reúne empresas que compõem a cadeia turística, geradoras de receitas por meio dos produtos e/ou serviços turísticos em suas respectivas área de atuação. As empresas e os prestadores de serviços devem oferecer recursos humanos capacitados, tecnologia compatível, recursos financeiros, infraestrutura física e um clima de negócios que propicie novos investimentos e novos negócios.

Os principais componentes empresariais da cadeia produtiva do Turismo estão relacionados a seguir, sendo que muitos deles fazem parte de mais de uma categoria:

- Empresas líderes: meios de hospedagem (hotéis, pousadas, motéis, albergues) e extra-hoteleiros (acampamentos, colônia de férias, pensões, leitos familiares), agências de viagem, operadoras turísticas, empresas de alimentação turística (restaurantes, bares, lanchonetes, etc.), empresas de entretenimento (parques de diversão, clubes, boates, casas de espetáculo, cinema, teatro), empresas e indivíduos produtores e comerciantes de artesanato e de produtos típicos, centros comerciais e galerias de arte.

- Provedores de serviços: de transportes, informações turísticas, agências e operadoras de turismo, guias de turismo, locadoras de veículos, centros de convenções, parques de exposições, auditórios, fornecedores de alimentação, construção civil, artesãos, sistema de comunicação e serviços de energia elétrica.

- Infraestrutura de apoio: escolas de turismo, serviços de elaboração de projetos, assistência técnica (consultoria especializada), infraestrutura física (estradas, aeroportos, terminais rodoviários e hidroviários, saneamento básico etc.), instituições governamentais, telecomunicações, sistema de segurança, sistema de seguros, convênio com universidades, representações diplomáticas, casas de câmbio e bancos, equipamento médico e hospitalar, serviços de recuperação do patrimônio público, administração dos resíduos sólidos e preservação do meio ambiente.

A cadeia produtiva do Turismo que ainda se encontra em estágio de desenvolvimento não pode deixar de considerar vários aspectos para romper restrições advindas da sua fase de formação. Uma sintonia deve ser observada, não só dentro da cadeia, como também em relação aos produtos turísticos como um todo. Ou seja, os componentes devem trabalhar em conjunto, respeitando as peculiaridades de cada um.

Os órgãos governamentais têm a função de coordenar da cadeia legalmente constituída, contudo, não podemos esquecer que é na iniciativa privada que a concretização de diversos tipos de programas para o desenvolvimento turístico nacional acontece.

Todos os participantes do processo turístico - governos nas suas diferentes instâncias, empresários, comunidades ou atores que fazem parte do cenário - precisam estar envolvidos e absorver os conceitos da qualidade dos demais elos para que o turismo em futuro próximo usufrua de uma cadeia produtiva forte e saudável em todas as suas dimensões, pois só assim pode-se estabelecer uma atividade sustentável.

A geração de empregos e oportunidades para a economia do turismo sustenta-se na premissa de que o setor pode oferecer trabalho à população local, como forma de evitar o êxodo para grandes centros urbanos, aproveitando a mão de obra local com consequências sociais positivas. Estes benefícios, porém, só podem ocorrer se existir uma mão de obra qualificada e pronta a assumir seu espaço nesta vasta área que compreende o turismo.

A capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local é uma ferramenta para a valorização de tradições e culturas locais, bem como para o afastamento do amadorismo na operação de negócios turísticos, impedindo assim, eventuais e sérios impactos sobre a competitividade turística do destino. Para tal, é necessário contar com instituições de ensino instaladas nos Municípios de Resende e Itatiaia, com competências para a formação de qualidade no turismo, tais como escolas técnicas universidades e unidades do "Sistema S" (Sebrae, Sesc, Senac e Senai).

De maneira complementar, as atividades características do turismo no destino receptor devem se preocupar com a avaliação, o grau de informalidade ou de emprego temporário nos segmentos turísticos da região, mais especificamente em setores como: hospedagem, restaurantes, agências de receptivo, agências de viagens, organizadores de eventos e outros prestadores de serviços no turismo.

Com tal ampliação e a fim de se criar um cenário de atratividade para que empreendimentos turísticos venham a se instalar, se manter e crescer no entorno do Parque Nacional do Itatiaia, a cadeia produtiva tem necessidade de avaliações na oferta de instrução, qualificação ou especialização para a população local.

No contexto do turismo no Parque Nacional do Itatiaia, podem-se empregar alguns conceitos de competitividade, como a adotar a capacidade de se autoanalisar em conjunto com os municípios, incentivando o progresso de toda uma região. Com pensamento pragmático e prática contínua pode-se planejar e desenvolver vantagens competitivas em relação a outras Unidades de Conservação.

Se bem administrados e combinados, os recursos poderão gerar mais atratividade para o destino, por meio de novos produtos turísticos, melhorias em operações e infraestrutura, aprimoramento na qualidade dos serviços prestados, aperfeiçoamento no ambiente de negócios local e, finalmente, implicações para um desempenho econômico superior e a manutenção da qualidade do meio ambiente e de recursos naturais, ativos básicos para um crescimento duradouro. Em suma, ser competitivo é ser capaz de evoluir continuamente.

A cadeia produtiva do Turismo é multissetorial e dinâmica, ficando evidente a necessidade de monitoramento de todos os aspectos envolvidos e que possam, ao longo de um determinado período de tempo, proporcionar a evolução do destino turístico de toda a região.

Para subsidiar esse acompanhamento, torna-se fundamental a coleta e análise de indicadores que, ao serem interpretados como elementos de uma série histórica de mensurações, poderão se tornar instrumentos de acompanhamento estratégico do desempenho do Parque Nacional do Itatiaia como destino de turismo.

No entanto, é necessário que os Municípios de Resende e Itatiaia atentem para a importância de desenvolver políticas formais de sensibilização na comunidade sobre a importância da atividade turística, assim como também programas de sensibilização do turista sobre como respeitar a comunidade local e preservar seu entorno natural. Não obstante, torna-se fundamental o fornecimento à população local de condições educacionais para que ela esteja preparada profissional e funcionalmente para as funções e atividades trazidas pelo turismo.

6. OS DIVERSOS OLHARES DOS ATORES SOCIAIS SOBRE O PARQUE NACIONAL DO ITATIAIA

Ao coletar informações relacionadas à percepção dos atores, organização da cadeia produtiva, operação turística, parcerias existentes e as relações com o Parque Nacional do Itatiaia, o estudo poderá indicar eventuais desencontros que necessitem de aprimoramento operacional, assim como permitir aos agentes se conscientizarem do cenário atual.

A partir desta ampla análise, os estudos definirão quais os temas são os de maior relevância para o destino, trabalhando as deficiências com uma abordagem adequada. Além disso, o conjunto de informações servirá como um retrato do destino quando do início do projeto, possibilitando assim, projetar os resultados desejados a partir da implementação das ações por e com o Parque.

Ao final, espera-se que o estudo de fomento do turismo gere subsídios para:

- **Sensibilizar a cadeia produtiva do Turismo;**
- **Orientar ações para organização e fortalecimento das cadeias estudadas e afetas ao Parque Nacional do Itatiaia e;**
- **A tomada de decisão de organismos financiadores sobre o destino.**

6.1. MORADORES

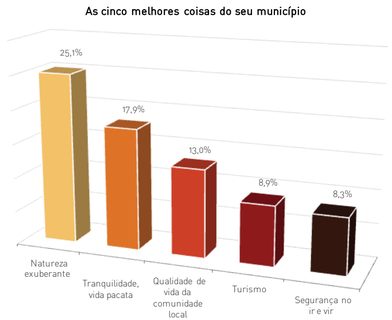
Do exposto, verifica-se que o maior número de elementos amostrados foram para os moradores dos Municípios de Resende e Itaiaia (63,6%), seguidos dos turistas (24,2%) e empresas (12,2%), acumulando, juntos, 100% do total das entrevistas.

Sempre viveu aqui ou veio de fora		
Opção	%	% Acumulado
Nativo	62,7%	62,7%
Veio de fora	37,3%	100%

Tempo médio de Residência
11 anos

O contato inicial feito com os moradores buscou destacar seu perfil e, primeiramente, foram questionados sobre se eram ou não naturais na região. As respostas apontaram que 62,7% são nativos e 37,3% vieram de fora. Dos que vieram de fora, seu tempo de residência nos municípios abordados pelo estudo é de 11 anos.

Para o turismo, é importante considerar a opinião dos moradores, mas deve-se ir mais além e medir sua qualidade de vida naquele destino. O turista traz consigo uma bagagem cultural que pode contrastar com a do anfitrião, revelando as diferenças existentes, podendo causar interferências na qualidade receptiva. A pesquisa destaca que, na visão dos moradores, as cinco melhores coisas existentes nos municípios são:

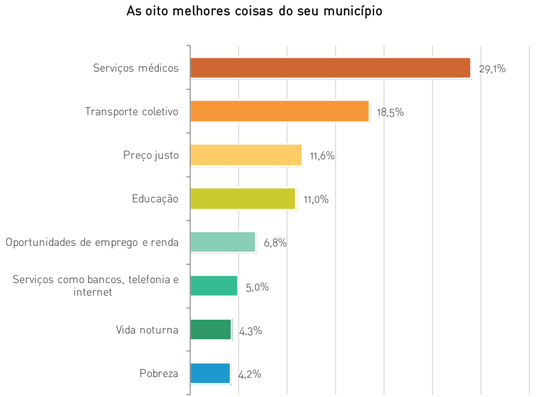


Destaca-se o turismo que surge em quarto momento.

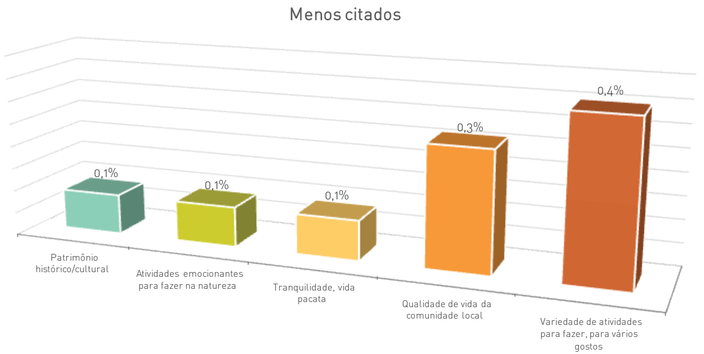
Atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida	6,5%	79,6%
Profissionalismo das empresas	4,5%	84,1%

Vale ressaltar, ainda, que o **atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida,** além do profissionalismo das empresas também se sobressaem – totalizando nestas variáveis 84,1% das melhores coisas dos municípios abordados.

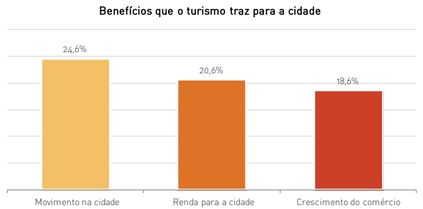
Inversamente, é feita uma abordagem sobre as piores coisas dos dois municípios foco deste estudo, também sob a ótica dos moradores, evidenciando que os **serviços médicos, transporte coletivo e precificação adotada no parque e entorno** são apontados de maneira expressiva, superando 59% das variáveis apresentadas no questionário.



Como ponto favorável, abaixo seguem os itens **menos citados** pelos moradores como as piores coisas de ambos municípios.



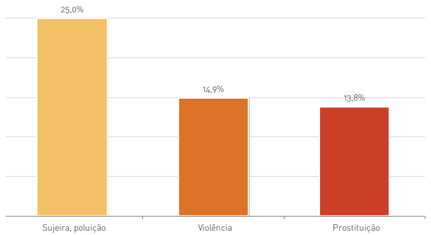
No que diz respeito à presença de atividades turísticas na região, nota-se que os moradores a consideram muito significativa; conforme dados da próxima tabela, cerca de 24,6% enxergam que o turismo pode trazer **benefícios**



como **movimento nas cidades**, outros 20,6% acreditam que há **melhoria da renda** e 18,6% supõem que o **crescimento do comércio** é a maior vantagem.

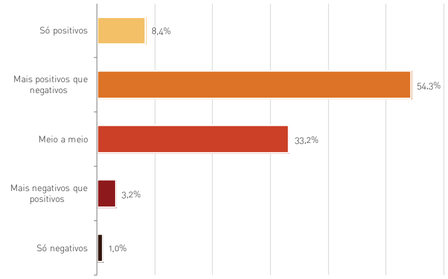
Benefícios que o turismo traz para a cidade		
Opção	%	% Acumulado
Movimento na cidade	24,6%	24,6%
Renda para a cidade	20,6%	45,2%
Crescimento do comércio	18,6%	63,8%
Oportunidades de emprego	17,3%	81,1%
Melhoria das condições de vida da população	10,4%	91,4%
Bons salários	5,0%	96%
Preservação do meio ambiente	2,9%	99,2%
Outro	0,8%	100,0%

O turismo é dinâmico, intervém no meio à sua maneira e, em muitos casos, altera o modo de como as pessoas da comunidade vivem, podendo ocorrer até a adoção das características de vida dos turistas em detrimento dos seus alicerces culturais próprios. Na pesquisa, abordando sobre os impactos negativos que o turismo traz para as cidades, vê-se inicialmente que a **sujeira e a poluição** (25%) são tidas como maior preocupação, seguidas da violência, com 14,9% e da **prostituição** (13,8%). Os três fatores, juntos, contemplam mais da metade dos problemas advindos do turismo.

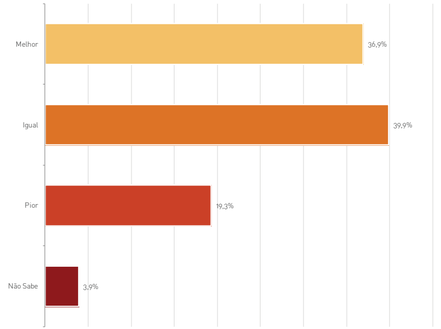


Problemas que o turismo traz para a cidade		
Opção	%	% Acumulado
Sujeira, poluição	25,0%	25,0%
Violência	14,9%	39,9%
Prostituição	13,8%	54%
Muito movimento, falta	12,7%	66,3%
Crescimento desordena	8,4%	74,7%
Destruição do meio am	7,1%	81,8%
Salários são baixos	6,9%	88,7%
Traz gente de fora para	4,6%	93,3%
Não gera emprego par.	4,6%	98,0%
Outro	2,0%	100%

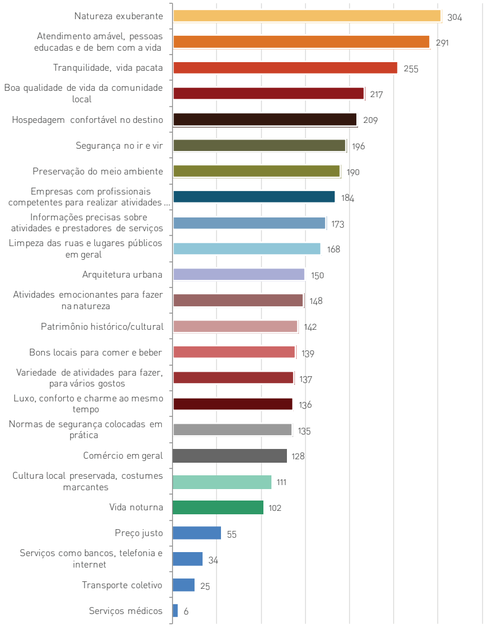
Ao considerar o que **turismo** traz de **benefícios para a cidade** do entrevistado, observa-se elevado nível de **pontos positivos**, superando 62% dos respondentes. Contudo, há 33,2% dos moradores que consideram em **igual** proporção que há tanto pontos positivos quanto negativos no turismo em sua cidade.



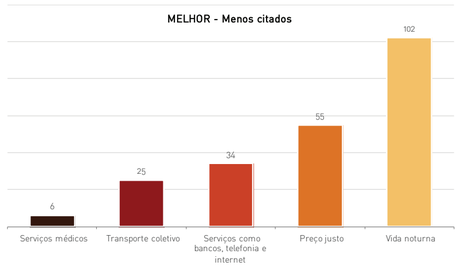
O Parque Nacional do Itatiaia é um atrativo bastante consolidado no Estado do Rio de Janeiro e entorno, seus turistas advêm de todos os cantos do Brasil e do exterior e encontram cenários exuberantes, belezas naturais e artificiais que superam suas expectativas. Mesmo assim, ao serem indagados sobre o turismo em seu município comparado a outras cidades, 39,9% dos moradores consideram igual às demais cidades; aproximadamente, cerca de 37% consideram seu destino melhor e apenas 19,3% dizem que o turismo é pior, se comparado a outros lugares.

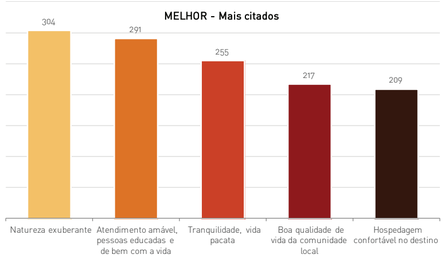


Quando analisados apenas os que acham sua cidade melhor do que as outras em função do turismo, evidencia-se que a natureza exuberante, o atendimento amável e a tranquilidade local são os motivos mais citados.

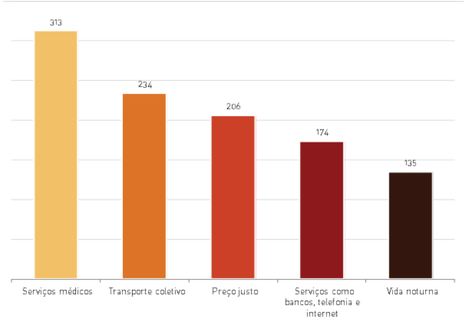


Comparando—se os itens mais citados aos menos citados, pode-se observar abaixo:





Como o caráter é comparativo, a pesquisa procurou avaliar também o que levou os moradores a considerar negativo em sua cidade (retratando-se neste gráfico as cinco principais variáveis):



A cultura preservada do destino, o luxo e o conforto, além do comércio e da segurança, são pesos relevantes que acentuam a sequência de itens que são considerados piores do que em outras cidades.

Cultura local preservada, costumes marcantes	77
Luxo, conforto e charme ao mesmo tempo	73
Comércio em geral	72
Segurança no ir e vir	72

Propondo conhecer melhor o morador da região do Parque Nacional do Itatiaia - em especial seus hábitos, costumes e preferências -, a pesquisa avança em indagações que mensuram o percentual de "consumo" dos produtos turísticos – revelados neste estudo como atrativos naturais e artificiais.

Cerca de 77,5% dos moradores já visitaram o parque e 22,5% disseram não ter havido ainda esta oportunidade. Dos que já visitaram, a pesquisa calculou a média de visitações e obteve:

Menos vezes	Vezes que já Visitou	Mais vezes
1 vez	3 vezes	30 vezes

Há quem visitou 30 vezes o Parque Nacional do Itatiaia. A média é considerada positiva, pois o morador foi ao parque pelo menos três vezes.

Quando indagados por que nunca visitaram o parque, 40,7% disseram ser em função do valor do ingresso, considerado alto. No entanto, vale destacar que segundo o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), o parque beneficia o visitante brasileiro, concedendo 50% de desconto no valor do ingresso e os moradores do entorno são concedidos de até 90%, exceto nos feriados prolongados. Como informação extra, a administração do parque solicita apenas que os moradores apresentem comprovante de residência.

Mais informações sobre o ingresso:

O valor de ingresso individual é R$ 22,00. O visitante brasileiro tem desconto de 50%, ou seja, paga R$ 11,00.

Moradores dos municípios abrangidos pelo parque – Resende, Itatiaia (RJ), Itamonte e Bocaina de Minas (MG) – têm direito ao desconto de 90%, exceto em feriados prolongados, apresentando comprovante de endereço.

Caso o visitante pretenda permanecer no Parque Nacional do Itatiaia por mais de um dia, terá direito a desconto – 50% (fins de semana e feriados) e 90% (dias úteis) sobre os valores do ingresso integral individual.

Por exemplo, (para o visitante brasileiro):

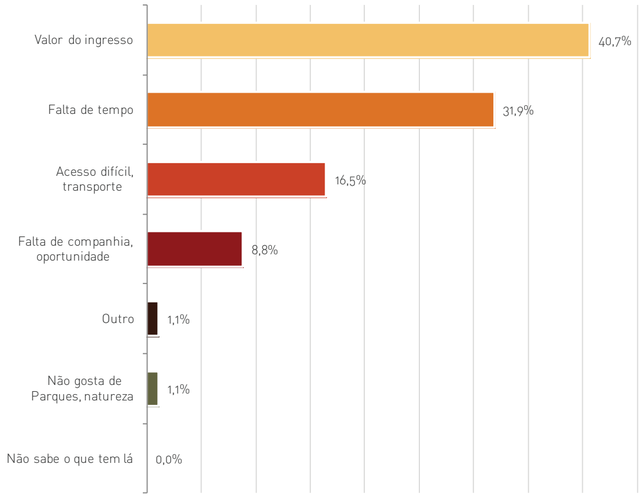
- **Fins de semana (sábados e domingos) =** R$ 11,00 + R$ 5,50 = R$ 16,50 de valor individual
- **Fim de semana + 1 dia útil (sábado, domingo, segunda) =** R$ 11,00 + R$ 5,50 + R$ 1,10 = R$ 17,60 de valor individual.
- **Fim de semana e feriado (sábado, domingo, segunda - feriado) =** R$ 11,00 + R$ 5,50 + R$ 5,50 = R$ 22,00 de valor individual.
- **Dias úteis (dois dias consecutivos) –** R$ 11,00 + R$ 1,10 = R$ 12,10

Importante:

- Menores até 12 anos de idade e maiores a partir de 60 anos são isentos de taxas.
- Os valores de taxas de estacionamento temporariamente não estão sendo cobrados.
- Novas regras e formas de cobrança serão divulgadas em outra portaria, a ser oficializada oportunamente.

Fonte: http://www.icmbio.gov.br

Há ainda quem justifica a não visitação em função da falta de tempo ou dificuldades no deslocamento entre outros:

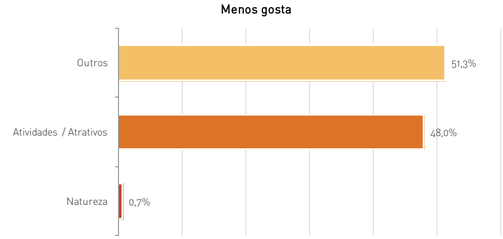


Dentre os moradores que já visitaram o parque, 91,1% conferem à natureza o item que mais gostaram, seguidos de 7,3% que consideram as atividades e atrativos o principal chamariz.

Mais gosta no Parque Nacional do Itatiaia		
Opção	%	% Acumulado
Natureza	91,1%	91,1%
Atividades / Atrativos	7,3%	98,3%
Outros	1,7%	100%

Outros
Fazer caminhadas
Cachoeiras

Tratando do que menos gostaram em visita ao parque, o acesso é considerado o maior motivo. As condições das estradas também são citadas, assim como a sujeira e a questão da informação, seja ela por meio de placas ou por conta de carência de guias em turismo, ou ainda, por falta de posto de informação.



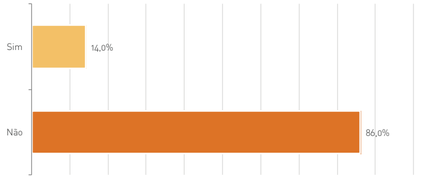
Fica evidente que a natureza foi apontada de forma ínfima pelos respondentes, sendo inferior a 1%.

Avançando nas indagações, a pesquisa procurou obter quais motivos levariam os moradores a visitarem mais vezes o parque; dentre vários, podemos citar a melhoria dos acessos, redução no valor do ingresso e aumento da segurança.

O que motivaria você a frequentar mais vezes o Parque Nacional do Itatiaia?
Acesso mais fácil.
Ingresso mais barato.
Aumento da segurança.
Mais atrativos.
Mais opções culturais.
Mais eventos.
Melhora das estradas.
Preços mais baixos dos produtos dentro do parque.

Com relação à experiência de terem visitado outros parques ou reservas, 86% disseram não ter visitado e apenas 14% já visitaram.

Visitou outras reservas ou parques nacionais no Brasil



Dentre as visitações, abaixo a síntese dos principais parques ou reservas conhecidas pelos moradores:

Reservas ou Parques Nacionais visitados
Parque Nacional da Serra da Bocaina
Parque Nacional da Tijuca
Reserva Extrativista Marinha de Arraial do Cabo
Pantanal
Fernando de Noronha
Parque Nacional da Serra dos Órgãos

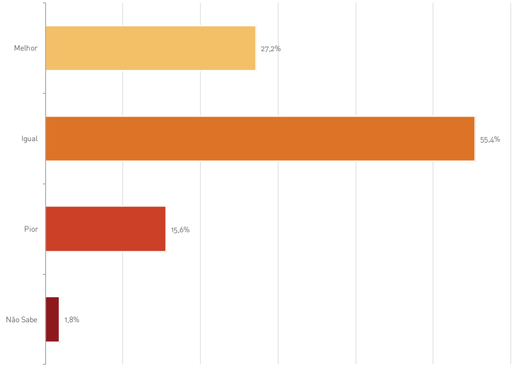
Tem interesse de visitar?

Dos 86% que responderam não ter visitado outros parques ou reservas, 74,2% disseram ter interesse em conhecer.

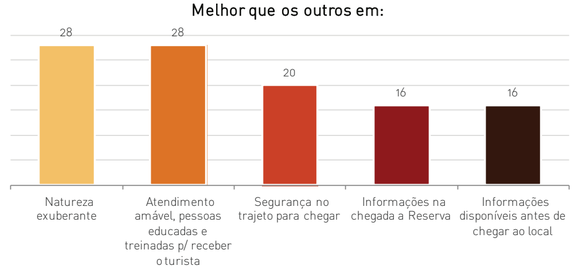
Tem interesse de visitar?		
Opção	%	% Acumulado
Sim	74,2%	74,2%
Não	25,8%	100%

Considerando a experiência do morador de conhecer outros parques ou reservas, procurou-se indagá-lo, ainda no aspecto comparativo, se o Parque Nacional do Itatiaia é melhor, igual ou pior aos outros em algumas categorias. Predominou, nesta resposta, que a maioria (55,4%) considera os parques visitados igual ao do Itatiaia. Ainda dentro da análise comparativa, 15,6% consi

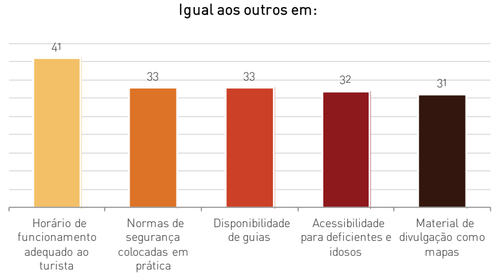
deram o parque pior que os visitados e 27,2% respondem que o Parque Nacional do Itatiaia é melhor do que os já visitados.



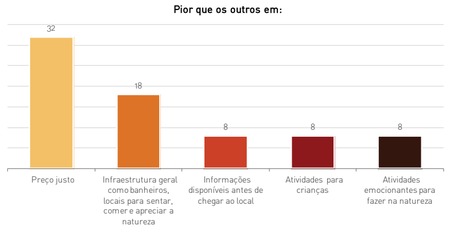
Em destaque aos quesitos comparativos, o Parque Nacional do Itatiaia é considerado melhor que os demais em:



Na mesma linha de raciocínio, houve também os respondentes que afirmaram que o parque é igual aos outros em:



E pior que os outros em:

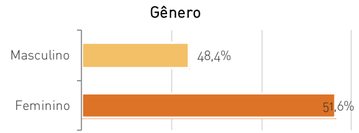


Dentro da satisfação, da vivência ou da relevância dada ao Parque Nacional do Itatiaia, moradores atestam que costumam recomendá-lo, sendo este percentual satisfatório (87,8%). Complementando a resposta, alguns entrevistados justificam a recomendação por conta da beleza inigualável, por ser um atrativo turístico e que precisa ter movimento, ampliando as oportunidades de emprego e renda mediante o turismo.

Recomenda visitação ao Parque Nacional do Itatiaia		
Opção	%	% Acumulado
Sim	87,8%	87,8%
Não	12,2%	100%

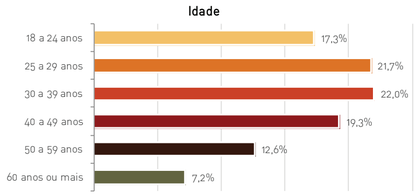
Esta pesquisa procurou nivelar o perfil de seus entrevistados, sendo estratificada por gênero, idade, escolaridade, situação familiar, grau de instrução e renda familiar. Dentro deste escopo, obteve-se o seguinte perfil que, a posteriori, recebeu alguns cruzamentos para elucidar melhor algumas indagações.

Gênero:		
Opção	%	% Acumulado
Masculino	48,4%	48,4%
Feminino	51,6%	100%



Por tratar-se de abordagem espontânea, pode-se observar que uma pequena maioria é composta por moradores do sexo feminino – retratando a realidade demográfica dos municípios.

Idade?		
Opção	%	% Acumulado
18 a 24 anos	17,3%	17,3%
25 a 29 anos	21,7%	39,0%
30 a 39 anos	22,0%	61,0%
40 a 49 anos	19,3%	80,2%
50 a 59 anos	12,6%	92,8%
60 anos ou mais	7,2%	100,0%

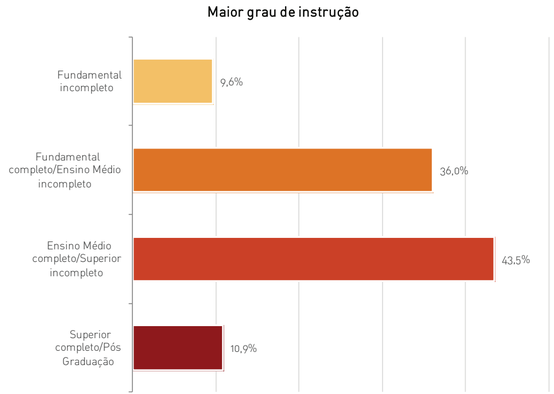


Quanto à idade, a pesquisa procurou sistematicamente entrevistar um percentual equiparado ao perfil dos moradores, sendo abordados desde jovens até idosos.

Quanto à situação familiar, podemos perceber na pesquisa que a maioria dos respondentes são solteiros, residindo com seus pais; em seguida, vê-se casados com filhos pequenos e, adolescentes.

Situação atual		
Opção	%	% Acumulado
Solteiro, mora só	3,5%	3,5%
Solteiro e mora com pai/mãe, parentes ou amigos	24,7%	28,1%
Casado/união estável sem filhos (recém casado)	9,1%	37,3%
Casado/união estável com filhos pequenos (até 10 anos)	23,5%	60,7%
Casado/união estável com filhos adolescentes (maiores de 10 e menores de 18 anos)	15,3%	76,0%
Casado/união estável com filhos adultos (maiores de 18 anos)	8,9%	84,9%
Casado/união estável com filhos que não moram em casa	7,7%	92,6%
Divorciado/viúvo, mora só	5,7%	98,3%
Divorciado/viúvo, mora com parentes, amigos	1,7%	100%

Com relação ao grau de instrução, a pesquisa obteve percentual considerável de moradores com ensino médio completo, como também percentual ideal de universitários e profissionais formados.



A obtenção da renda familiar é fundamental, pois associa informações ao perfil de consumo, ao poder de decisão e até mesmo ao consumo constante de determinados produtos ou serviços. Aqui, a pesquisa mostra maioria com renda mensal familiar na faixa dos R$ 1.356,00 a R$ 2.712,00 – alcançando os 32,3%, seguida de moradores com renda na faixa de R$ 2.712,00 a R$ 4.746,00, com percentual identificado na pesquisa em 24,9%. A pesquisa em determinado momento cruzará esta informação com dados/indagações de interesse do estudo.

Renda mensal familiar		
Opção	%	% Acumulado
Até R$ 678,00	0,5%	0,5%
R$ 678,00 a R$ 1.356,00	21,5%	22,0%
R$ 1.356,00 a R$ 2.712,00	32,3%	54,3%
R$ 2.712,00 a R$ 4.746,00	24,9%	79,3%
R$ 4.746,00 a R$6.102,00	9,9%	89,1%
R$ 6.102,00 a R$ 8.814,00	5,2%	94,3%
R$ 8.814,00 a R$ 10.848,00	2,2%	96,5%
R$ 10.848,00 a R$ 13.560,00	2,2%	98,8%
R$ 13.560,00 ou mais	0,7%	99,5%
Não sabe/recusa	0,5%	100%

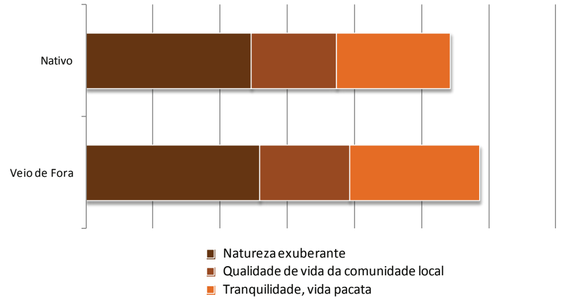
Intencionando obter o máximo de informações, a última indagação do questionário provocou a espontaneidade de ideias, sugestões, críticas e outros. Mesmo com pequena contribuição, exibiram-se alguns itens de apreciação:

Observações / Considerações:
A prefeitura não contribui em nada para a cidade.
Espero que as autoridades contribuam mais para melhorar o parque.
Gostaria de ter mais acesso ao parque.
Gostaria de ver minha cidade mais bem cuidada.

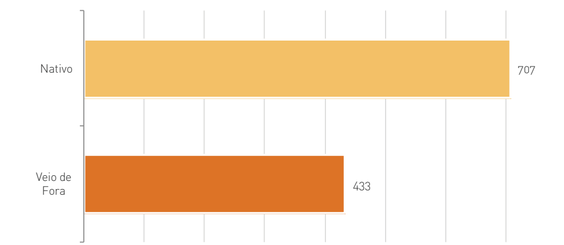
A partir do perfil dos respondentes e de algumas variáveis relevantes dentro da pesquisa, são apresentados abaixo os principais cruzamentos realizados, sendo possível direcionar ações, recomendar propostas de planejamento e envolver todos os atores envolvidos com a cadeia produtiva do Turismo.

Relacionando-se as melhores coisas do município com a naturalidade dos moradores, pode-se observar que há praticamente igualdade quando o assunto é natureza exuberante. Panorama igual se repete para qualidade de vida e vemos ampliado levemente o percentual dos moradores que vieram de fora quando o assunto é tranquilidade e vida pacata.

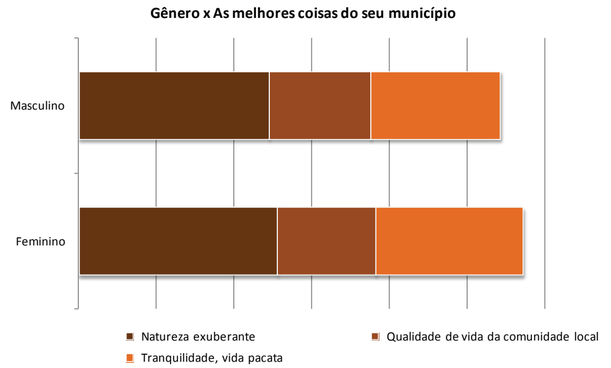
Sempre viveu aqui ou veio de fora x As melhores coisas do seu município



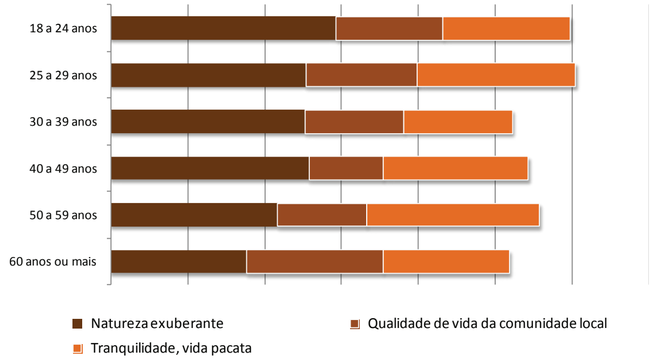
Na pontuação geral, considerando um ponto para cada resposta, os nativos consideram que há mais coisas melhores em seu município, se comparados com os que vêm de fora.



A mesma abordagem, sendo relacionada com o sexo, replica o perfil anterior, sendo nivelados os dois principais itens apontados pelos moradores: natureza exuberante e qualidade de vida da comunidade local. Aqui, a tranquilidade e a vida pacata são mais percebidas pelo público feminino.



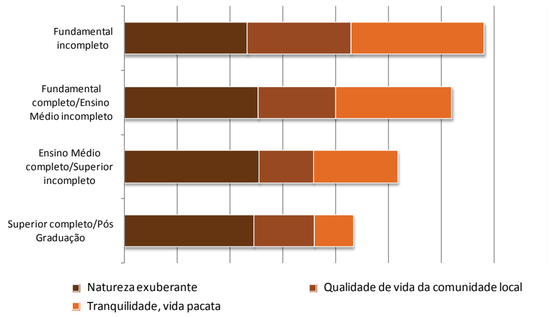
Mantendo as proposições de relacionamento dentre as variáveis, a pesquisa procurou cruzar a idade com as melhores coisas citadas pelos moradores.



Nesse gráfico, podemos destacar que os moradores:

- Entre 18 e 24 anos responderam que a natureza exuberante é a melhor coisa de seu município;
- Com 60 anos ou mais citam a qualidade de vida da comunidade local como o mais relevante; e
- Entre 50 e 59 anos evidenciam que a tranquilidade e a vida pacata são significativas no município.

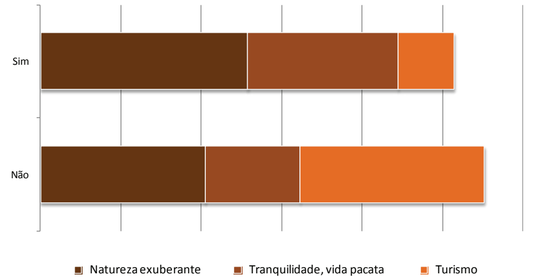
Grau de Instrução x As melhores coisas do seu município



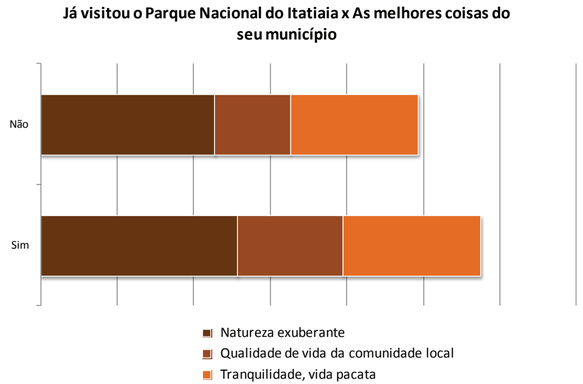
Na medida em que o grau de escolaridade aumenta, a tranquilidade e vida pacata são reduzidas nas escolhas destes moradores. Os dados apresentam também uma tendência de a qualidade de vida da comunidade também diminuir, aumentando apenas para os moradores que possuem superior completo ou pós-graduação.

Ao cruzarmos a indagação em que os moradores manifestam o que tem de melhor em seu município e se recomendam o Parque Nacional do Itatiaia, obtém-se:

Recomenda visitação ao Parque Nacional do Itatiaia? x As melhores coisas do seu município

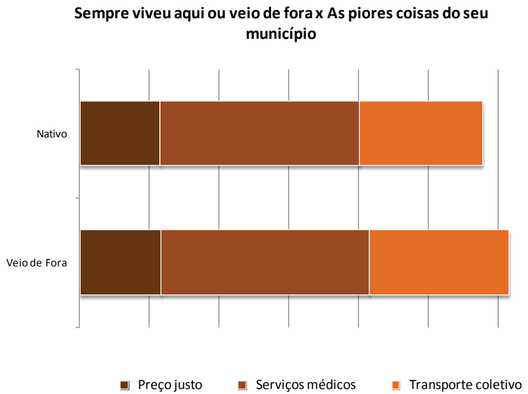


Os que recomendam (SIM) definem que a natureza exuberante e a tranquilidade e a vida pacata são os atributos mais valorados. Um fato curioso: os moradores que não recomendam o parque consideram o turismo a melhor coisa do município.



Não há desproporcionalidade desta questão, independentemente se o morador visitou ou não o parque.

Direcionando a análise para o item AS PIORES COISAS DO MUNICÍPIO, pode-se observar:



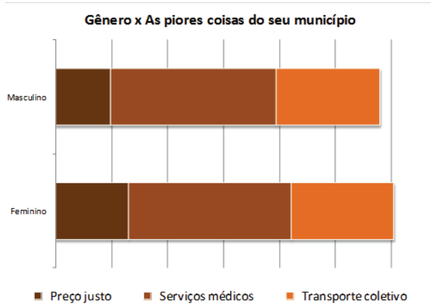
Sempre viveu aqui ou veio de fora x As piores coisas do seu município		
Opção	Nativo	Veio de Fora
Preço justo	11,5%	11,7%
Serviços médicos	28,6%	29,8%
Transporte coletivo	17,6%	20,0%

As piores coisas percebidas pelos moradores se equiparam de forma proporcional, seja para o nativo seja para quem veio de fora.

Mantendo a análise sobre as piores coisas do município apontada pelos moradores, o cruzamento a seguir procura relacionar as opiniões e o respectivo gênero.

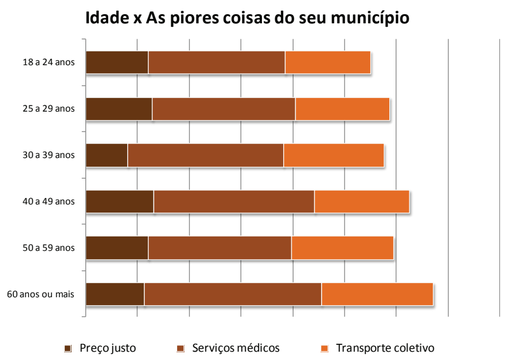
Gênero x As piores coisas do seu município		
Opção	Masculino	Feminino
Preço justo	9,9%	13,1%
Serviços médicos	29,6%	29,0%
Transporte coletivo	18,6%	18,4%

Gênero x As piores coisas do seu município		
Opção	Masculino	Feminino
Preço justo	9,9%	13,1%
Serviços médicos	29,6%	29,0%
Transporte coletivo	18,6%	18,4%



Nota-se que o preço justo é mais citado pelas mulheres, e os serviços médicos pelos homens. Já o transporte coletivo praticamente se iguala em ambos os casos.

A idade também é fator de influência e, condicionalmente, altera o perfil das respostas:



- O preço justo foi mais citado pelos moradores com idade entre 40 e 49 anos;
- Já os serviços médicos foram menos citados pelos moradores com idade entre 18 e 24 anos; e
- O transporte coletivo teve maior atenção dos moradores com idade de 60 anos ou mais.

Idade x As piores coisas do seu município						
Opção	18 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 anos ou mais
Preço justo	12,2%	13,0%	8,2%	13,2%	12,2%	11,4%
Serviços médicos	26,5%	27,5%	30,0%	31,1%	27,7%	34,2%
Transporte coletivo	16,4%	18,2%	19,3%	18,3%	19,6%	21,5%

Mantendo-se a lógica, o grau de instrução também revela opiniões diferentes; nos apontamentos das piores coisas dos municípios vemos que os moradores do ensino fundamental citam os serviços médicos como pior problema e a educação, mesmo sendo um fator negativo, é menos citada, se comparada com os demais perfis escolares dos moradores.

Grau de Instrução x As piores coisas do seu município				
Opção	Fundamental incompleto	Fundamental completo/Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo/Superior incompleto	Superior completo/Pós Graduação
Educação	7,4%	9,6%	11,9%	14,5%
Serviços médicos	32,4%	29,9%	27,0%	31,5%
Transporte coletivo	16,7%	18,0%	18,6%	21,8%

O transporte é apontando de maneira mais incisiva pelos moradores com curso superior completo e pós-graduação. Já quem tem ensino médio completo / superior incompleto identifica os serviços médicos como a pior coisa dos municípios.

PERCEPÇÃO DO TURISMO E SUAS RELAÇÕES COM A NATURALIDADE, GÊNERO, IDADE, GRAU DE INSTRUÇÃO, ENTRE OUTROS ITENS:

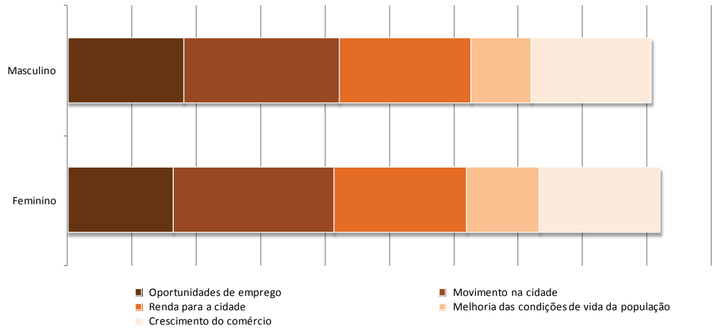
Sempre viveu aqui ou veio de fora x Benefícios que o turismo traz para a cidade		
Opção	Nativo	Veio de Fora
Oportunidades de emprego	17,0%	17,8%
Bons salários	5,1%	4,7%
Movimento na cidade	25,0%	23,9%
Renda para a cidade	20,7%	20,4%
Melhoria das condições de vida da população	10,8%	9,6%
Crescimento do comércio	17,9%	19,8%
Preservação do meio ambiente	2,7%	3,2%
Outro	0,9%	0,6%

Há relativo nivelamento neste cruzamento, onde a diferença percentual entre os perfis é mínima, criando entendimento que independentemente de sempre terem vivido nos municípios ou de terem vindo de fora, os benefícios que o turismo traz para cidade encontram-se no mesmo patamar, na opinião dos moradores.

Gênero x Benefícios que o turismo traz para a cidade		
Opção	Masculino	Feminino
Oportunidades de emprego	18,0%	16,4%
Bons salários	5,5%	4,4%
Movimento na cidade	24,1%	25,0%
Renda para a cidade	20,5%	20,6%
Melhoria das condições de vida da população	9,3%	11,3%
Crescimento do comércio	18,7%	18,8%
Preservação do meio ambiente	3,0%	2,9%
Outro	0,9%	0,7%

Como na questão anterior, o gênero não é fator relevante quanto à opinião sobre o turismo e seus benefícios diretos para a cidade.

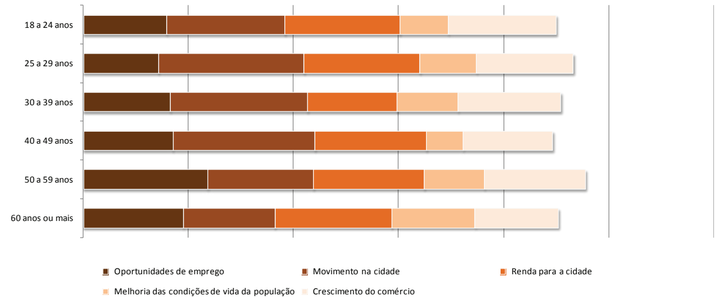
Gênero x Benefícios que o turismo traz para a cidade



Idade x Benefícios que o turismo traz para a cidade						
Opção	18 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 anos ou mais
Oportunidades de emprego	15,9%	14,4%	16,6%	17,1%	23,7%	19,0%
Bons salários	4,6%	4,1%	5,0%	6,5%	1,8%	6,3%
Movimento na cidade	22,5%	27,7%	26,1%	27,1%	20,2%	17,5%
Renda para a cidade	21,9%	22,1%	17,1%	21,2%	21,1%	22,2%
Crescimento do comércio	20,5%	18,5%	19,6%	17,1%	19,3%	15,9%

18 a 24 anos	O movimento na cidade é tido como o principal benefício.
25 a 29 anos	Os bons salários são os benefícios menos citados pelos jovens.
30 a 39 anos	Os adultos entre 30 a 39 anos não vêem o turismo como uma oportunidade de emprego, mas sem grande otimiso.
40 a 49 anos	Em segundo lugar, ficou a renda para a cidade - escolha feita pelos moradores entre 40 a 49 anos.
50 a 59 anos	As oportunidades de emprego são vistas com bons olhos pelos adultos.
60 anos ou mais	A renda para a cidade foi a mais citada pelos moradores com idade de 60 anos ou mais.

Idade x Benefícios que o turismo traz para a cidade



A escolaridade também foi relacionada com a indagação sobre os benefícios que o turismo traz para a cidade. Neste item predomina como principal benefício o movimento na cidade, em especial aos moradores concluintes do ensino médio e superior incompleto.

Grau de Instrução x Benefícios que o turismo traz para a cidade				
Opção	Fundamental incompleto	Fundamental completo/Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo/Superior incompleto	Superior completo/Pós Graduação
Movimento na cidade	21,0%	23,2%	27,1%	20,8%
Renda para a cidade	23,5%	22,5%	20,1%	14,2%
Oportunidades de emprego	19,8%	17,0%	15,7%	21,7%

Em menor proporção, temos a oportunidade de emprego como item menos citado em todos os benefícios - evidenciado também pelos moradores do ensino médio completo e superior incompleto – ainda que tenha sido um dos benefícios mais citados.

A teoria de que o cliente satisfeito recomenda a visita ao parque surge neste relacionamento.

Recomenda visitação ao Parque Nacional do Itatiaia? x Benefícios que o turismo traz para a cidade		
Opção	Sim	Não
Oportunidades de emprego	17,6%	13,9%
Bons salários	4,5%	8,3%
Movimento na cidade	25,0%	21,3%
Renda para a cidade	20,8%	19,4%
Melhoria das condições de vida da população	10,5%	10,2%
Crescimento do comércio	18,5%	20,4%
Preservação do meio ambiente	2,7%	3,7%
Outro	0,5%	2,8%

Todas as variáveis são elevadas quando o morador recomenda o Parque Nacional do Itatiaia, com exceção do crescimento do comércio. Nesse caso, morador, mesmo não recomendando a visitação, tem consciência dos fatores benéficos do turismo para as empresas e os consumidores.

Sempre viveu aqui ou veio de fora x Problemas que o turismo traz para a cidade			
Opção	Nativo	Veio de Fora	
Crescimento desordenado da cidade	9,2%	6,9%	2,3%
Destruição do meio ambiente	7,1%	7,2%	-0,1%
Muito movimento, falta de tranquilidade, perda da privacidade	11,2%	15,3%	-4,2%
Não gera emprego para a população, só para gente de fora	4,6%	4,7%	-0,1%
Prostituição	15,8%	10,3%	5,4%
Salários são baixos	6,5%	7,5%	-1,0%
Sujeira, poluição	24,4%	25,9%	-1,5%
Traz gente de fora para trabalhar	4,8%	4,4%	0,4%
Violência	15,4%	14,1%	1,3%
Outro	1,1%	3,8%	-2,7%

Quando retomada a questão de quem sempre viveu no município ou veio de fora e abordando-se sobre os problemas que o turismo pode trazer para a cidade, observa-se que o morador que veio de fora enxerga mais problemas com as atividades turísticas do que o nativo.

O mesmo fato ocorre com relação ao gênero e a opinião sobre os problemas do turismo:

Gênero x Problemas que o turismo traz para a cidade			
Opção	Masculino	Feminino	
Crescimento desordenado da cidade	8,9%	7,9%	1,1%
Destruição do meio ambiente	6,9%	7,2%	-0,2%
Muito movimento, falta de tranquilidade, perda da privacidade	11,2%	14,1%	-2,9%
Não gera emprego para a população, só para gente de fora	4,5%	5,0%	-0,5%
Prostituição	16,3%	11,2%	5,1%
Salários são baixos	7,8%	6,0%	1,9%
Sujeira, poluição	23,3%	26,7%	-3,5%
Traz gente de fora para trabalhar	4,3%	5,0%	-0,8%
Violência	15,7%	14,3%	1,3%
Outro	1,1%	2,6%	-1,5%

Nota-se que a mulher percebe maiores problemas com as atividades turísticas para o município do que o homem.

Destaque para a sujeira e poluição – item que mais se distanciou, em relação ao público masculino.

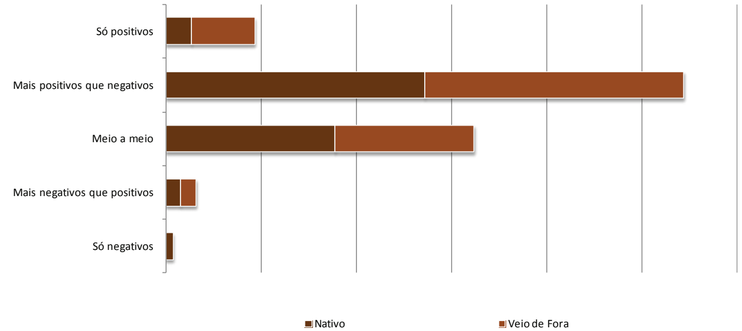
Seguindo a mesma linha de raciocínio, temos novo cruzamento que retrata as relações dos respondentes com a recomendação do Parque Nacional do Itatiaia. Constata-se que os moradores que recomendam o parque citam percentualmente menos problemas do que os que não recomendam a visitação.

Recomenda visitação ao Paque Nacional do Itatiaia? x Problemas que o turismo traz para a cidade			
Opção	Sim	Não	
Crescimento desordenado da cidade	7,3%	12,9%	-5,6%
Destruição do meio ambiente	6,8%	8,6%	-1,7%
Muito movimento, falta de tranquilidade, perda da privacidade	13,4%	7,1%	6,3%
Não gera emprego para a população, só para gente de fora	4,8%	4,3%	0,5%
Prostituição	12,6%	20,7%	-8,1%
Salários são baixos	7,1%	6,4%	0,7%
Sujeira, poluição	25,7%	21,4%	4,3%
Traz gente de fora para trabalhar	4,8%	4,3%	0,5%
Violência	15,0%	14,3%	0,8%
Outro	2,5%	0,0%	2,5%

Novamente, é visto que os moradores que visitaram o parque enxergam proporcionalmente menos problemas do que aqueles que não visitaram.

Já visitou o Parque Nacional do Itatiaia x Problemas que o turismo traz para a cidade			
Opção	Não	Sim	
Crescimento desordenado da cidade	12,4%	7,1%	5,3%
Destruição do meio ambiente	9,3%	6,3%	3,0%
Muito movimento, falta de tranquilidade, perda da privacidade	7,5%	14,3%	-6,8%
Não gera emprego para a população, só para gente de fora	4,9%	4,3%	0,6%
Prostituição	16,4%	13,1%	3,3%
Salários são baixos	7,5%	6,8%	0,7%
Sujeira, poluição	25,7%	24,7%	1,0%
Traz gente de fora para trabalhar	5,3%	4,5%	0,8%
Violência	10,2%	16,5%	-6,3%
Outro	0,9%	2,5%	-1,6%

A abordagem sobre colocar o turismo na balança reflete novamente o perfil dos respondentes quando estes sempre viveram no município ou vieram de fora.



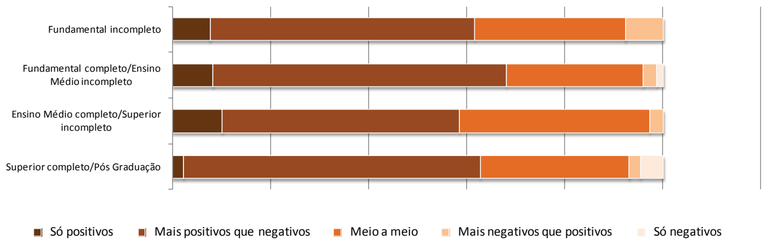
Sempre viveu aqui ou veio de fora x Colocando o turismo do Parque Nacional do Itatiaia na balança, temos pontos		
Opção	Nativo	Veio de Fora
Só positivos	5,5%	**13,2%**
Mais positivos que negativos	54,3%	54,3%
Meio a meio	**35,5%**	29,1%
Mais negativos que positivos	3,1%	3,3%
Só negativos	**1,6%**	0,0%
Não sabe	0,0%	0,0%

Veio de Fora	Consideram mais aspectos positivos quando o turismo do parque é colocado na balança
Nativo	Citou mais a resposta Meio a meio
	Somente o morador nativo respondeu Só pontos negativos, quando o turismo do parque é colocado na balança

Dentro do contexto do turismo colocado na balança e, sendo solicitados aos entrevistados que destacassem os pontos percebidos, vemos apenas os moradores que concluíram o ensino superior e/ou pós-graduação citando pontos só negativos.

Grau de Instrução x Colocando o turismo do Parque Nacional do Itatiaia na balança, temos pontos				
Opção	Fundamental incompleto	Fundamental completo/Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo/Superior incompleto	Superior completo/Pós Graduação
Só positivos	7,7%	8,3%	10,2%	2,3%
Mais positivos que negativos	53,8%	59,7%	48,3%	60,5%
Meio a meio	30,8%	27,8%	38,6%	30,2%
Mais negativos que positivos	7,7%	2,8%	2,8%	2,3%
Só negativos	0,0%	1,4%	0,0%	4,7%
Não sabe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Grau de Instrução x Colocando o turismo do Parque Nacional do Itatiaia na balança, temos pontos



Finalizando as referências, apontamos as particularidades do turismo e seu peso dentro do município quando relacionado aos moradores que já visitaram o Parque Nacional do Itatiaia.

Já visitou o Parque Nacional do Itatiaia x Colocando o turismo ddo Parque Nacional do Itatiaia na balança, temos pontos		
Opção	Não	Sim
Só positivos	5,5%	9,3%
Mais positivos que negativos	53,8%	54,7%
Meio a meio	30,8%	33,8%
Mais negativos que positivos	5,5%	2,3%
Só negativos	4,4%	0,0%
Não sabe	0,0%	0,0%

Quem já visitou o parque	Quem não visitou o parque
Considera mais os pontos somente positivos	Considera mais pontos Meio a Meio

Em conclusão às percepções do morador dos municípios no entorno do Parque Nacional do Itatiaia, pode-se afirmar que mesmo não sendo um "cliente" do parque, entende a importância do atrativo para o desenvolvimento econômico regional, provocando melhorias em vários setores.

Cabe ressaltar que os moradores possuem visão crítica e vivencial do meio debatido, sendo necessário inseri-lo de maneira expressiva nas discussões que cercam o planejamento turístico do destino.

O morador é tido como o primeiro cliente, portanto, se faz necessária sua aproximação com o atrativo Parque Nacional do Itatiaia, tanto no aspecto de visitante – tido neste contexto como consumidor –, como agente ativo para o desenvolvimento e sucesso do turismo na região.

Os próximos motes de discussão visam alcançar o olhar do turista e das empresas presentes nos municípios que abrangem as cercanias do parque.

6.2. TURISTAS

Não é incomum ouvir que o turista desloca-se de seu destino por várias motivações, podendo ser para descansar, obter conhecimento de novas culturas, em função de eventos, por conta de saúde, negócios ou relações familiares. Seja qual for a finalidade, um dos cernes da discussão do turismo é receber o turista da melhor maneira no destino escolhido. Esta recepção, acolhida ou simples atendimento precisa contar com a hospitalidade, simpatia e qualidade quanto ao oferecimento de produtos e serviços – estando estes ligados ao turismo de maneira direta ou indireta.

O turista ainda é tido como o principal propagador do destino, pois sua indicação eleva o número de visitas a determinado lugar. Olhando para a natureza dos serviços, vemos que são detalhados em quatro características principais, são intangíveis, inseparáveis, variáveis e perecíveis. Esta complexidade de variáveis define o quanto o destino, atrativos e equipamentos turísticos entre outros precisam estar aptos a "lidar" com este perfil de negócio.

A pesquisa busca neste momento ouvir o turista presente nos municípios de Itatiaia e Resende, identificando suas opiniões, avaliação e contribuições para que a região que envolve o parque e sua própria área sejam prósperas e alcancem gradativamente a qualidade receptiva desejada – tanto para o turista brasileiro como para o estrangeiro.

Como citado anteriormente, a pesquisa adotou o critério de abordagem espontânea, valorando os turistas que já haviam permanecido por pelo menos 24 horas no município ou no principal atrativo: Parque Nacional do Itatiaia. A quantidade de entrevistas estava associada ao período de execução da pesquisa versus número natural de turistas nos locais previamente planejados para as entrevistas.

Identificando-os desde o início da pesquisa, o estudo procurou entrevistar tanto turistas brasileiros como estrangeiros e a primeira abordagem foi perceber o grau de consumo dos produtos turísticos nos municípios ou no atrativo Parque Nacional do Itatiaia.

Foi perguntando quantas vezes o turista viajou dentro do Brasil, seja para passear, descansar, se divertir ou outro motivo, ressaltando, ainda, que a viagem tivesse ocorrido nos últimos 12 meses e que o entrevistado tivesse permanecido no destino escolhido por no mínimo 24 horas.

A média de vezes que os entrevistados viajaram no último ano foi de duas, havendo picos de até 10 vezes e número mínimo de uma única vez.

Número de vezes	Maior número de vezes	Menor número de vezes
2	10	1
Média	*Máximo*	*Mínimo*

Quando questionados da mesma forma, porém, para fora do Brasil, o número se ajusta e observa-se abaixo que a média de vezes é reduzida para uma única oportunidade e o número máximo alcança duas viagens.

E para fora do Brasil?

Número de vezes	Maior número de vezes	Menor número de vezes
1	2	1
Média	*Máximo*	*Mínimo*

Replicando as questões com o turista estrangeiro, e mantendo a indagação para dentro de seu país, o mesmo foi questionado: "Quantas vezes você viajou dentro do seu país, para passear, descansar, se divertir, ou seja, deslocou-se de sua residência, por no mínimo 24 horas e não mais que um ano nos últimos 12 meses?".

E para fora do seu país?

Número de vezes	Maior número de vezes	Menor número de vezes
2	4	1
Média	*Máximo*	*Mínimo*

Percebe-se semelhança do número de vezes que o estrangeiro viaja dentro de seu país com o turista brasileiro. Já o número máximo de vezes alcança quatro e, naturalmente, o número mínimo fixa-se em uma vez.

Para fora de seu país o turista estrangeiro viaja em média duas vezes ao ano, ocorrendo pico neste período de no máximo quatro viagens.

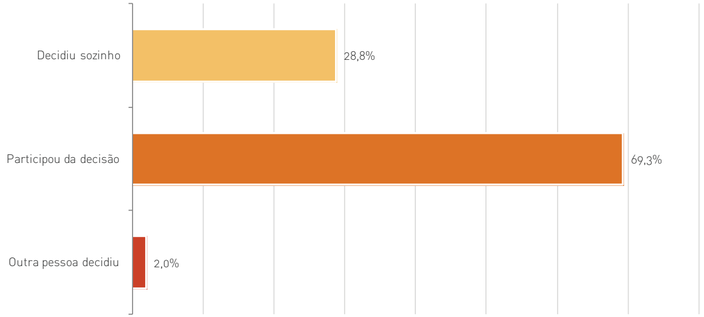
Questionado sobre a frequência de vezes em que esteve no Brasil, vê-se a seguinte situação:

Quantas vezes já veio ao Brasil para passear, descansar, se divertir?

Número de vezes	Maior número de vezes	Menor número de vezes
2	3	1
Média	*Máximo*	*Mínimo*

Destaque: não houve viagem alguma para o Brasil por motivos diferentes, como trabalho, por exemplo.

Quanto à decisão do destino ou participação na escolha, os turistas entrevistados confirmam seu envolvimento, e decidiram sozinhos em 28,8% dos casos; em 69,3% participaram da decisão e, em apenas 2% dos casos, outra pessoa decidiu.

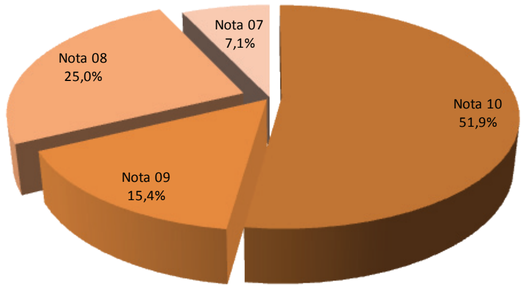


Solicitando ao turista que pontuasse sua experiência na viagem, focando seu grau de satisfação, obteve-se, a partir de cálculos de média, máximo e mínimo, o seguinte cenário:

Por favor, dê uma nota geral de 1 a 10 para a sua satisfação com esta viagem:

Nota Geral	Maior Nota	Menor Nota
9	10	7
Média	*Máximo*	*Mínimo*

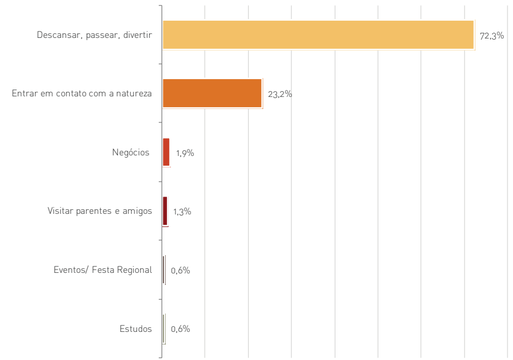
A nota geral é ótima, alcançando 9 pontos. Houve nota 10, e a nota mínima chegou a apenas 7 pontos.



Com relação ao principal motivo de terem dado as referidas notas, de maneira sintética, o quadro abaixo destaca quais foram agrupados em dois:

7 e 8	9 e 10
A comida vendida no parque é "cara" e não tem qualidade compatível.	Bom atendimento.
Falta bons locais para alimentação.	Plena satisfação.
Estrada em condições péssimas.	Belas paisagens.
Falta sinalização e pessoas para dar informações.	O contato com a natureza é fantástico.
Ingresso muito caro.	Lugar tranquilo.
Falhas na organização do parque.	Gostei de tudo.
Preços elevados e infraestrutura precária.	Viagem sem problemas.
Não há boas opções de acomodação.	Fui bem atendido.
Não conheci o suficiente.	Natureza exuberante.

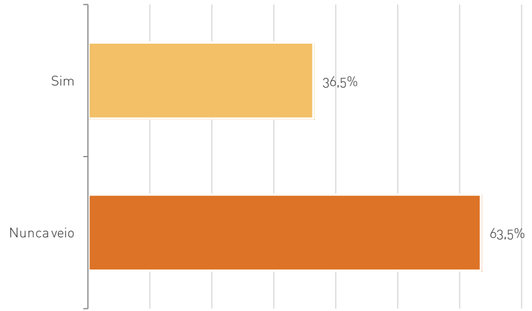
Focando no motivo principal da viagem, o turista revela que sua ida ao parque se deu para descanso, passear e se divertir (72,3%). Em seguida, cita também que veio para ter contato com a natureza (23,2%). Além destes principais – mais citados–, temos o negócio como terceiro motivo (1,9%) e visitação familiar (1,3%). Houve, ainda, 0,6% para evento ou festa regional e por motivo de estudos.



Vezes que já Visitou	Mais vezes	Menos vezes
2 vezes	10 vezes	1 vez
Média		

Com relação ao referencial deste destino, especificamente os Municípios de Itatiaia e Resende, o turista acusa ter visitado em média 2 vezes, havendo extremos de 10 vezes e mínimo de uma única vez.

Você já veio a este destino antes?



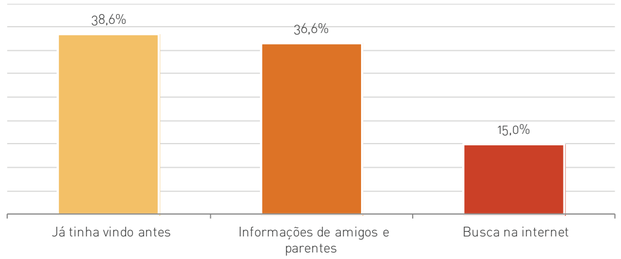
Em relação ao tempo de permanência no destino, a média detectada foi de até 3 dias, havendo número máximo de 7 dias e mínimo de apenas 1 dia.

Quantos dias você vai permanecer aqui neste local?

Dias	Maior quantidade de dias	Menor quantidade de dias
3	7	1
Média	*Máximo*	*Mínimo*

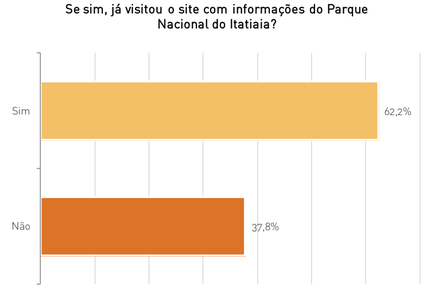
Ao serem indagados de como tomaram conhecimento do destino, a maioria menciona que já havia vindo antes (38,6%), outros responderam que receberam informações de amigos e parentes (36,6%) e 15% buscaram informações na internet.

Como você tomou conhecimento deste destino?		
Opção	%	% Acumulado
Já tinha vindo antes	38,6%	38,6%
Informações de amigos e parentes	36,6%	75,2%
Busca na internet	15,0%	90,2%
Amigos, parentes moram no destino	8,5%	98,7%
Agência de turismo	0,7%	99%
Reportagens em meios de comunicação	0,7%	100%



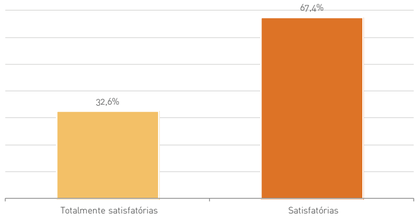
Considerando a permanência do turista nos municípios, foi indagado pela pesquisa se visitaram o Parque Nacional do Itatiaia, sendo satisfatória a resposta, pois 94,8% disseram que sim. Apenas 5,2% não realizaram a visitação.

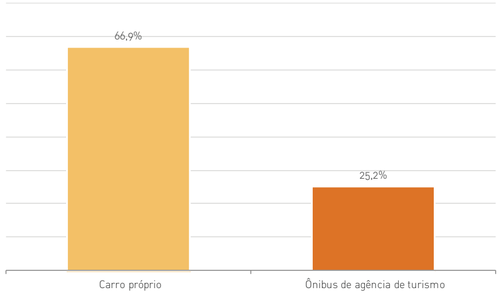
Dos que já visitaram o parque, 62,2% afirmam terem acessado o site e obtido informações por meio da ferramenta digital.

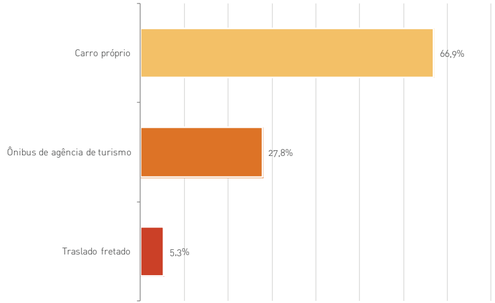


Baseados neste acesso, 32,6% comentaram ter ficado totalmente satisfeitos com as informações encontradas no site. Outros 67,4% disseram ter encontrado o conteúdo desejado, conceituando seu acesso em satisfatório.

As informações encontradas no site com o conteúdo do parque foram:		
Opção	%	% Acumulado
Totalmente satisfatór	32,6%	32,6%
Satisfatórias	67,4%	100%
Insatisfatórias	0,0%	100%
Totalmente insatisfat	0,0%	100%
Não sei	0,0%	100%

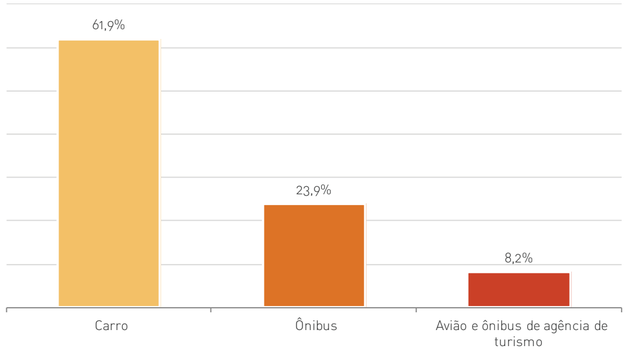






Além do motivo da viagem ao destino, a visitação nos atrativos, como obteve informações ou qual foi a atitude de compra (escolha), é preciso avaliar as condições que antecedem sua chegada. O foco neste momento da pesquisa é quanto ao meio utilizado para chegar até o Parque Nacional do Itatiaia. Destes entrevistados, 66,9% foram de carro, 27,8% de ônibus de agência de turismo e 5,3% de traslado fretado.

Para chegar até o destino, 61,9% vieram de carro, 23,9% de ônibus e 8,2% de avião e ônibus de agência de turismo.



Houve ainda quem deslocou apenas de avião e ônibus fretado, apenas de avião e avião e ônibus convencional. Estes são descritos na tabela completa abaixo.

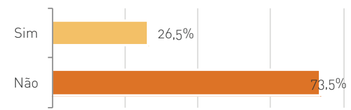
Meio de transporte utilizado para chegar até o destino		
Opção	%	% Acumulado
Carro	61,9%	61,9%
Ônibus	23,9%	85,8%
Avião e ônibus de agência de turismo	8,2%	94,0%
Avião e traslado fretado	3,7%	97,8%
Avião	1,5%	99,3%
Avião e ônibus convencional	0,7%	100%
Avião e carro	0,0%	100%
Barco	0,0%	100%
Outro	0,0%	100%

Quando indagados se já visitaram outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação no Brasil, a maioria disse não ter havido esta oportunidade (73,5%). Quando perguntados se haveria interesse, 89,8% disseram que sim.

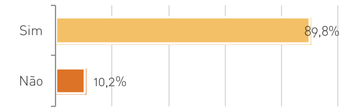
Dos 26,5% que disseram ter visitado outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação, alguns citaram ter conhecido:

Reservas ou Parques Nacionais visitados
Cataratas do Iguaçu
Fernando de Noronha
Floresta da Tijuca
Pantanal
Parque Nacional Serra da Bocaina
Reserva Extrativista Marinha de Arraial do Cabo

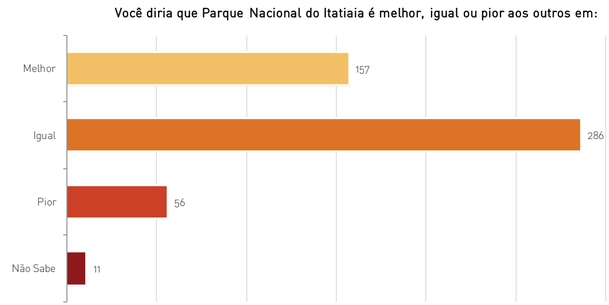
Visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação no Brasil		
Opção	%	% Acumulado
Sim	26,5%	26,5%
Não	73,5%	100%



Tem interesse de visitar?		
Opção	%	% Acumulado
Sim	89,8%	89,8%
Não	10,2%	100%

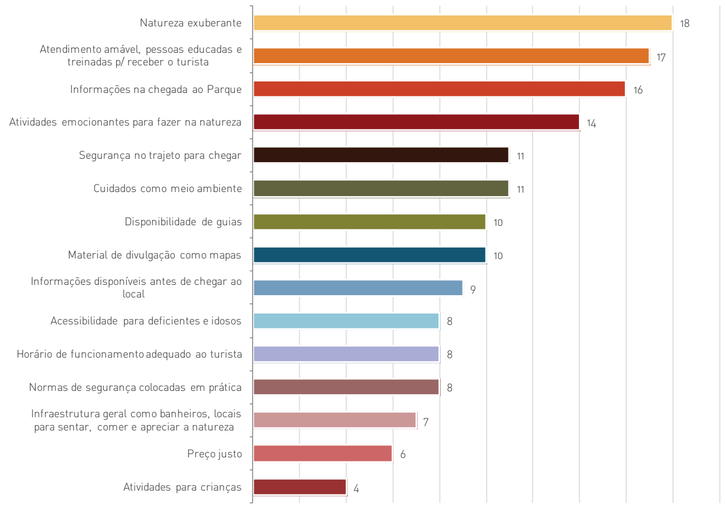


Na pergunta "Considerando que já visitou outros Parques Nacionais no Brasil e fazendo uma comparação, você diria que o Parque Nacional do Itatiaia é melhor, igual ou pior que os outros em" obteve-se:



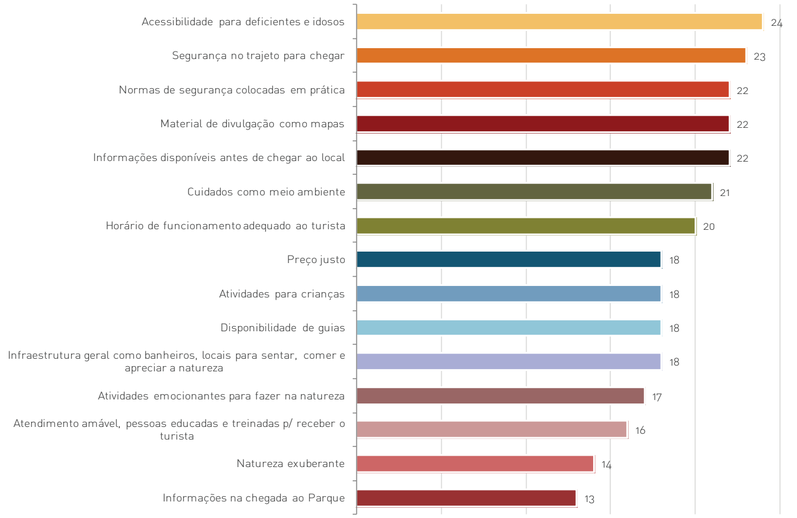
A partir das experiências nas visitações de outros Parques Nacionais no Brasil, o Parque Nacional do Itatiaia é melhor que estes em:

Você diria que o Parque Nacional do Itatiaia é melhor aos outros em:

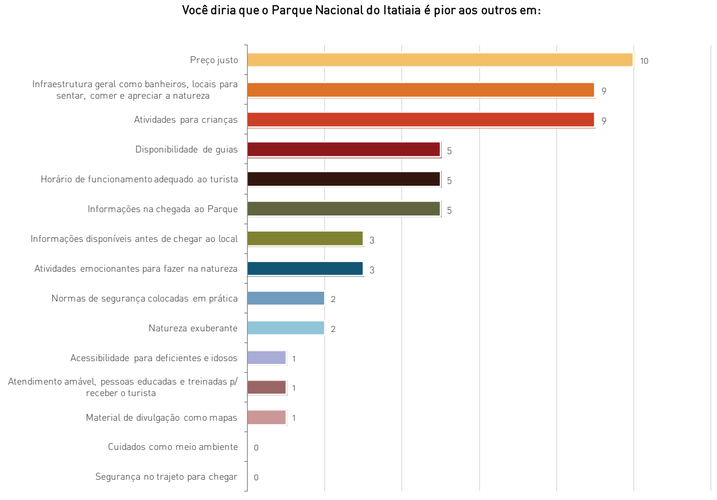


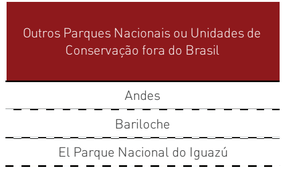
Em termos de igualdade, destacam-se a acessibilidade para deficientes e idosos, a segurança no trajeto para chegar e as normas de segurança colocadas em prática.

Você diria que Parque Nacional do Itatiaia é igual aos outros em:



Na ótica negativa, o turista responde que o Parque Nacional do Itatiaia é pior que os outros em:

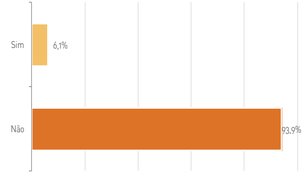




Os brasileiros foram indagados se já visitaram outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação fora do Brasil. Destes, apenas 6,1% disseram que sim.

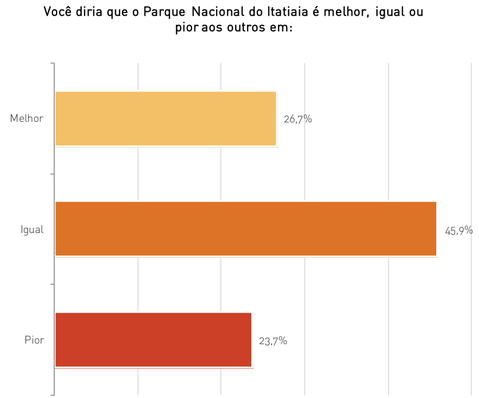
Citados os locais, pode-se observar que as visitas se deram na América Latina.

Visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação fora do Brasil		
Opção	%	% Acumulado
Sim	6,1%	6,1%
Não	93,9%	100%

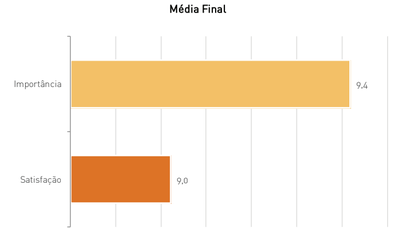


Considerando-se que já visitaram outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação, foi proposto na questão seguinte obter a comparação em relação ao Parque Nacional do Itatiaia, fazendo uso dos principais quesitos que norteiam as atividades turísticas, sendo conceituadas como melhor, igual ou pior.

No geral, a maioria disse ser igual aos outros.



Ouvindo em detalhes a opinião do turista, a pesquisa procurou destacar o que é importante e satisfez os entrevistados durante sua permanência no destino. Na média geral de notas, prevalece mais a importância do que a satisfação.



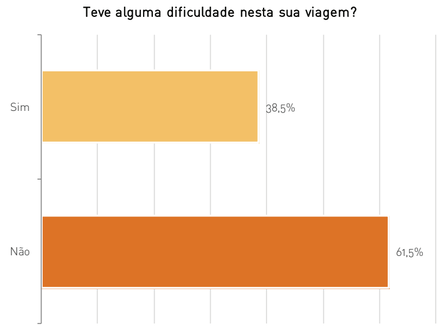
Nota de 1 a 10 para a importância de cada fator		
Opção	Importância	Satisfação
Informações precisas sobre atividades e prestadores de serviços	9,74	9,13
Boa qualidade de vida da comunidade local	9,33	9,01
Limpeza das ruas e lugares públicos em geral	9,40	9,17
Segurança no ir e vir	9,73	9,28
Transporte coletivo	9,13	8,71
Serviços médicos	9,34	8,71
Serviços como bancos, telefonia e internet	9,24	8,65
Atendimento amável, pessoas educadas e de bem com a vida	9,68	9,50
Hospedagem confortável no destino	9,58	9,22
Empresas com profissionais competentes para realizar atividades na natureza	9,60	9,15
Atividades emocionantes para fazer na natureza	9,47	9,08
Variedade de atividades para fazer, para vários gostos	9,33	8,93
Cultura local preservada, costumes marcantes	9,35	8,89
Bons locais para comer e beber	9,46	8,82
Comércio em geral	9,28	8,66
Luxo, conforto e charme ao mesmo tempo	9,15	8,83
Normas de segurança colocadas em prática	9,55	9,20
Tranquilidade, vida pacata	9,49	9,37
Vida noturna	9,06	8,71
Preço justo	9,28	8,67
Natureza exuberante	9,74	9,55
Patrimônio histórico/cultural	9,35	9,12
Arquitetura urbana	9,32	9,12
Média Final	9,4	9,0

Considerações sobre a experiência dos turistas no destino

Perguntado se tiveram alguma dificuldade, 38,5% disseram que sim, sendo destacadas:

Dificuldades
Atendimento médico.
Estradas em péssimas condições de tráfego.
Falta de sinalização no parque.
Falta de pessoas para dar informações.
Telefonia (falta de sinal)
Deficiência de agências bancárias.
Poucas opções de restaurante.
Pouca oferta de transporte coletivo (ônibus, vans)

A maioria informou não ter tido dificuldades em sua viagem. Este dado é importante, pois retrata a qualidade receptiva do destino, tanto no aspecto estrutural, como no informacional e de oferta de serviços de apoio. No entanto, é fundamental analisar os 38,5% que acusam terem tido dificuldades, cientes que levaram consigo toda a experiência da viagem. Fortalecendo dado anterior, sua indicação é relevante para decisão de novos turistas, ao escolherem o destino desejado para sua viagem.



A questão seguinte propõe identificar as sugestões dos turistas para que este destino se torne mais adequado para pessoas e o que acham que deveria ser mudado ou melhorado. Dos 99,4% respondentes, houve nivelação nas proposições, sendo:

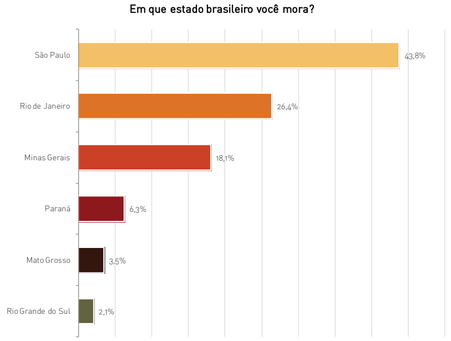
Nada a ser mudado ou melhorado	77	49,4%
Propôs algo	79	50,6%

Ao compilar as respostas, lê-se:

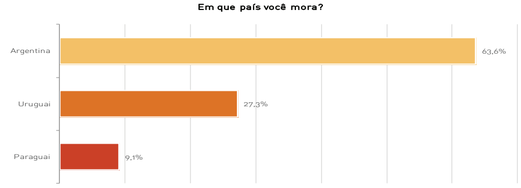
O que deveria ser mudado ou alterado
Mais opções de restaurantes.
Melhorar o sinal de telefonia móvel.
Mais opções para caminhadas e corridas.
Melhorar a infraestrutura do parque.
Mais sinalização.
Reduzir o valor do ingresso.
Redução de preços dos produtos comercializados dentro do parque.
Ampliar o número de agências bancárias.

O estudo buscou identificar o local de onde vieram os turistas, ou seja, onde moram. A maioria é de São Paulo (43,8%), em seguida vêm Rio de Janeiro (26,4%) e Minas Gerais (18,1%). Há também turistas de outros três estados:

BRASILEIROS - Estado onde mora		
Opção	%	% Acumulado
São Paulo	43,8%	44%
Rio de Janeiro	26,4%	70%
Minas Gerais	18,1%	88%
Paraná	6,3%	94%
Mato Grosso	3,5%	98%
Rio Grande do Sul	2,1%	100%



Quanto aos estrangeiros, 63,6% são da Argentina, 27,3% do Uruguai e 9,1% do Paraguai.



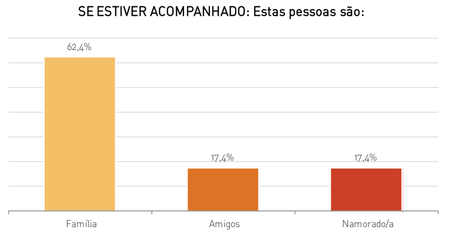
ESTRANGEIROS: País em que reside		
Opção	%	% Acumulado
Argentina	63,6%	63,6%
Uruguai	27,3%	90,9%
Paraguai	9,1%	100%

Neste momento, a pesquisa revela ainda que houve 11 estrangeiros que responderam à entrevista.

Avaliando melhor o perfil da viagem, a pesquisa revela que, em média, o turista visitou o destino acompanhado de três pessoas. Houve grupos de até 18 pessoas e, claro, houve quem viajasse sozinho.

Dos que estavam acompanhados observa-se que a maioria veio com a família (62,4%), seguida de amigos (17,4%) ou de namorado(a) (também 17,4%). Os índices menos expressivos são os dos que vieram em grupos de turismo (2%).

SE ESTIVER ACOMPANHADO: Estas pessoas são:			
Opção	Qtd	%	% Acumulado
Família	93	62,4%	62,4%
Amigos	26	17,4%	79,9%
Namorado/a	26	17,4%	97,3%
Grupo de Turismo	3	2,0%	99,3%

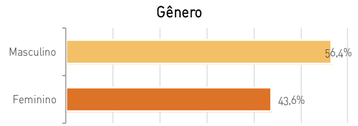


Quanto aos gastos estimados na viagem, considerando-se apenas os pessoais, a média computada foi de R$ 2.052,00. O maior valor apontado foi de R$ 6.000,00 e o menor de R$ 250,00.

Gasto em R$	Maior valor	Menor valor
R$ 2.052,30	R$ 6.000,00	R$ 250,00
Média	*Máximo*	*Mínimo*

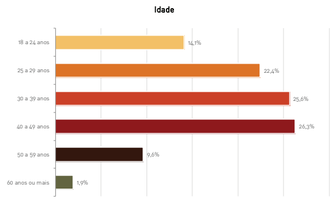
Tratando-se de identificar o perfil dos entrevistados e, consequentemente, o perfil dos turistas dos destinos Itatiaia e Resende, têm-se:

Gênero:		
Opção	%	% Acumulado
Masculino	56,4%	56,4%
Feminino	43,6%	100%



Com relação à idade:

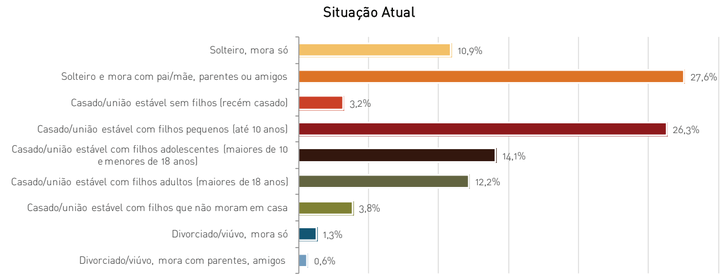
Idade		
Opção	%	% Acumulado
18 a 24 anos	14,1%	14,1%
25 a 29 anos	22,4%	36,5%
30 a 39 anos	25,6%	62,2%
40 a 49 anos	26,3%	88,5%
50 a 59 anos	9,6%	98,1%
60 anos ou mais	1,9%	100%



Quanto ao perfil familiar:

Qual dessas frases descreve melhor sua situação atual?

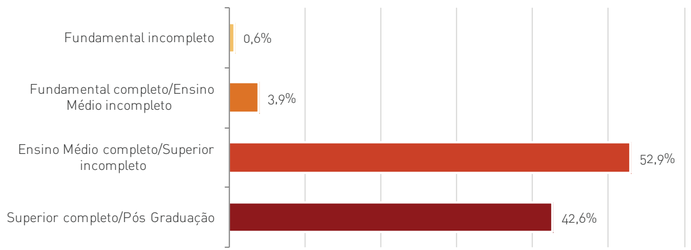
Situação atual		
Opção	%	% Acumulado
Solteiro, mora só	10,9%	10,9%
Solteiro e mora com pai/mãe, parentes ou amigos	27,6%	38,5%
Casado/união estável sem filhos (recém casado)	3,2%	41,7%
Casado/união estável com filhos pequenos (até 10 anos)	26,3%	67,9%
Casado/união estável com filhos adolescentes (maiores de 10 e menores de 18 anos)	14,1%	82,1%
Casado/união estável com filhos adultos (maiores de 18 anos)	12,2%	94,2%
Casado/união estável com filhos que não moram em casa	3,8%	98,1%
Divorciado/viúvo, mora só	1,3%	99,4%
Divorciado/viúvo, mora com parentes, amigos	0,6%	100%



Tendo como referência o grau de instrução:

Maior grau de instrução		
Opção	%	% Acumulado
Fundamental incompleto	0,6%	0,6%
Fundamental completo/Ensino Médio incompleto	3,9%	4,5%
Ensino Médio completo/Superior incompleto	52,9%	57,4%
Superior completo/Pós Graduação	42,6%	100%

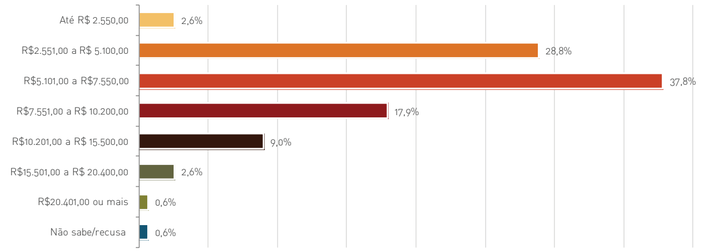
Maior grau de instrução



Em relação à renda mensal familiar:

Renda mensal familiar		
Opção	%	% Acumulado
Até R$ 2.550,00	2,6%	2,6%
R$2.551,00 a R$ 5.100,00	28,8%	31,4%
R$5.101,00 a R$7.550,00	37,8%	69,2%
R$7.551,00 a R$ 10.200,00	17,9%	87,2%
R$10.201,00 a R$ 15.500,00	9,0%	96,2%
R$15.501,00 a R$ 20.400,00	2,6%	98,7%
R$20.401,00 ou mais	0,6%	99,4%
Não sabe/recusa	0,6%	100,0%

Renda Mensal Familiar

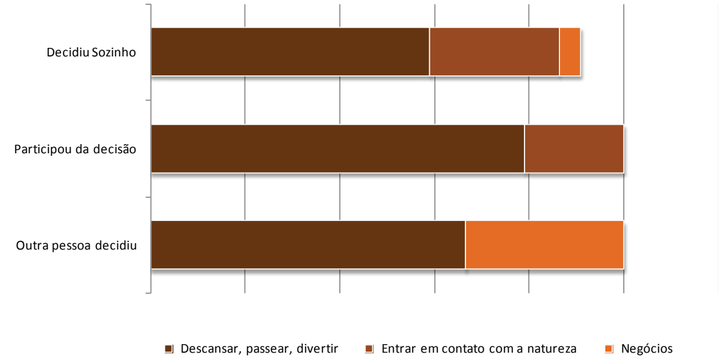


Além das abordagens principais, procurou-se dentro da pesquisa relacionar as principais questões com o perfil dos entrevistados. Estes cruzamentos elucidam alguns pontos do estudo, proporcionando ações adequadas, como definição de projetos, apoio informacional ao planejamento do turismo nos destinos, entre outras.

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Principal motivo desta sua viagem			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Descansar, passear, divertir	59%	79%	67%
Entrar em contato com a natureza	27%	21%	0%
Negócios	5%	0%	33%
Estudos	2%	0%	0%
Visitar parentes e amigos	5%	0%	0%
Eventos/ Festa Regional	2%	0%	0%
Outro	0%	0%	0%



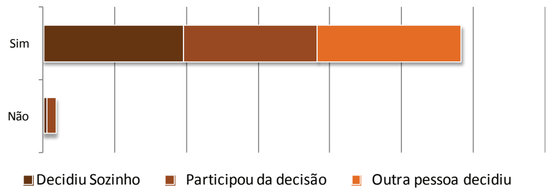
A partir do cruzamento podemos citar que:

- A maioria que decidiu sozinho viajou para descanso, passeio e diversão.
- Quem participou da decisão não veio ao destino para negócios.
- Quando outra pessoa decidiu, o turista veio tanto para descanso, passeio e diversão como para negócios.

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Você visitou o Parque Nacional do Itatiaia?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Visitou o Parque Nacional do Itatiaia?			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Sim	97,7%	93,4%	100,0%
Não	2,3%	6,6%	0,0%

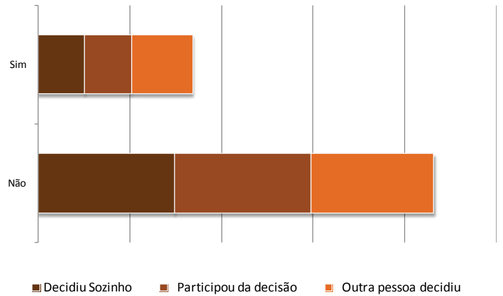


- Quando outra pessoa decidiu, este turista visitou poucas vezes o parque ou nem mesmo visitou.
- Quem decidiu sozinho visitou menos vezes o parque do que aqueles que participaram da decisão.

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Você já visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação no Brasil?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Visitou outros Parques Nacionais ou Unidades de Conservação no Brasil			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Sim	25,6%	25,5%	33,3%
Não	74,4%	74,5%	66,7%

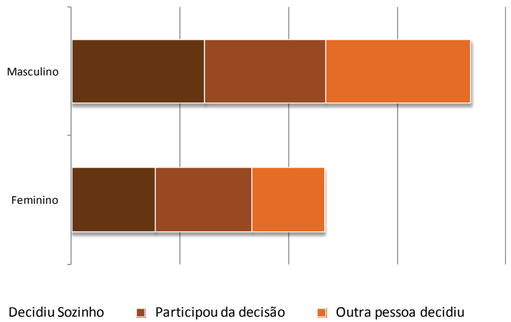


- Não há desproporcionalidade nesta questão. Quando o turista visitou outro parque a decisão, em sua maioria, foi tomada por outra pessoa. Dos que não visitaram outros parques ou unidades de conservação há igualdade nas decisões: sozinho e participou da decisão.

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Gênero:

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Gênero			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Masculino	61,4%	55,7%	66,7%
Feminino	38,6%	44,3%	33,3%



Quanto aos entrevistados do sexo masculino:

- A maioria teve nas viagens a decisão feita por outra pessoa.
- Participaram menos da decisão.

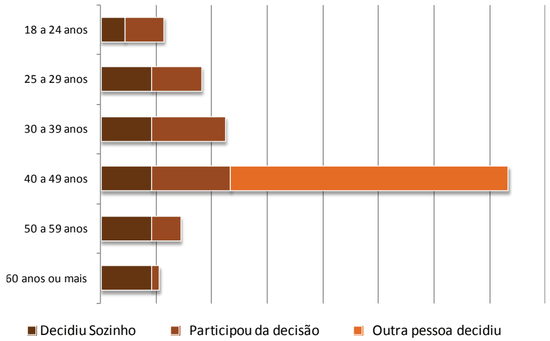
Quanto aos do feminino:

- Participaram mais da decisão.
- Decidem mais sozinhas.

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Qual sua idade?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Idade			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
18 a 24 anos	8,5%	14,2%	0,0%
25 a 29 anos	18,3%	17,9%	0,0%
30 a 39 anos	18,3%	26,4%	0,0%
40 a 49 anos	18,3%	28,3%	100,0%
50 a 59 anos	18,3%	10,4%	0,0%
60 anos ou mais	18,3%	2,8%	0,0%



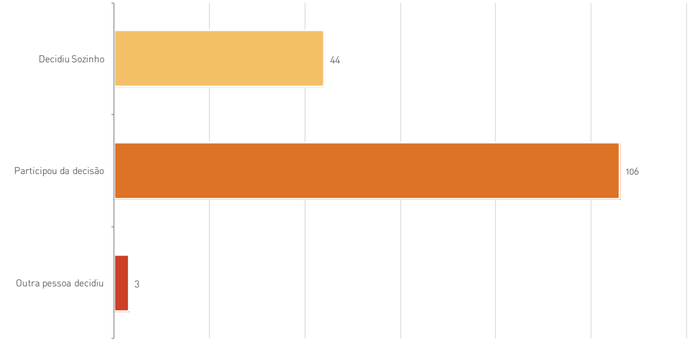
18 a 24 anos	Participaram mais da decisão nas viagens
25 a 29 anos	Decidiu mais sozinho e ninguém decidiu por eles
30 a 39 anos	Participaram mais da decisão e ninguém decidiu por eles
40 a 49 anos	Participaram mais da decisão e foi a única faixa etaria que teve outras pessoas decidindo por eles
50 a 59 anos	Decidem mais sozinhos
60 anos ou mais	São os que menos participam das decisões

Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Qual dessas frases descreve melhor sua situação atual?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Situação atual			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Solteiro, mora só	18,2%	8,5%	0,0%
Solteiro e mora com pai/mãe, parentes ou amigos	34,1%	25,5%	0,0%
Casado/união estável sem filhos (recém casado)	2,3%	3,8%	0,0%
Casado/união estável com filhos pequenos (até 10 anos)	34,1%	22,6%	66,7%
Casado/união estável com filhos adolescentes (maiores de 10 e menores de 18 anos)	4,5%	17,0%	33,3%
Casado/união estável com filhos adultos (maiores de 18 anos)	4,5%	15,1%	0,0%
Casado/união estável com filhos que não moram em casa	0,0%	5,7%	0,0%
Divorciado/viúvo, mora só	2,3%	0,9%	0,0%
Divorciado/viúvo, mora com parentes, amigos	0,0%	0,9%	0,0%

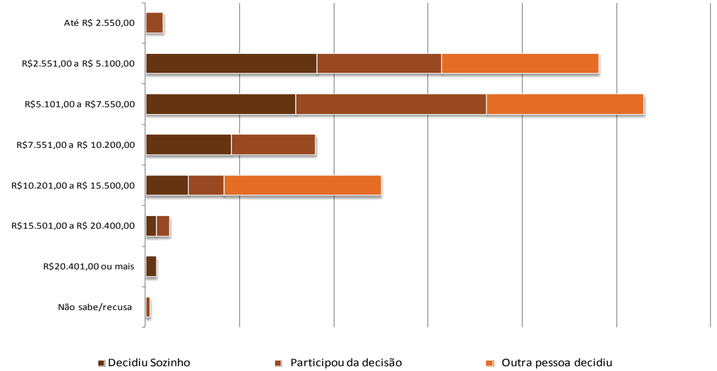
- Dentre a situação familiar a maioria participou das decisões e a minoria teve suas viagens decidas por outra pessoa.



Nessas viagens, você mesmo decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão?

Qual é a renda mensal familiar?

Decidiu para onde ir ou pelo menos participou da decisão x Renda mensal familiar			
Opção	Decidiu Sozinho	Participou da decisão	Outra pessoa decidiu
Até R$ 2.550,00	0,0%	3,8%	0,0%
R$2.551,00 a R$ 5.100,00	36,4%	26,4%	33,3%
R$5.101,00 a R$7.550,00	31,8%	40,6%	33,3%
R$7.551,00 a R$ 10.200,00	18,2%	17,9%	0,0%
R$10.201,00 a R$ 15.500,00	9,1%	7,5%	33,3%
R$15.501,00 a R$ 20.400,00	2,3%	2,8%	0,0%
R$20.401,00 ou mais	2,3%	0,0%	0,0%
Não sabe/recusa	0,0%	0,9%	0,0%

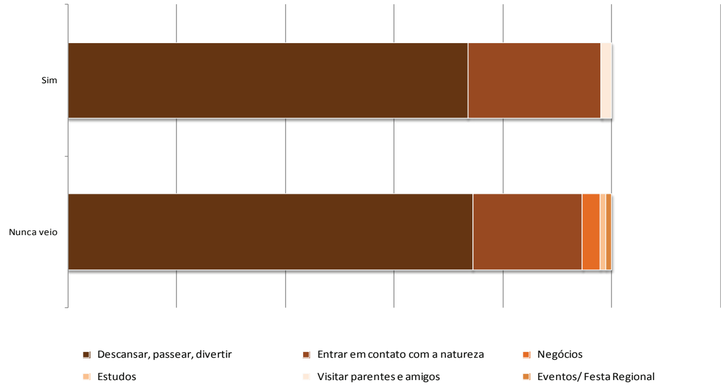


- Quem tem renda de até R$ 2.550,00 apenas participou da decisão.
- É, de certa forma, nivelada a participação dos turistas que estão na faixa de renda entre R$ 2.551,00 a R$ 5.100,00.
- Dentre os turistas que possuem renda entre R$ 10.201,00 a R$ 15.500,00, a maioria tem suas viagens decidas por outras pessoas.
- Destaque para os que recebem acima de R$ 20.401,00, os quais decidiram sozinhos suas viagens.

Você já veio a este destino antes?

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Você já veio a este destino antes x Principal motivo desta sua viagem		
Opção	Sim	Nunca veio
Descansar, passear, divertir	73,6%	74,5%
Entrar em contato com a natureza	24,5%	20,2%
Negócios	0,0%	3,2%
Estudos	0,0%	1,1%
Visitar parentes e amigos	1,9%	0,0%
Eventos/ Festa Regional	0,0%	1,1%
Outro	0,0%	0,0%

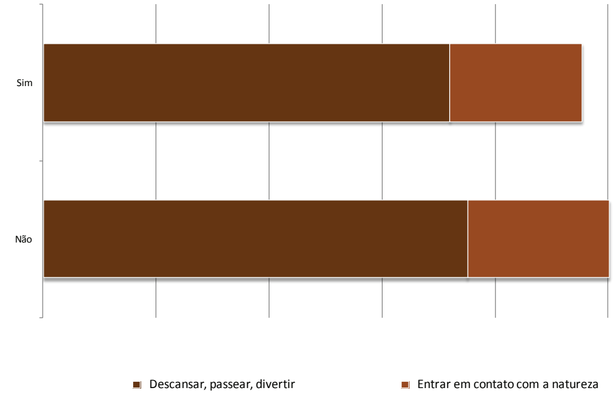


- Tendo o negócio como seu principal motivo de viagem, este turista veio apenas uma vez ao destino. O mesmo ocorre para quem veio por causa dos estudos.
- Todos que vieram para visitar parentes e amigos já estiveram outras vezes no destino.

Você visitou o Parque Nacional do Itatiaia?

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Visitou o Parque Nacional do Itatiaia x Principal motivo desta sua viagem			
Opção	Sim	Não	
Descansar, passear, divertir	71,9%	75,0%	146,9%
Entrar em contato com a natureza	23,3%	25,0%	48,3%
Negócios	2,1%	0,0%	2,1%
Estudos	0,7%	0,0%	0,7%
Visitar parentes e amigos	1,4%	0,0%	1,4%
Eventos/ Festa Regional	0,7%	0,0%	0,7%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%

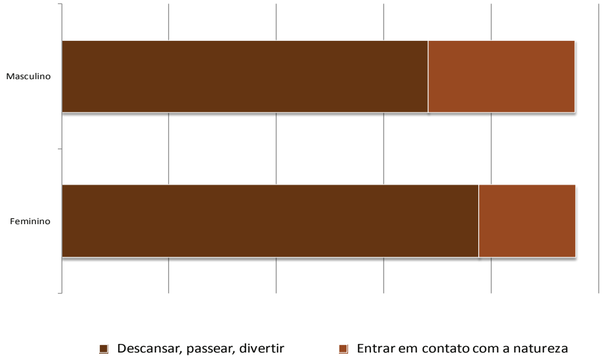


- Aqueles que vieram para negócios, estudos, visitar parentes e amigos ou, ainda, para eventos ou festa regional **não visitaram o Parque Nacional do Itatiaia.**

Gênero

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Gênero x Principal motivo desta sua viagem		
Opção	Masculino	Feminino
Descansar, passear, divertir	68,2%	77,6%
Entrar em contato com a natureza	27,3%	17,9%
Negócios	3,4%	0,0%
Estudos	0,0%	1,5%
Visitar parentes e amigos	0,0%	3,0%
Eventos/ Festa Regional	1,1%	0,0%
Outro	0,0%	0,0%

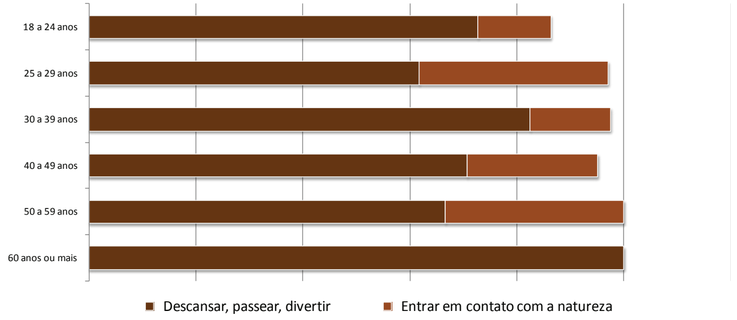


- As mulheres vieram mais para descansar, passear e divertir do que os homens.
- Os homens vieram mais para entrar em contato com a natureza.
- Somente os homens vieram para negócio.
- Somente as mulheres vieram para visitar amigos e parentes.
- Com relação aos eventos / festa regional o destino recebeu apenas homens.

Idade

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Idade x Principal motivo desta sua viagem						
Opção	18 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 anos ou mais
Descansar, passear, divertir	72,7%	61,8%	82,5%	70,7%	66,7%	100,0%
Entrar em contato com a natureza	13,6%	35,3%	15,0%	24,4%	33,3%	0,0%
Negócios	0,0%	2,9%	2,5%	2,4%	0,0%	0,0%
Estudos	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Visitar parentes e amigos	4,5%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%
Eventos/ Festa Regional	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

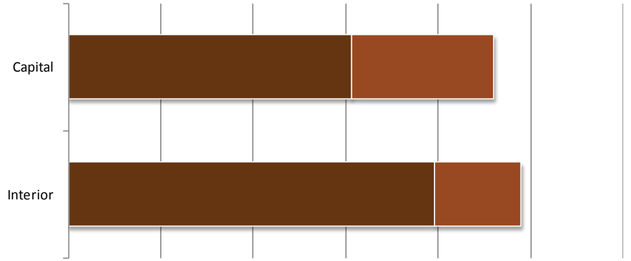


18 a 24 anos	Foram os únicos que vieram para estudar
25 a 29 anos	Em relação as outras idades, são os que mais vieram pelo contato com a natureza
60 anos ou mais	Vieram apenas para descansar, passear e divertir

Você mora:

Qual é o principal motivo desta sua viagem?

Você mora: x Principal motivo desta sua viagem		
Opção	Capital	Interior
Descansar, passear, divertir	61,3%	79,3%
Entrar em contato com a natureza	30,6%	18,5%
Negócios	4,8%	0,0%
Estudos	0,0%	1,1%
Visitar parentes e amigos	1,6%	1,1%
Eventos/ Festa Regional	1,6%	0,0%
Outro	0,0%	0,0%



- Quem mora no interior:
  - Optou mais pelo destino para descansar, passear e divertir.
  - Veio para estudar.

- Quem mora na capital:
  - Optou mais pelo destino para entrar em contato com a natureza.
  - Veio para negócios e eventos / festa regional.

6.3. RESPONSÁVEIS POR EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS – EMPRESAS

Os equipamentos de turismo caracterizam-se como aqueles destinados a recepção e programação turística em geral, associando hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte entre outros serviços de apoio ao turista.

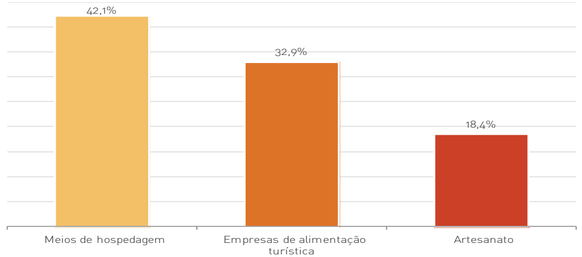
O estudo buscou por meio de entrevista realizada com 79 empresas dos Municípios de Itatiaia e Resende o "olhar" para o turismo desses municípios e da região que os cerca, especificamente para o turismo gerado em função do Parque Nacional do Itatiaia.

Quanto à área de atuação, dentre os entrevistados 42,1% são do segmento hoteleiro, 32,9% da alimentação fora do lar, 18,4% do artesanato e 6,6% pertencem aos demais equipamentos.

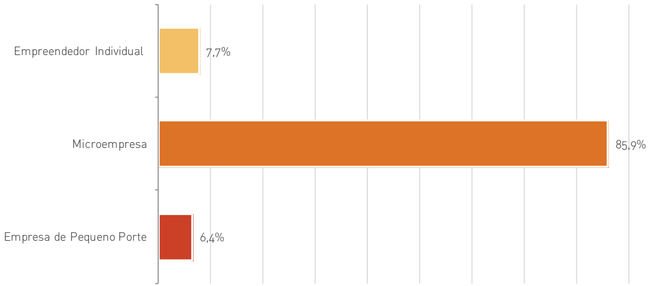
Área de Atuação		
Opção	%	% Acumulado
Meios de hospedagem	42,1%	42,1%
Empresas de alimentação turística	32,9%	75%
Artesanato	18,4%	93%
Operadores de turismo especializados	2,6%	96%
Entretenimento e cultura*	2,6%	99%
Agências de turismo	1,3%	100%

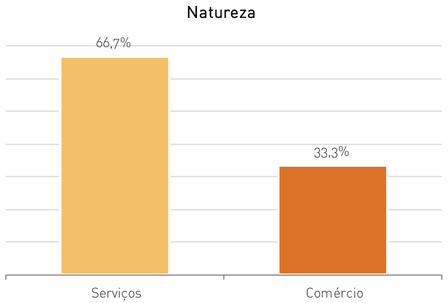
Entretenimento e cultura (atividades recreativas, culturais e desportivas, centros comerciais, centros de convenções, parques de exposições, diversão, comerciais e galerias de arte)

Os três principais segmentos entrevistados:



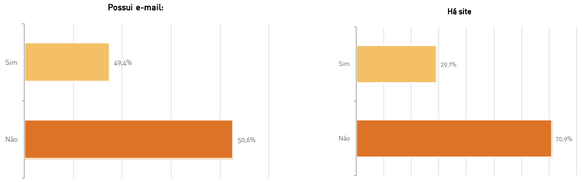
Quanto à forma jurídica, 7,7% são empreendedores individuais, a maioria, cerca de 86%, são de microempresas e 6,4% são de empresas de pequeno porte.



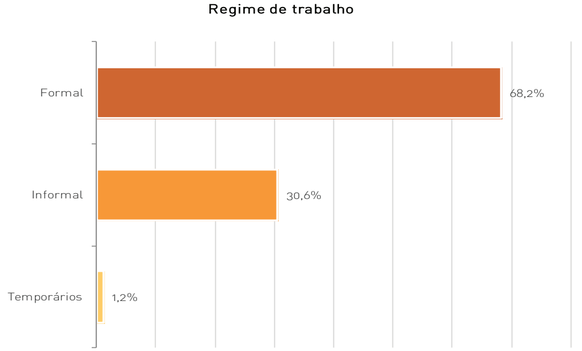


Quanto à natureza das empresas, 66,7% são de serviços e 33,3% do comércio. Não houve entrevistas com indústrias ou empresas do setor de agronegócio – essencialmente pela objetividade do estudo.

Quanto ao aspecto informacional, neste caso retratando o contato externo virtual, a pesquisa revela que 49,4% das empresas possuem e-mail e 29,1% possuem site.



Voltando a atenção para dentro da empresa, com informações do perfil organizacional, a pesquisa revela que a maioria das empresas trabalha com colaboradores registrados formalmente (68,2%), sendo ainda apontado que 30,6% estão na informalidade e 1,2% são contratados temporariamente.



O percentual de colaboradores no regime informal é considerado normal, por tratarem de empresas vinculadas ao turismo. Sabe-se que a sazonalidade (período de alta e baixa demanda turística) é um dos fatores de contratação e demissão nas empresas. Assim, a informalidade é tida como uma das opções, pois as empresas asseguram um complemento de renda à maioria de seus colaboradores, cientes da temporalidade da função desprendida.

Quanto ao número médio de funcionários, observa-se:

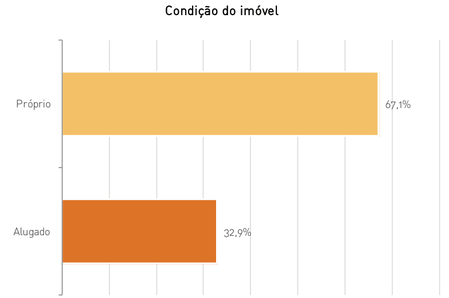
Formais		
Quantidade Média	Maior Quantidade	Menor Quantidade
5	38	1

Informais		
Quantidade Média	Maior Quantidade	Menor Quantidade
2	8	1

Temporários		
Quantidade Média	Maior Quantidade	Menor Quantidade
2	2	1

Os não respondentes desta questão justificam-se por serem os próprios donos e únicos que trabalham na empresa.

Em relação ao imóvel onde a empresa está instalada, atualmente 67,1% são próprios, outros 32,9% são alugados e, entre as empresas respondentes, não há imóveis arrendados.



Ainda sobre os imóveis, 76,3% atestam estar totalmente adequados, inclusive quanto às normas de acessibilidade e segurança e cerca de 24% precisam de reformas parciais.

Adequação do imóvel		
Opção	%	% Acumulado
Totalmente adequado, inclusive quanto às normas de acessibilidade e segurança	76,3%	76,3%
Precisa de reformas parciais	23,7%	100,0%
Precisa de muitas reformas	0,0%	100%

Não houve imóveis que necessitassem de muitas reformas.

O foco da pesquisa junto às empresas propõe abordar sobre o fluxo de clientes tidos no ano de 2012. Em média, cerca de 4.804 clientes foram atendidos nesse ano, sendo, em momento oportuno, enfatizado pico de 38.081 clientes e mínimo de 150.

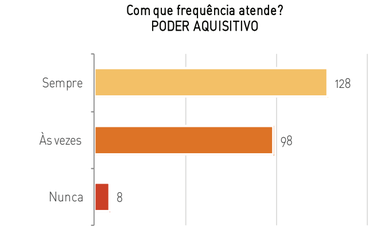
Quantidade de clientes atendidos em 2012
Clientes
4804
Média
Maior número
38081
Máximo
Menor número
150
Mínimo

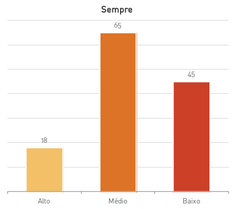
Valor Médio pago por clientes em 2012
Valor em R$
R$ 99,30
Média
Maior valor
R$ 390,00
Máximo
Menor valor
R$ 8,00
Mínimo

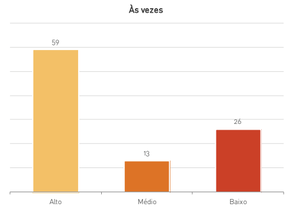
Com relação ao valor médio pago pelos clientes no mesmo ano, tem-se o valor de R$ 99,30. O maior valor levantado na questão foi de R$ 390,00 e o menor em torno de R$ 8,00.

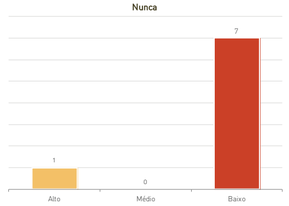
Quanto à frequência de atendimento, as próximas questões agrupam este fator por poder aquisitivo, faixa etária, composição de grupos e nacionalidade.

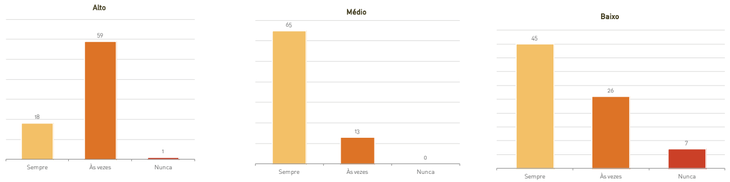
PODER AQUISITIVO			
Opção	Sempre	Às vezes	Nunca
Alto	18	59	1
Médio	65	13	0
Baixo	45	26	7





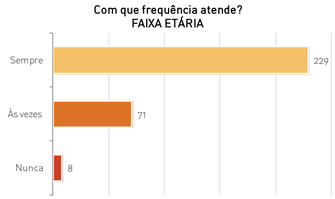


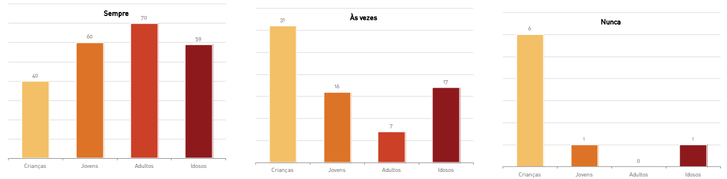


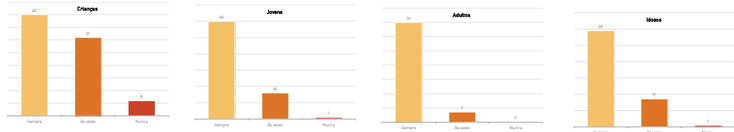


Agrupados por faixa etária, no ano de 2012 as empresas atenderam:

FAIXA ETÁRIA			
Opção	Sempre	Às vezes	Nunca
Crianças	40	31	6
Jovens	60	16	1
Adultos	70	7	0
Idosos	59	17	1



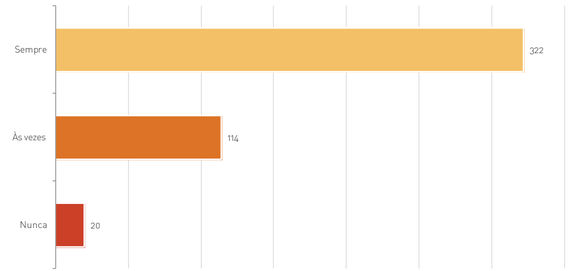




Em mais um agrupamento, os clientes são analisados a partir da composição de grupos, aqui sendo citados:

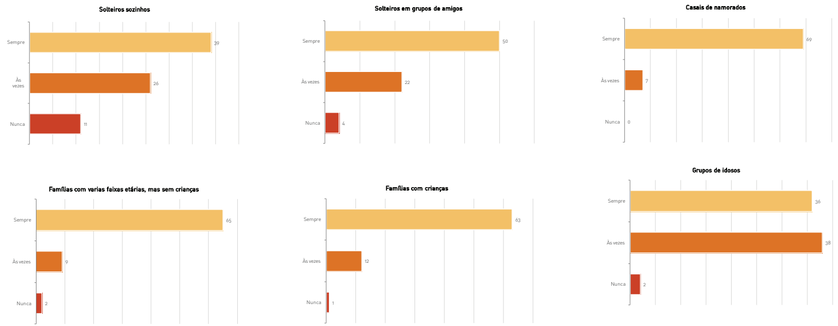
- Solteiros sozinhos;
- Solteiros em grupos de amigos;
- Casais de namorados;
- Famílias com várias faixas etárias, mas sem crianças;
- Famílias com crianças; e
- Grupos de idosos.

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS			
Opção	Sempre	Às vezes	Nunca
Solteiros sozinhos	39	26	11
Solteiros em grupos de amigos	50	22	4
Casais de namorados	69	7	0
Famílias com varias faixas etárias, mas sem crianças	65	9	2
Famílias com crianças	63	12	1
Grupos de idosos	36	38	2



Focando a frequência:

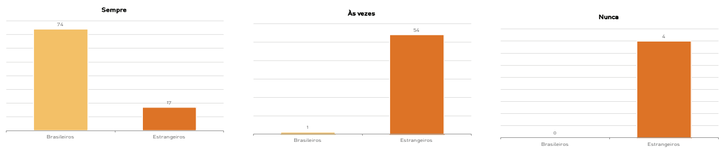
Foco na composição dos grupos:



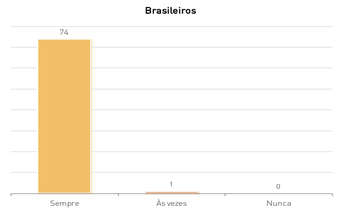
Analisando os clientes quanto à sua nacionalidade:

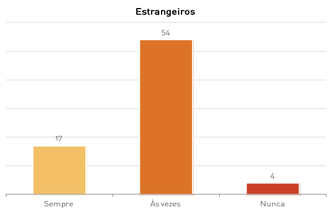
NACIONALIDADE			
Opção	Sempre	Às vezes	Nunca
Brasileiros	74	1	0
Estrangeiros	17	54	4

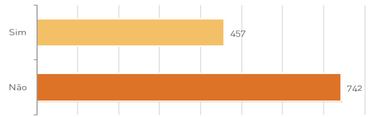
Quanto às frequências:



Com relação à nacionalidade:





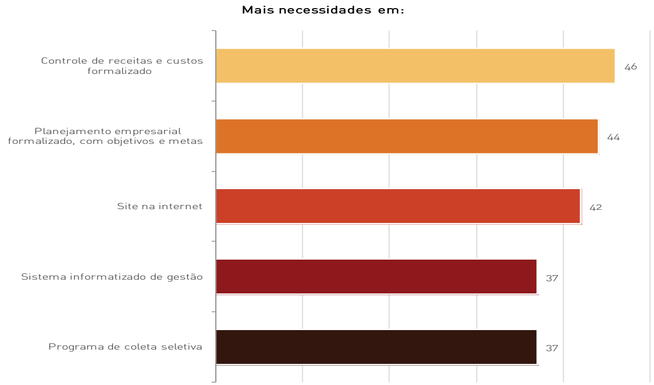


Avaliando as empresas quanto às necessidades, sejam elas na gestão planejamento, ou na comunicação, entre outras, a pesquisa revela que a maioria declara não prescinde de nada.

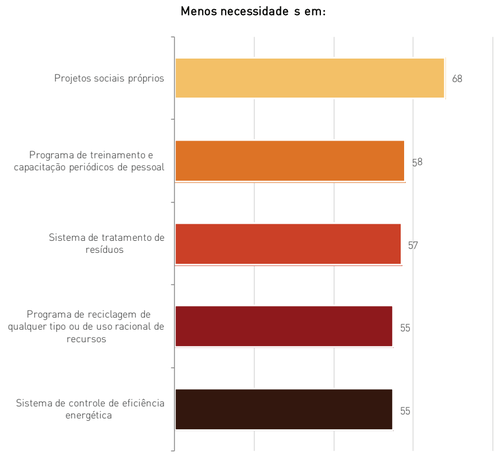
Para melhor aproveitar esta informação, são destacadas as variáveis em que a empresa pode citar:

A empresa tem:		
Opção	Sim	Não
Planejamento empresarial formalizado, com objetivos e metas	44	33
Controle de receitas e custos formalizado	46	31
Sistema informatizado de gestão	37	40
Sistema de controle de eficiência energética	22	55
Site na internet	42	35
Sistema de reservas ou vendas pela internet	36	41
Verba definida para ações de comunicação	27	50
Pesquisas de satisfação de clientes	25	52
Sistema de registro de reclamações	24	53
Programa de treinamento e capacitação periódicos de pessoal	19	58
Sistema de tratamento de resíduos	20	57
Sistema de controle de poluição de qualquer natureza	27	50
Programa de coleta seletiva	37	40
Programa de reciclagem de qualquer tipo ou de uso racional de recursos	22	55
Projetos sociais próprios	9	68
Certificações	20	24

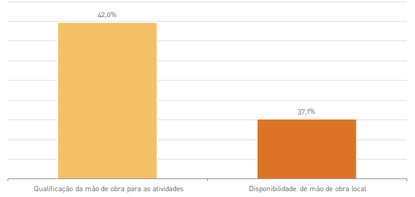
Obtendo, a partir de filtro, uma análise das necessidades das empresas, pode-se observar que controle de receitas e custos, planejamento empresarial e site são apontados como as maiores necessidades.



Mantendo a análise por situação, ao serem filtradas, pode-se constatar que as empresas responderam que os itens de menor necessidade são projetos sociais, programa de treinamento e capacitação de pessoal e sistema de tratamento de resíduos, além de outros inseridos proporcionalmente no gráfico abaixo:



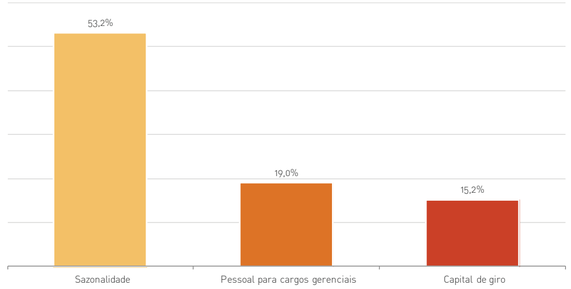
Naturalmente as empresas passam por dificuldades no dia a dia, assim, em relação ao pessoal 42% acusam terem dificuldade com qualificação da mão de obra e disponibilidade de mão de obra local.



Há ainda outras dificuldades, apontadas abaixo:

Em relação ao pessoal		
Opção	%	% Acumulado
Qualificação da mão de obra para as atividades	42,0%	42,0%
Disponibilidade de mão de obra local	37,1%	79,0%
Educação geral, boas maneiras	9,1%	88,1%
Rotatividade da mão de obra	5,6%	93,7%
Vícios, maus costumes	2,1%	95,8%
Faltas ao trabalho	2,1%	98%
Pagar os salários necessários para manter os funcionários	2,1%	100%

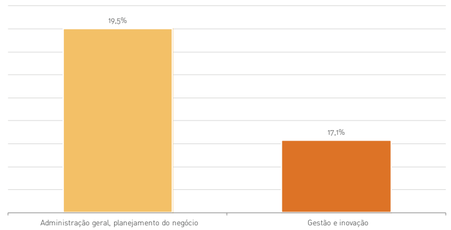
Em relação à administração do negócio, 53,2% citam a sazonalidade como principal dificuldade, seguida de pessoal para cargos gerenciais (19%) e de capital de giro (15,2%).



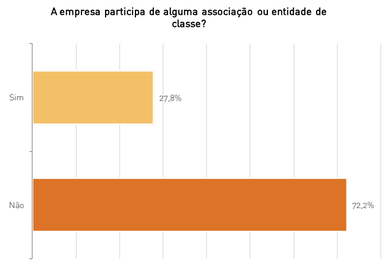
Tendo como foco a administração, há ainda:

Em relação à administração do negócio		
Opção	%	% Acumulado
Sazonalidade	53,2%	53%
Pessoal para cargos gerenciais	19,0%	72,2%
Capital de giro	15,2%	87,3%
Capital para realizar investimentos	8,9%	96,2%
Inadequação das instalações	3,8%	100%

Abordando, dentro das necessidades das empresas, a questão dos treinamentos, pode-se observar que administração geral, planejamento do negócio e gestão e inovação foram os mais citados, sendo 19,5% e 17,1%, respectivamente.



Quais são as necessidades de treinamento da empresa?		
Opção	%	% Acumulado
Administração geral, planejamento do negócio	19,5%	19,5%
Gestão e inovação	17,1%	36,6%
Controles operacionais	10,4%	47,0%
Atendimento a clientes	9,8%	56,7%
Ações de comunicação	9,8%	66,5%
Finanças, preços e custos	9,1%	75,6%
Marketing e vendas	7,9%	83,5%
Compras e estoques	6,7%	90,2%
Layout, vitrine	4,9%	95,1%
Segurança	3,0%	98,2%
Outra	1,8%	100%



As entidades representativas são fundamentais para fomento, articulação conjunta e melhoria de seus representados – dentro do contexto empresarial, público e social. Atualmente, apenas 27,8% das empresas participam de alguma associação ou entidade de classe.

Quando foi solicitado que informassem em qual ou quais, obteve-se:

Se sim, qual?
Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
Associação Comercial, Industrial, Agropecuária e Turística de Itatiaia
Associação Comercial de Visconde de Mauá
Associação de Hotéis de Resende
Agulhas Negras Convention & Visitors Bureau
Associação dos Hoteleiros de Penedo
Associação de Comerciantes e Empresários da Serra do Alambari
Associação Turística e Comercial da Região de Visconde de Mauá

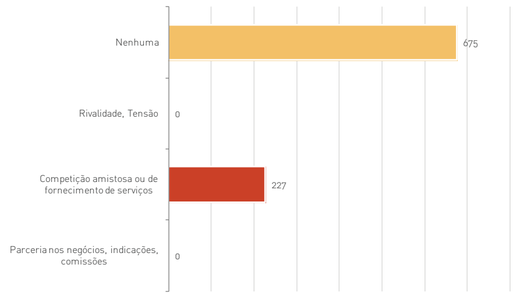
Abertamente, as empresas puderam expor os problemas do turismo na região. Os destaques foram para a falta de atrativos, problemas gerais com infraestrutura e poluição deixadas pelos turistas. Em síntese, têm-se:

Problemas
Estrada precária e poucos horários de ônibus.
A poluição deixada pelos turistas prejudica o cenário do parque.
A sazonalidade.
Acesso difícil, em condições deficitárias.
Falta de informação dos atrativos locais. Ausência de profissional para informar sobre o destino, o parque e demais atrativos.
Poucos eventos e quando ocorrem, não são bem divulgados.
Falta de atrativos para visitantes e turistas.
Falta de incentivos das autoridades competentes.
Problema geral - infraestrutura, sinalização e organização.
Cobranças indevidas, poderiam conceder gratuidade em certos atrativos.
Serviço 24 de bancos, farmácias e demais equipamentos turísticos.

A cadeia produtiva se torna eficiente quando há relações entre empresas, fortalecendo não apenas a empresa, mas todo o setor. Predomina neste cenário que a maioria das empresas nunca teve relacionamento relevante com outras empresas; das que citam terem relacionamento não há rivalidade ou tensão. Contudo, também não aproveitam as relações para

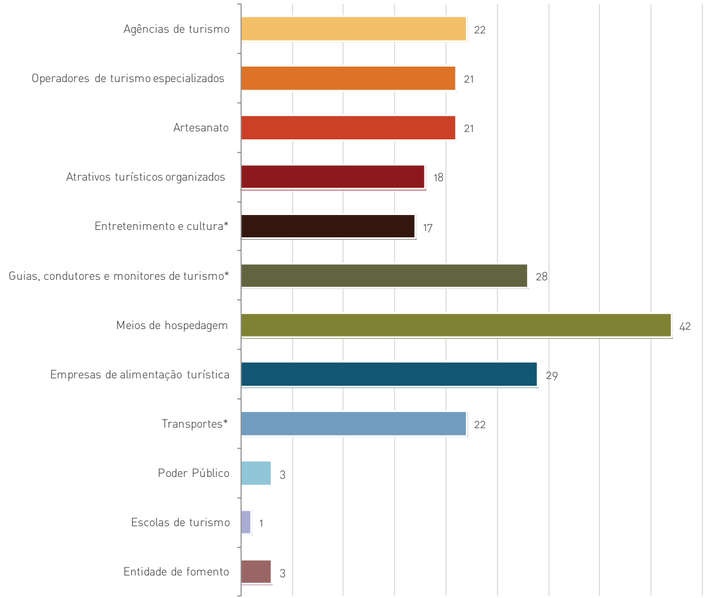
gerar negócios em parcerias, indicações ou comissões. Em tese, as empresas competem de forma amistosa e, em algumas situações, fornecem seus serviços.

Tipo de Relação PREDOMINANTEMENTE estabelecida:



Quando citado que há relação predominantemente estabelecida, veem-se os meios de hospedagem, seguidos de alimentação turística e guias, condutores e monitores em destaque. Escolas de turismo, poder público e entidades de fomento são as menos citadas.

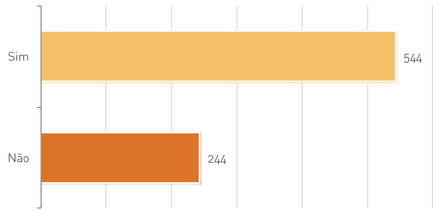
Competição amistosa ou de fornecimento de serviços



A partir destas informações, se faz necessária a redefinição de estratégias das entidades de fomento e do poder público, pois possuem inexpressivos relacionamentos com o setor privado. Este cenário não é favorável para a concepção de cadeia produtiva, pois eleva a individualidade e, consequentemente, a fragmentação do trabalho conjunto, rompendo gradativamente os elos já existentes.

Já em relação ao Parque Nacional do Itatiaia a maioria das empresas se relaciona.

Se relacionam com o Parque Nacional do Itatiaia

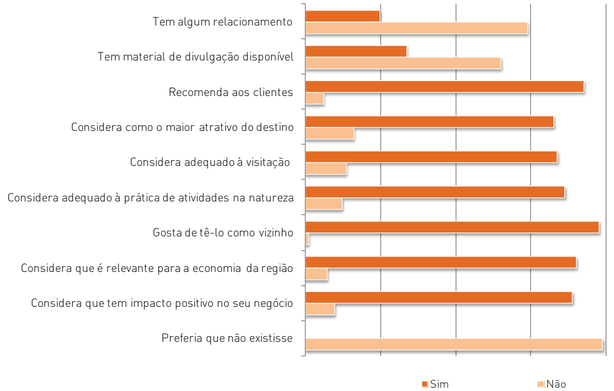


Predominando as relações de acordo com as seguintes proposições:

Gosta de tê-lo como vizinho	14%
Recomenda aos clientes	14%
Considera que é relevante para a economia da região	13%
Considera que tem impacto positivo no seu negócio	13%
Considera adequado à prática de atividades na natureza	13%
Considera adequado à visitação	12%
Considera como o maior atrativo do destino	12%
Tem material de divulgação disponível	5%
Tem algum relacionamento	4%
Preferia que não existisse	0%

Havendo comparação das empresas que se relacionam ou não, percebe-se a diferença de opiniões em cada situação apresentada:

Em relação ao parque nacional:



Concluindo, o levantamento junto às empresas propôs neste último momento dar origem a sugestões, ideias, críticas e considerações pessoais elencadas abaixo:

Sugestões
Melhorar os acessos aos monumentos naturais.
Arrumar e manter as estradas.
Organizar o transporte local.
Manter limpo as áreas de visitação.
Melhorar e adequar o transporte para o parque. Tanto a quantidade de veículos, quanto os horários disponíveis.
Falta mais iniciativa do SEBRAE para alavancar o turismo.
Divulgar mais o parque nos outros municípios.
Diminuir a taxa cobrada dos veículos.
Reduzir o valor do ingresso ou mesmo ser gratuito.

6.4. FORMADORES DE OPINIÃO

Os formadores de opinião entrevistados seguiram um roteiro básico de perguntas que englobaram questões variadas, porém focadas no fomento da cadeia produtiva do Turismo. Em sua maioria, os entrevistados foram profissionais ligados ao setor de turismo e meio ambiente e correlatos, representantes de entidades de classes e associações locais, ou seja, pessoas atuantes e atentas às necessidades socioeconômicas e ambientais da cadeia produtiva.

Na análise das respostas dadas às questões do formulário específico pelos formadores de opinião, depreenderam-se posicionamentos que se destacaram e foram recorrentes.

Uma apreciação do conteúdo das entrevistas com os formadores de opinião permite apontar as seguintes colocações:

- A inegável beleza natural da região e da área abrangida pelo Parque Nacional do Itatiaia.
- O associativismo deve ser estimulado e aperfeiçoado, visto que apresenta bons resultados, particularmente em Mauá.
- A dificuldade de acesso da população mais carente, apesar da diferenciação do valor do ingresso (o que limita um maior contato e absorção da importância da Unidade de Conservação).
- A falta de sinalização adequada fora e dentro do PARNA Itatiaia.
- A falta de informação na entrada/portão de acesso do Parque Nacional do Itatiaia.
- A inexistência de apoio estrutural ao visitante – estado das trilhas, sinalização e segurança.
- A criação de novos acessos de entrada na Serrinha e Visconde de Mauá.

- O impacto do fechamento de algumas áreas aos visitantes.
- Os conflitos fundiários.
- A obrigatoriedade de pagamento de pedágio na entrada sem que haja um ponto de informação como compensação.
- A falta de estrutura para guias e artesanato na entrada.
- A concorrência dos guias informais que carecem de um serviço adequado.
- Estimular o artesanato por meio de melhor comercialização dos produtos junto com um aumento da qualidade criativa e artesanal.
- O estabelecimento com brevidade dos critérios de concessões para serviços de alimentação, informações e lojas de artesanato.
- A sensibilização da importância ambiental do Parque Nacional do Itatiaia junto à população local e nos municípios que compõem seu entorno.
- A transformação da população local em parceira atuante.
- Atrair a atenção da comunidade do entorno por meio de reuniões itinerantes em vez de concentrá-las na parte baixa do Parque Nacional do Itatiaia.
- A produção de material didático sobre o PARNA Itatiaia a ser distribuído nas escolas.
- A integração com os grupos de montanhismo e outros esportes.
- Incrementar o turismo consciente, aproveitando a passagem de profissionais de fora pela cidade devido às novas indústrias da região.
- Atingir o público dos maiores centros emissivos - São Paulo e Rio de Janeiro -, estimular e trabalhar o público de observadores de aves.
- Aprimorar a gestão conjunta pela posição do Parque Nacional do Itatiaia entre os três estados e os quatro municípios.
- Projetar um "Parque Ideal" com equipe, estrutura suficiente e bom atendimento ao turismo.

- Sugestão ambiental de que se crie um centro de colhimento e readaptação de animais.
- A força e conhecimento do nome do Parque Nacional do Itatiaia são relevantes, a disseminação do animal símbolo foi consistente.
- O preço do ingresso afeta a visitação, mas não é o determinante e o número de visitantes tem aumentado.

Transcrições das entrevistas dos formadores de opinião:

Antonio Leão

Secretário Municipal de Turismo de Resende

"Resende precisa consolidar sua vocação para o esporte na natureza. A cidade possui um patrimônio histórico que precisa ser restaurado, para aproveitar o turismo cultural. Ao mesmo tempo, a cidade possui uma visitação alta por conta das grandes empresas que estão se instalando, além os hotéis da área urbana terem uma ocupação bastante razoável em função das pessoas de outras cidades que vêm trabalhar. É preciso focar mais no turismo nos patrimônios históricos e no turismo junto a essas pessoas que vêm de fora trabalhar em Resende. O que é consistente hoje é o turismo do patrimônio natural e o de esportes nesses ambientes. O público que frequenta a cidade é de São Paulo e Rio de Janeiro, até mesmo pessoas de outros países, como os observadores de aves. Este último público pode ser ampliado, trabalhando-o melhor. O turista que vem costuma ficar um final de semana, um feriado. Um turista deve gastar por volta de mil reais em um fim de semana. Os turistas procuram beleza natural, sossego, repouso. Também há um foco grande no romantismo, uma predominância de casais. O que mais os agrada é a beleza cênica. Montanhas, florestas, cachoeiras, rios, aves, flora. O que desagrada ao turista é barulho. Com o tempo, a gente tem percebido uma mudança no perfil do turista. A quantidade de lixo nas trilhas diminuiu, mesmo sem aumento na fiscalização. Também há uma melhora no transporte, com o asfaltamento da RJ-163. Também há informações de aumento de faturamento dos hotéis. A dificuldade da Secretaria de Turismo é a falta de recursos. Há problemas de pavimentação, sinalização. Há vários projetos, alguns

encaminhados a ao Ministério do Turismo. Alguns dos investimentos realizados são na RJ-163 e na RJ-161, mas a melhoria das estradas deve ser acompanhada de ciclovias, pelo enfoque que a cidade precisa ter no turismo de esportes na natureza. A secretaria realiza trabalhos junto à comunidade, como na formação de monitores e no projeto Turismo na Escola, aproximando o parque da rede de ensino. O associativismo é mais forte em Visconde de Mauá, onde existe a Mauatur, onde inclusive há mais profissionalismo dos hoteleiros no atendimento ao turista. As vagas de hotel na cidade são focadas à pessoa que vem trabalhar na indústria. Não há uma organização para receber turistas. Há uma organização de hotéis em Resende, mas está começando ainda. Há a Aguiman (Associação de Guias das Agulhas Negras), a Associação de Empresários da Serrinha do Alambari, a Associação Comercial de Visconde de Mauá, responsável pelo concurso gastronômico, que é um evento de sucesso. O turismo contribui para autoestima da população, por morar em um lugar bonito, preservado e procurado. E o turismo traz investimento na infraestrutura. O asfaltamento de estradas como a RJ-163 foi pra beneficiar o turismo, mas acaba beneficiando o morador nativo também. E também há a melhoria nos equipamentos urbanos. Resende historicamente teve a implantação de indústrias, então há uma procura por parte de pessoas ligadas às empresas. Essas pessoas, se forem trabalhadas, podem, por exemplo, trazer a família para passar um fim de semana e passar mais tempo na cidade. Há hotéis, mas há carência de restaurantes. Há uma agência de receptivo e uma linha de ônibus intermunicipal que deixa na entrada do parque. Em Visconde de Mauá tem uma predominância de casais com foco no clima e nas paisagens e pessoas que vão voar de asa delta, de parapente, etc. Este foco dos esportes tem potencial para ser devolvido. Em Serrinha há a fauna e a flora e está ao lado do Parque. Mas esta é a área intangível do parque. Pelo fato de não poder explorar o turismo, lá é área de palmiteiros e caçadores. Se tivesse a presença de pessoas, reduziria a quantidade de palmiteiros e caçadores, além de a população local poder ganhar com a exploração do turismo. Os pontos que podem atrair investidores são os remanescentes de Mata Atlântica com beleza cênica, fauna, flora, etc. A logística favorece, por estar às margens da Via Dutra, entre Rio de Janeiro e São Paulo. E também há a educação, que segundo estatísticas, está melhorando. O aspecto negativo a ser mudado é a exploração das áreas intangíveis, que com esta ocupação pode reduzir

as atividades predatórias, criando uma entrada para o parque por Visconde de Mauá e pela Serrinha. Também é preciso pavimentação e sinalização. E depois estruturação, como lanchonetes, restaurantes. O parque precisa ter uma participação muito grande da população do entorno, ela sendo parceira nas ações. O morador de Resende se orgulha de ser vizinho do parque. Mas a população ainda o ignora um pouco. Ela vai se sentir mais participante se começar a lucrar com ele. Uma área que pode ser melhorada é o acesso à terceira idade, como na instalação de corrimões. Também é preciso uma lanchonete no parque. "

Eliane Gouveia

Secretária Municipal de Meio Ambiente de Itatiaia

"A natureza tem que estar aberta e próxima às pessoas. Um dos objetivos dos parques nacionais é colocar as pessoas em contato com a natureza. A dificuldade é conseguir pessoas para trabalhar junto a este parque, por isso precisamos do voluntariado. Há o programa de guias e de monitores. Mas o voluntariado ainda não faz parte da vida das pessoas. A secretaria atende qualquer cidadão que chega pedindo informação. Vão muitos alunos, do ensino fundamental à pós-graduação. Tem a parte de fiscalização, mas a secretaria ainda não está estruturada para executar esta ação. Há vários tipos de turista. O mais comum procura o parque para lazer, passear, relaxar, se distrair. Há estudantes, pessoas desenvolvendo projetos de pesquisas. E tem o público internacional. Há as cachoeiras, a paisagem do planalto, a vegetação, o visual. O homem precisa deste contato com a natureza. Ao longo do tempo tem aumentado a quantidade de estrangeiros visitando o parque. O turismo tem se tornado mais organizado, com mais pessoas preparadas trabalhando e orientando o turista. A sinalização na parte baixa melhorou bastante, mas na parte alta ainda falta estrutura. Uma reclamação feita por turista é que já houve furto dentro do abrigo. O turista para subir tem que ter o guia. Se ele quiser subir sem o guia, ele assina um termo de compromisso se responsabilizando, porque o parque não pode obrigar a pessoa a ter o guia. Penedo é a área que mais se beneficia do turismo, com a hotelaria e, consequentemente, o comércio também se beneficia. Os hotéis dentro do parque também são beneficiados. Na área central o comércio poderia ser melhor favorecido com o turismo.

A secretaria possui um corpo pequeno de funcionários. Há uma gama, uma variedade e um volume de serviços grande para quantidade de pessoas atuando. Possuir material explicativo sobre a cidade iria ajudar. E a união entre as secretarias é pouca, há falta de comunicação. Os benefícios do turismo são sociais e econômicos, com oferta de empregos, junto ao artesanato, e a parte educativa acaba favorecida nesta situação. Os problemas do turismo é o turista mal educado, que deixa lixo, vandaliza, alimenta os bichos. A gastronomia é mais elaborada em Penedo. Os pontos atrativos a investimentos são que aqui é o primeiro parque nacional do Brasil; tem florestas, campos de altitude. É preciso trazer mais o morador local para conhecer o parque. Há artistas que pintam, fazem trabalhos ligados à flora e à fauna. Ainda falta criar aqui um centro de eventos e instituições de visita ligadas ao parque, como um museu. Também é preciso um centro de colhimento e readaptação de animais. Os problemas a serem resolvidos são a falta de integração entre o parque e a Prefeitura de Itatiaia. Também é preciso resolver o problema com animais domésticos dentro do parque. O acesso da população ainda é um pouco restrito. Teve a redução do preço da entrada, que facilita isso. Também é preciso de uma linha de ônibus constante, assim como um atendimento médico adequado no parque. No caso de uma pessoa se perder lá dentro, a Aman e o PrevFogo atuam, inclusive em casos de incêndio. O parque ideal seria aquele em que todas as pessoas tenham acesso. É preciso programas mais atuantes de educação, para atrair a população. As pessoas precisam conhecer mais o parque."

Gustavo Tomzhinski

Diretor do Parque Nacional de Itatiaia

"A perspectiva é de fomentar o turismo sustentável no parque, sem causar danos ambientais. E também estruturar o parque para o recebimento de turistas. 90% da visitação é na parte baixa. Na parte alta, onde o ecossistema é mais sensível, há 10% da visitação. Também está começando a ser utilizada uma nova área, no sítio do Escorrega, em Visconde de Mauá. Há uma ampla gama de estudantes visitando o parque, de 8 a 10 mil por ano, parte do programa de educação ambiental. Também há idosos, famílias, população do entorno. Outro público são observadores de passarinhos e montanhistas. A parte alta atrai muitos montanhistas. Há turistas que vão apenas uma vez, mas uma boa parte retorna. Há o público que chega a ir mais de uma vez ao mês. Entre as atrações procuradas pelos turistas estão contato com a natureza, estadia, boa alimentação. Isso depende do perfil. O que se nota ao longo dos últimos anos é o aumento no número de visitantes. As maiores dificuldades são ligadas à proteção do parque, pelos problemas de incêndio, palmiteiros, caçadores e a questão da regularização fundiária, além de parte estrutural, com relação a recursos financeiros e humanos. Foi reduzida em 90% a entrada do parque para a comunidade do entorno. Também há o trabalho de educação ambiental, focado em criar multiplicadores da questão ambiental. A capacitação de pessoas que moram no entorno para trabalhar no parque, como guias, por exemplo, é uma outra ação executada. O ICMBio participa do conselho nos municípios de Resende, de Itatiaia, no conselho de turismo, de desenvolvimento, e participamos dos conselhos de unidades de conservação do entorno, no conselho da APA da Mantiqueira, do conselho do Parque do Papagaio, e do conselho do Mosaico Mantiqueira, além do contato constante com o Parque Estadual da Pedra Selada. Os benefícios do Parque Nacional do Itatiaia são fazer o contato da população com o meio ambiente, fomentando a educação ambiental. O turismo não traz grandes problemas. Os problemas no parque são motociclistas e cavaleiros fazendo atividades dentro do parque especialmente na parte alta, provocando erosão. Tem a questão do lixo também e já houve um grande incêndio causado por turistas perdidos. O principal atrativo do parque é a beleza cênica, com riqueza natural, fauna, flora, recursos hídricos. Os pontos negativos que deveriam ser corrigidos são o acesso ao parque, junto à necessidade de estruturas de informação e controle. Também é preciso melhorar a gestão conjunta, pelo parque estar na fronteira de três estados e com quatro municípios fazendo parte do parque. O parque ideal precisa de uma boa equipe, com estrutura suficiente e bom atendimento ao turismo. O nome do parque agrega valor, até por ser um dos cinco parques mais visitados do país. A marca é facilmente lembrada. O preço não é impeditivo, porque tem o desconto para os moradores do entorno e os visitantes têm um preço compatível."

Ivo Tavares

Associação de Artesãos Macaco Arteiro

"A associação começou em 1999, após um levantamentos feito pelo Sebrae. Então, em cima dos cursos e oficinas realizados, começou a surgir a Associação de Artesãos Macaco Arteiro de Itatiaia. Os produtos feitos pelos artesãos usam material reciclado e alguns materiais da natureza, como sementes e folha de bananeira. Há um pouco de artes plásticas, com motivos da natureza do parque. Há atualmente cerca de 10 associados. Chegou a ter uns 50 associados no começo, mas com o passar dos anos foi caindo. O turismo na região foi caindo e as pessoas não compravam mais o artesanato. Tinha um ponto de venda dentro do parque, mas não ficou viável por causa da regulamentação do parque. Teve uma loja em Penedo, mas uma parte dos artesãos começou a se dedicar a outras atividades. O turismo está escasso, os hotéis do parque praticamente faliram ou passam por dificuldade financeira. Se o turismo fica fraco, o artesanato também fica. Cada peça vendida sai em média por vinte reais, mas alguns compravam até de cem reais. São camisetas, souvenires, enfeites para casa. Há os quadros com motivo da região também. As vendas eram muito grandes para paulistas e estrangeiros. O artesão é praticamente sem renda, porque vive apenas do artesanato. Tem alguns aposentados que fazem artesanato e complementam a renda. Muitos estão indo trabalhar nas indústrias da região. O artesanato virou bico. Já foi o tempo em que as pessoas compravam artesanato caro. A maior dificuldade é convencer o associado que o artesanato tem futuro. A fazer um negócio bom, que venda bastante. E o artesanato ficou caro hoje em dia. É preciso um trabalho de valorização do artesanato. O foco do turismo é Penedo, onde há toda a estrutura hoteleira. Itatiaia é uma passagem, a entrada do parque. Então o foco da venda é na entrada do parque. Falta sinalização, infraestrutura. A portaria é um pedágio, não é ponto de informação. Os guias deveriam estar ali, ter uma loja de artesanato. O parque é dividido na parte baixa e na parte alta. O artesanato é mais na parte baixa, lá em cima quase não tem artesanato. Tem que ter a parte de educação, até para se revelarem novos talentos no artesanato. É preciso uma área de serviço, onde se come, se descansa, se compra uma lembrança. Um informativo, um museu. A marca do sapinho agrega valor e a visitação ao parque aumentou com a redução do ingresso para o morador."

Moacir Rodrigues

Presidente da Associação de Guias de Turismo das Agulhas Negras

"Há uma grande concorrência de informais no mercado de guias, principalmente em Penedo. Estes profissionais não prestam um serviço à altura. Os clientes acabam procurando os formalizados, porque normalmente ficam insatisfeitos com os informais. O turismo abre um grande leque de oportunidades, como a geração de empregos. Houve um público muito forte de São Paulo. Atualmente há a frequência de muitas pessoas do Rio de Janeiro. O público costuma gastar duzentos reais em média, sem contas as diárias. Algumas pessoas acham o preço da entrada caro. A proposta do guia é enriquecer o passeio do turista. Além da pessoa ter o contato com a natureza, ela vai ter informações históricas e culturais referentes ao parque. O turista sai com mais conhecimento. Os turistas não chegam informados. O que os atrai é a natureza. A infraestrutura hoteleira está excelente. Há 80 hotéis em Penedo. Os pontos mais atrativos para investimento são no ecoturismo. A região é beneficiada pela localização na beira da Via Dutra. Mas o poder público de Itatiaia precisa dar mais suporte, como na sinalização e na orientação ao público. Uma área que pode ser melhorada é o acesso à terceira idade, com a instalação de corrimões. Também é preciso uma lanchonete no parque. A marca do parque é forte. Precisa ser melhor trabalhada. Ainda há muitas pessoas da região que não conhecem o parque."

Roberta Dias de Oliveira

Secretária Municipal de Turismo de Itatiaia

"O nome Itatiaia acaba beneficiando o município, pois os dois não podem ser desatrelados. E a relação da cidade com o parque é mais antiga que sua emancipação. Há uma relação histórica e cultural, porque a finalidade do parque é justamente permitir o acesso das pessoas, interagir a população com o meio ambiente. E nessa interação é promovida a consciência ambiental e a divulgação do turismo. A evolução da divulgação do =arque, através de parcerias com prefeituras, tem sido positiva. Há material sendo produzido com enfoque no parque, como sobre as aves, a sua diversidade. Mas há muita coi

sa a melhorar ainda, até porque muitas decisões não são locais, mas federais. O turismo tem que ser uma atividade da unidade de conservação para aproximar as pessoas da natureza. Então é preciso ter uma estruturação pra receber o visitante. Não há lugar para alimentação no parque. Há cachoeiras muito bonitas que estão fechadas ao público. Dois problemas referentes ao parque são: os incêndios florestais que foram crônicos - porém, a implantação do PrevFogo, auxilia no combate - e também a comunicação via rádio, que possibilita prevenção de acidentes fatais nas cachoeiras após chuvas fortes. A maioria dos turistas vai ao parque sabendo o que vai encontrar, mas há alguns que não sabem. Então é preciso estratégias para que estes turistas desavisados conheçam o parque antes de irem visitar. A população ainda não vê os benefícios do turismo. Existe uma relação de poucas pessoas que amam e preservam o parque. Mas o desconto de 90% para o morador local é um atrativo para ter maior visitação das populações do entorno. Há guias, há hotéis. Restaurantes apenas do lado de fora. Transporte específico não, apenas a linha circular da cidade que vai até a entrada do parque. Tem muitas pessoas que vieram de fora morar na cidade, por conta da oferta de empregos devido às indústrias que se instalaram. Com isso houve um aumento da quantidade de restaurantes, mas ainda é fraco. As vantagens de se investir na região são por conta da localização estratégica na estrada que liga Rio de Janeiro e São Paulo. A empresa que se instalar na cidade estará às margens da Via Dutra. Com essa localização, há uma estrutura de divulgação para atingir um público de alto poder aquisitivo. E o Parque Nacional do Itatiaia foi o primeiro parque nacional do Brasil. O que precisa ser solucionado é a infraestrutura focada para o destino, como acesso e sinalização. Há o problema fundiário, mas que não causa problema algum ao turismo. Na pesquisa que realizamos com turistas, os principais pontos indicados são problemas com a estrada de acesso e falta de alimentação dentro do parque. Também precisa de investimentos em serviços de receptivo."

Rosangela Góes

Associação Turística e Comercial de Visconde de Mauá

"É um parque que está no trecho Rio-São Paulo. É o mais importante do estado e ajuda a população na conscientização ambiental. Com a queda no preço entrada para a população local, foi possível aproximar mais a população do parque. A expectativa é de que sejam abertos mais caminhos e áreas de visitação. É preciso mais projetos voltados à população. Após o asfaltamento da estrada da Capelinha a Visconde de Mauá, a região teve um aumento na visitação. Houve um crescimento de turistas de cidades próximas. A Mauatur tem associados que são empresários do setor de restaurantes, pousadas, etc. O objetivo e atender às empresas, o turista, e tentar agregar produtos e serviços à região. O turista que vem à região procura sossego, tranquilidade. A gastronomia também é um ponto forte, já que os restaurantes de Visconde de Mauá têm forte renome. Há inclusive um concurso gastronômico. E o turista encontra isso tudo. Ele está cada vez mais exigente. A Mauatur encontra desgastes com alguns setores públicos, que poderiam participar juntos das ações como parceiras. Os projetos da associação se focam em atender aos empresários de turismo e também aos moradores, como na parte de cursos de qualificação. Os associados são bastante participativos. A função da Mauatur é trazer benefício para a região e para as pessoas que moram nela. Os benefícios que o turismo traz são emprego e a divulgação da consciência ecológica. Há fábricas, mas o turismo traz bastante emprego. O problema é a parte omissa do poder público. Não há uma estrutura médica para atender algum turista que passe mal no parque. E Visconde de Mauá também não tem caixa 24 horas. A região é rica em questões de beleza cênica, de natureza. Há profissionais capacitados pra atuar. O ponto fraco é o poder público. E estes problemas são coisas fáceis de ser acertadas. Seria preciso mais cursos, com maior variedade, sem serem repetitivos. Fazer uma pesquisa para ver o que se precisa e oferecer curso já direcionando o aluno para um estágio ou emprego. Deveria haver mais atrativos na parte baixa do parque, como museus. Trabalhar mais a história. E outras trilhas deveriam ser abertas, com investimentos em acessibilidade. A marca do parque é bem conhecida. Não precisa mudar. Não há confusão, as pessoas identificam."

Wilson Moura

Presidente da Secretaria Municipal de Agência do Meio Ambiente de Resende

"Este é o Parque Nacional mais antigo do Brasil, sendo fato um atrativo. É o local onde se tem o ponto mais alto do estado. Sua criação se deu por haver muitos proprietários fazendo uso da área, sendo transformadas em áreas de pastagem em áreas de recuperação. O parque possui trilhas e diversos atrativos turísticos. Seu papel é fundamental para a região, sendo também abraçado pela APA da Serrinha do Alambari, pelo Parque Municipal de Penedo e pela APA da Mantiqueira. O parque possui mais pontos positivos que negativos. O ruim é a dificuldade de acesso pela população mais carente pela taxa de ingresso, a pouca divulgação, falta de manutenção em trechos da estrada, abrigos e a pressão da comunidade do entorno, por conta da questão fundiária. Também há baixo número de fiscais, tendo em vista o tamanho do parque. De positivo pode-se listar a beleza, por ser um local muito agradável. Já foram listados 365 passarinhos no parque, de onde surgiu a ideia de criar um calendário com cada um, em um dia do ano. E há uma parceria muito grande dos municípios da região com a direção do parque. As expectativas são que o plano de manejo elaborado recentemente possa ser implantado em sua totalidade. Este fato veio junto com a criação do Parque Estadual da Pedra Selada. E que o parque possa se reestruturar com um acesso mais amplo à população. A relação da secretaria com o parque é das melhores com todos os gestores que passam por lá. O parque entra principalmente dentro na APA da Serrinha e trechos de Visconde de Mauá que pertencem a Resende. Todo e qualquer empreendimento que esteja no entorno é enviado à direção do parque para que eles emitam sua opinião sobre aquela intervenção. Há diligências em parceria. O Ministério Público Federal sempre solicita vistoria conjunta utilizando não só o município como a parte do ICMBio, como também do estado, através do INEA; e o Parque Estadual da Pedra Selada é gerido pelo INEA. Então há os três entes federativos buscando a conservação dessas áreas protegidas. Por conta dos parques, Resende é 6° colocado nos repasses do ICMS Verde. O turista que vai ao parque procura contato com a natureza. A maioria vem de Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, favorecidos pela posição estratégica do parque, além de estrangeiros. As atrações são fauna, flora, cachoeiras, os campos de altitude. Já teve neve no parque, com pessoas fazendo bonecos. São coisas interessantes e únicas. O acesso ao parque, devido a fatores econômicos, é mais democrático. Anteriormente havia uma elite que frequentava. É um desafio trabalhar na área ambiental em uma região que está tendo um crescimento muito acelerado. Então há problemas de ocupação desordenada, pressão sobre mananciais e APAs sendo invadidas. A mobilidade urbana também tem se tornado um problema. E tem a geração de uma quantidade maior de resíduos. Então há um trabalho de educação ambiental. A secretaria participa amplamente das questões do município. Além do benefício econômico, há a divulgação que o turista faz. Mas algumas atitudes do turista são impactantes no ambiente, então é sempre preciso controlar. Há um grande número de paraquedistas e outros esportes, como canoagem, mountain bike, etc. Os problemas são o turista desavisado, mal informado e mal intencionado. Os pontos favoráveis a um possível investidor são a proximidade da Via Dutra, acesso por ferroviais e aeroporto; há oferta de gás natural, fibra ótica e infraestrutura de mobilidade. Há problemas com mobilidade urbana, que está gerando gargalos. Mas há em vista projetos e investimentos para melhorar este aspecto. Também há problemas com a oferta de moradia para os funcionários dessas empresas. O ideal seria que o parque tivesse investimentos na infraestrutura viária, melhoria de abrigos e nas possibilidades de hospedagem. Há poucos hotéis e leitos disponíveis. E o parque precisa de viaturas novas, mais técnicos e mais fiscais. O nome do parque é forte. As pessoas conhecem. E ele foi associado ao sapinho vermelho, que só existe no parque. O preço do ingresso afeta a visitação, mas não é o determinante. Há um somatório de fatores. Mas é justo a pessoa pagar para custear a manutenção do parque."

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa para fomento da cadeia produtiva do Turismo no Parque Nacional do Itatiaia trouxe relevantes informações devidamente avaliadas e diagnosticadas, destacando seus pontos positivos e vulneráveis. O estudo, visando o estímulo ao turismo no Parque Nacional do Itatiaia, foi criteriosamente elaborado, destacando seguramente todos os itens que compõem a cadeia produtiva do Turismo.

Com a crescente ampliação da prática do ecoturismo no século passado, foi fundado, em 1995, o Instituto de Ecoturismo do Brasil, (IEB), que surgiu no contexto nacional com o objetivo de organizar e unificar toda a cadeia ecoturística. Um de seus principais objetivos é o estímulo ao ecoturismo com a criação de um código de ética para certificar o profissional do setor turístico. O Ecoturismo visa primordialmente, a valorização das premissas ambientais, sociais, culturais e econômicas de toda a cadeia produtiva do Turismo.

Baseadas nas ações necessárias para subsidiar seu desenvolvimento, as pesquisas deste estudo focaram seus objetivos no bem-estar das populações vizinhas resultante da melhoria da economia, com redução dos riscos ambientais e escassez ecológica de recursos.

Detectou-se que possa existir mais oferta de suporte seguro à economia verde de forma sustentável, e o fomento ao turismo deve ser praticado com eficiência econômica, responsabilidade ambiental e justiça social. Sob tais premissas, foi elaborado um programa de iniciativas indispensáveis para a prevenção das perdas da biodiversidade, da manutenção da convivência social em benefício dos serviços turísticos. A saúde da cadeia produtiva do Turismo depende do sucesso da sustentabilidade.

O turista que se interessa pelo ecoturismo, tem um leque de opções no estado, com 18 Unidades de Conservação, entre Parques, Reservas Biológicas e Estações Ecológicas, e mais 13 de uso sustentável, como as áreas de proteção ambiental. O turismo cultural, bastante atuante na capital do Estado do Rio de Janeiro, ainda reserva grande potencial a ser explorado por ações específicas nas cidades do interior.

As pesquisas fundamentais à percepção da cadeia produtiva deram destaque à eficiência administrativa necessária para incrementar a atividade turística no PARNA Itatiaia, mediante o aquecimento da economia, com geração de empregos, baseados na sustentabilidade e manutenção dos recursos naturais, aliados à políticas de inclusão social.

Neste diagnóstico, não há como deixar de apontar a transição da região durante as últimas décadas. O Vale do Paraíba é o "leito" de boa parte da Via Dutra, tendo na região um importante entroncamento viário, próximo à Serra da Mantiqueira. Este posicionamento caracteriza-se como vital, atraindo progresso industrial à Região Sul Fluminense nas últimas décadas.

Na região que concentra grande parte da cadeia produtiva próxima ao parque, Penedo assumiu um foco turístico determinante, onde há toda uma estrutura hoteleira e serviços. Itatiaia se colocou como passagem, à entrada do Parque. Esta situação pode ser melhorada com a conjugação de três elementos: Sinalização, Infraestrutura para profissionais e visitantes e Valorização do Artesanato local.

Percebe-se que a entrada do parque em Itatiaia se reserva a uma posição meramente cobradora de ingresso. A falta de uma área de serviços compatível com a beleza do parque deve ser superada o mais breve possível. Alimentação, guias, artesanato etc. devem estar presentes.

Contudo, o parque deve ser mais facilmente manuseado pelo visitante através de sinalização confiável e presente em locais chave. A marca do PARNA agrega valor e é de fácil identificação pelo visitante. Assim sendo, seu uso deveria ser disseminado pelas empresas que fazem parte da cadeia produtiva. Tal uso da marca deverá ser condicionado ao compromisso de sustentabilidade firmado pelas empresas, formando uma cadeia de responsabilidade ambiental.

Quanto à capacitação profissional local, existe o desejo de cursos profissionalizantes direcionados às necessidades da população que se ligam de uma maneira ou outra, à cadeia produtiva. Não obstante, o conjunto de informações ambientais do parque deveria ser disseminado junto aos elos da cadeia produtiva por meio de palestras e *workshops* constantes.

A criação de um consórcio intermunicipal de turismo é uma sugestão para dinamizar a cadeia produtiva. Trata-se de uma boa possibilidade de emprego de instrumento para divulgar o potencial turístico regional e, também, preparar os municípios para sua exploração racional, empreendendo programas de capacitação e reciclagem profissional da mão-de-obra local nesse setor. A criação de consórcios públicos pode produzir resultados positivos como: aumento da capacidade de realização, maior eficiência do uso dos recursos públicos, realização de

ações inacessíveis a uma única prefeitura, aumento do poder de diálogo, pressão e negociação dos municípios e transparência das decisões públicas.

Nas respostas dos formadores de opinião encontram-se indicações para o aumento das atrações turísticas da parte baixa do parque. Todavia, o número limitado de pessoal versus as dimensões do parque são uma carência a ser superada. A história da região poderia ser mais bem apresentada para o visitante.

O turista é o grande divulgador da dimensão do parque, mas sua presença traz implicações que impactam o meio ambiente e esta presença indica a necessidade de estudos de carga. A visibilidade de informações e o controle são os mais rápidos meios de sensibilização. O parque é frequentado por um grande número de esportistas. O fluxo turístico traz benefício econômico, porém, os problemas concentram-se nos turistas desavisados, mal informados e mal intencionados.

Pela sua grandeza, o Parque Nacional do Itatiaia merece investimentos na infraestrutura viária, funcional, de serviços, na melhoria de abrigos e nas possibilidades de hospedagem. A cadeia produtiva deve encontrar mecanismos que promovam a fidelidade do visitante/turista por conta de pacotes integrados com a visitação ao parque.

Toda ação voltada para o fomento ao turismo do Parque Nacional de Itatiaia estará interligada ao cenário brasileiro de bens naturais, com toda a complexidade de gestão aplicada ao microcosmo do local, influenciando o panorama estudado.

Em curto prazo torna-se necessário que a implantação de ações para que a cadeia produtiva seja ferramenta de uma política integrada, estimulando o desenvolvimento do ecoturismo de forma preservada e atendendo aos objetivos sustentáveis nos âmbitos social, econômico e ambiental do Parque Nacional do Itatiaia.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRADE, A.C. A flora do Parque Nacional de Itatiaia. Boletim do Parque Nacional de Itatiaia, n. 5, p. 1-114. 1956.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Mapeamento da Cobertura Vegetal do Bioma Mata Atlântica. 2006. Projeto Integrado para Mapeamento da Cobertura Vegetal do Brasil na escala 1:250.000.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Lista Oficial das Espécies da Flora Brasileira Ameaçadas de Extinção. 2008 a.

CÂMARA, I. G. Plano de ação para a Mata Atlântica: roteiro para a conservação da sua biodiversidade. Reserva da Biosfera da Mata Atlântica. São Paulo, v. 4, p. 70. 1996.

COSTA, E. P.; DEAN, W. A Ferro e Fogo: A história da devastação da Mata Atlântica brasileira. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. p. 484.

CORRÊA, Marcos Sá - Itatiaia - O Caminho das Pedras. São Paulo. Metalivros, 2003. ISBN 85-85371-50-1, 240 pág.

DRUMMOND, J.A. 1997. Devastação e Preservação Ambiental: Os Parques Nacionais do Estado do Rio de Janeiro: EDUFF, 1997.

FDBS. Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável. O Parque Nacional do Itatiaia. Editor: Ângelo A. dos Santos. Cadernos FBDS 3. Rio de Janeiro, 2000.

GANDY, Mathew. Paisagem, estéticas e ideologia. In: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (orgs.) Paisagens, textos e identidades. Rio de Janeiro: EdUERJ

HÜBNER, D.B. A biodiversidade e o turismo em unidades de conservação do Brasil: Parque Nacional do Itatiaia. (Dissertação de Mestrado). Belo Horizonte: UMA, 2007.

HÜBNER, D.B., BAHIA, E.T., FORTES, M. e FERREIRA, W.F. Sustentabilidade e biodiversidade em unidades de conservação do Brasil – parte 2: Estudo de caso no Parque Nacional do Itatiaia.

PÁDUA, Jorge; Coimbra Filho, Maria Tereza e, Adelmar F. - Os Parques Nacionais do Brasil. Instituto de Cooperação Ibero-americana. Madrid. José Olympio Editora, 1989. ISBN 84-85389-19-0, pág. 122 a 129.

LEITE, Helton Perillo Ferreira - Planalto do Itatiaia - Região das Agulhas Negras. Rio de Janeiro. Montanhar / Publit, 2007. ISBN 978-85-7773-076-6, 232 páginas.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. et al. Educação ambiental e gestão participativa em unidades de conservação. 3. Ed. Revista e atualizada. Rio de Janeiro: Ibama/NEA. 2008.

NEFFA, Elza. Desenvolvimento e degradação ambiental – um estudo na região do Médio Paraíba do Sul. Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ,2001.

PETROCCHI, Mario. Turismo: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1988.

PIRES, Paulo dos Santos. Entendendo o ecoturismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi et al. Análises regionais e globais do turismo brasileiro. São Paulo: Roca, 2005.

9. FICHA TÉCNICA

ELABORAÇÃO

BESSER SERVIÇOS DE CONSULTORIA E GESTÃO EMPRESARIAL LTDA.

CONSULTORES
Alcyone Sampaio Correia
Ana Paula Cunha de Oliveira
Alex Sandro Oliveira
Jarbas Modesto
Maria das Graças Magnavita

APOIO
Ana Lúcia Bruno da Cunha
Guilherme Carvalhal

REVISÃO DE TEXTO
Kadma de Mesquita Duna

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Renato Zveiter Fuchshuber

FOTOS
Acervo da Besser Consultoria
Banco de Imagens do Parque Nacional do Itatiaia

REALIZAÇÃO

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – SEBRAE/RJ

Rua Santa Luzia, 685 – 6º, 7º e 9º andares – Centro
Rio de Janeiro – RJ – CEP: 20030-041

Parque Nacional do Itatiaia
ICMBio
INSTITUTO CHICO MENDES
MMA
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA
ITATIAIA
RESENDE
SEBRAE