

## PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y DE INTERCAMBIO EN EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES

Rógis Juárez Bernardy<sup>\*</sup>  
Eliandro Gustavo Bortoluzzi<sup>\*\*</sup>  
Jeancarlo Zuanazzi<sup>\*\*\*</sup>  
Sérgio Migliorini<sup>\*\*\*\*</sup>  
Universidad del Oeste de Santa Catarina  
Chapecó - Brasil

**Resumen:** El turismo es una actividad que se amplía en el territorio regional, sea en términos espaciales o de sus diferentes modalidades. En este sentido, este proyecto ejecutivo tuvo como objetivo planificar e implementar un polo permanente de visitas, basado en el turismo de intercambio y de negocios, a los emprendimientos turísticos de los municipios de Chapecó (SC) y Cordilheira Alta (SC), Brasil. Se llevó a cabo junto con diversas instituciones regionales, tanto públicas como privadas, de fomento y entidades representativas de segmentos económicos. En el proceso metodológico se contempló la selección de emprendimientos, la calificación técnica de los atractivos y del marco funcional, la producción de un video institucional, la creación de un sistema integrado de agenda o programación de visitas, los tests de validación y la difusión del centro de visitas. Entre los resultados de este proyecto de visitas turísticas se citan la difusión de modelos de gestión y tecnología, el intercambio de información, la consolidación de la formación académica, la generación de trabajo e ingreso, y el incremento de actividades de otros rubros económicos relacionadas con los eventos y negocios.

**PALABRAS CLAVE:** turismo, intercambio, negocios y emprendimientos económicos.

**Abstract:** Methodological Procedures for the development of Business Tourism and Exchange in Business Enterprise. Tourism can be considered both a local-based activity or a regional economic source. These scopes allowed government agencies, private investors and non-profit institutions to plan several actions for a comprehensive and sustainable tourism development in Brazil. As part of this scenario, a project for business tourism was developed in Santa Catarina State. It had as main goal to execute a continuous program for a visitation site, involving business tourism with main activities located in Chapecó and Cordilheira Alta Counties. Proceedings such as site location, technical procedures for trainees selection, video production, visitors scheduling and regional and national media issues were developed along the project execution. Management and technical models, academical interchange between regional universities, increasing of local population incoming and life-quality rising were main results reached after conclusion in 2010.

<sup>\*</sup> Doctor en *Cadastro Técnico Multifinalitário e Gestão Territorial* (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis - Brasil). Se desempeña como Profesor de la Universidad del Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, Brasil; y de la Maestría Profesional en Administración (en implementación). E-mail: rjbernardy@gmail.com.

<sup>\*\*</sup> Master en Relaciones Internacionales (Universidade do Sul Catarinense - UNISUL, Florianópolis - Brasil). Se desempeña como Profesor de la Universidad del Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, Brasil. E-mail: eliandro.bortoluzzi@unoesc.edu.br.

<sup>\*\*\*</sup> Master en Administración (Universidad Regional de Blumenau - FURB, Blumenau - Brasil). Se desempeña como Profesor de la Universidad del Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, Brasil. E-mail: jeancarlo.zuanazzi@unoesc.edu.br

<sup>\*\*\*\*</sup> Posee un *Master Business Administration* (MBA) en Gestión Estratégica Empresarial (Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC, Chapecó - Brasil). Se desempeña como Profesor de la Universidad del Oeste de Santa Catarina (UNOESC), Chapecó, Brasil. E-mail: sergioamig@gmail.com

KEY WORDS: *business tourism, local development, visitation site.*

## INTRODUCCIÓN

El turismo ha sido una de las actividades más dinámicas debido a la expresiva capacidad de generar trabajo e ingresos y de motivar nuevas perspectivas económicas, inclusive en lugares con características peculiares en los aspectos ambientales, sociales y económicos.

En el municipio de Chapecó, localizado en el Oeste de Santa Catarina (Brasil), la modalidad de turismo más difundida es la de eventos, proporcionada por ferias y exposiciones periódicas con un fuerte vínculo a la dinámica económica del municipio y de la región. Esta modalidad de turismo ha motivado el crecimiento del turismo de negocios, en los propios emprendimientos económicos de la región.

Debido al crecimiento de las instituciones de enseñanza superior en el municipio, existe en los últimos años un gran movimiento de turistas vinculados al intercambio de información para estudios de elementos naturales, urbanos, económicos y tecnológicos; y a otras formas de difusión del conocimiento.

Buscando ampliar y consolidar las modalidades de turismo de negocios e intercambio se creó una sociedad entre la universidad y las empresas de Chapecó con el apoyo de instituciones de fomento estatal. La misma implementó un polo regional de emprendimientos calificados para recibir visitas técnicas, de negocios y académicas, en Chapecó (SC) y Cordilheira Alta (SC).

El procedimiento metodológico adoptado en este proceso de planificación del desarrollo turístico se considera inédito, ya que se origina en las dificultades encontradas por la Universidad do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), en las visitas técnicas; como la falta de éxito en las agendas de visitas y la organización interna de las empresas vinculadas a la falta de disponibilidad para recibir a las visitas.

Así, este programa busca crear un polo regional de emprendimientos calificados para recibir visitas técnicas y académicas incrementando el turismo de negocios y de intercambio y difundiendo las prácticas adecuadas de competitividad empresarial, profesional y personal.

Como uno de los principales resultados se puede mencionar que este 'proyecto ejecutivo' (se utilizó esta expresión pues este artículo muestra el desarrollo metodológico de la motivación de modalidades de turismo en emprendimientos económicos) realizó un procedimiento sistemático que permitió crear las condiciones adecuadas para los procesos de visitas continuas en emprendimientos económicos (atractivos turísticos), en base a la asociación institucional, la planificación, la capacitación y el futuro monitoreo de las visitas.

## MODALIDADES DE TURISMO Y DESARROLLO MUNICIPAL

En Brasil -más allá de los lugares tradicionales que desarrollan el turismo y reciben grandes contingentes- con una mayor difusión del litoral, el sudeste, el nordeste y el sur había nuevas oportunidades vinculadas a las potencialidades naturales, los negocios, la difusión tecnológica y el intercambio de información.

De esta forma, en diferentes ámbitos espaciales el turismo posee una expresiva capacidad de generar nuevas actividades complementarias con potencial de especialización y un ingreso superior a otras actividades tradicionales. El turismo moviliza áreas complementarias como la del rubro hotelero, de posadas, de restaurantes y bares, de eventos, de servicios de guías, de transporte, y la propia generación de trabajo en el interior de las empresas. En este sentido, para Barretto (2000: 20), *el turismo puede ser vinculado al contacto, la heterogeneidad y la multiplicidad* debido al vínculo que mantiene con las demás actividades relacionadas.

De acuerdo con Ignarra (1999) y Oliveira (2001), en diferentes momentos, diversos autores han intentado definir el turismo, tales como el economista austríaco Herman Von Schullard (1910), la Escuela de Berlín (década de 1940), los suizos Hunziker & Kraft (1942) y, posteriormente Fernández Fuster (1974) y la Organización Mundial del Turismo (década de 1970). Para La Torre (citado por Ignarra, 1999) el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporario de individuos o grupos de personas que, por diversos motivos, salen de su lugar de residencia habitual hacia otro(s), generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica, cultural; e inclusive de aprendizaje.

En el caso de este polo de visitas turísticas los emprendimientos económicos (atractivos turísticos) que se destacan por su organización, atipicidad, centro de negocios y gestión en relación a las demás empresas regionales ofrecen la oportunidad de visitas, tanto individuales como en grupo (académicos y empresarios), gerenciadas por una base de control de visitas. De esta forma, el polo posee un mayor vínculo con el turismo de grupos y el atractivo turístico se constituye en las empresas y en el soporte ofrecido por los demás equipamientos en la ciudad y en la región.

Otra definición de turismo fue elaborada por Mathieson & Wall (citado por Lage & Milone, 2001), quienes consideraron tres enfoques: el movimiento temporario de personas hacia destinos externos a sus lugares de trabajo y residencia; y las actividades ejercidas durante la permanencia de los viajeros en los lugares de destino, incluyendo los negocios y las condiciones, los equipamientos y los servicios de soporte creados como consecuencia de las actividades de los viajeros.

De acuerdo con los autores en la definición de turismo existe un desplazamiento temporario sin definición de tiempo considerando como referencia la residencia y el trabajo, las actividades que generan negocios e ingresos en los destinos turísticos y los equipamientos y servicios de soporte

como alojamiento, gastronomía, entretenimientos, operadoras y otros. En este polo regional de emprendimientos turísticos, las visitas se articulan con las demás modalidades de turismo de eventos (negocios, académicos, tecnológicos y otros) tanto locales como regionales.

Además de los efectos positivos directos e inmediatos del turismo en la generación de trabajo e ingreso, las actividades complementarias y la capacitación profesional se debe considerar la intensificación del contacto cultural entre los diferentes grupos sociales lo que promueve una ampliación de conocimientos diversificados de diversas culturas y grupos, en el conjunto de la sociedad. Para Lage & Milone (2001: 35) estos impactos positivos también pueden ser clasificados en el ámbito económico como:

- *impactos directos*: representados por el total del ingreso creado en los sectores turísticos como resultante directo de la variación de los gastos en esos productos;
- *impactos indirectos*: representados por el total del ingreso creado por los gastos de los sectores de turismo en bienes y servicios producidos y ofertados en la economía;
- *impactos inducidos*: representados en la medida que los niveles de ingreso aumentan en toda la economía como resultado de los impactos directos e indirectos de las variaciones de los gastos turísticos [...].

De acuerdo con los autores se observa una motivación económica de la propia cadena del turismo en la región que impulsa otras cadenas productivas complementarias, ya sea de bienes y servicios o proporcionando un aumento en el ingreso del lugar visitado, la motivación de nuevas inversiones y negocios, o la distribución del ingreso multiplicando otras modalidades de turismo a nivel local o regional. Éste es el llamado efecto multiplicador de la actividad que contribuye al desarrollo de un lugar o región, en base a la generación de trabajo para evitar el éxodo de los jóvenes especializados. En el caso de este polo de visitas la planificación se enfocó en el aumento de los negocios del propio emprendimiento (atractivo turístico), pues estuvo dirigido a los compradores y proveedores.

Para que el turismo se desarrolle es necesario un proceso de planificación y gestión continuo. A nivel nacional existe una regionalización del turismo; ya que el Ministerio de Turismo (2010: 30) creó las regiones turísticas de Brasil, concebidas como *espacio territorial [...] como agente de transformación social y no sólo como espacio físico*, que presenta características y potencialidades similares y complementarias capaces de ser articuladas y de definir un territorio. El municipio de Chapecó, conjuntamente con otros setenta y seis municipios (inclusive Cordilheira Alta), forma parte de la regionalización del turismo del Gran Oeste Catarinense.

A nivel estatal las políticas públicas definidas para el impulso de las actividades turísticas, son compatibles con esta regionalización, a través de la Santa Catarina Turismo S.A. (SANTUR, 2011), de las Secretarías de Estado y Desarrollo Regional (SEDR) y de las Asociaciones de Municipios. En

conformidad con estas políticas públicas se destaca la priorización de la cadena productiva de turismo en las políticas de planificación a nivel federal con base en el área económicamente deprimida de la meso-región de la Gran Frontera del Mercosur que abarca los municipios de la regionalización del Gran Oeste Catarinense.

En el ámbito de las regiones con planificación previa el Ministerio de Turismo (2010) menciona la necesidad de organización interna del turismo con creación de itinerarios que integren la oferta turística [...], generando productos rentables y comercialmente viables. Para el Ministerio la creación de itinerarios busca formar asociaciones y promover la integración, el compromiso, la concreción de negocios, y el rescate y la preservación de los valores de la región. Esta afirmación puede ser aplicada en las empresas y en los demás atractivos turísticos de Chapecó y Cordilheira Alta, debido al carácter complementario de los mismos en términos de la caracterización de las visitas.

El turismo también es segmentado en modalidades, y de acuerdo con el Ministerio de Turismo (2011: 19), la tipología de estudios e intercambio *se conforma por el movimiento turístico generado por las actividades, programas de aprendizaje y vivencias con el fin de lograr calificación, y ampliar el conocimiento y el desarrollo personal y profesional*. Esta modalidad de turismo fue considerada como prioritaria por el Ministerio de Turismo en el año 2006.

Se observa que el turismo de intercambio está unido al intercambio de información técnica y académica, al aprendizaje, a la suma de nuevos conocimientos, a las experiencias y a las vivencias y vinculado a la dinámica económica, tecnológica y comercial de los emprendimientos localizados en la ciudad de Chapecó (medianos) y Cordilheira Alta (pequeños). Estas variables pueden ser incorporadas por los académicos para dar un impulso cualitativo a los conocimientos individuales y colectivos, fomentando la formación profesional y personal.

Otra modalidad de turismo vinculada a este proyecto ejecutivo es la de negocios, que según el Ministerio de Turismo (2011: 46), *comprende el conjunto de actividades turísticas que conforman los encuentros de interés profesional, asociativo, institucional, de carácter comercial, promocional, técnico, científico y social*.

Esta modalidad de turismo también fue considerada prioritaria por el Ministerio de Turismo, en la planificación estratégica de 2006. Entre las principales formas de turismo de negocios se citan las visitas técnicas, reuniones, compra y venta, entre otras. De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2011: 46), posee determinadas especificidades, como:

- oportunidad de equiparar los períodos estacionales, proporcionando equilibrio a la relación entre oferta y demanda durante todo el año, ya que no depende de las condiciones climáticas;

- características de alta rentabilidad, ya que el turista de negocios y eventos posee un gasto medio mayor que el turista de placer, y normalmente regresa más veces y permanece más tiempo en el destino;
- los eventos y actividades de negocio funcionan como una herramienta de *marketing* para el destino, exponiéndolo significativamente en los medios y estimulando que el turista vuelva por placer y lo recomiende a otras personas;
- las actividades de otros segmentos turísticos se incrementan con las visitas realizadas por esos turistas en su tiempo libre, antes y después de los eventos, y en futuros viajes con familiares y amigos;
- posibilidad de interiorizar la actividad turística, pues se pueden realizar en ciudades chicas, si es que presentan las condiciones y estructuras necesarias para realizar eventos, reuniones y visitas de negocios.

El turismo de negocios vinculado a las ferias, las muestras, los eventos técnicos y científicos, las visitas técnicas, las misiones empresariales, la difusión tecnológica, el lanzamiento de productos o las rondas de negocios representa una alternativa al turismo tradicional (concentrado espacialmente y estacionalmente), pues está unido a la dinámica y las especificidades económicas de una región, normalmente con una identidad que se diferencia de las demás (entorno próximo o distante).

El polo de emprendimientos aptos para recibir turistas se presenta como una posibilidad para complementar la actividad económica vinculada a la identidad productiva regional, por lo tanto, articulada con los emprendimientos activos y consolidados en la región. De esta forma, según Luchiari (2000: 105), *no representa la única posibilidad de desarrollo económico de una ciudad o región y no somete los emprendimientos locales a las órdenes exógenas.*

## **ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA REGIÓN OESTE CATARINENSE**

En el estado de Santa Catarina el turismo, en general, se ha difundido en el litoral o en las ciudades próximas. La excepción, determinada por especificidades locales como la cultura, la recreación y las bellezas naturales, es la región de Lages, en la meseta Catarinense. No obstante, en las últimas décadas, se observa la difusión del turismo en otras regiones, inclusive, se presenta como una alternativa a la estacionalidad turística regional del litoral, vinculada a la temporada de verano (Instituto Heráclito y Foz do Chapecó Energia, 2009: 13).

En el Oeste Catarinense una característica importante del turismo es su relación con los potenciales naturales, sea por medio de las aguas termales, como en los municipios de Piratuba, Itá, Águas de Chapecó y Palmitos; de los recursos hídricos de los balnearios, como en São Carlos; sea

por los eventos culturales, como en Treze Tílias; de negocios, en Chapecó, Xanxerê y Concórdia; el atractivo religioso, como en Joaçaba; el atractivo gastronómico, en Itá; o la recreación, en Joaçaba. Así, resulta relevante el contacto cultural con otros grupos sociales por las potencialidades que posee valorizar las singularidades regionales y locales.

Es importante que el turismo se desarrolle teniendo en cuenta la planificación, en base a criterios técnicos para aportar las potencialidades de cada emprendimiento, con información técnica que promueva la generación de ingresos, sin perjudicar la funcionalidad de la empresa y el medio ambiente. En función de la complementación de los segmentos productivos, los atractivos turísticos se integran y estructuran en base a un *“itinerario turístico, caracterizado por uno o más elementos (atractivos) que le confieren identidad, definido y estructurado a los fines de la planificación, gestión, promoción y comercialización turística”* (Ministerio do Turismo, 2009: 32). [*“roteiro turístico que é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos (atrativos) que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística”* (Ministerio do Turismo, 2009: 32).] Estos atractivos pueden ser ofertados de forma organizada, pues, son complementarios del intercambio de información y de negocios.

En el municipio de Chapecó, las actividades turísticas están fuertemente vinculadas a los eventos de negocios; entre los cuales se citan las ferias bianuales, como la Exposición Feria Agropecuaria, Industrial y Comercial de Chapecó (EFAPI) y la Feria Internacional de Negocios, Procesamiento e Industrialización de la Carne (Mercoagro), con muestras de la actividad agropecuaria, industrial, comercial y de servicios típicos de la región e inclusive de otros países (Prefeitura Municipal de Chapecó, 2011). Estos eventos sistemáticos han generado nuevas ferias sectoriales a lo largo de su historia.

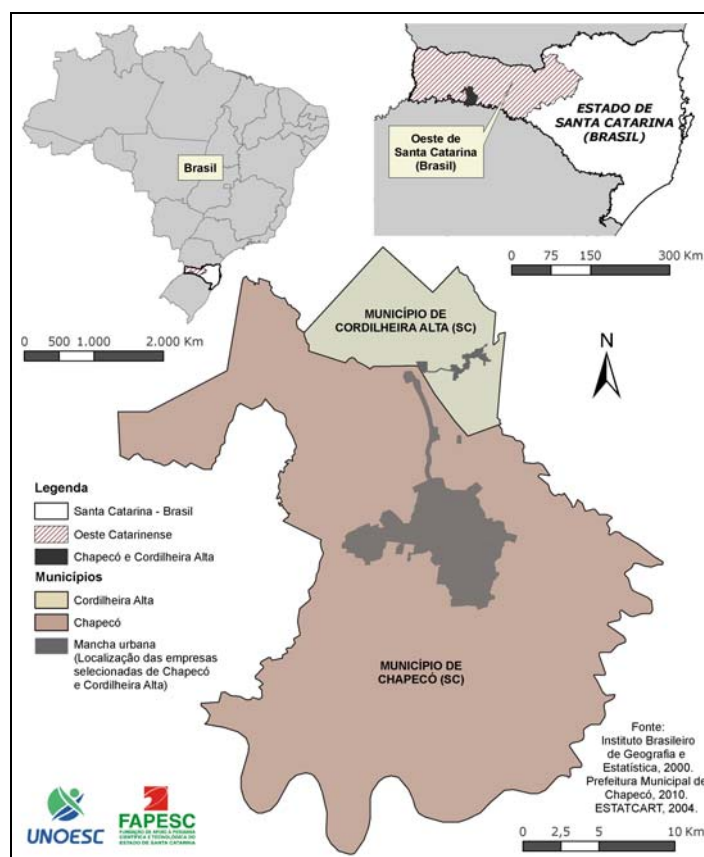
Entre las demás modalidades de turismo del municipio, se cita el nuevo complejo acuático del Goio-Ên, localizado al sur del municipio, junto a la reserva hidroeléctrica Foz do Chapecó, en el río Uruguay; un espacio destinado a los paseos, los deportes náuticos, la gastronomía, el ocio y la contemplación del paisaje regional a través de miradores localizados en el valle del Uruguay, con una gran demanda de turistas regionales.

En función de la diversidad de actividades económicas industriales, comerciales y de servicios en Chapecó y la región, existe la posibilidad de ampliar las modalidades de turismo de intercambio (visitas técnicas); debido al crecimiento de las instituciones tradicionales y a la instalación de nuevas instituciones de enseñanza superior y de negocios, involucradas con los eventos y ferias regionales. De esta forma, se crea un círculo entre los atractivos turísticos (empresas) que ofrecen conocimiento, experiencia, innovación, tecnología, relaciones e imagen, y los visitantes (clientes, profesionales, socios, administradores, inversores, investigadores y académicos).

## PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Los procedimientos metodológicos están relacionados con los mecanismos, las técnicas y la secuencia lógica, empleadas en los procesos de investigación, vinculada a los objetivos instrumentales, que determinan la forma en que se estructuró el proyecto ejecutivo. En este caso, fue determinada por la explicación de los procedimientos metodológicos empleados en el desarrollo del turismo de negocios e intercambio en los atractivos (empresas) localizados en los municipios de Chapecó y Cordilheira Alta (SC) (Mapa 1).

Mapa 1: Municípios de Cordilheira Alta e Chapecó, Santa Catarina - Brasil



Fuente: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2000  
 Prefeitura Municipal de Chapecó, 2010  
 ESTATCART, 2004

El proyecto ejecutivo se define como exploratorio, ya que contempló un relevamiento bibliográfico específico, así como entrevistas e intercambio de información con los gestores que tuvieron experiencias prácticas con el problema investigado, la selección, la calificación y la asociación de las empresas aptas para recibir visitas; de acuerdo con los criterios técnicos preestablecidos.

El proyecto ejecutivo fue desarrollado por la Universidad del Oeste de Santa Catarina (UNOESC), unidad de Chapecó, y financiado por la Fundación de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica del Estado de Santa Catarina (FAPESC); en conjunto con la Asociación Comercial e



Industrial de Chapecó (ACIC), sus núcleos sectoriales y la Secretaría del Estado de Desarrollo Regional (SEDR).

La misma fue desarrollada en el período de marzo de 2010 a abril de 2011 (la visita es continua a partir de mayo de 2011); y fueron seleccionados los emprendimientos (siendo una empresa piloto) que se detallan a continuación:

- *Nord Electric S.A - Soluciones en Ingeniería Eléctrica.*
- *Rotoline Equipamentos Industriais Ltda.*
- *Ludovico J. Tozzo Ltda.*
- *Cooperativa de Crédito Maxi Alfa de Livre Admissão de Associados.*
- *Arcus Indústria Gráfica Ltda.*
- *Vicini Pneus Ltda.*
- *Laboratório Brasil de Análises Clínicas e Serviços Ltda.*
- *Eston Hotel Ltda.*
- *Mauricio Eder Couto ME.*
- *Uninfo Sistemas Ltda.*
- *MD Consultoria em Recursos Humanos Ltda.*
- *Auto Mecânica Samar LTDA.*
- *Contaspro Serviços Contábeis.*
- *Fundação Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC.*

En lo que respecta a las rutinas y procedimientos metodológicos empleados en el proyecto ejecutivo, se menciona la calificación de las empresas; el diagnóstico empresarial (perfil de la empresa); la capacitación profesional para la atención a los visitantes; la capacitación y orientación empresarial para recibir visitantes (material de instrucción y seguridad en el trabajo); y la elaboración de videos institucionales y tests de visitas.

## **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

El objeto principal del método de este proyecto ejecutivo es la creación de un polo regional de emprendimientos calificados para las visitas técnicas y académicas, incrementando el turismo de negocios e intercambio, para difundir prácticas adecuadas de competitividad empresarial, profesional y personal. También busca ampliar la rotación de la red hotelera y gastronómica, y nuevas formas de trabajo e ingreso, contribuyendo a generar movimientos económicos en los municipios involucrados.

Las etapas del proyecto ejecutivo son las siguientes: a) sociedad con la Asociación Comercial e Industrial de Chapecó; b) selección de las empresas participantes (inclusive la empresa piloto); c) presentación de las empresas seleccionadas y plan de calificación; d) calificación, evaluación y evento de presentación de la empresa piloto; e) calificación del grupo de empresas; f) desarrollo del

sistema informatizado (site) de agenda de visitas; g) producción de material y videos de empresas del polo; h) final da calificación de las empresas; i) tests del sistema de visitas a la empresa y del sistema de agenda de visitas (site); j) lanzamiento del polo de visitas y difusión del programa; k) inicio de las visitas a los emprendimientos del polo. Todas las etapas serán detalladas a continuación, con el objetivo de mostrar este proceso metodológico para motivar las modalidades de turismo en los municipios.

*a) Sociedad con las Asociaciones Comerciales e Industriales municipales, para efectivizar el proyecto ejecutivo de visitas turísticas:*

El proyecto original desarrollado por la UNOESC, unidad de Chapecó, realizó un convenio con la FAPESC, previo a la inserción de las Asociaciones Comerciales e Industriales de Chapecó, Cordilheira Alta, Nova Itaberaba y Coronel Freitas, todas localizadas en el área de actuación de la Secretaría del Estado y Desarrollo Regional de Chapecó. En un principio las Asociaciones Comerciales e Industriales de Chapecó y de Cordilheira Alta manifestaron interés en participar del proyecto ejecutivo, y luego se formalizó la invitación oficial. Las demás dijeron que no poseían una estructura funcional para asumir el desarrollo del proyecto (pequeños municipios).

*b) Selección de las empresas (inclusive de la empresa piloto) que participan en las visitas turísticas:*

La selección de las empresas fue llevada a cabo por las Asociaciones Comerciales e Industriales de Chapecó y Cordilheira Alta, observando los siguientes criterios: i) cuadro funcional, que podía variar de 2 a 200 empleados (se invitó a todos los asociados de las respectivas entidades); ii) selección de una empresa de cada segmento económico, de acuerdo con la identidad de cada municipio; iii) los criterios observados en la selección fueron el orden de inscripción, el interés, la modernidad, la innovación, la responsabilidad social y la disponibilidad para participar de las etapas siguientes. Los criterios fueron definidos en función de comparaciones cualitativas y cuantitativas, surgidas del análisis de las planillas entregadas en los emprendimientos.

*c) Presentación de las empresas seleccionadas y del plan de calificación de visitas turísticas:*

En esta etapa, se realizaron las reuniones de presentación, por parte de la UNOESC, se dieron a conocer los objetivos del proyecto técnico a los emprendimientos interesados, y se presentó el plan de calificación y el respectivo cronograma de capacitación y calificación de los emprendimientos económicos (potenciales atractivos turísticos).

*d) Calificación, evaluación y evento de presentación de la empresa piloto:*

Se analizaron los criterios presentados por los emprendimientos económicos y se definió la empresa piloto. La empresa seleccionada fue Nord Electric S.A. - Soluciones en Ingeniería Eléctrica, la cual abarca una gran cantidad de clientes en el ámbito nacional y es una empresa totalmente tecnificada, que ha recibido diversos premios nacionales en el área de la sustentabilidad, principalmente por sus instalaciones ecológicamente proyectadas; y, además, resulta un importante atractivo para las visitas técnicas.

*e) Calificación del grupo de empresas (atractivos turísticos):*

Los entrenamientos y capacitaciones fueron efectuados en la Universidad del Oeste de Santa Catarina, unidad de Chapecó, y en la Asociación Comercial e Industrial de Chapecó, con el siguiente programa de capacitación: i) verificación de las mayores dificultades para la recepción de visitantes; ii) presentación en dos seminarios sobre normas de recepción y control de visitas, que abordaron los temas "*Elaboración de Agendas y Control del tiempo*", con dos módulos de 4 horas y "*Técnicas y Normas de Recepción de Clientes, Proveedores e Invitados*", con un módulo de 5 horas; iii) emisión de certificados de participación por parte de la UNOESC.

*f) Desarrollo del sistema informatizado (sitio) de agenda de visitas al polo de visitas turísticas:*

En esta etapa, se llevó a cabo la contratación de una agencia de publicidad y una empresa de relaciones públicas para dar visibilidad y acceso integral, vía internet, por medio de un sitio ([www.visiteempresas.com.br](http://www.visiteempresas.com.br)) con información del programa como el proyecto ejecutivo e información sobre el acceso, alojamiento, gastronomía, datos sobre las empresas participantes del programa (institucional y fotos), programación de visitas, calendario de eventos, información útil vinculada a los hoteles, restaurantes, taxis y horarios de vuelos, testimonios de los visitantes; e información sobre cómo formar parte del programa (para empresas que tengan interés en recibir visitas).

*g) Producción de material y videos de las empresas del polo de visitas turísticas:*

La producción de un video institucional fue llevada a cabo por la agencia de publicidad, y se destinaron siete minutos a cada atractivo turístico. El video contiene la presentación del proyecto ejecutivo y las principales ventajas competitivas de cada emprendimiento y será presentado al inicio de cada visita técnica, tanto de académicos como de compradores y proveedores.

El video patrón fue desarrollado y presentado a los participantes en la empresa piloto (Nord Electric S.A.) en un evento organizado por las entidades asociadas, como la UNOESC, las Asociaciones Comerciales e Industriales y la prensa regional. En base a este material de difusión

(video) fueron desarrollados los demás videos, patronizados y específicos, según las características de los demás atractivos turísticos.

*h) Etapa final de la calificación de las empresas (atractivos turísticos):*

En esta etapa, se llevó a cabo la inspección final de cada atractivo turístico (empresas), reafirmando el compromiso con el proyecto ejecutivo; teniendo en cuenta los lineamientos necesarios para que las visitas se dieran de acuerdo a lo planeado.

*i) Tests del sistema de visitas en la empresa y en el sistema de agenda de las visitas (sitio) a los atractivos turísticos:*

Se realizó la simulación de una visita técnica, con la evaluación de la calificación del atractivo turístico, en la que participaron los demás gestores de las empresas del proyecto ejecutivo, los representantes de las entidades y de los medios de comunicación. Se elaboraron encuestas y planillas de control de visitas y un estudio de evaluación individual de las visitas técnicas a los atractivos turísticos, a través del sitio, donde fue posible confirmar la visita.

*j) Lanzamiento del polo de visitas turísticas y difusión del programa:*

El lanzamiento del polo de visitas turísticas se efectuó en la empresa piloto (Nord Electric S.A - Soluciones en Ingeniería Eléctrica), con la participación colectiva de los profesionales que hicieron cursos de capacitación técnica durante la ejecución de este proyecto y se desarrolló de la siguiente manera: presentación del video institucional; realización de itinerarios de visitas y evaluación de la metodología empleada en el atractivo turístico. El lanzamiento fue difundido a la prensa presente a través de pautas coordinadas por una empresa de relaciones públicas.

*k) Inicio de las visitas a los emprendimientos del polo de visitas turísticas:*

La visita continua a las empresas por parte de los clientes y proveedores está encuadrada en los criterios técnicos del proyecto, desde que se termina la capacitación. La visita oficial, coordinada por la Universidad del Oeste de Santa Catarina, se dio durante el Encuentro Estatal de la Cámara de Dirigentes de Tiendas Minoristas (CDL), en mayo de 2011, en la ciudad de Chapecó (SC). A partir de este evento, se inician las visitas técnicas y académicas de manera sistemática y permanente, organizadas por la UNOESC, unidad de Chapecó.

En el sitio web se presenta la programación, información sobre las empresas participantes y sobre los eventos turísticos locales y regionales; y funciona como un espacio de agenda y control de las visitas, determinando procedencia y segmentación de los turistas, e incluyendo testimonios y evaluación de la satisfacción.

De esta forma, este proyecto ejecutivo se orientó por una secuencia lógica predeterminada, que buscó planear el proceso de organización de una nueva dinámica económica, unida a las visitas técnicas (turismo de intercambio) y de negocios, en los emprendimientos económicos (atractivos turísticos), inscriptos y vinculados a este proyecto; en asociación con las instituciones locales y regionales. Por lo tanto, se constituye como una alternativa de complementación económica y contribuye al desarrollo regional.

## **CONCLUSIÓN**

Este proyecto ejecutivo buscó ampliar las modalidades de turismo de negocios e intercambio a partir de una iniciativa inédita de la UNOESC, en asociación con otras instituciones y entidades locales y regionales, para planificar e implementar un polo regional de emprendimientos, para recibir visitas técnicas de negocios y académicas.

Entre los principales resultados, el proyecto ejecutivo realizó un procedimiento sistemático que permitió crear las condiciones adecuadas para las visitas sistemáticas a los atractivos turísticos, localizados en los municipios de Chapecó (SC) y Cordilheira Alta (SC).

El proceso de planificación y el procedimiento metodológico secuencial contemplaron la asociación interinstitucional, la selección y la presentación de las empresas seleccionadas, la calificación técnica del grupo de empresas, el desarrollo del sistema informático de agenda, la producción del material y el video institucional, los tests del sistema de visitas, el lanzamiento del polo y el inicio de las visitas a los atractivos.

Entre los principales impactos positivos de este proyecto de visitas turísticas, se citan la difusión de modelos de gestión y tecnología, el intercambio de información, la consolidación de la formación académica, la generación de trabajo e ingreso, y el incremento en la región de actividades relacionadas y de negocios.

Finalmente, se resalta el carácter complementario del turismo de intercambio, en una región con futuro crecimiento en cuanto a las instituciones de enseñanza superior y de negocios; uniendo la industria y el comercio con los demás atractivos de eventos regionales, lo que conformará un nuevo rubro económico en los municipios integrados a este proyecto.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Barretto, M.** (2000) "As ciências sociais aplicadas ao turismo". In: Serrano, C.; Bruhns, H. T.; Lucjari, M. T. D. P. (Orgs.) Olhares contemporâneos sobre o turismo. Papirus, Campinas, pp. 17 – 36.
- Ignarra, L. R.** (1999) "Fundamentos do Turismo". Pioneira, São Paulo
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE** (2000) "Mapas temáticos". Brasília, Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 30 de maio de 2011
- Instituto Heráclito e Foz do Chapecó Energia** (2009) "Atlas de desenvolvimento turístico". Pallotti, Chapecó (SC)
- Lage, B. H. G. & Milone, P. C.** (2001) "Economia do turismo". Atlas, São Paulo
- Luchari, M. T. D. P.** (2000) "Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo". In: Serrano, C.; Bruhns, H. T. & Lucjari, M. T. D. P (orgs.) Olhares contemporâneos sobre o turismo. Papirus, Campinas, pp. 105 – 130.
- Ministério do Turismo** (2011) "Programa de regionalização do turismo: roteiros do Brasil". Brasília, Disponível em: [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br). Acesso em 04 de abril de 2011
- Ministério do Turismo** (2010) "Segmentação do turismo e o mercado". Brasília, Disponível em: [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br). Acesso em 14 de abril de 2011
- Ministério do Turismo** (2009) "Roteiros do Brasil, programa de regionalização do turismo: roteiros turísticos do Brasil". Brasília, Disponível em: [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br). Acesso em 12 de abril de 2011
- Oliveira, A. P.** (2001) "Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização". Atlas, São Paulo
- Prefeitura Municipal de Chapecó** (2011) "Informações turísticas municipais". Disponível em: [www.chapeco.sc.gov.br](http://www.chapeco.sc.gov.br). Acesso em 07 de abril de 2011
- SANTUR - Santa Catarina Turismo S. A.** (2011) "Santa & bela Catarina". Florianópolis, Disponível em: [www.santur.sc.gov.br](http://www.santur.sc.gov.br). Acesso em 12 de abril de 2011

Recibido el 17 de mayo de 2011

Correcciones recibidas el 01 de junio de 2011

Aceptado el 10 de junio de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués