

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE TURISMO

KAREN LIDIANE KOBILARZ

**A INDUSTRIALIZAÇÃO E A ATIVIDADE TURÍSTICA: ESTUDO DE CASO EM
PONTA GROSSA - PR**

PONTA GROSSA

2008

KAREN LIDIANE KOBILARZ

**A INDUSTRIALIZAÇÃO E A ATIVIDADE TURÍSTICA: ESTUDO DE CASO EM
PONTA GROSSA - PR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para para obtenção de
título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de ponta
Grossa, Setor de Ciências Humanas
Letras e Artes

Orientadora: Prof. Ms. Márcia Maria
Dropa

PONTA GROSSA

2008

Dedico à minha filha, Maria Eduarda, expressão de ternura.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo milagre da vida!

À minha mãe, Teodósia Kobilarz, pelo exemplo a ser seguido.

Ao Vanir, meu parceiro e companheiro para a vida toda. Obrigada pela compreensão.

Aos meus irmãos, cunhados e cunhadas, valeu por tudo que passamos juntos. Perdoem-me as falhas e obrigada pelos momentos que se propuseram a me substituir, cuidando com carinho da Dudu.

A Simone e Elaine, pela história de vida que possuímos.

Aos Professores Márcia e Maio, pela amizade e colaboração com informações que auxiliaram na concretização deste estudo.

A Morgana, Natalia, Vanessa, Ellen, Ana Karolina, Elisa e demais colegas durante estes anos de curso.

A todos que direta ou indiretamente possibilitaram a concretização deste estudo.

De tudo ficam três coisas:

- a) a certeza de que estamos sempre começando...
- b) a certeza de que precisamos continuar ...
- c) a certeza de que seremos interrompidos antes de terminar.

Portanto devemos:

- a) fazer da interrupção, um caminho novo
- b) da queda, um passo de dança....
- c) do medo, uma escada....
- d) do sonho, uma ponte...
- e) da procura, um encontro

(Fernando Sabino)

RESUMO

A atividade turística requer inovações constantes em sua oferta turística. Sendo assim, a segmentação da atividade constituiu-se em importante instrumento para tanto. No presente trabalho buscou-se analisar o potencial do turismo industrial em Ponta Grossa, sendo que o turismo industrial constituiu-se em visitas técnicas programadas. Para a efetivação da presente pesquisa, os procedimentos metodológicos pautaram-se nas fases do Planejamento Turístico, a partir da análise macroambiental, efetuou-se o inventário e diagnóstico. Sendo assim, detectou-se que Ponta Grossa possui um considerável número de empresas instaladas em seu território sendo que as mesmas podem ser classificadas de acordo com a atividade econômica desenvolvida. A partir da localização em diferentes regiões do município, identificou-se o potencial para o desenvolvimento do turismo industrial.

Palavras-chave: turismo, segmentação, industrialização.

LISTA DE FIGURAS

GRÁFICO 1 – CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS – EXTRATIVISTA E DE TRANSFORMAÇÃO**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 2 – CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS POR RAMO DE ATIVIDADE (%)**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 3 – METALURGIA BÁSICA – DIVISÃO POR BAIROS**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 4 – FABRICAÇÃO DE MATERIAIS NÃO-METÁLICOS – DISTRIBUIÇÃO POR BAIROS.....**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 5 – FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS – DISTRIBUIÇÃO POR BAIROS.....**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 6 – FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INSTRUMENTAÇÃO MÉDICO-HOSPITALARES, INSTRUMENTOS DE PRECISÃO E ÓPTICOS, EQUIPAMENTOS PARA AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL, CRÔNOMETROS E RELÓGIOS – DIVISÃO POR BAIROS**Erro! Indicador não definido.**

GRÁFICO 7 – FABRICAÇÃO E MÓVEIS E INDÚSTRIAS DIVERSAS – DIVISÃO POR BAIROS**Erro! Indicador não definido.**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 CAPÍTULO 1 - CONCEITUAÇÃO TEÓRICA.....	12
1.1 TURISMO.....	12
1.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO	16
1.3 O MERCADO TURÍSTICO	17
1.4 O PRODUTO TURÍSTICO	22
1.5 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA	23
1.6 TURISMO INDUSTRIAL	24
2 CAPÍTULO 2 - DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL EM PONTA GROSSA	27
2.1 HISTÓRICO DE PONTA GROSSA.....	27
2.2 O PROCESSO DE INDUSTRIALIZAÇÃO.....	37
3 CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DO POTENCIAL DA SEGMENTAÇÃO	51
3.1 LEVANTAMENTO DE UNIDADES INDUSTRIAIS.....	51
3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERENCIAS.....	66

INTRODUÇÃO

A cidade de Ponta Grossa, segundo o Plano Diretor Municipal (2002) possui o maior parque agroindustrial do interior do Paraná e é o terceiro em arrecadação de ICMS estadual, ficando atrás apenas de Araucária e Curitiba.

O setor industrial da cidade, ainda conforme o Plano Diretor (2002) representa 27% das empresas instaladas no município e, é o responsável por 3,42% dos empregos formais da cidade.

A representatividade do setor deve-se, principalmente, a sua localização geográfica estratégica, por ser o centro do maior entroncamento rodo-ferroviário do sul do país, da sua proximidade com o porto de Paranaguá - o que facilita o escoamento da produção, abundância de matéria-prima e a facilidade na formação de mão-de-obra especializada.

Sendo assim, o presente trabalho objetiva contribuir para a introdução da segmentação do turismo industrial em Ponta Grossa.

O mercado turístico é formado pela oferta e demanda turística, sendo que a primeira é formada por atrativos e equipamentos, enquanto que a demanda, é formada pelos turistas, ou seja, o público-alvo da oferta turística.

A atividade turística, assim como as demais, precisa inovar sempre, buscando a satisfação de seus clientes. Neste sentido, a segmentação turística constitui-se em importante instrumento para tanto.

Entende-se por segmentação turística a classificação e/ou ordenação dos turistas, segundo características pertinentes à faixa etária, origem, classe social, ramo de atuação, interesses, entre outros.

O turismo técnico-científico possui várias denominações, tais como: excursão científica, viagens de pesquisas ou estudos, entre outras. Neste trabalho, o termo predominante será turismo industrial. Para Andrade, a principal motivação deste tipo de turismo é o interesse ou a necessidade de pesquisar e estudar. (2000).

O tema deste trabalho mostra-se importante pela necessidade da atividade turística sempre desenvolver produtos novos a fim de inovar. Algumas indústrias de Ponta Grossa já disponibilizam suas estruturas para visitas, porém não existem dados referentes a estes que demonstrem a real movimentação desta atividade.

Neste contexto, o presente trabalho pretendeu levantar dados referentes à atividade industrial de Ponta Grossa para assim analisar a potencialidade do turismo industrial em Ponta Grossa e promover o desenvolvimento planejado deste.

Sendo assim, o trabalho foi dividido em três capítulos buscando a contextualização do turismo, do histórico de Ponta Grossa e o desenvolvimento industrial na cidade e, ainda, a análise do potencial existente para o desenvolvimento planejado do turismo industrial.

No primeiro capítulo, buscou-se apresentar as diversas conceituações referentes ao turismo, mercado turístico, planejamento, segmentação e enfim, o turismo industrial. Para tanto, por meio de pesquisa bibliográfica optou-se em trabalhar com os conceitos definidos por Petrocchi (1998), Molina (2001 e 2005), Mário Beni (2000), Ruschmann (1997), Boullón (2002) e Montejano (2001).

Já no segundo capítulo, contextualizou-se a formação de Ponta Grossa, por meio do processo de ocupação e o desenvolvimento industrial da cidade, buscando as características que desde a década de 1850 propiciaram a tradição industrial do município, tais como: o ciclo da erva-mate no final do século XIX e início do século XX, o ciclo da madeira que teve seu início com o ciclo da erva-mate, mas intensificou-se na década de 1940 até meados de 1960, o ciclo do abate de suínos na década de 1930, no qual se instalou na cidade a primeira multinacional e a partir da década de 1970, a diversificação de indústrias de grande porte, que passam a se efetivar no município configurando o contexto atual.

No terceiro capítulo, apresentou-se o levantamento das unidades indústrias da cidade na atualidade, classificando-as por ramo de atividade econômica e ainda, distribuindo por bairros a cinco principais destas, além de analisar o potencial do turismo industrial em Ponta Grossa.

1 CAPÍTULO 1 - CONCEITUAÇÃO TEÓRICA

1.1 TURISMO

O turismo constitui-se em um dos setores socioeconômicos mais significativos do mundo, o qual inclui viagens a negócios, eventos, lazer, recreação, hospedagens, transportes, gastronomia, entre outros.

As definições de turismo não são constantes nem universalmente aceitas, pois possuem enfoques diferenciados. Muitas definições o apresentam como fenômeno ou indústria, enquanto que outras caracterizam a atividade do ponto econômico e sociológico.

Conforme Beni (2000, p. 34), as definições econômicas do turismo divergem em vários aspectos, sendo que alguns autores tratam-no como indústria, enquanto que outros o percebem como fenômeno econômico e social. Argumenta ainda, que não há “transformação tangível e concreta na matéria-prima original” na formatação de produtos turísticos, descaracterizando a atividade como sendo industrial. Para ele, o que ocorre é a agregação de valores, a qual acontece desde a obtenção dos atrativos até a comercialização e desfrute do roteiro pelo turista.

A percepção fenomenológica, segundo a qual o turismo exerce impactos nas demais atividades, compreende que o turismo é consequência da existência do tempo livre e do desenvolvimento dos sistemas de transportes. (MOLINA, 2005, p. 13). Segundo o mesmo autor, o turismo “tem essência (o ócio) e um conjunto de manifestações que se relacionam entre si. Estas manifestações são de ordem ideológica, política, econômica, social, psicológica e físico-ambiental”.

As conceituações técnicas do turismo buscam determinar as diferenças entre turistas e excursionistas. Neste contexto, em 1968, a Organização Mundial do Turismo adotou a definição de turistas como:

visitantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes aspectos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências. (BENI, 1998, p. 35).

A abordagem holística do turismo permite que este seja visto de forma interdisciplinar e multidisciplinar, visando abranger a totalidade do mesmo. (Beni, 1998)

Uma das teorias mais difundidas do turismo é a dos sistemas. Esta considera que o turismo faz parte de uma cadeia de elementos (subsistemas) os quais interagem entre si, por meio de procedimentos, que buscam determinado resultado, conforme planos ou princípios pré-estipulados. O sistema turístico divide-se nos seguintes subsistemas: superestrutura (organizações do setor público e privado; leis, regulamentos, planos, programas), demanda, infra-estrutura, atrativos, equipamentos e instalações e comunidade receptiva. (BENI, 1998).

Segundo Molina, (2005, p. 14) os objetivos do sistema turístico são “contribuir para a evolução geral dos indivíduos e grupos humanos, promover o crescimento e o desenvolvimento econômico e social, oferecer descanso e diversão”. Tais objetivos visam tanto o turista como a comunidade local.

Neste contexto BARRETO (1995, p. 72), afirma:

o turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de um país. Os efeitos diretos são os resultantes da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, (...). Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. (...). Numa terceira etapa de

circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares.

Segundo dados da OMT – Organização Mundial do Turismo, do ano de 1997 a 2007 houve um aumento de 67,62% no fluxo receptivo internacional, isto é, no ano de 1997 o total de pessoas recebidas nos países foi de 610,8 milhões, enquanto que no ano de 2007, estima-se que esse número saltou para 903,3 milhões de turistas. No Brasil, o aumento foi de 172,40% no mesmo período, sendo que em 1997 o número de turistas recebidos foi 2,9 milhões e no ano de 2007, 5,0 milhões. Em âmbito mundial, no ano passado, a receita cambial turística foi de 856 bilhões de dólares. No Brasil, essa cifra foi de cinco bilhões, representando apenas 0,58% da movimentação internacional.

Considerando-se as características do país – regiões de grande beleza cênicas, amplitude térmica, extensão continental, tendo a atrações como Pantanal e a Amazônia, diversidade cultural, ente outros, os números são ínfimos diante do potencial turístico que o Brasil apresenta.

Isso se deve ao fato de existirem diversos entraves ao desenvolvimento da atividade turística no país, sendo o principal, a falta de sensibilização da comunidade quanto à importância desta. Sendo assim, a atividade turística sofre com o descaso de políticos, os quais não dão continuidade a programas e/ou projetos iniciados por seus antecessores, principalmente, porque “muitos resultados não são imediatos ou limitam-se à área comportamental, não permitindo exploração eleitoreira” (PETROCCHI, 1998, p. 14).

Neste contexto, encontram-se ainda as mazelas sociais existentes no país: a falta de saneamento básico, (in) segurança pública, crescimento desordenado, baixa qualidade de vida, analfabetização funcional, desigualdade social, entre outros.

este painel de problemas sociais, culturais, estruturais, econômicos, juntamente com a desorganização das cidades, é extremamente cruel para o turismo (...). Muitas cidades estão destruindo seu potencial turístico com a saturação, a desordem urbana e a degradação dos meios urbano e natural. (PETROCCHI, 1998, P. 14)

Questões inerentes à atividade turística, geradas a partir da intervenção do homem, porém de forma mal planejada, interferem negativamente para o desenvolvimento da mesma.

Neste contexto, além das situações citadas anteriormente, ainda há a competitividade do mundo globalizado, a qual trouxe novos caminhos para o mercado turístico. Os consumidores se tornaram mais exigentes e seletivos, exigindo assim a segmentação do mercado e a personalização dos serviços prestados.

As necessidades e vontades do ser humano são distintas, o que faz surgir motivações individuais. Analisar estes indivíduos e perceber suas motivações produzindo assim serviços de maior qualidade e satisfação é fundamental para o profissional de turismo.

Os percalços existentes para o desenvolvimento da atividade turística são inúmeros, uma vez que a atividade envolve um emaranhado de relações entre produção e serviços, vantagens e desvantagens, além de configurar-se como uma atividade altamente complexa.

Neste sentido, torna-se indispensável que cada vez mais, o planejamento seja pautado em critérios profissionais, buscando a excelência do produto a ser comercializado.

1.2 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O ato de planejar, mesmo que inconsciente, é inerente às atividades mais simples do dia-a-dia.

No dicionário, encontra-se que planejar é “fazer planos, ou ainda elaborar por etapas com bases técnicas de planos e programas com objetivos definidos”. (AURÉLIO, 1995).

Petrocchi define planejamento turístico como “a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização” enquanto que, O Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR o define como sendo:

o processo pelo qual se analisa a atividade turística de um país ou região, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante estabelecimento de objetivos, metas e instrumentos, com os quais se pretende impulsioná-la, coordená-la e integrá-la ao conjunto macroeconômico em que se encontra inserida (EMBRATUR, 1992).

Como o turismo envolve uma cadeia muito complexa de produtos e serviços, é necessário que o planejamento da atividade diferencie-se das demais, pois o planejamento turístico deve considerar os aspectos econômicos, sociais, naturais e culturais na localidade que está inserida. “O caráter singular do turismo exige modelos de planejamento adequados à sua realidade”. (MOLINA, 2001, p. 14).

Neste sentido, torna-se indispensável a participação de equipes multidisciplinares na elaboração do planejamento turístico, pois desta maneira, pode-se analisar os diversos aspectos da atividade, devendo adaptar os conhecimentos técnicos de cada área à realidade do turismo.

Para garantir a eficiência do planejamento turístico, deve-se buscar a participação da comunidade, pois caso haja resistência por parte da comunidade envolvida, qualquer plano torna-se inviável.

Para Molina, “pode-se afirmar com segurança que o planejamento continua sendo, e será, uma estratégia e um instrumento valioso para orientar o sistema turístico”. (2001, p. 13-14).

1.3 O MERCADO TURÍSTICO

Para que se possa planejar qualquer atividade de forma satisfatória, se faz necessário que se conheça o mercado de atuação. Através do estudo do mercado, é possível conhecer seu passado, analisando sua conjuntura no presente, e até mesmo, deduzir tendências futuras.

O mercado turístico é complexo e amplo, uma vez que a atividade envolve os aspectos sociais, econômicos, culturais e naturais da localidade na qual está inserida. Para o estudo de mesmo, deve-se analisá-lo inter e multidisciplinarmente, ou seja, deve-se buscar a participação de técnicos e/ou especialista de várias ciências,

O mercado turístico consiste na relação entre oferta, demanda e serviços turísticos. Constitui-se na viabilidade econômica da atividade.

Para Montejano (2001, p. 11), pode-se definir estrutura do mercado turístico como:

a parte da economia que estuda e analisa a realidade econômica do turismo baseada em um mercado no qual confluem a oferta de produtos e serviços turísticos e a demanda que está interessada e motivada em consumir esses produtos e serviços turísticos.

O estudo do mercado turístico é essencial para a elaboração do planejamento da atividade, pois “a partir das características do mercado se orientarão os investimentos e as ações administrativas adequadas ao sucesso do atendimento ao visitante”. (PETROCCHI, 1998, p. 74).

Como já citado anteriormente, o mercado turístico é composto por oferta de produtos e serviços turísticos e pela demanda. Trata-se da combinação de interesses, onde a oferta busca a venda, enquanto que a demanda busca adquirir produtos ou serviços. É a complementaridade destes interesses.

Segundo Mario Petrocchi (1998, p. 12) “o mercado internacional do turismo, vastíssimo, é altamente competitivo. As ofertas são numerosas e variadas. Mas é um mercado muito exigente. E infiel”.

1.1.1 A Oferta turística

Assim que um turista chega a uma localidade, desde a visualização espacial, passando pelo momento do desembarque e ao deixar a mesma, ocorre um “processo de integração entre si próprio e essa local”. (PETROCCHI, 1998, p. 52). Sendo assim, o mesmo passa a perceber as sensações e avaliar o destino como um todo, um sistema.

Passam pelo crivo de sua avaliação, a infra-estrutura urbana, a cultura, a receptividade da comunidade local e a qualidade dos produtos e serviços prestados ao mesmo.

Neste contexto, o turista passa a ser o cliente da cidade. Portanto, a atividade turística, deve preparar para bem recebê-lo a fim de proporcionar uma estada prazerosa ali, com o intuito de que este, consuma os

produtos e atrativos turísticos, e utilize os equipamentos necessários gerando movimentação econômica. Esta movimentação só ocorre a partir da oferta turística apresentada aos consumidores.

Segundo Ruschmann (1997, p. 138) “oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estada em sua destinação”.

Apesar de a oferta turística ser constituída por produtores e fornecedores individuais, o turista a percebe como um todo, como um conjunto de produtos e serviços, sendo que a deficiência de um, irá prejudicar todo o sistema.

Sendo assim, é necessário que haja uma ação conjunta, na qual iniciativa privada, pública e comunidade em geral, atuem de forma a desenvolver a atividade turística de maneira sustentável, buscando reduzir os impactos negativos e otimizando os benefícios gerados por esta. Vale ressaltar, que este requisito tem sido a maior dificuldade para o desenvolvimento do turismo, uma vez que parcerias são evitadas, não havendo comprometimento das partes, priorizando os interesses mercadológicos individuais, rejeitando o planejamento a médios e longo prazo.

A oferta turística constitui-se, basicamente, “na justaposição de bens e serviços oferecidos aos turistas e consumidos por eles”. (RUSCHMANN, 1997, p. 139). Neste contexto, as atrações e/ou recursos apresentam-se como os diferenciais existentes em uma localidade, com potencial para atrair turistas que objetivam conhecê-lo, também são chamados de oferta diferencial. Considera-se como o fator determinante na escolha deste e não daquele destino realizada pelo turista.

Sendo assim:

o turismo nos lugares deve ter a responsabilidade em valorizar tais particularidades (identidades, diferenças que o tornam único), (...), capitalizando-as e mostrando às comunidades que o fato do lugar ser próprio/único é o que faz existir e, portanto, ser atrativo. (CASTROGIOVANNI, 2003, p. 47).

No entanto, um destino turístico não se faz apenas por seus atrativos, mas também por uma gama de equipamentos e serviços, tão essenciais ao desenvolvimento da atividade quanto à de seus atrativos. Integrantes da oferta turística, os meios de hospedagens, empreendimentos gastronômicos, sistema de transporte, enfim, as infra-estruturas que visam atender as necessidades dos turistas durante sua estada na localidade, podem aumentar o tempo de permanência do turista, dependendo da qualidade e do preço praticados por estes. (RUSCHMANN, 1997)

Desta forma, Montejano (2001, p.11) afirma:

a oferta turística se baseia em alguns produtos ou serviços que estão sujeitos a uma qualidade e preço e que devem competir no mercado frente a outros produtos e serviços, com o objetivo final de conseguir uma sólida demanda que permita obter rentabilidade e alguns benefícios.

Neste sentido, a oferta turística é essencial para o desenvolvimento da atividade, sendo necessário, estudos constantes de mercado para que se possa planejar a oferta turística de forma que esta acompanhe as tendências do mercado, além de se adaptar às exigências do mesmo, buscando atrair a demanda existente e, ainda, satisfazendo os desejos e necessidades dos turistas, adquirindo assim, caráter competitivo diante das diversas opções existentes, garantindo assim, a sua sobrevivência.

1.1.2 A demanda turística

A oferta de atrativos e equipamentos e serviços de qualidade por si só não garantem o sucesso da atividade turística. Para que o turismo aconteça, se faz necessário que haja pessoas para usufruí-lo, que haja demanda para o mesmo.

Sendo assim, Montejano (2001, p. 11) define demanda turística como sendo:

o conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de satisfazer suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias.

Apesar de esta definição excluir aqueles turistas que não se encontram em período de férias, a mesma resume bem o significado de demanda, sendo a mesma utilizada neste trabalho.

Neste contexto, vale ressaltar a definição apresentada por Boullón (2002, p. 39) a qual diz que "a demanda pode ser medida contabilizando-se o total de turistas que afluem a uma região, país, zona, centro turístico ou atrativo. (...)", além dos recursos financeiros gerados por esta movimentação de pessoas e impactos ocasionados pelos mesmos.

Para analisar a real dimensão da demanda turística, é necessário observar tanto quantitativamente como qualitativamente essa movimentação de pessoas e recursos financeiros, a fim de se conhecer os verdadeiros impactos, positivos e negativos, gerados pela atividade, para que se possa propor ou não a viabilidade da mesma.

Sendo assim, Boullón (2002, p. 40) apresenta os tipos de demanda, abaixo relacionados:

- a) demanda real: consiste no turista em si e a soma de bens e serviços utilizados por este durante sua estada;

- b) turista real-consumidor potencial: pode-se definir como recursos dispostos na localidade, porém não configurando como o principal atrativo na escolha do destino pelo turista, trata-se da complementaridade. São atrativos secundários incluídos na visitação do turista desconhecidos pelo mesmo antes de sua chegada;
- c) demanda histórica: É o acompanhamento estatístico das demandas reais ocorridas e a análise do dados apresentados por esta;
- d) demanda futura: É a prospec o de um cenário por meio de c culos realizados com base na demanda histórica da localidade;
- e) demanda potencial: trata-se de um público alvo a ser atingido, um mercado a ser conquistado.

Para um conhecimento amplo da demanda turística,   indispensável, a análise das motiva es que levam o turista a escolher por determinado destino turístico. Este estudo permite conhecer os desejos e necessidades dos turistas, permitindo assim a perceber “o que deve ser feito ou construído com o intuito de aumentar a demanda de todos e de cada um dos serviços dos centros turísticos”. (BOULLÓN, 2002, p. 41).

Esta análise propicia a segmenta o do mercado, o qual permite a objetividade na formata o de produtos turísticos, a qual será feita especificamente para o público-alvo detectado, otimizando as estratégias utilizadas.

1.4 O PRODUTO TURÍSTICO

Por meio do estudo da oferta e da demanda é possível formatar produtos turísticos de qualidade, buscando a comercialização dos mesmos.

O Ministério do Turismo define produto turístico como sendo

o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Rotas, roteiros e destinos turísticos podem se constituir em produtos turísticos, por exemplo. (2008, p. 176).

Sendo assim, pode-se considerar que o produto turístico é formado pelos mesmos elementos da oferta – bens e serviços. Entretanto, aqui há a conjugação desses fatores. Os bens integrantes da oferta tratam-se do atrativo em si e serviços seria a facilidade agregadas aos bens. Isto é, bem seria determinado atrativo de uma localidade, por exemplo, um parque. Para que o turista chegue a este bem e tenha uma estada de qualidade, utilizará serviços como transportes, restaurantes, entretenimento, entre outros.

Neste contexto, o planejamento e suas técnicas apresentam-se como primordial na formatação dos produtos, os quais devem ser pautados em critérios técnicos buscando a racionalidade, visando satisfazer os anseios dos consumidores finais.

1.5 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

A segmentação turística constitui-se na classificação da demanda, isto é, a ordenação/separação dos dados obtidos por meio do estudo do mercado. Estes dados podem ser: faixa etária, sexo, escolaridade, ramo de atuação, profissão, local de origem, entre outros. Através desta classificação dos dados, deve-se realizar um estudo mais aprofundado, com o intuito de verificar

características comuns, visando criar oferta específica a esta demanda, mediante as necessidades e desejos apresentados por esta. (EMBRATUR, 1992). Ao segmentar o mercado deve-se também analisar os aspectos da oferta.

Assim sendo, desenvolver produtos e serviços para públicos segmentados pode ser garantia de sucesso para destinos turísticos que saibam como atender precisamente as necessidades de seus possíveis clientes. O risco, no entanto, consiste em investir sem conhecer o que o consumidor busca. Por meio da segmentação, é possível identificar os variados fatores que influenciam o turista na sua decisão pela escolha de determinado destino. Sendo assim, o profissional da área de turismo ao planejar a atividade deve considerar todos os aspectos que englobam tal decisão.

Deste modo, a análise do mercado deve permear o desenvolvimento de produtos turísticos, por meio da oferta, buscando atender as necessidades e desejos da demanda existente.

Ao segmentar o mercado, procura-se algum elemento, principalmente a motivação envolvida no processo de escolha de determinado destino turístico, buscando corresponder a esta motivação. Podem-se citar como exemplo, algumas segmentações turísticas: turismo de eventos, turismo da 3ª Idade, turismo religioso, turismo cultural, entre outros.

No presente trabalho, busca-se analisar a viabilidade da segmentação do chamado turismo industrial.

1.6 TURISMO INDUSTRIAL

Segundo BENI (2000, p. 12), "o turismo constitui-se na opção preferencial, resultando daí projetos de revitalização e desenvolvimento das áreas (...), criando assim novas e poderosas rotas de desfrute".

O turismo técnico-científico possui várias denominações, tais como: excursão científica, viagens de pesquisas ou estudos, entre outras. Nesta pesquisa, o termo predominante será turismo industrial. Para Andrade (2000), a principal motivação deste tipo de turismo é o interesse ou a necessidade de pesquisar e estudar.

Neste trabalho, turismo industrial será baseado na definição de Oliveira (2000) que define turismo técnico como sendo:

o turismo praticado por pessoas que trabalham em áreas técnicas, que viajam para conhecer as instalações de seus fornecedores ou novas formas de resolver determinados problemas. Em sua maioria, são viagens realizadas em grupos constituídos por dirigentes, gerentes e funcionários de empresas públicas ou privadas, que visitam fábricas, instalações agrícolas, (...). Saem em busca das novidades tecnológicas do mercado (...)." (p. 74).

Complementando a definição de Oliveira, vale acrescentar as visitas técnicas realizadas por estudantes, principalmente de nível superior, que buscam vivenciar na prática a teoria apresentada em sala de aula. Sendo assim, vale apresentar a definição de Montejano (2001, p. 256) a qual define turismo industrial como sendo "uma nova modalidade de atividade turística que consiste nas visitas programadas a empresas – agrícolas, industriais e de serviços – que têm um interesse especial pelo produto ou serviço, instalações, produção, etc".

Tal pesquisa mostra-se importante pela necessidade da atividade turística sempre desenvolver produtos novos a fim de inovar. Algumas indústrias de Ponta Grossa já disponibilizam de forma individualizada,

suas estruturas para visitas, porém não existem dados referentes a estes que demonstrem a real movimentação desta atividade. Neste contexto, a presente pesquisa busca levantar o potencial da segmentação na cidade.

2 CAPÍTULO 2 - DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL EM PONTA GROSSA

A industrialização brasileira teve seu início em meados do século XIX. Um momento muito tímido ainda, acompanhado das transformações que a economia cafeeira começava a promover no país.

É datada a partir deste período alterações significativas em âmbito nacional, tais como: fim da escravidão, fim dos tratados, entrada do capital inglês, elevação das taxas alfandegárias, entre outros. Neste sentido, o fim da escravidão permitiu que o capital anteriormente destinado à compra de escravos, fosse canalizado para o mercado interno, possibilitando a modernização da economia brasileira.

O Paraná, por meio do ciclo da erva-mate, integrou-se a economia nacional e, Ponta Grossa, como centro de passagem acompanhou o ocorrido.

Neste contexto, optou-se em analisar a história de Ponta Grossa, enfatizando os fatores que permitiram a configuração atual da mesma, como povoamento e os ciclos econômicos desenvolvidos na cidade.

Neste sentido, o presente trabalho busca analisar o desenvolvimento industrial em Ponta Grossa, para poder assim, perceber a potencialidade do mesmo para a atividade turística.

2.1 HISTÓRICO DE PONTA GROSSA

2.1.1 O Começo

Os dados deste capítulo foram baseados nos livros Ponta Grossa: um século de vida (GONÇALVES; PINTO, 1983) e A Princesa dos Campos (LANGE, 1998).

Durante os séculos XVI e XVII, a região dos Campos Gerais foi percorrida por exploradores paulistas a procura de ouro, indígenas e tudo o mais que proporcionasse riqueza aos mesmos.

A descoberta do ouro em Paranaguá, por volta de 1648, fez com que pessoas de toda parte se dirigissem ao estado do Paraná, intensificando a exploração do interior, fazendo com que as reduções jesuíticas fossem se deslocando cada vez mais para o oeste e para o sul, fixando-se na região das Missões, no Rio Grande do Sul e do Guayrá, em território hoje do Paraguai.

O povoamento no estado do Paraná se deu a partir destas explorações, segundo relata Chamma (1988, p. 16): “entusiasmados com as ricas pastagens, iam organizando fazendas de criação, negociando animais nas reduções jesuíticas, ampliando mais seus rebanhos”. Esse processo exploratório promoveu o “povoamento do Primeiro Planalto, dedicando-se já alguns dos povoadores à lavoura e criação de gado”. (LANGE, 1998, p. 22). Sendo assim, presume-se que a ocupação do estado se deu de forma irregular, constituindo-se à que mais se adequasse a necessidade.

Desta forma, por meio da Carta Régia de 3 de março de 1704, D. Pedro II – rei de Portugal, disciplina a ocupação das terras. Conforme o documento somente a Coroa poderia dispor de terras, que seriam doadas a sesmeiros que se propusessem a fundar currais e criar gados.

Conforme Machado (19-- apud LANGE, 1998, p. 24) a posse dos Campos Gerais:

foi feita pelos ricos e poderosos habitantes de São Paulo, Santos e Paranaguá, não como um meio para transladar-se uma sociedade inteira, mas, simplesmente como um negócio a ser explorado comercialmente, tendo em vista o abastecimento de São Paulo e, principalmente, das regiões mineradoras do século XVIII.

Sesmarias conforme Lange eram “as terras concedidas pelos Capitães-Gerais com o propósito de promover a sua ocupação e exploração”. (1998, p. 24). Normalmente as concessões eram dadas aos proprietários de terras, negociantes e ocupantes de cargos políticos. Estes, por sua vez, também requeriam terras à seus familiares e amigos, criando verdadeiros latifúndios, principalmente, porque ao conceder as sesmarias, o espaço físico não era delimitado, ficando a cargo do sesmeiro a demarcação do mesmo.

O pioneiro teria sido o paulista Capitão-Mor Pedro Taques de Almeida, que em 1704, requereu a sesmaria da Conceição, terras que compreendiam onde atualmente localizam-se os municípios de Castro, Jaguariaíva, Piraí do Sul e parte de Ponta Grossa, o qual construiu os primeiros currais que mais tarde passaram ao domínio de seu filho, o Capitão-Mor José de Góis e Moraes. (IBGE). Em seguida, o Tenente-Coronel Domingos Teixeira de Azevedo fundou as fazendas de Sant’Ana de Itaicoca e Botuquara.

Neste contexto:

em meados do século XVIII a Coroa Portuguesa já havia concedido cerca de noventa sesmarias nos Campos Gerais. Os sesmeiros vinham de São Paulo, Paranaguá e Curitiba, e pertenciam a famílias da elite colonial destes locais. O Censo de 1772 aponta a existência de cinquenta grandes fazendas e 125 sítios nos Campos Gerais. (INVENTÁRIO TURÍSTICO MUNICIPAL – 2007).

Segundo RODRIGUES (2006, p. 25) “os proprietários dessa terras eram os próprios herdeiros de donos de sesmarias e tropeiros que requeriam partes da terra junto ao governo (...)”.

O ciclo do ouro no Paraná perdurou até o início do século XVIII, até quando a “descoberta de minas de ouro em Minas Gerais, em 1693, em Goiás em 1719 e no Mato Grosso em 1725, afluiu para estas regiões gente vinda de todo o Brasil e de Portugal, dedicando-se exclusivamente a garimpar o cobiçado metal”. (LANGE, 1998, p. 26).

Surge então a necessidade de suprir as necessidades dessas pessoas, principalmente no aspecto alimentar. Sendo assim, segundo LANGE (1998, p. 27) “a partir do final do século XVII, começou a exportação de gado do Sul para a região das Minas Gerais, predominando, de início, o bovino e o cavalarião e, mais tarde, o mulo”.

O Caminho do Viamão cumpre a necessidade de ligar São Paulo, ao extremo sul do país. Comerciantes de São Paulo dirigiam-se ao extremo sul do país, para buscar, principalmente gados para negócios na Feira de Sorocaba.

Neste contexto:

ocorre a evolução de uma atividade subsidiária, a pecuária que não só fornece carne e transportes para os mercados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, mas também faz surgir ou avultarem povoados e vilas existentes ao longo do caminho das tropas. (GONÇALVES; PINTO, 1983, p. 17).

Cada vez um maior número de casas de comércio e empreendimentos que buscavam atender as necessidades das pessoas que circulavam por esta região se instalava em torno do Caminho do Viamão.

Ainda conforme Gonçalves e Pinto, Ponta Grossa surge:

como um povoado em função do caminho das tropas, e seus habitantes dispersos pelas fazendas irão, no decorso do século XIX, se concentrando e convergindo para o ponto mais central de seu território que, se por um lado se restringe espacialmente, por outro se amplia socialmente. (1983, p. 18).

Neste contexto, Ponta Grossa constitui-se como importante entroncamento, ligando-se ao sul do país e dos Campos de Guarapuava e com o oeste do estado com Curitiba.

2.1.2 Da Freguesia à Cidade

Os dados a seguir, mas especificamente as datas, foram extraídas do Livro Ponta Grossa – um século de vida (1823 – 1923).

Ponta Grossa, até então Bairro, pertencente à Comarca de Castro, por meio do Caminho do Viamão, cumpre a finalidade de ligar São Paulo ao extremo Sul. Nos finais dos séculos XVIII e início do século XIX, Ponta Grossa constituía-se em local de pouso obrigatório àqueles que se dirigiam de São Paulo ao extremo sul do país, devido a sua ligação ao Caminho do Viamão.

Sendo assim, “(...), transformou-se gradativamente em centro polarizador de habitantes”. (GONÇALVES e PINTO, 1983, p. 23). Estes, que em sua maioria provinham da Vila de Castro, desenvolver atividades econômicas ligadas à pecuária. Pode-se notar quão forte era a influencia destes em Ponta Grossa, enfatizando-se que a Padroeira, Nossa Senhora de Sant’Ana, é a mesma para ambas cidades.

Estes habitantes exerciam poder econômico, uma vez que eram criadores, tropeiros ou comerciantes. Sendo por iniciativa destes que o movimento para elevar o Bairro a Freguesia se iniciou. Alegaram que, além dos aspectos climáticos e geográficos, o Bairro situava-se ao longo do caminho das

tropas, favorecendo o comércio de animais e que o mesmo já possuía condições socioeconômicas para se estabelecer como tal.

O Bairro de Ponta Grossa foi elevado a Freguesia em 15 de setembro de 1823, tornando-se Independente da Vila de Castro.

No entanto, a independência citada acima foi limitada, sendo a Freguesia ainda relativamente dependente de Castro, principalmente no aspecto político. Questões referentes à segurança pública, licenças para abertura de empreendimentos, entre outras, ainda dependiam das autoridades castrenses.

Entretanto, a partir de 23 de fevereiro de 1833, a Vila de Castro ficou integrada na 5ª Comarca de São Paulo. Este ato administrativo excluiu José Carneiro Lobo e membros de sua família de exercerem cargos políticos, fator que abalaram a rotina da Vila. Esta situação perdurou até 27 de novembro de 1834, quando ocorreu a reunião do Conselho de Jurados na Freguesia de Ponta Grossa. A partir desta reunião, o corpo de jurado negou-se a participar das demais reuniões marcadas na Vila.

Justificaram sua decisão, alegando a situação complicada existente na Vila de Castro e a proximidade com as demais Freguesias. Aproveitaram a ocasião para manifestar seu descontentamento em relação à dependência de Castro, além de apresentar as condições favoráveis que Freguesia demonstrava, tendo capacidade para desmembrar-se totalmente.

Em 1836, devido ao grande número de habitantes e comerciantes, a pedido do novo fiscal da Freguesia, o correio altera seu percurso entre Curitiba e Castro e passa a atender Ponta Grossa também. A abertura de escola primária também aconteceu neste período.

A partir de 1840, novas manifestações populares denotavam a necessidade de Freguesia de Ponta Grossa tornar-se Vila, obtendo maior autonomia.

Sendo assim, em 7 de abril de 1855 , Ponta Grossa foi elevada à Vila, após o Presidente da Província Zacarias de Góes e Vasconcelos, corresponder aos anseios da comunidade em geral.

A Vila de Ponta Grossa continua a crescer, assim como as atividades econômicas desenvolvidas nesta, no entanto ainda persistem amarras políticas. Desta forma, a população ainda proclama por maior autonomia, uma vez que a vila não recebia devidamente as quotas a que tinha direito.

Neste contexto, Ponta Grossa é elevada a cidade em 24 de março de 1862. O referido progresso político é acompanhado de transformações socioeconômicas, as quais aceleraram o crescimento urbano.

2.1.3 Os Tropeiros

Na história de Ponta Grossa a atividade tropeira foi significativa, pois como em outros locais, por exemplo, Lapa, Castro e Rio Negro, a cidade se desenvolveu em função desta atividade.

De acordo com Trindade (1992, p. 16), os tropeiros eram “grupos de homens transportando regularmente manadas de gado vacum, cavalos e mular (as tropas) – do lugar de criação para os locais de consumo”.

Com a descoberta do ouro no sudeste brasileiro, a necessidade de transporte, fosse ele de suprimentos ou de minerais, era

necessária. Desta forma, as tropas dirigiam-se do extremo sul do país para a cidade de Sorocaba, levando gados de muar, cavalar e vacum para comercialização na Feira de Sorocaba. Esta tropa levava aproximadamente seis meses para chegar ao destino, permanecendo por algum tempo em algumas paragens, como nos Campos Gerais, onde invernavam, com o objetivo de alimentar a criação e descansar, fazendo com que esta chegasse em boas condições, gerando assim , bons negócios na Feira.

Sendo assim, cada vez mais, surgem construções de palhoças de moradores fixos, os quais plantavam e criavam para subsistência e para o abastecimento das tropas. Com o crescimento do negócio, virava venda e lentamente, virava povoado.

Com a chegada dos imigrantes, elevou-se o número de comércio na cidade e também o de habitantes, promovendo ainda mais o desenvolvimento da mesma.

No século XIX, o surgimento da economia cafeeira em São Paulo exigiu maior velocidade nos transportes e circulação de mercadorias, o que propiciou a construção das estradas de ferro.

No entanto, a atividade tropeira e a ferrovia conviveram simultaneamente até a primeira década do século XX. O transporte ainda vinha sendo feito por meio de muar, cavalar e vacum, porém em menor quantidade, devido ao fato de a ferrovia ser construída inicialmente apenas em alguns troncos, sendo utilizadas mulas nos serviços internos dos cafezais, canaviais no transporte até o embarque das mercadorias.

Com o aparecimento do veículo automotor nos anos 1930/1940, as atividades de transporte de carga e arado passaram a ser

realizadas por estes, inutilizando o luar. Os veículos eram mais rápidos e seguros, sendo preterido o transporte a tração animal. Tal avanço tecnológico ocasionou o declínio do tropeirismo, gradativamente.

2.1.4 O processo de imigração

Em meados do século XIX, a coroa portuguesa fez intensa propaganda do Brasil na Europa buscando atrair imigrantes para o cultivo das terras brasileiras. Nesta conjuntura, as autoridades regionais também desenvolveram políticas de incentivo para atrair e instalar colônias de imigrantes em seus territórios.

O crescimento urbano percebido em Ponta Grossa e as atividades comerciais aqui desenvolvidas atraíram pessoas da zona rural para o meio urbano. Este contingente de pessoas promoveu a escassez de alimentos, levando a crise alimentícia de 1857. Os rendimentos gerados com a erva-mate, o algodão e o comércio e criação de gado fizeram com que as pessoas ignorassem as atividades agrícolas. Este fator exigiu que as autoridades buscassem meios de suprir a necessidade de abastecimento da população em geral.

Neste contexto, as autoridades da época empenharam-se para atrair imigrantes para a região, os quais detinham conhecimentos técnicos voltados à agricultura.

Apesar de os movimentos migratórios ocorrerem, de forma irregular, anteriormente a este período, a grande leva de imigrantes somente ocorreu a partir de 1878, quando vários grupos foram chegando a Ponta

Grossa e se integrando. Destacando-se os alemães, russos, austríacos, italianos, sírios e portugueses

No entanto, em 1879, houve uma considerável diminuição no número de imigrantes na região dos Campos Gerais. Isto se deve, segundo relatos, à pobreza do solo não compensando o esforço dispensado na plantação. Desta forma, grande parte destes imigrantes dirigiu-se ao centro urbano, abandonando a agricultura.

Sendo assim, para incentivar a permanência destes imigrantes em Ponta Grossa, terras foram doadas a eles. Com o tempo, estes imigrantes conseguiram adaptar-se ao clima e qualidade do solo dos Campos Gerais, desenvolvendo formas de cultivar, ainda que para a subsistência e com poucos excedentes, milho, feijão, batata, entre outras.

Neste contexto, GONÇALVES e PINTO (1983, p. 117) afirmam:

esta integração social e econômica, todavia, não surgiu exclusivamente em decorrência da agricultura, uma vez que nem todos os imigrantes a ela se dedicavam. Muitos possuíam uma profissão que passam a exercer na cidade, possibilitando a alguns acumular economias, para abrir seu próprio estabelecimento. Outros permaneceram na simples condição de empregados.

LANGE (1998, p. 143) cita que no final do século XIX e início do século XX, muitos imigrantes “ocupavam posição de destaque como industriais, comerciantes, profissionais liberais, políticos ou nos meios culturais”.

Portanto, constata-se que, apesar das dificuldades encontradas os imigrantes que aqui se instalaram em sua maioria, prosperaram, contribuindo para o desenvolvimento econômico e demográfico de Ponta Grossa.

2.2 O PROCESSO DE INDUSTRIALIZAÇÃO

Ponta Grossa teve seu desenvolvimento econômico, desde o tropeirismo, devido a sua localização estratégica. A posição geográfica privilegiada serviu, ou como passagem de mercadorias ou como ponto de instalação de estabelecimentos, tais como: ervateiras, olarias, madeireiras, metal mecânico, entre outras.

Sendo assim, objeto de estudo do trabalho, se configurará em desenvolver uma proposta de segmentação - Turismo Industrial. Porém se faz necessário, contextualizar historicamente o processo de industrialização do município, com o intuito de justificar uma nova proposta.

2.2.1 Final do século XIX a 1930

2.2.2

A atividade cafeeira no início do século XIX exerceu grande influência no setor de transporte. Neste contexto, a atividade tropeira foi incrementada, abrindo novos mercados. Neste sentido, àqueles que se dedicavam ao transporte foi propiciado um momento de grande pujança. Neste período muitos tropeiros transformaram-se em agentes financeiros.

Outro fator de fundamental importância no desenvolvimento de Ponta Grossa foi a construção da Estrada de Ferro no final do século XIX, o que permitiu que a erva-mate se tornasse “um dos principais produtos da economia da cidade”. (GONÇALVES; PINTO, 1983, p. 53).

Já no final do século XIX e início do XX, era o ciclo da erva-mate e a criação de animais que impulsionava a economia paranaense. Isto fez

com que a cidade de Ponta Grossa também percebesse os benefícios advindos deste ciclo. A partir de 1864, o Brasil começa a suprir a Argentina e o Uruguai, que antes da Guerra do Paraguai eram atendidos por este país. Sendo assim, o estado do Paraná ganha novo mercado, desenvolvendo ainda mais a economia local.

Segundo Larocca e Lins (2002, p. 41) o ciclo da erva-mate proporcionou “especialmente no intervalo de 1890-1920, o período de maior crescimento econômico de Ponta Grossa, que se assumiu definitivamente como encruzilhada do Paraná”.

A economia ervateira, por meio da colheita e beneficiamento da erva-mate, contribuiu para a sobrevivência de grande parte da população do interior do estado. Na região de Ponta Grossa, os imigrantes, com destaque para os russo-alemães, exerciam verdadeiro monopólio no transporte da erva nos grandes carroções. Segundo Lange (1998, p. 124), “grande número de imigrantes passou a se dedicar ao transporte, principalmente da erva-mate, integrando-se na conjuntura econômica, garantindo sua sobrevivência e relativa prosperidade”. O transporte da erva-mate era realizado a partir das regiões produtoras, passando por Ponta Grossa e sendo distribuída nos engenhos da cidade ou de Curitiba.

Segundo Gonçalves e Pinto (1983) a primeira firma industrial de Ponta Grossa foi a “Invernada Bom Sucesso” em 1850, que era uma serraria pertencente a Miguel Ferreira da Rocha Carvalhaes. Datando em 1880 o primeiro engenho de erva-mate na cidade, de propriedade do Sr. José Pereira Branco.

A erva-mate fabricada em Ponta Grossa era exportada pelo Porto de Paranaguá, com destaque àquelas produzidas pela Hervateria Brasil, instalada em 1912 na cidade, cujas marcas eram consideradas de grande qualidade no mercado.

Ainda conforme as autoras (1983), os equipamentos mais técnicos utilizados pela Gelbcke & Miró, proporcionaram a elevação da condição da erva-mate ali produzida, levando a mesma a alcançar sucesso nos mercados platinos.

No entanto, o lucro proporcionado pela erva-mate e o criatório de gados, acrescentando-se aí a construção da ferrovia, grande parte da população passou a ser empregada nessas atividades, promovendo a escassez na oferta da mão-de-obra em outros ramos da economia, com destaque para a agricultura. Esse fator levou a falta de produtos essenciais no mercado, como sal, farinha de trigo, ferragens, entre outros, os quais passaram a ser importados de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Desde então, a cidade de Ponta Grossa passou por um processo de urbanização, o qual atraiu muitos estabelecimentos comerciais, principalmente de secos e molhados, e industriais, sendo que nos primeiros predominava o comércio de ferragens e produtos não cultivados na região, além da erva-mate.

Segundo Holzmann (1975, p. 32 apud GONÇALVES; PINTO, 1983, p. 62) “a firma Ewaldo & Cia, fabricante de pregos, dobradiças, arroelas, prensas de copiar e brecks, amplia o setor industrial e comercial da cidade”.

Em 1906 foram fundadas as serrarias Olinda, ao lado da Viação Férrea São Paulo – Rio Grande e Serrarias Guaraúna e Malhado.

Neste contexto, Tremea (2000) destaca “outras empresas industriais foram a Casa Vicente Motti (1894), que era fábrica de móveis, a Oficina Pontagrossense de Artes Gráficas (1918), dos Guimarães, e a Charqueada Riograndense (1911) de Manuel Antunes Duarte.”

Outra indústria que começou atuar em Ponta Grossa, conforme Lange (1998) foi a fábrica de cerveja de propriedade do alemão Guilherme Metzenthin, a qual instalou-se na cidade no ano de 1892, recebendo o nome de Cervejaria Oceana em 1904. Anos mais tarde, a fábrica foi passada para os filhos do proprietário com a razão social de Guilherme Metzenthin Jr. & Irmão, cessando suas atividades em 1920.

Em 1894, a Cervejaria Grossel de Curitiba abre uma filial em Ponta Grossa. Logo, Henrique Thielen, ex-diretor, adquire a fábrica e a amplia. Em 1917, recebe o nome de Companhia Cervejaria Adriática, a qual em 1923 passa por novo processo de modernização, ampliando sua capacidade de produção. Em 1928, começa a produzir refrigerantes e a envasar água mineral, além de produzir a cerveja Original, a qual está no mercado até hoje. Em 1945 a Cia. Antártica Paulista adquire a fábrica de Henrique Thielen, a qual permanece na cidade até o ano 1994.

Neste contexto, percebe-se que as primeiras empresas instaladas em Ponta Grossa constituíram-se em propriedades familiares, voltadas em sua maioria para o comércio, sendo que as indústrias da época atuavam, quase que exclusivamente em função do ciclo da erva-mate.

À permanência destas empresas no mercado, credita-se ao momento econômico vivenciado no Brasil como um todo, onde prevalecia a produção artesanal em detrimento da industrial.

Sendo assim, constata-se que:

Ponta Grossa era a mais importante cidade do interior do Paraná no início do Século XX tal afirmação pode ser comprovada pelo elevado número de empresas que possuía em uma época em que era predominante o ruralismo no Brasil. (TREMERA, 2000, p. 77).

Portanto, o final do século XIX e início do XX constituíram-se em importantes momentos na história de Ponta Grossa, a qual assistiu a transformações singulares no período, isto é, configurando-se como a principal cidade do interior do estado, apresentando grandes vantagens em detrimento de outras, conforme relatam Gonçalves e Pinto (1983, p. 38): “cidade já dotada de muitos benefícios próprios de grandes centros como: calçamento, rede de água e esgotos, telefone, conjuntos musicais impecáveis, hospital, ferrovias”. Eis que é desta forma que a cidade completa seu primeiro centenário.

2.2.3 O crash de 1929 e as três décadas subsequentes

O bom momento econômico vivido em Ponta Grossa até a década de 30 foi abruptamente interrompido pela quebra da Bolsa de Nova York – o crash de 29. Neste contexto, Ponta Grossa que vinha acompanhando um crescimento nas exportações de produtos como a erva-mate e a madeira, vê reduzirem-se significativamente o movimento, ocasionando, conseqüentemente, diminuição no embarque de produtos para o exterior na Estação Saudade.

Desta forma, há também uma considerável diminuição na manutenção e conserto de locomotivas, atividade que empregava grande número de imigrantes, os quais necessitaram buscar outras fontes de rendas.

Sendo assim, surge em Ponta Grossa um novo ciclo econômico – o voltado para o fabrico de banha e de carne suína.

Os imigrantes, buscando alternativas econômicas iniciaram um novo processo, o qual mais tarde seria o principal responsável pela chegada da primeira multinacional em Ponta Grossa no ano de 1953 – o Frigorífico Wilsom, posteriormente Comabra e, atualmente Sadia. Esse novo processo consistiu em adquirir suínos em regiões próximas da cidade, abatê-los e vendê-los. Tal atividade econômica exigiu que as indústrias locais se adaptassem quanto ao fornecimento de fornalhas e caldeiras, para o processamento da gordura suína, além de favorecer o “surgimento de importante fábrica de embalagens metálicas”. (LAROCCA; LINS, 2002, p. 44).

Este ciclo econômico limitou-se à região dos Campos Gerais, no entanto, deixou um diferencial na mesma, a qual ainda apresenta vários aspectos do saber-fazer relacionado às carnes, tanto bovina quanto suína. O ciclo do abate suíno intensificou-se até os anos 40, período em que se intensifica o ciclo do pinho.

O ciclo do pinho, o qual consistia na extração do Pinheiro do Paraná, árvore símbolo do Estado, iniciou-se no primeiro planalto, sendo primeiramente utilizado na construção de ranchos, sendo que mais tarde intensificou-se sendo usado na fabricação de aduelas¹ de barricas, usadas no acondicionamento da erva-mate, além de cercar roças de milho protegendo-as do ataque de porcos.

A extração de pinho no Paraná já acontecia desde o final o século XIX, no entanto, tomou grandes proporções a partir da década de 1940,

1

devido, principalmente ao surgimento dos veículos automotores, o que facilitou em demasia o transporte. A madeira extraída era arrastada até a estrada, depois eram conduzidas até as serrarias por vagonetes.

As serrarias localizavam-se juntos aos pinheirais com o intuito de agilizar o processamento da madeira. Desta forma, criavam-se “verdadeiros povoados”, conforme Lange (1998, p. 177) exemplifica as Indústrias Theophilo Cunha & Comp., cuja Serraria São Joaquim, em Teixeira Soares, era constituída por: “51 casas para os operários, escola, assistência médica, armazém de gêneros alimentícios, sendo todos os operários segurados contra acidente”.

No entanto, o ciclo do pinho promoveu a devastação indiscriminada da madeira, conforme Gurgel Filho (1990 apud ANGELINI, 2003), resta apenas 2% dos 20 milhões de hectares cobertos pela Floresta de Araucária. Esta devastação aparece em maior quantidade no estado Paraná, sendo as causas apontadas as serrarias e o uso industrial.

Outro aspecto negativo deixado pelo ciclo da madeira, conforme Larocca e Lins (2002, p. 46) é que “essas grandes empresas que trabalharam (e ainda o fazem) sob estrita *taylorização* e pouco agregaram ao conhecimento operário ou à qualidade de vida de seus empregados”.

Porém, segundo LANGE (1998, p. 180) a herança deixada pelo ciclo do pinho não são apenas negativas:

como lado positivo, gerou empregos, ativou o movimento comercial nas cidades maiores e foi motivo de sensível crescimento nas atividades de transporte rodo-ferroviário. Em caráter permanente, deixou algumas indústrias, ligadas à área metal-mecânica, originárias de oficinas de manutenção de máquinas das serrarias e de veículos de transporte.

Data da década de 1940 também a criação da Faculdade Estadual de Filosofia, Ciências e Letras de Ponta Grossa – FAFI. Este fato marca a história de Ponta Grossa.

Até então, a cidade assistia a grande quantidade de caminhões que por aqui passavam transportando café até o Porto de Paranaguá. No entanto, o Instituto Brasileiro do Café passou a locar numerosos galpões a beira da rodovia mais próxima ao porto, levando à ociosidade os espaços destinados a este fim em Ponta Grossa.. Data também deste período, a falência da indústria da madeira na cidade e a decadência dos serviços públicos. É neste contexto que Ponta Grossa entra na segunda metade do século XX.

2.2.4 Década de 1960 aos dias atuais

A crise instaurada no final da década de 50 configurou-se como um momento de estagnação da economia local, sendo que na conjuntura estadual, o Paraná era totalmente dependente das importações de São Paulo.

Para mudar este aspecto no estado foi implantado um novo plano político visando diminuir a dependência do estado em relação a São Paulo.

A proposta de industrialização do Paraná, do então Governo Ney Braga, era:

baseada na substituição de importações, isto é, produzindo no Paraná o que era obtido fora dele, incentivando, via empréstimos, os projetos de empresas paranaenses, de pequeno porte, incorporando técnicas modernas de produção, gerando externalidades. (TREMEEA, 2000, p. 20).

Neste contexto é criada a CODEPAR – Companhia de Desenvolvimento do Paraná, que segundo Tremea (2000, p. 19) “é o ponto de partida de uma política modernizante, visando criar condições para um desenvolvimento coordenado do Paraná, por meio de uma política de desenvolvimento racional, eficiente e de longo alcance”.

Para que os objetivos propostos pela CODEPAR saíssem do papel era necessário que se criasse uma infra-estrutura para circulação da produção, construindo estradas e fornecendo energia elétrica. Desta forma, a CODEPAR atua mais como um instrumento para combater a pobreza que se elevava na época.

Apesar de a política de industrialização pretendida por Ney Braga não ter surtido o efeito esperado, seu governo deixa herança positiva no processo de desenvolvimento econômico do estado, uma vez que a construção da Rodovia do Café, “ligando o Norte ao Sul do Estado, possibilitando o escoamento da produção pelo Porto de Paranaguá, bem como a infra-estrutura energética que foi base relevante para a industrialização”. (TREMEA, 2000, p. 21), foi feita em seu governo.

A chegada dos militares ao poder em 1964 significou a implantação de um novo modelo econômico vinculado principalmente a entrada de grande volume de capitais externos no país. A partir daí o Brasil viveu o chamado “milagre econômico”, fenômeno de curta duração, mas de prolongadas conseqüências.

Em âmbito municipal, a partir da década de 1950, com a entrada de capital estrangeiro na economia nacional, a cidade de Ponta Grossa começou a passar por uma fase de declínio, perdendo sua posição de maior

pólo industrial do interior paranaense, devido a abertura de estradas que levavam ao interior do estado, permitindo o fluxo de produtos, não sendo mais necessário o deslocamento para adquiri-los em Ponta Grossa.

Desta forma, Ponta Grossa sofre um impacto negativo, tendo que enfrentar mercados concorrentes que até então não existiam, exigindo adequações frente à nova realidade que aqui se instalava.

A crise iniciada na década de 1950 exigia das autoridades e empresários locais o rompimento com as tradicionais ações administrativas (gerenciamento familiar). A cidade cada vez mais perdia espaço para as novas cidades.

Sendo assim, começam, ainda que timidamente, discutir-se a uma nova política voltada para a captação de indústrias na cidade, com a criação de uma Cidade Industrial.

Cabe ressaltar que em 1967, a equipe do Plano Diretor de Desenvolvimento de Ponta Grossa, formada por economistas e sociólogos apontou a mentalidade do empresariado local da época, como o principal entrave do desenvolvimento econômico e social da cidade,

Este cenário de estagnação só sofreu modificações com as eleições municipais de 1968, na qual Cyro Martins foi eleito ao cargo de prefeito da cidade. Ao assumir o cargo, implantou um agressivo programa de incentivo a instalação de indústrias, buscando atrair o capital externo.

No ano de 1969, sob forte influência da política econômica do regime militar, o poder municipal de Ponta Grossa, em sintonia com as políticas estadual e federal, instituiu através da Lei 2.157 o Plano de Desenvolvimento Industrial de Ponta Grossa – PLADEI.

Tal plano tinha como objetivo a estruturação de uma área na qual as indústrias pudessem se instalar em Ponta Grossa, de uma estrutura econômica que contemplasse as políticas do modelo brasileiro. Com isso instalaram-se em Ponta Grossa, grandes indústrias nacionais e multinacionais. Em seu artigo 16 do Plano define sua função principal: “A atividade do PLADEI será desenvolvida no sentido de estudar a conveniência e escolher, no município, área de situação topográfica favorável a fim de instalar as novas indústrias”.

Dando prosseguimento a esse objetivo, em 1971 a Prefeitura Municipal adquiriu junto a Rede Ferroviária Federal, uma área destinada à instalação do Distrito Industrial de Ponta Grossa, acelerando a vinda das grandes indústrias para o município.

Sendo assim, a expansão da produção de soja em terras brasileiras fez com que o Paraná tivesse destaque internacional, tanto na produção como no beneficiamento e na exportação do produto. Nesse contexto Ponta Grossa se projetou no cenário paranaense, pois além de entreposto comercial passou, por meio das indústrias que aqui se instalaram a partir do PLADEI, a assumir a condição de forte pólo agro-industrial de beneficiamento do produto. Empresas como Anderson Clayton, Incopa, Sanbra, Cargil, todas voltadas para a transformação da soja.

No final dos anos 1970, 40% da indústria de esmagamento e beneficiamento de soja do país estavam situadas em Ponta Grossa. A cidade recebeu, inclusive, a denominação simbólica de “Capital Mundial da Soja”. Ao mesmo tempo verifica-se, no período, aumento de determinadas mazelas

sociais, como pode ser verificado na elevação considerável do número de favelas, que passam de 0,8% em 1970 para 5,3% em 1980.

Concomitante a chegada das indústrias moageiras, instalam-se em Ponta Grossa estabelecimentos têxteis, como Monofil e Kurashiki.

Outro fator que alterou a conjuntura industrial de Ponta Grossa, a partir da década de 70 foi a técnica do plantio direto, a qual é, segundo Larocca e Lins (2000, p. 49), “apropriada a solos de baixa fertilidade e incerta pluviosidade, desde que garantidas doses maciças de defensivos e fertilizantes e o uso de implementos agrícolas adequados”. Este cenário faz com que novas indústrias voltadas à produção de fertilizantes e defensivos se instalassem em Ponta Grossa - Quimbrasil, depois Ipiranga, depois Serrana, hoje Bunge e, Takenaka, hoje Macrofértil.

Desta forma, as atividades que aqui se instalaram necessitavam de transporte, para a coleta da soja e trigos. Sendo assim, os caminhões voltam a dominar as estradas que cortam a cidade, propiciando o surgimento de serviços de apoio ao caminhoneiro, tais como: retífica, carrocerias, recapadoras de pneus, tapeçarias, estofadores e oficinas mecânicas, entre outras.

A característica marcante de Ponta Grossa, quanto à sua industrialização, se deve a política econômica desenvolvida no Paraná na década de 1970. Conforme Larocca e Lins (2002, p. 50) afirmam: “ao longo do tempo, a política estadual dedicou-se cada vez mais a tornar definitiva a centralização industrial de setores dinâmicos no entorno da capital, restando ao interior, inclusive Ponta Grossa, os ramos tradicionais”.

Sendo assim, nas duas últimas décadas do século XX Ponta Grossa se fortaleceu na agroindústria garantindo seu espaço internacional na atividade.

Segundo Tremea (2000, p. 66):

o farelo de soja é o principal produto da pauta de exportações do Paraná nos anos noventa, o que permite a inserção internacional do Paraná, através de Ponta Grossa, na medida em que é nela onde se concentra o maior parque moageiro de soja do Brasil.

Desta forma, passados mais de trinta anos de sua implantação, o PLADEI reservou duas heranças para a cidade. Do ponto de vista econômico, foi responsável pelo aumento significativo da capacidade produtiva e também da oferta de empregos no município, o que gerou a dinamização da economia local e o fortalecimento político de Ponta Grossa. Por outro lado, os indicadores sociais que despontaram, revelam um crescente aumento de demandas nem sempre atendidas pelo poder público.

Com as mudanças ocorridas no processo de industrialização em Ponta Grossa a partir da década de 1970, onde a chegada de grandes indústrias leva ao fechamento de pequenos estabelecimentos, em grande maioria de administração familiar.

Registra-se, na década de 1990, a chegada de várias indústrias na cidade: Tetra Pak, a qual produz embalagens do tipo longa-vida, a Masisa – fabricante chilena de madeira aglomerada, apoiadas neste momento pelo CODESI – Conselho de Desenvolvimento Industrial.

A isto, soma-se a chegada da Voith fábrica de máquinas e serviços de manutenção para as papelarias, Cervejaria Kaiser, Beaulieu do Brasil (empresa de carpetes) e a Continental – fornecedora de peças automotivas para a capital, entre outras.

Neste ano, 2008, a Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo² divulgou a instalação ou ampliação de oito indústrias em Ponta Grossa, as quais deverão incrementar ainda mais a economia local.

² www.pontagrossa.pr.gov.br

3 CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DO POTENCIAL DA SEGMENTAÇÃO

3.1 LEVANTAMENTO DE UNIDADES INDUSTRIAIS

O presente trabalho buscou levantar as indústrias e ramos de atividades predominantes na cidade de Ponta Grossa, para assim visualizar a potencialidade do setor para a atividade turística.

Sendo assim, levantou-se junto aos órgãos ligados ao setor industrial da cidade o cadastro das referidas empresas. São eles: FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Associação Industrial, Comercial e Empresarial de Ponta Grossa, além da Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo. Neste sentido, percebeu-se que não há estudos estatísticos do setor e que também existem discrepâncias entre os cadastros das indústrias fornecidos por cada órgão.

Portanto, optou-se em reunir todos os cadastros em um único, com o intuito de analisar os dados de forma exata, possibilitando uma visão realista da atividade na cidade, com o intuito de classificar as indústrias segundo seu ramo de atividade, conforme aqui será apresentado. A atividade divide-se em 3 setores, sendo eles: primário, secundário e terciário. As definições abaixo foram extraídas do Dicionário Priberam³ e adaptadas pela autora:

a) setor Primário: conjunto de atividades ligadas diretamente com a escolha e a utilização dos recursos naturais, por exemplo: agricultura, pesca, caça, entre outras;

³ <http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>, acesso em 03-09/2008

b) setor secundário: setor econômico que envolve as atividades de indústrias extrativistas e de transformação;

c) setor terciário: atividade econômica que envolve a prestação de serviços.

O objeto de estudo deste trabalho é o setor secundário de Ponta Grossa. Neste sentido, foram levantadas as indústrias existentes na cidade e buscou-se classificá-las com o intuito de perceber as aglomerações existentes e assim poder mapear as atividades desenvolvidas.

A partir da união de todos os cadastros fornecidos pelas instituições já mencionadas, buscou-se classificar as indústrias por ramo de atividade.

Para a classificação, seguiram-se os critérios propostos pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE. Segundo o Ministério da Fazenda⁴, “a CNAE é o instrumento de padronização nacional dos códigos de atividade econômica e dos critérios de enquadramento utilizados pelos diversos órgãos da Administração Tributária do país”.

O setor industrial divide-se em extrativista e de transformação. Na cidade de Ponta Grossa, segundo os cadastros fornecidos pelos órgãos ligados à atividade, pode-se perceber que a indústria de transformação é predominante em detrimento à extrativista, conforme gráfico a seguir.

⁴ <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNAEFiscal/cnaef.htm>, acesso em 03-09/2008.

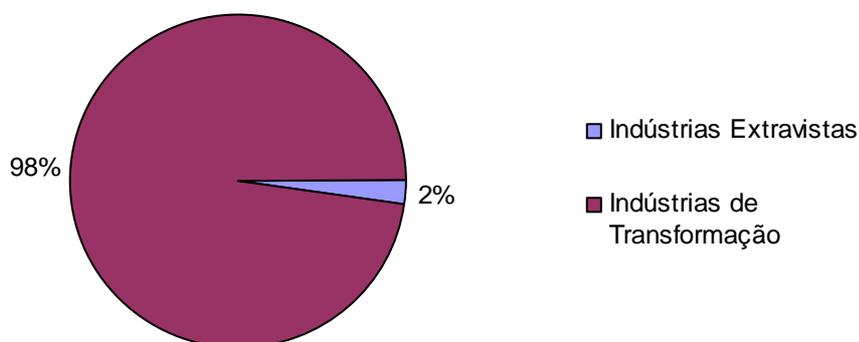


GRÁFICO 1 – CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS – EXTRATIVISTA E DE TRANSFORMAÇÃO
FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

Desta forma, as indústrias extrativistas e transformadoras, dividem-se segundo o ramo de atividade. A Classificação Nacional de Atividades Econômicas apresenta uma série de subdivisões. No entanto, este trabalho limitar-se-á em classificar os dados por ramo de atividade, uma vez que o objetivo deste estudo é perceber a potencialidade das indústrias na atividade turística.

1. Indústrias Extrativistas:

- 1.1 - extração de carvão mineral;
- 1.2 - extração de petróleo e serviços relacionados;
- 1.3 - atividades de serviços relacionados com extração de petróleo e gás - exceto a prospecção realizadas por terceiros;
- 1.4 - extração de minerais metálicos;
- 1.5 - extração de minerais metálicos não-ferrosos;
- 1.6 - extração de minerais não-metálicos.

2. Indústrias de Transformação:

2.1 - fabricação de produtos alimentícios e bebidas;

2.2 - fabricação de produtos do fumo;

2.3 - fabricação de produtos têxteis;

2.4 - confecção de artigos do vestuário e acessórios;

2.5 - preparação de couros e fabricação de artefatos de couro, artigos de viagem e calçados;

2.6 - fabricação de produtos de madeira;

2.7 - fabricação de celulose, papel e produtos de papel;

2.8 - edição, impressão e reprodução de gravações;

2.9 - fabricação de coque, refino de petróleo, elaboração de combustíveis nucleares e produção de álcool;

2.10 - fabricação de produtos químicos;

2.11 - fabricação de artigos de borracha e material plástico;

2.12 - fabricação de produtos de minerais não-metálicos;

2.13 - metalurgia básica;

2.14 - fabricação de produtos de metal - exceto máquinas e fabricação de máquinas e equipamentos;

2.15 - fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática;

2.16 - fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos;

2.17 - fabricação de material eletrônico e de aparelhos e equipamentos de comunicações;

2.18 - fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios;

2.19 - fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias;

2.20 - fabricação de outros equipamentos de transporte;

2.21 - fabricação de móveis e indústrias diversas;

2.22 - reciclagem.

Com a classificação das indústrias segundo parâmetros da Classificação Nacional de Atividades Econômicas, obteve-se o seguinte gráfico:

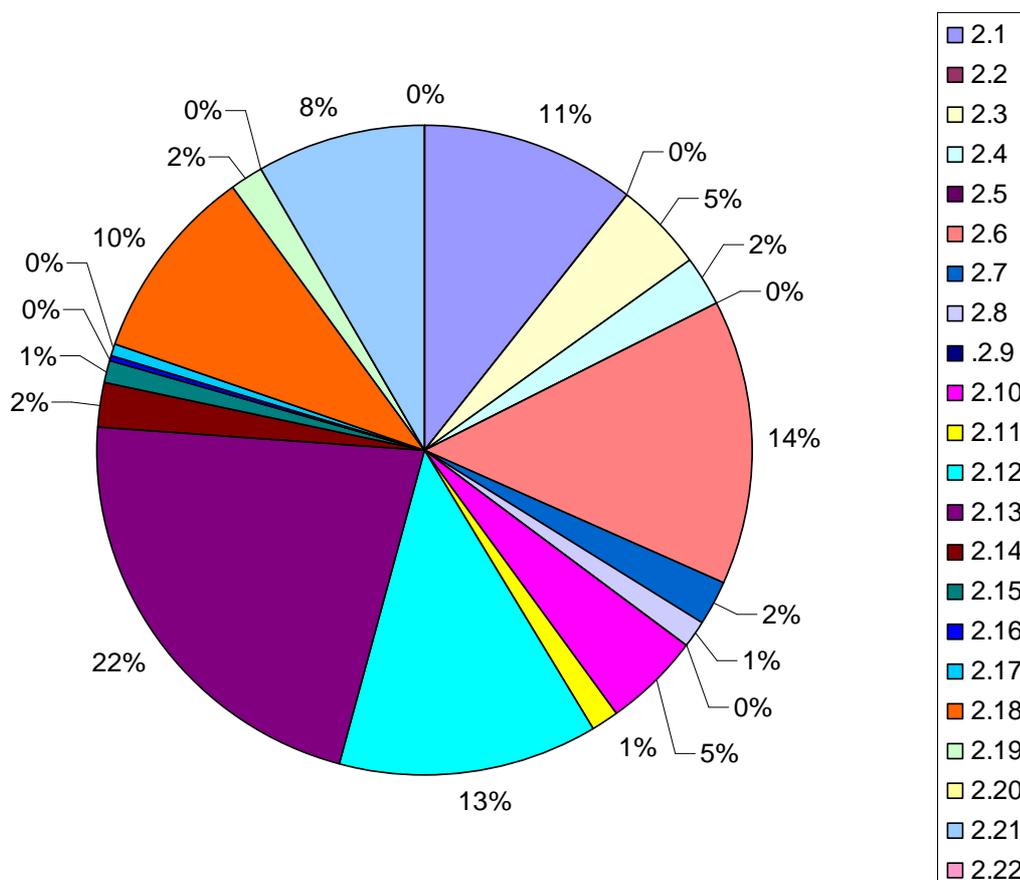


GRÁFICO 2 – CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS POR RAMO DE ATIVIDADE (%)
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

Por meio do gráfico, percebe-se que o ramo de atividade que predomina na cidade é o de metalurgia, representando 22% do total das indústrias levantadas na pesquisa. A implantação destas em Ponta Grossa, conforme contextualizado no capítulo 2 do presente trabalho vem ocorrendo desde o ciclo da madeira, o qual se deu de forma mais intensa a partir da década de 1940. Neste ramo, destacam-se as indústrias de Fundição como a Hubner, Metalúrgicas Scheffer, W3 Indústria Metalúrgica, Metalúrgica Thor, Metalúrgica Schiffer, Indústrias Kluppel, entre outras.

O ramo de atividade que se configura como o segundo maior em Ponta Grossa, 13% é o de fabricação de produtos de minerais não-metálicos, o qual se constitui, essencialmente, no ramo de construção civil. Isto se deve, principalmente, à conjuntura nacional atual, ou seja, à explosão imobiliária que ocorre em todo o país. Inclui-se neste ramo de atividade as marmorarias e construtoras.

O terceiro ramo de atividade, 11%, é o de fabricação de produtos alimentícios e bebidas, sendo que as empresas instaladas em Ponta Grossa de maior representatividade são a Sadia, instalada devido ao ciclo de abate de suínos ocorrido na década de 1930, Femsa – Cervejaria Kaiser, Tozan Alimentos Orgânicos e Vinagre Chemim.

Já a quarta atividade industrial predominante em Ponta Grossa, sendo 10% das indústrias de transformação, é o de fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e

relógios, com destaque para a Scheffer Logística e Automação e a Metalflor do Brasil.

Aparecendo com o quinto maior ramo de atividade atuante em Ponta Grossa, com 8%, a fabricação de móveis e indústrias diversas, o qual é formado pela Carimbrás Indústria e Comércio de Brinquedos, Metalgondolas, Burgay, entre outras.

Sendo assim, as cinco atividades descritas acima, representam um total de 64% das indústrias instaladas em Ponta Grossa, enquanto que as demais respondem pelos outros 36%.

Neste contexto, buscou-se organizar a cinco principais atividades industriais de Ponta Grossa segundo a sua localização por bairros.

Desta forma, obtiveram-se os seguintes mapas:

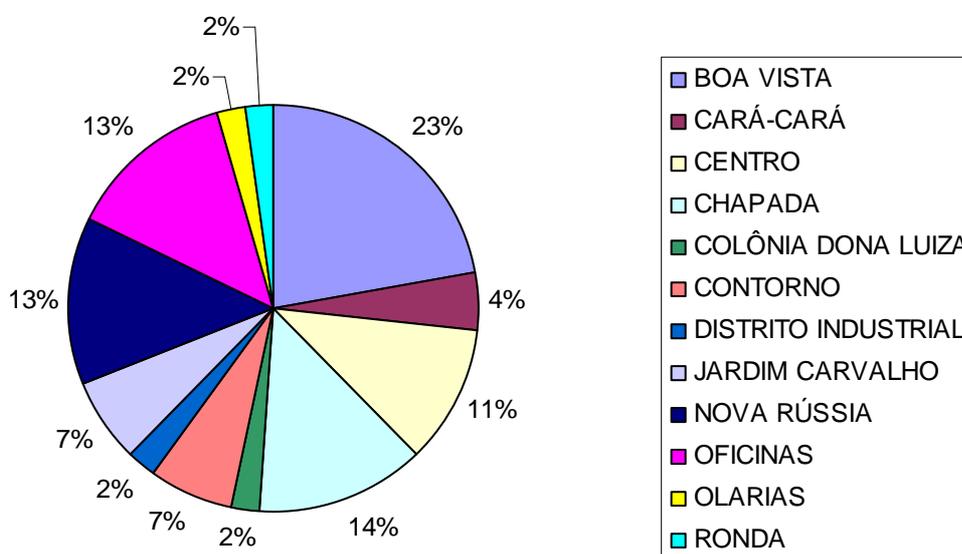


GRÁFICO 3 – METALURGIA BÁSICA – DIVISÃO POR BAIRROS
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

Por meio do gráfico acima, percebeu-se que 23% das indústrias que atuam na atividade metalúrgica estão concentradas no bairro

Boas Vista. Enquanto que 14% localizam-se no Chapada e outros 13% em Oficinas.

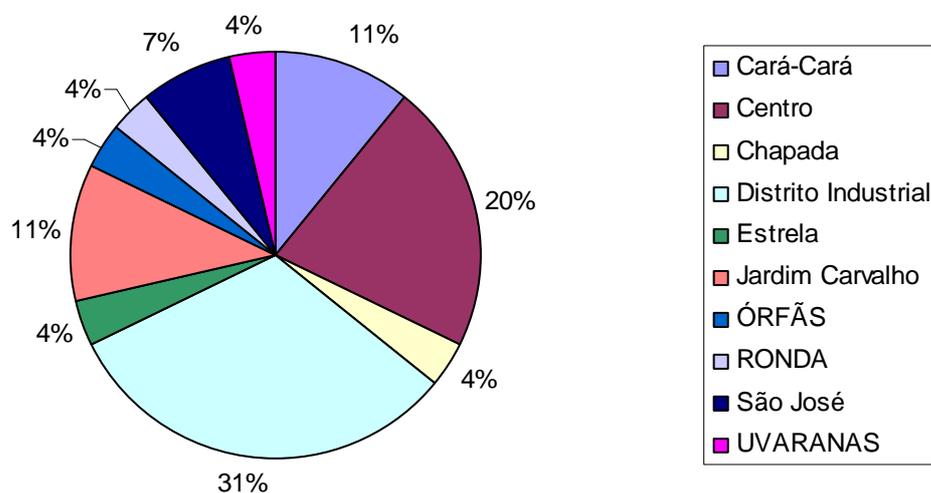


GRÁFICO 4 – FABRICAÇÃO DE MATERIAIS NÃO-METÁLICOS – DISTRIBUIÇÃO POR BAIROS
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

As indústrias que atuam na fabricação de produtos não-metálicos tem 31% do total instaladas no Distrito Industrial e 20% no Bairro Estrela, enquanto que 11% localizam-se no Jardim Carvalho, com predominância das marmorarias.

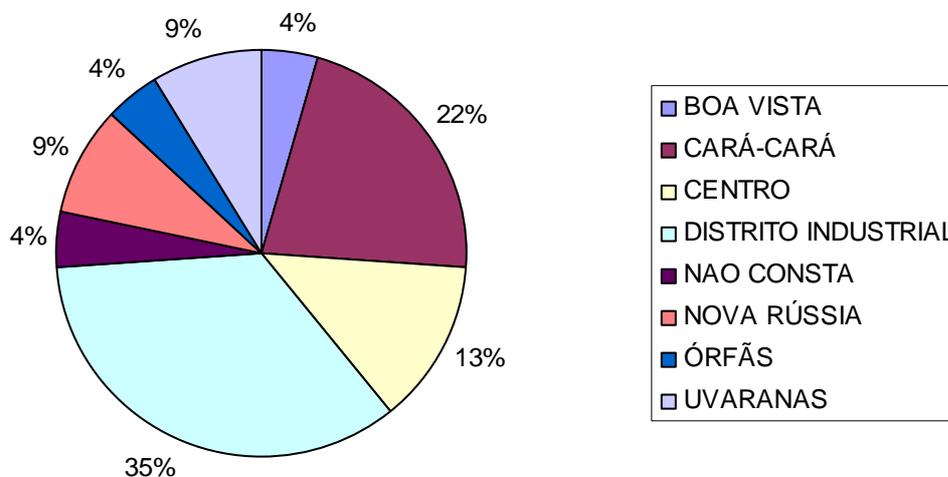


GRÁFICO 5 – FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS E BEBIDAS – DISTRIBUIÇÃO POR BAIRROS
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

A atividade voltada para a fabricação de produtos alimentícios e bebidas tem 35% das indústrias localizadas no Distrito Industrial e 22% no Bairro do Cará-Cará, vale destacar nestes bairros as indústrias Bunge Alimentos, Cargill, Tozan Alimentos Orgânicos e a Femsa – Cervejaria Kaiser.

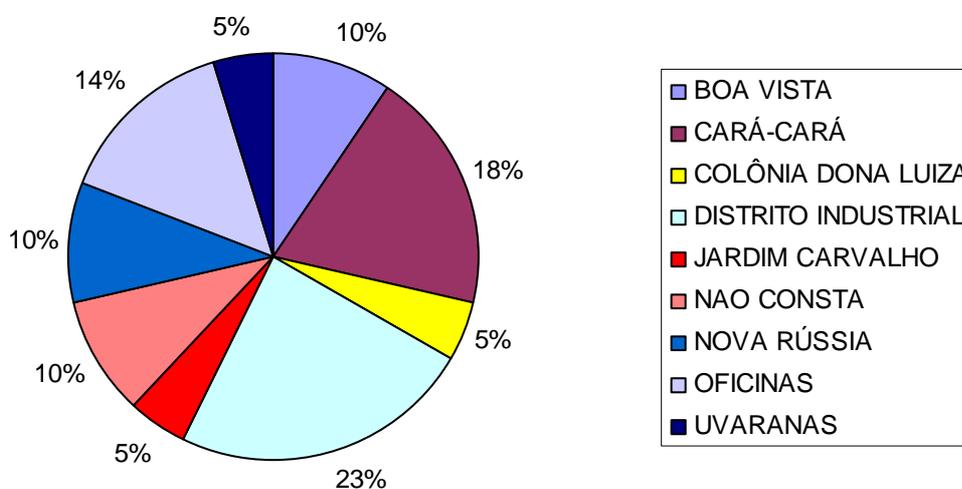


GRÁFICO 6 – FABRICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INSTRUMENTAÇÃO MÉDICO-HOSPITALARES, INSTRUMENTOS DE PRECISÃO E ÓPTICOS, EQUIPAMENTOS PARA AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL, CRÔNOMETROS E RELÓGIOS – DIVISÃO POR BAIRROS
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

No Distrito Industrial estão localizadas 23% das indústrias atuantes na fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios estão localizadas, enquanto que 18% localizam-se no Cará-Cará. Os outros 59% dividem-se entre os bairros Oficinas 14%, Boa Vista e Nova Rússia 10% cada, enquanto que os bairros de Uvaranas, Jardim Carvalho e Colônia Dona Luiza contam com 5% cada uma e 10% das indústrias cadastradas não apresentavam a localidade.

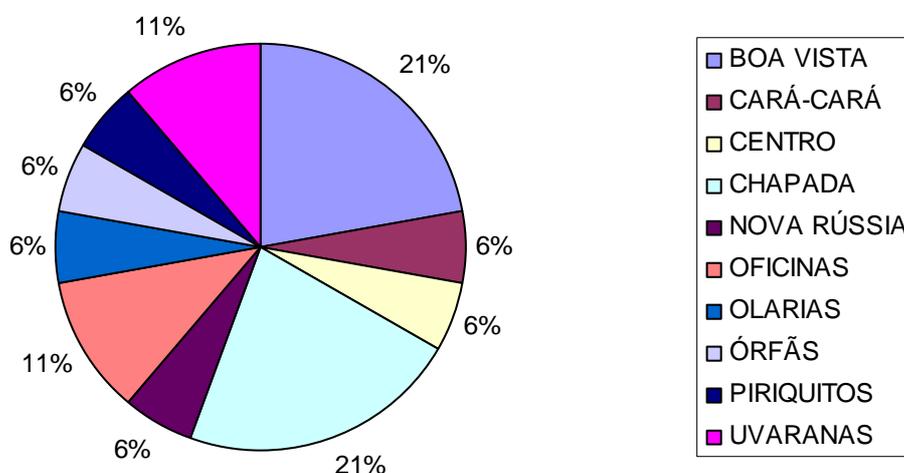


GRÁFICO 7 – FABRICAÇÃO E MÓVEIS E INDÚSTRIAS DIVERSAS – DIVISÃO POR BAIRROS
 FONTE: ORGANIZAÇÃO DA AUTORA

As indústrias moveleiras estão instaladas na cidade de Ponta Grossa, dividem-se nos Bairros de Boa Vista e Chapada, sendo que cada um possui 21% das indústrias que atuam no ramo, enquanto os 58% por

dispersam-se pelos bairros do Cará-Cará, Centro, Nova Rússia, Oficinas, Olarias, Órfãs, Piriquitos e Uvaranas.

3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da contextualização histórica do processo econômico de Ponta Grossa, pode-se perceber que a diversidade industrial é uma constante, uma vez, que na cidade existem indústrias atuantes nas mais diversas áreas.

O processo de industrialização em Ponta Grossa, iniciado a partir de 1850 constituiu-se em vários ciclos econômicos, os quais formataram a cidade até os dias atuais.

Os ciclos da erva-mate a partir da metade do século XIX, da madeira, o qual se iniciou com o transporte da erva-mate e intensificou-se na década de 1940, com a chegada dos veículos automotores, propiciando a instalação de várias serrarias na cidade, as quais levaram ao surgimento da indústria metal-mecânica, levaram Ponta Grossa a apresentar uma tradição histórica no desenvolvimento de atividades industriais.

A partir da década de 1970, o plano PLADEI em conjunto à política econômica desenvolvida no estado, Ponta Grossa contou com a instalação de indústrias de grande porte, as quais atraíram inúmeros fornecedores de equipamentos e insumos, incrementando ainda mais a atividade industrial na cidade.

Ponta Grossa apresenta-se como uma boa opção para as indústrias que procuram um novo local para instalar suas unidades, pois a mesma possui localização estratégica, configurando-se como um

entroncamento rodo-ferroviário, além da proximidade com o Porto de Paranaguá, o qual facilita o escoamento da produção e ainda, pela existência de mão-de-obra qualificada e instituições formadoras de profissionais.

Com base no levantamento previamente realizado foram identificadas 225 indústrias instaladas em Ponta Grossa, que atuam nos mais variados ramos, tais como: madeireiras, embalagens, alimentícios, componentes automotivos, entre outros. Esta variedade constitui em um importante potencial na segmentação do turismo técnico-científico e o turismo de negócios, uma vez que, o turista procura atender

A diversidade nos ramos de atividade produção em Ponta Grossa favorece a segmentação do Turismo Industrial.

O Turismo Industrial é uma segmentação da atividade turística que vem ganhando espaço no mercado. Cidades como Joinville, Blumenau no Estado de Santa Catarina, em Maringá no Estado do Paraná e ainda, em diversos países da Europa⁵ são exemplos de cidade que já têm produtos turísticos neste segmento. Outrossim, cabe ressaltar que indústrias de Ponta Grossa, ainda que isoladamente, também recebem visitantes interessados em conhecer as instalações ou processos industriais das mesma. Neste sentido, destaca-se a Femsa – Cervejaria Kaiser, a qual, segundo a Assessora de Comunicação “recebe em média 400 visitantes por mês, sendo que cerca de 60% destes são oriundos de outras cidades” (informação verbal)⁶ e ainda a indústria de Carpetes Beaulieu do Brasil, que segundo a– Coordenadora Regional Comercial(informação verbal)⁷ da indústria “recebe um público

⁵ www.promotur.com.br, www.turismoblumenau.com.br, www.maringacvb.com.br; www.rhturismo.net

⁶ Entrevista concedida a autora em 22/04/2008.

⁷ Entrevista concedida à autora em 25/04/2008.

altamente segmentado, constituído por arquitetos e decoradores, totalizando uma média de 30 pessoas ao mês”.

Neste sentido, percebe-se a necessidade de incrementar o desenvolvimento da segmentação, buscando atrair um maior número de turistas à cidade, além de ofertar um novo produto, buscando a permanência por mais tempo destes.

O turismo industrial, assim como qualquer outra segmentação turística necessita de planejamento, sendo que o mesmo deve buscar a participação de todos os atores envolvidos na atividade, além de buscar o engajamento das indústrias para se adequarem e poderem assim receber os turistas, propiciando uma oferta turística de qualidade.

Segundo Ruschmann (1997, p. 138) “oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estada em sua destinação”.

Neste contexto, a cidade de Ponta Grossa possui oferta turística, uma vez que, conta com atrativos e equipamentos turísticos. E nesse caso, especificamente, com indústrias dos mais diversos ramos de atuação.

Sendo assim, a oferta turística existente pode se tornar um produto turístico, atendendo as diferentes demandas de visitantes.

Desta forma, pode-se buscar a segmentação do turismo industrial, desenvolvendo produtos turísticos que foquem o interesse específico do turista, buscando enquadrá-lo no diversos ramos de atividade apresentados neste trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo Industrial é uma segmentação crescente, o qual já vem sendo desenvolvido em diversas cidades brasileiras e também em países europeus.

Sendo assim, com o presente trabalho identificou-se que a cidade de Ponta Grossa possui potencial para o desenvolvimento desta segmentação, uma vez que possui várias indústrias instaladas em seu território, atuantes nas mais diversas áreas. Sendo que por meio do levantamento realizado para o desenvolvimento deste trabalho foram constatados os cinco principais ramos de atividades econômicas existentes na cidade, sendo eles: metalurgia básica, fabricação de materiais não-metálicos, fabricação de produtos alimentícios e bebidas, fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios e a fabricação de móveis e outras indústrias.

Neste sentido, torna-se possível o uso da diversidade industrial na cidade para o incremento do turismo, por meio do desenvolvimento planejado da atividade.

Outrossim, o presente trabalho possibilita a elaboração de programas que foquem a utilização dos recursos na atividade turística como eventos voltados aos principais ramos de atuação, programas educativos que envolvam a comunidade escolar, roteiros turísticos, entre outros. Desta forma, constata-se que o assunto não esgota neste trabalho, podendo ter continuidade em outros.

Cabe ressaltar que não foi pretensão deste trabalho roteirizar estas indústrias, mas sim apenas analisa-las com o intuito de perceber a potencialidade das mesmas para a atividade turística.

REFERENCIAS

ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Pioneira, Ática, 2000.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo** 3ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

BOULLON, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSO, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo: turismo e sustentabilidade: formação de redes e ação municipal para regionalização do turismo**. Ministério do Turismo, coordenação Tânia Brizolla, Ana Clévia Guerreiro Lima. – [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008.

CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo x Espaço: reflexões necessárias na pós-modernidade. In: GASTAL, S.; CASTROGIOVANNI, A. C. **Turismo na pós-modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. p. 43 – 50.

CHAMMA, G. V. F. **Ponta Grossa: a cidade, o povo e o poder**. Ponta Grossa: [s.n.], 1988,

DENCKER, A de F M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

GONÇALVES, M A C; PINTO, E A. **Ponta Grossa – um século de vida (1823 – 1923)**. Ponta Grossa: Kugler Artes Gráficas, 1983.

LANGE, F L P. **Os Campos Gerais e sua Princesa**. Curitiba: COPEL, 1998.

LAROCCA JUNIOR, J.; LINS, H N. Indústria em Ponta Grossa: Trajetória e Perspectivas. In: CARIO, S. A. F.; PEREIRA, L. B.; BROLLO, M. X. **Economia Paranaense: estudo de setores selecionados**. Florianópolis: UFSC, Programa de Pós-Graduação em Economia, 2002.

MOLINA, S. **Planejamento Integral do Turismo**. Bauru: Edusc, 2001.

_____. **Turismo: metodologia e planejamento**. Bauru: Edusc, 2005.

MONTEJANO. **Estrutura do mercado turístico**. 2ª ed. São Paulo: Rocca, 2001.

OLIVEIRA, A P **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização** - 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

PETROCCHI, M. **Gestão de Pólos Turísticos**. São Paulo: Futura, 2002.

_____. **Turismo: Planejamento e Gestão.** São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável.** 7ª ed. Campinas: Papyrus, 1997.

TREMEA, N. J. C. **Ponta Grossa no contexto econômico do Brasil e do Paraná no final do século XX.** 2000. Relatório de Pesquisa. Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2000.

TRINDADE, J. B. **Tropeiros.** São Paulo: Editoração Publicações e Comunicações, 1992.