

O TURISMO INDUSTRIAL COMO POTENCIADOR DO DESENVOLVIMENTO LOCAL: ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS.

292

Bacharelado em Administração
6º Período**Orientadora**
Profª Drª Ana Vanali**Autores**
Eduarda Crispim Vidotto
Rian Estevan
Stefany Fernanda dos Anjos
Thayná Evelyn de Lima**Resumo:**

Este trabalho tem como tema central o desafio do turismo industrial como potenciador do desenvolvimento local em uma empresa de São José dos Pinhais. A empresa selecionada para a realização da pesquisa de campo foi em São José dos Pinhais. A referida pesquisa teve como objetivo geral criar um roteiro de turismo industrial para São José dos Pinhais, proporcionando uma experiência informativa e envolvente para visitantes interessados em explorar as indústrias locais, a cultura industrial e as oportunidades de aprendizado na área. e específicos levantar a situação atual do parque industrial de São José dos Pinhais, buscar alternativas de roteiro e elaborar uma proposta de roteiro para um turismo industrial em São José dos Pinhais. Sendo uma pesquisa de natureza qualitativa, utilizou-se como metodologia para o desenvolvimento do presente trabalho para a coleta de dados e análise dos dados utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa métodos e técnicas para coleta e análise dos dados e apresentação do plano de ação. Para a elaboração do plano de ação foram utilizadas as metodologias de 5W2H, matriz gut, análise SWOT e cronograma. Utilizou-se como referencial teórico os conceitos de território, rotas industriais, estratégia, visita a empresas, patrimônio industrial e turismo cultural. Na apresentação dos resultados da pesquisa, através do plano de ação sugeriu-se a proposta de um roteiro industrial para empresa em estudo.

Palavras-Chaves: Turismo Industrial. Rotas Turísticas. Circuitos Turísticos Industriais.

INTRODUÇÃO

O presente artigo é o trabalho final da disciplina de Jornadas de Aprendizagem do 6º período do curso de Administração realizado durante o 2º semestre do ano de 2023.

O estudo foi dividido em quatro partes. Na primeira é apresentado o tema do semestre como exploração do turismo industrial na região de Miringuava, São José dos Pinhais que tem por objetivo contextualizar o tema e fornecer uma visão geral do estudo, são apresentados os conceitos e teorias relevantes relacionados ao turismo industrial e sua importância como atividade econômica e cultural. Além disso, são discutidos os aspectos históricos e econômicos da região de Miringuava, destacando seu papel na indústria local.

A metodologia empregada para esta pesquisa envolve a coleta de dados primários e secundários. A pesquisa de campo será conduzida por meio de visitas às indústrias selecionadas, entrevistas com representantes locais e observações diretas. Os dados secundários serão obtidos por meio de revisão bibliográfica e pesquisa documental.

Na segunda parte, apresenta-se a "Estação Vivenciando a Indústria". Nesta seção, serão detalhadas a história da empresa selecionada, a situação atual do mercado em que a empresa atua e o contexto atual da mesma. Isso proporcionará uma compreensão mais profunda do escopo e relevância do presente trabalho, enriquecendo o contexto do estudo.

A terceira parte, Estação Trocando Ideias, é composta pelos estudos de caso, que têm como objetivo estabelecer uma relação significativa entre as práticas de benchmarking e as necessidades específicas da empresa Eco Guariaca. Serão exploradas as estratégias, métodos e resultados do benchmarking e como eles podem ser aplicados para aprimorar o desempenho e a competitividade da empresa.

Por fim, o artigo será concluído com as Considerações Finais. Nessa parte, faremos uma reflexão abrangente sobre o processo de elaboração do presente trabalho, destacando os principais resultados, desafios enfrentados e lições aprendidas. Além disso, será fornecida uma visão geral das recomendações e das próximas etapas que podem ser exploradas em pesquisas futuras relacionadas a este tema.

1 – ESTAÇÃO MÃOS NA MASSA

Nesta estação serão apresentados o tema central do semestre, delimitando seu escopo e relacionando-o ao estudo em questão, o desafio proposto e os objetivos que direcionaram a pesquisa e desenvolvimento, as metodologias de pesquisa para coleta de dados e análises para a elaboração de um plano de ação em resposta ao desafio e a fundamentação teórica, fortalecendo o entendimento dos temas abordados.

1.1 – Tema do semestre

O tema de Jornada de Aprendizagem do 6º período do curso Bacharelado em Administração é o cenário competitivo.

Cenários competitivos representam uma ferramenta crucial de análise de negócios, destinada a identificar os competidores e aprofundar a compreensão de sua visão, valores fundamentais, público-alvo e análise SWOT, que abrange Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças. À medida que as empresas operam em ambientes altamente competitivos, essa análise desempenha um papel fundamental na promoção de perspectivas estratégicas que impulsionam a criação de vantagem competitiva.

A sobrevivência dos negócios exige que eles sejam competitivos. Stoner e Freeman (1994) enfatizaram a importância de planejar mais, pois na visão deles, "sem planejamento, os gestores não sabem como organizar pessoas e recursos; sem planejamento, os gestores não sabem como organizar pessoas e recursos". Pode não estar claro o que você precisa organizar."

Somente a execução do planejamento estratégico de longo prazo pode afastar as empresas das estatísticas de mortalidade. Com base na perspectiva de Ansoff e McDonnell (1993) sobre planejamento estratégico, a perspectiva de uma empresa é analisada para identificar tendências, oportunidades, ameaças e interrupções únicas que podem alterar as tendências históricas.

1.2 – Delimitação do tema do semestre

Dentro da descrição dos cenários competitivos o presente trabalho irá abordar o turismo industrial.

1.2.1 - Turismo

O turismo é a atividade de viajar para destinos diferentes do nosso dia a dia, por lazer, recreação, negócios ou outros propósitos. Envolve a exploração de novos lugares, culturas, paisagens e experiências, incluindo hospedagem, transporte e passeios durante a estadia. O turismo desempenha um papel importante na economia global, gerando empregos, receitas e intercâmbio cultural entre pessoas de diferentes países.

Wahab (1991) enfatizou três elementos básicos na anatomia dos fenômenos turísticos: pessoa (o fator humano como iniciador do comportamento turístico), espaço (o fator físico coberto pelo próprio comportamento) e tempo (o fator temporal coberto pelo turismo).

Ignarra (2001), citando o conceito adotado pelas Nações Unidas, define turista como: toda pessoa que entra em qualquer lugar que não seja sua área, independentemente de raça, sexo, idioma e religião. ou tenha a sua residência habitual e aí permaneça no mínimo 24 horas, no máximo 6 meses, ou mais de 12 meses para fins de turismo, entretenimento, desporto, saúde, motivos familiares, estudo, peregrinação religiosa ou negócios, mas não tem propósito de imigração.

1.2.2 - Turismo Industrial

O turismo industrial é uma modalidade de turismo que envolve visitas a locais onde são desenvolvidas atividades industriais, permitindo aos visitantes conhecerem de perto os processos de produção, a tecnologia utilizada e a história por trás das indústrias e fábricas. Essa forma de turismo oferece insights sobre como os produtos são fabricados e como funcionam as operações industriais.

“Turismo industrial é a atividade turística como uma política de proteção histórica e valorização do patrimônio industrial para o crescimento do turismo cultural, contribuindo para o desenvolvimento econômico, da oferta e de atrativos turísticos da destinação” (DALONSO et SANTOS).

Tem a ver com um tipo de consumidores (turistas) que procuram novas experiências, ele tenta entender mais e melhor sobre os lugares que visita. Turismo de patrimônio Industrial refere-se às atividades turísticas realizadas em locais construídos pelo homem,

que possuem características próprias, originário de um processo industrial anterior ou atual. (SÁNCHEZ, 2007, p. 26).

Ele é importante pois impulsiona a economia local, educa os visitantes sobre processos industriais, preserva os patrimônios e estimula a inovação, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável e diversificação do turismo.

O turismo e o turismo industrial estão interligados no cenário competitivo de várias maneiras. O turismo industrial envolve visitas a empresas e locais de produção para entender como os produtos são feitos, enquanto o turismo tradicional está mais ligado a visitar atrações culturais e naturais. No cenário competitivo, o turismo industrial pode atrair pessoas interessadas em experiências autênticas e educacionais, oferecendo uma perspectiva única sobre as operações de negócios.

Isso pode contribuir para a diversificação do setor turístico de um destino, tornando o mais atraente para diferentes tipos de turistas e aumentando a competitividade no mercado. Além disso, ambos os tipos de turismo podem incentivar a colaboração entre as empresas e as autoridades locais para criar a infraestrutura e os serviços necessários, impulsionando o desenvolvimento econômico da região e sua posição competitiva no setor do turismo.

1.3 – Desafio do semestre

Tem como desafio proposto pela empresa identificar as principais indústrias e empresas localizadas em São José dos Pinhais, considerando sua relevância histórica e econômica, para propor um roteiro de turismo industrial e selecionar as atrações industriais mais representativas e interessantes para inclusão no roteiro, levando em consideração a diversidade de setores industriais.

1.3.1 - Pesquisando o turismo no Brasil

Conforme o site Brasil escola O País está localizado na América do Sul, fazendo fronteira com vários países sul-americanos e com o Oceano Atlântico. Sua capital é Brasília e possui uma geografia diversificada com florestas tropicais e montanhas. Algumas das cidades mais conhecidas são Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador. O país possui uma grande variedade de pontos turísticos, desde praias paradisíacas até maravilhas naturais e

culturais, como as praias de Salvador, Fernando de Noronha e Lençóis Maranhenses, que são encantadoras.

De acordo com o site melhores destinos, o ponto turístico mais visitado do Brasil é o Cristo Redentor, localizado no topo do morro do Corcovado, na cidade do Rio de Janeiro. Se trata de uma estátua de Jesus Cristo, que atrai milhares de turistas do mundo inteiro, todos os anos, que vêm para admirar a vista deslumbrante da cidade e da baía do alto do morro, além de apreciar a própria escultura, que é considerada uma das Sete Maravilhas do Mundo Moderno. O Cristo Redentor é um símbolo muito importante do Brasil conforme figura 1.

Figura 01: O Cristo Redentor



Fonte: Google, 2023.

Com relação ao turismo no Paraná segundo o site turismo Paraná , localizado na região sul do Brasil, este oferece uma variedade de atrações turísticas. A capital, Curitiba, é conhecida por sua infraestrutura urbana planejada e seus parques bem cuidados. As Cataratas do Iguaçu, localizadas na fronteira com a Argentina, são uma das atrações mais famosas do estado, conhecidas por sua beleza natural impressionante.

Outro destaque é a região de Campos Gerais, que abriga o Parque Estadual de Vila Velha, com suas formações rochosas únicas. A cidade histórica de Morretes é famosa por seu barreado, prato típico da região.

Entretanto, o lugar mais visitado no Paraná são as Cataratas do Iguaçu. Essas incríveis cachoeiras atraem turistas de todo o mundo devido à sua magnífica paisagem e à proximidade com a vida selvagem no Parque Nacional do Iguaçu, conforme figura 2.

As Cataratas do Iguaçu são reconhecidas como Patrimônio Natural da Humanidade pela UNESCO e continuam a ser um destino turístico muito popular, atraindo pessoas de todo o mundo que buscam experienciar a grandiosidade e a beleza da natureza. De acordo com o Boletim de Dados Turísticos da Secretaria estadual de Turismo (Setu-PR), o Parque Nacional, em Foz do Iguaçu recebeu 1.434.308 visitantes.

Figura 02: Cataratas do Iguaçu



Fonte: G1.com, 2023.

Pensando no local do desafio, o município de São José dos Pinhais, está localizado a 15 km do centro de Curitiba e conta com uma infraestrutura hoteleira e gastronômica, além do Aeroporto Internacional Afonso Pena, um dos mais bem equipados do Brasil. Outras atrações são as planícies do Campo Largo da Roseira e outras áreas aptas para lavoura e produção agropecuária, como Colônia Murici, Colônia Marcelino, Malhada, Contenda etc. A altitude média é de 906 metros, a temperatura média do mês mais quente é inferior a 22°C e a temperatura média do mês mais frio é inferior a 18°C. A cidade abriga

mais de mil empreendimentos industriais, muitos líderes de mercado, e com a chegada de montadoras e fornecedores de automóveis, tornou-se um dos maiores polos automotivos do Brasil e, no caso do Paraná, a maior cidade do estado do Paraná.

Face à transformação econômica, São José dos Pinhais procura resgatar e valorizar o seu patrimônio histórico, cultural e natural, encontrando o equilíbrio entre a indústria, a agricultura e o ambiente para se manter a qualidade de vida..

O “turismo” é a atividade econômica que mais cresce no mundo, proporcionando oportunidades de investimento, novas opções de trabalho, influenciando a distribuição de renda e beneficiando principalmente os cidadãos.

Figura 03: Letreiro Parque São José dos Pinhais



Fonte: Google, 2023

O turismo em São José dos Pinhais é amplamente promovido e divulgado através de diversos canais, incluindo o site oficial da prefeitura, as redes sociais como Instagram e Facebook, entre outros. Esses meios de comunicação desempenham um papel crucial na divulgação das atrações, eventos e serviços turísticos disponíveis na cidade. Os visitantes em potencial podem explorar o site da prefeitura para obter informações detalhadas sobre pontos turísticos, opções de hospedagem, roteiros sugeridos e eventos especiais. Além disso, as plataformas de mídia social permitem que a cidade alcance um público mais amplo, compartilhando fotos, vídeos e histórias envolventes que destacam a rica cultura,

história e belezas naturais de São José dos Pinhais. Com essa abordagem abrangente de divulgação, a cidade consegue atrair turistas, oferecer experiências memoráveis e fortalecer a indústria do turismo local.

Figura 04: Instagram de São José dos Pinhais



Instagram

prefeiturasjp Seguir Enviar mensagem

3.383 publicações 80 mil seguidores 18 seguindo

Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais

@prefeiturasjp Prefeitura

Instagram oficial da Prefeitura de São José dos Pinhais.
Cadastre-se no WhatsApp
wa.me/message/CBGMTYAUNVLVM1

Cursos Eventos Prefeitura informa! Sacolão verde Vacina Vagas emprego Fotografe SJP

Fonte: Google 2023.

Figura 05: Página do facebook de São José dos Pinhais



Fonte:Facebook,2023.

A cidade empenha-se vigorosamente em preservar e realçar sua rica herança histórico-cultural e beleza natural, buscando um equilíbrio harmonioso entre indústria,

agricultura e preservação ambiental, mantendo, assim, um ótimo padrão de qualidade de vida.

No âmbito dessa dedicação, ganha destaque o programa "Passeio pela Memória", concebido e conduzido em colaboração entre a Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo - Departamento de Turismo, juntamente com as Secretarias de Educação e Cultura. O programa visa inspirar tanto os visitantes quanto os habitantes locais a reconhecer e explorar os atrativos centrais e portais de entrada do município, todos eles intrinsecamente ligados à rica história de São José dos Pinhais. Além disso, o programa incentiva a interação com o comércio local, promovendo uma experiência verdadeiramente enriquecedora.

Neste contexto, apresentamos a seguir uma seleção dos pontos turísticos de São José dos Pinhais, são somente pontos turísticos e não estão relacionados ao patrimônio industrial da cidade.

Parque São José: Este espaço verde é um refúgio encantador, ideal para caminhadas, momentos de piquenique em meio à natureza e a prática energizante de esportes. É uma escolha predileta entre os moradores locais, que frequentemente se reúnem para aproveitar a atmosfera tranquila e revitalizante.

Figura 06: Parque São José



Fonte: Google, 2023.

Igreja Matriz de São José dos Pinhais: Um tesouro histórico datado do século XIX, essa igreja matriz cativante reflete uma arquitetura impressionante e abriga elementos religiosos de valor. Sua beleza e importância cultural fazem dela um excelente local de visita.

302

Figura 07: Igreja Matriz de São José dos Pinhais



Fonte: Google, 2023.

1.3 – Desafio do semestre

Neste semestre, enfrentamos o desafio de alcançar os objetivos estabelecidos para nosso projeto. Como criar um roteiro de turismo industrial para São José dos Pinhais, oferecendo uma experiência informativa e envolvente aos visitantes interessados em explorar as indústrias locais, cultura industrial e oportunidades de aprendizado na área.

Os objetivos específicos incluem levantar informações sobre o parque industrial, buscar alternativas de roteiro e elaborar uma proposta sólida para o turismo industrial na

cidade. Este desafio exigirá pesquisa, análise e criatividade para destacar a rica cultura industrial local e proporcionar oportunidades de aprendizado significativas.

1.4 – Objetivos: geral e específicos

303

Para presente trabalho foram estabelecidos um objetivo geral e três objetivos específicos.

1.4.1 – Objetivo geral

O objetivo geral deste projeto é criar um roteiro de turismo industrial para São José dos Pinhais, proporcionando uma experiência informativa e envolvente para visitantes interessados em explorar as indústrias locais, a cultura industrial e as oportunidades de aprendizado na área.

1.4.2 – Objetivos específicos

- a) Levantar a situação atual do parque industrial de São José dos Pinhais.
- b) Buscar alternativas de roteiro.
- c) Elaborar uma proposta de roteiro para um turismo industrial em São José dos Pinhais.

1.5 – Metodologia da pesquisa

Foram utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa métodos e técnicas para coleta e análise dos dados e apresentação do plano de ação.

1.5.1 – Métodos e técnicas para o levantamento dos dados

- a) Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é elaborada com base no que já foi publicado sobre o tema. Nela se inclui todo material impresso, como exemplo, livros, revistas, jornais, artigos, teses e dissertações (GIL, 2002).

Gil (2002) constata que a pesquisa bibliográfica tem como principal vantagem o fato de permitir que o investigador tenha acesso a uma gama de fenômenos muito mais ampla.

Em contrapartida, esses dados coletados podem ter sido elaborados de forma equivocada, podendo reproduzir o mesmo. Por isso, para reduzir essa possibilidade, asseguram-se das condições em que os dados foram obtidos, analisar profundamente cada informação, para que não haja contradições ao usar essas fontes (GIL, 2002). As vantagens que a pesquisa bibliográfica possui um comprometimento de qualidade, cabe aos pesquisadores se certificarem das condições dos dados que foram extraídos, analisando com assertividade toda a informação e descobrindo todas as irregularidades ou contradições e se utilizar de várias fontes (GIL, 2002).

A utilização de fontes para a contribuição de análise e entendimento do conteúdo é de suma importância para a conclusão dos resultados.

A pesquisa bibliográfica serviu como uma base sólida para a construção do conhecimento, contribuindo significativamente para a análise e compreensão do conteúdo abordado.

b) Pesquisa na internet

A pesquisa de internet se ressalta pelo fato de oferecer meios de buscas avançados, que atualmente seria difícil ou quase impossível encontrar em bibliotecas ou em outros meios. É possível que no futuro a internet torne-se o maior banco de dados e fonte de informações científicas disponíveis, lembrando que na internet trabalhamos com diferentes níveis de conhecimento, e fatores devem ser consultados para saber se são confiáveis (MATTAR, 2011).

Conforme Gil (2008) a pesquisa de internet é um dos meios de informações mais importantes atualmente, obtendo mais informações que qualquer ferramenta existente de pesquisa, caracterizando-se assim como um excesso de dados.

Foi utilizada a pesquisa de internet no presente trabalho, com o intuito de auxiliar os estudantes no entendimento das ferramentas de análise e de novas informações sobre o desafio proposto.

A pesquisa de Internet foi uma ferramenta essencial na busca de informações e no desenvolvimento do conhecimento, embora seja necessário abordá-la com uma abordagem crítica e criteriosa para garantir a qualidade e a confiabilidade das informações obtidas.

c) Pesquisa documental

Segundo Gil (2010), são materiais que não receberam tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa ou seja é a análise de documentos de “primeira mão”.

Já para Bonat (2009), a pesquisa documental é realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, onde o pesquisador vai desenvolver a sua investigação. Podendo ser em documentos pessoais, e-mails, imagens e manuscritos.

A pesquisa documental é uma ferramenta valiosa para a investigação acadêmica, proporcionando acesso a fontes primárias de informações que podem enriquecer o conhecimento e a compreensão em diversas áreas de estudo. É usada para coletar e analisar dados e informações com intuito de agregar no estudo do presente trabalho.

d) Entrevista informal

A entrevista informal é a menos estruturada possível e distingue da conversação porque tem por objetivo a coleta de dados. Nesse tipo de entrevista o que se pretende é uma visão ampla do problema, recomendada nos estudos exploratórios (GIL, 2008).

Marconi e Lakatos (2010), destacam que na entrevista informal, o entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar amplamente as questões. Uma vez que as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal.

A entrevista informal foi especialmente útil nos estudos exploratórios, para entender melhor o tópico antes de realizar uma pesquisa mais aprofundada.

A entrevista informal foi utilizada pelos academicos na data de 01 de Setembro de 2023, com questões enviadas para o Sr. Marcos da empresa.

e) *Brainstorming*

Para Selene e Staldle (2010) brainstorming é uma ferramenta utilizada em reuniões nas quais os integrantes têm total liberdade de expor suas ideias, por mais absurdas que

pareçam, sem se preocuparem uns com os outros, dos quais recebem ou não influências. Tais ideias são classificadas e avaliadas de acordo com as expectativas da organização.

Segundo Santos (2011), o brainstorming é utilizado para estimular a participação das pessoas nas reuniões, assim obter ideias sobre o tema específico, identificando problemas e levantando causas e melhorias.

No decorrer deste trabalho, esse método foi utilizado como uma ferramenta de discussão e geração de ideias, com o propósito de desenvolver os temas delineados pela organização de estudo.

f) **Pesquisa de Campo**

Para Ruiz (2011, p.50) “a pesquisa de campo é a observação das coisas que aconteceram naturalmente dentro da organização, com base na análise de dados e registros significativos”, portanto, “É aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e / ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”. (MARCONI; LAKATOS, 2010, p.169).

No dia 19 de Agosto de 2023 foi realizada a pesquisa de campo unidade em São José dos Pinhais, nesta ocasião foram abordadas várias perguntas referentes ao funcionamento, todas as dúvidas foram esclarecidas pelo Sr. Marcos.

1.5.2 – Métodos e técnicas para a análise dos dados

a) *Benchmarking*

Segundo Chiavenato (2008), o benchmarking é como uma fonte de ideias inesgotáveis e experiências alheias. Significa um marco de referência com esse conceito, como um padrão de excelência que necessita ser identificado para servir de base para inovação e mudanças, permitindo assim as comparações dos processos e práticas entre organizações para que haja a identificação do que há de melhor e conquistar um nível de superioridade ou vantagem competitiva.

De acordo com Araújo (2009) não tem no final do trabalho benchmarking irá se caracterizar por ser uma tecnologia de muita utilidade para a gestão organizacional, onde

é centrada na premissa do que é imperativo explorar, entender e examinar e utilizar as soluções de uma organização, sendo ela concorrente ou não, perante a determinado problema.

No presente trabalho esse método foi utilizado para viabilizar a identificação das melhores práticas, com o propósito de analisar sua aplicabilidade e contribuir para o desenvolvimento de conhecimento na área.

b) Matriz SWOT

Conforme definido por Chiavenato (2014), a análise SWOT pressupõe que os gestores devem apontar e avaliar detalhadamente os pontos fortes e fracos da organização, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente externo e, portanto, escolher estratégias que correspondam a esses aspectos classificados e garantam o sucesso da empresa.

Desta forma, a matriz SWOT permite o estudo interno e externo do ambiente empresarial, auxiliando na definição do plano estratégico, possibilitando apontar o que a empresa pretende alcançar, a partir da análise dos elementos a serem alcançados. (SPAREMBERGER; ZAMBERLAN, 2008).

MATRIZ 1: Modelo análise SWOT



Fonte: Google, 2023.

A análise SWOT foi utilizada para apresentação do cenário atual da empresa, desta forma podendo identificar as ameaças, fraquezas, forças e oportunidades impostas para a empresa citada.

c) Matriz G.U.T

Seleme e Stadler (2010), relatam que a matriz GUT considera, além da gravidade do problema, da urgência na tomada de ações e da tendência delineada, o relacionamento entre os três fatores de análise, caracterizando, assim a matriz, que se apresenta com a configuração de fatores e pesos de avaliação.

Custódio (2015), diz que a matriz GUT seleciona fatores para que indiquem uma priorização de alternativas. Consiste em uma análise realizada a partir da gravidade, que indica o grau de gravidade do problema. Que serão tratados com prioridade, os problemas ou fatores de risco que obtiverem maior pontuação.

Quadro 02: Matriz G.U.T

Avaliação	Gravidade	Urgência	Tendência
5	Extremamente grave	Precisa de ação imediata	Irá piorar rapidamente se...
4	Muito grave	É urgente	Irá piorar em pouco tempo se...
3	Grave	O mais rápido possível	Irá piorar se...
2	Pouco grave	Pouco urgente	Irá piorar em longo prazo se...
1	Sem gravidade	Pode esperar	Não irá mudar se...

Fonte: CUSTÓDIO, (2015)

A matriz GUT foi utilizada para analisar o grau de criticidade nas tomadas de decisões referente a empresa estudada.

1.5.3 – Métodos e técnicas para o plano de ação

a) 5W2H

Segundo Meira (2003) a ferramenta 5W2H tem como finalidade descrever um plano de ação em etapas no qual a finalidade dessa ferramenta é responder as sete questões de uma forma mais eficiente.

- a) What (o quê)? O que será feito?
- b) Why (por que)? Por que será feito?
- c) Where (onde)? Onde será feito?
- d) When (quando)? Quando será feito?
- e) Who (quem)? Quem fará?
- f) How (Como)? Como será feito?
- g) How much (quanto custa)? Quanto custa?

Custódio (2015) explica que a técnica consiste em um plano de ação organizado e simples no qual se encaminha para a solução dos problemas, ordenando de forma prática a tomada de ações, identificando os elementos que serão abordados, conforme ilustra o Quadro 3.

Quadro 03: Modelo 5W2H

O quê?	Como?	Quem?	Quando?	Onde?	Por quê?	Quanto?

Fonte: CUSTODIO, (2015).

Conclui-se que o quadro 5W2H, é uma ferramenta de grande importância para as organizações, foi utilizado na delegação de tarefas e na elaboração de projetos.

- b) Cronograma de GANTT

Para Possi (2006) o cronograma de Gantt é um processo utilizado para a determinação de um projeto, e para a análise ou programação das atividades, medindo periodicamente o progresso e detectando as mudanças, representando assim todo o trabalho a ser produzido.

De acordo com Campos (2012), o cronograma é uma disposição gráfica do tempo em que será gasto na realização de um trabalho ou projeto, a duração é calculada a partir da data zero de início das atividades, para depois ser estabelecida a data real de início, de acordo com as atividades a serem cumpridas. Serve para auxiliar no gerenciamento e controle deste trabalho, permitindo de forma rápida a visualização de seu andamento.

Figura 08: Modelo Cronograma de Gantt.

Meses	Cronograma de Desenvolvimento do Projeto											
	Março			Abril			Maio			Junho		
Desenvolvimento do escopo do Projeto.	X	X										
Entrega da versão 00 do Projeto.		X										
Desenvolvimento da Janela OpenGL.			X	X								
Modelagem de objetos primitivos com OpenGL.			X	X	X							
Modelagem dos Objetos no Maya, para ser inseridos no cenário.				X	X							
Implementação de loader para os objetos do Maya.				X	X	X						
Desenvolvimento da lógica do jogo.				X	X	X	X					
Entrega da versão 01 (Wireframe).							X					
Aperfeiçoamento da modelagem e da lógica do jogo.							X	X	X	X		
Criação do sistema de iluminação.							X	X	X	X	X	X
Entrega da versão 02												X
Texturização do cenário.									X	X	X	X
Entrega da versão final												X

Fonte: Google Imagens, (2023).

O diagrama foi utilizado acompanhamento das atividades estipulação de datas para realização do projeto.

1.6 – Fundamentação teórica

A fundamentação teórica tem como objetivo apresentar uma análise sobre os conceitos que foram abordados ao longo do trabalho.

1.6.1 – Território

Santos (1977, 1978) aproxima o território, em suas diversas formas de apreensão em termos políticos e econômicos (local, regional e nacional), do conceito marxista de formação socioeconômica.

Santos (1996) dada a realidade atual, caracterizada pela interconexão global e local das redes, é comum surgir a tentação de contrapor, sob essa perspectiva, uma comunidade local à escala nacional, um espaço territorial local ao âmbito nacional e até mesmo uma estrutura socioeconômica regional em contraste com a estrutura socioeconômica nacional.

Esse conceito foi utilizado para se compreender sobre áreas geográficas delimitadas, considerando fatores políticos, econômicos e culturais que influenciam sua governança e dinâmicas, afim de agregar conhecimento para o desenvolvimento do trabalho.

1.6.2 –Estratégia

Wright, Kroll e Parnell (2000) definiu estratégia como o conjunto de planos da alta administração para alcançar resultados consistentes com a missão e os objetivos gerais da organização.

Para Andrews (2001) estratégia é o padrão de decisão em uma empresa que determina e revela seus objetivos, propósitos ou metas.

Esse conceito foi utilizado para se compreender como organizações e indivíduos planejam e executam ações para atingir objetivos.

1.6.3 – Rotas turísticas industriais

Segundo Otgaard (2012), as indústrias podem estar particularmente interessadas em abrir as suas portas aos turistas, pois isso traria benefícios não só para as empresas, mas também para as regiões onde estão localizadas, pelo que a integração de rotas com o património industrial traria produtos fortes e únicos que ajudam a fortalecer o carácter de uma região, ao mesmo tempo que proporcionam benefícios económicos às comunidades locais e preservam a cultura industrial.

Também é importante a considerar que o turismo criativo nas rotas de turismo industrial será uma forma de utilizar criativamente os recursos existentes para envolver os turistas na cultura do destino turístico. Ajudará também a realçar a identidade e a

diferenciação de uma região. Os meios podem até mesmo ser usado como fonte de reconstrução e revitalização de lugares (NGAMSIRIJIT, 2014)

Desta forma obeservamos que o turismo industrial pode ser uma estratégia vantajosa tanto para as empresas quanto para as comunidades locais.

312

1.6.4 – Visitas a Empresas

Os turistas tem a oportunidade de observar, verificar e compreender o funcionamento das empresas e a lógica do mercado de trabalho, elucidando o conteúdo dos métodos teóricos. (SANTOS, 2006).

Assim os turistas vivenciam o cotidiano da organização da empresa ouvindo, observando e sentindo. Como recurso didático, as visitas técnicas permitem que os turistas participem do processo produtivo da empresa (MONEZZI; ALMEIDA JR., 2005).

1.6.5 – Patrimonio Industrial

No património industrial inclui-se os bens imóveis (zonas de produção, de vivenda, etc.), os bens móveis (máquinas, ferramentas, arquivos, etc.) e a isto pode-se agregar os modos devida dos trabalhadores, o know how dos processosprodutivos, associados à indústria como um verdadeiro sistema (Zambón e Shenk, 2005, p.100).

Fez-se, então, a noção de que o patrimônio é de todos e, como tal, deve ser preservado para que as características de um povo sejam protegidas, cabendo ao Estado o estabelecimento dos seus limites físicos e conceituais (FONSECA, 2005)

1.6.6 – Turismo Cultural

Na sua tese de doutoramento Frew (2000) define o turismo industrial da seguinte forma: o turismo industrial envolve visitas por turistas a indústriasoperacionais onde a principal atividade não é orientada para o turismo. Refere que as atraçõesde turismo industrial são locais abertos ao público em que um dos seus propósitos é proporcionar uma experiência turística.

Turismo industrial é um tipo de turismo que envolve visitas a empresas operacionais e/ou a empresas não-operacionais cujo core business não está relacionado com o turismo;

o turismo industrial oferece aos visitantes uma experiência tendo em conta os produtos, os processos de produção, as suas aplicações e o seu passado histórico (OTGAAR, ET AL., 2008, p. 1).

2 – ESTAÇÃO VIVENCIANDO A INDÚSTRIA

Nesta estação serão apresentados a história da empresa, a situação atual do ramo de mercado em que a empresa estudada atua e o seu contexto atual, promovendo assim uma compreensão mais profunda do presente trabalho.

2.1 – História da empresa

No site da empresa situada em São José dos Pinhais foi fundada pelo jornalista Marcos Rosa Filho. É um refúgio natural com uma área de 60 mil m². Essa organização conta com a valiosa colaboração de respeitados ambientalistas, incluindo biólogos, que desempenharam um papel fundamental em sua criação.

Ela oferece experiências únicas de imersão na natureza para os turistas da região. Os visitantes podem desfrutar de uma variedade de atividades, como passeios de bicicleta, caminhadas, escaladas em montanhas, rapel, trilhas de tirolesa e participação em atividades ecológicas, como a coleta de lixo em grupo para a preservação do meio ambiente.

Além disso, proporciona a oportunidade de realizar almoços e jantares, tornando-se um ambiente ideal para comemorações, como aniversários, formaturas e confraternizações de empresas. O principal objetivo da é promover o ecoturismo em áreas de preservação ambiental privadas, oferecendo aos visitantes uma experiência única e sustentável.

2.2 – Situação atual do ramo de mercado em que a empresa estudada atua

Conforme o site Ministerio do Turismo, 2023, o mercado do ecoturismo é altamente variável e está sujeito a diversas influências, como a localização geográfica, regulamentações governamentais e tendências do setor. O êxito das empresas nesse setor muitas vezes está relacionado às suas estratégias de marketing, parcerias e à procura dos

consumidores por vivências ao ar livre. A crescente tendência global em direção ao ecoturismo e à busca por experiências em meio à natureza tem desempenhado um papel fundamental no fomento desse tipo de negócio, além disso, a conscientização ambiental e a demanda por viagens sustentáveis também exercem uma influência significativa.

o ecoturismo no Brasil está em constante expansão, em primeiro lugar, as pessoas buscam no ecoturismo uma fuga das rotinas estressantes dos grandes centros urbanos, agregando ao descanso uma variedade de atividades relaxantes, divertidas, recreativas e cheias de aventura.

Muitas dessas atividades ecoturísticas têm uma conexão direta com a natureza e oferecem opções adequadas para diversas faixas etárias. Dada a dimensão continental do Brasil e sua riqueza natural, não é surpreendente que o país seja um dos principais destinos de ecoturismo no mundo.

As atividades do setor de Turismo foram as principais responsáveis pelo crescimento de 2,9% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2022. Foi o que constatou o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), através de dados do Sistema de Contas Nacionais Trimestrais, de acordo com os dados divulgados, grupo que contém atividades ligadas o Turismo, cresceram 8,4% no ano.

2.3 – Contexto atual da empresa estudada

Hoje o principal atrativo que a empresa oferta é Eco Turismo Bacia do Miringuava que constitui um passeio na área rural de São José dos Pinhais que se localiza a 37km de Curitiba.

Fonte: 2023.

Além da contemplação dentro da propriedade há várias atividades como, caminhada RPPNs (Reservas particulares de patrimônio particular Natural) parcerias com outras chácara e áreas preservadas conforme o mapa abaixo:

No dia 19 de agosto de 2023, os estudantes da instituição de ensino superior UniSenai realizaram uma pesquisa de campo no setor de Eco Turismo os alunos foram recebidos pelo Sr. Marcos. Delineado um itinerário para os visitantes, começando na sede da , que abrange uma área de 06 hectares de vegetação, onde são oferecidas opções de

café tanto no bosque quanto no contêiner. Adicionalmente, são apresentados espaços para acampamento e informações sobre as abelhas sem ferrão.

Figura 11: Foto da visita no Parque Nacional Guaricana



Fonte: Os autores, 2023.

A segunda etapa é no Rancho Caminho das Águas, que se estende por 20 hectares de área verde. Este rancho constitui uma fazenda destinada ao Turismo Pedagógico e Eco Turismo, situada na Bacia do Rio Miringuava. As nascentes presentes na propriedade fazem parte dos aquíferos que abastecem diariamente mais de 400 mil habitantes de Curitiba e arredores. As atividades incluem visitas à granja, ao curral, à trilha autoguiada de Mata Atlântica, à plantação orgânica (certificada há mais de uma década) e também ao meliponário e pomar.

Figura 12: Trilha ecológica dentro do Parque Nacional Guaricana



Fonte: Os autores, 2023.

A próxima parada Vinícola Araucária, a maior área desapropriada para a formação do reservatório da Sanepar. O vinhedo local serve como uma aula ao ar livre sobre o cultivo das uvas que dão origem a vinhos e espumantes premiados. Existe a possibilidade de pernoitar em residências na mata, e diversas trilhas proporcionam a oportunidade de apreciar cachoeiras, culminando no Mirante, que oferece uma vista panorâmica da Represa do Miringuava.

Figura 13: Visita à Vinícola Araucária



Fonte: Os autores, 2023.

O último ponto de visita é a Bacia do Miringuava. A construção da Represa do Miringuava, a cargo da Sanepar, empresa estatal responsável pelo abastecimento hídrico do Paraná na cidade de São José dos Pinhais, representa uma significativa transformação socioambiental e cultural, especialmente em extensas áreas rurais que se conectam com ecossistemas nativos. A área de biodiversidade, abrangendo aproximadamente 400 quilômetros quadrados entre a captação de água da Sanepar no bairro Del Rey, as colônias Taquaral, Murici e Mergulhão, bem como o Parque Nacional Guaricana, será afetada pelas mudanças na fauna e flora decorrentes da inundação. Os agricultores terão restrições quanto ao uso de agrotóxicos, o que abrirá oportunidades para o turismo ecológico e a prática de agricultura orgânica, Sr. Marcos, em sua qualidade de agente turístico, divisa uma nova perspectiva empreendedora, tal como a implementação de passeios de barco sobre as represas da Sanepar.

Figura 14: Visita à Bacia do Miringuava



317

Fonte: Os autores, 2023.

No dia 1 de setembro, os alunos da UniSenai conduziram uma entrevista com o Sr. Marcos, após uma visita à empresa. Durante a entrevista, foram abordadas diversas questões relevantes.

Ao abordar a preocupação com o destino dos animais que atualmente habitam a área sujeita ao alagamento, o Sr. Marcos tranquiliza ao mencionar que a avaliação do impacto será conduzida por especialistas da Sanepar, juntamente com voluntários engajados em diferentes fases do projeto. Ainda que se utilizem experiências anteriores como referência, a incerteza persiste quanto aos possíveis desconfortos para a fauna local e os residentes, como a possível ampliação da presença de espécies peçonhentas, como cobras, nas chácaras da região.

Quanto à segurança da barragem, ponto de grande importância dada a atual conjuntura após eventos como os de Mariana e Brumadinho, o Sr. Marcos assegura que o risco de rompimento é mínimo. No entanto, destaca a necessidade de manter uma vigilância constante e rigorosa sobre a integridade da estrutura, em prol da segurança de todos os envolvidos.

Com relação aos investimentos provenientes da parceria com a Volkswagen, o foco recai sobre a reestruturação da infraestrutura existente, visando a criação de um mini camping e um campo base dedicado a motorhomes. Essa medida promete não apenas

enriquecer as opções de lazer na região, mas também atrair um novo público, potencializando o impacto positivo do projeto.

Finalmente, ao explorar o potencial do turismo industrial para a cidade, o Sr. Marcos ressalta que essa iniciativa já se encontra em curso, com as próprias indústrias buscando estabelecer laços e compartilhar conhecimentos com profissionais de fora do setor. Além disso, ele vislumbra a possibilidade de criar uma experiência de turismo industrial semelhante à bem-sucedida parceria entre a BMW e a Serra Verde. Isso abriria as portas para interessados que desejam conhecer de perto o processo produtivo, proporcionando benefícios tanto para a indústria quanto para os visitantes.

Em conjunto, as respostas do Sr. Marcos oferecem uma visão esclarecedora e abrangente sobre as perspectivas e estratégias em torno deste projeto em Miringuava, demonstrando um compromisso com a segurança, o desenvolvimento sustentável e a integração da comunidade local.

Os estudantes também realizaram um levantamento acerca do conhecimento das indústrias situadas em São José dos Pinhais. Foram mencionadas 58 empresas neste questionário, e 62 indivíduos contribuíram com suas respostas. Sendo que as indústrias em um ranking mais visitadas são

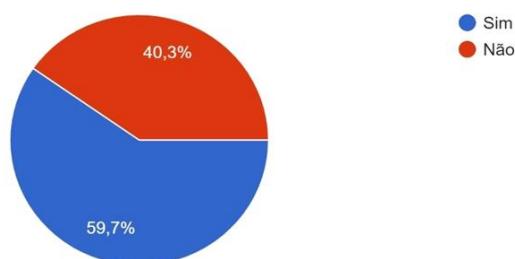
Figura 15: Resultado do questionário realizado pela turma:

Industrias mais visitadas em São José dos Pinhais	Qtde. de pessoas
Renault do Brasil	41
Boticario	30
VW	16
Nutirmental	9
Magius	8

Fonte: Os autores, 2023.

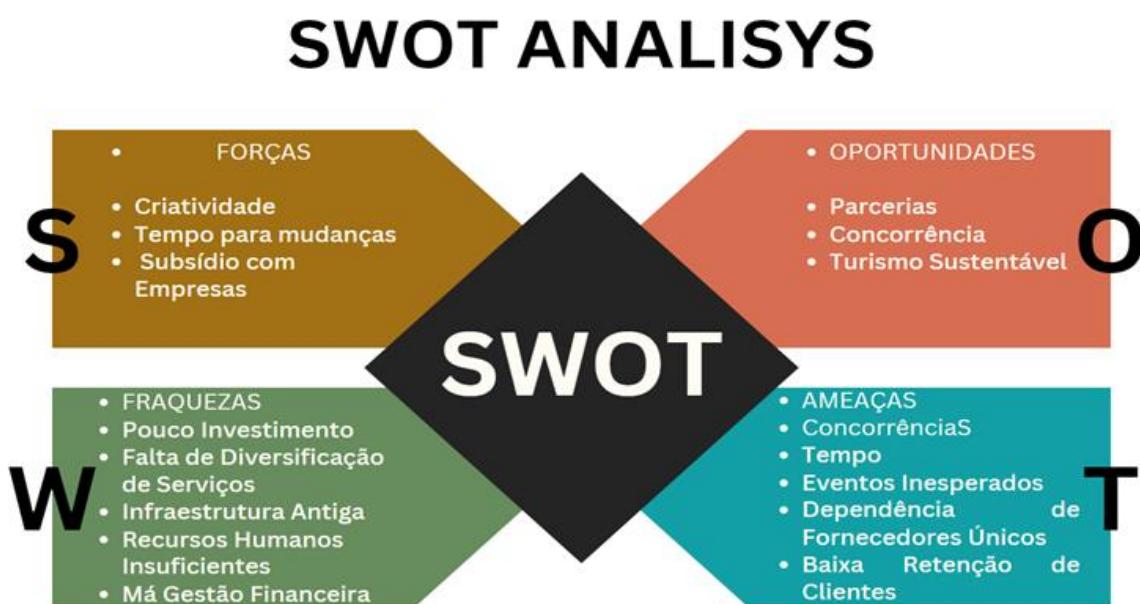
O gráfico 6 exibe o resumo total desse estudo:

Gráfico6: Resultado do questionário através do gráfico pizza



Fonte: os autores, 2023.

Figura 17: Análise Swot da empresa



Fonte: Os Autores, 2023.

Pontos Fortes (*Strengths*):

A criatividade é um trunfo significativo para a empresa, uma vez que permite a concepção de ideias inovadoras e a criação de soluções únicas para os desafios enfrentados. Além disso, o tempo disponível é uma vantagem valiosa, pois possibilita um planejamento cuidadoso e a execução eficaz de mudanças. A obtenção de subsídios ou financiamento de outras empresas também representa um ponto forte, fornecendo um impulso financeiro à inovação.

Pontos Fracos (*Weaknesses*):

Por outro lado, a limitação de recursos financeiros devido a um baixo investimento é um obstáculo significativo à inovação, pois restringe a capacidade de investir em novas tecnologias e estratégias. A falta de diversificação de serviços é outra fraqueza, já que a empresa depende demasiadamente de um único tipo de serviço de turismo, tornando-a vulnerável a flutuações no mercado. A tecnologia desatualizada também é uma fraqueza, dado o papel crucial da tecnologia no setor.

Oportunidades (*Opportunities*):

As oportunidades surgem em várias formas. A concorrência, por exemplo, pode servir como um estímulo para a empresa melhorar e inovar, destacando-se em um mercado saturado. Além disso, a conscientização ambiental crescente abre portas para o desenvolvimento de pacotes de turismo sustentável, que podem atrair um novo segmento de mercado.

Ameaças (*Threats*):

Por fim, existem ameaças a serem enfrentadas. A concorrência intensa, principalmente quando dominada por empresas maiores e mais estabelecidas, representa uma ameaça. O fator tempo também pode ser uma ameaça, pois a demora na implementação de inovações pode resultar na perda de participação no mercado. Além disso, eventos imprevisíveis, como desastres naturais, crises econômicas ou surtos de doenças, representam ameaças significativas para a indústria de turismo.

Esta análise SWOT oferece uma visão abrangente da situação da empresa de turismo, destacando seus pontos fortes e fracos, bem como as oportunidades e ameaças que ela enfrenta, ajudando a guiar suas estratégias futuras.

A figura 18 demonstra a Matriz G.U.T conforme os dados levantados pela analise SWOT.

Figura 18: Matriz G.U.T

Problema	Gravidade	Urgência	Tendência	Resultado
Falta de diversificação de serviços	5	5	5	125
Pouco investimento	5	4	4	80
Desatualização em Marketing e Publicidade	5	3	4	60
Infraestrutura Antiga	3	4	4	48
Dependência de Fornecedores Únicos	3	4	4	48
Baixa Retenção de Clientes	4	3	3	36
Concorrência intensa	4	3	3	36
Eventos imprevisíveis	3	2	3	18
Recursos Humanos Insuficientes	2	2	3	12
Má Gestão Financeira	2	2	2	8

Fonte: Os Autores, 2023.

Com as pontuações GUT calculadas, agora podemos priorizar com base nas pontuações mais altas. Das ameaças, "Falta de diversificação de serviços" tem a maior pontuação GUT (125). Das fraquezas, "Pouco investimento" tem uma das maiores

pontuações (80) e Desatualização em Marketing e publicidade com (60). Portanto, essas duas áreas podem ser priorizadas para a tomada de ação imediata.

3 – ESTAÇÃO TROCANDO IDEIAS

Nesta estação serão apresentados os estudos de caso com a finalidade de relacionar o benchmarking com as necessidades da empresa Eco guariaca.

3.1 – Estudo de caso na empresa BMW

Segundo o site Sebrae Paraná a BMW possui roteiro turístico operado pela Serra Verde Express, empresa paranaense que organiza as visitas à fábrica desde outubro de 2022. O tour passa por diferentes etapas, como a soldagem de componentes e construção da carroceria, a montagem do carro e a finalização da produção, o acompanhamento dos primeiros testes de rodagens, realizados por maquinário, a experiência do teste na pista de carona com um piloto BMW, até chegar à linha de controle de qualidade.

No turismo industrial, as fábricas abrem suas portas para que interessados possam conhecer a estrutura das unidades produtivas, a forma de fabricação e a tecnologia utilizada. O roteiro da visita costuma ser guiado e ainda pode apresentar a história da empresa, como criação, implementação no local onde está situada e até mesmo desenvolvimentos científicos.

Quadro 1 – Estudo de caso Estudo de caso na empresa BMW

Onde foi feito?	Empresa BMW Araquari/SC
Qual era o problema?	Ampliar o conhecimento da marca
O que foi feito	as fábricas abrem suas portas para que interessados possam conhecer a estrutura das unidades produtivas, a forma de fabricação e a tecnologia utilizada.
Quando foi feito?	outubro de 2022
Como foi feito?	Elaborando um tour que representantes do setor público e empresários das cidades de Araucária e Campo Largo participaram de missão técnica, organizada pelo Sebrae/PR, à fábrica da montadora de veículos BMW em Araquari, Santa Catarina. A comitiva contou com a participação de 15 pessoas e serviu para o conhecimento prático do que é um roteiro turístico industrial e dos seus reflexos nas empresas.
Resultados obtidos?	O modelo proposto pode gerar valor para o turismo e a indústria, Estudantes e professores podem se beneficiar tendo acesso a casos

	de sucesso, e também o estímulo à criação de empresas e ao empreendedorismo Além do networking com os demais colegas, a troca de conhecimento e práticas aplicadas em outras indústrias
--	---

Fonte: Os autores,2023.

322

3.2 – Estudo de caso na Serra Verde Express

A Serra Verde Express é uma empresa brasileira com 22 anos de história, se destaca como a maior operadora de serviços receptivos em Curitiba e no Litoral Paranaense, oferecendo diversos serviços como passeios de trem turísticos entre Curitiba e Morretes, com três opções de classe, e visitas em empresas renomadas como BMW Group Brasil, e além disso, a empresa fornece transporte, hospedagem, city tours, excursões e venda de ingressos.

Ela é conhecida internacionalmente pelo seu ótimo desempenho no setor turístico e de transporte, já transportou mais de 3,5 milhões de passageiros, oferecendo a eles experiências temáticas incríveis, como o Music Train Festival.

Com a sua grande diversidade de serviços, a Serra Verde Express atende às diversas preferências e interesses dos clientes, enquanto contribui para o desenvolvimento econômico local.

Quadro 2 – Estudo de caso na empresa Serra verde express

Onde foi feito?	Empresa Serra verde express
Qual era o problema?	Necessidade turística observada pelo grupo paranaense Higi Serv.
O que foi feito	Proporcionam um roteiro de viagem voltado para a natureza e pontos turísticos do Paraná, valorizando o Estado e enriquecendo as experiências dos turistas.
Quando foi feito?	1997
Como foi feito?	A empresa conquistou a concessão para operar trens turísticos, e transformou o roteiro Curitiba - Litoral do Paraná no segundo principal atrativo turístico do estado, depois de renovar a concessão em 2007, a empresa expandiu suas operações, lançando o primeiro trem de luxo do país, o Great Brazil Express, que são trens temáticos que oferecem experiências diferenciadas.
Resultados obtidos?	Trouxe diversos benefícios para o estado, incluindo o desenvolvimento econômico por meio do aumento de receitas em setores como hotéis e restaurantes, gerando mais empregos, pois atualmente ela emprega 300 famílias, e vem destacado as atrações locais, incentivando a preservação ambiental e cultural, e contribuído para a economia local.
Observações:	A parceria com a BMW é voltada para o turismo industrial

Fonte:Os autores,2023.

3.3 – Estudo de caso na empresa Volkswagen

A Volkswagen do Brasil abre as portas de todas as suas fábricas no país, incluindo as unidades de Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), Taubaté (SP), São Carlos (SP), e São José dos Pinhais (PR) para visitação pública durante o horário de produção. Esse projeto é conhecido como #VCnaVW e tem como objetivo fortalecer a proximidade entre a marca e diversos segmentos de relacionamento no país.

As visitas estão disponíveis para clientes, entusiastas da Volkswagen, concessionários, fornecedores, parceiros de negócios, associações, organizações, funcionários e seus familiares, autoridades, estudantes de universidades e escolas técnicas, sendo organizadas em grupos de 20 a 40 pessoas. Os interessados devem solicitar agendamento por meio do e-mail da empresa.

Durante as visitas às fábricas, os participantes têm a oportunidade de conhecer a alta tecnologia envolvida no processo produtivo e os modelos que compõem a gama de produtos da Nova Volkswagen.

A busca por uma maior proximidade com o público é um dos pilares da Nova Volkswagen. Iniciativas como o programa de visitas #VCnaVW buscam fortalecer ainda mais a sólida conexão existente entre a marca e os brasileiros. Este programa planeja realizar mais de 120 visitas por ano, com um público estimado de mais de 4.000 pessoas.

Quadro 3 – Estudo de caso na empresa Volkswagen

Onde foi feito?	Empresa Volkswagen
Qual era o problema?	A busca pelo fortalecimento entre a marca e diversos segmentos de relacionamento do país.
O que foi feito	A empresa disponibiliza a oportunidade de conhecer suas instalações para aqueles interessados, que podem se inscrever por meio de seu site.
Quando foi feito?	2022
Como foi feito?	Através do programa #VCnaVW, a empresa busca fortalecer a já sólida conexão com os brasileiros, oferecendo visitas em grupo que proporcionam aos participantes uma experiência prática no campo do turismo industrial.
Resultados obtidos?	A abertura das instalações para visitas fortalece a marca, aproxima clientes, estimula networking, melhora a qualidade percebida, beneficia estudantes, possibilita feedback direto, valoriza funcionários e atende a responsabilidades sociais, gerando benefícios diversos.
Observações:	Com essa iniciativa abre uma possibilidade de criar um turismo industrial em SJP.

Fonte:Os autores, 2023.

3.4 – Estudo de caso na Prefeitura São Bernardo do campo

O Programa de Turismo Industrial em São Bernardo representa uma iniciativa visionária que transcende as fronteiras tradicionais do turismo, conectando os residentes a um mundo fascinante de inovação industrial. Sob a liderança proativa do prefeito Orlando Morando, a cidade viu o programa florescer, alcançando um marco notável com 19 parceiros engajados em proporcionar experiências únicas aos visitantes. A mais recente adição, a parceria com a Refrigerantes Convenção, simboliza uma expansão geográfica estratégica, ampliando o alcance do programa para além dos limites municipais.

A diversificação inteligente das parcerias, incluindo empresas de diversos setores, posiciona São Bernardo como um destino de turismo industrial exemplar. A colaboração estratégica com a cervejaria Guitt's acrescenta uma camada adicional de variedade, prometendo experiências enriquecedoras aos visitantes. A conquista do título de Município de Interesse Turístico (MIT) não apenas valida a importância do programa, mas também garante recursos substanciais para o contínuo desenvolvimento de iniciativas turísticas.

Nesta introdução, exploraremos as nuances dessa jornada, destacando o impacto econômico, a diversidade de experiências oferecidas e a notável expansão geográfica que tornam o Programa de Turismo Industrial em São Bernardo uma referência notável no cenário do turismo brasileiro.

Quadro 4– Estudo de caso Prefeitura São Bernardo do campo.

Onde foi feito?	Prefeitura São Bernardo do campo.
Qual era o problema?	Diversificação e Atração de Público.
O que foi feito	São Bernardo estabeleceu parcerias com 19 empresas de diferentes segmentos.
Quando foi feito?	21 de novembro de 2019.
Como foi feito?	A Prefeitura de São Bernardo oficializou a expansão do programa através de uma parceria com a empresa Refrigerantes Convenção. A empresa concordou em abrir as portas de sua fábrica, localizada em Caieiras, Interior de São Paulo, para grupos de moradores da cidade.
Resultados obtidos?	<p>Aumento no Número de Parceiros: A gestão de Orlando Morando conseguiu expandir o programa para incluir 19 parceiros, indicando um aumento no número de empresas e indústrias participantes.</p> <p>Diversificação de Experiências. A inclusão de empresas de diferentes segmentos sugere uma diversificação nas experiências oferecidas aos visitantes, potencialmente atraiendo um público mais amplo.</p> <p>Contribuição para a Economia Local. O prefeito destaca que o programa não apenas atrai visitantes, mas também aquece a economia local. Os resultados podem incluir um impacto econômico positivo, como aumento de empregos e gastos dos turistas na cidade.</p>
Observações:	<p>Diversificação e Abrangência: A inclusão de empresas de diversos segmentos industriais e a expansão geográfica para além dos limites do município demonstram uma abordagem abrangente e diversificada no Programa de Turismo Industrial.</p>

Envolvimento do Setor Privado:
A parceria com empresas privadas, como a Refrigerantes Convenção, destaca o envolvimento ativo do setor privado no programa, o que pode fortalecer a sustentabilidade e o crescimento contínuo do turismo industrial.

Impacto Econômico Local:
O destaque dado pelo prefeito Orlando Morando sobre o aquecimento da economia local indica a importância percebida do programa não apenas como uma atração turística, mas como um catalisador para benefícios econômicos no município.

Fonte: Os autores, 2023

3.5 – Alternativas de solução para o desafio do semestre

O quadro apresentado abaixo representa uma análise detalhada das causas prioritárias e possíveis alternativas de solução. Por meio dessa representação visual, é possível identificar de maneira clara e organizada os principais fatores que contribuem para a situação em questão, bem como os potenciais estratégias e soluções que podem ser implementadas para mitigar ou resolver essas questões. Esta análise é fundamental para orientar decisões e ações direcionadas ao aprimoramento do contexto em foco, visando alcançar resultados mais eficazes e satisfatórios. Ao examinarmos o quadro, teremos uma visão abrangente das causas que demandam atenção prioritária, assim como das possíveis abordagens que podem ser adotadas para promover melhorias significativas.

Quadro 5 – Alternativas de solução para o desafio do semestre

Ameaças e Fraquezas Priorizadas	Alternativas de Solução
Desatualização em marketing e Publicidade	Melhorar a estratégia de marketing da organização.
Pouco investimento	Aumentar os investimentos disponíveis para empresa.
Falta de Diversificação de produtos/serviços.	Implementar um programa de turismo industrial.

Fonte:Os autores,2023

4 – ESTAÇÃO HORA DE FALAR

Nessa estação, serão apresentadas as diretrizes do método 5W2H como estratégia para a resolução do desafio em questão, acompanhado ao cronograma que se alinha para orientar as atividades a serem desempenhadas.

4.1 – Plano de ação para a causa Desatualização em Marketing

Em um cenário de negócios em constante mutação, a agilidade e a capacidade de adaptação são elementos cruciais para o sucesso de qualquer empresa. A área de marketing, em particular, enfrenta desafios contínuos para manter-se atualizada e relevante, à medida que o público e as tendências evoluem constantemente. É nesse contexto que apresentamos nosso plano de ação para abordar a "Desatualização em Marketing." O plano de ação se destaca ao propor soluções eficazes e de baixo custo, demonstrando que a eficiência e a criatividade podem ser aliadas valiosas na busca por resultados expressivos.

Este plano se concentra em aprimorar a estratégia de marketing da empresa, visando a atração de mais clientes, o aumento da visibilidade da marca e a melhoria na eficácia de nossas campanhas. Nossa objetivo é não apenas lidar com a desatualização, mas também otimizar o uso de recursos disponíveis para alcançar resultados expressivos com um investimento financeiro modesto.

Quadro 09: 5W2H para Desatualização em Marketing

5W					2H		Status
O quê? (What?)	Porque? (Why?)	Onde? (Where?)	Quem (Who?)	Quando (When?)	Como? (How?)	Quanto custa? (How much?)	
Aprimorar conhecimento em marketing.	Melhorar a estratégia de marketing da empresa.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos	06/01/2024	Plataforma on line Sebrae, como cursos gratuitos disponibilizados pelo site.	10 horas.	A fazer.
Definir as estratégias de marketing.	Melhorar a estratégia de marketing da empresa.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos	02/02.2023	Consultores de marketing.	3 horas.	A fazer.
Implementar as mudanças necessárias.	Aumentar a visibilidade da marca	Eco Guaricana.	Sr. Marcos	03/03.2023	Canais de marketing.	2 horas.	A fazer.

Fonte: Os autores, 2023.

4.2 – Plano de ação para a causa pouco investimento

Em um cenário empresarial dinâmico e competitivo, a capacidade de investir em inovação, desenvolvimento e expansão é uma necessidade essencial para assegurar o progresso e a longevidade de qualquer organização. Entretanto, muitas vezes, as limitações financeiras podem se tornar um obstáculo significativo para a realização dessas aspirações. Nesse contexto, o plano de ação "Pouco Investimento," que visa abordar a necessidade urgente de ampliar os recursos financeiros disponíveis para a empresa. Com o objetivo central é garantir que haja recursos adequados para impulsionar a inovação, o

desenvolvimento e a expansão de nossas operações, capacitando-nos a prosperar em um mercado em constante evolução.

Quadro 10: 5W2H para pouco investimento

5W					2H		Status
O quê? (What?)	Porque? (Why?)	Onde? (Where?)	Quem (Who?)	Quando (When?)	Como? (How?)	Quanto custa? (How much?)	
Analizar as finanças	Para garantir recursos adequados para inovação e desenvolvimento.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos	06/fev.2024 06/mar.2024	Identificando fontes de capitais, como parcerias, investidores ou cortes de custos.	2 horas por dia.	A fazer
Identificar as fontes de capital	Para garantir recursos adequados para inovação e desenvolvimento.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos	15/abr.2024 23/jun.2024	Através de editais de fundações, como a VW.	3 horas por dia.	A fazer

Fonte: Os autores, 2023.

4.3 – Plano de ação para a causa diversificação de serviços/produtos.

Este plano tem como objetivo principal a implementação de um programa de turismo industrial para diversificar as ofertas da empresa. O programa tem como a finalidade de atrair um novo público, aumentar a receita de forma adicional e fortalecer parcerias comerciais já existentes. Os passeios de turismo industrial serão conduzidos nas instalações de parceiros comerciais e em locais industriais de relevância.

Para alcançar esse objetivo, a deverá estabelecer parcerias estratégicas com empresas industriais locais, promovendo uma colaboração mútua benéfica. Além disso, planeja o desenvolvimento de roteiros industriais envolventes, informativos e atraentes que proporcionem uma experiência única aos visitantes. Esses roteiros irão explorar os bastidores de operações industriais, destacando processos, inovações e histórias por trás das empresas parceiras. Proposta de Roteiro Industrial em São José dos Pinhais.

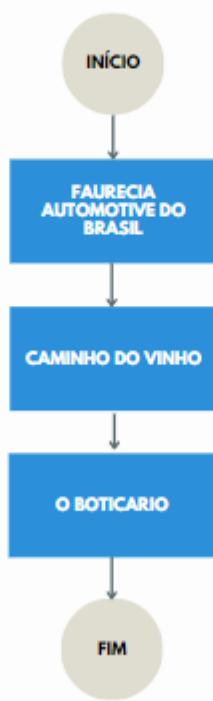
Quadro 11: 5W2H diversificação de serviços/produtos.

5W					2H		Status
O que? (What?)	Porque? (Why?)	Onde? (Where?)	Quem (Who?)	Quando (When?)	Como? (How?)	Quanto custa? (How much?)	
Realizar pesquisas de mercado	Para entender como funciona o ramos de turismo industrial.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos.	02/Mai.2024 15/Mai.2024	Definindo objetivos e coletando dados relevantes nas industrias.	3 horas por dia.	A fazer.
Elaborar proposta de projeto turismo industrial	Para diversificar as ofertas da empresa.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos.	16/mai.2024 27/mai.2024	Parceiros comerciais, fábricas e locais industriais.	2 horas por dia.	A fazer.
Procurar parcerias com as indústria	Fortalecer as relações com parceiros comercias.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos.	28/mai.2024 26/jul.2024	Parceiros comerciais, fábricas e locais industriais.	1 horas por dia.	A fazer.
Implementar o projeto	Para aumentar a receita da empresa e atrair um novo público.	Eco Guaricana.	Sr. Marcos.	29/jul.2024 29/ago.2024	Elaborando um roteiro industrial.	2 horas por dia.	A fazer.

Fonte:Os autores, 2023.

FIGURA 21 FLUXOGRAMA ROTEIRO INDUSTRIAL.

FLUXOGRAMA ROTEIRO INDUSTRIAL



Fonte: Os autores, 2023.

Nossa proposta visa criar um roteiro Industrial de São José dos Pinhais, oferecendo uma experiência informativa e envolvente para todos os visitantes interessados em explorar as indústrias locais, compreender a cultura industrial e descobrir as oportunidades de

aprendizado na área. Será realizada uma visita as indústrias para uma análise prática da situação atual através de uma discussão interativa com representantes no momento da visita nas indústrias para melhor entendimento.

Elaboração da Proposta de Roteiro:

Empresas a serem visitadas :

- Faurecia Automotive do Brasil
- Caminho do Vinho
- O Boticario

Faurecia Automotive do Brasil:

- Apresentação da empresa: histórico, produtos, e presença no mercado.
- Enfoque nas práticas de inovação e sustentabilidade.
- Discussão sobre a cadeia de suprimentos e oportunidades de colaboração.

Caminho do Vinho:

Visão geral do setor vitivinícola na região.

Entendimento das práticas agrícolas, processos de produção e estratégias de marketing.

Acompanhado de almoço no local da visita

O Boticário:

- Análise do sucesso da marca no setor de cosméticos.
- Foco na inovação em produtos e responsabilidade socioambiental.
- Exploração de oportunidades de colaboração em projetos de responsabilidade corporativa.

Itinerário:

- Detalhamento do cronograma para cada visita.
- Inclusão de tempo para perguntas e discussões durante as visitas.
- Listagem dos benefícios esperados para as empresas visitadas.
- Potenciais oportunidades de networking e colaboração.
- Networking e Oportunidades de Aprendizado:
- Espaço para networking entre participantes, representantes da indústria e especialistas.

- Informações sobre oportunidades de aprendizado, estágios e parcerias no setor industrial local.

4.4 – Cronograma para a aplicação do plano de ação para o desafio do semestre

FIGURA 22: CRONOGRAMA DE IMPLEMENTAÇÃO

TAREFAS	PRAZOS											
	2024											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Aprimorar conhecimento em marketing	■											
Definir as estratégias de marketing		■										
Implementar as mudanças necessárias			■									
Analizar as finanças			■									
Identificar as fontes de capital				■	■	■	■					
Realizar pesquisas de mercado					■							
Elaborar proposta de projeto turismo industrial					■							
Procurar parcerias com as indústrias						■	■					
Implementar o projeto							■	■				

Tarefas realizadas 
Tarefas a realizar 

5 – ESTAÇÃO PRÓXIMO NÍVEL

Após percorrer as quatro estações anteriores, sugere-se como próximo nível de estudo, uma análise detalhada da viabilidade econômica e ambiental do roteiro proposto, incluindo a avaliação do impacto financeiro para a empresa e a identificação de estratégias de marketing eficazes para atrair visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a conclusão deste trabalho, é evidente a importância e o potencial do turismo industrial como catalisador para o desenvolvimento local, especialmente em regiões marcadas por uma forte presença industrial, como é o caso de São José dos Pinhais, mais especificamente na região de Miringuava.

A empresa selecionada para este estudo, atua como uma protagonista nesse cenário, proporcionando uma base sólida para a criação de um roteiro de turismo industrial na localidade.

A pesquisa realizada ao longo do estudo, adotou uma abordagem consistente, utilizando técnicas de coleta e análise de dados relevantes. A utilização de métodos como 5W2H, matriz gut, análise SWOT e cronograma no desenvolvimento do plano de ação demonstra um compromisso com a eficácia na implementação das propostas.

Os estudos de caso e benchmarking, proporcionou uma análise crítica das estratégias aplicáveis à , e com isso, é importante destacar que a implementação efetiva do roteiro proposto exigirá a colaboração de diversas partes interessadas, incluindo a comunidade local, órgãos governamentais e, é claro, a própria .

As recomendações finais destacam a importância de parcerias estratégicas, promoção ativa do roteiro e constante adaptação para o sucesso do turismo industrial em São José dos Pinhais. O desafio não só permite explorar riquezas industriais, mas também é um meio eficaz de preservar a herança cultural e econômica. Este trabalho não apenas atende aos objetivos, mas aponta para oportunidades significativas no desenvolvimento local sustentável.

REFERÊNCIAS

- 100 FRONTEIRAS. Notícia. Disponível em: <https://100fronteiras.com/turismo/noticia>. Acesso em: 13 agosto 2023.
- ANDREWS, K.R. O conceito de estratégia empresarial. In: MINTZBERG, H.; QUINN, J.M. (org.). O processo de estratégia. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- ANSOFF, H. Igor; MCDONNELL, Edward J. Implantando a administração estratégica. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1993. 590 p.
- BONAT, Débora. Metodologia da pesquisa. 3. ed. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009
- BRASIL ESCOLA. O turismo no Brasil. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/brasil/o-turismo-no-brasil.htm>. Acesso em: 14 agosto 2023.
- CAMPOS, L.F.R, Gestão de projetos, Curitiba: IFPR, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- CORDEIRO, José Lopes (1987). "Algumas questões para a salvaguarda do Patrimônio Industrial". In: Anais do 1º Seminário Nacional de História e Energia. 1., 1987, São Paulo: Eletropaulo, Departamento de Patrimônio Histórico
- CUSTODIO, Marcos Franqui. Gestão da qualidade e produtividade. 1.Ed. São Paulo, 2015.
- DALONSO, Yoná da Silva; SANTOS, Rosângela A. dos. Turismo Industrial: um novo segmento do turismo em Joinville. Disponível em: <www.anptur.org.br>. Acesso em: 08 de agosto de 2023.
<https://www..com.br/>. Acesso em:01 de Out. 2023.
em:https://www.saobernardo.sp.gov.br/maximizada//asset_publisher/5cLluTMVcxDN/cont ent/sao-bernardo-e-municipio-de-interesse-turistico?inheritRedirect=false. Acesso em 25 Nov.2023.
- federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro; Editora UFRJ, 2005.
- FONSECA, Maria Cecília Londres. O Patrimônio em processo: trajetória da política
- Frew, E., 2000, Industrial Tourism: a conceptual and empirical analysis, Department of Hospitality, Tourism and Marketing, University of Technology, Victoria.
- G1 GLOBO. Perc-SJP: Programa Especial de Recuperação de Crédito. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/prefeitura-de-sao-jose-dos-pinhais/noticia/2021/09/10/perc-sjp-programa-especial-de-recuperacao-de-credito.ghtml>. Acesso em: 13 agosto 2023.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª Ed São Paulo: Atlas, 2008.
- Gil, A. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- GUIA DO TURISMO BRASIL. São José dos Pinhais. Disponível em: <https://www.guiadoturismobrasil.com/cidade/PR/851/sao-jose-dos-pinhais>. Acesso em: [data de acesso não fornecida].
<https://pr.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/turismo-industrial-inspira-empresas-de-araucaria-e-campo-largo/>
- IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira, 2001.
- LINKEDIN:https://www.linkedin.com/pulse/empresas-de-turismo-em-dificuldades-quais-s%C3%A3o-os-impactos-tom-calixto?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via
Accesso em:30 de Out. 2023.
- MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATTAR, J. Metodologia científica na era da informática. 3^a Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MCKERCHER, Bob; DU CROS, Hilary. Testing a cultural tourism typology. The international journal of tourismresearch, Chichester, v. 5, nº 1, p. 45-58, jan./fev. 2003.

MEIRA, R. C. As ferramentas para a melhoria da qualidade. 2. Ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2003.

MINISTERIO DO TURISMO: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ibge-confirma-atividade-turistica-como-importante-indutora-da-economia-brasileira>. Acesso em: 28 Set.2023.

MONEZI,C. A.; ALMEIDA FILHO, C. O. C. A visita técnica como recurso metodológico aplicado ao curso de engenharia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO EM ENGENHARIA. Campina Grande-PB, 2005.

NGAMSIRIJIT, W. (2014) Value creation in creative tourism: Co-creation through data mining. International Journal of Intelligent Enterprise, 2(2/3),255-276.

OTGAAR, A. (2012). Towards a common agenda for the development of industrial tourism. Tourism Management Perspectives, 4, pp. 86-91

Otgaard,A., Berg,L., Berger, C., e Feng, R., 2008, Industrial Tourism: opportunities for city and enterprise, Euricur – European Institute for Comparative Urban Research, Rotterdam

PASSAGENS PROMO. Pontos turísticos mais visitados no Brasil. Disponível em: <https://www.passagenspromo.com.br/blog/pontos-turisticos-mais-visitados-no-brasil/#:~:text=Para%20quem%20est%C3%A1%20curioso%20em,principal%20atra%C3%A7%C3%A3o%20tur%C3%ADstica%20do%20pa%C3%ADs>. Acesso em: 14 agosto 2023.

POSSI, M. Gerenciamento de Projetos, 3^a ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

PREFEITURA DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. Secretaria de Cultura. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-cultura/>. Acesso em: 13 de agosto de 2023.

SÁNCHEZ, Alfonso Vargas (org.). Turismo Industrial en la provincia de Huelva: Presente y Futuro. Huelva, Espanha: Universidad de Huelva, 2007.

SANTOS, G. S. A reforma da educação profissional e o ensino médio integrado: tendências e riscos. São Paulo, 2006. Disponível em < <http://www.anped.org.br/reunoes/29ra/trabalhos/trabalho/GT09-2565> >Acesso em 25 de out. 2017.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996, p. 216.

SANTOS, Milton. Por uma Geografia nova: Da crítica da Geografia a uma Geografia crítica. SP: Edusp, 1978.

SAOBERNANRDODOCAMPO: Disponivel

SELEME, R; STADLER, H. Controle de Qualidade as ferramentas essenciais, 2. ed. Curitiba: Ibpex, 2010.

SMITH, Valene L. Introduction. In: Hosts and guests: the anthropology of tourism. 2nd ed. Philadelphia:University of Pennsylvania Press, 1989. p. 1-17

SPAREMBERGER, A.; ZANBERLAN, L. Marketing Estratégico. Inijuí: Ed. Inijuí, 2008.

STONER, James A F; FREEMAN, R Edward. Administração. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1994.

TURISMO E CIA. O que fazer em São José dos Pinhais - 10 melhores pontos turísticos. Disponível em: <https://www.turismoeacia.net/o-que-fazer-em-sao-jose-dos-pinhais-10-melhores-pontos-turisticos/>. Acesso em: 13 agosto 2023.

TURISMO PARANÁ. Lugar mais visitado. Disponível em: <https://www.turismo.pr.gov.br/busca?termo=lugar-mais-visitado->. Acesso em: 13 agosto 2023.

VIAJE PARANÁ. Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu. Disponível em: <https://www.viajeparana.com/Cataratas-do-Iguacu-e-Caminhos-ao-Lago-de-Itaipu>. Acesso em: 13 agosto 2023.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. Introdução a administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

WERNECK, Elizabeth. Cristo Redentor Rio de Janeiro. Disponível em: <https://elizabethwerneck.com/cristo-redentor-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 14 agosto 2023.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. Administração estratégica: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

ZAMBÓN,G., E SCHENK,A., 2005, Patrimonio Industrialy Rutas Turísticas Culturales: Algunas Propuestas para Argentina, Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, (15), pp. 97-112.