

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

335

**Bacharelado em Administração
6º Período**

Orientadora
Profª Drª Ana Vanali

Autores

Aléxia Beatrice de Souza Bueno
Fernanda Inácio de Lima
Giuliana das Virgens de Andrade
Kaylla Kirstie da Silva dos Santos

Resumo:

Este estudo aborda o desafio do turismo industrial na Eco Guaricana, situada em São José dos Pinhais. A pesquisa de campo foi conduzida nas instalações da empresa, visando, de maneira geral, desenvolver uma proposta de turismo industrial para a cidade. Os objetivos específicos incluíram a compreensão dos diferentes tipos de turismo e suas características distintivas, a coleta de dados sobre empresas locais envolvidas no turismo em São José dos Pinhais e a formulação de uma proposta concreta para o turismo industrial. Esta pesquisa, caracterizada pela sua abordagem qualitativa, adotou uma metodologia que incorporou a coleta, análise de dados e fundamentação teórica relacionada ao tema. Para a elaboração do plano de ação, foram empregadas ferramentas como a Matriz GUT, SWOT, 5W2H e a matriz GANTT. O referencial teórico abrangeu conceitos como pesquisa documental, pesquisa na internet, entrevistas informais, pesquisa de campo e benchmarking. Ao apresentar os resultados da pesquisa, o plano de ação sugeriu a busca por parcerias mais amplas com indústrias, destacando as vantagens que tais colaborações trariam para o projeto. Essa abordagem visa proporcionar benefícios significativos às empresas envolvidas, impulsionando a entrada de capital necessário para a execução e desenvolvimento do projeto.

Palavras-Chaves: 1. Cenários Competitivos 2. Turismo; 3. Turismo Industrial; 4. Eco Guaricana.

INTRODUÇÃO

1 – ESTAÇÃO MÃOS NA MASSA

Nesta estação será apresentado o tema que será abordado ao longo deste artigo, bem como seus desafios, objetivos gerais e específicos, metodologias e as fundamentações teóricas relacionadas ao assunto tratado.

1.1 – Tema do semestre

O tema do semestre do 6º período dos alunos de Administração do UniSenai, é cenários competitivos. E este tema será tratado ao longo do desenvolvimento deste trabalho.

Para Porter (1980), o cenário competitivo é o conjunto completo de empresas, incluindo seus concorrentes atuais e potenciais, que produzem produtos ou serviços substitutos por aqueles oferecidos por uma empresa específica. Ele é determinado pela estrutura da indústria, que, por sua vez, é influenciado pela interação das cinco forças competitivas: o poder de barganha dos fornecedores, o poder de barganha dos compradores, a ameaça de produtos ou serviços alternativos, a ameaça de novos concorrentes entrarem na indústria e a rivalidade entre os concorrentes existentes.

A análise do cenário competitivo é fundamental para o sucesso de qualquer empresa. Compreender a dinâmica do mercado, conhecer seus concorrentes e identificar oportunidades e ameaças é essencial para tomar decisões estratégicas informadas (HITT, IRELAND, HOSKISSON, 2017).

1.2 – Delimitação do tema do semestre

Dentro do tema cenários competitivos, o presente trabalho terá seu foco direcionado ao turismo e suas diferentes formas (rural, industrial etc).

Montejano (2001) enfatiza a importância do turismo no aspecto cultural e de lazer, destacando-o como uma atividade humana enraizada nas ciências sociais e humanas.

Por outro lado, Moesch (2002) aborda o turismo do ponto de vista econômico, descrevendo-o como um conjunto de processos relacionados à chegada, permanência e saída de turistas de um local específico. Essas perspectivas ressaltam a complexidade do interesse turístico, que abrange aspectos sociais, culturais e econômicos, tornando-se um campo multidisciplinar de estudo. O turismo não só proporciona experiências de lazer e cultura, mas também tem um impacto significativo nas economias locais e globais.

Porém, existem diferentes tipos de turismo, como o rural, gastronômico, esportivo, industrial etc. Neste trabalho, o foco será o turismo industrial.

O turismo industrial é uma forma de turismo que permite aos visitantes explorarem instalações industriais, empresas e locais relacionados à produção e manufatura de bens e serviços. Os turistas têm a oportunidade de conhecer o processo de fabricação, a tecnologia envolvida e a história por trás das operações industriais. Esse tipo de turismo oferece uma visão única das atividades econômicas de uma região e muitas vezes inclui passeios guiados, exposições e interações com os trabalhadores.

Para Williams (2003), o turismo industrial é como uma forma de turismo que envolve visitas a instalações industriais para fins recreativos, educacionais ou informativos. Ele enfatiza que o turismo industrial pode promover o entendimento das operações industriais, o patrimônio industrial e o desenvolvimento econômico.

Já para Ryan (2002), descreve o turismo industrial como uma forma de turismo onde os visitantes buscam experiências relacionadas à indústria e à tecnologia, incluindo visitas a fábricas, museus industriais, parques temáticos industriais e exposições interativas relacionadas à produção e manufatura.

O turismo industrial pode estar relacionado ao cenário competitivo de várias maneiras; incluindo o desenvolvimento de destinos turísticos competitivos e a promoção do crescimento econômico através do turismo.

De acordo com Fyall e Garrod (2005), o turismo industrial pode ser uma estratégia eficaz para melhorar a competitividade de destinos turísticos. Eles afirmam que a criação de experiências de turismo industrial pode diferenciar um destino dos concorrentes, atrair um segmento específico de turistas interessados na indústria e gerar receita adicional para a economia local.

Viglianisi (2008), explora como o turismo industrial, com base na visita à fábrica da Fiat em Turim, Itália, impactou o cenário competitivo local. Ela destaca que o turismo industrial pode impulsionar o desenvolvimento econômico local, criando empregos na área

de turismo e aumentando a visibilidade do destino, o que pode atrair investimentos adicionais.

Essas perspectivas sugerem que o turismo industrial pode ser uma estratégia vantajosa para as regiões, pois pode tornar os destinos mais competitivos, diversificar a economia e criar oportunidades de emprego, além de promover o desenvolvimento local.

1.3 – Desafio do semestre

O desafio do presente trabalho, proposta pela empresa Eco Guaricana, é elaborar uma proposta de programa municipal de Turismo Industrial, em que as pessoas venham conhecer as indústrias de São José dos Pinhais.

O turismo é uma força motriz potente no desenvolvimento econômico e social de diversos países, e o Brasil, com sua vasta riqueza cultural, histórica e natural, destaca-se como um dos destinos mais atrativos do mundo. A análise dos dados recentes proporciona uma compreensão profunda sobre a magnitude e a relevância do setor turístico brasileiro no cenário global. Em termos de chegadas internacionais, o país registrou a entrada de 6,62 milhões de turistas em 2018, e 6,35 milhões em 2019. Embora tenha havido uma pequena redução na contagem de visitantes, a receita cambial gerada por eles teve uma ligeira elevação, saindo de US\$ 5,92 bilhões em 2018 para US\$ 5,99 bilhões em 2019. Estes números apontam que, ainda que tenhamos recebido menos visitantes, o gasto médio por turista pode ter aumentado (Ministério do Turismo (MTur), Departamento de Polícia Federal (DPF) e Banco Central do Brasil (BACEN), 2020).

Contrastando com o panorama mundial, em 2018, o planeta presenciou a chegada de 1.408,4 milhões de turistas, que geraram uma receita cambial de US\$ 1.457,4 bilhões. No ano seguinte, 2019, a cifra aumentou para 1.457,7 milhões de turistas, resultando em uma receita cambial de US\$ 1.478,3 bilhões (OMT, 2020), conforme gráfico (1):

Gráfico 1 – Turismo no Brasil (2017-2019)



Fonte: Organização Mundial do Turismo (2020)

O Brasil possui uma multiplicidade de destinos, desde as vibrantes cidades costeiras, os patrimônios históricos, até os exuberantes biomas naturais, como a Floresta Amazônica e o Pantanal. Tais atrativos, juntamente com políticas públicas de incentivo ao turismo, têm potencial para ampliar ainda mais a relevância do Brasil no mercado turístico mundial. O Ministério do Turismo tem desempenhado um papel fundamental, lançando iniciativas como o selo "Turismo Responsável", que estabelece protocolos de higienização para o setor, reforçando a segurança dos turistas em meio à pandemia de Covid-19. Outras ações, como investimentos em infraestrutura e campanhas de incentivo à remarcação de reservas, são esforços notáveis que visam à retomada e ao fortalecimento do setor no país. Ao considerar a imensa diversidade e riqueza que o Brasil tem a oferecer, juntamente com as estratégias em andamento para impulsionar o setor, o futuro do turismo brasileiro parece promissor. A contínua promoção de destinos nacionais, aliada à adoção de práticas sustentáveis e seguras, garantirá que o Brasil continue sendo um dos principais destinos turísticos globais (OMT, 2020).

O turismo é uma complexa interação de atividades econômicas, sociais e culturais que não só impulsiona o crescimento econômico, mas também atua como um catalisador para o desenvolvimento sustentável. No contexto do Paraná, diversas estratégias, como a Inteligência Turística, Marketing Turístico e Competitividade Turística, têm sido empregadas para melhorar o setor. Este estudo busca analisar a eficácia dessas estratégias em tornar o Paraná um destino turístico atrativo e competitivo (SETU, 2023).

No Paraná, a Inteligência Turística tem servido como um mecanismo para reunir dados significativos relacionados ao turismo. Coletar, analisar e utilizar dados sobre o comportamento do turista em várias fases da jornada turística são vitais para a tomada de

decisões informadas pelos gestores públicos e privados. Esses dados ajudam no planejamento estratégico, na identificação de tendências emergentes e na melhoria da oferta turística (SETU, 2023).

O Marketing Turístico no Paraná é caracterizado por sua abordagem focada em segmentos específicos, turismo experiencial e inclusão. Ele opera por meio de planos de marketing turístico que cobrem o Estado, suas Regiões e Municípios, e utiliza várias ferramentas de comunicação online e offline. O marketing é orientado para promover produtos turísticos criativos, experienciais e inclusivos que refletem as vocações e maturidade dos produtos turísticos da região (SETU, 2023).

O Paraná adota estratégias de marketing digital e promoção direta em segmentos diversos como lazer e MICE (*Meetings, Incentives, Congress, and Exhibitions*). Tais estratégias buscam posicionar o estado no cenário global através do fortalecimento da sua identidade turística. Além disso, campanhas promocionais e o uso de canais digitais pela Secretaria de Estado do Turismo (SETU) desempenham um papel significativo nesse posicionamento.

A pesquisa foi conduzida pela SETU com o objetivo de aprofundar o entendimento sobre o perfil, preferências e hábitos de consumo turístico da população paranaense. Além disso, o estudo busca compreender as percepções dos paranaenses em relação ao turismo no próprio estado (SETU, 2023).

A pesquisa foi realizada utilizando o método de *survey online*, divulgado extensivamente por meio de mailings, imprensa e redes sociais. Foi aplicada ao longo de 35 dias, entre 15 de maio e 18 de junho de 2023, e teve como público-alvo a população paranaense em geral. O estudo utilizou uma amostragem aleatória simples, totalizando 1.880 formulários válidos. O nível de confiabilidade da pesquisa é de 95%, com uma margem de erro de 3% (SETU, 2023).

O gráfico 2 apresenta o resultado da pesquisa onde demonstra as preferências de turismo no Paraná:

Gráfico 2 - Abrangência por Região Turística do Paraná

Região Turística	Q	Qtd.	%
Totais		1.880	100,0%
Rotas do Pinhão		859	45,7%
Norte do Paraná		189	5,8%
Vale do Ivaí		107	5,7%
Campos Gerais		96	5,1%
Riquezas do Oeste		87	4,6%
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao ...		86	4,6%

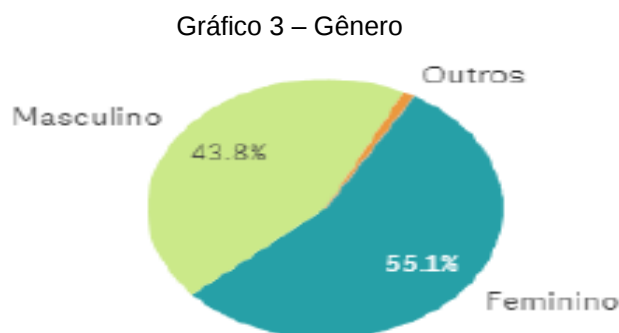
Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

341

Os resultados da pesquisa são fundamentais para entender as motivações e desafios associados ao turismo no estado do Paraná. Os dados coletados também oferecem *insights* valiosos para a identificação de áreas que necessitam de melhorias e oportunidades de desenvolvimento para o setor turístico estadual.

O estudo oferece uma visão abrangente e confiável do cenário turístico no Paraná, fornecendo dados significativos que podem ser utilizados para formular políticas públicas eficazes e estratégias de marketing direcionadas. A sua execução rigorosa e metodologia robusta asseguram a confiabilidade dos resultados, tornando-os uma ferramenta valiosa para o planejamento e desenvolvimento do turismo no estado (SETU, 2023).

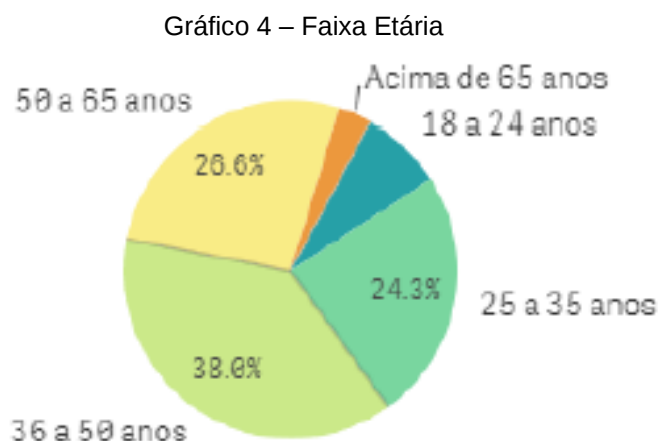
O gráfico 3 apresenta o resultado da pesquisa em relação ao “gênero” dos entrevistados:



Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

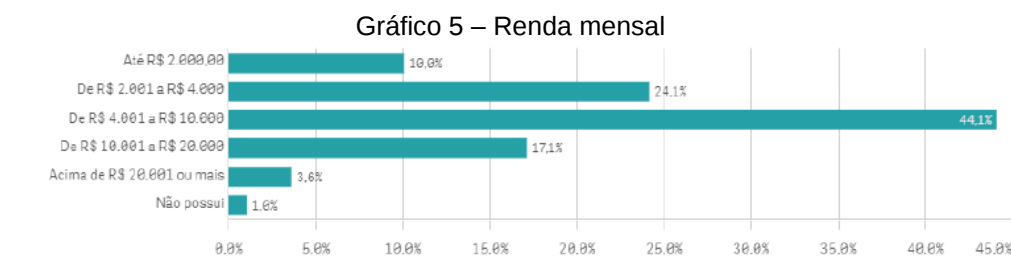
A maioria dos turistas é do gênero feminino, compreendendo 55,1% da amostra.

No gráfico 4, está o resultado da pesquisa em relação a faixa etária dos entrevistados:



Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

A faixa etária predominante situa-se entre 36 e 50 anos, representando 38% do total. A renda mensal dos entrevistados está apresentada no gráfico abaixo (5):

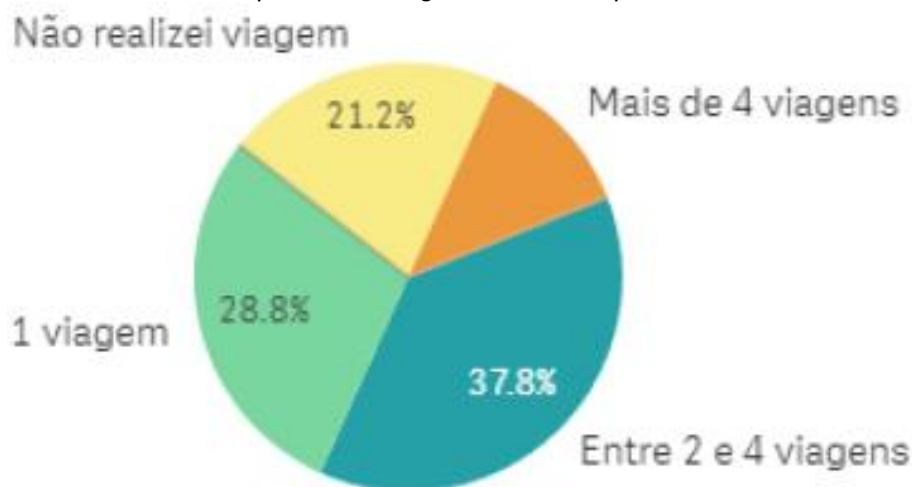


Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

Quanto à renda mensal, 44,1% dos entrevistados têm uma renda de R\$4.001 a R\$10.000.

No gráfico 6, está apresentado o resultado da pesquisa em relação a frequência de viagens realizadas no Paraná.

Gráfico 6 - Frequência de viagens realizadas pelo Paraná



Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

A maioria dos turistas realiza de 2 a 4 viagens pelo Paraná, o que equivale a 37,8% dos entrevistados.

O resultado da pesquisa sobre os motivos pelos quais os entrevistados não pretendem viajar pelo Paraná está apresentado no gráfico 7:

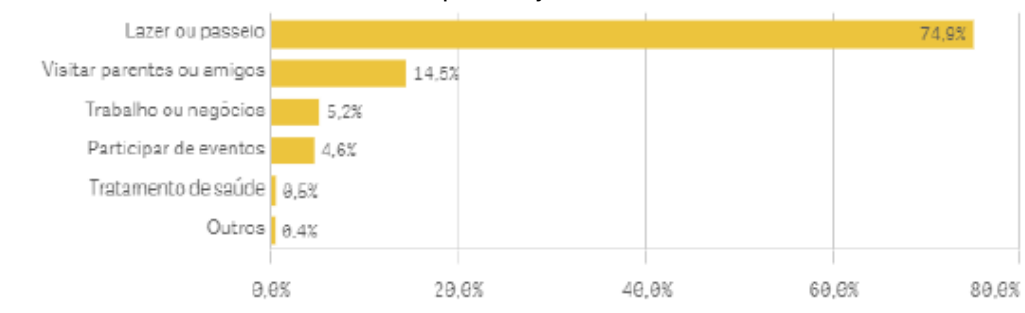


Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

Para os que não pretendem viajar pelo Paraná até dezembro de 2023, o motivo principal, apontado por 44,2%, é a preferência por outros estados.

No gráfico 8, está apresentado o resultado da pesquisa em relação ao motivo dos entrevistados para viajar no Paraná.

Gráfico 8 – Motivos para viajar no Paraná até dez/2023

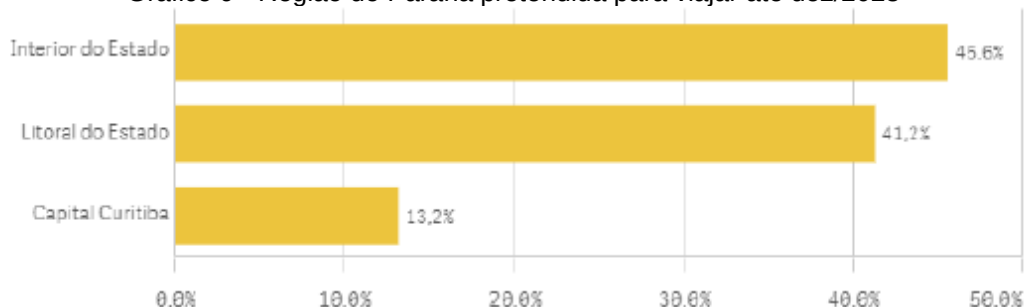


Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

Em contrapartida, 74,9% daqueles que pretendem viajar pelo estado até dezembro de 2023 o farão principalmente para lazer e passeio.

No gráfico 9 está apresentada a região do Paraná onde os entrevistados pretendem viajar até dezembro de 2023.

Gráfico 9 - Região do Paraná pretendida para viajar até dez/2023

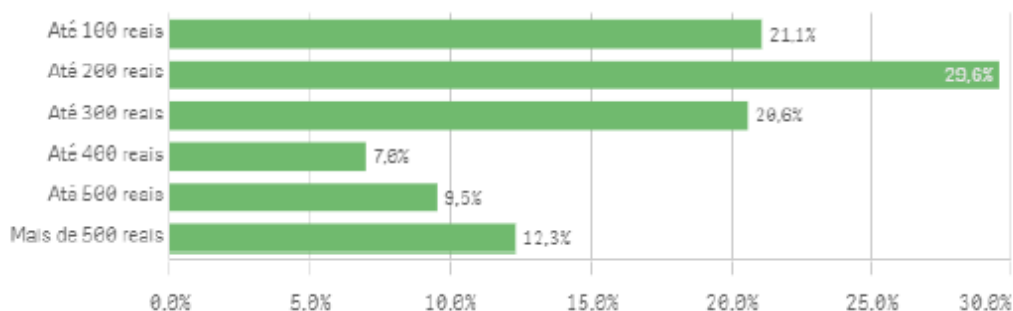


Fonte: Secretária Estadual do Turismo do Paraná (2023)

A região do interior do estado é o destino pretendido por 45,6% dos que planejam viajar pelo Paraná.

No gráfico 10, está apresentada a pretensão de gasto individual diário por cada entrevistado.

Gráfico 10 – Gasto individual diário pretendido



Fonte: Secretaria Estadual do Turismo do Paraná (2023)

345

A pesquisa realizada pela Secretaria Estadual do Turismo do Paraná em 2023 oferece importantes *insights* sobre as tendências e preferências turísticas no estado. O estudo abrange diversos aspectos, incluindo abrangência por região turística, gênero, faixa etária, renda mensal, frequência de viagens e motivos para viajar ou não viajar pelo Paraná.

Os dados sugerem que o turismo no Paraná é uma atividade principalmente feminina e de classe média, focada em lazer e em destinos internos como a "Rotas do Pinhão". Contudo, a preferência por outros estados ressalta a necessidade de estratégias para reter e atrair mais turistas.

O estado do Paraná tem feito progressos notáveis na integração de Inteligência Turística, Marketing Turístico e estratégias de Competitividade para desenvolver seu setor turístico. Através do uso eficaz de dados e estratégias de marketing bem direcionadas, o Paraná não apenas pode atrair mais turistas, mas também pode oferecer experiências mais significativas e inclusivas para todos. No entanto, para um desenvolvimento mais holístico, é crucial que essas estratégias sejam constantemente avaliadas e adaptadas às necessidades emergentes e tendências do setor.

Com reação a São José dos Pinhais, ele é um município estrategicamente localizado a 15 km de Curitiba, com fácil acesso a importantes rodovias, incluindo a BR-277, BR-376 e BR-116. Além disso, conta com uma infraestrutura hoteleira, gastronômica e um aeroporto internacional. Com uma população de mais de 280 mil habitantes, abrange tanto áreas urbanas quanto rurais (PREFEITURA DE SJP, 2023).

A cidade abriga mais de mil indústrias, incluindo montadoras e fornecedores, tornando-se um dos principais polos automotivos do Brasil e gerando arrecadação significativa. São José dos Pinhais recebeu o "Selo de Ouro do Turismo" da EMBRATUR em 2002, destacando seus esforços para promover o turismo de forma sustentável,

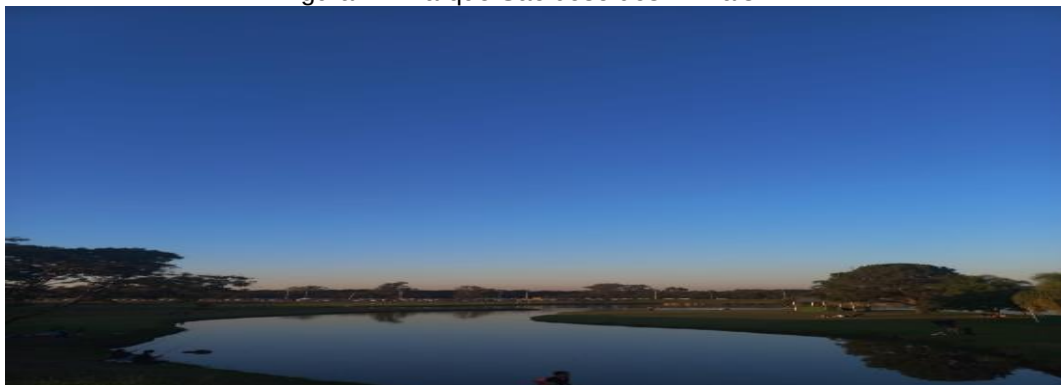
abrangendo áreas como Turismo de Negócios e Eventos, Religiosos e em Áreas Naturais. Apesar dessas iniciativas, o município enfrenta o desafio da falta de um turismo industrial desenvolvido, o que poderia aproveitar sua base industrial para atrair visitantes e diversificar sua economia (PREFEITURA DE SJP, 2023).

Assim, São José dos Pinhais busca superar esse desafio para aproveitar plenamente seu potencial turístico, explorando as oportunidades oferecidas pela área industrial da cidade (PREFEITURA DE SJP, 2023).

Os principais pontos turísticos de São José dos Pinhais, são divulgados para atrair visitantes e promover o turismo na região. Alguns dos principais pontos turísticos e programas são:

- 1) Parque São José dos Pinhais: O Parque São José dos Pinhais é uma área de lazer e entretenimento, com trilhas para caminhadas, lagos, quadras esportivas e espaços para piquenique. É um local frequentemente utilizado pela população local e turistas para atividades ao ar livre (figura 1 e 2).

Figura 1 – Parque São José dos Pinhais 1



Fonte: Autores (2023).

Figura 2 – Parque São José dos Pinhais 2



Fonte: Autores (2023)

- 2) Casa da Cultura Polonesa: Este memorial é uma homenagem à cultura polonesa, presente na região de São José dos Pinhais. É um local que oferece informações sobre a imigração polonesa, além de eventos culturais e festas típicas (figura 3).

347

Figura 3 – Casa da cultura polonesa



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

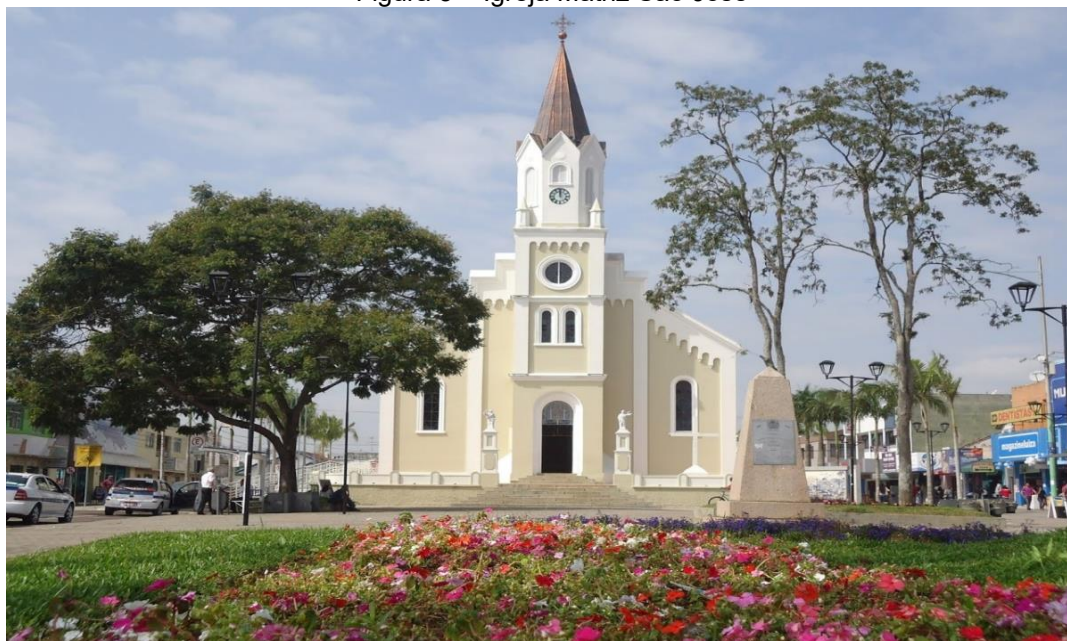
- 3) Centro Histórico: O centro histórico da cidade possui construções antigas e charmosas, com destaque para o Portal de São José dos Pinhais (figura 4), a Igreja Matriz São José (figura 5) e o Museu Municipal Atílio Rocco (figura 6).

Figura 4 – Portal de São José dos Pinhais



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

Figura 5 – Igreja Matriz São José



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

Figura 6 – Museu Municipal Atílio Rocco



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

- 4) Rota do Pinhão: O pinhão (figura 7) é um dos símbolos do Paraná, e São José dos Pinhais faz parte da Rota do Pinhão, que inclui a degustação dessa iguaria e pratos típicos em diversos restaurantes da cidade durante a temporada de colheita (figura 8).

Figura 7 – Pinha



Fonte: Google (2023)

Figura 8 – Lei estadual Região Turística Rotas do Pinhão



Fonte: Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná (2017)

- 5) Festas e Eventos: A cidade promove diversas festas e eventos ao longo do ano, como a Festa do Pinhão, que atrai visitantes com música ao vivo, gastronomia típica e outras atrações (figuras 9, 10 e 11).

Figura 9 – 6º festival da cerveja artesanal



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

Figura 10 – 16ª Festa do Vinho



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

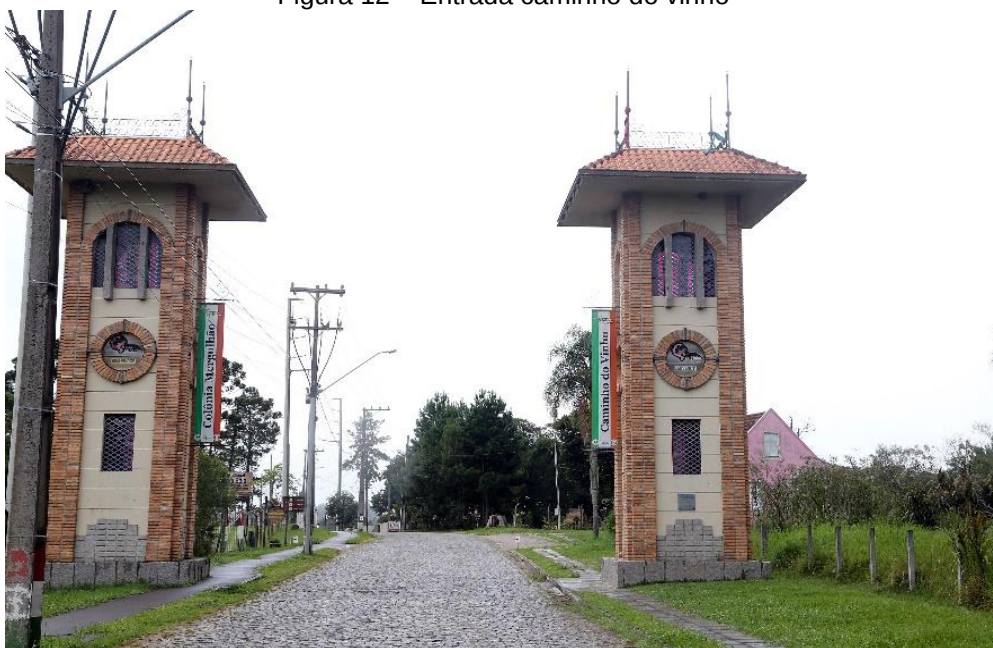
Figura 11 – Festa da Cidade SJP 2023



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

- 6) Caminho do Vinho: rota turística que proporciona aos visitantes uma experiência única, envolvendo história, cultura, gastronomia e, claro, a degustação de vinhos e outras bebidas. Esta rota é conhecida por destacar a influência italiana na região, com vinícolas, restaurantes e estabelecimentos que oferecem uma ampla variedade de produtos relacionados ao mundo dos vinhos (figura 12).

Figura 12 – Entrada caminho do vinho



Fonte: Prefeitura de SJP (2023)

A divulgação desses pontos turísticos e programas é realizada por meio de diversos canais, incluindo sites oficiais do município, redes sociais, material promocional impresso, parcerias com agências de turismo e participação em feiras de turismo regionais e nacionais. Além disso, a prefeitura e órgãos de turismo locais podem promover campanhas de marketing para atrair visitantes (PREFEITURA DE SJP; VIAJE PARANÁ, 2023).

1.4 – OBJETIVO

Este trabalho pretende propor uma forma diferente de turismo através de um objetivo geral e três objetivos específicos.

1.4.1 – Objetivos Geral

Elaborar uma proposta de turismo industrial para a cidade de São José dos Pinhais.

1.4.2 – Objetivos Específicos

- a) Entender os tipos de turismos e os seus diferenciais;
- b) Desenvolver alternativas de solução;
- c) Elaborar proposta de turismo industrial.

1.5 – METODOLOGIA DA PESQUISA

Neste tópico serão apresentadas as metodologias de pesquisa utilizadas para desenvolver este trabalho, bem como as coletas e as análises dos dados.

1.5.1 – Métodos e técnicas para o levantamento dos dados

- a) Pesquisa bibliográfica

Segundo Gil (2017), a pesquisa bibliográfica é um levantamento e análise crítica das contribuições teóricas já existentes na literatura, com o propósito de embasar e contextualizar um estudo acadêmico, proporcionando uma sólida fundamentação teórica.

A pesquisa bibliográfica desempenha um papel importante no desenvolvimento deste trabalho, sendo utilizada em diversas etapas, oferecendo uma base sólida de conhecimento e auxiliando na fundamentação teórica.

b) Pesquisa na internet

De acordo com Prensky (2001), a pesquisa na internet refere-se à coleta de informações e dados disponíveis online, envolvendo o uso de mecanismos de busca, bancos de dados online e recursos digitais para acessar, analisar e extrair conhecimento relevante em diversos campos de estudo.

A pesquisa na internet foi escolhida como método principal para o desenvolvimento deste trabalho devido à vastidão e diversidade de informações disponíveis *online*, tornando-a uma fonte rica e abrangente.

c) Pesquisa documental

Segundo Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa documental é um método que envolve a análise crítica e sistemática de documentos, sejam eles escritos, audiovisuais, digitais ou qualquer forma de registro, com o intuito de obter informações, dados e evidências que contribuam para a construção do conhecimento em uma área específica.

A pesquisa documental foi utilizada para possibilitar uma análise crítica de fontes originais, enriquecendo a compreensão do tema.

d) Pesquisa de campo

Conforme Minayo (2010), a pesquisa de campo é um método que envolve a coleta direta de dados e informações a partir da interação com o ambiente real de estudo, por meio de observações, entrevistas, questionários e outras técnicas, a fim de investigar e compreender fenômenos, contextos e comportamentos em sua configuração natural.

No dia 19 de agosto de 2023, foi realizada uma pesquisa em campo por meio de um passeio ecológico com o objetivo de explorar a Eco Guaricana e seus parceiros. Essa pesquisa envolve uma visita direta ao local de estudo, proporcionando uma experiência

prática para conhecer as atividades ambientais em andamento. A pesquisa em campo permitiu a coleta de informações em primeira mão, a observação de práticas sustentáveis e o estabelecimento de contatos com os parceiros envolvidos, contribuindo significativamente para a base de dados.

e) Entrevista informal

Entrevista informal ou aberta é quase uma “conversa jogada fora”, mas tem um objetivo específico: coletar dados de que você necessita (VERGARA, 2009).

Durante a pesquisa em campo, foi utilizada a entrevista informal durante o passeio, envolvendo a coleta de dados por meio de conversas. Essa abordagem proporcionou um ambiente acolhedor que favoreceu a interação com o entrevistado, fazendo com que ele se sentisse mais à vontade para compartilhar informações.

f) *Brainstorming*

O *brainstorming*, ou tempestade de ideias, é uma técnica amplamente utilizada na geração de ideias e soluções criativas. Foi popularizada por Osborn (1957), que a descreveu como um processo de grupo que incentiva a livre expressão de pensamentos e ideias, promovendo a criatividade e a inovação por meio da colaboração e do pensamento divergente.

Essa abordagem facilitou a geração de ideias, estimulou a participação ativa de todos os envolvidos e permitiu a exploração de uma variedade de perspectivas que foram apresentadas durante o desenvolvimento deste trabalho.

1.5.2 – Métodos e técnicas para a análise dos dados

Neste tópico serão apresentados os métodos e técnicas utilizadas para analisar os dados coletados para a realização deste trabalho.

a) *Benchmarking*

Para Camp (1989), O benchmarking é o processo contínuo e sistemático de avaliação comparativa de produtos, serviços e práticas empresariais de organizações que são reconhecidas como representantes das melhores práticas, com a finalidade de realizar melhorias organizacionais.

Esta ferramenta foi utilizada para estudar empresas que promovem turismo, neste caso, a empresa estudada promove EcoTurismo na cidade de São José dos Pinhais.

b) Matriz SWOT

Segundo Humphrey (2005), a SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) é uma análise de situação que envolve a avaliação sistemática das características de uma organização ou projeto, visando a identificar as características internas favoráveis (forças) e desfavoráveis (fraquezas) e as características externas favoráveis (oportunidades) e desfavoráveis (ameaças) relevantes para a realização de um objetivo ou implementação de uma estratégia (figura 13).

Durante a realização deste trabalho, a Matriz SWOT foi utilizada para identificar as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da empresa Eco Guaricana.

Figura 13 – Matriz SWOT



Fonte: Elephantine (2023)

c) Matriz GUT

Segundo Ávila (2014) a Matriz GUT é uma ferramenta crucial para aprimorar a priorização e solução de problemas empresariais. Ela desempenha um papel fundamental ao categorizar cada desafio relevante para a organização com base na gravidade do problema, na urgência de resolvê-lo e na tendência de sua rápida ou lenta deterioração.

A Matriz GUT (figura 14) a matriz GUT foi elaborada por Kepner e Tregoe, especialistas em resolver problemas organizacionais. A finalidade desta ferramenta é instruir decisões difíceis, por este motivo é utilizada para determinar a prioridade entre as várias alternativas de ação (BASTOS, 2014).

Figura 14 – Matriz GUT

G GRAVIDADE	U URGÊNCIA	T TENDÊNCIA
5 = extremamente grave	5 = precisa de ação imediata	5 = irá piorar rapidamente se nada for feito
4 = muito grave	4 = é urgente	4 = irá piorar em pouco tempo se nada for feito
3 = grave	3 = o mais rápido possível	3 = irá piorar
2 = pouco grave	2 = pouco urgente	2 = irá piorar a longo prazo
1 = sem gravidade	1 = pode esperar	1 = Não irá mudar

Fonte: Daexe (2023)

1.5.3 – Métodos e técnicas para o plano de ação

a) 5W2H

Segundo Nóbrega (2016), a técnica 5W2H é uma ferramenta simples e eficaz para estabelecer um plano de ação. As sete perguntas fundamentais - *What* (o que?), *Why* (porque?), *Where* (onde?), *When* (quando?), *Who* (quem?), *How* (como?) e *How Much*

(quanto?) - ajudam a estabelecer uma compreensão clara do que precisa ser feito, como será feito e quais são os prazos e recursos necessários.

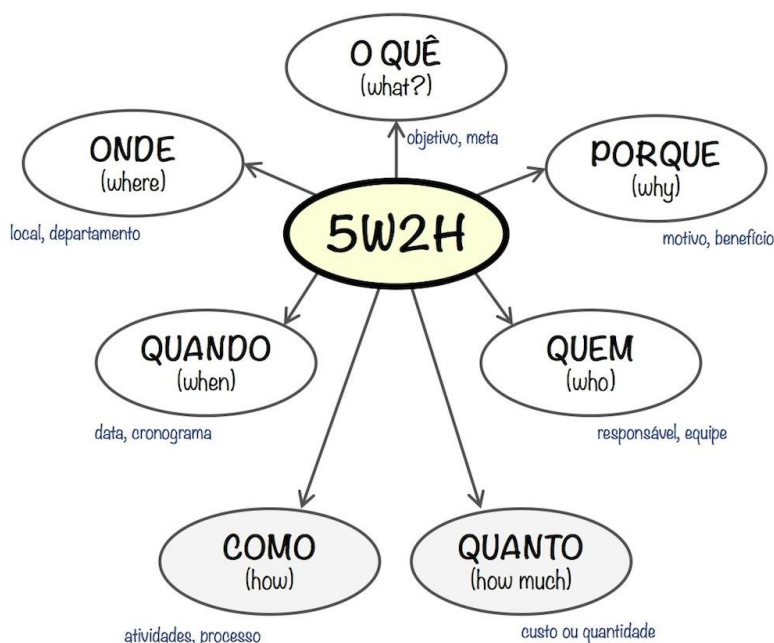
Desta forma, Nóbrega destaca a importância do 5W2H como uma ferramenta simples e eficaz para estabelecer um plano de ação. As seis perguntas fundamentais ajudam a garantir que o planejamento seja feito de forma sistemática e completa, permitindo uma compreensão clara do que precisa ser feito, como será feito e quais são os recursos necessários. Além disso, o uso do 5W2H pode melhorar a eficiência e eficácia das atividades, evitando retrabalhos e desperdícios de tempo e recursos.

Nesse sentido, a técnica 5W2H é uma ferramenta muito útil para planejar e executar projetos, pois ajuda a garantir que todas as informações importantes sejam consideradas e que as tarefas sejam bem definidas e comunicadas de forma clara (FALCONI, 2004).

b) Plano descritivo do 5W2H

O 5W2H é composto pelas questões da figura 15:

Figura 15 – 5W2H



Autores: Treasy (2015)

Após a elaboração do quadro com as sete questões, abaixo dele se faz seu plano descritivo indicando com detalhes como cada etapa deve ser colocada em prática, seguindo a explicação a seguir.

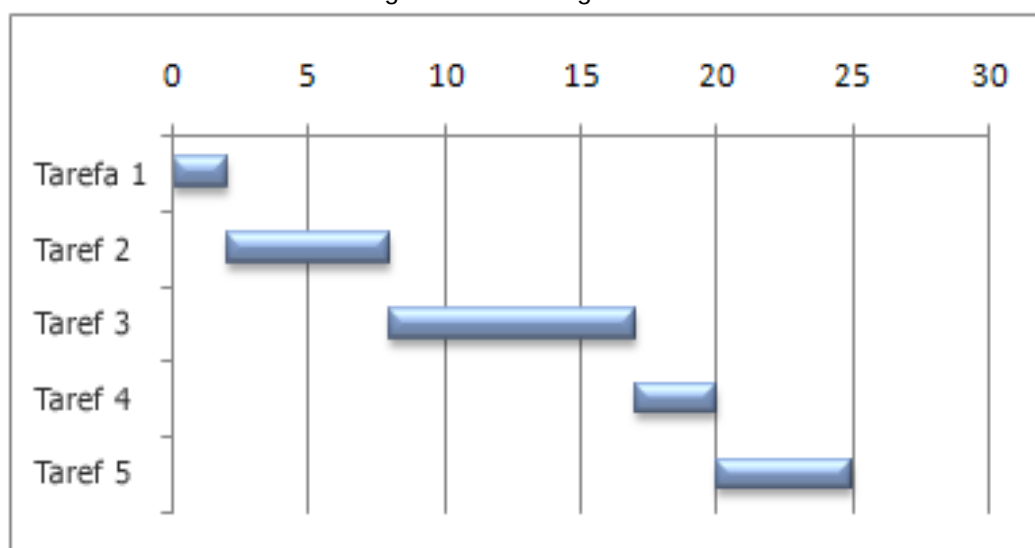
- *What?* – Indica uma ação que deve ser realizada, ou algum problema a ser resolvido;
- *Why?* – É a justificativa e motivos, bem como os objetivos pelo qual aquilo está sendo solucionado ou executado;
- *Who?* – Este define quem será(ão) o(s) responsável(eis) pela execução do planejamento;
- *How Much?* – Definição de quanto irá custar as ações que serão tomadas e o custo total do projeto;
- *How?* – Este explica como as etapas do projeto serão realizadas para atingir os objetivos definidos;
- *When?* – Define o prazo das etapas e conclusão do plano de ação;
- *Where?* – Define onde as etapas e plano de ação será executado.

Estes conceitos foram fundamentados pelo Sebrae, em uma publicação que ocorreu no dia 20 de novembro de 2023. Esta ferramenta foi utilizada nos itens 4.4 e 4.5 a fim de desenvolver as alternativas de solução propostas para o desafio apresentado ao longo deste trabalho.

c) Cronograma de GANTT

Um cronograma de GANTT (figura 16) é uma ferramenta de gerenciamento de projetos que exhibe visualmente as tarefas de um projeto ao longo do tempo, é amplamente utilizado para planejar, programar e controlar projetos. No cronograma de Gantt, as tarefas são listadas na vertical e o tempo é representado na horizontal. Barras horizontais são usadas para representar a duração de cada tarefa, permitindo que os gerentes de projeto vejam facilmente quando cada tarefa começa e termina, bem como as interdependências entre as tarefas. Isso ajuda a acompanhar o progresso do projeto e a garantir que ele seja concluído dentro do prazo (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002)

Figura 16 – Cronograma de GANTT



Fonte: Microsoft (2023)

359

O cronograma de GANTT foi utilizado para estipular o prazo das etapas e conclusão dos problemas priorizados.

1.6 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico serão apresentadas as fundamentações teóricas referente aos temas e discussões para desenvolver o presente trabalho.

1.6.1 – Território

O território é mais do que uma mera demarcação geográfica, especialmente no contexto turístico. Ele é o espaço onde se desenvolvem todas as dinâmicas de uma atividade turística, incorporando também os aspectos culturais, sociais e políticos. A importância do território vai além da física e entra em um cenário de sustentabilidade, planejamento e gestão.

O entendimento do território, segundo Santos (1997), abarca não só o espaço físico como também as relações sociais e culturais que ocorrem nele. O território é o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence.

Para Lefebvre (1974), o território é uma construção social do espaço, onde as relações sociais desempenham um papel crucial. O espaço social envolve um conjunto de relações que se reproduzem através do espaço.

1.6.2 – Estratégica Política Territorial

As estratégias políticas territoriais são elementos cruciais para o desenvolvimento do turismo, envolvendo desde o zoneamento e uso do solo até políticas públicas específicas que podem influenciar o sucesso ou fracasso de um destino turístico. Nesse sentido, as estratégias políticas desempenham um papel fundamental em como o turismo pode beneficiar ou prejudicar uma região e seus habitantes.

Segundo Butler (1980), o planejamento e a gestão são fundamentais para maximizar os benefícios e minimizar os impactos negativos do turismo. As políticas devem ser elaboradas considerando o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida das comunidades locais.

Já Murphy (1985), coloca ênfase na participação da comunidade local nas decisões políticas e estratégicas. Qualquer plano deve envolver a comunidade local para garantir que suas necessidades e desejos sejam considerados no processo de planejamento.

1.6.3 – Circuitos e/ou rotas turísticos industriais

Os circuitos e rotas turísticas industriais proporcionam uma experiência única que mistura educação, história e cultura. Esses circuitos são muitas vezes concebidos para ilustrar o desenvolvimento industrial de uma região e o impacto que teve sobre a comunidade e o ambiente ao redor.

Segundo Richards (2001), o turismo industrial oferece uma excelente oportunidade para a educação e a preservação da herança industrial. O turismo industrial pode ser uma ferramenta eficaz para a revitalização econômica e a preservação do patrimônio.

Para Smith (1998), os circuitos industriais têm o potencial de criar uma experiência enriquecedora e educacional para o turista. A visita a locais industriais pode fornecer uma compreensão mais profunda do desenvolvimento histórico e da cultura local.

1.6.4 – Visitas a empresas

As visitas a empresas dentro do contexto turístico estão se tornando cada vez mais populares, proporcionando uma visão única sobre os processos industriais e de produção que definem uma região ou um setor.

Segundo Pine & Gilmore (1999), a experiência de visitar uma empresa pode ser tão engajante e educacional quanto qualquer outro tipo de turismo. A economia da experiência é onde o futuro do turismo e das visitas a empresas se encontram.

Kotler (2002) fala sobre a importância de se preparar adequadamente para essas visitas, pois o marketing de experiência é crucial para tornar uma visita a uma empresa um evento memorável e educacional.

1.6.5 – Patrimônio industrial

O patrimônio industrial refere-se à preservação e valorização dos locais e práticas industriais que têm relevância histórica, cultural ou técnica. Muitas vezes, estes locais são convertidos em museus ou atrativos turísticos.

Segundo Ashworth (2000), o patrimônio industrial pode ser uma importante fonte de identidade local. O patrimônio não é apenas uma recordação do passado, mas também uma chave para entender o presente e o futuro.

A preservação do patrimônio industrial é uma forma de educação e um meio de desenvolvimento sustentável. A gestão do patrimônio deve ser inclusiva e participativa para ser eficaz (TIMOTHY, 1997).

1.6.6 – Turismo cultural

O turismo cultural oferece aos visitantes a oportunidade de engajar com a história, a arte, e as tradições de uma região, proporcionando uma experiência mais profunda e significativa.

Segundo MacCannell (1976), o turismo cultural é uma busca por autenticidade. O turista cultural está em uma busca para experimentar o 'real', que muitas vezes é encenado para sua satisfação.

Já para Urry (1990), o turismo cultural é uma forma de consumo de sinais e símbolos. O olhar do turista é uma expectativa sobre o que ele acha que vai encontrar, e essa expectativa é frequentemente mediada por imagens pré-existentes e narrativas.

2 – ESTAÇÃO VIVENCIANDO A INDÚSTRIA

Nesta estação serão apresentados a história da empresa estudada, bem como o seu ramo de atuação e a sua situação atual.

362

2.1 – HISTÓRIA DA EMPRESA ECO GUARICANA: TURISMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Localizada em São José dos Pinhais, a Eco Guaricana emerge não apenas como uma empresa de turismo, mas também como uma instituição que integra de forma profunda a conscientização e a educação ambiental em suas atividades.

Fundada a partir da exploração turística da chácara familiar, a empresa cresceu e se diversificou ao longo dos anos. O que começou com passeios locais, como à notável Cachoeira dos Ciganos, expandiu-se ao incorporar reservas ambientais em cidades vizinhas, incluindo Piraquara, Curitiba e Bocaiúva do Sul (ECO GUARICANA, 2023).

Um elemento distintivo que se apresentou ao longo da trajetória da Eco Guaricana foi seu público-alvo predominante: mulheres entre 40 e 60 anos. Esta descoberta sinalizou a necessidade de estabelecer estratégias de marketing mais alinhadas, bem como desenvolver métodos eficazes para compreender e atender as preferências deste segmento (ECO GUARICANA, 2023).

Em seus esforços promocionais, a empresa apostou na presença digital através das redes sociais, complementada por ações de merchandising em eventos com enfoque ecológico. A Eco Guaricana, contudo, não se limitou a seguir fórmulas pré-existentes; ao reconhecer que certas iniciativas, como tentativas de atrair grupos de ciclistas, não estavam rendendo os resultados esperados, houve a capacidade de reavaliar e adaptar suas estratégias (ECO GUARICANA, 2023).

No coração da proposta da Eco Guaricana está a combinação harmoniosa entre turismo e educação ambiental. Em cada passeio, a empresa não apenas oferece uma experiência imersiva na natureza, mas também se dedica a educar e sensibilizar seus clientes sobre a importância da conservação ambiental. Esta filosofia educativa é reforçada por uma constante interação com os turistas, onde feedbacks são coletados e usados para refinar a experiência oferecida (ECO GUARICANA, 2023).

A questão da segurança também é primordial. A Eco Guaricana garante que seus clientes estejam protegidos, oferecendo seguros de que cobrem desde incidentes menores até situações mais sérias.

O impacto da pandemia de COVID-19 representou um desafio sem precedentes. Com uma queda acentuada no faturamento, a empresa buscou adaptar-se, oferecendo passeios inovadores, respeitando protocolos rigorosos de saúde e proporcionando experiências mais exclusivas para pequenos grupos (ECO GUARICANA, 2023).

Em suma, a trajetória da Eco Guaricana é uma inspiradora fusão de negócios e sustentabilidade, exemplificando como o turismo pode ser conduzido com responsabilidade, sensibilidade e visão educativa (ECO GUARICANA, 2023).

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

O turismo em São José dos Pinhais, localizado no estado do Paraná, Brasil, é uma atividade que tem crescido ao longo dos anos, impulsionada por sua posição estratégica próxima à capital Curitiba e por suas atrações naturais, culturais e históricas. Embora não seja um dos destinos turísticos mais conhecidos do Brasil, São José dos Pinhais oferece uma variedade de experiências interessantes para os visitantes (GUIA DO TURISMO BRASIL; PREFEITURA DE SJP; VIAJE PARANÁ, 2023).

Nos últimos anos, a cidade tem experimentado um crescimento constante na indústria do turismo. Isso se deve, em grande parte, à diversificação das opções de lazer e entretenimento oferecidas aos visitantes. A cidade investiu em aprimorar sua infraestrutura hoteleira, restaurantes, atrações culturais e espaços de eventos, tornando-se uma escolha popular para turistas em busca de experiências únicas (GUIA DO TURISMO BRASIL; PREFEITURA DE SJP; VIAJE PARANÁ, 2023).

Apesar do crescimento notável, São José dos Pinhais enfrenta desafios no setor de turismo, como a necessidade de desenvolver estratégias de marketing mais robustas e sustentáveis, bem como de promover o turismo durante todo o ano. No entanto, a cidade também possui inúmeras oportunidades para expandir sua oferta turística, explorando seu potencial em ecoturismo, turismo gastronômico e turismo de eventos (GUIA DO TURISMO BRASIL; PREFEITURA DE SJP; VIAJE PARANÁ, 2023).

Em resumo, São José dos Pinhais tem se destacado como um destino turístico em crescimento, e os dados estatísticos refletem esse progresso. Com uma abordagem

sustentável e estratégica, a cidade pode continuar a atrair visitantes e colher os benefícios econômicos e culturais que o turismo traz para a comunidade local (GUIA DO TURISMO BRASIL; PREFEITURA DE SJP; VIAJE PARANÁ, 2023).

2.3 – Contexto atual da empresa estudada

Foi disponibilizado aos alunos um material onde inclui a rota e o mapa de turismo. Este material é uma ferramenta valiosa para os viajantes que desejam explorar os destinos oferecidos pela Eco Guaricana. O mapa fornece informações detalhadas sobre os principais pontos turísticos, trilhas, acomodações e outras atrações ao longo do itinerário. Com esse recurso em mãos, os clientes podem planejar suas viagens de forma mais eficiente e aproveitar ao máximo sua experiência de ecoturismo com a empresa. Esse material é uma demonstração do compromisso da Eco Guaricana em proporcionar aos seus clientes informações úteis e práticas para tornar suas aventuras turísticas memoráveis e sem complicações.

No dia 19/08/2023, a turma de estudantes do UniSenai de SJP, realizou uma pesquisa de campo (figura 18) e visita na sede da empresa Eco Guaricana, além do aproveitamento dentro da propriedade Eco Guaricana, os alunos tiveram a oportunidade de sair para atividades como caminhadas nas Reservas Particulares de Patrimônio Natural – RPPNs, bem como em outras chácaras parceiras e áreas preservadas.

Os alunos conheceram o Rancho Caminho das Águas, que é uma fazenda que proporciona o turismo pedagógico e o Eco Turismo na região rural de São José dos Pinhais, localizada na Bacia do Rio Miringuava, que também foi outro local que os alunos tiveram a oportunidade de conhecer. A construção de uma represa em São José dos Pinhais que está sendo realizado pela Sanepar, será uma grande transformação cultural e social para a cidade.

Figura 18 – Alunos no Rancho Caminho das Águas



Fonte: Autores (2023)

Por fim, os alunos também conheceram outro parceiro da Eco Guaricana, a Vinícola Araucária (figura 19), onde foi possível conhecer as quedas de água, trilhas e alguns investimentos que o local tem realizado, em parceria com a rede de hotéis Slaviero.

Figura 19 – Alunos na Vinícola Araucária



Fonte: Autores (2023)

Já no dia 01/09/2023, foi enviado um questionário (apêndice A) ao Sr. Marcos Rosa Filho, fundador da Eco Guaricana. Nesta entrevista os alunos realizaram um total de 10 perguntas, nas quais suas respectivas respostas foram resumidas nas descrições abaixo:

A Eco Guaricana é uma empresa de turismo que tem como público-alvo mulheres entre 40 e 60 anos. No entanto, eles reconhecem que ainda não realizaram ações de marketing específicas para esse grupo e estão em processo de identificação desse perfil de clientes. A empresa oferece diversos destinos turísticos, incluindo a chácara da família e a Cachoeira dos Ciganos. Com o tempo, expandiram para outras cidades, como Piraquara, Curitiba e Bocaiúva do Sul, por meio de reservas ambientais particulares.

No que diz respeito à sustentabilidade e responsabilidade social, a Eco Guaricana se adequa a processos externos, como o Selo Turismo Paraná do Sebrae e o Selo Turismo Responsável do Ministério do Turismo. Suas estratégias de marketing incluem o uso de redes sociais e ações de merchandising, como exposições dos serviços com a bicicleta de bambu. Eles também tentaram atrair grupos de ciclistas, mas identificaram que grupos locais não buscavam parar para café ou almoço no retorno, considerando a opção de atrair grupos de ciclistas de outros estados. Para lidar com feedbacks e reclamações dos clientes, a empresa realiza um processo de avaliação durante os passeios, coletando opiniões e perguntas para ajustar a experiência dos clientes imediatamente.

Em termos de concorrência e tendências do mercado, a Eco Guaricana enfrenta o desafio de introduzir o Eco Turismo em uma região onde o Turismo Rural está bem estabelecido. No entanto, eles acreditam que o Eco Turismo é uma tendência em crescimento. Em relação à utilização da tecnologia, a empresa ainda está explorando oportunidades para melhorar a experiência do cliente e otimizar as operações. Os planos de expansão incluem a criação de um mini camping, um campo base motor home e a exploração do turismo corporativo com foco na natureza.

A empresa prioriza a segurança e bem-estar dos clientes, oferecendo seguros para atividades e alinhando condutas dos ecoturistas para garantir a segurança dos guias. A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo no negócio, resultando em uma queda total de faturamento. Para enfrentar essa situação, a empresa implementou medidas, como oferecer passeios exclusivos para grupos reduzidos e com protocolos de segurança, como distanciamento social e uso de máscaras. Essas ações permitiram à Eco Guaricana continuar a operar e atender a um número limitado de ecoturistas em suas reservas ambientais parceiras.

Os alunos também realizaram uma pesquisa (apêndice B) com amigos e familiares sobre as indústrias em São José dos Pinhais. Dentre as perguntas, foi questionado quais as industriais conhecidas localizadas na cidade, entre as mais comentadas estão: Renault do Brasil, O Boticário, Volkswagen, Nutrimental e Magius entre outras, conforme tabela 1.

Tabela 1 – Maiores citações na pesquisa

Renault do Brasil	41
Boticario	30
VW	16
Nutirmental	9
Magius	8

Fonte: Autores (2023)

Eles também foram perguntados (tabela 2) se já visitaram algumas das instalações respondidas na pergunta anterior, e em sua grande maioria, com 36 respostas foram “Sim”. Sendo que 22 pessoas ainda não visitaram nenhuma das empresas mencionadas.

Tabela 2 - Você já visitou as instalações de algumas dessas indústrias?

Não	22
Sim	36
Total Geral	58

Fonte: Autores (2023)

Após a pergunta cima, foi questionado se na questão anterior sua resposta foi sim, quais indústrias de SJP você já visitou as instalações, entre as mais comentadas estão: Renault, O Boticário, Volkswagen e Selettra (tabela 3).

Tabela 3 - Você já visitou as instalações de algumas dessas indústrias?

O BOTICARIO	9
SELETTA	2
RENAULT	13
VOLKSWAGEN	7

Fonte: Autores (2023)

Foi questionado também, sobre o que eles mais se agradaram ao visitar alguma indústria de SJP, e entre as respostas então: A estrutura, processo de trabalho produtivo, tecnologia, formas de trabalho, produção, entre outros.

Ao serem questionados sobre o interesse de visitar alguma empresa em SJP, as respostas (em sua maioria), foram “Sim”. E as empresas que eles gostariam de conhecer

variam de: Volvo, Selettra, Nutrimental, Volkswagen, O Boticário, Renault, entre outras, conforme tabela 4.

Tabela 4 - Você teria interesse/curiosidade em visitar as instalações de alguma indústria situada em SJP? Quais?

368

Sim, as duas
Sim, Oboticario
Sim, a nutrimental.
Sim, oboticario, nutrimental e renault.
Sim. Magius e Boticário.
Nutrimental e Boticário
Sim.
Sim. Volkswagen
Sim, Volvo
Sim. Selettra
Sim. Das duas citadas
Nutrimental
Renault
Renault, Nutrimental
Sim. Se possível todas.
Berry global
Sim, essas que citei, por exemplo.
Sim, Boticário
Sim, todas.
Sim. boticario
Boticário e Volkswagen
Boticário, Renault
Sim, todas possíveis.
Sim! volkswagen
Boticário/ volkwagem
Sim Magius
Sim. Boticario
Sim, Boticário, Aker Solutions, Cine e Faurencia
Sim, Renault
Sim, a fábrica da Aurora Alimentos.
A nutrimental no segmento alimentício, e a gestamp, do automobilístico.
Talvez.
Sim, Renault
Audi/VW, JProlab, Boticario
Sim, Renault
Sim Renault e sumitomo
Renault, Volkswagen, Aker solutions, SMP Automotive, Nutrimental, Oboticario, AGP, Faurecia e Magnetron
Sim, fabricantes de bebidas e cosméticos

Fonte: Autores (2023)

Por fim, perguntamos o que achariam interessante conhecer ao visitar alguma das indústrias citadas e novamente foi citada a estrutura, processo de trabalho produtivo, tecnologia, formas de trabalho, produção, entre outros.

A seguir, será apresentado a Matriz SWOT (figura 20) do empreendimento Eco Guaricana, destacando as suas Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças:

Figura 20 – Matriz SWOT Eco Guaricana

STRENGTHS • Conexão com a natureza; • Compromisso com a sustentabilidade; • Novos projetos para São José dos Pinhais; • Marcos demonstra grande pró-atividade e entusiasmo; • Criatividade na melhoria de empreendimentos atuais e futuros; • Exploração de diversas parcerias.	WEAKNESSES • Limitações na infraestrutura; • Restrições de capital; • Ausência de parcerias com a indústria.
OPPORTUNITIES • Programas de editais e incentivos financeiros; • Hub industrial em São José dos Pinhais; • Potencial turístico na cidade.	THREATS • Concorrência de outras empresas; • Desafios devido à recessão econômica; • Relutância das indústrias.

Fonte: Autores (2023)

Conforme a figura 20, foram indicados como:

- 1) **Strengths** (força): Conexão com a natureza, pois a Eco Guaricana fica localizada na natureza, tendo assim uma boa experiência. Compromisso com a sustentabilidade, pois suas soluções são sempre baseadas na natureza com o objetivo de não a prejudicar. Novos projetos para São José dos Pinhais, é muito importante pois movimenta o turismo na cidade, trazendo assim benefícios para o município e Marcos demonstra grande pró – atividade e entusiasmos. Criatividade na melhoria de empreendimentos atuais e futuros, pois abrem portas para novas empresas e oportunidades no mercado e por fim, exploração de diversas parcerias.
- 2) **Weaknesses** (fraquezas): Limitações na infraestrutura, pois sua estrutura é pequena. Restrições de capital, pois não se tem recursos para investimentos e ausência de parcerias com as indústrias, porque muitas indústrias temem em abrir suas portas para visitas turísticas.
- 3) **Opportunities** (oportunidades): Programas de editais e incentivos financeiros, como forma de divulgação e arrecadação de fundos. Hub Industrial em São José dos Pinhais pois tem a oportunidade de conhecer diversas empresas de segmentos diferentes e potencial turístico na cidade.
- 4) **Threats** (ameaças): Concorrências de outras empresas de turismo seguirem o mesmo caminho. Desafios devido á recessão econômica da população

impossibilitando muitas vezes de fazer algo diferente como o turismo. Relutância das indústrias, pois muitas empresas talvez não achem viável e favorável abrir suas portas para a população.

Com base nos elementos identificados nas seções de Fraquezas e Ameaças da Matriz SWOT, os estudantes elaboraram a Matriz GUT. Essa ferramenta permitiu a priorização dos problemas (conforme apresentado no quadro 1), proporcionando uma análise mais aprofundada e a resolução com base nos critérios de Gravidade, Urgência e Tendência

370

Quadro 1 – Matriz GUT

MATRIZ GUT				
Problema	Gravidade	Urgência	Tendência	Resultado Total
Restrições de capital	5	5	5	125
Relutância das indústrias	5	5	5	125
Ausência de parcerias com a indústria	4	5	4	80
Desafios devido à recessão econômica	4	3	3	36
Concorrência de outras empresas	4	3	2	24
Limitações na infraestrutura	3	3	2	18

Fonte: Autores (2023)

Com isso, a nota de corte para a priorização dos problemas é igual ou superior a 80, sendo elas, restrições de capital, relutância das indústrias e ausência de parcerias com as indústrias.

3 – ESTAÇÃO TROCANDO IDEIAS

Nesta estação serão apresentados os estudos de caso realizados sobre a implementação do Turismo Industrial nas empresas e polos industriais.

3.1 – Estudo de caso 1: *American Glass Products*

A *American Glass Products*, uma empresa líder na fabricação de vidros especiais e produtos de vidro de alta qualidade, está comprometida com a satisfação e o envolvimento de seus colaboradores e suas famílias. Para fortalecer esse compromisso, a empresa decidiu abrir suas portas para visitas guiadas de colaboradores e seus entes queridos. Com

os dados obtidos, exploraremos como essa iniciativa de turismo e visitação tem contribuído para o fortalecimento dos laços entre a empresa e seus clientes externos.

A *American Glass Products* realizou visitas guiadas em sua fábrica no dia 08/10/23, e será feito a cada trimestre. As visitas são agendadas com antecedência para garantir uma experiência suave e informativa. A empresa colabora com guias experientes e treinados para conduzir as visitas, oferecendo uma visão aprofundada de suas operações. A iniciativa de turismo e visitação na *American Glass Products* tem sido um sucesso em vários aspectos, como o aumento de conhecimento sobre processos produtivos, melhor entendimento sobre a importância da indústria de vidro e sua contribuição para a sociedade e reforço do compromisso da empresa com práticas seguras e sustentáveis.

O programa de turismo e visitação na *American Glass Products* demonstra o compromisso da empresa em criar uma cultura de envolvimento e educação para seus colaboradores e suas famílias. Essa iniciativa fortaleceu os laços entre a empresa e seus funcionários, além de aumentar a compreensão e o respeito pela indústria de vidro. É um exemplo inspirador de como as empresas podem criar experiências memoráveis para seus colaboradores e suas comunidades, ao mesmo tempo em que promovem seus valores e compromissos essenciais. As informações estão presentes no quadro abaixo (2).

Quadro 2 – Estudo de caso 1 na empresa American Glass Products (AGP)

Onde foi feito?	Na fábrica da empresa American Glass (AGP).
Qual era o objetivo?	Promover um maior entendimento das operações da American Glass Products e educar os visitantes sobre a importância da indústria de vidro e seu impacto em nossa vida cotidiana.
O que foi feito?	Uma visita guiada dentro da fábrica para as pessoas que se inscreveram, além da recepção com café e o encerramento com almoço.
Quando foi feito?	08/10/2023
Como foi feito?	Contou com uma equipe de organização, onde foram divididas em partes: Criação do QRcode para inscrição, alinhamento com o refeitório, brindes, roteiro da visita etc.
Resultados obtidos?	Ótimos resultados, muitos elogios e sem dúvida, melhor entendimento do processo produtivo da empresa.

Fonte: Autores (2023)

3.2 – Estudo de caso 2: Polo industrial de São Bernardo do Campo

Os dados desse trabalho de campo foram obtidos através de uma pesquisa sobre o Turismo Industrial em São Bernardo do Campo, que busca transformar a cidade em um

destaque turístico nacional e internacional, aproveitando sua rica herança industrial e as mais de 1.200 fábricas na região. A cidade é parte do Grande ABC Paulista, que abrange diversas outras localidades, como Santo André, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra. Com quase 408 km², sendo mais da metade de área de preservação, e uma população de mais de 830 mil habitantes, São Bernardo do Campo possui um dos maiores PIBs do Brasil, com uma história profundamente ligada à industrialização.

O Turismo Industrial oferece visitas monitoradas às empresas locais, permitindo que os visitantes conheçam a infraestrutura de produção, métodos de fabricação e a mão de obra envolvida. Cada empresa tem a liberdade de criar seu próprio itinerário, determinando áreas a serem exploradas, horários, quantidade de visitantes e restrições, garantindo a segurança. Algumas empresas também apresentam pequenos "museus" para contar a história e a evolução de seus processos, o que enriquece a experiência dos turistas.

Além de fortalecer as marcas das empresas, o Turismo Industrial permite a comercialização de produtos relacionados, como camisetas, chaveiros e bonés, agregando valor à marca. Muitas empresas também oferecem *coffee-breaks* e brindes aos visitantes para melhorar a experiência. Desde o seu início em agosto de 2013, o programa cresceu significativamente, com 19 empresas como parceiras oficiais e aproximadamente 470 vagas disponíveis por mês. Mais da metade dos turistas vêm de outros estados do Brasil, principalmente estudantes universitários e técnicos. Além disso, o programa atraiu visitantes de diversos países, como Peru, Portugal, Paraguai, Estados Unidos, Uganda, Índia, Holanda, México, Taiwan, República Tcheca e Colômbia.

São Bernardo do Campo estabeleceu parcerias com hotéis, restaurantes, bares, locais de entretenimento e empresas de transporte para oferecer preços especiais aos participantes do Turismo Industrial. Também colaborou com costureiras do programa "Costurando o Futuro", da Volkswagen do Brasil, para criar produtos oficiais do Turismo Industrial feitos com sobras de uniformes e tecidos.

A cidade compartilha sua experiência com outras localidades do Grande ABC Paulista, buscando replicar o sucesso do Turismo Industrial na região. Além disso, São Bernardo do Campo estabeleceu parcerias internacionais com cidades em Portugal, como São João da Madeira e Marinha Grande, para trocar experiências e fortalecer o reconhecimento internacional da iniciativa.

Essa iniciativa do Turismo Industrial não apenas celebra o patrimônio industrial da cidade, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável urbano, tornando-se um exemplo global nesse setor.

As informações estão presentes no quadro 3.

373

Quadro 3 – Estudo de caso 2 no polo industrial de São Bernardo do Campo

Onde foi feito?	O Turismo Industrial foi desenvolvido em São Bernardo do Campo, na região metropolitana de São Paulo.
Qual era o objetivo?	O objetivo era transformar São Bernardo do Campo em um destino turístico nacional e internacional, destacando seu setor industrial.
O que foi feito?	O Turismo Industrial consiste em visitas monitoradas a empresas, onde os visitantes podem conhecer a estrutura produtiva, processos de fabricação e história das empresas.
Quando foi feito?	O programa começou em agosto de 2013 e continua ativo.
Como foi feito?	As visitas ocorrem de forma sistemática, com empresas determinando áreas a serem visitadas, dias e horários, e podem incluir informações institucionais e "museus" da empresa. Parcerias com hotéis, restaurantes e transportes foram estabelecidas.
Resultados obtidos?	Atualmente, 19 empresas participam como parceiras oficiais, com cerca de 470 vagas por mês. Recebe visitantes de todo o Brasil e de vários países. Também houve parcerias para criar produtos oficiais do Turismo Industrial.
Observações:	As visitas devem ser agendadas e seguem requisitos específicos, como limites de idade e restrições alimentares. O programa oferece visitas temáticas inclusivas, de acordo com disponibilidade e calendário especial

Fonte: Autores (2023)

3.3 – Estudo de caso 3: Ambev

A Ambev, cujo nome completo é Companhia de Bebidas das Américas, é uma das maiores empresas de bebidas do mundo, produzindo cervejas, refrigerantes, sucos, chás e outras bebidas. Sediada no Brasil, ela atua em diversos países da América Latina e tem uma forte presença no mercado global de bebidas. A empresa é conhecida por marcas como Skol, Brahma, Antarctica, entre outras.

As informações estão presentes no quadro 4.

Quadro 4 – Estudo de caso 3 na empresa Ambev

Onde foi feito?	Nas instalações de fábricas da Ambev localizadas em diversas cidades do Brasil, incluindo as fábricas de Jaguariúna (SP), Lages (SC) e outras.
Qual era o objetivo?	O principal objetivo do turismo nas fábricas da Ambev era proporcionar uma experiência imersiva para os visitantes, permitindo-lhes conhecer o processo de produção das bebidas, os padrões de qualidade adotados pela empresa e promover uma aproximação entre a marca e o consumidor.
O que foi feito?	Foram organizadas visitas guiadas nas instalações da fábrica, incluindo áreas de produção, engarrafamento, armazenamento e logística. Durante o tour, os visitantes recebiam informações sobre a história da empresa, o processo de produção e curiosidades sobre as bebidas.
Quando foi feito?	O programa de visitas nas fábricas da Ambev começou em meados dos anos 2000 e continuou sendo uma iniciativa regular da empresa até a presente data, com algumas pausas ou alterações devido a situações externas, como a pandemia de COVID-19.
Como foi feito?	Os interessados em visitar as fábricas da Ambev precisavam fazer uma reserva prévia, geralmente através do site ou de centrais de atendimento da empresa. Ao chegarem à fábrica, eram recebidos por guias treinados que conduziam o tour. A visita durava em média 1 a 2 horas e, em algumas ocasiões, incluía degustações de produtos no final do tour.
Resultados obtidos?	O turismo nas fábricas se provou uma eficaz ferramenta de marketing para a Ambev. Além de reforçar a imagem de marca da empresa, permitiu uma maior transparência nos processos de produção e fortaleceu a confiança do consumidor. Muitos visitantes compartilharam suas experiências nas redes sociais, gerando publicidade orgânica para a empresa.
Observações:	A iniciativa também se mostrou educativa, especialmente para estudantes e profissionais da área de alimentos e bebidas. Durante eventos especiais ou lançamentos de produtos, a Ambev ocasionalmente organizava tours temáticos ou promoções. A segurança e higiene eram prioridades durante as visitas, com os visitantes recebendo equipamentos de proteção individual e instruções específicas.

Fonte: Autores (2023)

3.4 – Estudo de caso 4: Nestlé

Localizada em São José dos Campos, encontra-se uma das instalações da Nestlé, onde são produzidos alguns dos chocolates mais adorados, como KitKat, Lollo, Alpino, Chokito e Galak. O "Chocotour Nestlé" na fábrica de Caçapava torna essa experiência ainda melhor é a oportunidade de participar de visitas guiadas à fábrica, que permitiram uma experiência na história da marca e no processo de fabricação desses chocolates. "Chocotour Nestlé" na fábrica de Caçapava. As informações estão presentes no quadro 5.

Quadro 5 – Estudo de caso 4 na empresa Nestlé

Onde foi feito?	A visita ocorre na fábrica da Nestlé, situada em Caçapava, localizada à beira da Rodovia Presidente Dutra, aproximadamente 120 km de São Paulo. As visitas, conhecidas como "chocotours", são agendadas com antecedência por meio do site Nestlé Com Você e geralmente ocorrem de segunda a sábado.
Qual era o objetivo?	O objetivo da visita à fábrica da Nestlé é proporcionar aos visitantes uma experiência educativa e informativa. Durante a visita, os visitantes são apresentados à história do chocolate, ao processo de fabricação do chocolate ao leite passo a passo e à história da Nestlé. O objetivo é criar uma conexão com a marca e informar os visitantes sobre a empresa e seus produtos.
O que foi feito?	A visita à fábrica faz parte do conceito de "Turismo Industrial", onde os visitantes tiveram a oportunidade de conhecer a estrutura produtiva, os processos de fabricação e a história da empresa. Durante o passeio, os visitantes exploram as instalações da fábrica e recebem informações detalhadas sobre a produção de chocolates.
Quando foi feito?	O estudo de caso foi realizado no dia 27/10/2023.
Como foi feito?	O início da visita inclui uma apresentação de informações sobre as origens do chocolate, o processo de fabricação do chocolate ao leite e a história da Nestlé no mundo e no Brasil. Os visitantes assistem um vídeo institucional que conta a história da empresa e das origens do chocolate. Em seguida, são encaminhados para o interior da fábrica, onde podem observar o processo de produção.
Resultados obtidos?	Os resultados da visita à fábrica da Nestlé incluem uma experiência educativa e informativa para os visitantes. Durante a visita, os visitantes têm a oportunidade de se conectar com a marca, conhecer os processos de fabricação e entender a história da empresa.
Observações:	Observe-se que os horários para as visitas são bastante concorridos. No dia da visita, os visitantes deverão chegar à fábrica com 30 minutos de antecedência para efetuar o pagamento e receber as orientações necessárias antes do início do Chocotour. O tour completo tem uma duração aproximada de 1 hora e 30 minutos.

Fonte: Autores (2023)

3.5 – Alternativas de solução para o desafio do semestre

No quadro 6, estão descritas as ameaças e fraquezas priorizadas com a Matriz GUT e suas possíveis alternativas de solução.

Quadro 6 – Alternativas de solução para o desafio do semestre

Ameaças e fraquezas priorizadas	Alternativas de Solução
Restrições de capital.	Procurar diferentes meios de subsídios.
Relutância das indústrias.	Apresentar projetos demonstrando as vantagens para as indústrias.
Ausência de parcerias com as indústrias.	Apresentar projetos demonstrando as vantagens para as indústrias.

Fonte: Autores (2023)

4 – ESTAÇÃO HORA DE FALAR

Nesta estação serão apresentados os planos de ação para a proposta de turismo industrial em São José dos Pinhais, no qual foi apresentado e desenvolvido ao longo deste trabalho.

376

4.1 – Roteiro Turismo Industrial 1 – Indústrias de Cosméticos

Abaixo, serão apresentados a proposta de projeto, que busca desvendar os intricados caminhos da indústria por meio de roteiros de visitas estratégicas. Com visão de oferecer uma experiência única, promovendo não apenas conhecimento prático, mas estabelecendo parcerias significativas no dinâmico universo da indústria.

São José dos Pinhais destaca-se por sua composição equilibrada, abraçando 1/3 de área rural, 1/3 de área urbana/industrial e 1/3 de área ambiental. Essa harmonia entre os ambientes reflete não apenas a diversidade geográfica, mas também a coexistência equilibrada entre natureza, indústria e comunidade.

Na cidade, desvende-se o epicentro da indústria de beleza com um roteiro exclusivo que destaca duas empresas notáveis locais: Leclair Indústria e Comércio de Perfumes e Cosméticos Ltda e a histórica fábrica inaugural de O Boticário.

07:30 às 08:00 - Ponto de encontro na Eco Guaricana

08:00 às 09:00 - Boas-vindas e Apresentação Inicial:

- Recepção e registro dos participantes na Eco Guaricana.
- Breve apresentação sobre o roteiro do dia, destacando as empresas Leclair e O Boticário.

09:30 às 11:00 - Parada 1 - Leclair Indústria e Comércio de Perfumes e Cosméticos Ltda:

- Apresentação Inicial;
- Visão geral da trajetória da Leclair, com ênfase nos mais de 20 anos de produção de cosméticos, especialmente sabonetes em barra;
- Destaque para a localização estratégica otimizada para logística eficiente;
- Tour pela Produção;
- Início na área de recepção de insumos;

- Observação dos processos de produção, desde a fabricação até a embalagem final;
- Visita à sala de controle de qualidade, aplicando padrões rigorosos;
- Centro de Pesquisa e Desenvolvimento;
- Conclusão na área de pesquisa e desenvolvimento, evidenciando uma inovação constante.

11:00 às 13:00 – Parada para almoço e deslocamento organizado para a fábrica de O Boticário.

13:00 às 17:00 - Parada 2 - O Boticário:

- Apresentação Inicial;
- Chegada ao Boticário, líder em perfumaria com mais de 850 produtos;
- Contextualização histórica e contribuição ao setor;
- História e Compromissos;
- Exploração da história e compromissos da empresa;
- Ênfase no compromisso com práticas sustentáveis e sociais.
- Observação dos processos de produção, desde a fabricação até a embalagem final;
- Processos de qualidade;
- Setor de testes e pesquisas;

17:00 às 18:00 Encerramento da visita na fábrica da O Boticário e deslocamento até a sede da Eco Guaricana.

- Retorno à Eco Guaricana para o encerramento;
- Agradecimento aos participantes por explorarem as operações das empresas;
- Sessão de perguntas para esclarecimentos.

Conclui-se então que, as vantagens para as organizações em oferecer tal modalidade de turismo, proporciona uma base que estabelece uma conexão mais profunda, fortalecendo a lealdade à marca, além de compartilhar as histórias que constroem uma narrativa poderosa, transformando os produtos em elementos integrantes

da vida dos consumidores. Com isso, as visitas guiadas oferecem conteúdo visual envolvente para compartilhamento nas redes sociais, ampliando a visibilidade da marca.

Um modelo de *folder* (Figura 21 e 22) foi desenvolvido a fim de contribuir visualmente com o roteiro das indústrias de cosméticos.

Figura 21 – Modelo *folder* Indústria da Beleza (frente)



Fonte: Autores (2023)

Figura 22 – Modelo *folder* Indústria da Beleza

Fonte: Autores (2023)

4.2 – Roteiro Turismo Industrial 2 – Indústrias e localização

Dentre as diversas indústrias localizadas em São José dos Pinhais, teremos um roteiro para duas empresas de ramos diferentes, mas de localidades próximas.

Os visitantes devem se encontrar no Eco Guaricana para o passeio, onde se acomodaram em uma van para a primeira parada na indústria O Boticário.

Localização da Empresa: O Boticário - R. Alfredo Pinto, 198 - Parque da Fonte, São José dos Pinhais – PR

8:30 às 9:00 - Chegada e Boas-Vindas:

- Os participantes serão recebidos na recepção pela equipe de relações públicas da O Boticário com um café da manhã de boas-vindas para os visitantes.

9:00 às 9:30 - Apresentação Institucional:

- Visão geral da história da empresa;
- Missão, valores e compromissos sociais;

- Apresentação sobre o papel da unidade de São José dos Pinhais na cadeia de produção da empresa.

9:30 às 10:30 - Tour pela Produção:

- Visita guiada às instalações de produção, destacando os diferentes estágios de fabricação;
- Demonstração dos processos de controle de qualidade e sustentabilidade adotados pela empresa.

10:30 às 11:00 - Perguntas e Respostas:

- Sessão interativa para que os visitantes possam fazer perguntas sobre a empresa, seus produtos e práticas de negócios;
- Possibilidade de interação com profissionais-chave da empresa.

11:00 às 11:30 - Loja Conceito e Produtos:

- Tour pela loja conceito, apresentando os diferentes produtos e linhas;
- Demonstração de novos lançamentos e produtos exclusivos.

11:30 às 12:00 - Encerramento e Networking:

- Agradecimentos aos participantes por sua visita;
- Oportunidade para networking e interação informal;
- Entrega de brindes e lembranças da visita.

A partir desse horário, terá uma hora para o almoço e descanso após visita. A Van deve levar os turistas até um restaurante parceiro para o almoço e seguir com a próxima indústria.

Localização da Empresa: Nutrimental - Av. Rui Barbosa, 8153 - Águas Belas, São José dos Pinhais - PR, 83040-550.

13:30 às 14:00 - Chegada e Recepção:

- Os participantes são recebidos na recepção pela equipe de relações públicas da Nutrimental;
- Breve apresentação da empresa e distribuição de crachás de identificação.

14:00 às 14:30 - Visão Geral da Nutrimental:

- Apresentação institucional sobre a história;
- Valores e compromissos sociais da Nutrimental;
- Destaque para as principais linhas de produtos e inovações recentes.

14:30 às 15:30 - Tour pela Produção e Controle de Qualidade:

- Visita guiada às instalações de produção, destacando os processos de fabricação de alimentos;
- Demonstração dos rigorosos controles de qualidade e práticas de segurança alimentar adotados pela empresa.

15:30 às 16:00 - Perguntas e Respostas:

- Sessão interativa para que os visitantes possam fazer perguntas sobre os processos de produção, ingredientes utilizados, e estratégias de mercado;
- Possibilidade de interação com especialistas da empresa.

16:00 às 16:30 - Inovação e Desenvolvimento de Produtos:

- Visita a laboratórios de pesquisa e desenvolvimento para entender o processo de inovação de novos produtos;
- Demonstração de projetos recentes e futuras tendências na indústria alimentícia.

16:30 às 17:00 - Encerramento e Degustação: Agradecimentos aos participantes por sua visita.

- Degustação de produtos da Nutrimental, permitindo aos visitantes experimentar a diversidade dos alimentos produzidos;
- Entrega de amostras ou brindes como lembranças.

Ao participar do roteiro de visitas, sua empresa terá a oportunidade de estabelecer conexões estratégicas com profissionais-chave do setor. Essa rede pode se tornar valiosa para parcerias comerciais, colaborações e até mesmo oportunidades de co-desenvolvimento de produtos.

A interação com diferentes indústrias proporciona uma exposição a diversas práticas operacionais, inovações tecnológicas e estratégias de negócios. Sua empresa

pode se inspirar em casos de sucesso, implementar melhores práticas e manter-se atualizada sobre as últimas tendências em diferentes setores.

Sua empresa pode identificar áreas de sinergia na produção, logística ou cadeia de suprimentos. Isso pode levar a eficiências operacionais, redução de custos e, em última instância, aprimoramento da competitividade no mercado.

Um modelo de *folder* (Figura 23 e 24) foi desenvolvido a fim de contribuir visualmente com o roteiro das indústrias locais (próximas).

Figura 23 – Modelo *folder* de indústrias próximas (frente)



Fonte: Autores (2023)

Figura 24 – Modelo *folder* de indústrias próximas

Fonte: Autores (2023)

4.3 – Roteiro Turismo Industrial 3 – Indústrias Automobilísticas

São José dos Pinhais também é reconhecida como um proeminente polo de indústrias automobilísticas. Diante dessa distinção, propôs-se um roteiro de dois dias, proporcionando uma imersão completa no cenário automobilístico local, aliado à exploração do ecoturismo, elemento marcante presente na cidade.

Dia 1 - Roteiro Matinal na Volkswagen em São José dos Pinhais:

7:30 – Saída do Hotel Boutique Vinícola Araucária by Slaviero Hotéis com van da Delimatur Vans.

8:30 às 9:00 - Chegada e Recepção:

- Chegada ao portão principal da fábrica da Volkswagen;
- Recepção por guias especializados que fornecerão informações sobre a história e a importância da unidade;

9:00 às 9:30 - Apresentação Institucional:

- Sessão informativa sobre a história global da Volkswagen e a relevância da unidade em São José dos Pinhais;
- Destaque para as contribuições locais para a inovação e produção automotiva.

9:30 às 10:30 - Tour pela Linha de Produção:

- Passeio guiado pelas instalações da fábrica, incluindo as linhas de montagem;
- Observação dos processos de fabricação, desde a chegada das peças até a montagem final dos veículos.

10:30 às 11:00 - Demonstração de Tecnologias:

- Exibição de tecnologias automotivas avançadas e inovações presentes nos veículos produzidos na unidade;
- Oportunidade para interação e perguntas sobre as características técnicas dos automóveis.

11:00 às 11:30 - Pausa para Café:

- Intervalo para café com opções de lanches leves;
- Momento para os visitantes relaxarem e discutirem impressões preliminares.

11:30 às 12:00 - Diálogo com Profissionais da Empresa:

- Sessão interativa com membros da equipe da Volkswagen;
- Compartilhamento de experiências, perspectivas e oportunidades de carreira na empresa.

12:00 às 13:30 - Horário livre e almoço na Vinícola Araucária.

Dia 1 - Roteiro Vespertino na Eco Guaricana:

14:30 - Encontro na Sede Eco Guaricana;

15:00 às 17:00 - Visita Rancho Caminho das Águas:

- Passeio no rancho;
- Trilha autoguiada de Mata Atlântica;

- Visita a granja;
- Visita ao curral;
- Colheita de morangos.

17:15 - Café colonial (a decidir).

18:00 - Volta para o hotel e noite livre.

Dia 2 – Roteiro Matinal imersão na área rural de São José dos Pinhais:

7:30 – Checkout e saída do Hotel Boutique Vinícola Araucária by Slaviero Hotéis com van da Delimatur Vans.

8:00 - Chegada ao caminho do vinho:

- Visita a vinícolas;
- Visita a casas históricas e culturais;
- Agroindústria do caminho do vinho;
- Cafés Coloniais;
- Restaurantes.

12:00 às 13:15 - Almoço no restaurante colonial (a escolher).

Dia 2 - Roteiro Vespertino na Indústria Renault de São José dos Pinhais:

13:30 - Chegada e Boas-Vindas na Renault:

- Recepção na entrada da unidade Renault em São José dos Pinhais;
- Introdução ao programa da tarde e distribuição de material informativo.

13:30 às 14:30 - Tour pelas Instalações de Produção:

- Exploração das linhas de produção, com ênfase nos processos exclusivos da Renault;
- Observação do cuidado com a qualidade e inovações implementadas na fabricação dos veículos.

14:30 às 15:00 - Visita ao Centro Tecnológico:

- Deslocamento para o Centro Tecnológico da Renault;

- Exibição de projetos de pesquisa e desenvolvimento, destacando a inovação tecnológica da empresa.

15:00 às 15:30 - Pausa para Café e Networking:

- Intervalo para café com oportunidade para networking;
- Discussões informais com membros da equipe Renault e outros participantes.

15:30 às 16:30 - Experiência Interativa:

- Participação em uma atividade interativa, como simulações de design ou testes de realidade virtual;
- Exploração prática dos avanços tecnológicos no setor automotivo.

16:30 às 17:00 - Sessão de Perguntas e Encerramento:

- Sessão de perguntas e respostas com representantes da Renault;
- Agradecimento aos participantes e distribuição de materiais promocionais.

17:00 - Café colonial;

18:00 - Encerramento e brinde aos visitantes.

Ao aderir este tipo de turismo, focado na indústria automobilística de São José dos Pinhais, as empresas desse setor podem desfrutar de vantagens significativas, como:

- Destaque no roteiro, aumentando a visibilidade perante um público interessado na indústria automotiva;
- Oportunidade de apresentar produtos e inovações a um grupo seleto de visitantes;
- Acesso a uma rede exclusiva de profissionais, empresários e entusiastas da indústria automobilística;
- Possibilidade de estabelecer parcerias comerciais e fortalecer a presença no mercado;
- Associação da marca com a inovação e excelência da indústria automotiva local;
- Aumento da reputação da empresa por participar de iniciativas que promovem o desenvolvimento da região;
- Identificação de oportunidades de negócios durante as interações com visitantes e outros participantes do roteiro;

- Facilidade em iniciar conversas e parcerias estratégicas no contexto de um programa especializado;
- Participação em uma iniciativa que promove o turismo industrial e o conhecimento sobre o setor;
- Reforço da imagem de responsabilidade social corporativa ao contribuir para o desenvolvimento local.

387

Com isso, sua empresa estará na vanguarda do setor automobilístico, aproveitando oportunidades únicas para promover seus produtos, estabelecer conexões valiosas e posicionar-se como líder no cenário industrial de São José dos Pinhais.

Para esse roteiro, também foi desenvolvido um modelo de *folder* (Figura 25 e 26) a fim de contribuir visualmente com o roteiro das indústrias automobilísticas.

Figura 25 – Modelo *folder* indústrias automobilísticas (frente)



Fonte: Autores (2023)

Figura 26 – Modelo *folder* indústrias automobilísticas

Fonte: Autores (2023)

4.4 – 5W2H – meios de subsídios

Abaixo, no quadro 7, foi utilizado a metodologia 5W2H para desenvolver a alternativa de solução para a restrições de capital que foi priorizada na Matriz GUT.

Quadro 7 – 5W2H meios de subsídios

Causa?	O que? (What)	Por que? (Why)	Quem? (Who)	Quando? (When)	Onde? (Where)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
Restrições de capital	Procurar diferentes meios de subsídios	Garantir recursos financeiros adicionais para o projeto	Marcos Rosa	A partir de Jan/2024	Ecoguaricana	Pesquisar em órgãos governamentais, organizações sem fins lucrativos, parcerias estratégicas, etc.	Tempo de trabalho: 3h por dia

Fonte: Autores (2023)

No primeiro plano de ação, focamos na identificação imediata de fontes de subsídios, como órgãos governamentais, como o ministério de turismo da cidade, organizações sem fins lucrativos e parcerias estratégicas como universidades e centros de pesquisa. O Sr. Marcos Rosa ficará com revisões mensais para avaliar o progresso. O orçamento é alocado para pesquisa e equipe com três horas de trabalho por dia.

4.5 – 5W2H – vantagens

No quadro 8, apresenta a proposta de solução para a relutância e a ausência de parcerias com as indústrias.

Quadro 8 – 5W2H vantagens

Causa?	O que? (What)	Por que? (Why)	Quem? (Who)	Quando? (When)	Onde? (Where)	Como? (How)	Quanto custa? (How much)
Relutância das Indústrias	Apresentar projetos demonstrando as vantagens para as indústrias	Convencer as indústrias a apoiarem o projeto	Marcos Rosa	A partir de Fev/2024	Ecoguaricana	Realizar apresentações, workshops e reuniões. Enfatizar os ganhos econômicos, sociais e ambientais.	Tempo de trabalho: 5h por dia
Ausência de parcerias com as indústrias	Apresentar projetos demonstrando as vantagens para as indústrias	Convencer as indústrias a apoiarem o projeto	Marcos Rosa	A partir de Fev/2024	Ecoguaricana	Realizar apresentações, workshops e reuniões. Enfatizar os ganhos econômicos, sociais e ambientais.	Tempo de trabalho: 5h por dia

Fonte: Autores (2023)

No segundo plano de ação, a ênfase está no desenvolvimento de projetos detalhados que destaquem benefícios claros como estabelecer conexão estratégica, explorar potenciais colaborações e fortalecer sua visibilidade para as indústrias. O Sr. Marcos Rosa, trabalhará nas apresentações, workshops e reuniões via *Teams* para persuadir as indústrias a apoiarem o projeto. A implementação inicia após a obtenção de subsídios, e há um orçamento dedicado para cinco horas de trabalho por dia.

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

Após o registro das alternativas de solução e a implementação do 5W2H, foi criado o cronograma de GANTT para controlar o cronograma do projeto apresentado, onde as alternativas de solução devem ser seguidas a partir de janeiro de 2024, conforme o quadro abaixo:

Quadro 9 – Matriz de GANTT

Causas	ANO/2024											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Restrições de capital												
Relutância das Indústrias												
Ausência de parcerias com as indústrias												

Fonte: Autores (2023)

Desta forma, a previsão de encerramento do projeto é em fevereiro de 2024.

5 – SUGESTÃO DE TEMAS FUTUROS

Após percorrer as quatro estações anteriores, sugere-se como próximo nível de estudo alguns passos estratégicos para garantir uma implementação eficaz e bem-sucedida. Certifique-se de que haja recursos adequados alocados para a execução dos projetos. Isso inclui financiamento para a pesquisa de subsídios, despesas com apresentações e workshops, bem como ajustes conforme necessário ao longo do tempo. Mantenha uma comunicação constante com todas as partes interessadas, incluindo a equipe de projeto, o departamento financeiro e as indústrias envolvidas. O envolvimento ativo de todas as partes é crucial para o sucesso do projeto. Esteja aberto ao feedback recebido durante as apresentações e workshops. Utilize essas informações para fazer ajustes contínuos nos projetos, aprimorando constantemente a abordagem e a estratégia. A flexibilidade e a adaptabilidade são cruciais ao implementar projetos. Mantenha uma mentalidade aberta para ajustar estratégias conforme necessário, garantindo assim a maximização dos resultados e o alcance dos objetivos estabelecidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais do trabalho desenvolvido para a empresa refletem uma jornada de aprendizagem e descoberta, tanto para a equipe quanto para a empresa. Primeiramente, é importante destacar o sucesso no atingimento dos objetivos, evidenciado pela entrega de um plano de ação eficaz. A metodologia adotada mostrou-se apropriada, auxiliando na resolução de problemas e no desenvolvimento de soluções práticas, o que demonstra a aplicabilidade da teoria na prática.

A integração dos conteúdos aprendidos em diferentes disciplinas foi fundamental para o sucesso do projeto. Em particular, as lições de "Gestão da Inovação" foram cruciais para a geração de ideias inovadoras, enquanto "Gestão de Projetos" forneceu as ferramentas necessárias para estruturar e implementar o plano de ação. Esta interdisciplinaridade foi um aspecto chave, mostrando como diferentes áreas do conhecimento podem contribuir para um objetivo comum.

Apesar dos desafios enfrentados, como a dificuldade em encontrar benchmarks na região de São José dos Pinhais, a equipe conseguiu superá-los e, através deste processo, descobriu novas perspectivas e possibilidades. Este aspecto foi um dos pontos positivos

mais significativos do trabalho, evidenciando que desafios podem se transformar em oportunidades de aprendizado e crescimento.

Por fim, a mensagem final da equipe destaca a importância de continuar explorando o turismo industrial em São José dos Pinhais, sugerindo um potencial inexplorado na região. Este trabalho não apenas alcançou seus objetivos imediatos, mas também abriu caminhos para futuras investigações e desenvolvimentos, enfatizando a relevância de abordagens inovadoras no setor de turismo. A experiência da equipe com a Eco Guaricana serve como um estímulo para futuras iniciativas, ressaltando a importância da constante busca por conhecimento e inovação

REFERÊNCIAS

ASHWORTH, G. J. **Preservação do patrimônio e turismo**: uma relação complicada. [S. l.]: [s.n.], 2000.

ÁVILA, R. **Matriz GUT**: o que é e como ela ajuda a priorizar problemas? [S. l.]: Luz, 2014. Disponível em: <https://blog.luz.vc/o-que-e/matriz-gut-gravidade-urgencia-e-tendencia/>. Acesso em: 15 set. 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). Site Oficial. BACEN, 2020. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/>. Acesso em: 11 set. 2023.

BASTOS, M. **Ferramentas da Qualidade**: Matriz GUT. [S. l.]: Portal Administração, 2014. Disponível em: <http://www.portal-administracao.com/2014/01/matriz-gut-conceito-e-aplicacao.html>. Acesso em: 15 set. 2023.

BUTLER, R. W. **Tourismand the Environment**: [S. l.]: A Geographical Perspective, 1980.

CAMP, R. C. **Benchmarking**: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance. [S. l.]: ASQC Quality Press, 1989.

DAEXE. Figura 14 – Matriz GUT. Daexe 2023. Disponível em: <https://www.daexe.com.br/reorganiza-sua-gestao-estrategica/matriz-gut/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

DEPARTAMENTO DE POLÍCIA FEDERAL (DPF). Site Oficial. DPF, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br>. Acesso em: 11 set. 2023.

ECO GUARICANA. Figura 17 – Informativo Eco Guaricana. Eco Guaricana, 2023.

ELEPHANTINE. Figura 13 Matriz SWOT. Elephantine, 2023. Disponível em: <https://elephantine.com.br/matrizswot/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

FALCONI, V. **O Verdadeiro Poder**. Brasil: Lean Institute, 2004.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ. Figura 8 – Lei estadual Região Turística Rotas do Pinhão. Assembleia Legislativa Do Estado Do Paraná, Paraná, 2017. Disponível em: <https://www.assembleia.pr.leg.br/comunicacao/noticias/um-dos-mais-tradicionais-roteiros-turisticos-do-parana-agora-e-oficializado-em-lei-estadual#:~:text=em%20lei%20estadual-,Um%20dos%20mais%20tradicionais%20roteiros%20tur%C3%ADsticos%20do%20Paran%C3%A1%20agora%20%C3%A9,Alep%20e%20convertido%20em%20lei>. Acesso em: 27 nov. 2023.

FYALL, A.; GARROD, B. **Tourism Marketing: A Collaborative Approach**. [S. l.]: Channel View Publications, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. [S. l.]: Editora Atlas, 2017.

GOOGLE. Figura 7 – Pinha, 2023.

HITT, M. A.; IRLANDA, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Gestão Estratégica: Conceitos e Casos: Competitividade e Globalização**. 12. ed. [S. l.]: Cengage Learning, 2017.

HUMPHREY, A. S. **SWOT Analysis for Management Consulting**. [S. l.]: SRI Alumni Newsletter, 2005.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. **Marketing para Hospitalidade e Turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do Trabalho Científico**. Brasil: Atlas, 2003.

LEFEBVRE, H. **A Produção do Espaço**. 4.ed. São Paulo: DIFE, 1974.

MacCANNELL, D. **The Tourist: A New Theory of the Leisure Class**. Nova York: Schocken Books, 1976.

MICROSOFT. Figura 16 – Cronograma de GANTT. Microsoft, 2023. Disponível em: <https://support.microsoft.com/pt-br/office/apresentar-os-dados-em-um-gr%C3%A1fico-de-gantt-no-excel-f8910ab4-ceda-4521-8207-f0fb34d9e2b6>. Acesso em: 03 nov. 2023.

MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. [S. l.]: Hucitec, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). GRÁFICO 1 – TURISMO NO BRASIL. MTUR, 2020. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 11 set. 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). Site Oficial. MTUR, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/orgaos/ministerio-do-turismo>. Acesso em: 11 set. 2023.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico**. 2ª ed. São Paulo: ROCA, 2001.

MURPHY, P. E. **Tourism: A Community Approach**. Nova York: Methuen, 1985.

NÓBREGA, E. **Gestão da Qualidade: Conceitos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). Site oficial. Brasil, 2020. Disponível em: <https://news.un.org/pt/tags/organizacao-mundial-do-turismo>. Acesso em: 27 out. 2023.

OSBORN, A. F. **Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem Solving**. [S. l.]: Charles Scribner's Sons, 1957.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **A economia da experiência**. [S. l.]: Harvard Business Review, 1999.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e Concorrentes**. Imprensa livre, 1980.

PREFEITURA DE SJP. Figura 3 – Casa da cultura polonesa, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-cultura/equipamentos-culturais/casa-da-cultura-polonesa-2/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 4 – Portal de São José dos Pinhais, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 5 – Igreja Matriz São José, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 6 – Museu Municipal Atílio Rocco, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/museu-municipal-atilio-rocco/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 9 – 6º festival da cerveja artesanal, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-industria-comercio-e-turismo/turismo/calendario-de-eventos-de-sao-jose-dos-pinhais/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 10 – 16ª Festa do Vinho, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-industria-comercio-e-turismo/turismo/calendario-de-eventos-de-sao-jose-dos-pinhais/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 11 – Festa da Cidade SJP 2023, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-industria-comercio-e-turismo/turismo/calendario-de-eventos-de-sao-jose-dos-pinhais/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Figura 12 – Entrada caminho do vinho, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretaria-industria-comercio-e-turismo/turismo/calendario-de-eventos-de-sao-jose-dos-pinhais/>. Acesso em: 27 out. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Site oficial. São José dos Pinhais, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

PREFEITURA DE SJP. Turismo. São José dos Pinhais, 2023. Disponível em: <https://www.sjp.pr.gov.br/secretarias/secretariaindustriacomercioeturismo/turismo/>. Acesso em: 20 out. 2023.

PRENSKY, M. **Nativos Digital Natives, Digital Immigrants**. [S. l.]: On the Horizon, 2001.

RICHARDS, G. **Cultura e turismo industrial**. In: The Tourist City. Nova York: Yale University Press, 2001.

RYAN, C. **Recreational Tourism: A Social Science Perspective**. [S. l.]: Channel View Publications, 2002.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

SEBRAE. 5W2H: o que é, para que serve e por que usar na sua empresa. Sebrae, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/5w2h-o-que-e-para-que-serve-e-por-que-usar-na-sua-empresa>. Acesso em: 24 nov. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 2 - ABRANGÊNCIA POR REGIÃO TURÍSTICA DO PARANÁ. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 3 – GÊNERO. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 4 – FAIXA ETÁRIA. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 5 – RENDA MENSAL. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 6 - FREQUÊNCIA DE VIAGENS REALIZADAS PELO PARANÁ. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 7 – MOTIVOS PELOS NÃO PRETENDE VIAJAR PELO PARANÁ ATÉ DEZ/2023. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 8 – MOTIVOS PARA VIAJAR NO PARANÁ ATÉ DEZ/2023. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 9 - REGIÃO DO PARANÁ PRETENDIDA PARA VIAJAR ATÉ DEZ/2023. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). GRÁFICO 10 – GASTO INDIVIDUAL DIÁRIO PRETENDIDO. SETU, 2023. Disponível em: https://www.aen.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2023-07/2007pesquisaturismo_0.pdf. Acesso em: 11 set. 2023.

SECRETARIA ESTADUAL DO TURISMO DO PARANÁ (SETU). Site oficial. Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.turismo.pr.gov.br/>. Acesso em: 27 out. 2023.

SLACK, N.; CÂMARAS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SMITH, V. L. **War and Tourism**: An American Ethnography. Nova York: Cognizant Communication Corporation, 1998.

TIMOTHY, D. J. **Participatory Planning**: A View of Tourism in Indonesia. [S. l.]: Annals of Tourism Research, 1997.

TREASY. Figura 15 – 5W2H. Treasy 2015. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/5w2h/>. Acesso em 03 nov. 2023.

URRY, J. **The Tourist Gaze**: Leisure and Travel in Contemporary Societies. Londres: Sage Publication, 1990.

Osborn, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIAJE PARANÁ. São José dos Pinhais. Viaje Paraná, [s. l.], 2023. Disponível em: <https://www.viajeparana.com/SaoJosedosPinhais>. Acesso em: 03 nov. 2023.

VIGLIANISI, M. G. (2008). **Industrial Tourism and Local Development**: The Case of Fiat Auto in Turin. [S. l.]: European Planning Studies, 2008.

WILLIAMS, P. W. **Industrial Tourism**: Opportunities for City and Enterprise. [S. l.]: Routledge, 2003.