

**QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E  
GASTRONOMIA NA CIDADE DE PARANAGUÁ**

Trabalho apresentado à  
Universidade Federal do Paraná -  
Departamento de Turismo, como  
requisito parcial para obtenção do  
Título de Especialista em  
Planejamento e Gestão do Turismo

Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl

**CURITIBA**

**2001**

*“Todas as viagens são lindas,  
mesmo a que fizeres nas ruas do teu bairro”.*

Ribeiro Couto, em Chão de França

## AGRADECIMENTOS

*A Deus, a minha família, e a todos aqueles que me inspiraram e estimularam neste trabalho, porque como eu acredito num mundo melhor.*

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I - RECURSOS HUMANOS NA ÁREA DE TURISMO NOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA</b> .....	5
1.1 O TURISMO NA HOTELARIA E GASTRONOMIA .....	6
1.1.1 Definição do Turismo .....	6
1.1.2 Concepção do Turismo .....	7
1.1.3 Serviços Qualificados .....	10
1.1.4 Recursos Humanos no Setor Hoteleiro .....	11
1.1.5 Empresa Hoteleira .....	12
1.1.6 Recursos Humanos no Setor Gastronômico .....	14
1.1.6.1 Empresas de serviços de alimentos e bebidas .....	16
1.1.7 Qualificação Profissional .....	17
<b>CAPÍTULO II – O TURISMO NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ</b> .....	20
2.1 ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS - SETOR PRIMÁRIO .....	21
2.2 ASPECTOS SÓCIO–ECONÔMICOS – SETOR SECUNDÁRIO .....	22
2.3 ASPECTOS SÓCIO–ECONÔMICOS – SETOR TERCIÁRIO .....	23
2.4 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ .....	24
2.4.1 Recursos Naturais – Baías .....	25
2.4.2 Recursos Naturais – Mangues .....	26
2.4.3 Recursos Naturais – Ilhas e Comunidades .....	26
2.4.3.1 Amparo .....	26
2.4.3.2 Ponta do Ubá .....	27
2.4.3.3 Eufrasina .....	27
2.4.3.4 São Miguel .....	27
2.4.3.5 Europinha/Nácar .....	28
2.4.3.6 Piaçaguera .....	28
2.4.3.7 Teixeira .....	28
2.4.3.8 Cotinga .....	28

2.4.3.9 Valadares .....	29
2.4.3.10 Ilha do Mel .....	30
2.4.4 Recursos Naturais – Rios e Quedas D’água .....	31
2.4.5 Estação Ecológica .....	31
<b>2.5 PATRIMÔNIO HISTÓRICO E CULTURAL .....</b>	<b>32</b>
2.5.1 Fonte Velha .....	32
2.5.2 Palácio São José .....	32
2.5.3 Casa Brasília Itiberê e Casa Monsenhor Celso .....	33
2.5.4 Palácio Visconde de Nácar .....	33
2.5.5 Mercado Municipal de Café .....	33
2.5.6 Mercado Municipal Brasília Abud .....	34
2.5.7 Mercado do Artesanato .....	34
2.5.8 Estação Ferroviária .....	34
2.5.9 Rua da Praia .....	34
2.5.10 Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP.....	35
2.5.11 Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá .....	35
2.5.12 Igreja de Nossa Senhora do Rosário – Catedral .....	35
2.5.13 Igreja de Nossa Senhora do Rocio .....	36
2.5.14 Igreja de São Benedito .....	36
2.5.15 Teatro da Ordem .....	36
2.5.16 Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres .....	36
<b>2.6 ACERVO HISTÓRICO E INSTITUIÇÕES CULTURAIS DE ESTUDO, PESQUISA E LAZER .....</b>	<b>37</b>
2.7 FESTAS, COMEMORAÇÕES E ATIVIDADES CULTURAIS .....	38
2.8 OBRA DE ARTE E TÉCNICA DA ENGENHARIA .....	40
2.9 EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS .....	41
2.10 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ ..	43
<b>CAPÍTULO III - QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA NA CIDADE DE PARANAGUÁ .....</b>	<b>45</b>
3.1 PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO .....	46
3.1.1 Introdução .....	46

3.1.2	Justificativa .....	47
3.1.3	Objetivos .....	47
3.1.3.1	Objetivos específicos .....	48
3.1.4	O Problema .....	48
3.1.5	Hipóteses .....	48
3.1.6	Variáveis .....	49
3.1.7	Procedimentos de Coletas de Dados .....	50
3.1.7.1	Segmentos operacionais .....	50
3.1.7.2	Os entrevistados dividiram-se, de acordo com o sexo, em: .....	51
3.1.7.3	Em relação ao estado civil dos entrevistados .....	51
3.1.7.4	A escolaridade dos entrevistados .....	52
3.1.7.5	Quanto a faixa etária .....	52
3.1.7.6	Quanto ao tempo de serviço .....	53
3.1.7.7	O rendimento dos entrevistados .....	53
3.1.7.8	Preparação para exercer a atual função .....	54
3.1.7.9	Quanto a habilitação específica .....	54
3.1.7.10	Avaliação do desempenho .....	55
3.1.7.11	Quanto a terem recebido treinamento .....	55
3.1.7.12	Interesse dos entrevistados em realizar cursos .....	56
3.1.7.13	Quanto a proporção dos entrevistados realizarem cursos fora do horário normal de trabalho .....	56
3.1.7.14	Quanto a oferta de cursos na área de prestação de serviços .....	57
3.1.7.15	Consideração do empregado sendo cliente de outros estabelecimentos comerciais .....	57
3.1.7.16	Menção dos avaliados em relação a sua atual função .....	58
3.1.7.17	Os planos para o futuro em relação a sua atual função .....	58
3.1.7.18	Questionário complementar aos proprietários .....	59
3.1.7.19	Consideração pela necessidade de um treinamento para seus funcionários .....	59
3.1.7.20	Consideração pela importância em investir na mão-de-obra .....	60

3.1.7.21 Se os proprietários estavam investindo na preparação de mão-de-obra .....	60
3.1.7.22 Consideração dos empresários sobre treinamento de seus funcionários .	61
3.1.8 Procedimentos de Pesquisa .....	61
3.1.8.1 Análise e Interpretação da pesquisa de campo do questionário dirigido aos proprietários .....	61
3.1.8.2 Análise e interpretação da pesquisa de campo do questionário dirigido aos funcionários .....	62
3.1.9 Análise das Variáveis .....	65
3.1.10 Comparação das Variáveis .....	65
3.1.11 Verificação das Hipóteses .....	66
3.1.12 Conclusão da Pesquisa de Campo .....	66
<b>4 CONCLUSÃO .....</b>	<b>68</b>
<b>5 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXO 1 - FOTOGRAFIAS DIGITALIZADAS DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS E HISTÓRICOS DE PARANAGUÁ CITADAS NOS CAPÍTULOS DESTA MONOGRAFIA .....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXO 2 - ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA, QUADRO RESUMO DO LITORAL DO PARANÁ .....</b>	<b>83</b>
<b>APÊNDICE - MODELO DO QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS E PROPRIETÁRIOS DOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA PARA PESQUISA DE CAMPO .....</b>	<b>86</b>

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	- Ocupação Hoteleira, período de 1998 a 2000 .....	44
TABELA 2	- Tamanho da amostra dos segmentos .....	50
TABELA 3	- Segmentos operacionais .....	50
TABELA 4	- Divisão, de acordo com o sexo .....	51
TABELA 5	- Estado civil dos entrevistados .....	51
TABELA 6	- Escolaridade dos entrevistados .....	52
TABELA 7	- Quanto a faixa etária .....	52
TABELA 8	- Quanto ao tempo de serviço .....	53
TABELA 9	- Quanto ao rendimento .....	53
TABELA 10	- Preparação para exercer a atual função .....	54
TABELA 11	- Habilitação específica para exercer a atividade .....	54
TABELA 12	- Avaliação de desempenho .....	55
TABELA 13	- Quanto ao treinamento .....	55
TABELA 14	- Interesse dos entrevistados em realizar cursos .....	56
TABELA 15	- Interesse em realizar cursos fora do horário de trabalho .....	56
TABELA 16	- Quanto a oferta de cursos na área de prestação de serviços .....	57
TABELA 17	- Consideração do empregado sendo cliente de outro serviço .....	57
TABELA 18	- Quanto a avaliação em relação a atual profissão .....	58
TABELA 19	- Planos para o futuro quanto a atual função .....	58
TABELA 20	- Critério de atendimento aos clientes, realizado por seus empregados .....	59
TABELA 21	- Consideração pela necessidade de um treinamento .....	59
TABELA 22	- Consideração pela importância em investir na mão-de-obra .....	60
TABELA 23	- Se estavam investindo na mão-de-obra .....	60
TABELA 24	- Quanto a identificar o treinamento de qualificação profissional para seus funcionários, devia ser realizado .....	61

## INTRODUÇÃO

O Turismo é um sistema integrado que funciona em termos de procura e oferta. A oferta inclui transporte, atividades, atrações e instalações turísticas, serviços e infra-estrutura relacionados, bem como divulgação e promoção. A procura dá-se no âmbito da demanda de turismo doméstico e internacional.

O turismo, enquanto atividade econômica, gera empregos, aumenta a renda e a circulação de dinheiro, estimula o investimento de capital e gera oportunidades para a criação de pequenos e grandes negócios. Favorece ainda o intercâmbio da política e economia locais com outras localidades em nível nacional e global.

Cada vez que o turista efetua uma despesa, cria uma reação em cadeia que produz benefícios econômicos adicionais. Ele negocia com estabelecimentos comerciais que por sua vez se abastecem de produtos e serviços de outros estabelecimentos e através de sucessivos ciclos de compras, o dinheiro dispendido pelo visitante espalha-se e multiplica-se por toda a economia local e regional.

Os residentes da comunidade, que vivem na localidade turística, também usufruem as atrações, instalações e serviços que o investimento em turismo proporciona, bem como das respectivas infra-estruturas.

Diante da clara importância do turismo para uma comunidade, dos benefícios que a presença do turista traz e do interesse em mantê-lo fiel a uma localidade, é fundamental a busca pelos padrões de qualidade nas instalações e serviços ligados a ele.

A hotelaria e a gastronomia são prestadoras de serviços que possuem suas próprias características organizacionais. Sua principal finalidade é o fornecimento de hospedagem, alimentação, segurança e demais serviços inerentes à atividade de

receber. Até recentemente, no município de Paranaguá as administrações hoteleiras e gastronômicas eram, em sua maior parte, familiares. Os proprietários dos estabelecimentos eram os únicos administradores, contando, além de suas famílias, apenas com auxiliares para os serviços mais simples. Entretanto, o avanço tecnológico e a crescente demanda turística acirraram a concorrência e influenciaram de forma radical a necessidade de mudanças na condução dos serviços dos segmentos de hotelaria e gastronomia.

O controle da qualidade deve ser da responsabilidade das empresas prestadoras de serviços ao turista, uma vez que estas são as mais beneficiadas e se tornam mais produtivas mantendo a clientela satisfeita.

As empresas ou organizações ligadas ao turismo devem ter como objetivo uma gestão rigorosa baseada em uma política de qualidade. Esse processo tem que ser desenvolvido com pessoas, pois é através das pessoas que se atende às expectativas do turista, que são também seres humanos, ao invés de serem considerados apenas como clientes.

A partir daí, sentiu-se a necessidade de realizar um levantamento do perfil dos profissionais ligados à prestação de serviços ao turista, principalmente nos segmentos de hotelaria e gastronomia, a fim de verificar se possuíam a devida qualificação profissional que os torna assim **profissionais da qualidade**, na busca do atendimento eficiente para atender às expectativas do turista.

Tal projeto tinha por objetivo geral:

- verificar se os recursos humanos dos segmentos de hotelaria e gastronomia, em Paranaguá, estavam qualificados para atender de forma adequada o turista, a fim de atingir suas expectativas, mantendo sua fidelidade e divulgando positivamente a imagem da cidade.

Ainda, como objetivos específicos:

- avaliar se os trabalhadores dos segmentos de hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, foram formalmente treinados através de cursos de qualificação profissional voltados ao Turismo;
- verificar se os proprietários de estabelecimentos ligados à hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, investiam na qualidade do atendimento ao cliente;
- quantificar as fontes de preparação de mão-de-obra ligada ao Turismo, na cidade de Paranaguá;
- analisar o nível de satisfação com a atual função, dos trabalhadores nos segmentos de hotelaria e gastronomia;
- investigar o nível de interesse, dos trabalhadores nos setores de hotelaria e gastronomia, em desenvolver-se profissionalmente na área de prestação de serviços ligados ao Turismo;
- analisar o potencial turístico da cidade de Paranaguá.

Até 2001, o município de Paranaguá estava em fase de conscientização da população, como um todo, da importância do Turismo para a cidade e região. A Prefeitura Municipal de Paranaguá, através da Fundação de Cultura e Turismo, procurou esclarecer e valorizar os benefícios que recebe a economia da cidade com o aumento do fluxo de turistas.

A Fundação de Cultura e Turismo buscou alternativas para tornar a cidade mais atrativa e assim aumentar a vinda de turistas para a cidade, o que vem se tornando uma realidade.

Diante da identificação do aumento da demanda turística<sup>1</sup>, surgiu a preocupação com a qualidade na prestação de serviços das empresas ligadas diretamente com a recepção e atendimento às necessidades do turista.

Considerado como destino turístico do Litoral do Paraná, o Município de Paranaguá se destaca por sua diversidade natural, econômica e cultural, com uma infra-estrutura de apoio e serviços turísticos capaz de atender a demanda de

---

<sup>1</sup> Fonte: PARANÁ TURISMO - 2000. Departamento de Estatísticas. Governo do Estado do Paraná, 2001

turistas do Brasil e do exterior, além de ter um dos maiores portos do Brasil, que é o Porto D. Pedro II.

Face ao exposto, foi realizado um estudo para verificar a qualificação dos profissionais nos segmentos de hotelaria e gastronomia na cidade de Paranaguá. No processo de investigação, foram realizadas entrevistas com 144 pessoas, entre empregados e funcionários de hotéis e restaurantes na cidade de Paranaguá.

## **CAPÍTULO 1**

# **RECURSOS HUMANOS NA ÁREA DE TURISMO NOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA**

## 1.1 O TURISMO NA HOTELARIA E GASTRONOMIA

O Turismo é caracterizado como atividade de prestação de serviços e envolve uma cadeia produtiva que impacta várias atividades econômicas diferentes e absorve alta taxa de mão-de-obra.

A Hotelaria e a Gastronomia são alguns dos elementos essenciais dessa atividade econômica, pois constituem uns dos suportes básicos para o desenvolvimento do turismo no país. Por isso, torna-se fundamental a qualificação profissional dos recursos humanos nos segmentos de hotelaria e gastronomia.

### 1.1.1 Definição do Turismo

Segundo BENI, pode-se identificar “três tendências para a definição de Turismo: a econômica, a técnica e a holística” (1998, p.36).

As definições econômicas só reconhecem as implicações econômicas ou empresariais do Turismo, as técnicas partem de uma definição do turista para depois serem estendidas, por dedução, ao Turismo em geral, e as que procuram abranger a essência do assunto são as holísticas, como a de Jafari, citado por BENI (1998, p.34): “Turismo é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a ‘indústria’, geram sobre os ambientes físicos, econômico e sócio-cultural da área receptora”.

Os serviços turísticos, destinados à satisfação das motivações, necessidades e preferências do turista, podem ser assim classificados:

1. receptivos (atividades hoteleiras e extra-hoteleiras);
2. de alimentação;
3. de transporte (da residência à destinação turística e no centro receptor);

4. públicos (administração turística, postos de informação, etc);
5. de recreação e entretenimento na área receptora.

Daí, o interesse deste projeto em avaliar se os trabalhadores dos segmentos de hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, estavam formalmente treinados através de cursos de qualificação profissional voltados ao Turismo.

### 1.1.2 Concepção do Turismo

O Turismo é uma realidade que ganhou uma importância cada vez maior no contexto do desenvolvimento sócio–econômico, tendo crescido e se consolidado, em virtude da sociedade ter finalmente compreendido que é uma das mais importantes ferramentas para a geração de emprego e renda.

O setor oferece, a partir de investimentos reduzidos, quando comparados a outros segmentos de economia produtiva, retorno rápido do capital empregado e altas taxas de absorção de mão-de-obra.

O aumento da renda pessoal e as facilidades de transporte fizeram com que uma faixa bem maior da população participasse deste fenômeno de massa . Preços acessíveis e bons serviços são fortes razões para levarem esta demanda a tomar a decisão em favor de uma localidade em detrimento de outra.

Para conquistar esta demanda, é necessário satisfazer as necessidades e exigências de um consumidor já habituado com a prática do Turismo. É preciso oferecer-lhe um serviço de primeira qualidade.

Deve-se lembrar que o produto turístico é o resultado da soma de recursos naturais e culturais, mas também de serviços produzidos pelas empresas que oferecem bens e serviços, sendo a demanda gerada a partir dos clientes potenciais, que estão dispostos a consumir o produto mediante a propaganda de seus atributos. Tem-se ainda uma característica marcante em relação ao consumo de produtos

relacionados ao Turismo, o produto turístico é produzido e consumido no mesmo local, e o consumidor é que se desloca para a área de consumo.

Sem dúvida, o Turismo é um meio de vida promissor para muitas pessoas e tão generalizado e manipulado. Como se encontra atualmente, teria de ser elemento decisivo no enriquecimento natural das pessoas, se estas se mostrassem abertas a oferecer sua própria cultura e desejosas de incorporar as demais. Porém, isto não acontece, porque, principalmente em Paranaguá, grupos sociais não se encontram com outros, ignorando-se, fechados em si mesmos, quase sem olhar para os outros. Demasiadas vezes apenas interessados no que podem exigir pelo que têm para oferecer ou no que podem cobrar pelos serviços que prestam.

O Turismo é gerador de empregos, mas o trabalho pode ser mal remunerado, excessivo ou não estar devidamente ajustado às qualificações do profissional.

Quantas vezes o trabalhador se sente explorado ao ter de aceitar condições injustas porque o emprego lhe é imprescindível? E por outro lado, quantas pessoas se lançam em uma carreira com o objetivo de ganhar mais e melhor, acumulando funções, ou por outro lado, se eximem de seus deveres trabalhando pouco e muitas vezes mal?

Segundo Scheilla Lima Mendonça Andrezo, em entrevista dada à revista Mulher de Negócios, o melhor negócio no setor de Turismo, neste momento, no Brasil, é a hotelaria, mas desde que com investimento em capacitação profissional. *“É um filão porque existe uma carência enorme no Brasil”*. (Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. Ed. 75, abril/95, p. 44).

De acordo com seu relato, baseado em dados estatísticos feitos pela EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), em conjunto com o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) e com a Associação Brasileira das Entidades de Hospedagem, Turismo e Alimentação, entre 1995 e 1996, a atividade turística equivalia a 8% do PIB, ou seja, US\$ 40,395 bilhões, sendo a média mundial para o setor de 10,9%.

Apresenta ainda uma estimativa de 1994, que aponta que um em cada 12 trabalhadores estaria empregado de forma direta ou indireta na "indústria do Turismo". Cada US\$ 15 mil gastos em Turismo um novo emprego é gerado. Mantida essa relação, pode-se esperar 100 mil novos empregos por ano.

Para aumentar a competitividade da localidade turística, deve-se salientar, como destacam Gutiérrez e Bordas, que não existem países competitivos, mas países com setores competitivos. São as empresas que competem e não os países. O mesmo ocorre em Turismo. Não existem localidades turísticas competitivas mas produtos turísticos competitivos.

A competitividade de uma destinação turística depende da capacidade do setor de inovar e melhorar permanentemente a qualidade de sua oferta. A satisfação de cada necessidade básica dos turistas requer a prática de atividades distintas, as quais, por sua vez, implicam na utilização de recursos, atrativos, equipamentos, infra-estrutura e serviços também diferentes.

Segundo BENI, (1998, p.173):

A qualidade do produto turístico é comprometida pela multiplicidade de contatos diretos entre uma empresa e o cliente. Isso coloca dificuldades particulares à administração do Turismo. Os serviços são prestados às pessoas, mas no que concerne mais particularmente ao setor turístico, o cliente serve-se, sucessivamente, de numerosos empregados, vendedores, motoristas, garçons, guias, recepcionistas, acompanhantes, arrumadeiras, população local. Juntos eles formam uma parte da característica do produto final. Quanto mais houver pessoas envolvidas na produção conjunta de um serviço, mais haverá chances de que uma parte saia defeituosa.

As pessoas erram, portanto é sempre difícil produzir exatamente com a mesma qualidade.

As pessoas que não servem adequadamente na empresa ligada ao Turismo conferem a ela um caráter de subproduto. Por exemplo: recepcionistas mal vestidas podem impressionar de modo desfavorável; pessoas mal informadas ou sem

conhecimento de idiomas podem dar respostas erradas; pessoal mal educado é incapaz de oferecer um bom serviço, e assim por diante.

Como os produtos turísticos são compósitos, as pessoas a serviço de um produtor (hoteleiro, agente de viagens, dono de restaurante) podem espoliar alguma coisa do produto total. Os outros produtores não podem controlar esta parte. São muito estreitas as relações entre os serviços de base (para a hotelaria, por exemplo, significa colocar à disposição do cliente uma cama, um banheiro etc.) e os serviços periféricos (recepção simpática, café da manhã no quarto, sala de reunião à disposição etc.).

A necessidade de investimento da empresa ligada ao Turismo nos serviços periféricos é dupla: primeiro, porque são sobretudo estes serviços que mais diferenciam o produto turístico; segundo, porque eles correspondem às necessidades psicológicas do consumidor.

### 1.1.3 Serviços Qualificados

No mercado altamente competitivo do Turismo, o fator “qualidade” é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o fracasso dos produtos e serviços. A qualidade deve ser a estratégia usada para garantir a permanência competitiva de uma empresa no mercado.

Isto fica bem patente nos setores de hotelaria e alimentação, como pontos terminais da oferta, em que o contato com o consumidor é imediato. Assim, com a qualidade se manifestando simultaneamente ao serviço, a produtividade relativa só poderá ser expressa em termos da satisfação real dos consumidores.

É essa satisfação que imprimirá a imagem símbolo do produto “serviços turísticos” no mercado, também conhecido por taxa de fidelidade.

De acordo com PUDDU, citado por BENI (1998, p.151) “O serviço completa e caracteriza a qualidade do produto.”

Neste aspecto, o interesse quando da presente pesquisa era de verificar se os proprietários de estabelecimentos ligados à hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, investiam na qualidade do atendimento ao cliente.

#### 1.1.4 Recursos Humanos no Setor Hoteleiro

Historicamente, a idéia de hotel está ligada aos castelos e palácios que hospedavam famílias reais e suas escoltas, sábios, músicos, artistas etc. Esta hospedagem era dada gratuitamente dentro dos mais elevados padrões de requinte da época.

Paralelamente a este tipo de hospedagem, e mesmo muito antes, havia o tipo dado pelos albergues, casas onde se comia e bebia mediante pagamento. À época do Império Romano, por exemplo, este meio de hospedagem (tabernas) foi amplamente difundido ao longo das estradas, ainda que pessoas consideradas de boa reputação não os utilizassem nem os quisessem explorar. Após a queda do Império romano e com o domínio de Carlos Magno, surgiu um novo tipo de viajante: o peregrino. A Igreja, sobretudo através das abadias, passou a ocupar-se dele, pois consideravam que era um dever de caridade alojá-lo.

Somente após a Revolução Francesa surgiu a necessidade de hotéis públicos, pois as antigas formas de hospedagem haviam praticamente desaparecido. No fim do século XIX, homens como Cezar Ritz procuraram dar forma e organização aos hotéis. Nesta época, eles eram destinados às classes abastadas, o importante para o hotel era o título do cliente, que valia fortunas, pois sua permanência no mesmo se estendia por longos períodos.

Segundo CASTELLI, “após a guerra de 1914-18, verificou-se a profunda mudança neste quadro. O progresso técnico mudou as estruturas sociais existentes.

Começou-se a trabalhar nas indústrias, obtendo-se direito a férias e os hotéis passaram a ocupar-se também com essa clientela” (1992, p.21)

Estas mudanças fizeram então com que se alterassem também as estruturas dos hotéis, que procuraram, gradativamente, atender aos desejos de conforto e qualidade dos serviços de uma demanda cada vez mais crescente.

A empresa hoteleira, para poder satisfazer os desejos desta demanda e, além disso, obter lucros, teve que estudar processos específicos de racionalização, exigindo do hoteleiro uma formação mais profunda e adequada.

Como fazer turismo implica necessariamente em deslocamento, a evolução dos meios de transporte foi fator primordial para o desenvolvimento das empresas hoteleiras. Na medida em que os meios de transporte ganhavam velocidade, segurança e conforto, o mesmo progresso era registrado nos meios de hospedagem, o que por sua vez, exigiu uma qualificação cada vez maior dos serviços, através de mão-de-obra especializada.

#### 1.1.5 Empresa Hoteleira

Ainda Segundo CASTELLI , “o hotel é uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se completamente de outros estabelecimentos comerciais ou industriais” (1992, p. 64).

Enquanto na indústria pode-se planejar o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para um determinado tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo dos clientes para pôr em funcionamento seu esquema operacional. O produto hoteleiro é estático. O consumidor deve ir até ele. Já as empresas industriais ou comerciais fazem chegar o produto até o cliente.

A hotelaria é um dos principais suportes do roteiro turístico. A “indústria” hoteleira não pode mais ser considerada como sendo uma atividade marginal, mas sim como um elemento de grande significado dentro de uma estratégia e de uma política de desenvolvimento turístico de uma região ou país. Pode-se afirmar que, atualmente, não existe um desenvolvimento turístico, comercial ou industrial sem uma hotelaria forte, tantos nos aspectos de confortabilidade como naqueles referentes à qualidade dos serviços, através de mão-de-obra especializada.

A empresa hoteleira, quando comparada a outros tipos de empresas, é menos propensa à automação, pois o tratamento pessoal, o calor humano, faz parte essencial da prestação dos serviços hoteleiros. Ela emprega pessoas para cobrir praticamente todas as atividades em todos os setores, e por isso qualquer escassez ou má qualidade da mão-de-obra tem reflexos imediatos e diretos em seu funcionamento.

O elemento humano, dentro da empresa hoteleira, é a peça fundamental, apesar de quaisquer avanços tecnológicos que estejam surgindo continuamente. É dele que depende todo o processo de acolhida do cliente, e conseqüentemente, o sucesso da empresa. É do tratamento que o hóspede recebe no hotel que depende, em grande parte, a formação de uma imagem positiva ou negativa da cidade, região ou país.

O aumento do Turismo proporcionou expansão das empresas hoteleiras e exige do elemento humano uma formação especializada para todos os níveis de ocupação que compõem a estrutura organizacional do hotel.

A “indústria” hoteleira apresenta uma diversidade muito grande de tarefas que exigem certa habilidade na execução, que na maioria das vezes vão sendo adquiridas ao longo da experiência de cada hoteleiro, através de tentativas, acertos e erros.

CASTELLI (1992 p.85), observa que:

nos pequenos hotéis, de estrutura eminentemente familiar, onde o patrão, assistido pelos membros da família, executa todas as atividades do estabelecimento, a qualidade dos serviços até que tem atingido um bom nível, em virtude do interesse econômico comum ao grupo familiar e ao estreito relacionamento entre os membros da família. Porém, mesmo dentro destas estruturas organizacionais simples se faz sentir a necessidade de uma melhor formação, no sentido de dar maior fluidez e organização aos serviços e ordenar melhor os elementos necessários para cálculos de rentabilidade.

Nos médios e grandes hotéis, de estruturas mais complexas, é imprescindível a qualificação do elemento humano para garantir o nível de serviços propostos. A empresa hoteleira vem sofrendo, gradativamente, aperfeiçoamentos técnicos em seus equipamentos e instalações e mudanças relativas ao seu posicionamento sócio-econômico na realidade social, o elemento humano, portanto, deve estar devidamente preparado para assumir integralmente a empresa, pois é a base do seu esquema operacional.

Além da formação técnico-científica, deve-se por em evidência as qualidades humanas na formação do profissional especializado. O profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca através da prestação dos seus serviços a satisfação das necessidades e desejos de outros seres humanos. Isto exige engajamento pessoal total, iniciativa e criatividade, além de qualificação profissional.

Diante da identificação do aumento da demanda turística, surgiu a preocupação com a qualidade na prestação de serviços das empresas ligadas diretamente com a recepção e atendimento às necessidades do turista. (Dados observados durante a realização da pesquisa de campo).

#### 1.1.6 Recursos Humanos no Setor Gastronômico

Desde a época em que o homem surgiu em nosso planeta ele teve que procurar o seu alimento à sua volta, para subsistir e desenvolver-se. Ele caçava

animais, colhia frutas, plantas e ervas da floresta, consumindo-as sem preparo, sem transformação.

Em seguida, o homem descobriu e dominou o fogo para aquecer-se, proteger-se, iluminar as cavernas e, finalmente, para cozinhar os alimentos; deu-se assim o nascimento da cozinha. A partir daí novas descobertas de equipamentos, utensílios e matérias-primas foram dando consistência à arte culinária.

A gastronomia é um fenômeno milenar, enquanto que a restauração é um fenômeno dos tempos modernos. A definição de Restaurante, enquanto estabelecimento público que fornece alimentação mediante pagamento, data do século XVIII, onde se encontravam estabelecimentos que ofereciam alimentação em horários definidos e um cardápio fixo. (SILVA, 1993, p. 24).

Em 1765, um comerciante denominado *Boulangier*, residente em Paris, denominou os caldos que fazia de “restaurantes”, conseguindo grande adesão popular ao seu produto. Querendo variar os cardápios, e como não podia servir guisado, pois não fazia parte da Corporação dos Hospedeiros, começou a servir a seus clientes perna de carneiro em molho branco. Os hospedeiros lhe processaram, o que lhe aumentou a fama, mas *Boulangier* ganhou a causa e criou uma nova profissão.

O surgimento dos restaurantes proporcionou grande desenvolvimento na arte culinária. Até a revolução Francesa os restaurantes eram freqüentados por pequenas minorias de maior poder aquisitivo. Com a revolução e a abolição das corporações, os restaurantes tornaram-se mais populares, proporcionando a um maior número de pessoas saciarem seus apetites.

Com o aparecimento do Turismo em grande escala, no início do século XX, surgem novas motivações e desejos que devem ser satisfeitos através de novos tipos de alimentos. Advém daí a neo-restauração, tendo como característica principal a grande diversificação de restaurantes, proporcionando à demanda uma variedade de escolha quanto aos ambientes, cardápios, preços, modalidades de serviço e localização. Exemplo: *fast food, coffe shop, grill, pizzeria, etc.*

No caso das empresas de serviços de alimentos e bebidas, elas não podem mais ser consideradas como uma atividade marginal, mas sim como um elemento de grande significado dentro de uma estratégia e de uma política de desenvolvimento turístico de um país ou região.

Não existe desenvolvimento turístico sem um setor de alimentação forte, tanto em seus aspectos de ambientação como naqueles referentes à qualidade dos serviços, através de mão-de-obra especializada.

#### 1.1.6.1 Empresas de serviços de alimentos e bebidas

A “indústria” empresas de serviços de alimentos e bebidas apresenta uma diversidade muito grande de tarefas que exigem certa habilidade na execução. Muitas vezes, e de modo especial no Brasil, que não possui grande número de instituições de ensino especializadas para este tipo de formação, estas habilidades foram adquiridas ao longo da vida profissional de cada proprietário de empresas deste setor. Atualmente, o entusiasmo e o espírito de dedicação em favor da “arte de bem servir”, demonstrados por muitas pessoas do setor de alimentação no Brasil, superam as deficiências de formação especializada.

No setor gastronômico, há muitas atividades num restaurante, num bar ou numa lanchonete que devem ser planejadas e controladas, as quais determinam o sucesso ou fracasso do estabelecimento. A principal delas é a Alta Qualidade.

A qualidade se refere ao produto final, que é entregue ao cliente, dentro de padrões de paladar e higiene de modo a atender às expectativas do cliente, qualidade das instalações, equipamentos e utensílios, que devem estar em plenas condições de higiene e limpeza e principalmente a qualidade dos serviços, o atendimento propriamente dito.

Inclui-se aqui a necessidade de atenção e simpatia, rapidez e agilidade, dos empregados para garantir a eficácia no atendimento aos clientes.

A avaliação da qualidade dos serviços, na área de gastronomia, é inteiramente subjetiva. É a expectativa do cliente que vai servir de critério para o julgamento sobre o serviço do estabelecimento, mas pode-se afirmar que a eficácia no atendimento consiste em entregar ao cliente exatamente aquilo que ele solicitou, na forma em que solicitou e dentro do prazo em que ele, cliente, espera ser atendido. Segundo PRADO (1994, p.20), “Alta qualidade do serviço ocorre quando as expectativas do cliente relativamente ao atendimento são plenamente atendidas ou superadas” .

### 1.1.7 Qualificação Profissional

Um dos efeitos que o Turismo provoca, e que se manifesta de maneira mais constante, é a geração de empregos em regiões que sofrem de excesso de mão-de-obra e, portanto, de desemprego.

O Turismo exige progressivamente a incorporação de novos profissionais, pois não pode restringir-se à mão-de-obra desqualificada. Na estrutura turística deve estar prevista a necessidade de formar continuamente pessoal capacitado, que possa devotar-se à tarefa de oferecer um setor econômico perfeitamente dirigido e atendido por conhecedores do fenômeno. De outra forma, a atividade ver-se-ia seriamente prejudicada pela incompetência e improvisação.

A qualidade em prestação de serviços se alicerça principalmente no comportamento do homem, a quem é confiada a responsabilidade pelo serviço.

É no ser humano e no local onde ele presta serviços que aumentam os riscos de não serem correspondidas às expectativas da demanda, e onde se tem idéia da qualidade do serviço, tanto em relação às promessas da publicidade quanto às exigências e motivações do cliente, nas quais espera ser satisfeito. **Sem qualidade no serviço não há concorrência possível no mercado.**

Já não se trata mais de querer ou não desenvolver os recursos humanos ou se deve desenvolvê-los. É uma questão de sobrevivência para que a sociedade se desenvolva realmente.

Muito se reclama, no Brasil, de que não há mão-de-obra qualificada para as atividades ligadas à prestação de serviços em Turismo, porém pouco se gasta em treinamento de pessoal.

O governo, ao mesmo tempo em que estimula o turismo, gerador de divisas, não possui uma política de capacitação de recursos humanos, exceções feitas ao SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) e ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, em algumas cidades.

A longo prazo, a sobrevivência dos estabelecimentos deste setor depende, e muito, de investimentos em treinamento, na formação de mão-de-obra, na construção de restaurantes e hotéis-escolas e, principalmente, na formação de recepcionistas, camareiras, governantas, copeiras, garçons, chefes de cozinha, salão, bar, almoxarifado e gerências, etc.

Raramente os empregados recém contratados são capazes de desempenhar totalmente os deveres de seu cargo. Precisam ser capacitados para as tarefas que devem executar.

Os empregados experientes também precisam aprender a respeito da empresa – de seus funcionários, de suas políticas e de seus procedimentos, às vezes necessitando treinamento para melhorar fracos hábitos de trabalho ou aprender novas aptidões. Precisam de treinamento para que desempenhem sua função com eficiência e sucesso. Embora a orientação e os treinamentos custem tempo e dinheiro, a maioria das empresas constata que esses custos constituem um bom investimento em recursos humanos.

Um bom treinamento auxilia na melhor organização da empresa, qualifica o indivíduo e melhora as relações humanas no grupo de trabalho. Talvez a maneira mais fácil de resumir os benefícios do treinamento seja considerá-lo como um investimento que a empresa faz nos empregados. Esse investimento reverte em

dividendos para o empregado treinado, para a empresa e para os outros trabalhadores.

O desenvolvimento dos recursos humanos em longo prazo é também um modo efetivo de enfrentar a obsolescência dos empregados, mudanças sociotécnicas e rotatividade de pessoal.

Algumas instituições brasileiras, como o SENAC, estão formando profissionais especializados para trabalhar em bares, restaurantes e lanchonetes, abordando matérias como atendimento ao cliente, postura e boas maneiras, ofertas de comidas e bebidas, explicações de cardápios e sugestões, bem como preparação de diversos pratos típicos de diferentes regiões do país e culinária internacional, mas a grande maioria dos empresários do setor ainda não se interessa pela necessidade de capacitar sua mão-de-obra.

Ao Estado compete o investimento social não só na infra-estrutura de apoio à atividade, mas também na implantação de programas de turismo socializado, com o objetivo de facilitar o acesso ao turismo das classes menos favorecidas economicamente. Às empresas privadas cabe investir na qualificação de mão-de-obra e aperfeiçoamento de pessoal, “sacrificando” parte de seu lucro líquido, mas investindo na qualidade total na prestação de serviços, o que garantirá que o cliente satisfeito retornará, pessoalmente ou através de indicações que fará a outros futuros clientes, para o seu estabelecimento.

No próximo capítulo tratar-se-á particularmente do Turismo no município de Paranaguá, com o objetivo de analisar o seu potencial turístico.

## **CAPÍTULO 2**

### **O TURISMO NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**

## **2 O TURISMO NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**

“Berço da civilização paranaense”, Paranaguá é a cidade mais importante do litoral paranaense, estendendo sua influência sobre os outros seis municípios que o integram. Os municípios do Litoral do Paraná são: Morretes, Antonina, Guaraqueçaba, Matinhos, Guaratuba e Pontal do Paraná.

Paranaguá contava com uma população estimada de 137 mil habitantes, sendo considerada como “centro cultural e prestadora de serviços” da região em que se encontra, além de ser interligada às demais regiões do Paraná, bem como a outros estados e ao exterior pela sua função de porto escoador da produção do Paraná (IBGE - 1995 – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) .

### **2.1 ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS - SETOR PRIMÁRIO**

Segundo o INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – há atualmente 820 propriedades rurais cadastradas no município de Paranaguá, sendo que aproximadamente 80% dos produtores cultivam arroz, feijão, milho, mandioca, banana, maracujá, olerícolas e pecuária de leite.

A mão-de-obra predominante é familiar e, em função disto e da baixa tecnologia utilizada, a produção não é suficiente para atender às necessidades da população durante o ano.

A agricultura nunca foi um setor representativo na economia da região, pois sempre foi pequeno e diversificado, e vem sofrendo um movimento de desaceleração ainda maior.

A pecuária é uma atividade sem expressão econômica, devida principalmente às condições climáticas, que não permitem o bom desenvolvimento das criações. Os

rebanhos existentes abastecem somente o próprio município e ainda em quantidades insuficientes.

Ainda no setor primário destaca-se a piscicultura, com produção e cultivo de pescados.

A pesca em Paranaguá, como em todo litoral paranaense, apresenta-se de forma artesanal, possuindo aproximadamente 950 famílias que se dedicam a esta atividade. Para isso usam tecnologia e métodos de captura tradicionais, dificultando o aumento da produção e da renda. A população que vive desta atividade é a mais carente da região, devido à falta de infra-estrutura básica nas partes litorâneas por elas ocupadas.

Toda mão-de-obra é familiar e a comercialização é feita principalmente na cidade, por intermediários chamados de atravessadores, que compram o produto do pescador para revender no Mercado Municipal e nas peixarias. Com isso, o produto é repassado de três a até quatro vezes até chegar ao restaurante, o que o torna caro e faz com que os proprietários dos mesmos comprem o pescado em Santa Catarina.

A baía de Paranaguá possui um grande potencial e excelentes condições de cultivo de ostras, mexilhões, camarões e peixes em tanques e redes.

Essas atividades estão ao alcance dos pescadores, com tecnologia comprovada em outros estados, mas ainda não utilizada em grande escala no município.

## 2.2 ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS - SETOR SECUNDÁRIO

Caracteriza-se pela indústria de transformação dos produtos primários da região, resumindo-se em estabelecimentos de pequeno porte.

Pode-se destacar: setor mobiliário, perfumaria, sabões, velas, indústria têxtil, vestuário e calçados, produtos alimentares, editorial e gráfica, bens de consumo não duráveis e intermediários, metalúrgica, madeira, química e mecânica.

O setor secundário ainda não tem uma expressão significativa na economia do município, com um processo de industrialização retardatário em relação aos demais municípios do estado. O valor da produção industrial está em níveis considerados baixos, porém contribuindo com números crescentes para a oferta de empregos.

A quantificação dos estabelecimentos industriais é de difícil precisão, devido às diferentes informações entre as fontes consultadas, além da economia informal.

### 2.3 ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS - SETOR TERCIÁRIO

O porto, hoje em dia, após uma grande mecanização das operações, ainda é o maior empregador, sendo também responsável por grande parcela da população que trabalha no mercado informal.

Devido aos movimentos sazonais, correspondentes a períodos de colheita no setor primário, os produtos agrícolas produzidos no interior do Paraná e também de outros estados são escoados quase todos através do porto. Com isso, há épocas de grande movimento, em que a mão-de-obra é bastante utilizada. Fora desses períodos os trabalhadores não encontram colocação no mercado, passando a constituir uma massa à procura de emprego.

Assim, a concentração dessa população, em geral economicamente ativa, encontrava-se no comércio varejista, localizado principalmente na área central da cidade, e no comércio de alimentos, abundante em toda a cidade.

O comércio varejista caracteriza-se por estabelecimentos de pequeno porte, e nos últimos 10 anos verificou-se um crescimento desse tipo de estabelecimento. O

comércio atacadista é reduzido, não possuindo papel relevante na ocupação de mão-de-obra.

Outra grande parte da população encontra-se prestando serviços públicos em órgãos municipais e estaduais.

No setor de armazenagem, ligado ao porto, é difícil precisar o número de empregos gerados, pois há grande utilização de empregados autônomos. O setor vem experimentando um esvaziamento marcante, devido à substituição de sacarias pelo embarque dos produtos a granel.

A prestação de serviços é um dos mercados de trabalho mais ricos e que abriga a população de renda média e alta. As unidades administrativas municipais, estaduais e autarquias são responsáveis por 60% dos empregos neste setor, seguindo-se estabelecimentos ligados à atividade turística. A quantificação de empregos nesta atividade, porém, é de difícil estimativa.

## 2.4 ANÁLISE DA OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ

Mais de quatro séculos se passaram e Paranaguá vem conquistando um público cada vez maior, interessado em conhecer as atrações que a cidade tem para oferecer. Rica por excelência, nos aspectos natural, econômico e cultural, Paranaguá se destaca muito além do destaque ao Porto D. Pedro II.

A Serra do Mar, localizada entre o primeiro planalto e o litoral, possui aproximadamente 500.000 hectares, clima úmido pluvial tropical, temperatura média de 20° C, pluviosidade de 3.716 mm anual e relevo, montanhoso e escarpado.

Em 1992 a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) declarou a Serra do Mar como Reserva da Biosfera, elevando sua importância em nível mundial. É a porção mais conservada da mata atlântica no Brasil, e a mais protegida no Paraná. Encontra-se aí a "Área Especial de Importância

Turística – AEIT”, com 66.732 hectares de uso regulamentado e um plano de gerenciamento.

Abriga mais de 2.500 espécies florestais, além de diversos animais ameaçados de extinção, tais como: a onça pintada, a anta, o gavião pega-macaco, a jacutinga e o macuco.

A Serra do Mar representa uma valiosa opção para o lazer e o turismo, para o contato direto do homem com a natureza, para a perpetuação de espécies da fauna e da flora, além de regular o clima, filtrar o ar, fornecer água potável e garantir qualidade de vida.

Dentro da AEIT estão o Pico Paraná, mais alto do sul do Brasil, com 1.922m e o Pico Marumbi, com 1.539m, o qual é o mais procurado para a prática do montanhismo e turismo de aventura.

Existem ainda, atravessando a Serra do Mar, caminhos históricos que são verdadeiras obras de arte e engenharia, como o caminho do Itupava e o da Graciosa, construídos há mais de 300 anos, e a Estrada de Ferro Paranaguá - Curitiba, com uma extensão de 110 km.

#### 2.4.1 Recursos Naturais – Baías

A Baía de Paranaguá é a maior baía do Estado e considerada a terceira de maior importância no país pelo seu estuário lagunar, além de ser cercada pela Serra do Mar e pela Mata Atlântica. Com uma extensão de 677 km, subdivide-se em outras baías menores e possui em seu interior várias ilhas e comunidades de pescadores, além de abrigar o Porto de Paranaguá.

## 2.4.2 Recursos Naturais – Mangues

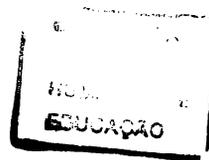
Em toda a extensão da baía de Paranaguá são encontrados os manguezais, característicos de todo litoral paranaense, sendo que sua vegetação serve como matéria-prima para o artesanato e para cultivos marinhos, como ostras e caranguejos.

## 2.4.3 Recursos Naturais – Ilhas e Comunidades

Em toda a extensão da baía de Paranaguá existem ilhas e comunidades de pescadores. Essas ilhas, do tempo da colonização guardam ainda costumes e tradições dos colonizadores portugueses e espanhóis. Na maioria as comunidades estão voltadas para a pesca artesanal e o cultivo de ostras e mexilhões.

### 2.4.3.1 Amparo

Fica a 4,5 km de Paranaguá, tendo acesso somente por meio de transporte marítimo, é habitada por 94 famílias, possui associação de moradores formalizada, sistema de energia monofásico e abastecimento de água através de um micro sistema, ainda precário para atender aos moradores. Possui um posto de saúde, um telefone comunitário, uma escola de 1ª a 4ª série, uma igreja católica e uma evangélica. A fonte de renda é a pesca do camarão e outras espécies de pescados. Como atrativos oferece um sambaqui localizado próximo ao trapiche e de fácil acesso, o rio das Ostras e o artesanato local de remos, canoas e embarcações, tarrafas, redes, samburás e diversos tipos de cestas e balainhos feitos de cipó, madeira e bambu.



#### 2.4.3.2 Ponta do Ubá

Acesso por via marítima, fica a 15 milhas de Paranaguá. É habitada por 40 famílias, com associação de moradores formalizada. Tem sistema de energia e abastecimento de água através de micro sistema comunitário.

Possui um posto de saúde com atendimento mensal, um telefone comunitário e uma escola de 1ª a 4ª série. As fontes de renda são a pesca e o artesanato feito de cipó e madeira.

#### 2.4.3.3 Eufrasina

Possui 85 famílias e associação formalizada, energia elétrica e sistema de água por micro sistema comunitário. Possui um posto de saúde, um telefone comunitário e uma escola de 1ª a 4ª série. As fontes de renda são a pesca e artesanato de cipó e madeira. O acesso marítimo de Paranaguá até lá é de 2 horas.

#### 2.4.3.4 São Miguel

Acesso por via marítima, a 15 milhas de Paranaguá, onde moram 80 famílias, com associação formalizada, sistema de energia e abastecimento de água por micro sistema comunitário precário. Conta com um posto de saúde com atendimento mensal, um telefone comunitário e uma escola de 1ª a 4ª série. A fonte de renda provém da pesca, da agricultura de subsistência e do artesanato de cipó e madeira.

#### 2.4.3.5 Europinha / Nácar

Localizada a 12 milhas, acesso marítimo, habitada por 36 famílias, com associação formalizada, energia e água através de micro sistema comunitário precário. Possui um posto de saúde, um telefone comunitário, uma escola de 1ª a 4ª série, uma igreja evangélica. As fontes de renda são a agricultura de subsistência, a pesca artesanal e cultivo de ostras. Como atrativos oferece sambaquis, ruínas das habitações primárias dos jesuítas e olarias, além de uma cachoeira formada pelo rio Tabaguara, de difícil acesso e sem trilhas

#### 2.4.3.6 Piaçaguera

Habitada por 38 famílias, a 5 milhas de Paranaguá. Tem associação formalizada, energia elétrica monofásica e abastecimento de água em estudo.

Possui uma escola de 1ª a 4ª série, um telefone comunitário e um posto de saúde. A fonte de renda provém da pesca e do artesanato de cipó e madeira.

#### 2.4.3.7 Teixeira

Conta com 55 famílias, associação formalizada, energia elétrica e abastecimento de água ainda em estudo. Possui escola primária e telefone comunitário. Não existe posto de saúde, o atendimento médico é mensal. A fonte de renda provém da pesca e possui um grande potencial para cultivos marinhos. Como atrativos oferece o artesanato de cipó e madeira. Acesso marítimo a 30 minutos de Paranaguá .

#### 2.4.3.8 Cotinga

Acesso marítimo, a 10 minutos da cidade, seus nativos são índios carijós, que até hoje habitam no cenário onde seus ancestrais nasceram (Anexo 1 – Foto 1)

Como atrativos oferece ruínas e vestígios do início da civilização paranaense, e a capela de Nossa Senhora das Mercês, construída em 1677, demolida em 1699 e reconstruída em 1993. O acesso ao templo é feito através de rústica escada de pedra, formada por aproximadamente 365 degraus, proporcionando uma bela vista da cidade e do mar

#### 2.4.3.9 Valadares

Situa-se a 400 m do centro da cidade, numa área de 2,8 km<sup>2</sup>, à margem esquerda do rio Itiberê (Anexo 1 – Foto 2).

O acesso é através de uma passarela que liga a ilha ao continente ou através de barco.

Habitada por mais de 22.000 moradores, possui energia elétrica, telefones comunitários e residenciais, posto de saúde, escolas municipais e pré-escola particular, comércio diversificado, mas o abastecimento de água e esgoto ainda é precário.

Muitos moradores trabalham em Paranaguá, mas grande parte da população da ilha é constituída por pescadores que se dedicam à pesca artesanal e cultuam tradições como a de ser o palco do fandango paranaense, única dança típica litorânea.

Na ilha prepara-se o barreado, pratica-se artesanato, principalmente cestaria e cerâmica.

#### 2.4.3.10 Ilha do Mel

Situa-se na Baía de Paranaguá, na região central da costa paranaense (Anexo 1 - Foto 3). Possui um perímetro de aproximadamente 35 km e área em torno de 2.760 hectares. O acesso se dá pela BR 277 até Pontal do Sul, Município de Pontal do Paraná, de onde partem barcos para a ilha, ou de Paranaguá, também por via exclusivamente marítima. Existem quatro vilas principais: Nova Brasília, Farol, Fortaleza e Encantadas ou Prainhas, sendo a última a mais afastada, devido aos aspectos geográficos, como o Morro do Miguel.

A ilha possui importantes atrativos naturais e históricos, como a Gruta das Encantadas, os morros das Conchas, do Miguel e do Meio, as belíssimas praias, algumas delas praticamente desertas.

A fauna local é facilmente observável, principalmente pássaros e botos. Possui importante porção preservada da Mata Atlântica composta de vegetação exuberante e manguezais. Os principais atrativos históricos são o Farol das Conchas e a Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres (Anexo 1 - Foto 4).

Em setembro de 1982 foi criada a Estação Ecológica da Ilha do Mel em que também existe uma área definida como Reserva Natural.

Sua população se divide em cinco grupos: nativos (que nasceram e se criaram na ilha), “de fora” (pessoas de outros locais que se estabeleceram na ilha), veranistas (que possuem uma moradia no local e passam longos períodos do ano lá), excursionistas (que passam menos de 24 horas na ilha) e os turistas (que permanecem na ilha por um período maior que 24 horas).

Como a forma de locomoção mais utilizada é a caminhada, a ilha é inteiramente composta por trilhas, algumas de grande interesse ecológico e que podem ser aproveitadas para a interpretação do meio ambiente. Entre as que se destacam estão o caminho da Figueira, que liga a região de Fortaleza à de Brasília, praticamente pelo meio da mata; o caminho do Belo, que começa na região do farol e vai até a Praia Grande, passando pelo Morro do Meio, abrangendo parte da Reserva Natural; e o caminho que liga a região de Brasília à região de Encantadas,

com aproximadamente 3 horas de caminhada pelo meio de morros, praias, pedras e belas paisagens marinhas.

#### 2.4.4 Recursos Naturais – Rios e Quedas D'água

O principal rio do Município de Paranaguá é o Rio Itiberê. Em suas margens se fixaram os primeiros habitantes de Paranaguá, quando ainda se chamava Taquaré. Aí se desenvolveu o antigo núcleo colonial que deu origem aos casarios da rua da Praia. É navegável em uma extensão de 2.000m e deságua na baía de Paranaguá. Deste rio saem os passeios de barcos em direção à baía, comunidades e ilhas.

Entre as quedas d'água destacamos a Cachoeira da Quintilha. Localizada no Rio do Salto, também conhecido como Cachoeira, forma a Cachoeira da Quintilha, localizada na colônia de mesmo nome, com acesso a partir da estrada Alexandra - Matinhos – PR 508, a aproximadamente 8 km da BR 277. Esta Cachoeira da Quintilha localizada na colônia do mesmo nome, a 24 km do centro da cidade, com acesso a partir da estrada Alexandra - Matinhos, é formada pelo rio do Salto, com aproximadamente 20 metros, formando uma piscina natural. Sendo propriedade particular possui infra-estrutura adequada para atender turistas e é recomendável pedir autorização para conhecê-la.

#### 2.4.5 Estação Ecológica

A Estação Ecológica Ilha do Mel foi criada em setembro de 1982, possui área de 2.240,69 ha. A Ilha do Mel foi tombada em 1953, como Patrimônio Histórico, Artístico e Natural do Estado do Paraná, com a finalidade de “proteger a flora, a fauna e os sambaquis da região”.

A Ilha do Mel possui também uma Reserva Natural – área especial da Ilha do Mel, abrangendo áreas de morros e as planícies com vegetação florestal e arbustiva do segmento sul, sendo admitida a existência de trilhas para a circulação, desde que não afetem a paisagem. Também a Ilha do Mel possui a Gruta de Encantadas, é uma espécie de caverna, erodida pelas marés, sendo acessível somente em maré baixa.

## 2.5 PATRIMÔNIO HISTÓRICO CULTURAL

Paranaguá, primeira cidade paranaense, tem uma arquitetura evidenciado no conjunto de edificações do centro histórico, considerado um dos mais importantes da região sul do país.

### 2.5.1 Fonte Velha

Também conhecida como Fontinha ou Fonte de Cima, sua construção remonta ao século XVII, tendo abastecido a cidade até 1914 (Anexo 1 - Foto 5).

### 2.5.2 Palácio São José

Antigo colégio dirigido por irmãs de caridade, instalado em Paranaguá em 1903 e, em 1978, adquirido pelo município, passando a ser sede da Prefeitura Municipal em 1980. Com a denominação de Palácio São José. Com referência ao nome antigo do Colégio denominado Colégio São José.

### 2.5.3 Casa Brasília Itiberê e Casa Monsenhor Celso

Conjunto arquitetônico frente à Catedral, guarda ainda várias construções de alto valor histórico. Antiga moradia de ilustres paranaenses como Brasília Itiberê da Cunha, diplomata do Império do Brasil e músico. E seu irmão Celso Itiberê da Cunha, mais conhecido pelo serviço eclesiástico como Monsenhor Celso (Anexo 1 - Fotos 6 e 7).

### 2.5.4 Palácio Visconde de Nácar

Importante obra de estilo neoclássico, construída por Manuel Antônio Guimarães – Barão e Visconde de Nácar, em 1856. Hoje abriga a Câmara Municipal (Anexo 1 - Foto 8).

### 2.5.5 Mercado Municipal do Café

Construído no final do século passado, caracteriza-se por um misto de *art nouveau* com classicismo, todo em ferro fundido trabalhado em arcos e rendilhados. Atualmente encontram-se cafés e restaurantes que servem frutos do mar (Anexo 1 - Foto 9).

### 2.5.6 Mercado Municipal Brasília Abud

O Mercado Municipal Brasília Abud foi inaugurado em 1982, seu nome homenageia antigo prefeito de Paranaguá. Está dividido em boxes para hortifrutigranjeiros, artesanato e pescados.

### 2.5.7 Mercado do Artesanato

O Mercado do Artesanato está situado em frente ao Mercado do Café, sua construção é do ano de 1915 e conta com lojas que comercializam artesanato (Anexo 1 - Foto 10).

### 2.5.8 Estação Ferroviária

A Estação Ferroviária é o ponto inicial da Estrada de Ferro Paranaguá - Curitiba. Obra iniciada em junho de 1880, na presença de D. Pedro II e da Imperatriz do Brasil, ainda está em funcionamento (Anexo 1 - Foto 11).

### 2.5.9 Rua da Praia

A Rua General Carneiro, mais conhecida como Rua da Praia – local de maior concentração de sobrados coloniais, de linhas e formas de colonização portuguesa (Anexo 1 - Foto 12), merecendo destaque a Praça Newton D. de Souza, com seu

mural sacro de São Francisco de Chagas, do artista local Emir Roth, representando a presença dos jesuítas em Paranaguá (Anexo 1 - Foto 14) .

#### 2.5.10 Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá – MAEP

No passado abrigava o antigo Colégio dos Jesuítas (Anexo 1 - Foto 13). A construção foi inaugurada como Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá em julho de 1962, através de um convênio entre a Universidade Federal do Paraná e o Instituto de Proteção do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, sendo considerado um dos mais importantes do Brasil, no seu estilo.

#### 2.5.11 Museu Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá.

Fundado em 1931, seu acervo contém jornais, porcelanas, armas, moedas, instrumentos dos séculos XVII e XVIII, além de pinturas a óleo retratando pessoas proeminentes da época (Anexo 1 - Foto 14).

#### 2.5.12 Igreja de Nossa Senhora do Rosário – Catedral

A Igreja de Nossa Senhora do Rosário – Catedral – (Anexo 1 - Foto 15), Igreja Matriz, foi a primeira construída em solo paranaense no período entre 1575-1578, e a primeira dedicada a Nossa Senhora do Rosário no Brasil.

### 2.5.13 Igreja de Nossa Senhora do Rocio

A Igreja de Nossa Senhora do Rocio é o Santuário da Padroeira do Paraná, a igreja de N.S. do Rocio, foi construída em 1813. Hoje, reformada e adaptada aos novos tempos, recebe anualmente milhares de fiéis (Anexo 1 - Foto 16).

### 2.5.14 Igreja de São Benedito

Construída em 1784 por uma irmandade de escravos. Considerada uma das melhores e autênticas edificações populares no estilo colonial brasileiro. Registra em seu interior magnífico acervo sacro (Anexo 1 - Foto 17).

### 2.5.15 Teatro da Ordem

Era a antiga Igreja da Ordem Terceira de São Francisco de Chagas. Obra religiosa do período colonial, iniciada em 1770 e concluída em 1784. Hoje abriga exposições de cunho cultural e artístico e apresentações de corais de música sacra e peças teatrais (Anexo - Foto 18).

### 2.5.16 Fortaleza de Nossa Senhora dos Prazeres.

Uma arquitetura barroca predomina nos domínios do Município de Paranaguá, na Ilha do Mel, com a construção de um forte para a prevenção de ataques dos piratas e alguns inimigos da coroa portuguesa. A Fortaleza Nossa

Senhora dos Prazeres – único monumento militar do século XVIII existente no Paraná, foi construída entre os anos de 1767 e 1770, a mando de D. José, rei de Portugal, com a participação da Vila de Paranaguá para defender a baía de Paranaguá dos ataques dos piratas espanhóis (Anexo 1 - Foto 19). Entre 1985 e 1995 a fortaleza foi restaurada e suas ruínas transformaram-se em célebres e majestosas estruturas adaptadas para funcionar como centro de eventos, de educação ambiental e de pesquisa.

## 2.6 ACERVO HISTÓRICO E INSTITUIÇÕES CULTURAIS DE ESTUDO, PESQUISA E LAZER

Na Escultura e Pintura destacam-se o Mural Sacro de São Francisco das Chagas – esculpido pelo artista local Emir Roth e o Mural de Poti Lazaroto – junto ao prédio do INSS.

Nos Sítios Arqueológicos destaca-se a presença de sambaquis formados por acumulações de materiais orgânicos, tais como moluscos e conchas de alto valor arqueológico. Um exemplo da sua beleza e tamanho encontra-se na comunidade de Europinha.

Falar em escola ou colégio, instituições culturais é falar da cultura de um povo. A mais modesta cidade, por pequena que seja, interessando-se pelo ensino de seu povo, está dando a conhecer de que é culta.

O Município de Paranaguá, desde o início da colonização sempre pugnou pelo melhor. Haja visto o que ainda resta do que foi o Colégio dos Jesuítas, hoje, Museu de Arqueologia, MAEP, já mencionado no item 2.5.10, sobre a guarda e os proventos da Universidade Federal do Paraná.

O Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá fundado em 1931, seu acervo contém jornais, porcelanas, armas, moedas, instrumentos de trabalho e peças de mobiliário dos séculos XVII e XVIII. Desta coleção, destaca-se a imagem

de Nossa Senhora das Vitórias e o canhão do corsário francês que naufragou na ponta da Ilha da Cotinga, em 1718, cuja descoberta foi em 1963 por membros da Sociedade Geográfica Brasileira. Está localizado na Rua XV de Novembro, no Centro Histórico.

O Instituto de Educação “Dr. Caetano Munhoz da Rocha” foi construído no início século XX. Os institutos de educação do Governo do Estado do Paraná foram construídos nas cidades de Curitiba, Paranaguá e Ponta Grossa, pelo Governador Caetano Munhoz da Rocha e contribuíram para a educação com o ensino de Escola Normal, formando professores para a rede pública de ensino até os dias de hoje.

A Biblioteca Municipal Leôncio Correia foi construída para armazenar e catalogar as milhares de obras de autores nacionais, estaduais e de Paranaguá, de cunho educacional, cultural e histórico, acervo pertencente ao Conselho Municipal de Cultura e o Centro de Letras de Paranaguá.

## 2.7 FESTAS, COMEMORAÇÕES E ATIVIDADES CULTURAIS

Mas a cultura e a tradição do Município de Paranaguá também possui forte referência religiosa. No início do ano, comemora-se a Festa de São Benedito, tradicional desde a época da escravatura.

Na segunda quinzena de janeiro, na Ilha dos Valadares e na Ilha do Mel acontece a Festa de Nossa Senhora dos Navegantes.

Após o Carnaval, a Paixão de Cristo encenada ao ar livre, reúne milhares de pessoas para assistir a Vida, Morte e Ressurreição de Jesus Cristo. É encenada por 200 atores e figurantes.

A Festa de Nossa Senhora do Rosário, Padroeira de Paranaguá para os católicos, acontece em outubro, também tradicional para os cidadãos de Paranaguá.

Em novembro, acontece a Festa de Nossa Senhora do Rocio, Padroeira do Estado do Paraná. Reúne nos 15 dias de festa milhares de romeiros e turistas que participam das festividades religiosas e as atividades artísticas e culturais.

No final do ano o Auto de Natal, evento promovido em diversos locais de Paranaguá.

Todas estas festas religiosas estão no calendário oficial de eventos da Prefeitura de Paranaguá.

Nas Festas Populares o Carnaval desponta e acontece com os desfiles de escolas de samba, blocos carnavalescos e bailes públicos.

A Festa da Tainha, em junho, é uma festividade folclórica dos pescadores em homenagem ao seu padroeiro, São Pedro, e onde ocorre a degustação do prato típico da cidade, a tainha.

Nas Festas Cívicas, em julho, temos as Comemorações do Aniversário da cidade de Paranaguá. O aniversário de Paranaguá acontece no dia 29 de julho.

Como dança típica temos o Fandango. De origem espanhola, o Fandango é uma dança que chegou ao litoral paranaense com os primeiros casais de colonos açorianos, por volta de 1750. Três séculos se passaram e o Fandango tornou-se uma dança típica do caboclo litorâneo, folclórico por excelência.

A Prefeitura Municipal de Paranaguá, através da Fundação de Cultura e Turismo conseguiu resgatar o Fandango, envolvendo estudantes e promovendo a formação do Grupo Folclórico “Mestre Romão”, atualmente bastante atuante, com apresentações em Paranaguá e por todo o Brasil.

Na Gastronomia Típica destaca-se o Barreado – prato típico paranaense, tem sua origem nos sítios dos pescadores do litoral, sabendo-se que em Paranaguá e nas demais cidades litorâneas do Estado é preparado há aproximadamente dois séculos. O nome do prato originou-se da expressão “barrear a panela” com um pirão de cinza ou farinha de mandioca para vedar o vapor em seu interior. Além do barreado há outros pratos típicos do litoral à base de frutos do mar.

O Artesanato é de contribuição indígena, com uso de matérias-primas como a madeira, a palha, o barro e as fibras vegetais empregadas na confecção de utensílios domésticos, brinquedos, instrumentos musicais e objetos de adorno. Dentre as técnicas nativas destacam-se a cestaria, cerâmica e o entalhe em madeira. É feito nas ilhas e comunidades e pelas famílias indígenas que habitam a Ilha da Cotinga.

## 2.8 OBRA DE ARTE E TÉCNICA DA ENGENHARIA

Como obra de arte e técnica da engenharia do século XVIII temos a Estrada de Ferro Paranaguá - Curitiba. Teve sua pedra fundamental lançada em 5 de junho de 1880, na presença de D. Pedro II. Com uma extensão de 110 km, a ferrovia conta com 420 obras de arte, incluindo 13 túneis, 30 pontes e vários viadutos de grande vão. No caminho pode-se avistar vários atrativos naturais e históricos:

- Túnel de Roça Nova – o mais extenso com 457 m de comprimento e o mais elevado da linha, que atinge 952,03 m acima do nível do mar;
- Casa Ipiranga - edificada na época da construção da estrada de ferro, serviu de acampamento ao engenheiro Teixeira Soares, um dos responsáveis pela construção da obra;
- Rio Ipiranga – represado a fim de conduzir suas águas para a Usina Hidrelétrica de Marumbi;
- Cachoeira Véu de Noiva – queda d'água que se parece com um véu nupcial;
- Pico do Diabo – um rochedo que se destaca apontando para o céu, logo após o Véu de Noiva;
- Garganta do Diabo ou Garganta do Inferno – uma fenda entre altas, irregulares e sombrias escarpas, que cortando a montanha, parece formar uma escura e profunda garganta.

Descendo a Serra do Mar a vista do Litoral – à saída do túnel 9, a paisagem que se descortina é magnífica. Pode-se avistar, como se fossem brancas manchas

no verde da mata, Morretes, Porto de Cima, além de todo o litoral e a baía de Paranaguá.

A Cruz do Barão – no km 65 à sombra de uma rústica e singela cruz lembra a história do trágico fim, em maio de 1893, do Barão do Cerro Azul, Ildelfonso Pereira Correia, e de seus companheiros, acusados de colaborarem com a Revolução Federalista.

Santuário do Cadeado – Santuário de Nossa Senhora do Cadeado, inaugurado em 5 de fevereiro de 1965.

Ponte São João – composta de quatro vãos, tendo um vão central de 55 m do fundo da grota.

Viaduto Carvalho – recebeu este nome em homenagem ao então Presidente da Província do Paraná Carlos de Carvalho.

Pico do Marumbi – próximo à estação do Marumbi, faz parte do Conjunto do mesmo nome, o qual é constituído pelos seguintes picos: Abrolhos, Torre dos Sinos, Esfinge, Ponta do Tigre, Olimpo (ou Marumbi), Boa Vista e Facãozinho.

Outra obra da engenharia é o Porto D. Pedro II - Situado na baía de Paranaguá e inaugurado em 1935, é um grande exportador de cereais, além de ser Entrepósito de Depósito Franco do Paraguai por acordo internacional. Terminal de *Containers* e pátios de veículos para exportação e importação.

## 2.9 EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

A baía e o Município de Paranaguá vêm se consolidando como um pólo turístico. Engajada no Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), a Prefeitura de Paranaguá desenvolveu a conscientização da comunidade sobre a importância econômica, social e cultural do turismo, acelerando a expansão na

melhoria da qualidade do produto turístico, principalmente na restauração e revitalização do patrimônio histórico, considerado um dos mais importantes da região sul do País.

A infra-estrutura para receber o turista está assim distribuída:

- Meios de hospedagem: 13 hotéis e 02 Pousadas;
- Serviços de alimentação: 30 restaurantes com serviço *A la carte*, *buffet* livre ou por quilo, 10 lanchonetes, 4 confeitarias, 2 sorveterias, 3 panificadoras na região central da cidade;
- Locais para entretenimento: 05 Clubes, 23 Praças, 03 Marinas, 02 Mirantes (na Ilha do Mel), 01 Teatro, 03 casas noturnas, 1 sede do SESC;
- Serviços de apoio: contamos com 05 Agências de Viagens e Turismo, 14 Locadoras de Imóveis, 02 Locadoras de Automóveis, Postos de Combustível, 07 Oficinas de Serviço Mecânico, 08 Lojas de Artesanato e *Souvenirs*, 03 Galerias de Arte, 10 Bancos, 01 Casa de Câmbio 123 Igrejas Católicas, Evangélicas e uma Igreja Oriental.

Ainda, como infra-estrutura básica e de apoio temos: 01 Terminal Municipal Rodoviário, 01 Aeroporto Municipal, 01 Porto, 01 Estação Ferroviária, 01 Empresa de Transporte Urbano com 18 Linhas, 17 Pontos de Táxi, 01 Corpo de Bombeiros, 01 Posto de Polícia Rodoviária, 01 Delegacia de Polícia Civil, 01 Delegacia de Polícia Federal, 01 Delegacia Regional do Trabalho, 08 Módulos Policiais, 02 Postos Telefônicos, 03 Agências Postais, 02 Emissoras de Rádio FM, 01 Emissora de Rádio AM, 01 Revista Local (O Itiberê), 04 Jornais Locais, 85 Escolas, 01 sede do SENAC e 01 Santa Casa de Misericórdia (Pronto Socorro), 01 Hospital, 01 Hospital Infantil, 04 Clínicas de Saúde, 01 Serviço Interdisciplinar de AIDS, 15 Postos de Saúde e 24 Farmácias (PARANÁ TURISMO 2000).

## 2.10 ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ.

Segundo o estudo da demanda turística dos municípios do litoral paranaense, realizado pelo Departamento de Estatística da Paraná Turismo, relativo ao verão do ano de 2.000, foram entrevistadas pessoas que visitaram as cidades e permaneceram no mínimo 24 horas e no máximo 45 dias, sem exercer atividades remuneradas e tendo como finalidade principal da viagem o lazer. O perfil do turista em visita ao município de Paranaguá, segundo residência permanente, teve como emissores: Curitiba com 43,8%, Região Metropolitana com 5,7%, outras localidades do interior do Paraná com 15,1%, o estado de São Paulo com 18,1%, Santa Catarina com 5,7%, de outros estados do Brasil com 9,6% e de outros países com 2,0%.

A predominância foi do sexo masculino, com 64,8% e a média de idade dos entrevistados foi de 38 anos.

Quanto ao deslocamento 42,9 % utilizaram ônibus como meio de transporte; 56,2% dos entrevistados vieram em companhia da família; como meio de hospedagem, 54,6% das pessoas permaneceram em casas de amigos.

A maioria dos entrevistados freqüentava a cidade uma vez por ano, sendo 31,7%, e nela permanecendo em torno de 9 dias, gastando diariamente US\$ 13,2 em média. A renda mensal dos visitantes de Paranaguá foi de US \$ 1.001,6.

Os atrativos turísticos foram visitados por 44,8% das pessoas e eles receberam conceito bom em 90,9%. A conceituação da infra-estrutura foi boa no comércio com 78,3%, restaurantes com 78% e informações turísticas com 76,4%. A classificação regular foi obtida com maiores percentuais na limpeza pública (41,0%) e no transporte coletivo (22,9%). Já o atendimento médico e a limpeza pública obtiveram maiores índices quanto à conceituação ruim 32,3% e 20%, respectivamente.

Estes dados podem ser confirmados através do Anexo 2.

Ainda de acordo com pesquisas da Paraná Turismo, pode-se comprovar o aumento da ocupação hoteleira através de comparação nos anos de 1998, 1999 e 2000, conforme tabela abaixo:

TABELA 1 - OCUPAÇÃO HOTELEIRA - PERÍODO DE 1998 A 2000

MEIO DE HOSPEDAGEM	1998	1999	2000
Hotel	9,1%	10,0%	13,4%

Fonte: Estudo da Demanda Turística do Litoral – PARANÁ TURISMO/Departamento de Estatísticas, 2001.

O interesse em promover a capacitação dos recursos humanos para o setor do Turismo, tema do nosso terceiro capítulo, não deve se restringir somente aos setores governamentais ou municipais, devendo-se incentivar parcerias das administrações públicas com a iniciativa privada, pois a demanda turística em Paranaguá e toda a infra-estrutura de serviços de hospedagem, entretenimento e serviços de apoio exigem uma melhor qualificação profissional nos segmentos de hotelaria e gastronomia, fatos que serão analisados no próximo capítulo.

## **CAPÍTULO 3**

### **QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA NA CIDADE DE PARANAGUÁ**

### 3.1 O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Durante o processo de investigação foi realizada pesquisa quantitativa, através de um questionário com respostas objetivas aplicadas a 144 funcionários e proprietários, nos segmentos de hotelaria e gastronomia na cidade de Paranaguá e junto a estabelecimentos ligados à prestação de serviços em Turismo. Com o objetivo de analisar a qualidade na prestação do atendimento ao cliente e de verificar como os funcionários desses estabelecimentos haviam sido preparados para trabalhar nesses setores, de fundamental importância para a captação e manutenção da fidelidade do turista para com determinada localidade. Constituem esta parte uma introdução, a justificativa e os objetivos.

#### 3.1.1 Introdução

A atividade turística além de ser importante fator de desenvolvimento econômico, gerador de empregos, multiplicador e redistribuidor de rendas para o Município, atua diretamente na melhoria de qualidade de vida, eleva a auto-estima da comunidade local, fornece oportunidade para uma compreensão e comunicação entre pessoas de diversas origens, e ainda favorece uma melhor consciência e apreciação da herança natural e cultural da comunidade.

Diante de tantos benefícios que a presença do turista traz para o município, é fundamental a busca pelos padrões de qualidade nas instalações e serviços ligados aos segmentos de hotelaria e gastronomia.

### 3.1.2 Justificativa

A Prefeitura de Paranaguá desenvolveu um projeto de conscientização da população sobre a importância do Turismo para a cidade e a região. Procurou esclarecer e valorizar os benefícios que recebe a economia da cidade com o aumento do fluxo de turistas.

Buscaram-se alternativas para tornar a cidade mais atrativa e assim aumentar a vinda de turistas, o que vem se tornando realidade.

Diante da identificação do aumento da demanda turística, surge a preocupação com a qualidade na prestação de serviços das empresas ligadas diretamente com a recepção e atendimento às necessidades do turista.

A partir daí, sentiu-se a necessidade de realizar um levantamento do perfil profissional dos agentes ligados à prestação de serviços ao turista, principalmente nos segmentos de hotelaria e gastronomia, a fim de verificar se possuíam a devida qualificação profissional que os tornassem **profissionais da qualidade**, na busca do atendimento eficiente para atender às expectativas do turista.

### 3.1.3 Objetivos

Diante do exposto como objetivo principal da presente pesquisa, estabeleceu-se:

- Verificar se os recursos humanos dos segmentos de hotelaria e gastronomia, em Paranaguá, estão qualificados para atender de forma adequada o turista, a fim de atingir suas expectativas, mantendo sua fidelidade e divulgando positivamente a imagem da cidade.

### 3.1.3.1 Objetivos específicos

Como objetivos específicos, estipulou-se:

- Avaliar se os trabalhadores dos segmentos de hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, foram formalmente treinados através de cursos de qualificação profissional voltados ao Turismo;
- Verificar se os proprietários de estabelecimentos ligados à hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, investiam na qualidade do atendimento ao cliente;
- Quantificar as fontes de preparação de mão-de-obra ligada ao turismo, na cidade de Paranaguá.

### 3.1.4 O Problema

Os objetivos anteriormente discriminados foram estabelecidos ao se identificar como problema, se os recursos humanos ligados ao Turismo em Paranaguá nos segmentos de gastronomia e hotelaria estavam qualificados para atender satisfatoriamente o turista.

### 3.1.5 Hipóteses

Como hipóteses de trabalho estipulou-se três, conforme segue:

- A maioria dos atendentes aos turistas, nos segmentos de hotelaria e gastronomia, não foi formalmente treinada, através de cursos de formação voltados ao Turismo;

- Os proprietários de estabelecimentos ligados ao Turismo, nos segmentos de hotelaria e gastronomia, não investiam em qualidade total no atendimento ao cliente;
- Existiam poucas fontes de preparação de mão-de-obra ligada ao turismo na cidade de Paranaguá.

### 3.1.6 Variáveis

Para a obtenção de dados investigou-se dois grupos de pesquisados: proprietários e funcionários de estabelecimentos nos segmentos de hotelaria e gastronomia.

As variáveis investigadas foram as seguintes:

- Referente aos proprietários:- atendimento aos clientes, opinião sobre treinamento formal para melhoria de desempenho, importância de investir na preparação de mão-de-obra, investimento em qualificação profissional, local para a realização de treinamento de qualificação profissional.
- Referente aos funcionários: ramo de atividade, função, tempo de serviço, sexo, estado civil, grau de instrução, faixa etária, nível de renda, preparativos para exercer a função em que atuavam, existência de habilitação específica, auto-avaliação de desempenho, treinamento sobre potencial turístico, interesse em participar de cursos de aperfeiçoamento, disposição para participar de cursos fora do horário de expediente, opinião se Paranaguá oferecia cursos na área de prestação de serviços, opinião sobre atendimento enquanto cliente, sentimento quanto a atual profissão, planos futuros em relação à profissão e sugestões para melhoria do atendimento ao turista.

### 3.1.7 Procedimentos de Coleta de Dados

Conforme mencionado anteriormente, o tamanho da amostra foi de 144 pessoas, entre empregados e proprietários, dos setores de hotelaria e gastronomia, conforme a tabela abaixo:

TABELA 2 – TAMANHO DA AMOSTRA DOS SEGMENTOS

SEGMENTO	AMOSTRA
Hospedagem	85
Alimentação	59
<b>Total</b>	<b>144</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo). 2000.

#### 3.1.7.1 Segmentos operacionais

Na apresentação dos resultados os empregados dos estabelecimentos estão distribuídos em 34 diferentes cargos, com o intuito de diversificar a amostra, sendo porém dispostos em duas áreas, administrativa e operacional, conforme tabela a seguir:

TABELA 3 - SEGMENTOS OPERACIONAIS

ÁREA DE TRABALHO	NÚMERO DE PESQUISADOS	PORCENTAGEM
Administrativa	13	9,02%
Operacional	131	90,98%
<b>Total: 34</b>	<b>Total: 144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.2 Os entrevistados dividiram-se, de acordo com o sexo, em:

TABELA 4 – DIVISÃO, DE ACORDO COM O SEXO

SEXO	NÚMERO	PORCENTAGEM
Masculino	52	36,11%
Feminino	92	63,89
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.3 Em relação ao estado civil dos entrevistados.

Em relação ao estado civil, os entrevistados encontraram-se da seguinte forma:

TABELA 5 – ESTADO CIVIL DOS ENTREVISTADOS

ESTADO CIVIL	NÚMERO	PORCENTAGEM
Solteiro(a)	54	37,50%
Casado(a)	50	34,72%
Viúvo(a)	04	2,77%
Separado(a)	19	13,20%
Divorciado(a)	02	1,40%
Outros	15	10,41%
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.4 A escolaridade dos entrevistados

A escolaridade dos entrevistados dividiu-se em:

TABELA 6 – ESCOLARIDADE DOS ENTREVISTADOS

ESCOLARIDADE	NÚMERO	PORCENTAGEM
1º Grau Incompleto	64	44,44%
1º Grau Completo	25	17,36%
2º Grau Incompleto	17	11,80%
2º Grau Completo	32	22,22%
Superior Incompleto	01	0,70%
Superior Completo	03	2,10%
Sem Instrução	02	1,38%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.5 Quanto à faixa etária

Quanto à faixa etária dos entrevistados, obteve-se que:

TABELA 7 – QUANTO À FAIXA ETÁRIA

FAIXA ETÁRIA	NÚMERO	PORCENTAGEM
15 a 20 anos	10	6,94%
21 a 30 anos	51	35,41%
31 a 40 anos	52	36,11%
41 a 50 anos	20	13,90%
51 a 60 anos	10	6,94%
Acima de 61 anos	01	0,70%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.6 Quanto ao tempo de serviço

Os empregados avaliados subdividiam-se nos seguintes períodos de tempo de desenvolvimento de sua atividade:

TABELA 8 – QUANTO AO TEMPO DE SERVIÇO

TEMPO DE SERVIÇO	NÚMERO	PORCENTAGEM
Menos de 06 meses	30	20,83%
De 06 meses a 1 ano	15	10,41%
Mais de 1 ano	22	15,29%
Mais de 2 anos	20	13,90%
Mais de 3 anos	06	4,16%
Mais de 4 anos	07	4,86%
Mais de 5 anos	17	11,80%
Mais de 10 anos	27	18,75%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.7 O rendimento dos entrevistados

O rendimento dos entrevistados posicionavam-se da seguinte maneira:

TABELA 9 – QUANTO AO RENDIMENTO

NÍVEL DE RENDA	NÚMERO	PORCENTAGEM
Menos de R\$ 151,00	01	0,70%
De R\$ 152,00 a R\$ 200,00	24	16,66%
De R\$ 201,00 a R\$ 250,00	47	32,66%
De R\$ 251,00 a R\$ 300,00	19	13,19%
De R\$ 301,00 a R\$ 350,00	19	13,19%
De R\$ 351,00 a R\$ 400,00	08	5,55%
De R\$ 401,00 a R\$ 600,00	13	9,02%
De R\$ 600,00 a R\$ 1.000,00	12	8,33%
De R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00	01	0,70%
Acima de R\$ 2.000,00	-	-
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000

### 3.1.7.8 Preparação para exercer a atual função

Os entrevistados prepararam-se para exercer a atual função da seguinte maneira:

TABELA 10 - PREPARAÇÃO PARA EXERCER A ATUAL FUNÇÃO

COMO SE PREPAROU PARA EXERCER A ATUAL FUNÇÃO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Aprendeu em ambiente familiar	21	14,58%
Aprendeu no próprio ambiente de trabalho através de tentativas, erros e acertos	86	59,72%
Recebeu treinamento específico para a função no ambiente de trabalho	24	16,66%
Realizou curso preparatório, sem estágio prático	07	4,90%
Realizou curso preparatório, e fez estágio prático	06	4,16%
Realizou curso por correspondência	-	-
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.9 Quanto à habilitação específica

Quanto à habilitação específica para trabalhar na atividade onde atuavam, os entrevistados responderam:

TABELA 11 – HABILITAÇÃO ESPECÍFICA PARA EXERCER A ATIVIDADE

VOCÊ TEM ALGUMA HABILITAÇÃO ESPECÍFICA PARA TRABALHAR NA ATIVIDADE ONDE ATUA?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	25	17,37%
Não	119	82,63%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000

### 3.1.7.10 Avaliação do desempenho

Os entrevistados avaliam seu desempenho da seguinte maneira:

**TABELA 12 – AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

COMO AVALIA SEU ATUAL DESEMPENHO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Péssimo	-	-
Regular	05	3,47%
Bom	101	70,13%
Ótimo	38	26,40%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.11 Quanto a terem recebido treinamento

Quanto a terem recebido treinamento sobre o potencial turístico de Paranaguá, as respostas foram:

**TABELA 13 – QUANTO AO TREINAMENTO**

VOCÊ JÁ RECEBEU ALGUM TREINAMENTO SOBRE O POTENCIAL TURÍSTICO DE PARANAGUÁ E REGIÃO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	11	7,63%
Não	133	92,37%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.12 Interesse dos entrevistados em realizar cursos

Os entrevistados mostraram interesse em realizar cursos de aperfeiçoamento na seguinte proporção:

TABELA 14 – INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM REALIZAR CURSOS

TEM INTERESSE EM REALIZAR CURSOS PARA APERFEIÇOAR SEU CONHECIMENTO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	127	88,20%
Não	17	11,80%
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.13 Quanto à proporção dos entrevistados realizarem cursos fora do horário normal de trabalho

A proporção de entrevistados que aceitavam a idéia de realizar cursos fora do horário normal de trabalho foi:

TABELA 15 – INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM REALIZAR CURSOS

VOCÊ SE PROPÕE A FAZER CURSOS FORA DO SEU HORÁRIO DE EXPEDIENTE?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	117	81,25%
Não	27	18,75%
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.14 Quanto a oferta de cursos na área de prestação de serviços

Os avaliados consideraram a oferta de cursos na área de prestação de serviços ligados ao Turismo, na cidade de Paranaguá, da seguinte maneira:

**TABELA 16 – QUANTO A OFERTA DE CURSOS NA ÁREA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

ACHA QUE PARANAGUÁ OFERECE CURSOS NA ÁREA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS LIGADOS AO TURISMO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	22	15,29%
Não	51	35,41%
Sim, mas não o suficiente	71	49,30%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.15 Consideração do empregado sendo cliente de outros estabelecimentos comerciais

Sendo cliente de outros estabelecimentos comerciais na cidade de Paranaguá, os entrevistados consideraram o atendimento ao público na localidade como:

**TABELA 17 – O EMPREGADO SENDO CLIENTE DE OUTROS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS**

COMO CLIENTE DE OUTROS ESTABELECIMENTOS (LOJAS, RESTAURANTES, HOTÉIS, MOTÉIS, AGÊNCIAS DE VIAGENS, ETC.) VOCÊ CONSIDERA QUE O ATENDIMENTO AO PÚBLICO EM PARANAGUÁ É:	NÚMERO	PORCENTAGEM
Péssimo	11	7,63%
Regular	76	52,79%
Bom	48	33,33%
Ótimo	09	6,25%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.16 Menção dos avaliados em relação a sua atual função

Os Avaliados, em relação a sua atual profissão, mencionaram :

TABELA 18 – QUANTO A AVALIAÇÃO EM RELAÇÃO A ATUAL PROFISSÃO

COMO SE SENTE EM RELAÇÃO A SUA ATUAL PROFISSÃO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Gosto do que faço	126	87,50%
Às vezes gosto e às vezes não gosto do que faço	15	10,41%
Não gosto do que faço e desejaria estar desenvolvendo outra atividade	03	2,09%
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo). 2000.

### 3.1.7.17 Os planos para o futuro em relação a sua atual função

Os planos dos entrevistados em relação a sua atual função são de :

TABELA 19 – OS PLANOS PARA O FUTURO EM RELAÇÃO A SUA ATUAL FUNÇÃO

QUAIS SEUS PLANOS FUTUROS EM RELAÇÃO A SUA ATUAL PROFISSÃO?	NÚMERO	PORCENTAGEM
Pretendo continuar exercendo esta função	90	62,50%
Pretendo continuar exercendo esta função até conseguir coisa melhor, embora não esteja me preparando	38	26,39%
Estou me preparando para trabalhar em outra função	16	11,11%
Total	144	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva ( Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.18 Questionário complementar aos proprietários

Foi realizada ainda uma pesquisa complementar, dirigida aos proprietários dos estabelecimentos, a fim de verificar, principalmente, a importância que davam à qualificação dos seus empregados e se investiam, conforme segue.

Os proprietários dos estabelecimentos consideraram que o atendimento aos clientes, realizado por seus funcionários era:

TABELA 20 - ATENDIMENTO AOS CLIENTES, REALIZADO POR SEUS FUNCIONÁRIOS

CRITÉRIO	NÚMERO DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Péssimo	-	-
Regular	02	20%
Bom	05	50%
Ótimo	03	30%
Total	10	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000.

### 3.1.7.19 - Consideração pela necessidade de um treinamento para os funcionários na melhoria de desempenho

Os proprietários consideraram necessário um treinamento formal para que seus funcionários melhorassem seu desempenho, conforme quadro abaixo:

TABELA 21 – CONSIDERAÇÃO PELA NECESSIDADE DE UM TREINAMENTO

OPINIÃO	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	09	90%
Não	01	10%
Total	10	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000

### 3.1.7.20 Consideração pela importância em investir na mão-de-obra

Os entrevistados consideraram importante investir na preparação de mão-de-obra para trabalhar em seu estabelecimento.

TABELA 22 – CONSIDERAÇÃO PELA IMPORTÂNCIA EM INVESTIR NA MÃO-DE-OBRA

OPINIÃO	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	10	100%
Não	-	-
Total	10	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000

### 3.1.7.21 Se os proprietários estavam investindo na preparação da mão-de-obra

Se os proprietários de estabelecimentos ligados à hotelaria e gastronomia, em Paranaguá estavam investindo na preparação de mão de obra?

TABELA 23 – SE ESTAVAM INVESTINDO NA MÃO-DE-OBRA

RESPOSTA	NÚMERO	PORCENTAGEM
Sim	06	60%
Não	04	40%
Total	10	100%

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000

### 3.1.7.22 Consideração dos empresários sobre treinamento de seus funcionários

Quanto a identificar se os proprietários consideraram que o treinamento de qualificação profissional para seus funcionários devia ser realizado:

**TABELA 24 – QUANTO A IDENTIFICAR O TREINAMENTO DE QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL PARA SEUS FUNCIONÁRIOS. DEVEIA SER REALIZADO:**

OPINIÃO	NÚMERO	PORCENTAGEM
No local de trabalho, dentro do horário de expediente	01	10%
No local de trabalho, fora do horário de expediente	02	20%
Em outro local, no horário de expediente	-	-
Em outro local, fora do horário de expediente	06	60%
De todas as maneiras	01	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dirce Felisbino da Silva (Pesquisa de Campo), 2000

### 3.1.8 Procedimentos de Pesquisa

Foram analisadas e interpretadas, a partir da pesquisa de campo, através de questionários dirigidos aos proprietários e funcionários.

#### 3.1.8.1 Análise e interpretação da pesquisa de campo do questionário dirigido aos proprietários

Os proprietários dos estabelecimentos de hotelaria e gastronomia não se envolveram adequadamente na pesquisa, sendo que muitos não deram retorno das informações solicitadas.

Da amostra resultante, observou-se que 50% dos entrevistados consideravam o atendimento aos clientes, realizado pelos seus funcionários como bom, sendo que 90 % acreditava na importância de treinamentos formais para que os referidos funcionários melhorassem ainda mais o seu desempenho.

Embora a totalidade da amostra, isto é 100%, considerasse importante investir na qualificação da mão-de-obra para trabalhar em seus estabelecimentos, apenas 60 % estava investindo neste item e principalmente através de reuniões e treinamentos informais.

Os proprietários da amostra (60%) consideraram ainda que os treinamentos de qualificação profissionais dos seus funcionários deviam ser fora do local de trabalho e 80% não se dispunha a liberá-los no horário de expediente, o que denotou que não estavam suficientemente conscientes de que o treinamento de aprimoramento profissional fosse realmente um investimento e que podia sair mais barato liberar o funcionário durante algumas horas de expediente, para realizar um curso, do que mantê-lo trabalhando sem o devido preparo e conseqüentemente perder clientes.

### 3.1.8.2 Análise e Interpretação da pesquisa de campo do questionário dirigido aos funcionários

Foi realizada pesquisa junto a estabelecimentos ligados à prestação de serviços em Turismo, especificamente nos segmentos de hotelaria e gastronomia, na cidade de Paranaguá, com o objetivo de analisar a qualidade na prestação do atendimento ao cliente e de verificar como os funcionários desses estabelecimentos haviam sido preparado para trabalhar nesses segmentos, de fundamental importância para a captação e manutenção da fidelidade do turista para com determinada localidade.

Constatou-se que a grande maioria dos trabalhadores empregados nos setores de prestação de serviços ao turista (aproximadamente 91%) encontrava-se na área operacional, tendo contato direto com o turista.

A maioria desses trabalhadores era do sexo feminino (64%), tinham pouca escolaridade e estavam na faixa etária de maior potencial produtivo (72% dos 21 aos 40 anos). A partir destes dados pôde-se chegar à conclusão de que o universo de empregos que a “indústria” do Turismo proporciona abrange grande camada da população produtiva, dando ainda oportunidade aos mais novos, sem experiência anterior, bem como compreende também trabalhadores de uma faixa etária mais elevada, que já estava há mais de 10 anos na área (19%).

A remuneração dos profissionais ligados à prestação de serviços em Turismo foi baixa (77% abaixo de R\$ 350,00, sendo que 50% do total da amostra recebia menos de R\$ 250,00), o que denotou a pouca valorização desses trabalhadores, ou também sugeria que os setores avaliados ainda não estavam devidamente estruturados para poderem extrair maiores lucros com a atividade e poder, conseqüentemente, proporcionar maiores salários aos funcionários.

Quanto à qualificação profissional, observou-se que aproximadamente 90% da amostra não recebeu treinamento adequado e nem possuía qualquer habilitação específica para executar a função, aprendendo a desempenhar as tarefas no próprio ambiente de trabalho, através de tentativas, erros e acertos.

Mais de 70% dos entrevistados estavam identificados com a função, gostando do que faziam, considerando seu desempenho funcional como bom e pretendendo continuar no exercício da mesma.

A pesquisa revelou ainda que quase a totalidade da amostra (92%) nunca havia recebido treinamento algum sobre a potencialidade turística do município de Paranaguá e região, não tendo conseqüentemente, condições de transmitir aos turistas informações adequadas sobre a oferta turística que a cidade possuía.

Embora o quadro de desinformação fosse preocupante, a perspectiva de futuro foi otimista, visto que quase 90% dos entrevistados se propunha a realizar cursos com o intuito de aperfeiçoar seus conhecimentos, mesmo que fossem oferecidos fora do horário de expediente, embora considerarem que Paranaguá não possuía oferta suficiente de cursos dirigidos à área de aperfeiçoamento na prestação de serviços ao turista.

Observou-se ainda que aqueles que responderam que não se interessavam em realizar cursos de aperfeiçoamento faziam parte da parcela de maior faixa etária e que já trabalhavam há mais de 10 anos na área, estando aparentemente acomodados com seu desempenho.

Mais de 60% da amostra considerou ainda que o atendimento ao público, de maneira geral, nos estabelecimentos comerciais onde também eram clientes, ia de regular a péssimo e que seria de grande valia a oferta de cursos voltados à melhoria na qualidade do atendimento.

Quanto a sugestões, muitos dos entrevistados consideraram que devia haver, principalmente, melhora na estrutura de informações turísticas, como placas informativas, profissionais preparados nos postos de informação ao turista, investimento em *marketing* de divulgação dos atrativos da cidade.

Sugeriram também a necessidade de aprimoramento na qualidade de atendimento ao turista, sendo importante a oferta de cursos de aperfeiçoamento profissional e idiomas como inglês e espanhol tanto para empregados quanto proprietários de estabelecimentos comerciais ligados à prestação de serviços ao turista.

Outras opiniões lembraram a necessidade de mais qualidade na limpeza pública, restauração de prédios antigos, benefícios nas ruas e avenidas, embora já se pudesse observar uma melhora crescente nestes serviços.

Consideraram importantes ainda que houvesse maior número de eventos como festivais e concursos, peças teatrais e cinema, mais opções de lazer e gastronomia à noite, diversificação de lojas no centro da cidade, ampliação de roteiros turísticos, com facilidades de traslado do turista e mais flexibilidade nos horários de trens e ônibus que serviam a cidade.

Acharam imprescindível que houvesse conscientização da comunidade sobre a importância do Turismo para a cidade, desde a fase escolar, e que se devia preparar os meninos de rua para desenvolver atividades de recepção ao turista.

Dentre as sugestões, encontrou-se ainda a avaliação da importância do apoio dos órgãos públicos e empresas privadas para que as idéias se concretizassem e se transformassem em uma realidade mais rentável economicamente para a população.

Os 144 trabalhadores entrevistados dividiam-se nas funções de gerente, auxiliar de cozinha, sub-gerente, camareira, recepcionista, copeira, garçom, jardineiro, setor de reservas e eventos, comprador, telefonista, porteiro, mensageiro, *controller*, encarregado do departamento financeiro, eletricitista, supervisora, pedreiro, auxiliar de serviços gerais, lavanderia, assistente contábil, auxiliar administrativo, governanta, cozinheira, balconista, *barman*, chefe de cozinha, *maitre*, assistente de departamento pessoal, confeitiro, auxiliar de manutenção, forneiro, chapeiro, chefe de recepção.

### 3.1.9 Análise das Variáveis

A considerar que os proprietários dos segmentos de hotelaria e gastronomia tivessem a consciência da importância de se investir na qualidade total da mão-de-obra, falta-lhes a sensibilidade para o tema no investimento de preparação e qualificação dos recursos humanos nos seus estabelecimentos, para a busca no atendimento eficiente em atender às expectativas do turista.

### 3.1.10 Comparação das Variáveis

A considerar que os proprietários dos segmentos de hotelaria e gastronomia investiam parcialmente, e tinham consciência para o tema da qualificação total. Os funcionários não foram formalmente treinados .

### 3.1.11 Verificação das Hipóteses

As três hipóteses foram confirmadas. Os atendentes dos segmentos de hotelaria e gastronomia não foram formalmente treinados. Quanto aos proprietários, 100% estavam conscientes da importância do investimento na qualificação total, mas somente 60% dos proprietários investiam em treinamento. Quanto à terceira hipótese, constatou-se que havia poucas fontes de preparação de mão-de-obra.

### 3.1.12 Conclusão da Pesquisa de Campo

A experiência obtida a partir da realização desta pesquisa de campo foi proveitosa, uma vez que entrar em contato direto com os proprietários dos estabelecimentos, explicar sobre a importância deste trabalho, escutar suas histórias, reclamações, sonhos, é relevante. Alguns proprietários desconfiados, achavam que a pesquisa era para criar outros impostos para a prefeitura, impunham até alguma resistência, mas, com o decorrer da conversa eles iam relaxando e se mostravam abertos ao assunto, dando opiniões e sugestões de como melhorar o Turismo na cidade .

Ao realizarmos trabalhos nessa área, normalmente nos preocupamos em fazer cobranças, mas esquecemos que uma grande porcentagem da ocupação hoteleira da cidade de Paranaguá está voltada para a economia portuária. O que explica a sua falta de sensibilização pela qualificação total na mão-de-obra no atendimento ao turista.

Quanto aos funcionários, ao fazermos a entrega dos questionários, não houve um contato direto com os eles, que foram orientados em responder a pesquisa através dos proprietários ou gerentes. O acesso aos questionários estava ao alcance de todos, próximo ao relógio ponto e/ou balcão de serviços. A instrução era de que o questionário fosse entregue dentro de vinte dias.

Embora não tenha havido contato direto com os funcionários dos hotéis e restaurantes quando da entrega dos questionários, este contato houve quando fomos buscar os mesmos, onde se observou uma carência de informações histórica, cultural e turística sobre a cidade de Paranaguá, provocada pela própria reação dos mesmos, ao fazerem a devolução dos questionários já preenchidos.

## 4 CONCLUSÃO

Evolui, a cada dia, a importância atribuída a atividade turística para o desenvolvimento das comunidades que possuem potencial a ser explorado como fonte geradora de empregos para seus cidadãos.

O Turismo no município de Paranaguá é um fenômeno crescente tendo sido facilitado pela globalização da economia e dos meios de comunicação, pelos avanços tecnológicos e pelas novas formas de gerenciamentos de serviços, tanto da administração pública quanto da iniciativa privada, além da contínua conscientização da população.

Visto que os recursos humanos nos segmentos de hotelaria e gastronomia são de vital importância para o desenvolvimento desta atividade no município, pois estes estão em contato direto com o turista, é de fundamental importância a qualificação de mão-de-obra formalmente treinada. O que não foi constatado nesta pesquisa.

O que se observou foi um conjunto de ações isoladas por parte da iniciativa pública e iniciativa privada, principalmente nos setores hoteleiro e gastronômico, com os empresários voltados quase exclusivamente para a atividade portuária, praticando tarifas e formas de atendimento não atrativas ao turista, provavelmente ocasionando a perda de milhares de turistas pela falta de um planejamento conjunto que promovesse um real aproveitamento dos fluxos turísticos já existentes.

O interesse dos proprietários em promover a qualificação profissional dos seus funcionários para garantir um excelente nível de satisfação do turista depende da realização de constantes programas específicos de sensibilização para o Turismo, que poderiam ocorrer através de: treinamentos, palestras, oficinas teóricas e práticas, para funcionários e proprietários.

Paranaguá se projeta no cenário nacional como destino turístico do litoral paranaense. Este fenômeno do aumento da demanda turística se confirma, principalmente, através da maior ocupação hoteleira na temporada de verão conforme pesquisa da Paraná Turismo comparando os anos de 1998, 1999 e 2000 (PARANÁ TURISMO/Departamento de Estatística, 2001), além da observação informal do fluxo de turistas na ocasião da ocorrência nos grandes eventos e postos de informações turísticas.

Considerando ainda que o universo dos segmentos de Hotelaria e Gastronomia abrange grande camada da população produtiva para a economia do município, faz-se necessário se angariar mais esforços do Poder Público, da Iniciativa Privada e da Comunidade, porque a atividade turística necessita ser incentivada de maneira mais produtiva e eficiente.

Assim exposto, julga-se pertinente reenfatar que os objetivos da presente pesquisa foram atingidos, pois se pôde verificar que os recursos humanos existentes na área ainda precisam de orientação e treinamento para que possam receber melhor o turista.

Quanto aos objetivos específicos, constatou-se que apesar da grande maioria dos proprietários acharem importante investir na melhoria do atendimento ao cliente através do aperfeiçoamento de mão-de-obra, apenas uma pequena parcela realmente investe e conscientiza o funcionário da importância da qualificação.

Referente ao problema levantado se os recursos humanos ligados ao Turismo estavam devidamente qualificados para bem atender o turista, verificou-se que ainda há muito que se fazer em termos de investimento de mão-de-obra.

Conforme mencionado anteriormente, as hipóteses formuladas foram confirmadas, verificando-se que a maioria das pessoas envolvidas na recepção dos turistas, tanto funcionários quando proprietários nos segmentos de hotelaria e gastronomia carecem de orientação e treinamento para poderem estar mais bem qualificados para bem receber o turista e poder conquistá-los, e assim, esperar o seu retorno.

Ao final deste trabalho, espera-se que possa contribuir para o avanço dos investimentos na área de qualificação profissional às pessoas envolvidas nos segmentos de hotelaria e gastronomia em Paranaguá, e como fonte ou base para outras pesquisas assemelhadas.

## 5 REFERÊNCIAS

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC . São Paulo, 1998, 427 p.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul : EDUCS, 1992, 401 p.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 2. ed. São Paulo : Futura, 1998, 286 p.

**Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais**. [Brasília]: MKT Publish Company, 217 p.

GIL, D. de C. **Marketing turismo de eventos: estratégias para captação**. [s.l.]: Editora Hotéis do Brasil, 55 p.

FUNCULTUR. **Itiberê – Plano Municipal de Turismo**. Prefeitura Municipal de Paranaguá, 60p.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. 4. ed. Campinas: Papyrus, 1991, 122 p.

MESCHINO, L. A . G.; NERI, L. **Plano de desenvolvimento turístico do município de Paranaguá**. Curitiba, 1998. 131 p.

OLIVEIRA FILHO, H. D. et al. **A indústria do turismo no Brasil: perfil e tendências**. [Brasília]: H&D Eventos S/C Ltda, 1996, 136 p.

PARANÁ TURISMO. Estudo da Demanda Turística do Litoral. Departamento de Estatística, Governo do Estado do Paraná, 2001

PRADO, R. de M. **Bares, lanchonetes e restaurantes: manual do proprietário**. Volume II. Brasília: SEBRAE/DF, 1994, 68 p.

SILVA, C. dos S. **Turismo: Administração de Alimentos e Bebidas**. Curso de Extensão Universitária da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 11 e 12 dez. 1993.

SEBRAE-SP. **Turismo: o que você precisa saber para investir no setor**. São Paulo, 1996, 40 p.

WERTHER JR., W. B.; DAVIS, K, **Administração de pessoal e recursos humanos**. São Paulo : McGraw-Hill do Brasil, 1983, 499 p.

## **ANEXO 1**

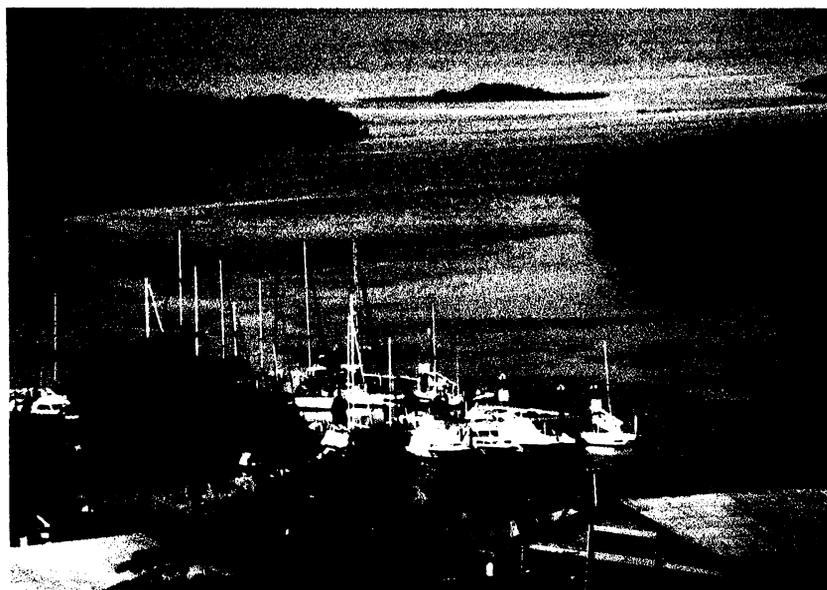
### **FOTOGRAFIAS DIGITALIZADAS DOS PRINCIPAIS PONTOS TURÍSTICOS E HISTÓRICOS DE PARANAGUÁ CITADAS NOS CAPÍTULOS DESTA MONOGRAFIA**

Foto 1 – Ilha da Cotinga



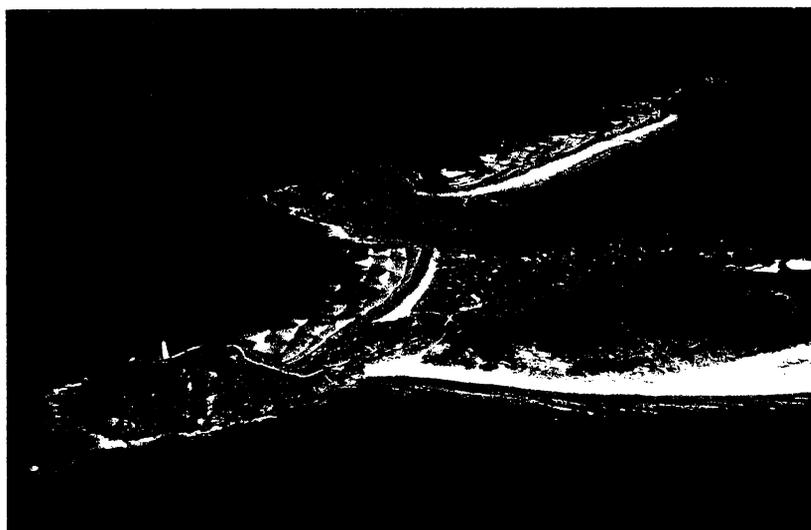
Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 2 - Rio Itiberê



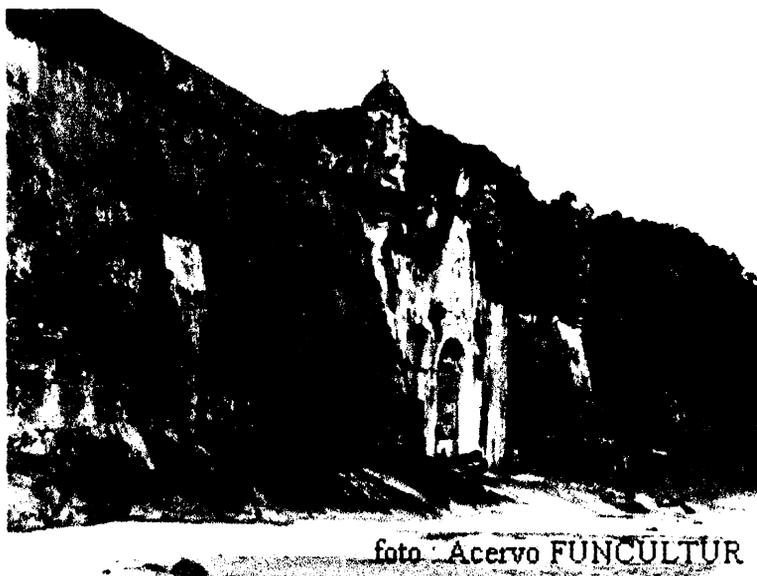
Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 3 - Ilha do Mel



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 4 - Forte Nossa Senhora dos Prazeres



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 5 - Fonte Nova (Fontinha ou Fonte da Camboa)



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

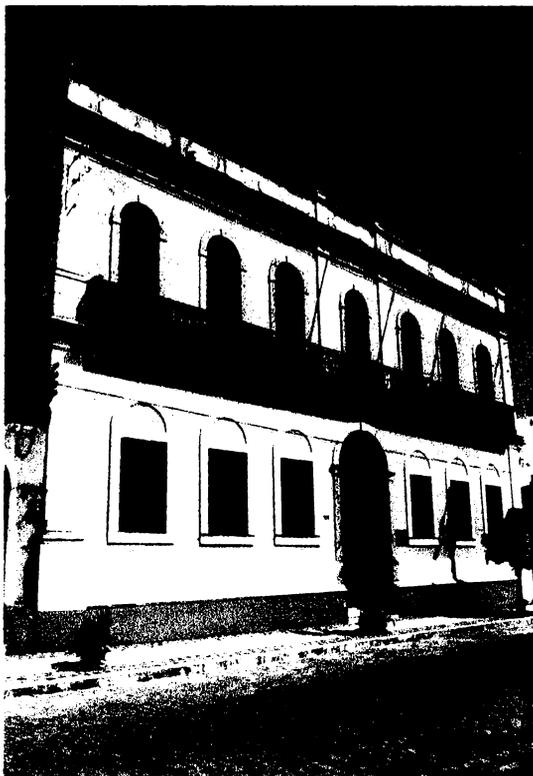
Foto 6 - Casa da Música “Brasílio Itiberê”

Foto 7 - Casa da Cultura “Monsenhor Celso”



Fonte: Amauri Luiz da Costa

Foto 8 - Palácio Visconde de Nácar (atual Câmara dos Vereadores)



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

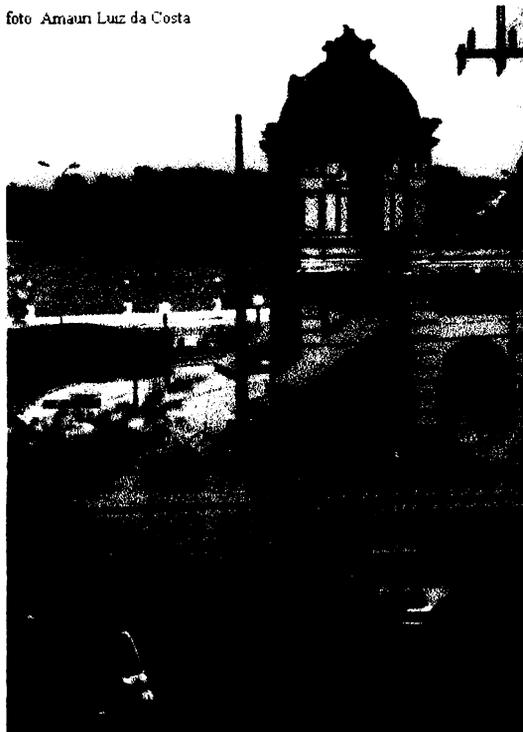
Foto 9 - Mercado do Café



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 10 – Mercado do Artesanato

foto Amauri Luiz da Costa



Fonte: Amauri Luiz da Costa

Foto 11- Estação Ferroviária



Fonte> Acervo/FUNCULTUR

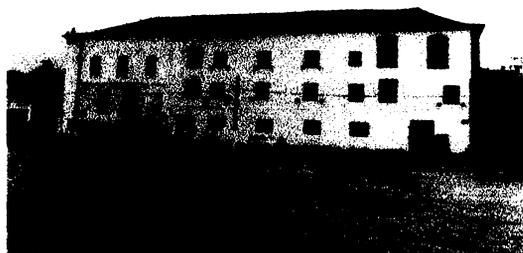
## Foto 12- Rua da Praia ( Rua General Carneiro)

foto Amauri Luiz da Costa



Fonte: Amauri Luiz da Costa

## Foto 13 – Museu de Arqueologia e Etnologia de Paranaguá -MAEP



Fonte: Acervo FUNCULTUR

Foto 14- Instituto Histórico e Geográfico de Paranaguá



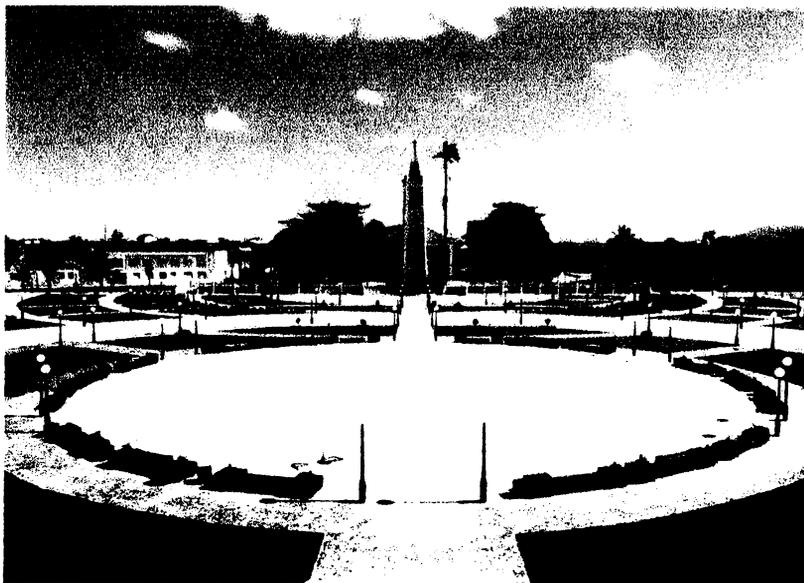
Fonte: Acervo FUNCULTUR

Foto 15 – Catedral Diocesana – Igreja Matriz Nossa Senhora do Rosário



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 16 – Igreja Nossa Senhora do Rocio



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 17 – Igreja São Benedito



Fonte: Acervo FUNCULTUR

Foto 18 - Teatro da Ordem (antiga Igreja da Ordem III de S. Francisco das Chagas)



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

Foto 19 - Porto D. Pedro II



Fonte: Acervo/FUNCULTUR

## **ANEXO 2**

### **ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA, QUADRO RESUMO DO LITORAL DO PARANÁ.**

## 2.1 - QUADRO RESUMO - 1998/1999

VARIÁVEIS	LOCAL								
	Pontal do Paraná		Matinhos		Guaratuba		Total		
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	
<b>PROCEDÊNCIA (%)</b>									
Curitiba	63,8	70,8	64,5	69,1	61,3	65,8	63,4	68,8	
Região Metropolitana	8,6	8,5	6,4	5,5	8,1	6,2	7,6	6,8	
Outras Paraná	21,7	18,6	22,5	18,3	21,4	18,7	21,9	17,8	
Outros Estados	5,2	4,1	5,3	4,8	8,6	7,4	6,2	5,2	
Exterior	0,7	...	1,3	2,3	0,6	1,9	0,9	1,4	
<b>SEXO (%)</b>									
Masculino	45,9	58,2	51,2	63,8	53,4	68,5	49,8	63,0	
Feminino	54,1	41,8	48,8	36,2	46,6	31,5	50,2	37,0	
<b>PERMANÊNCIA</b>									
Permanência Média (dias)	9,7	6,2	11,1	7,0	10,5	7,6	10,4	6,9	
<b>IDADE</b>									
Média de Idade (anos)	37,0	35,7	38,1	36,3	38,7	36,5	37,8	36,1	
<b>RENDIA MÉDIA PER CAPITA (US\$)</b>									
Renda Bruta Mensal	1407,9	834,4	1879,5	979,6	1726,9	973,8	1674,7	925,5	
<b>GASTO MÉDIO DIÁRIO SEGUNDO MEIO DE HOSPEDAGEM (US\$)</b>									
Per Capita Total	14,6	10,7	17,6	12,6	19,6	16,1	17,0	12,8	
Per Capita no Hotel	48,4	37,3	36,2	23,0	35,1	43,8	36,5	35,2	
Per Capita em Casa Própria	13,2	10,2	15,7	11,1	15,6	12,9	14,8	11,1	
Per Capita em Casa Alugada	18,8	13,9	26,0	14,2	23,1	18,8	22,3	15,2	
<b>MEIO DE TRANSPORTE (%)</b>									
Automóvel	72,5	68,0	86,1	77,4	84,3	72,3	80,7	72,7	
Ônibus	26,0	28,7	12,0	20,3	14,6	26,1	17,7	24,8	
<b>MEIO DE HOSPEDAGEM (%)</b>									
Hotel	0,4	0,8	2,0	2,5	4,9	5,5	2,2	2,6	
Casa/Apartamento de Aluguel	23,3	22,9	18,4	24,4	16,3	22,2	19,6	23,3	
Casa Própria	45,6	43,7	53,2	45,0	50,9	34,6	49,8	41,9	
Casa Parentes/Amigos	24,0	22,7	21,2	21,3	22,0	30,7	22,5	24,2	
Camping	1,7	3,6	1,2	2,8	1,5	1,9	1,4	2,9	
<b>AVALIAÇÃO DO CONCEITO DE QUALIDADE (Índice bom %)</b>									
Comércio	67,5	81,6	68,6	77,6	84,8	83,1	72,5	80,4	
Informação Turística	71,7	86,1	80,8	63,0	83,4	55,9	77,8	62,1	
Limpeza Pública	48,9	45,2	59,6	51,3	70,1	61,4	58,4	51,6	
Restaurantes	56,8	74,2	62,4	76,9	82,0	85,2	66,2	78,3	
Segurança Pública	72,8	78,0	74,0	73,7	83,9	75,0	76,1	75,6	
Serviço de Hospedagem	76,8	86,9	82,8	86,9	75,0	78,4	79,3	84,4	
Serviço de Saúde	55,7	54,7	62,5	75,3	84,3	65,9	66,2	65,9	
Serviço Telefônico	74,5	76,3	76,3	79,2	81,3	73,8	76,8	76,8	
Sinalização Turística	57,3	65,1	60,0	61,9	67,3	73,7	61,0	66,0	
<b>FREQUÊNCIA DA VISITA (%)</b>									
1ª vez	8,3	9,6	5,3	10,7	4,7	16,4	6,2	11,7	
1 vez por ano	36,4	32,9	33,5	29,2	33,1	25,6	34,4	29,6	
2 vezes por ano	12,8	15,4	10,5	16,1	11,9	14,8	11,7	15,5	
<b>MODO DE VIAJAR (%)</b>									
Só	10,1	15,0	6,6	14,8	10,2	12,8	9,6	14,4	
Em grupo	7,6	13,9	7,3	17,3	9,7	14,8	8,0	15,5	
Com família	82,0	71,1	84,1	67,6	80,1	72,0	82,3	69,9	
Valor Utilizado para o dólar							R\$1,17	R\$1,90	

**NOTA 1 - 1998**

Período de realização da pesquisa: 28/01 a 10/02/98

Número de entrevistados no litoral: 1.956

Período considerado para estimativa: 15/12/97 a 01/03/98

Estimativa de demandantes para o litoral: 1.646,894

**NOTA 2 - 1998**

Período de realização da pesquisa: 10 a 17/02/99

Número de entrevistados no litoral: 1.178

Período considerado para estimativa: 15/12/98 a 28/02/99

Estimativa de demandantes para o litoral: 1.529,578

Obs.: Litoral = Paranaguá/Ilha do Mel, Pontal do Paraná, Matinhos e Guaratuba

## 1. QUADRO RESUMO - JANEIRO/2000

VARIÁVEIS	LOCAL								
	Antena	Guaraqueçaba	Guaratuba	Iha do Mel	Matinhos	Morrotes	Paranaguá	Postal de Paraná	Total
<b>Procedência (%)</b>									
Curitiba	63,3	55,6	48,8	48,1	60,3	58,3	43,8	58,8	57,2
Região Metropolitana	7,7	6,3	7,1	9,6	6,1	11,5	5,7	8,0	7,8
Outros/PR	10,8	22,2	25,8	11,6	19,9	11,6	15,1	22,9	19,4
Outros Estados	18,2	14,3	16,3	24,9	12,1	16,9	33,4	8,9	14,2
Exterior		1,6	2,0	5,8	1,6	1,7	2,0	1,4	1,8
<b>Sexo - Masculino</b>									
Masculino	70,7	69,8	60,5	57,7	58,3	79,3	64,8	55,6	62,4
Feminino	29,3	30,2	39,5	42,3	41,7	20,7	35,2	44,4	37,6
<b>Permanência Média (dias)</b>									
Permanência média	5,7	5,5	8,2	7,9	7,6	3,9	8,9	8,2	7,5
<b>Renda média per capita</b>									
Bruta mensal (US\$)	1 012,7	871,8	1 229,9	874,3	1 136,6	1 006,8	1 001,6	964,3	1 062,0
<b>Gasto médio diário (US\$)</b>									
Per capita total	13,0	17,1	12,9	19,3	15,0	9,7	13,2	9,8	12,6
Per capita no hotel	19,7	17,5	14,6	-	25,6	14,2	19,6	14,7	18,1
Per capita em casa própria	7,3	5,9	10,6	6,6	13,3	8,3	17,9	8,6	10,9
Per capita em casa alugada	35,9	27,8	15,8	21,1	18,9	9,8	10,6	14,0	16,8
<b>Modo de transporte</b>									
Automóvel	60,8	20,7	79,8	28,9	72,7	69,0	53,3	73,3	69,6
Ônibus	32,3	44,4	18,5	69,2	24,7	20,1	42,9	24,5	25,8
<b>Modo de hospedagem</b>									
Hotel	12,9	18,8	5,6	4,0	3,8	11,4	13,4	1,0	
Casa/ap <sup>o</sup> de aluguel	3,3	8,5	23,0	3,9	24,9	5,4	3,1	24,0	
Casa própria	23,4	11,9	41,1	7,8	42,1	18,8	26,8	45,8	37,4
Casa de parentes/amigos	53,3	28,8	23,0	9,8	21,9	43,6	54,6	23,0	27,8
Camping	3,3	3,4	1,2	43,1	1,5	15,3		0,6	3,1
<b>Avaliação do conceito de qualidade (índice bom)</b>									
Comércio	50,7	36,2	84,9	57,9	70,7	71,9	78,3	79,8	76,2
Informação turística	41,3	39,5	78,1	86,5	70,8	61,2	76,4	84,1	65,7
Limpeza pública	57,1	52,4	58,2	63,5	49,8	71,9	39,0	47,3	53,9
Restaurantes	68,9	52,9	85,3	81,3	77,6	84,6	78,0	73,6	77,4
Segurança pública	67,6	72,5	75,9	81,6	72,4	74,9	67,7	72,0	72,8
Serviço de hospedagem	84,7	85,6	87,0	92,0	80,3	76,7	76,2	83,4	81,7
Serviço de saúde	35,2	33,4	92,0	52,2	79,0	35,4	54,8	65,4	68,7
Serviço telefônico	49,7	48,4	84,2	62,3	82,3	57,6	74,4	78,7	74,4
Sinalização turística	45,5	26,4	70,4	83,7	66,7	62,5	61,8	64,7	63,5
<b>Frequência da visita (%)</b>									
1ª vez	12,6	9,6	39,3	17,3	9,9	19,9	17,3	9,5	12,4
1 vez por ano	35,0	48,5	23,0	25,0	53,3	26,0	31,7	47,0	43,7
2 vezes por ano	3,1	8,8	8,2	13,5	6,3	4,7	5,8	11,2	7,6
<b>Modo de viajar</b>									
Só	23,7	17,4	12,9	21,2	12,0	11,3	29,5	10,1	13,7
Em grupo	14,7	27,0	7,3	28,8	5,2	20,1	14,3	6,6	10,0
Com família	61,2	55,6	79,8	50,0	82,8	67,5	56,2	83,1	76,1
Valor do dólar no período	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82

Período de Realização: 05 a 20/01/2000 - Número de entrevistados: 2 640

Período considerado para estimativa: 20/12/1999 a 13/03/2000 - Estimativa do fluxo: 1.513.520

# **APÊNDICE**

## **MODELO DO QUESTIONÁRIO PARA FUNCIONÁRIOS E PROPRIETÁRIOS DOS SEGMENTOS DE HOTELARIA E GASTRONOMIA PESQUISA DE CAMPO**

## MODELO DO QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FUNCIONÁRIOS

Caro funcionário,

Diante do aumento do fluxo de turistas em nossa cidade e preocupados com o aprimoramento na prestação de serviços aos mesmos, gostaríamos de saber sua opinião a respeito do atendimento ao turista em Paranaguá.

Garantimos que suas respostas ficarão no plano confidencial e colaborarão para melhorias no desenvolvimento do Turismo, para tanto solicitamos que preencha as questões abaixo com a maior sinceridade possível, assinalando apenas uma alternativa para cada pergunta.

1. Ramo de atividade do estabelecimento onde trabalha: \_\_\_\_\_

2. Função: \_\_\_\_\_

3. Tempo de serviço neste ramo de atividade:

menos de 6 meses

de 6 meses a 1 ano

mais de 1 ano

mais de 2 anos

mais de 3 anos

mais de 4 anos

mais de 5 anos

mais de 10 anos

4. Sexo:

masculino

feminino

**5. Estado civil:**

- solteiro
- casado
- viúvo
- separado
- divorciado
- outros

**6. Escolaridade:**

- 1º grau incompleto
- 1º grau completo
- 2º grau incompleto
- 2º grau completo
- superior incompleto
- superior completo
- sem instrução

**7. Faixa etária:**

- 15 a 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- 51 a 60 anos
- acima de 61 anos

**8. Nível de renda:**

- ( ) menos de R\$ 151,00
- ( ) de R\$152,00 a R\$200,00
- ( ) de R\$ 201,00 a R\$ 250,00
- ( ) deR\$ 251,00 a R\$ 300,00
- ( ) de R\$ 301,00 a R\$ 350,00
- ( ) de R\$ 351,00 a R\$ 400,00
- ( ) de R\$ 401,00 a R\$ 600,00
- ( ) de R\$ 600,00 a R\$ 1.000,00
- ( ) de R\$1.001,00 a R\$ 2.000,00
- ( ) acima de R\$ 2.000,00

**9. Como se preparou para exercer a atual função?**

- ( ) aprendeu em ambiente familiar
- ( ) aprendeu no próprio ambiente de trabalho, através de tentativas, erros e acertos
- ( ) recebeu treinamento específico no local de trabalho
- ( ) realizou curso preparatório sem estágio prático
- ( ) realizou curso preparatório e fez estágio prático
- ( ) realizou curso por correspondência

**10. Você tem alguma habilitação específica para trabalhar no ramo de atividade onde está atuando?**

- ( ) sim (neste caso, especifique qual e onde recebeu a habilitação)
- 
- 

- ( ) não

**11. Como avalia seu atual desempenho?**

- ( ) péssimo
- ( ) regular
- ( ) bom
- ( ) ótimo

12. Você já recebeu algum treinamento sobre o potencial turístico de Paranaguá e região?

sim

não

13. Tem interesse em realizar cursos para aperfeiçoar seu conhecimento?

sim

não

14. Você se propõe a fazer cursos fora do seu horário de expediente?

sim

não

15. Acha que Paranaguá oferece cursos na área de prestação de serviços ligados ao Turismo?

sim

não

sim, mas não o suficiente

16. Como cliente de outros estabelecimentos (lojas, restaurantes, hotéis, motéis, agências de viagens, etc.) você acha que o atendimento ao público em Paranaguá é:

péssimo

regular

bom

ótimo

17. Como se sente em relação a sua atual profissão?

gosto do que faço

às vezes gosto e às vezes não gosto do que faço

não gosto do que faço e desejaria estar desenvolvendo outra atividade

18. Quais seus planos futuros em relação a sua atual profissão?

( ) pretendo continuar exercendo esta função

( ) pretendo continuar na função até conseguir coisa melhor, embora não esteja me preparando para isto

( ) estou me preparando para trabalhar em outra função

19. Dê sugestões para a melhoria do atendimento ao turista em Paranaguá:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Paranaguá,

de

de 2.000.

**OBRIGADO POR SUA COLABORAÇÃO!**

**MODELO DE QUESTIONÁRIO COMPLEMENTAR APLICADO  
SOMENTE PARA PROPRIETÁRIOS**

1. Você considera que o atendimento aos clientes, realizado por seus funcionários, é:

péssimo

regular

bom

ótimo

2. Você considera necessário um treinamento formal para que seus funcionários melhorem o seu desempenho?

sim

não

3. Você considera importante investir na preparação de mão de obra para trabalhar em seu estabelecimento?

sim

não

4. Você está, atualmente investindo na qualificação profissional dos seus funcionários?

sim

não

5. Como?

---

---

---

---

6. Como você considera que deva ser realizado o treinamento de qualificação profissional para seus funcionários?

( ) no local de trabalho, dentro do horário de expediente

( ) no local de trabalho, fora do horário de expediente

( ) em outro local, no horário de expediente

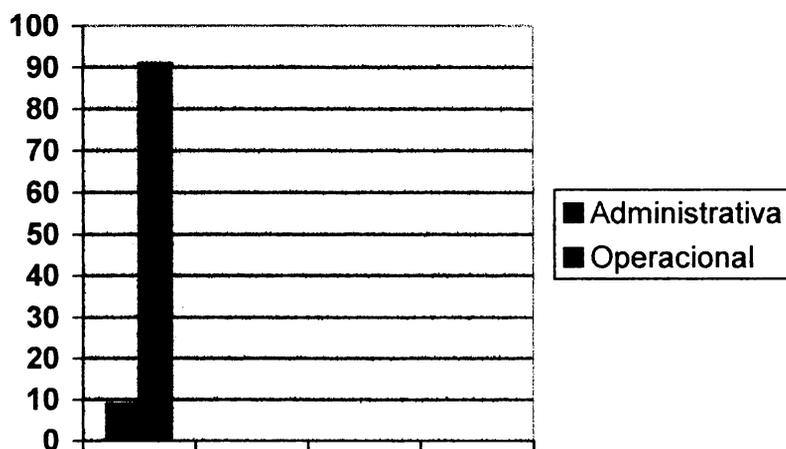
( ) em outro local, fora do horário de expediente

## GRÁFICOS DA PESQUISA DE CAMPO

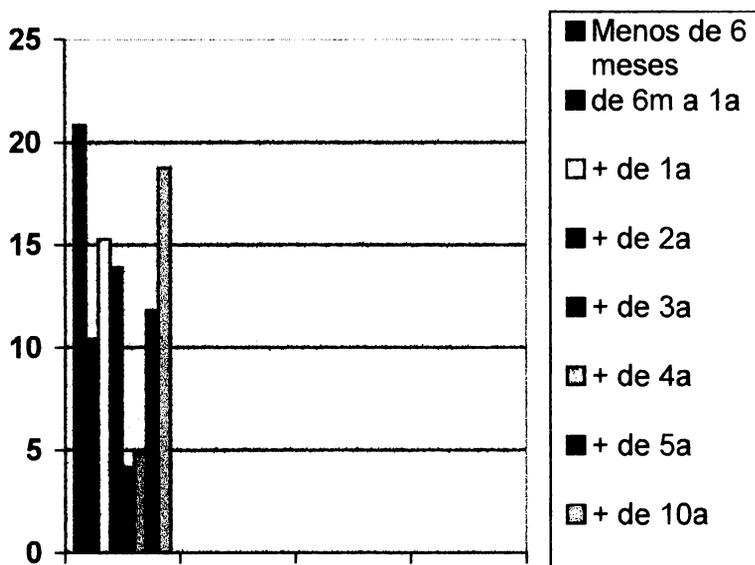
### ❖ Ramo de atividade dos estabelecimentos pesquisados



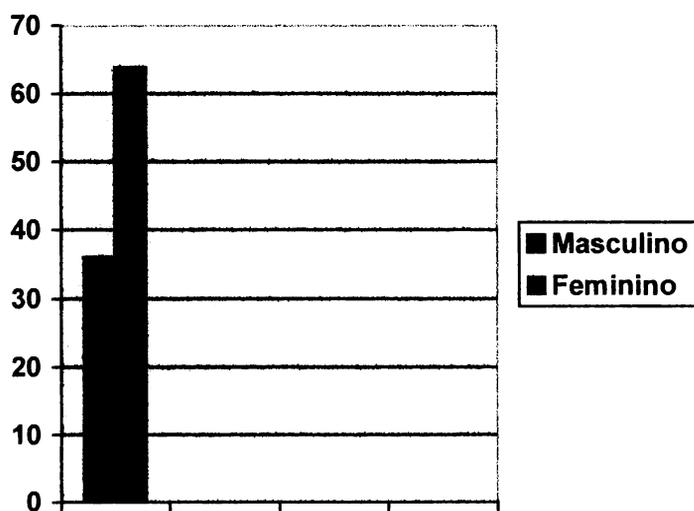
### ❖ Área de trabalho dos entrevistados:



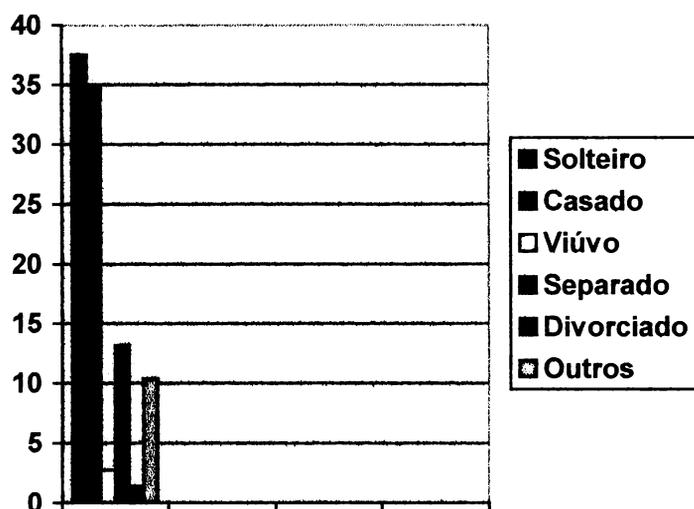
❖ Tempo de serviço na atividade:



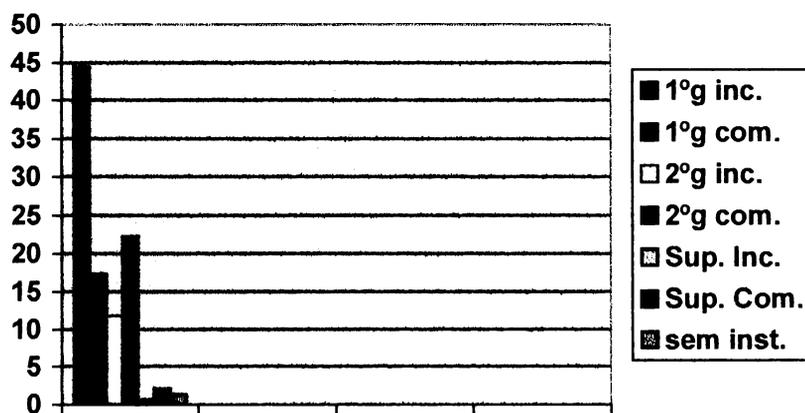
❖ Sexo:



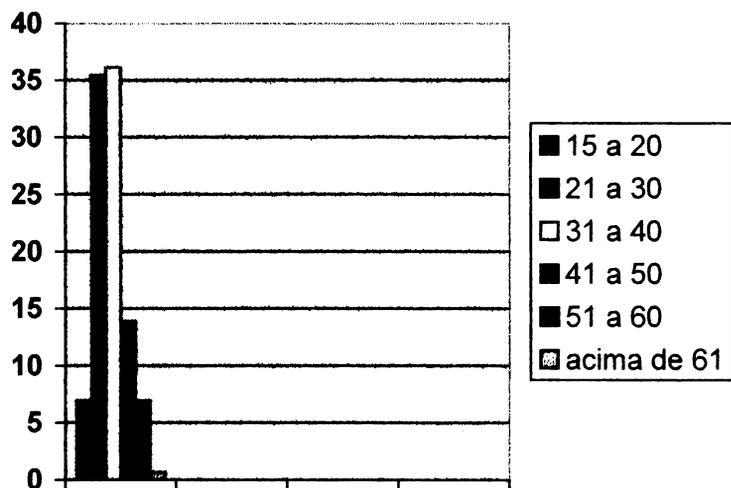
❖ Estado Civil:



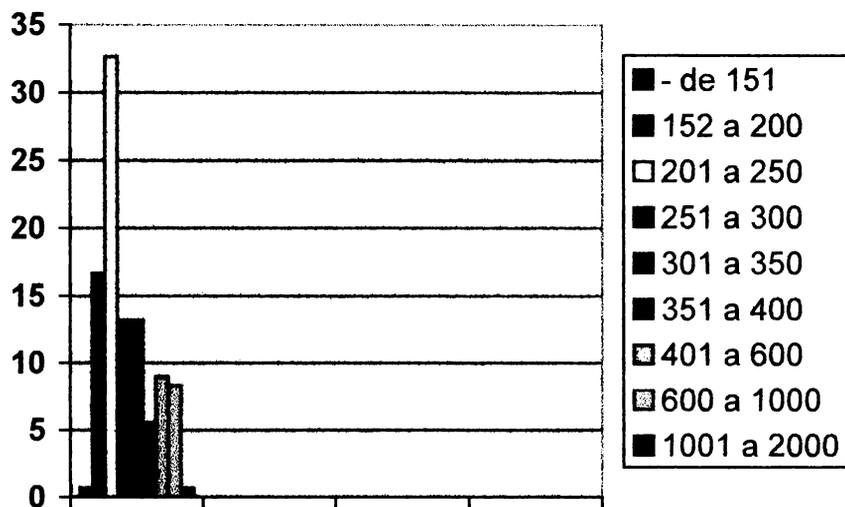
❖ Escolaridade:

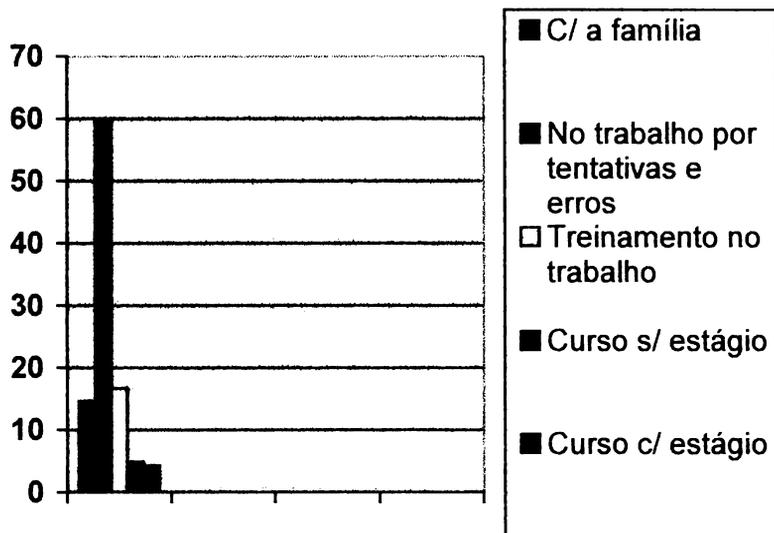


## ❖ Faixa etária:



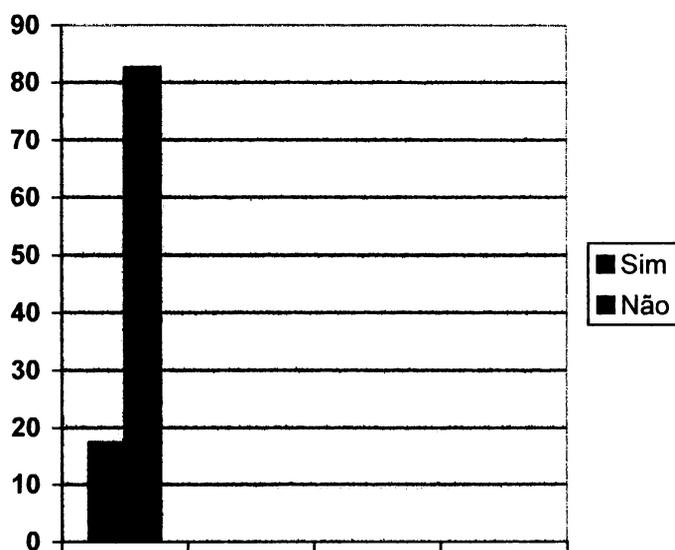
## ❖ Nível de Renda:

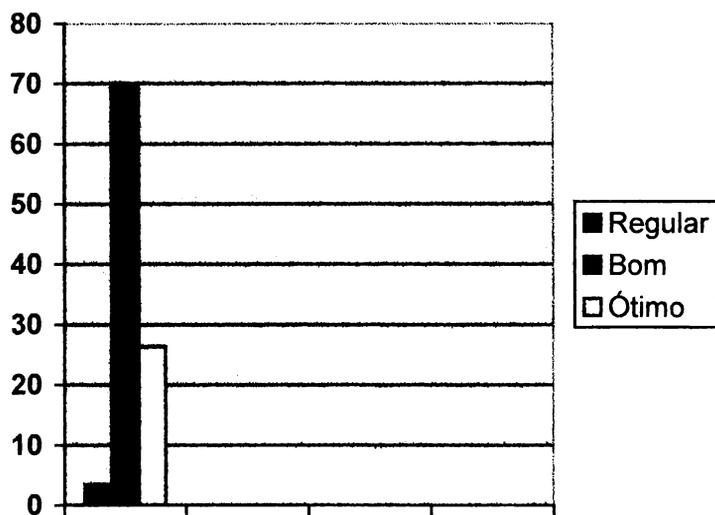




❖ Como se prepararam para exercer a função atual:

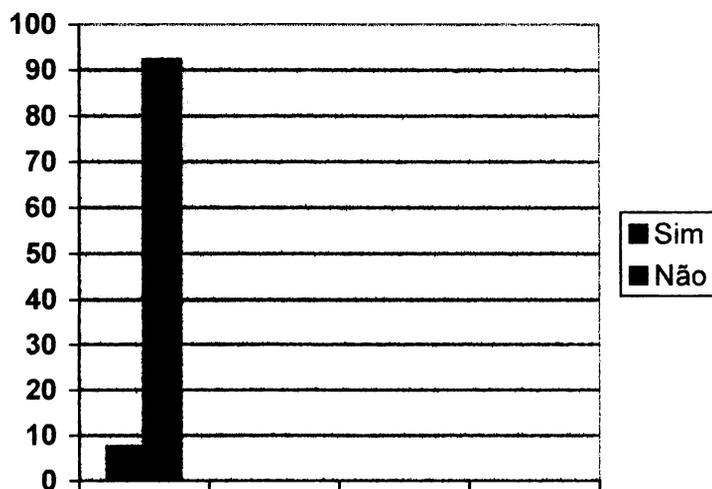
❖ Possuem habilitação específica para trabalhar na função:



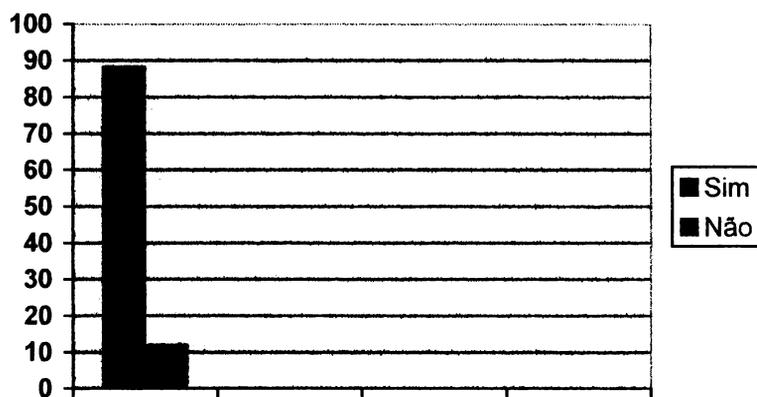


❖ Auto-avaliação de desempenho

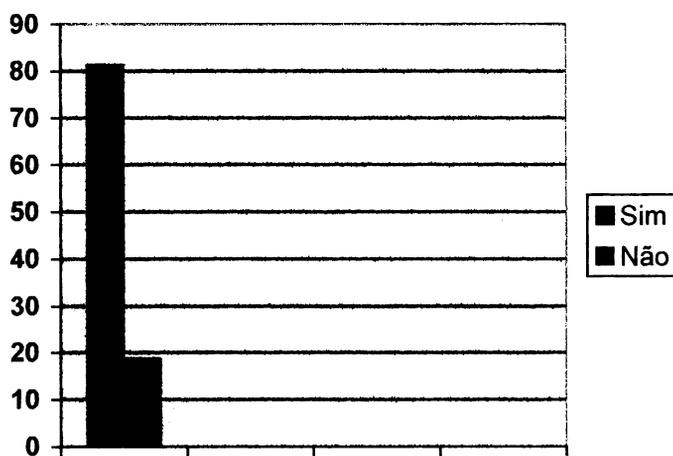
❖ Receberam treinamento sobre o potencial turístico de Paranaguá:



❖ Tem interesse em realizar cursos

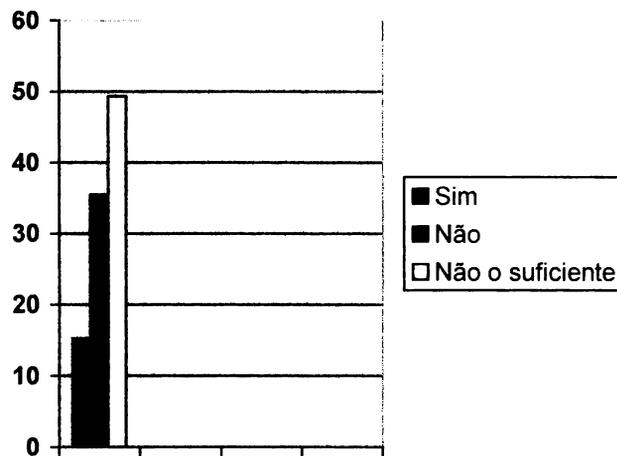


❖ Se propõe a fazer cursos fora do horário de expediente:

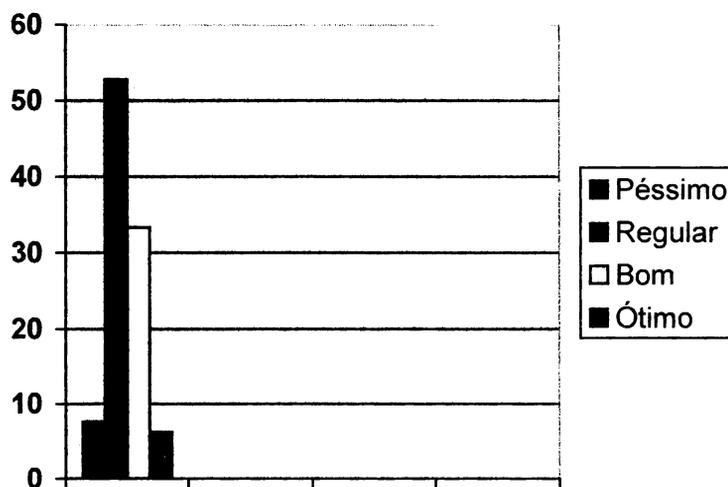




- ❖ Achrom que Paranaguá oferece cursos na área de prestação de serviços ligados ao Turismo:

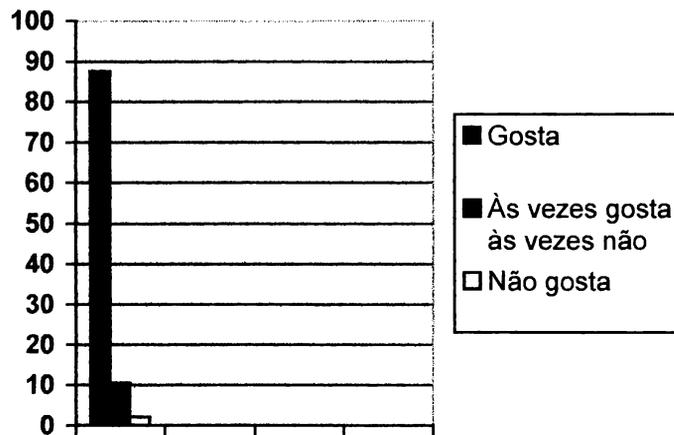


- ❖ Consideram o atendimento ao público em Paranaguá:

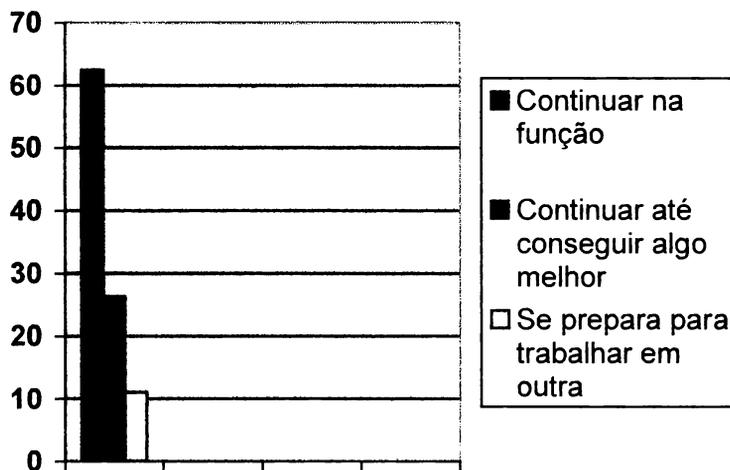




❖ Sentimento em relação à atual profissão:

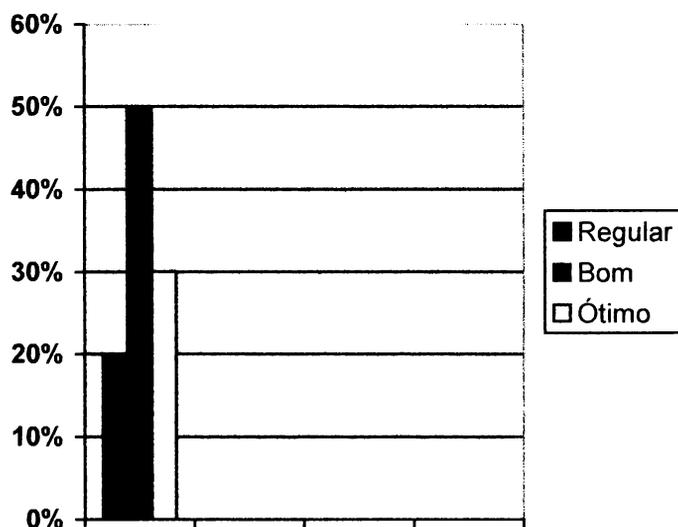


❖ Planos futuros em relação à atual profissão:

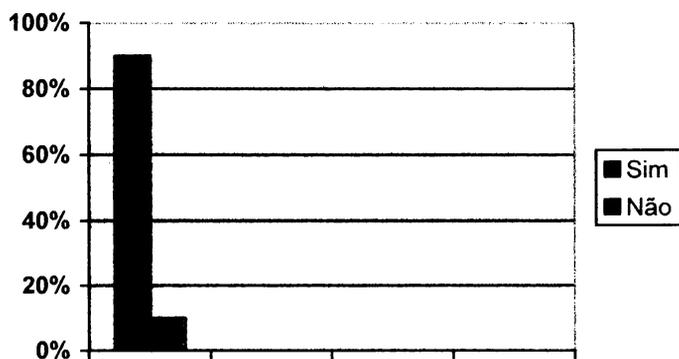


## QUESTIONÁRIO COMPLEMENTAR

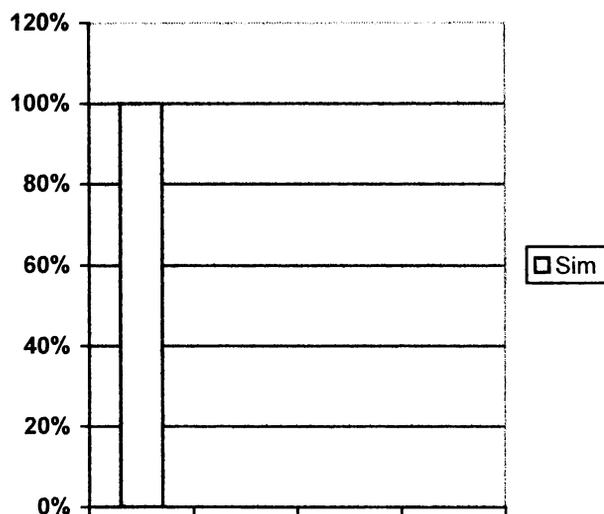
- ❖ Você considera que o atendimento aos clientes, realizado por seus funcionários, é:



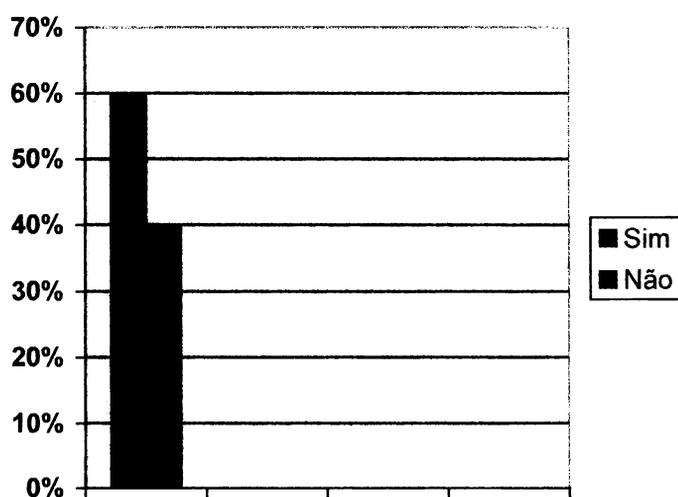
- ❖ Você considera necessário um treinamento formal para que seus funcionários melhorem seu desempenho?



- ❖ Você considera importante investir na preparação de mão de obra para trabalhar em seu estabelecimento?



- ❖ Você está, atualmente, investindo na qualificação profissional dos seus funcionários?



❖ Como você considera que deva ser realizado o treinamento de qualificação profissional para seus funcionários?

