

## APONTAMENTOS SOBRE A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO ESTADO DO PARANÁ

---

*Marino Antonio Castillo Lacay\**

---

### RESUMO

*O presente trabalho é resultado de uma pesquisa desenvolvida no Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) com o objetivo de traçar um perfil da Cadeia Produtiva do Turismo e a sua organização espacial no Estado do Paraná. Foram aplicados 7.730 questionários entre diferentes agentes (administradores ou proprietários de estabelecimentos, turistas e moradores), distribuídos em 171 municípios do Estado. A unidade básica de coleta de informações foi o estabelecimento turístico para cada atividade pesquisada: Meios de Hospedagem; Serviços de Alimentação; Transporte Rodoviário de Passageiros; Locação de Veículos; Agências de Turismo; Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas, compostas pelos Atrativos Naturais (adaptados ou planejados), Culturais, Históricas, Religiosas, Esportivas e de Lazer.*

*Palavras-chave: Cadeia Produtiva do Turismo. Turismo. Paraná. Serviços. Microempresas.*

### ABSTRACT

*This work is a result of a research developed at the Parana's Institute of Economic and Social Development (IPARDES), with the goal of designing a profile of the Value Chain on Tourism and its spatial organization in the State of Parana. 7.730 questionnaires were applied among different agents (managers or company owners, tourists and locals), distributed in 171 cities of the State. The basic units of collecting information were the tourist establishments for each activity researched: Means of Accommodation, Food Services, Bus Transportation; Car Rent; Tourism Agencies; Natural Attractions (adapted or planned), Cultural, Historical, Religious and Leisure Activities.*

*Keywords: Value Chain on Tourism. Tourism. Parana State. Small bussines firms market.*

---

*\*Economista, mestre em Desenvolvimento Agrícola e Agrário pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro-UFRRJ (CPDA). Mestrando em Geografia na Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: marino@ipardes.pr.gov.br*

## INTRODUÇÃO

O Estado do Paraná é privilegiado em termos de atrativos turísticos, atributo fundamental para o desenvolvimento do turismo, apresentando significativo potencial em múltiplos segmentos, tais como: lazer, negócios, sol e praia, eventos, festas regionais, rural, ecológico, de aventura, religioso e de saúde, entre outros.

O turismo, enquanto fenômeno econômico e social, ganha destaque pela forma como interage com uma série de outras atividades econômicas, pela necessidade de mensuração da produção de bens e serviços (oferta), pela forma como se realizam os gastos das famílias (demanda) e pelas características da mão de obra ocupada (emprego) desse segmento (IBGE, 2008). É um componente do setor de serviços cujo produto é particularmente complexo e depende da organização de uma oferta de serviços significativamente diversificada, em que cada um dos elos da atividade produtiva corresponde a uma atividade no chamado “produto turístico” final, formando uma cadeia. Por sua vez, além de ser o local de produção, o destino turístico é também o local de consumo dos bens e serviços produzidos e, conseqüentemente, o local de implantação e desenvolvimento de atividades dos estabelecimentos ligados ao setor, sendo, portanto, lócus da busca da sustentabilidade da atividade (IPARDES, 2008).

O presente trabalho é resultado de um projeto de pesquisa desenvolvido pela equipe técnica do IparDES que estuda a atividade turística no Estado do Paraná. O relatório completo do estudo, bem como as tabelas com os dados contidos neste trabalho, podem ser acessados em <http://www.ipardes.gov.br>.

Acredita-se que o instrumental de Cadeia Produtiva pode contribuir significativamente para os estudos de geografia econômica e para o entendimento do comportamento da atividade turística no espaço geográfico do Paraná. Busca-se, também, contribuir para o desenvolvimento de uma atividade turística sustentável no Estado.

O estudo tem como objetivo traçar o perfil da Cadeia Produtiva do Turismo e a sua organização espacial no Estado do Paraná. Além disso, pretende analisar o comportamento de cada atividade (elo da cadeia) sob a ótica da oferta, identificando serviços oferecidos, sazonalidades, mercados e preços praticados, os cuidados ambientais e as condições de acesso e sinalização aos mesmos. Procura ainda conhecer a opinião da comunidade sobre as condições do desenvolvimento turístico local, uma vez que se trata de atores fundamentais na construção de um turismo sustentável.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO E CONCEITUAL

Cadeia produtiva é o sistema constituído por atores e atividades inter-relacionadas em uma sucessão de operações de produção, transformação, comercialização e consumo em um espaço determinado. Castro, Lima e Cristo (2002) apontam que, pela sua visão prospectiva, o enfoque de cadeia é pertinente no contexto atual

de evolução da economia mundial globalizada, em que temas como competitividade, inovação tecnológica e sistemas de produção são discutidos de forma sistêmica em todos os âmbitos da economia, desde as atividades produtivas agroalimentares até o setor de serviços, no qual se inclui o turismo. Uma atividade econômica tão dinâmica e complexa como o turismo encontra no enfoque sistêmico de cadeia produtiva uma ferramenta para o diagnóstico e a formulação de estratégias de competitividade.

O conceito de cadeia produtiva no turismo pressupõe a existência de um produto ou de um atrativo turístico que, em um determinado território, atua como elemento indutor para gerar uma dinâmica integradora entre as diferentes atividades que compõem o setor. Isto é, o produto ou o atrativo funciona como gerador de uma rede de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infraestrutura local e regional, cuja dinâmica pode promover o incremento dos fluxos de informação, produção, inovação e consumo, sempre ponderados pela eficiência coletiva (SCHMITZ, 1997).

Cabe registrar que o conceito de cadeia produtiva utilizado neste trabalho considera a sustentabilidade como elemento importante para a construção da competitividade sistêmica. A sustentabilidade é entendida como o princípio que envolve a melhoria da qualidade de vida, o crescimento econômico eficiente com equidade social, a preservação de valores culturais e a conservação do meio ambiente associados à participação efetiva das comunidades (JACOBI, 1999).

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa de campo foi desenvolvida nas nove regiões turísticas do Paraná, durante o ano de 2006. Ao todo foram aplicados 7.730 questionários entre diferentes agentes (administradores ou proprietários de estabelecimentos, turistas e moradores), distribuídos em 171 municípios do Estado, integrantes das nove regiões de pesquisa. A unidade básica de coleta de informações foi o estabelecimento turístico para cada atividade pesquisada: Meios de Hospedagem; Serviços de Alimentação; Transporte Rodoviário de Passageiros; Locação de Veículos; Agências de Turismo; Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas, compostas pelos Atrativos Naturais (adaptados ou planejados), Culturais, Históricos, Religiosos, Esportivos e de Lazer.

Embora a unidade espacial selecionada tenha sido o município, cada região constituiu uma amostra independente, eleita como unidade privilegiada de análise. Na tabela 1 vem demonstrada a quantidade de questionários aplicados conforme o tipo de atividade e a região de pesquisa.

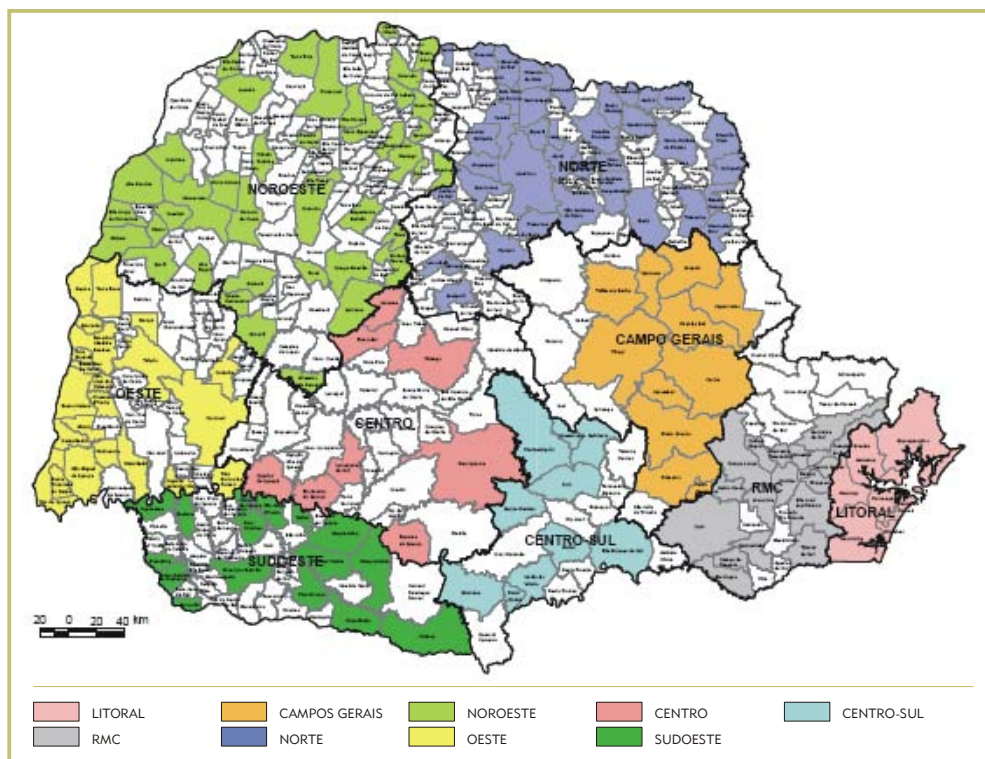
TABELA 1 - NÚMERO DE FORMULÁRIOS APLICADOS NOS ESTABELECIMENTOS E AOS MORADORES E TURISTAS, SEGUNDO REGIÕES TURÍSTICAS DO ESTADO DO PARANÁ - 2006

| ITEM   | REGIÃO TURÍSTICA DO ESTADO |               |        |          |            |       |          |       |                                  | TOTAL |
|--|----------------------------|---------------|--------|----------|------------|-------|----------|-------|----------------------------------|-------|
|  | Litoral                    | Campos Gerais | Centro | Sudoeste | Centro-Sul | Oeste | Noroeste | Norte | Região Metropolitana de Curitiba |       |
| Número de municípios pesquisados               | 7                          | 11            | 8      | 16       | 10         | 22    | 41       | 38    | 18                               | 171   |
| Atividade                                      |                            |               |        |          |            |       |          |       |                                  |       |
| - Meios de Hospedagem                          | 80                         | 67            | 31     | 52       | 24         | 184   | 117      | 122   | 163                              | 840   |
| - Serviços de Alimentação                      | 180                        | 100           | 53     | 77       | 42         | 225   | 242      | 265   | 469                              | 1.653 |
| - Transporte Rodoviário de Passageiros         | 13                         | 33            | 7      | 32       | 9          | 120   | 78       | 78    | 107                              | 477   |
| - Locação de Veículos                          | 7                          | 8             | 2      | 1        | 0          | 13    | 21       | 4     | 46                               | 102   |
| - Agências de Viagem                           | 7                          | 17            | 8      | 15       | 11         | 145   | 94       | 66    | 294                              | 657   |
| - Atrativos Naturais e Planejados              | 9                          | 9             | 16     | 30       | 25         | 83    | 61       | 62    | 72                               | 367   |
| - Atrativos Culturais, Históricos e Religiosos | 17                         | 34            | 19     | 14       | 35         | 74    | 105      | 111   | 129                              | 538   |
| - Atrativos Esportivos e de Lazer              | 21                         | 29            | 27     | 25       | 21         | 75    | 106      | 90    | 235                              | 629   |
| SUBTOTAL                                       | 334                        | 297           | 163    | 246      | 167        | 919   | 824      | 798   | 1.515                            | 5.263 |
| Moradores                                      | 70                         | 72            | 46     | 100      | 70         | 244   | 359      | 330   | 605                              | 1.896 |
| Turistas                                       | 93                         | 70            | 0      | 0        | 0          | 102   | 108      | 111   | 87                               | 571   |
| TOTAL  | 497                        | 439           | 209    | 346      | 237        | 1.265 | 1.291    | 1.239 | 2.207                            | 7.730 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de campo

A partir dos dados da Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE-RAIS), foi obtido número mínimo de estabelecimentos a serem pesquisados em cada um dos municípios da amostra. Subsidiariamente, também se recorreu aos inventários turísticos dos municípios e, nos casos em que não havia inventário, utilizou-se o cadastro da secretaria de finanças de cada município, nas quais são controladas as bases de arrecadação do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS). Para a definição final dos municípios participantes da amostra, além dos dados da RAIS, utilizaram-se a classificação dos municípios do Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR), que os divide em Potencialmente Turísticos (MPTs) e Turísticos (MTs); a segmentação do turismo existente nos municípios; e o IDH-municipal e IDH-renda. No mapa 1, a seguir, são demonstrados os municípios participantes da coleta de dados.

MAPA 1 - MUNICÍPIOS PESQUISADOS SEGUNDO REGIÕES TURÍSTICAS - PARANÁ - 2006



FONTE: IPARDES - Pesquisa de campo  
BASE CARTOGRÁFICA: SEMA (2004)

### 3 CARACTERÍSTICAS DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

Do universo de 41.454 estabelecimentos comerciais típicos do turismo no Paraná em 2006, aproximadamente 95% eram microempresas (BRASIL, 2006). A seguir destacam-se as principais características da cadeia produtiva do turismo reveladas pela pesquisa de campo (IPARDES, 2008):

1. *Condição de posse*: há o predomínio de estabelecimentos em imóvel próprio. Este aspecto é mais evidente nos Atrativos Naturais e Projetados, nos Meios de Hospedagem e nos Atrativos Culturais, Históricos e Religiosos, cujo percentual de funcionamento em imóveis próprios está acima de 75%. As três atividades que fogem à regra são Agências de Turismo, Serviços de Alimentação e Locação de Veículos, que em sua maioria operam em imóveis alugados.
2. *Forma jurídica*: fundamentalmente estabelecimentos únicos (que não pertencem a redes, cadeias ou franquias), de gestão familiar (administrados por seus proprietários), à exceção das atividades de Atrativos Culturais, Históricos e Religiosos, em que o Estado é mais presente.

3. *Formas de divulgação*: a divulgação dos estabelecimentos pesquisados ainda é feita de modo tradicional, particularmente por meio de material impresso e de mídia local, o que restringe seu alcance. A internet, de forma geral, é pouco utilizada (por menos de 10% dos estabelecimentos pesquisados), embora constitua um importante canal de difusão dos Atrativos Naturais, Culturais, Históricos e Religiosos através de páginas eletrônicas de divulgação turística dos municípios e do Estado. A pesquisa captou também que cerca de um quarto dos estabelecimentos não faz nenhum tipo de divulgação.
4. *Origem do público*: o público atendido pelos estabelecimentos turísticos é diversificado, não se restringindo aos moradores dos municípios onde se localizam. Mesmo assim, é grande o número de estabelecimentos voltados para o público local, sobretudo nas atividades dos Atrativos Culturais, Históricos e Religiosos, Esporte e Lazer, nos Atrativos Naturais e Projetados e nos Serviços de Alimentação. A frequência de turistas estrangeiros concentra-se nos maiores centros, notadamente Curitiba, Foz do Iguaçu e Litoral, destinos indutores do Paraná.
5. *Formas de reserva*: os serviços ofertados ainda são realizados de modo tradicional, ou seja, predominam as reservas feitas no estabelecimento ou por telefone/fax. Observa-se, contudo, que as reservas pela internet, especialmente nos Meios de Hospedagem, são uma realidade consolidada.
6. *Formas de pagamento*: aproximadamente 50% dos estabelecimentos aceitam cartões de débito e de crédito. As exceções ocorrem nas atividades de Atrativos Naturais e Projetados, Culturais, Históricos e Religiosos e de Esporte e Lazer, em que esta prática é pouco usual. As atividades de Locação de Veículos e Agências de Turismo são aquelas em que mais se utilizam cartões de crédito como forma de pagamento. Nestas duas atividades, o cartão de crédito pode ser utilizado como garantia e/ou parcelamento.
7. *Mão de obra*: em 2006, ano da pesquisa de campo, havia 58.714 pessoas ocupadas nos estabelecimentos pesquisados, incluindo os empregados informais, os temporários, os estagiários e a mão de obra familiar, sendo que mais da metade desses trabalhadores possuía contratos formais de trabalho. As atividades que mais empregavam, em termos absolutos, eram a de Serviços de Alimentação e a de Meios de Hospedagem. Ressalte-se que a atividade Meios de Hospedagem foi a que apresentou o maior número médio de trabalhadores por estabelecimento pesquisado: 16,1.
8. *Experiência profissional*: para a contratação de empregados, as atividades de Transporte Rodoviário de Passageiros, Agências de Turismo, Locação

de Veículos e Serviços de Alimentação são as mais exigentes em termos de qualificação (acima de 50%).

9. *Treinamento da mão de obra*: as Agências de Turismo, Serviços de Alimentação e Locação de Veículos se destacam na oferta de qualificação profissional.
10. *Operações de crédito e financiamento*: a pesquisa apontou que, excetuando a atividade de Transporte Rodoviário de Passageiros, há relativa subutilização dos instrumentos de financiamento por parte dos estabelecimentos da Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná. Existem projetos de melhoria na maior parte dos estabelecimentos para o período posterior à pesquisa (2007), direcionados principalmente para reforma, ampliação, tecnologia e compra de equipamentos. Nas atividades de Transporte Rodoviário de Passageiros e de Locação de Veículos, os projetos de melhoria se destinavam, com maior destaque, para a ampliação da frota. De modo geral, os proprietários afirmaram não enfrentar dificuldades para levar os projetos adiante. No entanto, a pesquisa apontou que em 2005 menos da metade dos estabelecimentos havia realizado investimentos em modernização.
11. *Sistemas de operação e cooperação (formas de associação e eficiência coletiva)*: a pesquisa captou alguns aspectos significativos:
  - *dificuldades na administração dos estabelecimentos*: as altas taxas, os elevados impostos cobrados, a falta de empregados qualificados, o fluxo limitado de clientes, a dificuldade em manter os preços dos serviços, a falta de capital e os juros elevados são as maiores dificuldades apontadas pelos entrevistados;
  - *transações comerciais*: são realizadas na região de localização dos estabelecimentos. Os entrevistados destacaram, principalmente, a contratação de mão de obra local, seguida de compra e venda de produtos e da compra de serviços e equipamentos e componentes;
  - *participação em entidades de classe ou sindicatos*: há predominância dos estabelecimentos pesquisados vinculados a entidades representativas, o que indica a possibilidade concreta de articulação horizontal (intratividade) e com os demais elos da cadeia (interatividade). No entanto, são poucos, menos de 30%, os estabelecimentos que realizam parcerias ou atividades cooperadas, seja com o setor público ou com o setor privado.
12. *Cuidados ambientais básicos*: este é um campo que ainda necessita de ações no sentido de sensibilizar para a importância de boas práticas de gestão ambiental como requisito para alcançar um turismo sustentável

no Estado. Apesar de muitos estabelecimentos adotarem procedimentos de cuidados ambientais nas suas atividades, a separação dos resíduos gerados, por exemplo, ainda não é praticada pelo conjunto dos estabelecimentos pesquisados. Quanto ao controle do desperdício de água e energia elétrica, constatou-se que quando os estabelecimentos adotam alguma medida esta é motivada, sobretudo, por razões de natureza econômica.

13. *Opinião dos moradores:* por se entender que a participação da comunidade local é fundamental na busca da sustentabilidade do turismo, a pesquisa busca apreender a opinião dos moradores sobre o assunto. Para tanto, foram aplicados 1.896 questionários entre moradores das cidades participantes do estudo, o que permitiu investigar a percepção acerca da sua cidade de moradia e da respectiva atividade turística.

Embora mais da metade dos entrevistados acredite que o turismo possa trazer impactos sociais e ambientais negativos para o município, a pesquisa também apontou que a comunidade acredita que o desenvolvimento da atividade turística cria empregos e gera renda. O formulário dos moradores buscou captar se os entrevistados consideram o seu município de moradia como turístico. Dos entrevistados, 64,8% afirmaram que sim, embora menos da metade deles tenha afirmado conhecer todos ou a maior parte dos pontos turísticos da sua cidade. Dentre os que afirmam que a sua cidade é turística, os principais motivos que os levam a ter essa percepção são: as belezas naturais (42,1%), os eventos e negócios (21,6%), a história/cultura/arqueologia (18,0%) e as festas/folclore/artesanato (16,5%).

Em relação ao que se poderia fazer para receber melhor o turista, as informações recolhidas apontam: melhoria da infraestrutura dos atrativos (39,7%), capacitação de mão de obra local (33,2%), integração entre governo, empresas e comunidades (29,0%) e melhoria de estradas e acessos aos municípios (27,7%), bem como da segurança (26,5%).

#### 4 LIMITES AO DESENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO PARANÁ

A pesquisa identificou os principais obstáculos relativos aos vínculos com o mercado, às relações inter e intracadeia e à eficiência coletiva em cada uma das atividades da Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná:

- *Vínculos com o mercado:* dada a escala, as micro, pequenas e médias empresas são relativamente autônomas em termos de organização empresarial. Porém, essa autonomia, por ser relativa, pode ser refreada por obrigações para com fornecedores e instituições financeiras e pelas relações exigidas pelo Estado e/ou município. Além disso, no quesito relacionamento com o mercado, apresentam certo desinteresse em



estabelecer relações de cooperação e parceria com vistas a ampliar sua atuação no mercado.

- *Relações inter e intracadeia produtiva*: o adensamento da cadeia produtiva depende do fortalecimento dos relacionamentos horizontais e verticais das micro e pequenas empresas que integram a atividade. A falta de empreendedorismo, associada com o baixo nível de confiança dos agentes da Cadeia para a integração de esforços em torno de agendas comuns (que defendam seus interesses e derrubem as barreiras culturais e obstáculos à partilha de informações), dificultam o desenvolvimento de sistemas mais avançados de organização empresarial, que possam evoluir para arranjos produtivos de competição cooperada de modo a dinamizar a atividade. O trabalho das associações de classe não tinha apontado, até a data da pesquisa, para a redução dos efeitos da heterogeneidade produtiva que se reproduzem em várias das atividades do sistema turístico no Paraná.
- *Eficiência coletiva*: os resultados das pesquisas quantitativa e qualitativa apontaram a falta de eficiência coletiva, na orientação dada por Schmitz (1997), para os micro e pequenos empreendimentos produtivos, e a falta de práticas e ações concertadas entre os agentes públicos e privados e, destes, com a comunidade. Este é um fator que contribui para restringir a oferta de novos atrativos e produtos turísticos formatados e competitivos, em sistema de cooperação entre todos os elos da cadeia. Embora todos – empresários, moradores e turistas – concordem que o Paraná tem muito a oferecer em termos de turismo, há queixas provenientes do poder público municipal em relação ao estadual, das empresas em relação a ambos, e do governo federal e da comunidade em relação a todos os envolvidos.

Cabe destacar, ainda, algumas particularidades relativas a cada atividade:

- *Meios de Hospedagem* - elo com participação mais forte na cadeia, pela consolidação da atividade no Paraná. Sua importância advém das formas de operação que executa, da capilaridade, da geração de empregos e dos investimentos que realiza nas regiões onde os estabelecimentos estão sediados, especialmente em relação à compra de produtos e ao uso da mão de obra local. No entanto, há uma clara diferenciação entre os pequenos e os grandes estabelecimentos, especialmente aqueles vinculados às redes (cadeias), que são os que determinam o comportamento de mercado. Enquanto os grandes atuam de forma reticular, os pequenos não formalizam ações cooperadas. Também são os grandes que adotam inovações tecnológicas e equipamentos. Embora haja participação ativa em entidades de classe

e esforços de várias instituições, a exemplo do SEBRAE, em fazer com que a atividade atue de forma cooperada para a melhoria da eficiência coletiva, a pesquisa constatou que somente 19,2% dos estabelecimentos visitados fazem algum tipo de parceria.

- *Serviços de Alimentação* - constitui um elo forte, por ser a atividade mais numerosa em termos de empregos, capilarizada em termos de estabelecimentos e com participação crescente na cadeia. Apesar de sua fortaleza, é uma atividade que cresce independentemente do turismo, por atender também à população local. As formas de operação que executa são significativas em todo o Estado, especialmente em relação à compra de produtos e ao uso da mão de obra local. Apesar de haver poucas ações cooperadas e em parceria, a articulação intrassetorial é média e há um esforço da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) em catalogar e identificar os estabelecimentos que atuam na atividade, até mesmo por conta da atuação do poder público no que se refere a orientar e controlar o desenvolvimento, dentro dos padrões sanitários. Ressalta-se que a atividade vem crescendo principalmente com base nas micro-empresas e, ainda, com importante participação de mão de obra familiar.
- *Transporte Rodoviário de Passageiros* - por também pertencer à logística de outras cadeias, constitui um elo independente, porém forte, no sistema produtivo do turismo. O Transporte Rodoviário de Passageiros é submetido a controles específicos e opera sob um marco regulatório próprio, que inclui o controle, pelo poder público, da entrada de concorrentes no mercado, seja mediante seleção discricionária, seja por meio de processo licitatório. Frente à existência de um mercado discricionário, inerente àquelas empresas que detêm a concessão das principais linhas de Transporte Rodoviário de Passageiros, vêm proliferando micro e pequenas empresas de transporte. Esses pequenos estabelecimentos, que trabalham de forma esporádica para o turismo, atendem preferencialmente ao transporte escolar/universitário intermunicipal, transportando estudantes das regiões mais afastadas do Estado para os centros regionais onde se concentram as instituições de ensino superior. Embora utilizem a mão de obra local em larga escala, outras atividades de operação e cooperação não são tão comuns: as transações de compra de serviços e produtos são feitas, em sua maioria, fora da região de atuação do estabelecimento.
- *Locadora de Veículos* - elo de suporte da atividade de Transporte Rodoviário de Passageiros. A expansão da atividade está vinculada mais à modernização de processos produtivos do que ao desenvolvimento do turismo. No Paraná, esta atividade cresceu na década de 1990,

quando o governo estadual e muitos municípios aderiram à terceirização da frota de transportes para não arcar com custos de depreciação. Esta prática foi o chamariz para grandes grupos se instalarem nos principais centros urbanos, cuja presença tornou-se um indicativo da ampliação da atividade no mercado estadual. Como no caso das cadeias de Meios de Hospedagem, há nesta atividade dois tipos de comportamento operacional e de mercado: um deles comandado pelos grandes grupos, que determinam regras de mercado de tipo oligopólico; e outro, concorrencial, que envolve todas as micro e pequenas empresas e que depende do mercado local e regional. É fraca a realização de operações comerciais na região de funcionamento do estabelecimento, pois geralmente os veículos, peças e outros componentes característicos da atividade são comprados em grandes lotes. Apesar do elevado percentual de participação em entidades representativas, realizam-se poucas atividades cooperadas ou em parcerias.

- *Atividades Recreativas Culturais e Desportivas* - elo com forte participação do setor público. A busca de práticas sustentáveis no turismo vem alavancando o crescimento da atividade, que, no Estado, dada sua diversidade, torna-se de importância para a prática de novas formas de turismo. Parte dos estabelecimentos dessas atividades, especialmente os estabelecimentos históricos e culturais, está vinculada às esferas municipal, estadual ou federal. É importante, porém, fazer uma leitura em separado das atividades que a compõem: i) *Atrativos Naturais e Planejados*: no Estado esta atividade vem crescendo de forma considerável, por ser suporte de atividades estratégicas para o turismo. Nela se desenvolvem novos segmentos, como o turismo de aventura e o ecoturismo, entre outros. Também se destaca pela crescente participação do setor privado no desenvolvimento de atividades, como, por exemplo, os pesque-pagues, que se tornaram alternativa de lazer popular em todo o Estado, visitados por excursionistas. Quanto às áreas naturais controladas pelo setor público, há limitações impostas pela sua natureza jurídica no que tange ao desenvolvimento de operações comerciais. No entanto, são empregadoras de mão de obra local; ii) *Esporte e Lazer*: existe participação do Sistema "S" e da iniciativa privada, havendo forte demanda desses equipamentos pela população local. Há indícios de pouca atividade cooperada e participação em entidades de classe, o que contraria uma prática comum na atividade esportiva, que tem larga tradição de organização em associações, federações e confederações esportivas; iii) *Atrativos Culturais, Históricos e Religiosos*: é a atividade que conta com menor participação da iniciativa privada e a que mais emprega mão de obra formal. Por sua natureza pública ou

religiosa, participa pouco de entidades de classe e mantém poucas operações comerciais no município onde se encontra localizado, devido à dependência de processos licitatórios.

- *Agências de Turismo* - elo que ganha destaque na medida em que o turismo vem se solidificando como atividade econômica de relevância nos aglomerados urbanos. Se na década de 1990 essas agências exerciam um papel importante de captação de divisas, hoje a especialização e a diversificação das atividades fazem com que atuem de forma focalizada em segmentos da demanda. Dessa forma, cumprem com a função de dinamizar a atividade turística nas regiões do Estado onde atuam, como receptoras por excelência dos visitantes e turistas. Contudo, as Agências de Turismo possuem uma hierarquia de funcionamento que reforça o caráter assimétrico do mercado: um pequeno grupo de consolidadoras e operadoras controla a grande parcela das Agências de Turismo que realizam a atividade de emissivas, porque não possuem licença para operar no mercado em melhores condições (dadas as regulações existentes principalmente na emissão de passagens aéreas), por conta de controles realizados pela EMBRATUR. A contratação de mão de obra local é grande entre as Agências de Turismo, sendo a atividade da Cadeia que mais oferece treinamento. Mantém um expressivo número de transações comerciais no Estado e possuem, também, considerável adesão às entidades e associações representativas do setor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cabe pontuar que são poucas as decisões de investimento feitas dentro de estratégias de longo prazo, por conta do ambiente de incerteza e risco que as empresas têm que enfrentar, dado seu tamanho. Na Cadeia Produtiva do Turismo, as micro e pequenas empresas se deparam com uma série de barreiras, cada vez maiores, para o alcance de níveis de competitividade compatíveis com as práticas de gestão sustentável no setor. Nesse sentido, para o fortalecimento dessa Cadeia há uma série de medidas que devem ser adotadas, relacionadas resumidamente a seguir:

- promover a formação e o desenvolvimento de mecanismos de gestão sustentáveis;
- investir na capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos;
- fazer uso de sistemas de informação, visando ao conhecimento do mercado e ao planejamento estratégico;
- usar instrumentos visando à redução de custos e ao aumento da comercialização cooperada;

- incorporar o uso das novas tecnologias (TICs), inclusive como ferramentas de *marketing* das empresas;
- facilitar o acesso a linhas de financiamento e de crédito adequadas e em condições competitivas.

Questões como acessibilidade, estradas e investimentos em infraestrutura, bem como a capacitação do pessoal ocupado diretamente nas atividades turísticas e a divulgação dos atrativos existentes, devem ser identificadas e potencializadas pela ação conjunta das lideranças locais. Este esforço deve apontar para a formação e o fortalecimento da governança local no turismo.

As restrições observadas não representam, contudo, limites intransponíveis ao desenvolvimento do setor, tampouco sugerem retirar do Estado a responsabilidade na condição de condutor do processo de crescimento do turismo. Observam-se processos embrionários em curso que, aprimorados e difundidos entre os proprietários dos empreendimentos, devem ser incentivados pelas autoridades regionais, junto ao *trade* do Estado, principal mercado demandante.

Do ponto de vista da comunidade, há um longo caminho a percorrer a partir de uma proposta de turismo sustentável, tratado aqui como paradigma do desenvolvimento da atividade no futuro. A sustentabilidade deixa de ser um conceito atrelado apenas ao meio ambiente para abraçar o contexto econômico e social, reforçando a necessidade de equilíbrio, inclusão e igualdade entre os que moram no Estado e os que o visitam, convertendo-se em instrumento de exercício da cidadania para todos.

Existem boas perspectivas de expansão para o turismo no Paraná, desde que se respeitem as restrições que o próprio crescimento sustentável da atividade acarreta. É importante sublinhar que os processos de inovação podem ocorrer nas diferentes esferas de produção e circulação de mercadorias e serviços e estar vinculados a produtos, processos e gestão (IPARDES, 2005). Não se pode dizer, portanto, que o Estado, devido à sua posição nos mercados do turismo nacional e internacional, não possa vir a afirmar sua liderança na aplicação de inovações tecnológicas e sociais na atividade, consolidando redes de cooperação para a sustentabilidade do sistema turístico.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais - RAIS**. Brasília, 2006. 1 CD-ROM.

CASTRO, Antônio M. G. de; LIMA, Suzana M. V.; CRISTO, Carlos M. P. N. Cadeia produtiva: marco conceitual para apoiar a prospecção tecnológica. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 22., 2002, Salvador. **Anais do...** São Paulo: USP/Núcleo de Política e Gestão Tecnológica. Disponível em: <[www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwn1197031881.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwn1197031881.pdf)>. Acesso em: jul. 2004.

IBGE. **Economia do turismo**: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia\\_turismo/2000\\_2005/default.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_turismo/2000_2005/default.shtm)>. Acesso em: 01 ago. 2009.

IPARDES. **Inovação tecnológica no setor serviços do Paraná**: subsídios para uma política pública. Curitiba, 2005.

IPARDES. **Cadeia Produtiva do Turismo no Paraná**: estudo sobre as regiões turísticas do estado. Curitiba, 2008. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br>>. Acesso em: 30 abr. 2009.

JACOBI, Pedro. Poder local, políticas sociais e sustentabilidade. **Saúde e Sociedade**, São Paulo: USP, v. 8, n. 1, p.31-48, jan./fev. 1999.

NAJBERG, Sheila; PUGA, Fernando Pimentel. O ciclo de vida das firmas e seu impacto no emprego: o caso brasileiro 1995/2000. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro: BNDES, v. 9, n. 18, p.149-162, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/revista/rev1805.pdf>>. Acesso em: maio 2005.

SCHMITZ, Hubert. Eficiência coletiva: caminho de crescimento para a indústria de pequeno porte. **Ensaio FEE**, Porto Alegre: FEE, v. 18, n. 2, p. 164-200, 1997.