

Gestão de destinos turísticos: O caso de Ponta Grossa -PR (Brasil)

LARISSA MONGRUEL MARTINS * [larimongruel@hotmail.com]

LUIZ FERNANDO DE SOUZA ** [lfsouza23@hotmail.com]

MARCIA MARIA DROPA *** [mdropa@gmail.com]

Palavras-Chave | Turismo, Gestão de destinos, Planejamento, Política públicas.

Objetivos | O presente trabalho tem por objetivo apresentar a gestão, o planejamento turístico e as ações desenvolvidas pelo órgão oficial municipal de turismo de Ponta Grossa, Paraná no Brasil, estruturado depois do estudo de competitividade realizado na cidade em 2010 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em parceria com o Ministério do Turismo (Mtur) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Este estudo foi desenvolvido com o intuito de ajudar os destinos turísticos a analisar e equilibrar os diversos fatores que contribuem para o desenvolvimento da atividade turística, para além da atratividade propriamente dita.

Considerando que o turismo envolve uma cadeia muito complexa de produtos e serviços, é necessário que o planejamento da atividade se diferencie das demais, pois o planejamento turístico deve considerar os aspectos econômicos, sociais, naturais e culturais na localidade que está inserida. Conforme confirma Molina (2001, p. 14), "o caráter singular do turismo exige modelos de planejamento adequados à realidade". Desta maneira, considerando a afirmação de Molina, o estudo de competitividade da FGV/MTUR/SEBRAE, proporcionou ao município de Ponta Grossa conhecer a sua realidade turística nos âmbitos econômico, social, natural e cultural, e passou a auxiliar no planejamento e na gestão do destino.

Metodologia | Para o desenvolvimento da metodologia utilizou-se como base o estudo de competitividade de destinos turísticos realizado em Ponta Grossa-PR (Brasil), em 2010, pela Fundação Getúlio Vargas, Ministério do Turismo e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas e o documento de planejamento estruturado pelo Departamento de Turismo Municipal de Ponta Grossa 2010-2012. Em função dos procedimentos técnicos, constitui uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso, por se tratar especificamente de um único município.

Principais resultados e contributos | O estudo de competitividade referido realizado na cidade de Ponta Grossa possibilitou que o órgão oficial de turismo do município estruturasse o seu planejamento de forma mais objetiva, bus-

* **Mestre em Engenharia de Produção** pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. **Professora de Turismo** da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

** **Doutor em Engenharia de Produção** pela Universidade Federal de Santa Catarina. **Professor de Turismo** da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

*** **Mestre em História** pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. **Professora de Turismo** da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

cando melhorar os índices de competitividade desenvolvendo vantagens competitivas. O trabalho passou a ser focado principalmente nos indicadores que não atingiram a nota mínima no estudo. Porém, deve salientar-se que o planejamento foi elaborado sem excluir os índices que apresentaram notas de destaque.

De acordo com a Fundação Getúlio Vargas (2010, p. 4), "as 13 dimensões analisadas no município compõem o índice de competitividade do destino, ou seja, mensuram a capacidade de um destino de gerar negócios nas atividades relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva".

No resultado consolidado de Ponta Grossa-PR, como indicador geral de competitividade do destino a cidade atingiu o índice 60,1, sendo que o índice referencial da média nacional é de 54, a média das não capitais é de 48,4 e a média das capitais é 61,9. Desta forma, o índice do município em questão é satisfatório, porém se ressalta que existem dimensões que ficaram abaixo da média nacional.

Dentre as treze dimensões analisadas pelo estudo, sete delas contribuíram positivamente, ficando acima do índice geral do destino. São elas: acesso, atrativos turísticos, cooperação regional, capacidade empresarial, aspectos sociais, economia local e aspectos ambientais. Seis dimensões receberam notas abaixo, influenciando negativamente o índice de competitividade do município: infraestrutura geral, políticas públicas, monitoramento, serviços e equipamentos turísticos, aspectos culturais e marketing e promoção do destino.

Na elaboração do planejamento, o departamento de turismo municipal elencou uma variável dentro de cada uma das seis dimensões que apresentaram notas baixas para ser trabalhada até o final de 2012.

No desenvolvimento prático do planejamento pode-se citar como exemplo a dimensão serviços e equipamentos turísticos, que recebeu a nota 55,6, ficando abaixo da média das capitais Brasileiras (59,4). Entre as variáveis analisadas nesta dimensão, encontra-se a sinalização turística que em 2010, ano da realização da pesquisa *in loco*, era inexistente no município, fator este que influenciou negativamente a nota do destino nesta dimensão. Porém, mesmo antes do estudo já vinha sendo planejada e estruturada, e logo após o estudo foi uma das dimensões que recebeu maior atenção por parte do Departamento de Turismo. Em 2012, a Sinalização de Orientação Turística do município foi estruturada, indicando os principais atrativos, sendo bilingue e segundo o Manual de Sinalização Turística Nacional.

Outra dimensão que vale ser citada é a relativa às políticas públicas, a qual integra a variável órgão oficial de turismo com recurso próprio e independente, inexistente em 2010. Após grandes esforços durante 2012, no ano de 2013 foi criada a Fundação Municipal de Turismo, um órgão independente para o planejamento e desenvolvimento da atividade e com recurso próprio. Estes resultados apresentados estão entre outras variáveis que também foram trabalhadas pelo órgão oficial de turismo do município.

Limitações | Após o recebimento do estudo de competitividade do destino, que permitiu ao município possuir um indicador estratégico da sua realidade, foi estruturado um novo planejamento turístico e metas foram traçadas pelo departamento de turismo da prefeitura municipal de Ponta Grossa. Conforme argumentado por Petrocchi (1998), o planejamento turístico é a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização. Porém é importante ressaltar que a investigação limitou-se às 13 dimensões pré-estabelecidas pelo estudo de competitividade aplicado, e se tratando da atividade turística ela é de alta complexibilidade e que recebe influência de diversos setores.

Conclusões | O estudo de competitividade realizado no município permitiu que os gestores da atividade turística passassem a contar com um índice estratégico da sua realidade, apresentando muito além de apenas a sua atratividade. Este índice passou a auxiliar no planejamento e na gestão do destino.

O resultado positivo do índice de competitividade consolidado do município de Ponta Grossa-PR fez com que a cidade passasse a ser reconhecida como Destino Indutor do Estado do Paraná, sendo responsável por induzir o desenvolvimento do turismo dos Campos Gerais, região a qual faz parte.

Referências

- Fundação Getúlio Vargas (2010). *Estudo de competitividade*. Ponta Grossa: Fundação Getúlio Vargas.
 Molina, S. (2001) *Planejamento integral do turismo: Um enfoque para a América Latina* (C. Valero, Trad.). Bauri, SP: EDUSC.
 Petrocchi, M. (1998). *Planejamento e gestão*. São Paulo: Futura.