

DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE APUCARANA/PR

Prof^a Dorotea Tchopko¹
Prof^a Geisianne Rizo Cordeiro dos Santos²

RESUMO

O presente trabalho aborda os diversos atrativos do Município de Apucarana-PR, destacando a importância dos investimentos para o desenvolvimento de suas políticas públicas, além de demonstrar dados sobre o conhecimento da população apucaranesa acerca dos parques, logradouros e festas culturais que o município organiza e oferece à comunidade. Este diagnóstico da cidade demonstra as potencialidades e fragilidades, bem como oportunidades e ameaças enquanto produto turístico. Além disso, discute a necessidade de uma nova interpretação para o turismo na localidade, principalmente no aspecto de melhorias dos atrativos turísticos, dos equipamentos e da infra-estrutura urbana nas localidades envolvidas com o processo.

Palavras-chave: diagnóstico, produto turístico, Apucarana.

ABSTRACT

This paper work addresses the various attractions in the city of Apucarana, state of Paraná, highlighting the need of investments for the development of government policies, in addition demonstrating data about how the populations of Apucarana knows its parks and cultural feasts that the town council offers for the community. As a touristic product this diagnosis demonstrates the potentials and the debilities as well as opportunities. The paper discusses a necessity for a new interpretation for the local tourism, mainly based on the improvement of the tourist attractions, on the facilities and on the urban infrastructure of the localities involved in the process.

Keywords: diagnosis, tourist product, Apucarana.

INTRODUÇÃO

O turismo como atividade econômica assume atualmente uma posição privilegiada no cenário mundial. Ele proporciona a inclusão de novos locais no

¹ Especialista em Planejamento e Gestão de Empreendimentos Turísticos – FAP; Bacharel em Turismo com ênfase em Hotelaria – FAP; Docente do Curso de Turismo com Ênfase em Hotelaria da Faculdade de Apucarana - FAP.

² Especialista em Metodologia da Ação Docente com Ênfase em Ensino Superior - Faccar – Faculdade Paranaense; Bacharel em Turismo e Hotelaria – Unopar; Docente do Curso de Turismo com Ênfase em Hotelaria da Faculdade de Apucarana - FAP.

mundo globalizado através de sua crescente ampliação espacial, em virtude da sua procura por outros mercados e diversificação dos segmentos sociais. O turismo é considerado uma das principais atividades que contribuem para a revitalização de áreas economicamente não aproveitadas ou áreas estagnadas devido à refuncionalização espacial (ALMEIDA, 2003). Tais espaços são assimilados através de um provável aproveitamento para a realização e prática do turismo. Entretanto, a sua implementação ocorre por diversos mecanismos, resultando, também, em respostas diferentes.

Quando há o interesse e a conscientização da comunidade quanto à importância da atividade turística como fator econômico-social, o município começa a investir no setor. Após esse despertar inicial da comunidade para o turismo, vem a organização dos segmentos ligados a este que variam de acordo com o local, a região e a modalidade turística. Esta organização depende tanto da administração local quanto da iniciativa privada.

Com a decisão política de organizar turisticamente uma região, algumas ações devem nortear o desenvolvimento das atividades implementadas no local. Primeiramente, é necessário reunir todas as ações provenientes dos setores público e privado, que deverão dirigir as decisões a serem tomadas; propor modificações; orientar os investidores; gerenciar decisões a serem tomadas; evitar para que os objetivos não sejam desviados; e manter o equilíbrio para que não falem recursos financeiros e técnicos. Deve-se controlar o crescimento da oferta em relação à procura e acompanhar as necessidades dos visitantes. Além de tudo, é imprescindível manter o setor dotado dos recursos financeiros e técnicos suficientes para dar continuidade aos projetos já existentes e aos futuros.

Diante do exposto, este trabalho se propõe a apresentar um estudo sobre os diversos atrativos do Município de Apucarana-PR, destacando a importância dos investimentos para o desenvolvimento de suas políticas públicas, além de demonstrar dados sobre o conhecimento da população acerca dos parques, logradouros e festas culturais que o município oferece à comunidade.

Neste sentido, o presente estudo pretende realizar um diagnóstico de Apucarana, identificando o conhecimento da população local das potencialidades e debilidades, bem como oportunidades e ameaças enquanto produto turístico, além de levantar dados relativos à situação atual da oferta turística e avaliar a situação do mercado e competitiva da destinação sob a ótica da população.

MATERIAIS E MÉTODOS

A revisão de literatura foi desenvolvida com a reunião de diversas produções e autores, utilizando-se de pesquisa a documental e bibliográfica, sendo coletados dados em fontes primárias e secundárias. Deste pressuposto, desenvolveu-se uma pesquisa preliminar da área com identificação e caracterização dos atrativos presentes na oferta turística e, assim, aplicou-se uma pesquisa quantitativa com enfoque qualitativo através de entrevista pessoal com 106 residentes para verificar o conhecimento destes sobre os atrativos locais e suas festas populares; as possíveis melhorias para o atendimento aos turistas; a suficiência das estratégias de propaganda; bem como a opinião sobre a contribuição do poder público para o desenvolvimento da atividade turística; a percepção da comunidade sobre os benefícios do turismo para a cidade; e a frequência e utilização destes espaços pela comunidade.

ANALISE ESTATÍSTICA

Após a coleta de dados, os formulários utilizados foram organizados, possibilitando assim a contagem destes, realizando-se tabulação simples a partir de dados estatísticos, apresentando frequência relativa e absoluta, representada por gráficos e tabelas.

OFERTA TURÍSTICA

É necessário considerar a necessidade da existência da oferta turística adequada para efetivar o ato de viajar, pois os atrativos possibilitam motivar as pessoas a se deslocarem de um determinado local para outra região de acordo com determinado elemento a ser escolhido pelo turista, como: natural, artificial ou cultural. Outro determinante para o turista é a imagem do destino turístico que não corresponde ao almejado devido à falsa imagem veiculada ou desconhecimento da

comunidade local sobre o atrativo, com a ausência de ordenação de elementos de interesse turístico.

Desta forma, a existência de elementos naturais e culturais não garante ao local um fluxo turístico, pois estes elementos devem atender à comunidade local de forma preliminar, a fim de verificar aceitação e, assim, as expectativas dos potenciais turistas a imagem transmitida.

Na pesquisa preliminar, trabalha-se a definição conceitual da oferta turística. A conceituação do mercado turístico esclarece os aspectos pertinentes à oferta, pois é esta quem irá atender à demanda com produtos e serviços turísticos.

Beni define oferta turística como sendo:

O conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante. (...) Em suma, a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (BENI, 1998 p. 153)

Autores como Lage e Milone (1991) classificam a oferta turística em três categorias: atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos e infraestrutura de apoio turístico. E Beni (1998) divide a oferta turística entre: oferta original, relacionada com a matéria-prima turística; e oferta derivada, que está relacionada com as prestações de serviços das empresas de turismo. A oferta turística derivada é composta pelos transportes, hospedagem, lazer e recreação, pelos organizadores de viagens, e pelas agências de viagens. Assim, para a oferta turística derivada atender plenamente à demanda, é necessário uma combinação entre a oferta turística original e a derivada, ou seja, a oferta tangível e a intangível.

A oferta original, de acordo com Defert, (*apud* BENI 1998 pp.155, 156), pode ser dividida em quatro grandes grupos: Hidromo é constituído por todos os elementos hídricos; Fitomo compreende tudo de que o Turismo se serve na flora; Litomo engloba todos os valores criados pela atividade do homem; e Antropomo refere-se às atividades tanto antigas como modernas do homem. Então, Beni (1998) afirma que estes elementos, sendo trabalhados como matéria-prima turística, irão destacar a própria característica de uma localidade, permitindo que um país se

diferencie dos demais, assim auxiliando na criação de uma identidade turística própria a cada um, pois a matéria-prima provém da história, do cotidiano e da natureza de cada localidade, e são colocados como oferta turística porque os turistas estão dispostos a chegar a eles.

As destinações turísticas, bem como sua oferta, evoluem com o tempo, seja em termos de suas instalações e serviços, seja em matéria-prima turística, trabalhando para que um recurso turístico passe a ser um atrativo turístico. Na verdade, este não é um processo simples, e diversos fatores podem concorrer para que isso aconteça.

Miguel Bahl explica que o produto turístico pode ser: “um destino turístico específico, ou um agregado de destinos turísticos, apresentados sob forma de roteiros ou pacotes turísticos” (1994, p.40), e ainda continua o mesmo autor complementando que, da mesma forma que a “oferta turística não pode ser apresentada de forma isolada ou dissociada dos seus componentes, o produto turístico também se apresenta como um agregado de bens, serviços e atrativos” (idem).

De acordo com esta definição, um destino turístico é capaz de englobar dentro dele uma série de produtos turísticos que convivem entre si dentro do mesmo espaço físico. Assim, por exemplo, um mesmo destino pode atrair diferentes tipos de demanda: sol e praia, cultural, negócios, etc., que, embora compartilhe um conjunto de serviços e infra-estruturas, também tem uma série de características e necessidades diferentes.

A ATIVIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE APUCARANA

A cidade de Apucarana foi projetada em 1934 pela Companhia de Terras Norte do Paraná, que colonizou a região. O Município, fundado a 28 de janeiro de 1944, é um importante entroncamento rodoviário e principal porta de entrada para quem chega da Capital em direção ao Norte e Noroeste do Paraná. Possui um comércio forte e uma respeitável estrutura de prestações de serviços, além de ser lembrada como um dos referenciais, no Estado, em qualidade de vida oferecida à população.

Como referência, a cidade possui as praças arborizadas e logradouros como o Parque Ecológico da Raposa, o Parque Biguaçu, o Lago Jabuti, o Bosque Municipal e o Horto Florestal, que revelam uma Apucarana zelosa para com os seus recursos naturais além das Pedras de Cambira, intrigantes formações rochosas - todos abertos à visitação, enfocando para o Turismo religioso como o parque Santo Expedito e demais na linha para o turismo religioso. Destacando-se a diversidade natural e o turismo religioso como atrativo para o desenvolvimento da atividade turística, o presente estudo trata da identificação e do conhecimento da população local sobre os atrativos locais de Apucarana.

Uma região pode estar bem aparelhada de atrativos turísticos e contar com uma ótima infra-estrutura turística, no entanto, esta região não terá assegurada a demanda, caso outros requisitos não sejam atendidos. Um deles é a questão da facilidade de acesso e outro é o conhecimento do produto turístico por parte da população e do consumidor.

Para que o turismo funcione de fato, ele depende da atuação conjunta de quatro grupos principais: o político, o setor privado, os profissionais e/ou prestadores de serviços e a comunidade. Desta forma, quanto mais integrados estiverem estes grupos, melhor será o atendimento às expectativas dos visitantes e maior será o aproveitamento das potencialidades do município, região ou país.

Aumentar a consciência da população no que se refere à qualidade do ambiente e à sua conservação pode ser um fator relevante dos programas de divulgação turística, devido à importância da conservação para o desenvolvimento do turismo em muitos locais. Perceber as constantes mudanças da sociedade e do mercado, adequando-as às novas tendências, é dever de todos aqueles que produzem bens ou prestam serviços.

Além da publicidade, é necessário oferecer infra-estrutura nos locais turísticos. E aí entra a questão do desenvolvimento local. Com a globalização, cada vez mais se pensa no local e nos diferenciais de cada lugar, o que vai ao encontro do setor produtivo da atividade turística compilando esforços financeiros, humanos e físicos e identificando suas necessidades atuais e potenciais em segmentos específicos de mercados turísticos emissores, como forma de gerar produtos que possam atender a essas necessidades e, ao mesmo tempo, proporcionar um benefício econômico aos investidores.

ORGANIZAÇÃO DO TURISMO EM UMA LOCALIDADE

Segundo Oliveira (2002), vários aspectos devem ser observados quando se trata da forma de gerir os atrativos, como por exemplo: a preservação dos edifícios e monumentos históricos e dos recursos naturais (impedir que empreendimentos sejam construídos em áreas de preservação a menos que respeitem os elementos naturais ali existentes e que se comprometam a contribuir para a sua preservação); a infra-estrutura adequada como hospedagem, alimentação e serviços; preparação de mão de obra especializada para atendimento aos visitantes; a oferta de incentivos fiscais e creditícios para quem deseja investir na localidade; os cuidados com a segurança pública, assim como o estabelecimento de normas de ocupação do solo.

RESULTADOS: ESTATÍSTICA APLICADA AO TEMA

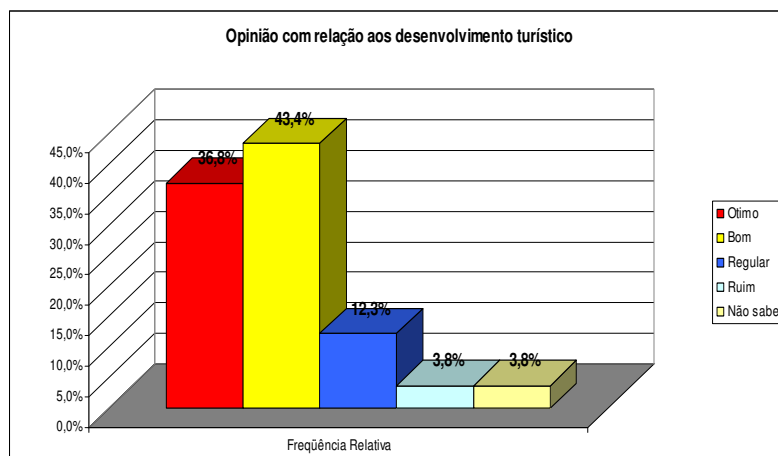


Gráfico 01 – Desenvolvimento Turístico

De acordo com o gráfico acima, 43,3% da população de Apucarana acredita que o desenvolvimento turístico está bom e 36,8% ótimo.

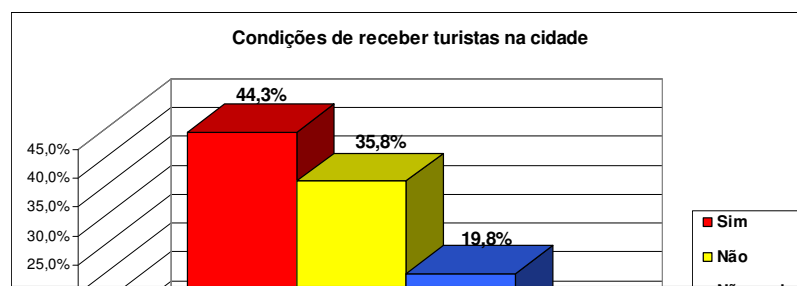


Gráfico 02 – Hospitalidade

Quando perguntados se a cidade de Apucarana tem possibilidades de receber os turistas, as respostas foram: 44,3% acreditam que a cidade tem possibilidades, mas 35,8% afirmam que a cidade ainda não está preparada.

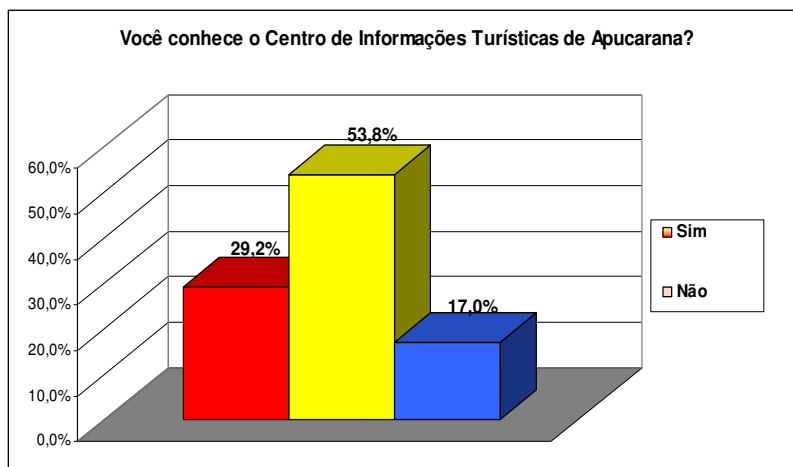
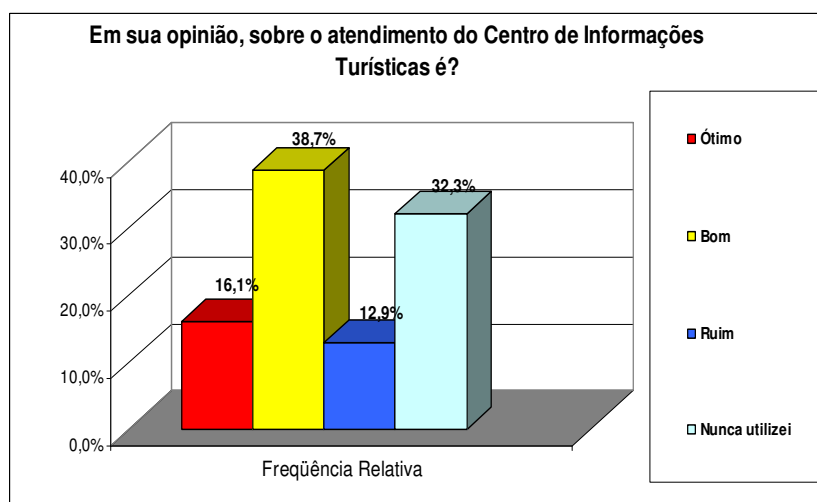


Gráfico 03 – Centro de Informações Turísticas



Quanto às informações do Centro de informações turísticas, 53,8% conhecem a existência, sendo que 29,2% nunca utilizaram por não conhecer de sua existência.

Quanto ao atendimento, 38,7% acha que o atendimento é bom e 22,2% nunca buscou o local para informações.

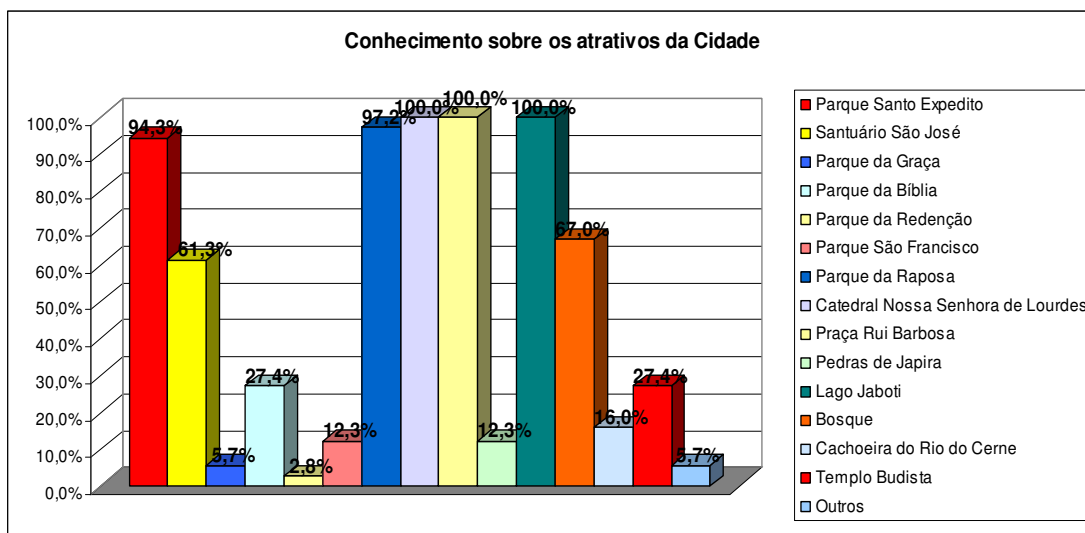


Gráfico 05 – Atrativos turísticos

Dentre os locais mais conhecidos, tem-se o Lago Jaboti, Catedral na Praça Rui Barbosa e, com 97,2%, o Parque da Raposa; 94,3% o Parque Santo Expedito; 67% Parque São Francisco; 64,3% Santuário São José. Pode-se verificar o enfoque religioso.

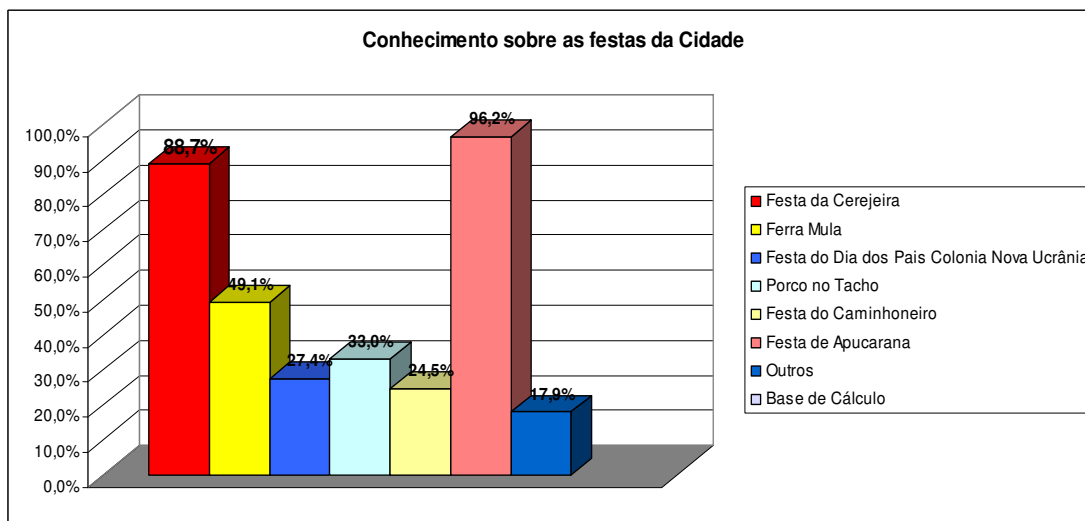


Gráfico 06 – Eventos da cidade

A festa mais conhecida é o Aniversário da cidade seguida da Festa da comunidade Japonesa, com 88,7%, a Festa da Cerejeira.

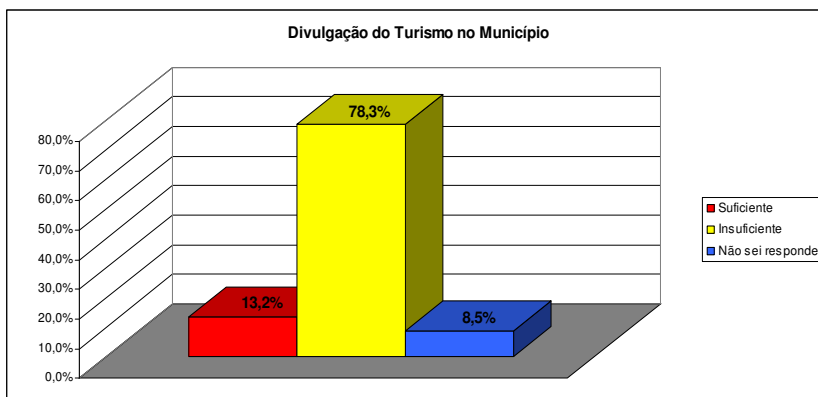


Gráfico 07 – Divulgação turística

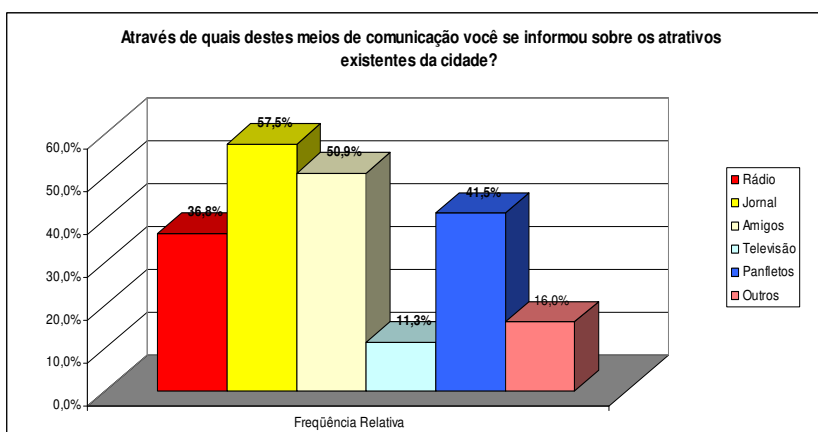


Gráfico 08 – Atrativos de Apucarana

A divulgação do município pela prefeitura de acordo com a pesquisa é 78,2% insuficiente, e grande parte toma conhecimento dos atrativos através de jornal (57,5%) e através de amigos (50,9%).

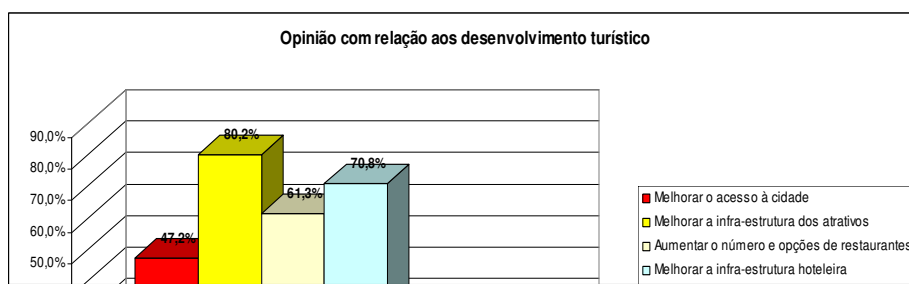


Gráfico 09 – Desenvolvimento Turístico

Acima de 50% dos entrevistados relatam a necessidade de melhorias no setor hoteleiro, restaurantes e infra-estrutura dos atrativos turísticos.

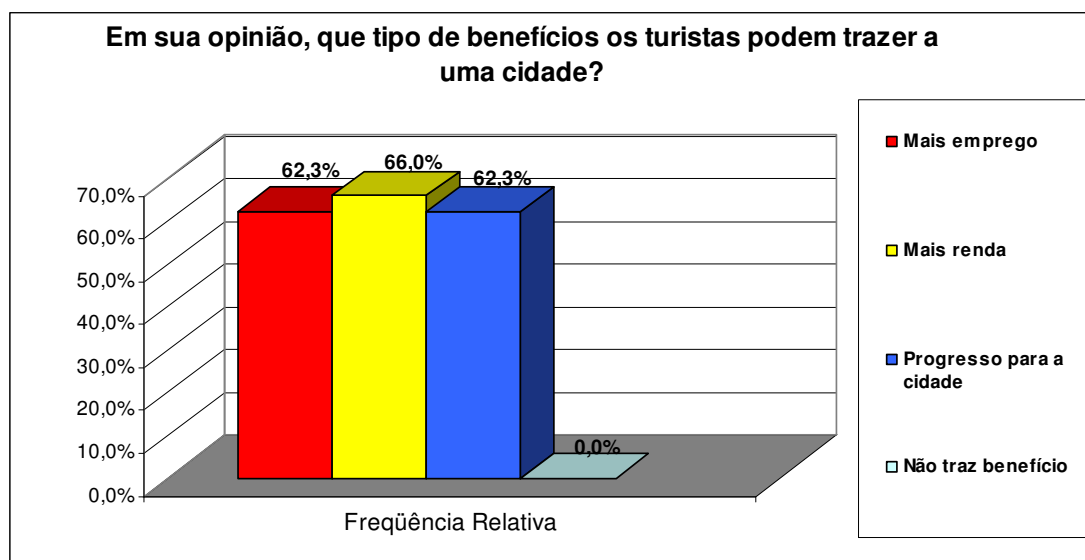


Gráfico 10 – Benefício do Turismo

Dentre os entrevistados, mais de 50% são unânimes em dizer que a cidade necessita de melhorias; e todos acreditam que incentivando o turismo a cidade terá benefícios, tais como: mais emprego, mais renda e progresso à cidade.

Constatou-se que o desenvolvimento da atividade turística ainda é incipiente apesar de seu potencial turístico natural, religioso e receptivo. As pesquisas apontam na direção de divulgação da oferta turística e o desenvolvimento de diversos segmentos do turismo.

Considerações Finais

O turismo para a economia de uma região ou cidade depende da maneira que os dirigentes políticos e a própria população o assimilam. Desta forma, é possível saber se eles estão interessados em desenvolver o turismo de maneira eficiente.

As pessoas envolvidas com a atividade devem estar conscientes da importância do turismo como meio para desenvolver sua região. Assim, a implantação de uma infra-estrutura municipal de turismo é de enorme importância, uma vez que a partir do momento em que o turismo é definido como politicamente importante, é estabelecido um plano regional de turismo. Os investidores poderão utilizar como referências orientações oficiais para criar seus investimentos. O local começa a definir o tipo de turismo que pode ser explorado e praticado. Todas as ações públicas e privadas são dirigidas para um esforço comum estabelecidas no plano.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Maria Geralda de. **Paradigmas do Turismo**. Goiânia:UFG, 2003.
- BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.
- BOULLÓN, R. **Las actividades turísticas y recreacionales**: el hombre como protagonista. México: Trillas Turismo, 1990.
- BAHL, M. **Legados étnicos na cidade de Curitiba**: opção para diversificação da oferta turística local. 1994. Dissertação (mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo: 1994.
- COOPER, C. **Turismo princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- LAGE, B.; MILONE, C. **Economia do turismo**. Campinas: Papyrus, 1991
- LE MOS, L. **Turismo**: que negócio é este? Campinas: Papyrus, 2001
- MOLINA, S. **O pós turismo**. São Paulo: Aleph, 2003
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento**: Planejamento e Organização. São Paulo: Editora Atlas,2002.