



## ECONOMIA DO TURISMO: LEVANTAMENTO DA SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA NA CIDADE DE PONTA GROSSA PARA FINS DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E MERCADO

### TOURISM ECONOMICS: SURVEY OF TOURISM SEGMENTATION IN THE CITY OF PONTA GROSSA FOR PLANNING, MANAGEMENT, AND MARKET PURPOSES

**Ma. Cibele Peres Ribeiro**  
*Faculdade Sagrada Família (FASF)*

**Bruno de Paula**  
*Acadêmico – Faculdade Sagrada Família (FASF)*

**Jean Carlos Nazarko Matias**  
*Acadêmico – Faculdade Sagrada Família (FASF)*

**RESUMO:** O presente artigo analisa o processo de segmentação turística no município de Ponta Grossa, Paraná, a partir de entrevistas com gestores públicos e privados do setor, complementadas por pesquisa documental. A cidade, que integra os 20 Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) do Ministério do Turismo, destaca-se pelo planejamento estratégico e por iniciativas estruturadas para promover diferentes segmentos turísticos. O estudo identificou a presença de práticas voltadas principalmente ao turismo de negócios, de natureza e cultural, além de esforços para consolidar nichos emergentes, como o turismo religioso e o turismo rural. No entanto, embora haja um direcionamento claro para a diversificação da oferta, a articulação entre os setores público e privado ainda pode ser aprimorada para potencializar o desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Segmentação Turística. Ponta Grossa. Destinos Inteligentes. Planejamento Estratégico. Turismo Regional.

---

**ABSTRACT:** The present article analyzes the tourism segmentation process in the municipality of Ponta Grossa, Paraná, based on interviews with public and private sector managers, complemented by documentary research. The city, which is among the 20 Smart Tourism Destinations (STD) recognized by the Ministry of Tourism, stands out for its strategic planning and structured initiatives to promote different tourism segments. The study identified the presence of practices mainly focused on business, nature, and cultural tourism, as well as efforts to consolidate emerging niches such as religious and rural tourism. However, although there is a clear direction towards diversifying the tourism offer, coordination between the public and private sectors can still be improved to further enhance local development.

**Keywords:** Tourism Segmentation. Ponta Grossa. Smart Destinations. Strategic Planning. Regional Tourism.

---

## INTRODUÇÃO

A segmentação turística é uma estratégia essencial para o desenvolvimento sustentável do turismo, pois permite identificar grupos específicos de turistas e suas preferências, possibilitando o direcionamento de políticas públicas e ações de marketing mais eficazes. No contexto da cidade de Ponta Grossa-PR, a segmentação do turismo se apresenta como um instrumento relevante para a promoção e diversificação das atividades turísticas, contribuindo para a valorização dos recursos naturais e culturais da região. O objetivo deste estudo é analisar como o processo de segmentação turística é implementado no município, com base em entrevistas realizadas com gestores públicos e privados atuantes no setor, complementadas por pesquisa documental.

A justificativa para a realização desta pesquisa está pautada na crescente importância do turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social para Ponta Grossa. Com um fluxo turístico diversificado, a cidade enfrenta o desafio de alinhar suas políticas de gestão com as necessidades e expectativas de diferentes segmentos de visitantes, garantindo, assim, um planejamento mais assertivo e um uso eficiente dos recursos disponíveis. O estudo contribui para o entendimento das práticas atuais de segmentação no município e para a formulação de recomendações que possam fortalecer o setor, promovendo uma maior integração entre os atores envolvidos e o potencial turístico local.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: além desta introdução, a seção de revisão de literatura aborda os conceitos de segmentação turística e as metodologias aplicáveis. Em seguida, o capítulo de metodologia apresenta as técnicas de coleta e análise de dados adotadas. Na sequência, a seção de resultados explora as percepções e estratégias de segmentação identificadas nas falas dos entrevistados, evidenciando os padrões de segmentação predominantes, como o turismo de negócios, o turismo cultural e o turismo de natureza, além das dificuldades enfrentadas pelos gestores na promoção de segmentos turísticos específicos. Essa análise é complementada pela triangulação com dados documentais, o que permitiu identificar a relação entre as políticas públicas municipais e as iniciativas privadas, destacando lacunas e oportunidades de desenvolvimento. Por fim, as considerações

finais sintetizam as principais contribuições do estudo e apontam direções para pesquisas futuras, sugerindo estratégias para uma segmentação mais eficaz e integrada no contexto local.

## **1 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **1.1 MERCADO TURÍSTICO E A IMPORTÂNCIA DA SEGMENTAÇÃO**

O mercado turístico é caracterizado pela interação entre a oferta de produtos e serviços e a demanda dos consumidores, envolvendo experiências e emoções além de bens tangíveis. A segmentação de mercado é fundamental para identificar grupos de consumidores com características semelhantes, como preferências culturais ou demanda por luxo, e adaptar a oferta às suas necessidades específicas, proporcionando maior satisfação e lealdade (Brasil, 2019). A diversificação e flexibilidade da oferta são essenciais para manter a competitividade, atendendo a diferentes perfis de visitantes e garantindo o sucesso a longo prazo dos destinos turísticos (Brasil, 2019).

### **1.2 REGIÃO TURÍSTICA E A REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO**

O conceito de região turística abrange áreas com características culturais, naturais e econômicas similares, desenvolvidas como destinos integrados. A regionalização, conforme o Ministério do Turismo (2007), visa promover o desenvolvimento coordenado dessas áreas, criando rotas que conectam municípios, aumentando a visibilidade de destinos menos conhecidos. Essa política pública busca a cooperação entre atores públicos e privados para fortalecer a competitividade e incluir locais menores em roteiros de maior relevância, gerando emprego e oportunidades econômicas. O sucesso da regionalização depende da formação de parcerias sólidas e investimentos conjuntos em infraestrutura e marketing (Brasil, 2007).

### 1.3. ASPECTOS LEGAIS PARA A ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA

A Lei nº 11.771/2008, conhecida como Lei do Turismo, regula a atividade turística no Brasil e estabelece o Cadastur como cadastro obrigatório para prestadores de serviços turísticos, garantindo a conformidade com padrões de qualidade e segurança (BRASIL, 2008). O registro é obrigatório para empresas como hospedagens e agências de turismo e opcional para outras, como restaurantes, oferecendo benefícios como capacitação e acesso a linhas de crédito. O Cadastur também auxilia no planejamento e monitoramento do setor, promovendo a formalização e sustentabilidade das atividades turísticas (Brasil, 2008).

### 1.4 SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA: DEMANDA E OFERTA

#### 1.4.1. Segmentação da demanda

A segmentação da demanda turística identifica grupos de consumidores com características semelhantes para adaptar a oferta às suas expectativas. O Ministério do Turismo utiliza critérios como fatores demográficos, geográficos e comportamentais para classificar esses grupos, que incluem desde famílias em busca de lazer até aventureiros (Brasil, 2021). A segmentação adequada permite criar produtos personalizados, aumentando a satisfação e a competitividade dos destinos turísticos (Brasil, 2021).

#### 1.4.2. Segmentação da oferta

A segmentação da oferta turística categoriza diferentes tipos de turismo com base nas características regionais. No Brasil, o Ministério do Turismo prioriza 12 segmentos que impulsionam o desenvolvimento econômico e social, como o turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de estudo e intercâmbio e turismo rural (Brasil, 2021; Brasil, 2006). Cada segmento atende a demandas específicas: o turismo cultural valoriza o patrimônio histórico, o ecoturismo foca na conservação ambiental e o turismo de negócios movimenta a economia em

baixa temporada. Esses segmentos integram a diversidade da oferta brasileira, reforçando sua competitividade no mercado global (Brasil, 2021; Brasil, 2006).

## **2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e exploratória com caráter descritivo, conforme a classificação de Gil (2008). A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas individuais com roteiro semiestruturado e levantamento documental. As entrevistas foram realizadas com gestores públicos e privados do setor de turismo, como o secretário municipal de Turismo, o presidente da Agência de Desenvolvimento do Turismo nos Campos Gerais e outros representantes relevantes.

O levantamento documental incluiu leis, informações de sites oficiais (Secretaria Municipal de Turismo, Observatório de Turismo, Ministério do Turismo e IBGE) e reportagens de jornais. Os dados coletados foram analisados seguindo o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2016), que visa identificar padrões e temas recorrentes nas falas dos entrevistados. A triangulação com as fontes documentais possibilitou validar as informações e aprofundar a compreensão das dinâmicas de segmentação turística na região.

## **3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **3.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PONTA GROSSA**

O município de Ponta Grossa está localizado no estado do Paraná, na região Sul do Brasil, a aproximadamente 115 km da capital, Curitiba. Sua posição estratégica, na intersecção das principais rodovias que conectam o estado, como a BR-376 e BR-277, facilita o acesso a diferentes regiões do país e contribui para a atração de turistas e investimentos (IBGE, 2023).

### **3.1.1 Potencial econômico e turístico**

Ponta Grossa possui um cenário econômico diversificado, com destaque para o agronegócio, a indústria e o setor de serviços. Além disso, o município é um polo logístico de grande importância, com empresas multinacionais e de grande porte instaladas na região, como o Parque Industrial de Ponta Grossa, que impulsiona a geração de emprego e renda (Sebrae, 2020). No setor turístico, a cidade conta com atrativos naturais e culturais que vêm sendo desenvolvidos como produto turístico, especialmente em segmentos como o ecoturismo e o turismo de aventura (Costa *et al.*, 2019).

### **3.1.2 Principais Atrativos Turísticos**

O município de Ponta Grossa possui três parques de destaque: o Parque Estadual de Vila Velha, conhecido por suas formações rochosas únicas, com atrações como trilhas, tirolesa e outras atividades (Parque Vila Velha, 2024); as Furnas do Passo do Pupo, com crateras de até 100 metros e práticas de turismo sustentável (Refúgio das Curucacas, 2024); e o Buraco do Padre, uma propriedade privada com cascatas e opções de ecoturismo e turismo de aventura (Buraco do Padre, 2024). Além dos parques, o patrimônio histórico-cultural inclui a Catedral Sant'Ana, a Mansão Villa Hilda e a Estação Saudade, entre outros pontos de interesse que destacam a arquitetura e a tradição religiosa e cultural do município (Ponta Grossa Turística, 2024).

## **3.2 ANÁLISE DA OFERTA, DEMANDA E SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA**

A oferta turística de Ponta Grossa é diversificada, abrangendo desde ecoturismo até opções culturais e gastronômicas, com uma rede de hospedagem variada e serviços complementares, como guias e transportes turísticos, que garantem suporte adequado aos visitantes (IBGE, 2023). A cidade combina roteiros em áreas de conservação ambiental com turismo de experiência em propriedades rurais e atividades que valorizam a culinária local (Ministério do Turismo, 2024). A

demanda é composta por visitantes regionais e nacionais, atraídos por lazer e eventos de negócios, devido à localização estratégica e infraestrutura da cidade (Ministério do Turismo, 2024). A segmentação turística inclui ecoturismo, turismo de aventura, negócios e turismo de experiência, promovendo o crescimento equilibrado e sustentável dos atrativos locais (IBGE, 2024; Ministério do Turismo, 2024).

### 3.3 ANÁLISE DA ARRECADAÇÃO DO ISSQN NO SETOR TURÍSTICO

No tocante ao ISSQN (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza), os quadros abaixo mostram o comportamento da arrecadação do setor de turismo em Ponta Grossa (hotéis e agências de turismo) num período de cinco anos.

Quadro 1 - Percentual do ISSQN Turismo relativamente ao ISSQN Total

Ano	Percentual do ISSQN Turismo relativamente ao ISSQN Total
2018	1,78%
2019	1,28%
2020	0,94%
2021	1,44%
2022	1,56%
2023	1,56%

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados do Observatório do Turismo, 2024

O **quadro 1** apresenta a participação relativa do turismo no total de arrecadação do ISSQN. Observa-se que, após uma queda de 2018 a 2020, há uma recuperação gradual de 2021 a 2023, mas ainda sem atingir os níveis pré-2020.

Quadro 2 - Variação Percentual Anual do ISSQN Turismo

Período	Variação Percentual Anual do ISSQN Turismo
2018/2019	-18%
2019/2020	-21%
2020/2021	68%
2021/2022	39%
2022/2023	-5%

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados do Observatório do Turismo, 2024

O **quadro 2** mostra as variações anuais da arrecadação de ISSQN apenas no setor de turismo. Destaca-se um forte declínio de 2018 a 2020, seguido de uma recuperação significativa de 2020 a 2022 e uma leve retração de 5% em 2023.

O comportamento da arrecadação do ISSQN no setor de turismo em Ponta Grossa apresentou variações significativas no período de 2018 a 2023. A participação percentual do ISSQN Turismo no total do ISSQN caiu de 1,78% em 2018 para 0,94% em 2020, reflexo direto do impacto da pandemia de Covid-19, que restringiu o fluxo de turistas e afetou o setor de serviços.

A recuperação ocorreu de 2021 a 2022, com aumento para 1,56%, sustentado pela retomada econômica e estímulos ao turismo regional. Em 2023, percebe-se estabilidade em 1,56%, o que sugere uma consolidação do setor, mas a leve retração de 5% na variação anual do ISSQN indica que o setor ainda não atingiu os níveis anteriores à pandemia.

Vale destacar que os dados de 2023 não incluem os meses de novembro e dezembro, o que pode ter subestimado o percentual final do ano.

### 3.4 PERCEPÇÃO DOS GESTORES DA ÁREA DO TURISMO

Para o levantamento dos dados da pesquisa, foram entrevistados representantes dos principais setores envolvidos com o Turismo em Ponta Grossa. Na sequência serão apresentadas as percepções desse grupo.

#### 3.4.1 Secretaria municipal do Turismo de Ponta Grossa

A Secretaria Municipal de Turismo de Ponta Grossa não possui um indicador estratégico detalhado de segmentação da oferta turística, principalmente pela falta de informações confiáveis da rede hoteleira, que omite ou fornece dados incompletos. Para levantar informações sobre a demanda e oferta turística, a secretaria utiliza, complementarmente, dados do ISS (Imposto sobre Serviços), do Parque Estadual de Vila Velha e de duas antenas de celular que captam a origem dos visitantes.

Apesar de acreditar que por volta de 90% do turismo é voltado a negócios e eventos, informações da Secretaria dão conta de que muitos visitantes acabam

estendendo a estadia, o que beneficia segmentos como ecoturismo, turismo de aventura e rural. Destaca-se, a partir da entrevista, a relevância da Lei Municipal de Incentivos a Eventos (Ponta Grossa, 2017), que permite que empresas destinem até 60% do valor do IPTU para patrocínio de eventos, se aprovados pelo Conselho Municipal de Turismo. Em 2024, foram destinados R\$ 1,6 milhão para 33 eventos de diferentes tipos.

Na entrevista, foi destacado que recentemente Ponta Grossa obteve a certificação de Destino Turístico Inteligente (DTI) em Transformação, concedida pelo Ministério do Turismo. O “Modelo DTI Brasil” adapta a metodologia espanhola de DTI ao contexto brasileiro, visando tornar os destinos mais sustentáveis e inovadores (Brasil, 2023). A certificação envolve um diagnóstico e a implementação de melhorias em nove eixos: governança, inovação, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade, segurança, marketing, mobilidade e criatividade (Agência Estadual de Notícias, 2023). Entre as 20 cidades selecionadas, Ponta Grossa ficou em terceiro lugar, atrás apenas de Foz do Iguaçu e Goiânia. Agora segue implementando um plano de desenvolvimento sustentável para alcançar a certificação definitiva, que ainda não foi obtida por nenhuma das cidades participantes.

Por fim, na entrevista foi enfatizado que a acessibilidade é um fator essencial para o crescimento do turismo. Nesse sentido, destacou a relevância da expansão do aeroporto local para impulsionar o desenvolvimento turístico de Ponta Grossa. Segundo estudos realizados pela Secretaria, há demanda suficiente para justificar tanto a ampliação da infraestrutura quanto o aumento no número de companhias aéreas operando na cidade. No entanto, o processo de expansão está atualmente atrasado devido a um impasse judicial entre uma empresa e um consórcio participantes da licitação, deixando a situação por enquanto indefinida.

### **3.4.2 A atuação da Adetur**

A Agência de Desenvolvimento do Turismo dos Campos Gerais (Adetur) conta atualmente com a adesão de 12 dos 19 municípios que compõem a região. Seu principal objetivo é promover o desenvolvimento sustentável do turismo local, articulando políticas e práticas voltadas à qualificação e regularização dos atrativos e

à promoção da região como destino turístico. A atuação da Adetur é dividida em três áreas principais: conscientização sobre a importância da regularização dos empreendimentos, qualificação da oferta turística e promoção do turismo regional.

#### 3.4.2.1 Regularização dos empreendimentos

A regularização dos atrativos turísticos de Ponta Grossa segue o Decreto nº 19.595/2021, que estabelece o programa de Avaliação e Hierarquização de Atrativos, abrangendo agências, atrativos naturais e culturais, meios de hospedagem e restaurantes, para garantir qualidade e segurança (Ponta Grossa, 2024). Segundo a Adetur, embora muitos atrativos em Ponta Grossa estejam regularizados, ainda não passaram por esse processo de avaliação, que possui caráter mais abrangente e é fundamental para a melhoria dos serviços turísticos.

A Adetur atua na conscientização e diferenciação entre recursos naturais e atrativos turísticos formalizados, promovendo a gestão adequada e a estruturação de produtos turísticos. A agência facilita o diálogo entre secretarias municipais e órgãos como a SETU e o Ministério do Turismo para aprimorar a regularização (Ponta Grossa, 2024).

#### 3.4.2.2 Qualificação da oferta turística

A qualificação é uma das principais frentes de atuação da Adetur, focando na melhoria dos serviços e na sustentabilidade dos atrativos, tanto em áreas naturais quanto em meios de hospedagem, gastronomia e segmentos urbanos e rurais. Segundo a Agência, é importante investir na qualificação antes de promover os atrativos, garantindo que a oferta turística seja capaz de atender a demanda com qualidade.

Entre os exemplos de qualificação, destaca-se o evento Abeta Conecta Campos Gerais, promovido em 2023 pela Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta). Durante uma semana, foram realizados cursos, palestras e capacitações voltadas ao turismo de aventura e ecoturismo, abrangendo aspectos como segurança, marketing e formatação de produtos

turísticos. O evento, embora regional, possui relevância nacional, evidenciando o compromisso da Adetur com a excelência e profissionalização do setor.

Outros exemplos de qualificação incluem um minicurso de interpretação ambiental, ministrado por uma especialista da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e o curso de Wilderness First Aid (WFA), referência mundial em primeiros socorros em áreas remotas. Além disso, foram promovidos três cursos para condutores em áreas naturais, profissionais que, diferentemente dos guias autônomos, atuam dentro de empresas formalmente constituídas para operar atividades turísticas.

No tocante à sustentabilidade, destaca-se que as normas brasileiras são reconhecidas internacionalmente, como as normas ABNT, NBR e ISO, que definem padrões de segurança e sustentabilidade para atrativos turísticos. A sustentabilidade é vista de forma abrangente, incluindo aspectos ambientais, socioculturais e econômicos. Valorizar saberes locais, distribuir renda de forma justa e respeitar tradições das comunidades são considerados elementos essenciais para o sucesso do turismo sustentável nos Campos Gerais.

### 3.4.2.3 Promoção do Turismo Regional

Após a regularização dos atrativos, a Adetur foca na promoção turística regional, com destaque para a revitalização das Rotas Turísticas do Caminho do Peabiru, antiga rota indígena que ligava o oceano Atlântico, no litoral do Brasil, aos Andes, no Peru, usada para trocas culturais e comerciais antes da colonização europeia. Tal trabalho busca preservar o patrimônio histórico e promover o desenvolvimento sustentável em áreas como cultura e turismo (Caminhos do Peabiru, 2024).

A Adetur também implementou o Projeto Turismo nas Escolas, integrando uma disciplina de turismo no currículo de crianças do 4º ano para conscientização sobre preservação do patrimônio local (SETU, 2024). Iniciativas como o Circuito Gastronômico dos Campos Gerais e a Coleção Campos Gerais visam fortalecer a gastronomia e a produção local de souvenirs (Sebrae, 2024). Além disso, a Adetur colaborou com o Sebrae/PR no Catálogo de Experiências Turísticas, que promove os

atrativos dos Campos Gerais em seis segmentos principais, destacando Ponta Grossa como um destino indutor (Sebrae, 2024). Por fim, a agência firmou parceria com um portal de notícias local para promover atrativos regularizados e evitar a divulgação de áreas irregulares, onde o risco de acidentes é maior (Ponta Grossa, 2024).

### 3.4.3 Gestão de projetos de turismo do Sebrae

O Sebrae considera o turismo uma área estratégica para o desenvolvimento regional, posicionando Ponta Grossa como um município indutor na região dos Campos Gerais. Na cidade, a atuação do Sebrae se dá por meio do Radar Sebrae, estruturado em quatro eixos: Governança, Sustentabilidade, Experiência do Turista e Tecnologia e Inovação, alinhados ao Plano Municipal de Turismo e ao DTI (Destinos Turísticos Inteligentes) do Ministério do Turismo.

O setor de gestão destaca a importância de um ecossistema de turismo formado por várias entidades locais que apoiam o desenvolvimento do trade turístico. O Sebrae também integra esse grupo de trabalho.

#### 3.4.3.1 Projetos de destaque apoiados pelo Sebrae/PR

- **Salvaguarda do Artesanato em Palha de Milho:** Iniciado em 2020, o Programa Municipal de Salvaguarda de Bens Culturais de Ponta Grossa visa preservar bens imateriais como o artesanato em palha de milho, prática cultural local com mais de 20 anos de história. O Sebrae colaborou no diagnóstico da salvaguarda, destacando o valor cultural desse artesanato, que se tornou Patrimônio Imaterial Cultural do Município. A prática é preservada por artesãos da Casa do Artesão, através do projeto Raízes Culturais, que promove a produção e transmissão dessa técnica tradicional de tecelagem praticada já pelos povos indígenas e tropeiros.
- **Coleção SouPG:** Projeto de economia criativa que foca na produção de souvenirs inovadores por produtores locais. Realizado em parceria entre a Prefeitura de Ponta Grossa e o Sebrae, visa valorizar a identidade cultural e o talento local, promovendo produtos artesanais e souvenirs únicos (Turismo Ponta Grossa, 2024).
- **Indicações Geográficas (IG):** O Sebrae atua no diagnóstico para registros de IG, que reconhecem produtos com características ligadas a uma origem

geográfica específica. Em Ponta Grossa, cervejarias já passaram pelo processo de diagnóstico e a alcatra no espeto está em fase de avaliação.

- **Programa Turbine:** Focado no setor gastronômico, o programa oferece consultoria personalizada a bares e restaurantes, com diagnóstico, plano de ação e apoio na gestão para melhorar resultados financeiros e processos operacionais. Em Ponta Grossa, a ação ocorre de agosto a dezembro de 2024.
- **Experiências Turísticas Encantadoras:** Implementado em 2022 e 2023, esse programa do Sebrae, em parceria com o Governo do Paraná e outras entidades do setor, como SETU e Cepatur, gerou 248 novos produtos turísticos em 12 regiões. Em Ponta Grossa, foram criadas 16 experiências nas áreas de ecoturismo, aventura, cultura e gastronomia, agora disponíveis no site Experiências Paraná (Sebrae, 2024). Essas iniciativas reforçam o papel do Sebrae na valorização e promoção do turismo local, destacando Ponta Grossa como um polo turístico regional com forte potencial para o desenvolvimento sustentável e inclusão social.

#### **3.4.4 Secretaria Municipal de Cultura de Ponta Grossa**

Com esta pasta, foram abordados temas relacionados a projetos culturais e patrimônio imaterial. Quanto aos projetos culturais, destaca-se a ressignificação dos espaços de cultura na cidade, focando na popularização. Em 2023, a Secretaria realizou 217 eventos na rua, desde grandes atividades no centro até eventos menores nos bairros. Entre os principais, destacou-se o Natal (segundo maior do Estado), o Setembro em Dança, o Festival de Inverno dos Campos Gerais e o Encontro de Cultura do Paraná, que reuniu gestores de 220 cidades.

No campo gastronômico, menciona-se a construção de uma cozinha-escola para promover uma gastronomia com maior identificação popular, já que o tradicional Alcatra no Espeto, embora salvaguardado, não possui ampla aceitação por seu custo e preparo complexo.

Sobre o patrimônio imaterial, há três bens protegidos em 2022 e mais dez em 2024, incluindo eventos e tradições como o FUC, Fenata, Munchenfest, e a Lenda de Vila Velha. Também se destaca a Mostra de Cultura Religiosa com cinco manifestações culturais já protegidas.

### **3.4.5 Casa do Artesão de Ponta Grossa**

A Casa do Artesão, fundada em 1989, atua no fortalecimento do artesanato como expressão cultural e conta atualmente com 28 artesãos associados, que pagam uma taxa mensal e 20% sobre as vendas. De acordo com a gestão, a Casa do Artesão, em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura, desenvolve o Projeto Raiz, focado em promover trabalhos artesanais com identidade cultural. Assim, os produtos vendidos possuem um vínculo com símbolos importantes da cidade, indo além de objetivos comerciais.

### **3.4.6 Convention & Visitors Bureau**

O Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau (PGCG CVB) é uma associação sem fins lucrativos dedicada à promoção do turismo de negócios e eventos nos Campos Gerais. A associação atua como intermediária entre organizadores de eventos e empresas prestadoras de serviços no setor, que segundo o gerente, correspondem a 52 pontos de venda.

Atualmente, conta com 15 associados, sendo sete hotéis, que respondem por 90% da arrecadação total, por meio de uma taxa de contribuição paga voluntariamente pelos hóspedes.

Ponta Grossa possui 3.000 leitos distribuídos em 32 hotéis mapeados, capacidade suficiente para suportar eventos de até 600 pessoas. Eventos com 1.000 participantes exigiriam a expansão para cerca de 5.000 leitos, o que demandaria a construção de aproximadamente 10 novos hotéis.

A arrecadação mensal do PGCG CVB é de R\$ 6.000,00 e está significativamente abaixo de cidades como Curitiba e Foz do Iguaçu. Assim, a associação visa expandir o número de associados e parcerias para atrair mais eventos à cidade e aumentar seu impacto econômico.

### **3.4.7 Sindicato dos Hotéis**

Segundo o Sindicato, os hotéis da cidade não possuem um controle formal sobre a motivação turística dos hóspedes, utilizando apenas registros informais. A segmentação do turismo, segundo esses registros, parece estar distribuída em: 70% de turismo de negócios, 20% de eventos (culturais, técnico-científicos, gastronômicos, de negócios e agronegócios) e 10% de ecoturismo entre outros.

Destaca-se que, apesar do crescimento após a pandemia, os custos dos hotéis aumentaram mais que a receita, defende-se, portanto, a manutenção do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), que oferece incentivos fiscais ao setor.

O Convention & Visitors Bureau Ponta Grossa Campos Gerais (PG CG CVB) é uma instituição dedicada ao desenvolvimento do turismo de negócios e eventos na região. No entanto, o órgão afirma que, apesar dos esforços da associação para integrar eventos com outros segmentos turísticos, os associados ainda demonstram uma postura por vezes conservadora, pouco atentos ao potencial do associativismo.

O PG CG CVB destaca a necessidade de melhorias no aeroporto local, que teve seu plano de expansão de R\$ 33 milhões interrompido por problemas nas licitações. Segundo a direção do órgão, seria mais apropriado que o aeroporto fosse gerido pela Secretaria de Turismo e não pela de Indústria e Comércio, como ocorre atualmente.

### **3.4.8 Agência de turismo receptivo**

Para esta pesquisa, também foi entrevista uma empresária do ramo de Turismo que abordou os principais roteiros turísticos trabalhados pela agência, como ecoturismo, turismo de experiência (cervejaria e gastronomia) e o "Caminho das Memórias" (turismo cultural).

A entrevistada destacou o potencial ainda não explorado do turismo rural e religioso em Ponta Grossa. No primeiro caso, destaca a falta de regularização dos estabelecimentos, o que impede uma divulgação mais ampla pela Secretaria Municipal de Turismo, embora algumas propriedades no Distrito de Itaiacoca

ofereçam almoços e cafés aos visitantes. A única exceção é uma adega artesanal que atrai um fluxo maior de turistas. Quanto ao turismo religioso, a empresária sugeriu uma parceria entre a Secretaria de Turismo e a Diocese de Ponta Grossa, mas tal iniciativa ainda não foi concretizada.

A empresária também mencionou a necessidade de criar parcerias entre hotéis, restaurantes, parques e passeios culturais para oferecer descontos durante grandes eventos, como congressos. No turismo cultural, um problema identificado é o horário restrito de funcionamento de museus e prédios históricos geridos pela prefeitura e pelo Estado, muitos dos quais fechados aos fins de semana, quando há maior fluxo turístico. A administração pública, segundo ela, tem priorizado o atendimento de turistas locais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo buscou analisar o processo de segmentação turística no município de Ponta Grossa, Paraná, evidenciando as percepções dos principais atores envolvidos e a integração entre as políticas públicas e as iniciativas privadas. Os resultados demonstram que a cidade possui um planejamento estratégico estruturado e iniciativas que a têm consolidado como um destino turístico relevante, sendo um dos 20 destinos turísticos inteligentes (DTI) reconhecidos pelo Ministério do Turismo. No entanto, ainda há oportunidades para aprimorar a segmentação de nichos específicos, como o turismo rural, que poderia ser mais bem promovido para atrair novos perfis de visitantes.

A análise das falas dos entrevistados e a triangulação com as fontes documentais revelaram que o município está no caminho certo para o desenvolvimento de uma segmentação turística integrada, com estratégias que têm potencial para fortalecer a oferta local. O desafio atual está em assegurar que as políticas implementadas continuem evoluindo e se ajustem às novas demandas do mercado, permitindo uma adaptação ágil a mudanças no perfil dos turistas e fortalecendo a comunicação entre os diferentes setores envolvidos no turismo.

Assim, este estudo contribui para o debate sobre a segmentação turística ao fornecer um panorama atualizado das práticas no município, identificando pontos

fortes e áreas que ainda podem ser desenvolvidas. A pesquisa sugere que, para alcançar maior maturidade na segmentação, é necessário continuar promovendo ações colaborativas entre o poder público, o setor privado e a comunidade local, consolidando um ambiente de inovação e gestão integrada. Por fim, recomenda-se a continuidade de estudos que aprofundem a análise em outros contextos regionais e a inclusão de novos indicadores que permitam avaliar a evolução dos segmentos ao longo do tempo, contribuindo para a construção de um modelo de segmentação mais adaptado à realidade local.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADUAL DE NOTÍCIAS. **Paraná tem seis municípios classificados para a Estratégia Destinos Inteligentes**. Curitiba: Agência Estadual de Notícias do Paraná, 27 maio 2023. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br>. Acesso em: 27 set. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 6. ed. Lisboa: Edições 70, 2016.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 18 set. 2008. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. **Cartilha: processo de transformação de destinos em Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**. Brasília, DF: MCTI, 2023. Disponível em: [https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/arquivoscamaraturismo/iniciativas/dti\\_cartilha.pdf](https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/arquivoscamaraturismo/iniciativas/dti_cartilha.pdf). Acesso em: 27 set. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Cadernos de Turismo: segmentação da oferta e demanda**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Introdução à regionalização do turismo**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 24 set. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de segmentação do turismo**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo – marcos conceituais**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 24 set. 2024.

BURACO DO PADRE. **Parque de Natureza Buraco do Padre**. Disponível em: <https://buracodopadre.com.br>. Acesso em: 26 set. 2024.

CAMINHOS DO PEABIRU. **Caminhos do Peabiru**. Disponível em: <https://www.caminhosdopeabiru.pr.gov.br>. Acesso em: 25 set. 2024.

COSTA, A. M.; OLIVEIRA, R. S.; SOUZA, J. R. Turismo e desenvolvimento local: o caso de Ponta Grossa, PR. **Revista Brasileira de Planejamento Turístico**, v. 12, n. 4, p. 123-134, 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Características da segmentação turística de Ponta Grossa**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/ponta-grossa/panorama>. Acesso em: 29 set. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Dados e características da demanda turística de Ponta Grossa**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/ponta-grossa/panorama>. Acesso em: 29 set. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Ponta Grossa: informações gerais do município**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/ponta-grossa/panorama>. Acesso em: 28 set. 2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Observatório Nacional de Turismo**: estatísticas e dados sobre o setor de turismo no Brasil. Disponível em: <https://painéis.turismo.gov.br/extensions/observatorio/observatorio.html>. Acesso em: 28 set. 2024.

PARQUE VILA VELHA. **Parque Vila Velha – Paraná Turismo**. Disponível em: <https://parquevilavelha.com.br/parque-vila-velha-parana-turismo>. Acesso em: 26 set. 2024.

PONTA GROSSA. **Decreto nº 13.805, de 12 de dezembro de 2017**. Regulamenta a Lei nº 12.066/2014, que dispõe sobre benefício fiscal municipal (IPTU) para incentivadores de eventos geradores de fluxos turísticos no Município de Ponta Grossa. Disponível em: <https://turismo.pontagrossa.pr.gov.br/atos-normativos>. Acesso em: 26 set. 2024.

PONTA GROSSA. **Decreto nº 19.595/2021: consolidação, avaliação e hierarquização de atrativos**. Disponível em: <https://turismo.pontagrossa.pr.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Decreto-19595-2021-Consolidado-Avaliacao-e-Hierarquizacao-de-Atrativos.pdf>. Acesso em: 26 set. 2024.

PONTA GROSSA. **Observatório do Turismo**: dados de arrecadação do ISSQN Turismo (2018–2023). Ponta Grossa, PR: Secretaria Municipal de Turismo, 2024.

PONTA GROSSA TURÍSTICA. **Ponta Grossa Turística**: destino turístico no Paraná. Disponível em: <https://www.pontagrossaturistica.com>. Acesso em: 29 set. 2024.

PREFEITURA DE PONTA GROSSA. **Turismo e desenvolvimento local**. Disponível em: <https://turismo.pontagrossa.pr.gov.br>. Acesso em: 27 set. 2024.

REFÚGIO DAS CURUCACAS. **Furnas do Passo do Pupo**. Disponível em: <https://refugiodascurucacas.com.br/furnas-do-passo-do-pupo>. Acesso em: 26 set. 2024.

SEBRAE. **Experiências turísticas do Paraná**. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/experienciasturisticas>. Acesso em: 19 set. 2024.

SEBRAE. **Panorama econômico de Ponta Grossa**. Curitiba: SEBRAE-PR, 2020.

TURISMO PONTA GROSSA. **Programa SouPG**. Disponível em: <https://turismo.pontagrossa.pr.gov.br/programa-soupg>. Acesso em: 19 set. 2024.