

## EXPERIÊNCIA COM CRUZEIROS MARÍTIMOS NO ESTADO DO PARANÁ: UMA ANÁLISE DOS SERVIÇOS DO NÚCLEO RECEPTIVO DE CURITIBA

Guilherme Mendes Thomaz  
UFPR

**RESUMO** Através da presente pesquisa, buscou-se analisar os serviços de receptivo prestados pelo Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba (NTRC) aos passageiros do cruzeiro marítimo “Veendam” que, ao atracar no Porto de Paranaguá no dia 22 de Março de 2010, tornou-se o primeiro grande navio no Estado do Paraná. Por meio de uma metodologia exploratória descritiva, após a elaboração do marco teórico, foi realizada uma entrevista com uma diretora da Special Paraná Turismo & Eventos e também colaboradora do NTRC. A observação participante também foi adotada nesta pesquisa visto que os autores participaram da prestação dos serviços ao navio. Finalmente foram analisados questionários estruturados preenchidos pelos passageiros do navio que compraram passeios oferecidos pelo NTRC. Percebe-se que apesar de ser a primeira experiência com cruzeiros marítimos do Estado do Paraná, no geral, os serviços de receptivo prestados pelo NTRC foram bons e que o estado tem potencial e condições de figurar na rota dos cruzeiros que navegam pelo extenso litoral brasileiro.

**PALAVRAS CHAVES:** turismo receptivo, serviços, qualidade, Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba, cruzeiros marítimos, Porto de Paranaguá.

**ABSTRACT:** Through this research, the attempt to analyze the reception services offered by the Center of Receptive Tourism in Curitiba (NTRC) to the passengers on the cruise "Veendam" which, when docking in the port of Paranaguá on March 22, 2010, became the first major cruise in the State of Paraná. Through an exploratory descriptive methodology, after the development of theoretical framework, we conducted an interview with a director of Special Events & Tourism Paraná and also a contributor to NTRC. Participant observation was also adopted in this research as the authors participated in the receptive services to the ship. Finally, the structured questionnaires completed by passengers who bought the ship tours offered by NTRC were analyzed. It is noticed that despite being the first cruise experience in the State of Paraná, in general, receptive services provided by NTRC were good and that the state

Promoção



Realização



has potential and conditions to be included in the route of the cruise ships that sail the extensive Brazilian coast.

**KEY WORDS:** receptive tourism, services, quality, Center of Receptive Tourism in Curitiba, cruise ships, Port of Paranaguá.

**INTRODUÇÃO** Os cruzeiros marítimos encontram-se em pleno crescimento no mundo e, de acordo com o BNDES (2000) “as viagens são estimuladas, em parte, pelo aumento de demanda por lazer dos últimos anos. Atualmente, 223 navios de cruzeiros realizam o transporte de 6 milhões de pessoas, em todo o mundo, movimentando cerca de US\$ 38 bilhões anuais.”

O aprofundamento deste artigo se dá na interpretação dos processos e infraestrutura necessários de planejamento turístico para as regiões que recebem cruzeiros marítimos, a partir de uma abordagem focada no turismo receptivo, principalmente na qualidade dos serviços prestados.

O objeto de estudo foi a qualidade dos serviços prestados pelo Núcleo de Turismo de Curitiba aos passageiros do navio *Veendam* no Porto de Paranaguá, localizado no município do litoral paranaense a aproximadamente 93 km de Curitiba.

O objetivo central deste trabalho foi refletir sobre a importância das políticas de planejamento turístico quanto à modernização do Porto de Paranaguá para que a cidade continue a receber fluxos turísticos de cruzeiros marítimos e a análise da qualidade dos serviços de receptivo prestados pelo NTRC

O presente artigo dividiu-se em seis capítulos. No marco teórico foram abordados assuntos como a história dos cruzeiros marítimos, o mercado brasileiro e a participação dos portos brasileiros nos cruzeiros marítimos, turismo receptivo e qualidade na prestação de serviços. O terceiro capítulo discorre sobre o navio *Veendam* em Paranaguá e sobre a articulação entre as iniciativas públicas e privadas da região e do estado. No quarto capítulo, é apresentada a metodologia utilizada pelos pesquisadores na pesquisa, que se caracteriza como descritiva e exploratória com

Promoção



Realização



análise bibliográfica, entrevistas, aplicação de questionários, observação participante na destinação turística - Paranaguá no Paraná, e também a partir de vivências na área de turismo receptivo por parte dos pesquisadores. O quinto capítulo contém a análise dos serviços prestados no porto, no centro da cidade e nos passeios. Por último às considerações feitas pelos autores sobre o presente estudo.

## **MARCO TEÓRICO**

### **História dos Cruzeiros Marítimos e o Mercado Brasileiro**

A história dos cruzeiros está intimamente ligada a evolução da atividade turística. Ainda assim, inicialmente as viagens marítimas eram restritas a uma elite de privilegiados que podia fazer longas e caríssimas viagens para passar temporadas em outros países. Os navios, nesses casos, eram pouco mais que um confortável meio de transporte (ALBAN, 2005).

A funcionalidade de cruzeiros marítimos para os navios foi uma inovação que permitiu uma nova forma de exploração deste segmento, que ansiava por viagens de extremo luxo, conforto e lazer, sendo necessário apenas a reestruturação das embarcações para esta nova realidade. Foram implantados equipamentos como bares, restaurantes requintados, áreas de lazer e uma infinidade de outras formas de entretenimento.

Desta forma surgiram os cruzeiros marítimos que, de acordo com Palhares (2002, p. 234) tinham como objetivo “(...) fazer com que seus hóspedes desfrutem das ótimas infraestruturas que os navios oferecem, além de visitarem pontos turísticos ao longo da viagem”.

No Brasil, o segmento de cruzeiros marítimos teve início com os navios do Lloyd Brasileiro, fretados pela Agência Auxiliar de Turismo - Agaxtur, sendo seguidos por

uma sequência esporádica de visitas dos grandes transatlânticos. (AMARAL, 2002, p. 91)

O mercado de cruzeiros marítimos na orla brasileira teve seu maior crescimento com a Emenda Constitucional nº7, que alterou o Artigo 178 da Constituição que vedava o direito da navegação de cabotagem nos portos brasileiros por navios de bandeira estrangeira (PALHARES, 2002, p. 260). O BNDES (2000) complementa

Anteriormente, aos navios estrangeiros era permitido apenas o embarque de passageiros em algum porto brasileiro, com a finalidade posterior e exclusiva de transporte e desembarque em algum porto estrangeiro. Apenas a título de exemplo, até então não era permitido a esses navios cumprirem a rota Rio de Janeiro - Santos, com embarque em porto nacional, e posterior desembarque em outro porto nacional.

Com a chegada da nova legislação, o crescimento de cruzeiros marítimos na costa brasileira cresceu ano após ano. Fatores como a extensa costa marítima, bem como o apelo turístico de sol e mar fazem com que o Brasil seja considerado um destino promissor. Vieira (2008) cita que apesar de apresentar diversas características que facilitam o desenvolvimento do mercado de cruzeiros, as dificuldades nas operações portuárias impedem a franca expansão deste segmento em solo nacional. Fujita (2005) sugere que a necessidade dos países estrangeiros de expansão de roteiros com novos destinos contribui para o crescimento de cruzeiros marítimos na costa brasileira. Amaral (2002, p. 92) complementa dizendo que no mercado dos cruzeiros marítimos, a maioria dos avanços são orientados pela demanda turística, que busca conforto e qualidade para suas férias.

Ainda que o Brasil detenha grande potencial para o desenvolvimento dos cruzeiros marítimos, apresenta deficiências estruturais e na qualidade de prestação de serviços, resultando em baixa participação no mercado de cruzeiros marítimos.

## A Participação dos Portos Brasileiros nos Cruzeiros Marítimos

A infraestrutura dentro dos portos é essencial para o desenvolvimento da atividade turística e, conseqüentemente dos cruzeiros. De acordo com Santos (2007, p.33) os portos são considerados de grande importância para a cidade, contribuindo para a economia e o crescimento, a geração de empregos, a facilidade e a rapidez nos trâmites de importação e exportação, a oportunidade para o desenvolvimento do país e turismo nas cidades.

A questão da infraestrutura e prestação de serviços implicam diretamente na escolha das rotas brasileiras para os cruzeiros. O BNDES (2000) cita que:

As operações portuárias constituem-se em um dos principais problemas que afetam o desenvolvimento do mercado de cruzeiros marítimos no Brasil, seja em função das tarifas portuárias praticadas, seja por falta de uma infra-estrutura adequada. Esses óbices acabam por retirar o Brasil do planejamento de rotas dos navios de cruzeiro marítimo, ou mesmo diminuir as suas estadas.

A mesma pesquisa realizada pelo BNDES (2000) cita que a infra-estrutura deficiente dos portos brasileiros dificulta a realização de operações com eficiência e qualidade, visto que atualmente os portos não atendem operações básicas como embarque e desembarque de turistas. Necessita-se de uma reestruturação desse segmento que garantam, não só um eficiente e confortável embarque e desembarque, como ofereçam ao turista um amplo leque de serviços, inclusive os de receptivo. Devido essa infra-estrutura deficiente dos portos brasileiros, Cyrillo (2008, p.129) ressalta que:

Atualmente o receptivo de cruzeiros ocorre de forma improvisada, estruturas flexíveis são instaladas nos dias de navio (barracas, tendas), serviços de manutenção são refeitos

(leve paisagismo e ajardinamento; adaptação do trapiche central dos pescadores) e alguns serviços são disponibilizados (atendentes, agências com roteiros turísticos regionais etc.)

Para isso, o BNDES (1999) ressalta sobre a necessidade de ter terminais de cruzeiros marítimos especializados, que segundo ele deve possuir, ao menos: capacidade para receber navios de 200 m a 300 m de comprimento, com 20m a 35 m de largura e 9 m de calado; plataformas exclusivas de embarque e desembarque de passageiros; instalações para a recepção e o atendimento do turista (registros de entrada e saída, alfândega etc., ou seja, funções similares às realizadas nos aeroportos); instalações para os agentes públicos ou privados relacionados ao turismo (estado, prefeituras, autoridades federais, agências de turismo etc.); instalações para a prestação de serviços de transportes dos turistas para visitas locais (táxis, ônibus, trens turísticos etc.); e instalações para os prestadores de serviços de limpeza e abastecimento de navios, tratamento e disposição de resíduos.

Assim como diversos portos do litoral brasileiro, o Porto de Paranaguá também possui projeto de construção de terminal de passageiros, porém, até hoje o projeto não foi construído. O interesse da cidade de Paranaguá em receber cruzeiros não é recente. Em 2007, Santos (2007, p. 36) ressaltou em sua pesquisa que o Porto de Paranaguá já estava fazendo grandes investimentos e contínuas reuniões com os órgãos competentes para entrar na rota dos cruzeiros no ano seguinte, porém só conseguiu mesmo em 2010.

### **Turismo Receptivo**

Segundo a OMT, o turismo receptivo caracteriza-se quando não-residentes são recebidos por um país de destino, do ponto de vista desse destino, bem como o conjunto de bens, serviços, infra-estrutura, atrativos, entre outros.

Promoção



Realização



No mercado de cruzeiros marítimos, o turismo receptivo é fundamental. Segundo Schweitzer e Sécca (2009, p.3) “o agente do turismo receptivo é a primeira ferramenta para o desenvolvimento do turismo de qualidade e através dele que é possível proporcionar a melhoria em escala das outras atividades”.

O turismo receptivo também está ligado aos conceitos de qualidade e hospitalidade. O SEBRAE-SP definiu o conceito de hospitalidade como o “conjunto de competências, serviços e infraestrutura destinado a receber bem os turistas, acolhendo-os com satisfação e servindo-os com excelência para recebê-los mais e sempre.

A preocupação em prestar serviços de qualidade, de acordo com decisões pessoais, surgiu há tempos (FRITSCH, 2000). De acordo com o SENAC (2000, p. 15)

Bom padrão de qualidade representa alguma coisa bem-feita, bem concebida, bem projetada, bem elaborada, bem organizada, bem administrada, que atende às especificações, satisfazendo, assim, produtores, prestadores de serviços e clientes. Qualidade então, é a totalidade de características de alguém, ou de alguma coisa, que lhe confere a capacidade de atender a necessidades explícitas ou implícitas.

A qualidade na prestação de serviços se torna importante, pois é ela que vai garantir a satisfação do cliente e, posteriormente a satisfação da empresa. De acordo com Teixeira (1999, p. 83) “a qualidade dos bens e serviços gerados não é mais apenas aquela definida pela ótica de quem produz, mas fundamentalmente determinada pela percepção do cliente, o que, mesmo quando se refere à aquisição de bens, envolve o atendimento durante e após a venda.”

No ponto de vista empresarial, Fritsh (2000) ressalta que atualmente, muitos segmentos do mundo empresarial vêm enfrentando sérios desafios na busca da excelência em seus serviços, desenvolvendo atributos de valor para agregar adequação e diferenciação, através da qualidade, voltados às necessidades de seu público-alvo.

A mesma autora cita que

Promoção



Realização



O retorno de como o trabalho está sendo visto pelo cliente em termos de qualidade também poderá ser obtido através de formulários ou questionários em que podem ser solicitadas sugestões para melhorar a qualidade do desempenho na prestação dos serviços. Satisfazer as expectativas do cliente, ou mesmo superá-las garantirá a sua fidelidade, principalmente, se houver tratamento personalizado. (FRITSCH, 2000)

Desta forma, fica claro que é necessária uma preocupação constante com a qualidade na prestação de serviços, visto que a percepção dos consumidores é formada com base nas suas experiências e, a constante preocupação com a opinião dos consumidores leva a um grau de melhoria na prestação dos serviços, focado nas exigências dos mesmos.

### **Navio *Veendam* em Paranaguá e o ntrc**

No dia 22 de Março de 2010, o cruzeiro marítimo *Veendam*, da empresa *Holland America*, atracou no Porto de Paranaguá, localizado no município de Paranaguá, estado do Paraná, segundo dados da Agência de Notícias do Estado do Paraná, com 1.600 passageiros e 580 tripulantes, caracterizando-se como o primeiro cruzeiro a atracar no local. O navio *Veendam* faz um cruzeiro de volta ao mundo com passageiros de diversas nacionalidades, sendo na sua maioria norte-americanos, alemães e holandeses. O navio veio de Punta Del Este, no Uruguai e após a escala em Paranaguá seguiu para outros destinos na costa brasileira.

Para organizar o receptivo dos turistas, houve uma grande articulação entre as iniciativas públicas e privadas da região e do estado como a Secretaria de Estado do Turismo, Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina, Associação Industrial e Comercial de Paranaguá, Fundação de Turismo de Paranaguá, Prefeitura de Paranaguá, Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba, Receita Federal, Polícia Federal, Agência

Nacional de Vigilância Sanitária, Agência Marítima Transgolf, Fundação Cultural de Paranaguá, Banco do Brasil, Abrasel Litoral e Adetur Litoral, entre outros.

Em matéria sobre o navio publicada no dia 23 de Março de 2010 no Jornal Gazeta do Povo, o presidente da Fundação de Turismo de Paranaguá, Luis Fernando Gaspari ressaltou que esta “operação envolveu mais de 150 pessoas, entre agências de viagens, taxistas, empresas de aluguel de barcos e guias turísticos”.

Diante da carência de investimentos turísticos destinados a adequação dos portos para receber este mercado promissor, esta articulação firmou-se como o primeiro resultado concreto para tornar o litoral do Estado do Paraná um destino interessante e presente na rota dos cruzeiros que navegam pela costa brasileira.

Cerca de 450 passageiros compraram passeios que foram oferecidos a bordo pela Casa do Turista, uma das principais operadoras de receptivo para cruzeiros marítimos no Sul do Brasil, e Calango Expedições, operadora oficial de turismo do navio. Esta última é uma operadora de turismo receptivo de pequeno porte localizada em Morretes, município próximo a cidade litorânea de Paranaguá. Os passeios vendidos a bordo esgotaram-se e, para atender os passageiros que estavam sem passeios comprados, o NTRC foi chamado para operacionalizar e executar os serviços de receptivo e, também atender esta parcela de passageiros interessados em conhecer a região.

Fundado em julho de 2008, o NTRC é um grupo de agências e pequenas operadoras de diferentes perfis, do setor de Turismo Receptivo em Curitiba. O Núcleo de Turismo Receptivo recebe apoio e incentivo do SEBRAE para melhorar e articular o setor de turismo receptivo de todo Estado do Paraná.

Atualmente, nove empresas o compõem: Abbatur, BWT, Gondwana, Kallisté, MMS, Onetur, Personal Brasil, Sermann e Special Paraná Turismo & Eventos. No entanto, apenas Abbatur, Gondwana, Kallisté, MMS, Sermann e Special Paraná Turismo & Eventos participaram dos serviços de receptivo ao navio.

## METODOLOGIA

Para a investigação da qualidade dos serviços turísticos de receptivo prestados aos passageiros do navio *Veendam*, o primeiro cruzeiro a atracar no estado do Paraná, a pesquisa foi de caráter exploratório e descritivo.

A pesquisa de caráter exploratório, segundo Popper (1974) têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e ainda modificar conceitos e idéias, com o intuito de formular hipóteses pesquisáveis para estudos futuros. Para isto, foi realizada a técnica bibliográfica, utilizada na primeira etapa, com o intuito de adquirir fundamento teórico ou ainda para justificar os limites e contribuições adquiridas com a pesquisa.

Utilizou-se também o método descritivo para analisar, quantificar e identificar a qualidade dos serviços de receptivo prestados aos passageiros do navio. As técnicas utilizadas para tal foram o levantamento e a observação participante, visto que os autores por serem estagiários da Special Paraná Turismo & Eventos, uma das empresas participantes da operação, estavam presentes e trabalharam no receptivo.

A pesquisa constituiu-se em quatro etapas, iniciando-se pela pesquisa bibliográfica. Na segunda etapa foi realizada uma entrevista pessoal de caráter estruturada informal com Bibiana Antoniacomi Schappel, diretora da Special Paraná Turismo & Eventos e também colaboradora do Núcleo de Trismo Receptivo de Curitiba para obter mais informações a respeito do planejamento, organização, gestão e operacionalização dos serviços de receptivo ao navio *Veendam*.

Na terceira etapa, os pesquisadores se dividiram entre dois locais, o Porto de Paranaguá e Praça 29 de Julho onde, respectivamente, um pesquisador ficou encarregado da recepção dos passageiros, auxiliando-os e fornecendo informações e coordenando a saída dos ônibus que os levariam até a Praça 29 de Julho; e outro que ficou responsável por fornecer informações e os procedimentos para os passeios dos turistas, nas tendas de apoio localizadas na Praça. Para tal, a coleta de dados

Promoção



Realização



apresentou-se como de observação não-estruturada, pois os participantes analisaram os fatores sem intervenção no ato da observação.

Na quarta etapa da pesquisa utilizou-se o levantamento, que consiste no processo de interrogação direta das pessoas, com o intuito de saber a opinião dos turistas sobre os passeios e os demais itens que compõem o serviço receptivo, como por exemplo: o guia turístico, o transporte e os preços pagos pelo serviço. O instrumento de coleta de dados utilizado foram os questionários que, de acordo com Dencker (1999, p. 146) tem como finalidade obter de forma sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada. O questionário foi composto por 10 perguntas fechadas e duas abertas. De acordo com Fox (1969) as perguntas fechadas ou estruturadas são aquelas onde o pesquisador formula a pergunta e oferece uma lista de respostas potenciais, exigindo que o participante escolha uma delas. Neste questionário foram abordadas questões relativas aos serviços prestados em geral e, sobre o *tour* realizado em específico, como questões sobre a estrutura do porto, serviços de reservas, opções de tours oferecidas, o ritmo do passeio e a qualidade do serviço como um todo.

Já as perguntas abertas ou livres com limites são definidas por Fox (1969) como aquelas em que os participantes podem desenvolver sua opinião livremente, porém com duração ou tamanho limitado. Desta forma, o questionário oferecia ao cliente espaço para fazer comentários e também destacar o que achou mais interessante durante o *tour* realizado. Foram aplicados setenta questionários ao final do passeio, dos quais vinte e seis questionários foram respondidos.

## ANÁLISES

### Análise dos serviços prestados no Porto de Paranaguá

De acordo com o BNDES (2000, p.4) “a maioria dos portos brasileiros não atende com eficiência operações básicas” e também não possui infra-estrutura adequada para receber cruzeiros marítimos, interferindo na prestação dos serviços de receptivo, que Cyrillo (2008) destaca que “atualmente ocorrem de forma improvisada”. Considerando esta realidade dos portos brasileiros, o Porto de Paranaguá e os serviços prestados aos passageiros não foram diferentes.

Alguns passageiros desembarcaram antes da tenda de apoio ser montada, causando dispersão, falta de organização e comunicação dos cinco membros da equipe diante dos inúmeros turistas. A equipe disposta no Porto era pequena e insuficiente para orientar os passageiros. Apenas três de seus integrantes falavam Inglês, fato que sobrecarregou e interferiu na qualidade dos serviços prestados.

A falta de comunicação quanto aos detalhes do traslado dos passageiros para o centro da cidade, que foi realizado por ônibus disponibilizados gratuitamente pela prefeitura de Paranaguá foi outro aspecto evidente. A equipe foi orientada apenas a acomodá-los nos ônibus rapidamente e informá-los sobre a estrutura montada na Praça 29 de Julho para servi-los

Apesar de todas as dificuldades, a equipe demonstrou profissionalismo e proatividade, evitando que os passageiros percebessem os desafios e rapidamente desenvolvendo a logística adequada para que os mesmos fossem transportados até o centro da cidade. Dois membros orientavam os turistas para acompanharem outro membro da equipe até a saída do porto, localizada a poucos metros do local. Na portaria, dois membros da equipe recepcionavam e informavam os passageiros sobre

os passeios oferecidos, auxiliavam e coordenavam o embarque e desembarque nos ônibus com a ajuda de outros dois policiais.

Durante a etapa de planejamento da operação, a Prefeitura de Paranaguá se prontificou a fornecer ônibus executivos para realizar o transporte regular e gratuito dos passageiros. Entretanto, o transporte foi realizado por ônibus do transporte público da cidade de Paranaguá.

A grande quantidade de turistas na portaria do Porto atrapalhou a entrada e saída de automóveis e também o embarque e desembarque dos passageiros no ônibus. Este problema se agravava quando os ônibus demoravam para retornar, deixando muitos turistas impacientes aguardando o transporte.

Foi possível perceber também a falta de treinamento e despreparo dos membros da equipe para responder perguntas e fornecer informações básicas sobre a cidade de Paranaguá, pois conheciam pouco sobre a cidade.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento e Comércio Exterior, o Porto de Paranaguá é o maior exportador de grãos da América Latina, com destaque para o escoamento de soja, grão com forte odor característico. No entanto, a limpeza do Porto de Paranaguá foi um dos aspectos elogiados pelos turistas.

### **Análise dos serviços prestados na Praça 29 de Julho**

Para receber os turistas do navio *Veendam* na Praça 29 de Julho, cerca de nove guias bilíngües trabalharam com outros 9 integrantes do NTRC e Fundação de Turismo de Paranaguá. Ocorreu uma grande disparidade entre o número de pessoas trabalhando no porto e na base da praça.

A base montada para dar apoio à comercialização de passeios contou com a quatro tendas dispostas lado a lado, com mesas e placas indicativas, banners com

imagens da região e descrição em inglês para facilitar a compreensão dos turistas e conseqüentemente em seu processo de decisão de compra.

Os *stands* ficaram localizados no extremo oposto ao da chegada dos ônibus na praça, diferente do que havia sido combinado com a prefeitura. No período de planejamento da ação ficou definido que o ponto de parada dos ônibus seria pela lateral da praça, de forma que os *stands* estariam totalmente visíveis. Esta alteração imprevista ocasionou dispersão de muitos turistas antes de terem a oportunidade de chegar aos *stands*.

As vendas funcionaram da seguinte maneira: a equipe abordava educadamente os passageiros, distribuindo folders e fornecendo informações sobre os passeios que estavam sendo oferecidos no local. Os passageiros que decidiam comprar algum dos passeios eram encaminhados até a mesa correspondente da venda para receber o *voucher*, e depois efetuavam o pagamento na mesa-caixa.

A falta de acesso a internet impossibilitou o pagamento dos passeios com cartão de crédito e via transações bancárias *online*. Nas barracas de artesanato local, pode-se perceber a mobilização dos artesãos da cidade e sua preocupação em atender aos turistas, colocando os valores dos produtos em reais e também sua equivalência em dólares.

No centro da praça foi montada uma tenda onde se realizaram manifestações artísticas durante grande parte do tempo. Entre as apresentações, capoeira, canto e a tradicional dança típica local, o Fandango, que encantou os turistas que por ali passaram. A importância dada às tradições e a valorização da cultura local ficou evidente, um aspecto interessante a ser passado para os turistas.

## Análise dos Questionários

Em uma amostra de setenta pessoas que compraram os passeios oferecidos pelo Núcleo de Turismo Receptivo de Curitiba, vinte e seis pessoas responderam os questionários *feedback* aplicados ao final do passeio.

As quatro primeiras perguntas deveriam ser respondidas com “sim” ou “não”, obtendo resultados parecidos pelos respondentes de todos os passeios. Quando questionados se estavam satisfeitos quanto à quantidade de atrativos visitados durante o tour realizado, 96% das pessoas responderam que sim. Sobre as opções de tours oferecidas, o mesmo número se manteve. A proporção anterior se manteve também quando a questão era referente aos preços cobrados pelos passeios, se eram considerados justos ou não. Todos disseram que sim, com exceção de um respondente, que opinou considerando-os caros. A última questão deste grupo revelou que maioria das pessoas, 62%, nunca tinha ouvido falar dos destinos comercializados.

As próximas cinco perguntas solicitavam a avaliação de fatores que envolviam o *tour* realizado, caracterizando-os como péssimo, ruim, bom ou ótimo. Estas questões disponibilizavam apenas quatro níveis de indicação, evitando o parâmetro ‘normal’ para fazer evitar a imparcialidade dos clientes e obter a percepção real da satisfação dos mesmos.

Sobre a estrutura do porto, 52% a consideraram boa, duas pessoas a classificaram como ruim e os outros 40% a acharam ótima. A pergunta sobre a estrutura de apoio referia-se a base montada na Praça 29 de Julho. A maioria, 76%, a considerou boa, e o restante avaliou como ótima. Quanto aos serviços de reservas, as avaliações ficaram divididas entre “bom” e “ótimo”. Sobre o transporte utilizado, 46% responderam que era bom, e os outros 54%, ótimo. Finalmente, sobre a avaliação do

passeio como um todo, 56% o mencionaram como ótimo, 40% como bom e apenas um respondente o considerou ruim, representando 4% dos respondentes.

O questionário ainda oferecia espaço para sugestões e comentários extras. Todos os passeios foram muito elogiados pelo cenário, autenticidade da história do local, o serviço dos guias e o fato de dominarem a língua inglesa, o número limitado de pessoas por grupo para realizar o tour.

## CONSIDERAÇÕES

Através do presente artigo, buscou-se analisar, de forma crítica, a prestação de serviços de receptivo prestados aos passageiros do Navio *Veendam*, o primeiro cruzeiro turístico a atracar no Estado do Paraná. Os tópicos foram abordados sob o olhar crítico do meio acadêmico visando identificar falhas, acertos, pontos negativos e positivos da operação.

É importante lembrar que não existiam experiências prévias similares à presente ação, dificultando sua organização e planejamento. Apesar das falhas identificadas durante a operação no Porto, é preciso considerar que parte dos problemas ocorreu devido à falta de infra-estrutura adequada para receber cruzeiros marítimos.

O objetivo central deste trabalho foi chamar a atenção dos órgãos públicos e privados, enfatizando a necessidade e a importância da construção de um terminal especializado no Porto de Paranaguá, permitindo a recepção de cruzeiros marítimos, a fim de conformar a cidade de Paranaguá como um destino turístico consolidado no mercado de cruzeiros que operam no litoral do Brasil.

Deste modo, através do planejamento e execução da atividade turística, tem-se uma excelente alternativa para promover o desenvolvimento econômico, social e cultural da cidade de Paranaguá e da região. A pesquisa visou também incentivar

outras regiões portuárias que possuem estrutura precária relacionada à recepção de cruzeiros marítimos.

## REFERÊNCIAS

ALBAN, M.. Cruzeiros Marítimos e Lazer Náutico: Novas Oportunidades e Desafios para o Turismo Baiano. *Revista Desenbahia*, Salvador, v. 1, n. 2, p.75-94, 01 mar. 2005.

AMARAL, R.. *Cruzeiros Marítimos*. Barueri: Editora Manole Ltda., 2002

BNDES. *Breve Panorama sobre o Mercado de Cruzeiros Marítimos*. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/get4is17.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/get4is17.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2010.

CYRILLO, M. W.. Políticas de planejamento turístico e ordenamento de território - a influência dos cruzeiros marítimos no espaço turístico de Porto Belo - SC. *Turismo & Sociedade*, Curitiba, v. 1, n. 2, p.117-132, 01 out. 2008.

DENCKER, A.F. M.. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura, 1999.

FOX, D.J.. *The research method in education*. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc, 1969.

FRITSCH, D. Z.. A importância da qualidade na prestação de serviços. *Revista de Educação Cogeime*, Porto Alegre, v. 17, n. 9, p.65-70, 01 dez. 2000. Disponível em: <[www.cogeime.org.br/download?arquivo=cap0717.pdf](http://www.cogeime.org.br/download?arquivo=cap0717.pdf)>. Acesso em: 26 abr. 2010.

FUJITA, D. M.. *Hospitalidade nos Cruzeiros Marítimos no Litoral Brasileiro*: Estudo de Caso da Companhia Costa Cruzeiro. 2005. 113 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2005. Disponível em: <

<http://dominiopublico.mec.gov.br/download/texto/cp001486.pdf> > Acesso em: 16 abr. 2010.

NOTÍCIAS, Agência de. **PORTO DE PARANAGUÁ RECEBE NAVIO DE PASSAGEIROS**. Disponível em:

<<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=55015&tit=PAUTA-DIA-22--07H--PORTO-DE-PARANAGUA-RECEBE-NAVIO-DE-PASSAGEIROS->>. Acesso em: 26 abr. 2010.

PALHARES, G. L.. *Transpores Turísticos*. São Paulo: Aleph, 2002

PARANÁ, Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do. **Porto de Paranaguá se consolida como maior exportador de grãos**. Disponível em: <<http://www.seab.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=2939>>. Acesso em: 26 abr. 2010.

PECCIOLI FILHO, Nilton Henrique. *A questão da Hospitalidade no Programa de Desenvolvimento do Turismo Receptivo do SEBRAE-SP*. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/PDTR%20e%20Hospitalidade.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2010.

POPPER, Karl. *A lógica da pesquisa científica*. São Paulo: Cultrix, 1974

POVO, Gazeta do. **Porto recebe 1.º grande navio de turistas**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=985457>>. Acesso em: 26 abr. 2010.

SANTOS, A. S. de. *Cruzeiros Marítimos no Brasil X A Infra-estrutura do Porto de Santos – SP*. 2007. 82f. Monografia (Especialista) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

SCHVEITZER, Ana Paula; SÉCCA, Flavia Deucher. ***Turismo Receptivo: uma engrenagem para o desenvolvimento do Turismo de Qualidade em Florianópolis: Estudo de Caso***  
*Projeto Guias Mirins.* Disponível em:  
<<http://www.ecatur.tur.br/docs/seminario/turismo-receptivo.pdf>>. Acesso em: 27  
abr. 2010.

SENAC. *Qualidade em prestação de serviços*. Rio de Janeiro: Editora Senac nacional,  
2000.

TEIXEIRA, E. L.. ***Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos***. Rio de Janeiro:  
Qualitymark, 1999.