

XXXVII SEMANA DO ECONOMISTA DA UEM

Novo arcabouço fiscal e seu impacto para a economia brasileira
ISBN 978-65-00-76079-8

OS IMPACTOS DA INDÚSTRIA 4.0 NO SETOR BANCÁRIO: UMA ANÁLISE TEÓRICA SOBRE O “BANCO 4.0”

Gabriel Pupulin Catarin¹
Arthur Gualberto Bacelar da Cruz Urpia²

ÁREA 4 – MICROECONOMIA, ECONOMIA DE EMPRESAS E ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL

RESUMO

As revoluções industriais se deram na história do mundo como processos que transformaram o sistema industrial, essas, por sua vez, trouxeram mudanças significativas nos meios de produção, totalmente influenciados pelas tecnologias de suas respectivas épocas. No atual momento, verifica-se a ocorrência da Quarta Revolução Industrial ou, como é mais comumente conhecida, Indústria 4.0, que não é definida por um conjunto de tecnologias emergentes, mas pela transição em direção a novos sistemas que foram construídos sobre a infraestrutura da revolução digital (SCHWAB, 2016). Um dos setores econômicos que já está sendo muito afetado com as transformações desta fase é o setor bancário. Nesse sentido, foi cunhado o termo “Banco 4.0” para tratar do processo de transformação da Industria 4.0 para os bancos. Diante disso, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os impactos da indústria 4.0 no setor bancário. Para tal, do ponto de vista metodológico, será realizado uma revisão sistemática de literatura a partir do método Systematic Search Flow (SSF), desenvolvido por Ferenhof e Fernandes (2016). Espera-se com a pesquisa identificar o estado da arte sobre o tema.

Palavras-chave: Indústria 4.0, setor bancário, inovação, revolução industrial, Banco 4.0.

Key-words: Industry 4.0, banking sector, inovation, industrial revolution, Bank 4.0.

Classificação JEL: O30, O32, O38.

Projeto institucional vinculado (não obrigatório) :

¹Aluno do curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Maringá. E-mail: ra113894@uem.br.

²Professor do curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Maringá. E-mail: agbcurpia@uem.br.

1 INTRODUÇÃO

Os processos de transformação do sistema industrial trouxeram mudanças significativas nos meios de produção, totalmente influenciados pelas tecnologias de suas respectivas épocas, como, por exemplo, o surgimento do tear mecânico, na Primeira Revolução Industrial, que culminou no surgimento das indústrias de tecido e de algodão, além do aprimoramento considerável das máquinas a vapor, o que aprimorou completamente a indústria do período na Inglaterra. (LASTRES; ALBAGLI, 2005). A Segunda Revolução Industrial, por sua vez, demonstrou uma industrialização constante em diversos países da Europa, dessa vez, a utilização de novos materiais foi implantada, como na utilização do aço, da energia elétrica, e diversos outros produtos e tecnologias que também revolucionaram a indústria (LASTRES, 1999).

A Terceira Revolução Industrial vem diminuindo gradativamente a importância dos recursos naturais ao utilizar técnicas de biotecnologia para produzir mais alimentos (IZERROUGENE; URPIA; ALMEIDA, 2010). A mesma demonstrou um desenvolvimento industrial avançado e constante, o qual teve grande influência no processo de globalização, assim, avançando o modelo capitalista e propagando empresas multinacionais. Tal revolução se dá por um alto investimento em novas tecnologias, sendo a principal delas, a informática, que se mostra, após sua implementação, completamente crucial em todo o processo industrial e comercial, tornando-se uma tecnologia absoluta. A implantação e o avanço da informática são constantes desde o século XX, possibilitando o seu aprimoramento a todo tempo.

A Indústria 4.0, como é chamada, ou a Quarta Revolução Industrial, não é definida por um conjunto de tecnologias emergentes, mas pela transição em direção a novos sistemas que foram construídos sobre a infraestrutura da revolução digital (SCHWAB, 2016). A Indústria 4.0 se originou de importantes avanços tecnológicos: Internet das coisas; Realidade aumentada; Cybersegurança; Simulação; Robôs autônomos – Inteligência Artificial; Big Data; Nuvem. Os impactos provenientes da indústria 4.0 são amplos e perpassam toda a economia. Também são observadas mudanças sociais e culturais de amplas proporções.

Entretanto, desta vez, como cita Schwab (2016), as mudanças são tão profundas que, na perspectiva da história humana, nunca houve um momento tão potencialmente promissor ou perigoso. A velocidade, a amplitude e o impacto sistêmico serão destaque no processo, visto a tecnologia atual, que permite com que tudo ocorra de maneira mais eficiente.

2 METODOLOGIA

Em relação à abordagem, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, que é aquela que possui relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito; procura perceber o vínculo entre o mundo objetivo e a subjetividade dos indivíduos que não pode ser resumida em números ou por meio de técnicas estatísticas (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010, p. 26).

Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória, uma vez que é um tipo de pesquisa realizada especialmente quando o tema é pouco explorado (GIL, 2008). Tem como objetivo familiarizar-se com o problema, tornando este explícito. Além de levantamento bibliográfico, envolve a realização de entrevistas e análise de exemplos que possam estimular a compreensão (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010).

O levantamento bibliográfico será realizado via uma revisão sistemática de literatura, adotando-se o método Systematic Search Flow (SSF), desenvolvido por Ferenhof e Fernandes (2016). O método SSF tem como intuito sistematizar o processo de busca à base de dados científicas, possibilitando que seja utilizado em revisões sistemáticas e integrativas. Para tal será definido um protocolo da pesquisa, abrangendo a elaboração de um conjunto de regras e parâmetros de configuração do processo de pesquisa, determinando as características de acordo com a sua necessidade.

Em seguida será realizada a consulta nas bases de dados científicas, como a CAPES, SCIELO, DIMENSIONS, SCOPUS e WEB OF SCIENCE.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diversas empresas atualmente já se destacam por inovações e formas de trabalhar que, apesar da alta popularidade, em um passado não tão distante, eram inimagináveis. Como um dos maiores exemplos, pode-se citar a Uber, empresa que conecta passageiros com motoristas, que é vista atualmente como uma das maiores empresas no ramo de transportes. Esta empresa, após surgir como um simples aplicativo que buscava trazer uma alternativa ao cliente dos usais taxis, obteve um crescimento expressivo por conta de preços mais justos, por proporcionar maior poder de escolha ao cliente e maior praticidade.

Quando se volta a atenção para o setor bancário, nas últimas décadas, viu-se que as agências deixaram de ser o único canal disponível para ter um atendimento bancário. Hoje é possível ter acesso aos serviços das instituições financeiras de variadas formas, presencialmente ou não. Com o avanço da tecnologia, os bancos foram implementando esse avanço aos seus

produtos e serviços, porém quase sem variar estes produtos. Com a chegada do Banco 4.0, o que pode ser visto é uma revolução na oferta de produtos bancários em vista do avanço tecnológico.

Nas últimas décadas, viu-se que as agências bancárias deixaram de ser o único canal disponível para ter um atendimento bancário. Hoje é possível ter acesso aos serviços das instituições financeiras de variadas formas, presencialmente ou não. Com o avanço da tecnologia os bancos foram implementando esse avanço aos seus produtos e serviços, porém quase sem variar estes produtos. Com a chegada do Banco 4.0, o que pode ser visto é uma revolução na oferta de produtos bancários em vista do avanço tecnológico

Uma das grandes inovações relacionadas ao Banco 4.0, são as Fintechs, que são startups ou empresas que comercializam produtos de forma totalmente digital. Com elas o cliente tem de forma prática quase todos os componentes e produtos de um banco tradicional sem ao menos sequer ir até uma agência bancária. Essas empresas geralmente não possuem pontos de atendimentos presenciais e estão se tornando cada vez mais populares, principalmente entre a população mais jovem.

O Banco 4.0 está sendo e será um marco na história do capitalismo, uma vez que irá transformar totalmente o modo de operação das instituições financeiras, assim como o relacionamento e o atendimento aos seus clientes.

4 CONCLUSÃO

Baseando-se principalmente nas contribuições schumpeterianas , observa-se no trabalho como as inovações da Industria 4.0 têm afetado o setor bancário, trazendo mudanças significantes no *modus operandi* das instituições financeiras, no mercado, na sua relação com os clientes, na experiência do cliente e seus respectivos negócios.

5 REFERÊNCIAS

AMARAL, L. M. **Economia Tech**: da Indústria à Sociedade da Informação e do Conhecimento. Editora: Booknomic, 2010.

BRETT, King. Bank 4.0: **Banking Everywhere, Never at a Bank**. Estados Unidos da América: Marshall Cavendish International (Asia) Pte. Ltd, 2019.

para redação científica: método SSF. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, SC, v. 21, n. 3, p. 550-563, ago./nov., 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. IZERROUGENE, B; URPIA, A. B. da C; ALMEIDA, I. F. G. de. A lógica da acumulação capitalista na economia informacional. **Liinc em Revista**, v.6, n.1, Rio de Janeiro, p.72-88, 2010.

KAUARK, Fabiana. MANHÃES, Fernanda Castro. MEDEIROS, Carlos Henrique. Metodologia da pesquisa: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010. LASTRES, H. M. M. Informação e Conhecimento na nova ordem mundial. **Revista Ciência da Informação**. v. 28, n. 1, 1999.

LASTRES, H. M. M.; ALBAGLI, S. **Conhecimento, Sistemas de Inovação e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

LASTRES, H. M. M.; ALBAGLI, S. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LASTRES, H.; ALBAGLI (Org.) **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SCHWAB, K. **A Quarta Revolução Industrial**. São Paulo: Edipro, 2016. SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

SERRANO, P. H. S. M.; BALDANZA, R. F. **Tecnologias disruptivas**: o caso Uber. João Pessoa, 2017.

STEWART, Thomas. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

**A FORMAÇÃO DE PREÇO EM PRODUTOS DA
ECONOMIA SOLIDÁRIA: EXPERIÊNCIAS NA FEIRA DO
CAMPUS SEDE**

RAFAELLA PINATTO RICCI¹

LARISSA DE SOUZA MENDONÇA²

MARA LUCY CASTILHO³

ÁREA: Microeconomia, Economia de Empresas e Organização Industrial

RESUMO

Considerando as feiras como espaços de comercialização, convivência e trocas culturais, a Incubadora Unitrabalho/UEM, através do projeto “Quitutes e Belezuras”, promove a feira de Economia Solidária no campus sede. Atendendo a necessidade de integralização de unidade curricular extensionista, o projeto propiciou aos estudantes do curso de Ciências Econômicas uma ação específica, já identificada anteriormente. Trata-se da precificação de produtos comercializados na feira. Desta forma, o presente trabalho tem por objetivo relatar esta ação iniciada em julho/2023 e previsão de término em outubro/2023. Até o momento foi possível selecionar os empreendimentos participantes e iniciar a coleta de informações, sobretudo dos custos explícitos. O próximo passo será quantificar os custos implícitos de cada produtor a fim de encontrar o preço justo de cada produto.

Palavras-chave: precificação, empreendimentos econômicos solidários, extensão.

Classificação JEL: D24

Projeto institucional vinculado: Quitutes & Belezuras - a identidade cultural regional refletida na alimentação e no artesanato

¹ Graduanda do curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Maringá - UEM, e bolsista USF/SETI.

² Graduanda do curso de Ciências Econômicas - Universidade Estadual de Maringá - UEM.

³ Docente Associada do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá - UEM.

1 CARACTERIZAÇÃO

Segundo Dias (2009, p. 9) “A economia solidária busca não só atenuar as desigualdades sociais, mas, igualmente, abrir novas perspectivas e caminhos para outro olhar sobre a compreensão que se tem da economia”. Seguindo esse entendimento, o projeto de extensão “Quitutes & Belezuras - a identidade cultural regional refletida na alimentação e no artesanato”, tem como objetivo fortalecer, consolidar e ampliar a feira de Economia Solidária realizada no campus sede da Universidade Estadual de Maringá. O projeto está diretamente vinculado ao Programa Multidisciplinar de Estudos e Pesquisas do Trabalho e dos Movimentos Sociais - Incubadora Unitrabalho/UEM e baseia-se nos princípios da Economia Solidária, tais como: autogestão, democracia, cooperação, centralidade do ser humano, valorização da diversidade, emancipação, valorização do saber local, valorização da aprendizagem, justiça social na produção e cuidado com o meio ambiente (FBES, 2005).

A feira é composta por Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) ou grupos informais, que atuam com artesanato e alimentação na região e comercializam uma grande variedade de produtos, tais como, crochê, verduras, alimentos de consumo imediato entre outros. É relevante mencionar que artesanato e alimentação são conceituados por Cascudo (2001), como manifestações folclóricas que abordam questões importantes sobre suas dinâmicas, demonstrando que essa dimensão cultural representa tradições de uma comunidade. Ruschmann (1998) defende o respeito ao modo de vida das populações receptoras de turismo e o aproveitamento turístico das manifestações culturais. Nesta direção, Schutler (2003) e Freyre (2003) relacionam os saberes alimentação, artesanato e cultura.

Além disso, a feira oportuniza aos visitantes apreciar espetáculos de dança e música, clube de trocas, rodas de conversa e exposição de artes, garantindo acesso gratuito ao lazer e à cultura e, ao mesmo tempo, assegurando um local no campus universitário que permita aos apreciadores das artes e da cultura, adquirirem alimentos (quitutes) e artesanatos (belezuras) de forma organizada e apropriada ao conhecimento cultural compartilhado, como forma da preservação dos hábitos, usos e costumes. A feira é organizada todas as terças-feiras na antiga passarela principal, próximo ao bloco 06 e obedece a um cronograma previamente definido para cada semestre letivo, visando não prejudicar as atividades inerentes ao ensino, à pesquisa e à extensão.

2 O PROBLEMA

Uma das dificuldades encontradas por alguns feirantes do projeto é a precificação de seus produtos, haja vista que na maioria das vezes estabelecem o preço sem muito rigor,

desconsiderando custos importantes. Nessa perspectiva, uma ação específica foi trabalhar estes conceitos, bem como auxiliar os interessados em conhecer todos os custos que compõem o produto, a fim de se encontrar seu preço justo.

3 METODOLOGIA

Partindo dos princípios da educação popular de Paulo Freire (1989), o processo iniciou com a escuta qualificada dos participantes, com o propósito da troca de experiências e, sobretudo, o respeito ao saber dos interessados na atividade. Embora trabalhar com a precificação possa representar algo técnico e distante do conhecimento destas pessoas, torna-se relevante a participação em todo o processo, a fim de evitar soluções exteriorizadas e pré-estabelecidas, ou seja, a construção do conhecimento de forma coletiva.

A compilação das informações será em planilhas específicas e individuais para que cada produtor consiga se identificar com os insumos utilizados e possa reproduzir os conhecimentos para os demais bens que comercializa, assim como partilhar com outros empreendimentos.

4 RESULTADOS PARCIAIS

O processo de precificação tem como característica atribuir um valor de custo ao produto, levando em consideração também os custos indiretos. Consiste na junção de todos os custos de produção aos produtos, de forma direta ou indireta a fim de configurar um preço justo. Oliveira, Araújo e Santos (2008, p. 215-216) identificam o preço justo como aquele que é “mutuamente acertado entre os produtores e compradores, que implique em uma renda que assegure as condições de vida dos produtores e que cubra o custo da produção sustentável”.

Com isso, ao colocar esse processo em prática, o primeiro passo foi conhecer a feira de Economia Solidária e estabelecer os primeiros contatos com os feirantes no intuito de conhecê-los, assim como seus empreendimentos, produtos e o processo produtivo de cada um. A partir disso foi possível identificar suas necessidades e dificuldades quanto à formação dos preços de seus produtos. Após esse primeiro contato, apenas cinco feirantes demonstraram interesse nesta atividade, elencando apenas um produto de cada empreendimento, quais sejam: incensos naturais, mel, pão de mel, bolsa de crochê e mini quadros pirografados, conforme pode-se visualizar na Figura 1.

Figura 1 - Empreendimentos participantes da Feira de Economia Solidária da UEM



Fonte: Arquivos da Incubadora Unitrabalho/UEM.

Na sequência foi estabelecido diálogo de caráter informal e sem um roteiro rígido para a coleta de informações sobre os produtos, tais como, o valor atual do produto, tamanho/peso, ingredientes, quantidade produzida e embalagem. A partir disso elaborou-se a relação dos custos explícitos.

O levantamento dessas informações gera algumas respostas imediatas, como o fato de que a maioria das pessoas só sabe relatar os custos explícitos de seu produto, ou seja, aquilo que é visível (como os ingredientes de um alimento, por exemplo), e outras ainda têm dificuldades nesta mesma categoria.

A próxima etapa será o levantamento dos custos implícitos que apesar de “indiferentes” para eles, alteram no custo final. Além disso, estabelecer valor para a mão de obra não é tarefa fácil para estes produtores, uma vez que subestimam seu trabalho de forma corriqueira, embora seja essencial na execução de produtos artesanais. Lidar com o valor do trabalho será um grande desafio, a partir da visão dos próprios trabalhadores, mas, espera-se obter bom resultado.

Estima-se finalizar esta ação até o mês de outubro do corrente ano, cumprindo a previsão de atividades proposta como Unidade Curricular Extensionista do referido projeto.

5 REFERÊNCIAS

CASCUDO, Luis da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro.** 10º. Ed. São Paulo: Editora Global, 2001.

DIAS, T. F.; SOUZA, W. J. Idas e Vindas: Do Socialismo Utópico à Economia Solidária. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Gestão Social, 3, 2009, Juazeiro-Petrolina. **Anais...** Juazeiro-Petrolina: UNIVASF, 2009.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (FBES). **Carta de princípios da Economia Solidária.** III Plenária Nacional de Economia Solidária, 2005. Disponível em: <https://fbes.org.br/2005/05/02/carta-de-principios-da-economia-solidaria/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

FREYRE, G. **Casa grande e senzala:** formação da família brasileira sobre o regime da economia patriarcal. São Paulo: Global, 2003.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler:** em três artigos que se completam. 23.ed. São Paulo. Autores Associados: Cortez, 1989.

OLIVEIRA, R. F.; ARAÚJO, U. P.; SANTOS, A. C. Efeito do *Fair Trade* na Cooperativa de Agricultores Familiares de Café de Poço Fundo, MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 10, n. 2, p.211-225, ago.2008

RUSCHMANN, D. V. M. A ética nos serviços ecoturísticos. **Turismo - Visão e Ação**, v.1, n.1, p.09-17, jan./jun.1998.

SCHLUTER, Regina. **Gastronomia e turismo.** São Paulo: Aleph, 2003.

ANÁLISE DO TURISMO DE CURTO PRAZO NO NOROESTE PARANAENSE E PROXIMIDADES

Inara Dell' Arciprete Vendramini¹, João Pedro Martins Peres Damaceno², Carlândia

Brito Santos Fernandes³

Área: 4

RESUMO

O objetivo desta pesquisa consiste em compreender o mercado turístico abrangendo até 400 km a partir da região de Maringá, com foco nas viagens de um dia. A metodologia adotada compreendeu a análise das empresas concorrentes atuantes nesse segmento, o mapeamento dos pontos turísticos relevantes e um estudo da demanda de mercado. Os resultados obtidos indicam a preponderância do ecoturismo nas proximidades e a presença de oportunidades para empreendimentos nesse ramo.

Palavra-chave: Turismo, Estudo de mercado;

Key-Words: Tourism, Market Research;

Classificação JEL: R10, Z30

Projeto institucional vinculado (Empresa Júnior de Economia da UEM 6328/2017)

¹ UEM, ra128209@uem.br

² UEM, ra128814@uem.br

³ UEM, cbsfernandes2@uem.br

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como base uma pesquisa de mercado que foi realizada em 2023 pela empresa júnior de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Maringá, a Tática Consultoria. A pesquisa de mercado foi desenvolvida com o objetivo de entender o setor de turismo de Maringá-PR e região e se limitou a um raio de 400 Km, indo de Maringá até Brasilândia-MS ao norte, Maringá até Guarapuava-PR ao sul, Maringá até Ribeirão Claro-PR ao leste e Maringá à Guaíra-PR ao oeste. Além disso, a pesquisa incluiu um estudo dos concorrentes nesse ramo do turismo, levantamento dos pontos turísticos e, por último, verificação da demanda no mercado.

O turismo é uma atividade econômica de extrema importância, que pode desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento de determinadas regiões, além disso, o turismo doméstico pode ser considerado um importante canal para gerar uma alocação mais eficiente de recursos e reduzir a desigualdade entre as regiões do Brasil (Cabugueira, 2005; Haddad, Porsee e Rabahy, 2013). Após o fim da pandemia de COVID-19, e com o aumento da procura por atividades relacionadas ao turismo, o setor estava com alta expectativa, gerando oportunidades de negócios no setor.

Assim, o objetivo da pesquisa de mercado foi entender a concorrência e a demanda para o serviço de turismo na região de Maringá, buscando compreender as preferências do público-alvo e suas expectativas. Com base nesse relatório, será possível fornecer informações para aprimorar a oferta de serviços turísticos na região, a fim de proporcionar experiências mais satisfatórias e atrativas.

2 METODOLOGIA

A realização dessa pesquisa se deu em 3 etapas. A primeira consistia na análise da concorrência de agências de turismo no nicho de viagens de curta duração. Em seguida, foi listado e mapeado pontos turísticos dentro do limite estabelecido de distância. E, por último, foi investigado como era a demanda para serviços desses roteiros turísticos.

Ao consultar dados da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (Acim), verificou-se pouca concorrência no ramo de turismo de curto prazo e que nenhuma empresa de grande porte domina esse mercado. Além disso, grande parte dessas empresas maringaenses concentram-se no ecoturismo. Por meio de dados da Secretaria de Turismo do

Paraná e do Instituto Água e Terra (IAT), foi reunido os principais locais e atividades mais visitadas da região noroeste do Paraná e proximidades, como: parques aquáticos, reservas, festividades, igrejas, morros, etc. Após perceber-se que a maior parte das atividades turísticas eram de matriz natural, foi estudado a demanda para esse tipo de roteiro.

3 RESULTADOS

A análise da demanda do setor indicou que o uso de cronogramas estratégicos provou sua eficácia. Ao planejar destinos por temporada, os viajantes podem se organizar com antecedência. Promoções mais próximas das datas de embarque aumentam a ocupação e reduzem vacâncias e perdas.

Destinos bem escolhidos também têm dado certo. Priorizando locais de culto, áreas de compras, parques nacionais e celebrações locais, oferecendo uma variedade de experiências. Isso atrai uma clientela diversificada interessada em explorar novas possibilidades e culturas. Parcerias estratégicas melhoraram os serviços, é possível trabalhar com guias turísticos especializados em trilhas e destinos naturais, fornecendo informações especializadas e segurança. A cooperação com empresas de transporte locais aumenta a acessibilidade da rota. A colaboração com proprietários locais enriquece a experiência autêntica.

Os resultados iniciais do projeto são animadores, com um aumento significativo de interesse e engajamento com os roteiros turísticos, em linha com as expectativas dos clientes. O sucesso inicial motiva a melhoria contínua e a exploração de novas oportunidades. A organização está empenhada em manter a excelência de suas rotas, buscando o crescimento sustentável.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste artigo consistiu em entender o setor de turismo de Maringá-PR e região. Com esse propósito, procedemos à pesquisa em um raio de 400 Km englobando uma análise dos competidores nesse segmento turístico, levantamento das atrações turísticas e, por derradeiro, averiguação da procura no mercado. Os desfechos da investigação de mercado destinada a Maringá e localidades circunvizinhas sugerem que a rivalidade no ramo se encontra em patamar reduzido, e que a demanda revela-se considerável por serviços no segmento de turismo, que ainda não foi totalmente utilizada. Portanto, é factível afirmar que existe margem para a expansão das operações turísticas em Maringá e proximidades.

5 REFERÊNCIAS

CABUGUEIRA, Artur. A importância econômica do turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 2, n. 2, p. 97-104, 2005.

HADDAD, Eduardo Amaral; PORSSE, Alexandre Alves; RABAHY, Wilson. Domestic tourism and regional inequality in Brazil. **Tourism Economics**, v. 19, n. 1, p. 173-186, 2013

SECRETARIA DO TURISMO DO PARANÁ. **Secretaria do Turismo:** Governo do Estado do Paraná, [s.d.]. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.turismo.pr.gov.br/>>. Acesso em: 31 de mar. de 2023.

INSTITUTO ÁGUA E TERRA. **IAT:** Instituto Água e Terra, [s.d.]. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.iat.pr.gov.br/>>. Acesso em: 31 de mar. de 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sebrae:** Portal Sebrae, © 2021. Como montar uma empresa de turismo ecológico. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-empresa-de-turismo-ecologico.bac87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>> Acesso em: 31 de mar. de 2023.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ. **ACIM:** A casa do Empreendedor em Maringá, [s.d.]. Página Inicial. Disponível em:<<https://www.acim.com.br/>> Acesso em: 31 de mar. de 2023.