

Mudanças na hotelaria curitibana de 1966 à 2008

Simone Eloisa Villanueva de Castro Ramos¹
José Manoel Gandara²

Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE
Universidade Federal do Paraná - UFPR

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar a hotelaria curitibana de forma histórica e identificar como dois momentos de industrialização da cidade afetaram a hotelaria. No ano de 1973, ocorre a criação da Cidade Industrial de Curitiba (CIC) e no ano de 1995, a instalação das montadoras automobilísticas na Região Metropolitana de Curitiba. Foi aplicada a abordagem metodológica descritivo-analítica e a revisão de literatura / discussão conceitual, assim como os dados foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica, e também a partir dos Guias 4 Rodas, publicados de 1966 a 2008. Para se identificar as mudanças na hotelaria de Curitiba durante o período proposto, os dados foram tratados no programa estatístico SPSS. Verificou-se que a criação da CIC alterou a característica dos hotéis em seu espaço interno como, por exemplo, passou a ofertar salas de eventos entre outras características bem como a oferta em diversas áreas da cidade.

Palavras-chave: Hotelaria, Industrialização, Transformação, Curitiba.

Abstract: The objective of this study is to analyze Curitiba's lodging in two historic moments and identify how industrialization affected the hospitality of the city. In the year 1973, the creation of the Industrial City of Curitiba (CIC) and in 1995, the installation of the automakers plants in the Metropolitan Region of Curitiba. Methodological approach applied was the descriptive-analytic review of the literature / conceptual discussion, as well as the data were obtained by means of literature, but also from the Guia 4 Rodas, published from 1966 to 2008. To identify changes in hotels in Curitiba during the proposed period, the data were processed in statistical program SPSS. It was found that the creation of the CIC changed characteristic of hotels in its internal space, for example, offering meeting rooms among other characteristics.

¹ Gradou-se em Economia pela Universidade Mackenzie e em Turismo pela Universidade Tuiuti do Paraná, se especializou em Marketing Avançado pela FAE/CDE, mestrado em Administração em Turismo e Hotelaria pela Universidade de Extremadura - ES, doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. É professora e pesquisadora do curso de Turismo da Universidade do Oeste do Paraná ministrando aulas e orientando no curso de Graduação de Turismo- simoneramos@yahoo.com

² Graduou-se em Turismo pela UFPR, se especializou em Marketing Internacional pela SIOI de Roma e em Economia do Turismo pela Universidade Bocconi de Milão, fez Mestrado em Gestão do Turismo pela SSCTS de Milão e Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria. Realizou pós-doutorados em sustentabilidade, qualidade, marketing, recursos humanos, termalismo, planejamento e gestão de destinos turísticos e hotéis nas Universidades de Alicante, Las Palmas, Málaga, Valencia e Vigo, onde é professor, pesquisador e orientador convidado nos respectivos Mestrados e Doutorados em Turismo. É professor e pesquisador do Departamento de Turismo da UFPR, ministrando aulas e orientando no curso de Graduação de Turismo, na Especialização em Planejamento e Gestão do Turismo e no Mestrado e Doutorado em Geografia. Co-editor da CULTUR – Revista de Cultura e Turismo - jmggandara@yahoo.com

Keywords: Industrialization, Hotel, Transformation, Curitiba.

Introdução

Desde os primórdios da história da humanidade, a defesa, o poder e a atividade comercial são condições essenciais para o surgimento e crescimento das cidades. A atividade comercial foi a grande responsável pela distribuição de bens e serviços, inicialmente como atividade individual, evoluindo-se para coletiva, com a consciência desenvolvida de que a concentração de atividades num determinado local ofereceria diversas vantagens, inclusive com maior poder de atração dos consumidores.

A cidade de Curitiba é relevante para o estudo por seu porte, pela significância do crescimento da hotelaria ao longo do tempo e pela alteração do perfil econômico nos últimos 40 anos. Também sob o aspecto histórico industrial, tendo dois momentos marcantes: (1) em 1973, com a criação da Cidade Industrial de Curitiba (CIC); e (2) na segunda metade da década de 1990, em função da instalação de montadoras automobilísticas e da transferência de diversas empresas multinacionais para a cidade e seu entorno.

Dada a carência de dados confiáveis nas publicações oficiais brasileiras do segmento hoteleiro, o recorte adotado é o desenho longitudinal, que explora as relações entre as variáveis contextuais, de processo e de resultados (BOWDITCH & BUONO, 1992), uma vez que foi realizada a coleta de informações sobre a hotelaria da cidade de Curitiba pelo período de 42 anos (1966 a 2008).

Dessa forma, esse trabalho analisa a relação entre a evolução histórica e a dinâmica da localização histórico industrial da hotelaria na cidade de Curitiba, no período de 1966 a 2008. E a proposta é defender a ideia de que a criação da CIC não afetou a hotelaria enquanto equipamentos e serviços enquanto que a vinda das montadoras alterou este cenário. Essa reflexão é motivada pelo impacto do aumento do número de indústrias na demanda por serviços de hospedagem, constatada pela criação de novos empreendimentos hoteleiros e as mudanças nas necessidades dos clientes ao longo do tempo.

Curitiba e a industrialização

Curitiba é uma cidade que ocupa 435 km², contando com aproximadamente 1.600 mil habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aferidos no Censo de 2000.

Até meados do século XVIII, a região do planalto de Curitiba foi habitada por diferentes povos indígenas, principalmente guaranis e caingangues. A fixação dos colonizadores portugueses aconteceu a partir de 1649, quando Eleodoro Ébano Pereira, administrador de minas, organizou uma expedição a partir de Paranaguá, rumo ao planalto curitibano e verificou a existência de ouro no local (CURITIBA, Prefeitura Municipal, 2000). Mineradores e membros de bandeiras formaram a primeira população do povoado Nossa Senhora da Luz e Bom Jesus dos Pinhais a partir de 1654, tendo como ponto central a atual Praça Tiradentes (IPEA; USP; IPPUC, 2001).

Em 29 de março de 1693, o povoado recebe o predicado de Vila. Em 1698, é adotado oficialmente o nome Curitiba que significa “pinheiral” em Guarani ou “depressa vamos” na língua Caingangue, referindo-se a fuga do povo indígena do planalto curitibano (CURITIBA, Prefeitura Municipal, 2000: 12-13).

Com a visita do Ouvidor Rafael Pires Pardini em 1721, ocorre a mudança do nome da vila, bem como da rotina do povoado. Funcionário colonial sediado em São Paulo coube a Pardini detalhar as indicações que orientassem o crescimento da vila, bem como, fornecer instruções para o correto funcionamento das instituições municipais. Ele cria o Livro do Tombo, destinado a proceder os específicos registros, e lança uma série de determinações de ordem urbanística que regeriam o crescimento da cidade, além de delegar à Câmara a possibilidade de baixar normas à medida que se fizessem necessárias no futuro (GARCEZ, 2006).

A partir de 1731 teve início o transporte de mulas e gado entre Viamão (RS) e Sorocaba (SP), passando por Curitiba e gerando um novo ciclo de desenvolvimento econômico denominado tropeirismo. Por ser um dos pontos de passagem dos tropeiros muitos deles alugavam fazendas para a internada do gado, fazendo com que os fazendeiros fossem residir na vila se dedicando ao comércio para suprir as necessidades dos tropeiros. Devido a passagem das tropas, Portugal decidiu implantar um posto de cobrança de impostos no local.

Em 1973, o projeto da Cidade Industrial de Curitiba (CIC) define novas zonas funcionais na região oeste da capital, destinando-as ao trabalho, moradia e lazer. A área foi integrada entre si e à cidade por meio das vias “conectoras”, aos eixos estruturais da cidade (eixos compostos de três vias).

Iniciava-se então um processo de forte industrialização, também de projetos de grande porte, estabelecendo um quadro de uma economia diversificada e internacionalizada. O crescimento econômico foi acompanhado por um crescimento demográfico rápido, favorecendo principalmente a migração rural-urbana. Uma vez que, atualmente, 98% do território do município são ocupados, a cidade se expande fortemente em direção vertical, enfatizando paralelamente o fenômeno da metropolização, ou seja, um grande crescimento populacional dos municípios limítrofes (FREY, 1997; CURITIBA, Prefeitura Municipal, 2000).

Entre 1970 e 1980, a cidade cresceu 5,8% ao ano (SANTOS, 1996) e, de acordo com o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), entre 1996 e 2000, a cidade cresceu 1,83%, fatos que a colocam como uma cidade grande.

Curitiba buscando atrair um grande número de indústrias em 1973 cria a “Cidade Industrial de Curitiba” (CIC) que de acordo com Tavares (2005) foi o marco inicial do processo de industrialização da região metropolitana de Curitiba.

No final de 1995 a empresa francesa *Regie Nationale des Usines Renault* decide atuar em território brasileiro e São José dos Pinhais – RMC – é escolhida para a instalação de sua fábrica. Esse fato acabou por trazer a implantação de duas outras indústrias automobilísticas a Audi/Volkswagen e a Chrysler (que anos mais tarde encerrou suas atividades) e, como efeito cascata, dezenas de fornecedores indispensáveis a essas indústrias também acabaram se instalando nas proximidades.

O crescimento/desenvolvimento econômico de uma cidade envolve um aumento quantitativo de bens e serviços e qualitativo, em termos sociais. Indicadores, como por exemplo, a ampliação da oferta de serviços (atendimento odontológico e médico, serviços de transportes, disponibilidade de vagas nas escolas e telecomunicações) também é reflexo do desenvolvimento.

A internacionalização crescente dos serviços corporativos e comércio especializado em Curitiba, a partir de 1993, ocorrem de acordo com a afirmação de Castells (1999, p.439), para quem “os principais processos dominantes em nossa sociedade são

articulados em redes que ligam lugares diferentes e atribuem a cada um deles um papel e um peso em uma hierarquia de geração de riqueza, processamento de informação e poder, fazendo que isso, em última análise, condicione o destino de cada local”, lembrando que no caso de Curitiba, diferentemente de cidades localizadas em países desenvolvidos a internacionalização está relacionada diretamente com a chegada das montadoras automobilísticas.

Metodologia

As variáveis utilizadas no estudo incluem: (1) ano de inauguração, (2) categoria do hotel, (3) redes, (4) localização, (5) tamanho do hotel, (6) tipo de equipamentos instalados, (7) quantidade de equipamentos instalados, (8) tipo de serviços oferecidos, (9) quantidade de serviços oferecidos, (10) tipo de opções de lazer oferecidas, (11) quantidade de opções de lazer oferecidas, (12) tipo de áreas sociais disponíveis, (13) quantidade de áreas sociais disponíveis e (14) capacidade do salão de convenções.

O presente trabalho caracteriza-se como estudo descritivo-analítico, pois descreve as características de um fenômeno, mensurar um evento ou atividade ou estabelecer relações entre variáveis (RICHARDSON, 1999; HAIR Jr. et al, 2005), onde o pesquisador observa e descreve a realidade, mas as descrições científicas são tipicamente mais acuradas e precisas do que uma observação casual (BABBIE, 1998).

O trabalho em questão considerou os hotéis constantes do Guia 4 Rodas localizados na zona urbana de Curitiba. Aqueles situados fora da área urbana dessa cidade ou localizado em cidades vizinhas àquela não foram incluídos na base de dados.

O recorte adotado foi longitudinal (BABBIE, 1998), uma vez que o pesquisador coletou informações sobre hotéis localizados na cidade de Curitiba no período de 1966 a 2008, possibilitando o recorte de sessões em que podem ser visualizadas manifestações da entrada das indústrias na hotelaria curitibana.

A estratégia de pesquisa adotada é quantitativa, a perspectiva que a fundamenta é a de que todo fenômeno pode ser reduzido a indicadores empíricos que representam a verdade (SALE & BRAZIL, 2004). As fontes de documentação: livros, artigos, teses, dissertações, internet e o Guia 4 Rodas, possuem a vantagem de fornecer dados de

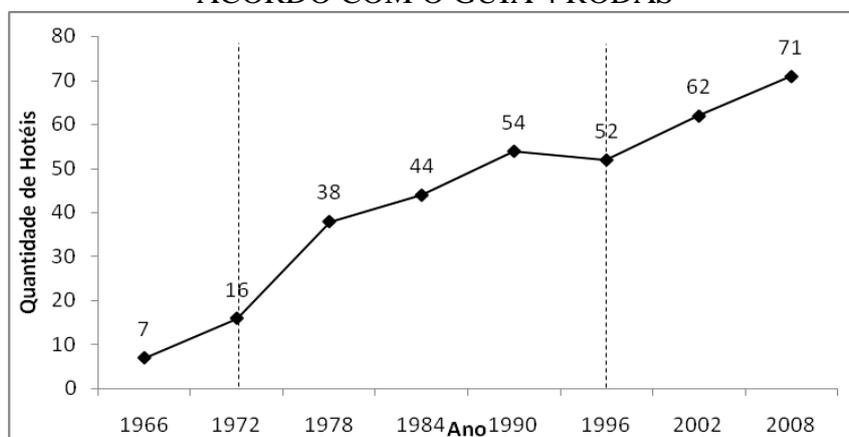
eventos passados, necessários para identificar mudanças na dinâmica geográfica da hotelaria, de acordo com a evolução histórica industrial da cidade de Curitiba.

Compreendendo a Evolução da Hotelaria Curitibana e os Possíveis Impactos da Industrialização

Apresentaremos a seguir os resultados obtidos com os dados constantes do Guia 4 Rodas, desde o ano de 1966. Para facilitar a leitura, foram definidos cortes temporais de seis anos, com vistas à melhor análise da hotelaria curitibana de acordo com sua evolução histórica.

Numa primeira análise, verificou-se que o número de hotéis na cidade de Curitiba é quase uma crescente (FIGURA 1), exceto o ano de 1996. No ano de 1966 constam no Guia um total de sete hotéis e, em 2008, 71 empreendimentos.

FIGURA 1 - CRESCIMENTO DA HOTELARIA CURITIBANA CONSTATANTE DE ACORDO COM O GUIA 4 RODAS



Fonte: Elaborado pelos autores.

Dois momentos na história de Curitiba foram analisados neste estudo: (a) inauguração da Cidade Industrial - CIC em 1973; (b) e instalação das montadoras em 1995.

Após 1972 verifica-se o crescimento de mais de 100% na quantidade de hotéis (FIGURA 1); nos períodos seguintes, o crescimento da hotelaria é uma constante com a industrialização da cidade há uma maior demanda quanto a quantidade de leitos, fato que fica evidente quando se verifica o ano de inauguração dos hotéis sendo o período de maior crescimento o de 1970 a 1979 (26,1%).

Verifica-se que os reflexos da entrada das montadoras automobilísticas em 1995 teve impacto na hotelaria devido ao fato que 21% do total de hotéis foram inaugurados no período de 1990 a 1999; essa tendência continua no período de 2000 a 2009, mas de forma menos acentuada, mostrando assim que em dois momentos o crescimento da hotelaria foi marcante, em 1972 e após a entrada das montadoras em 1995.

O ex-presidente Fernando Collor de Melo abriu o mercado nacional durante seu breve mandato e, segundo Caixeta (2002), entre os anos de 1998 a 2002 foram gastos, nacionalmente, aproximadamente seis bilhões de dólares na construção de hotéis, *resorts* e pousadas.

Esse fenômeno pode trazer o seguinte questionamento: o crescimento da hotelaria curitibana no período de 1990 a 2002 se deu pela abertura de mercado ou pela instalação das montadoras na Região Metropolitana de Curitiba? Por meio desse estudo se pode obter parte da resposta, tanto a abertura de mercado como a instalação das montadoras causaram impactos na cidade concomitantemente. Contudo, a infraestrutura que Curitiba e a Região Metropolitana dispunham à época e políticas de atração de indústrias, certamente contribuíram para a atração das montadoras.

O crescimento dos hotéis durante esse período em termos de localização por regional (

QUADRO 11) deu-se, em maior volume, na Regional Matriz, que incorpora os bairros do Centro, São Francisco, Bom Retiro, Centro Cívico, Cabral, Mercês, Bigorrihlo, Batel, Ahú, Jardim Social, Hugo Lange, Rebouças, Prado Velho, Alto da Rua XV, Cristo Rei, Alto da Glória e Jardim Botânico.

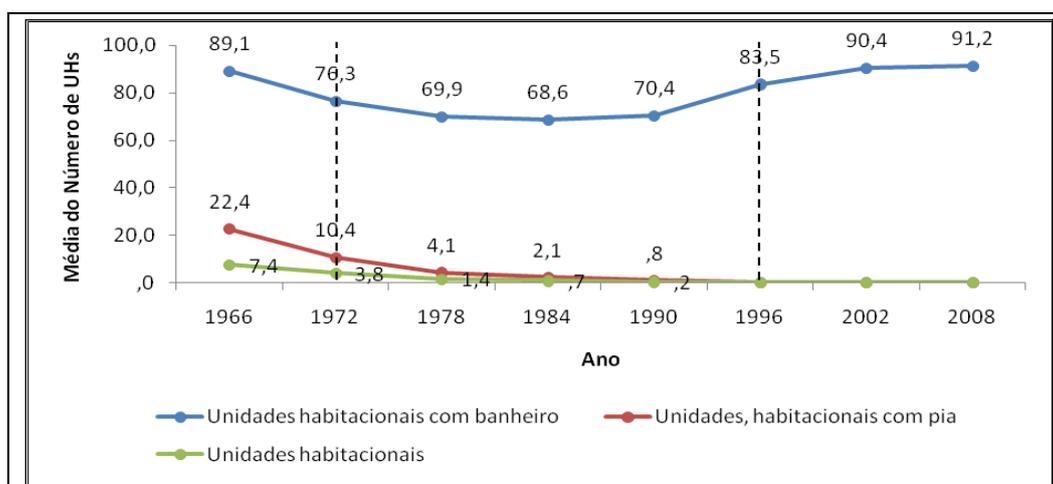
QUADRO 1 - CRESCIMENTO DA HOTELARIA DE ACORDO COM A REGIONAL DE CURITIBA

	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Centro	7	15	36	40	46	43	50	42
São Francisco	0	1	1	1	1	0	1	2
Centro cívico	0	0	0	0	1	0	2	3
Alto da glória	0	0	0	0	1	0	0	0
Alto da Rua XV	0	0	0	0	0	0	2	3
Rebouças	0	0	0	0	0	1	0	1
Água Verde	0	0	0	0	0	0	1	1
Batel	0	0	0	0	0	1	4	14
Bigorriho	0	0	0	0	0	0	0	2
Prado Velho	0	0	0	0	1	1	1	0
Portão	0	0	1	1	1	0	0	0
Campina do Siqueira	0	0	0	0	1	1	0	0
Bairro Alto	0	0	0	1	1	0	0	0
Santa Felicidade	0	0	0	0	0	0	0	1
Cidade Industrial de Curitiba	0	0	0	1	1	1	1	2

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quanto ao tamanho dos hotéis, a FIGURA 2 ilustra a média de unidades habitacionais dos hotéis, para cada ano considerado.

FIGURA 2 - MÉDIA DAS UNIDADES HABITACIONAIS POR TIPO



Fonte: Elaborado pela autora.

Os hotéis constantes no Guia inicialmente apresentavam variação no tipo das unidades habitacionais existindo: unidades habitacionais (UH) com banheiro, com/sem pia e aqueles que são apenas quartos (sem pia ou banheiro), denominados apenas de unidades habitacionais.

A partir de 1972 as unidades habitacionais com pia e os que são apenas quarto começaram a diminuir. Como exemplo, o Braz Hotel que em 1966 tinha 28 UH com banheiro, 77 com pia e 28 sem pia e sem banheiro, enquanto que em 1974, contava com 63 UH com banheiro, 35 com pia e 15 sem banheiro.

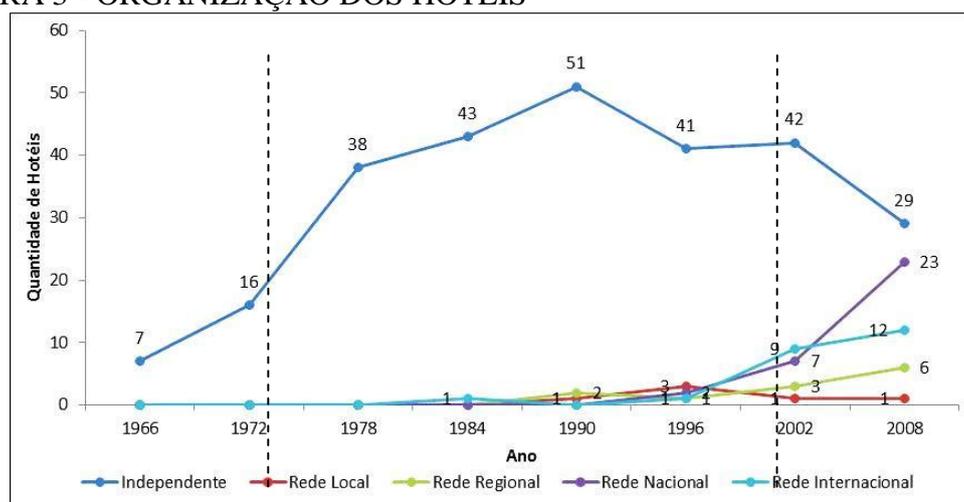
Esse é um reflexo das necessidades do novo perfil de hóspedes com a criação da CIC. Ao longo dos anos, os hotéis foram investindo nos banheiros privativos mesmo tendo que sacrificar parte de suas UH. Um exemplo é o Hotel Brasília que em 1979 contava com 28 UH com banheiro 23 com pia e 10 sem pia e sem banheiro; e que em 1995 passou a contar com 25 UH com banheiro privativo e 14 com pia, tendo acabado com todas as unidades habitacionais sem pia e sem banheiro. A partir de 1990, verifica-se que os tipos de habitação com/sem pia ou sem banheiro não configuram mais no Guia 4 Rodas, ou seja, todos os hotéis tinham apenas UH's com banheiros.

Quanto a mudança no mercado nacional hoteleiro, Mascarenhas (2004) afirma que a partir da década de 1990 verificou-se, nacionalmente, um crescimento das empresas hoteleiras estrangeiras, que incorporaram novos conceitos de gestão, baseados na hotelaria americana trazendo consigo o aquecimento no país das redes.

O hotel pode ser independente (de propriedade e administrado de forma familiar) ou ter bandeira de uma rede, essa diferença mostra o tipo de organização do mesmo. Neste trabalho o tipo de rede foi identificado por meio do *websites* das empresas e, em alguns casos, por telefone para se obter a alteração de status de local para regional, ou nacional, como é o caso da rede Bristol de Hotéis, cuja administração começou com apenas um hotel em Curitiba e ao longo de 10 anos se tornou uma das maiores redes hoteleiras nacionais.

Curitiba apresenta uma hotelaria predominantemente familiar, sendo o maior declínio nesse tipo de organização no período de 2002 a 2008 onde, de um lado há a queda de 42 hotéis independentes para 29 e, de outro, o aumento de sete para 23 hotéis de rede nacional (ver FIGURA 3).

FIGURA 3 - ORGANIZAÇÃO DOS HOTÉIS



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em 1984 constata-se o aparecimento de um hotel de rede internacional que era o Novotel – bandeira pertencente ao grupo francês Accor – localizado na Cidade

Industrial (atual Mabu Parque Resort). Esse empreendimento iniciou suas operações como independente (Hotel Bom Pastor) e posteriormente passou a levar a bandeira de rede.

Durante a análise verifica-se que a entrada das redes hoteleiras em Curitiba se dá com maior intensidade a partir da entrada das montadoras. Em 1986, não havia redes hoteleiras na cidade e, a partir de 1996, as redes começaram a ter maior presença na capital paranaense com 4% delas pertencendo a redes nacionais e 2% a redes internacionais e localizadas no bairro Centro, sendo mais um reflexo da instalação das montadoras na RMC.

Em 2002 esses números se alteram, passando as redes nacionais a representar 11,3% e as internacionais 14,6% do total dos hotéis constantes no Guia. No período seguinte, a presença de redes internacionais passa de 14,6% para 16,8% e as redes nacionais passam de 11,3% para 32,6% e observa-se a entrada de hotéis de redes nacionais na CIC (2,8%), reflexo do impacto da instalação das montadoras na hotelaria local.

Outras características dos hotéis que são relevantes para análise são equipamentos, serviços, áreas de lazer e social que estes disponibilizam aos hóspedes.

QUADRO 2 – NÚMERO DE HOTÉIS POR EQUIPAMENTO, NO PERÍODO DE 1966 A 2008

Equipamentos	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Telefone	6	14	34	41	54	48	62	70
TV	6	16	33	35	53	48	61	71
Ar-condicionado	0	1	12	20	27	34	54	68
Calefação	0	2	12	22	30	35	38	18
Geladeira	0	0	15	27	46	47	62	66
Cofre	0	0	0	10	16	14	33	51
Hidromassagem	0	0	0	0	0	0	1	1
Vídeocassete	0	0	0	1	7	0	0	0
Apartamentos para não-fumantes	0	0	0	0	0	7	36	61
TV cabo	0	0	0	0	0	0	0	70
Internet	0	0	0	0	0	0	0	68
Conexão wi-fi	0	0	0	0	0	0	0	37
Apartamentos para deficientes	0	0	0	0	0	0	0	38
Aparelho de DVD	0	0	0	0	0	0	0	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme o quadro 2, o item telefone pode ser considerado como equipamento existente em todos os empreendimentos, não importando a categoria do mesmo, ocorrendo quase que a mesma situação no item ar-condicionado.

Por outro lado, o item calefação registrou queda (de 38 hotéis em 2002 para 18 em 2008), o que pode ter sido devido a troca de equipamentos de ar-condicionado mais modernos que oferecem a possibilidade tanto de ar quente como ar frio em um único aparelho, contribuindo para melhoria e/ou investimento no conforto do hóspede.

No QUADRO 2 é interessante verificar a incorporação de novos equipamentos ao longo dos anos: geladeira e cofre não existiam no Guia nos três ou quatro primeiros intervalos de tempo, porém o aumento e/ou aparecimento de alguns itens após 1972 mostram o impacto da mudança do perfil da demanda pela criação da CIC.

Apartamento para não fumantes passam a constar como item após 1996, mesmo ano em que as exigências da matriz de classificação para a obtenção das estrelas, na época, do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), sofreram alterações significativas e todos os hotéis do país perderam suas identificações de estrelas e para obtê-las novamente teriam que realizar alterações nos empreendimentos.

A partir de 2008 é identificado o aparecimento de apartamento para deficientes, provavelmente adotado pelos hotéis não apenas para atender a matriz de classificação, mas também atender a demanda de mercado.

Em 2008 nota-se a entrada de novos itens como TV a cabo, internet, conexão WI-FI, e aparelho de DVD. Por meio desses dados, observa-se que a atualização dos equipamentos e a incorporação de novos itens tecnológicos é rápida e acarreta uma reação dos demais hotéis verificável nos períodos subsequentes.

QUADRO 3 - NÚMERO DE HOTÉIS POR ÁREA SOCIAL, NO PERÍODO DE 1966 A 2008

ÁREA SOCIAL	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Restaurante	3	6	16	23	37	43	58	58
Bar	6	12	25	32	41	36	44	52
Garagem e estacionamento	0	8	20	35	47	36	53	71
Sala de convenções	0	0	13	24	35	36	53	56
Sauna	0	0	3	3	7	14	4	35
Business center	0	0	0	0	0	0	29	43
Sala de imprensa	0	0	0	0	1	0	0	0
Ofuro	0	0	0	0	0	0	0	3
Total de hotéis no período	7	16	38	44	54	52	62	71

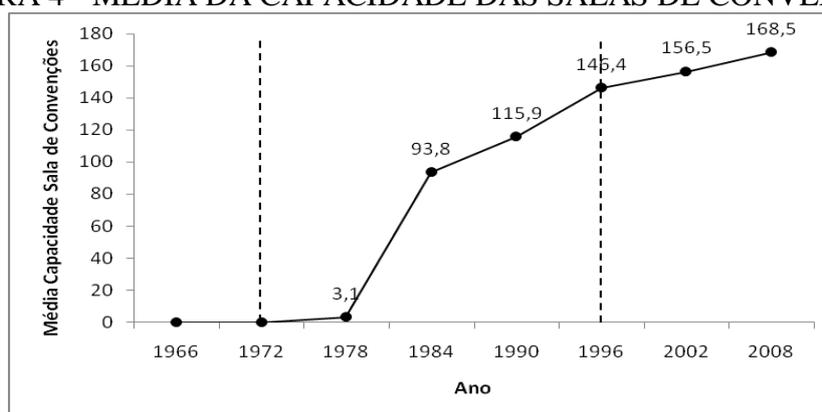
Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto à área social, verifica-se no QUADRO 3 que no primeiro ano do guia (1966) os hotéis contavam com restaurante e bar e, ao longo dos anos, constata-se um incremento na oferta de itens, tais como garagem e estacionamento que aparecem em 1972, sala de convenções e sauna em 1978.

Sala de Convenções aparece pela primeira vez no Guia no ano de 1977 em 12 hotéis e a sauna em 1973 no Hotel Lancaster e posteriormente no Hotel San Martin e no Araucária Palace. Esses itens se relacionam com o surgimento da Cidade Industrial de Curitiba como uma adaptação à demanda.

A capacidade da sala de convenções só passou a ser informada pelo Guia 4 Rodas a partir do ano de 1977. Em 1979, o Guia apresentava um total de 38 hotéis na cidade de Curitiba, sendo que 17 deles tinham sala de convenções e o maior espaço se encontra no Hotel Iguaçu Campestre com 380 lugares. O único hotel naquela época com capacidade semelhante era o Hotel Mabu (inaugurado em 1973), com 350 lugares.

FIGURA 4 - MÉDIA DA CAPACIDADE DAS SALAS DE CONVENÇÕES



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em 1984 verifica-se o reflexo da mudança nos hotéis. As salas de convenções tiveram suas capacidades aumentadas e passaram a ter, em média, 93,8 lugares (FIGURA 4), disponíveis em 24 dos 44 hotéis listados no Guia.

No segundo momento de análise desse trabalho – a instalação das montadoras na RMC – verifica-se o aumento médio de lugares nas salas de convenções sendo o Hotel Bourbon o empreendimento com a maior sala de convenções, com capacidade de 450 lugares.

Em 2001, com a inauguração do então Blue Tree (atual Radisson) e do Hotel Sheraton Four Points, as salas de convenções atingem o seu número máximo de lugares podendo atender, cada um desses hotéis, até 600 pessoas.

Para exemplificar a rápida adequação dos concorrentes, no período seguinte o Hotel Bourbon e Tower já era listado no Guia com 600 lugares em suas salas de convenções.

Quanto à área de lazer, nota-se pelo que em 1966 os hotéis de Curitiba não ofereciam nenhum tipo de lazer ao seu cliente. A piscina aparece de forma tímida em 1978, com dois hotéis oferecendo esse tipo de lazer e em 2008 perfaz 27 hotéis.

QUADRO 4 – NÚMERO DE HOTÉIS POR ÁREA DE LAZER, NO PERÍODO DE 1966 A 2008

ÁREA DE LAZER	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Piscina	0	0	2	5	10	16	25	27
Sala de jogos	0	0	0	6	2	1	0	0
Ginástica	0	1	1	0	0	4	29	43
Quadra de futebol	0	0	0	2	2	1	1	1
Playground	0	0	0	3	4	1	1	1
Tênis / Squash / Paddle	0	0	0	2	1	1	0	1
Quadra poliesportiva	0	0	0	2	2	0	1	1
Cavalos	0	0	0	1	1	0	0	0
Boate	0	0	0	1	1	0	0	0
Mini-golfe	0	0	0	1	1	0	0	0
Churrasqueira	0	0	0	0	3	0	0	0
Total de hotéis no período	7	16	38	44	54	52	62	71

Fonte: Elaborado pelos autores.

Interessante verificar que houve aumento na quantidade de piscinas e nas salas de ginástica, sendo esse o item com aumento mais significativo, aparecendo pela primeira

vez em 1972 e, em 2008 atinge 43 hotéis. Esses dois itens estão ligados à saúde, condição física e qualidade de vida, o que pode mostrar uma mudança comportamental na demanda.

QUADRO 5 – NÚMERO DE HOTÉIS POR EQUIPAMENTOS, NO PERÍODO DE 1966 A 2008

Equipamentos	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Telefone	6	14	34	41	54	48	62	70
TV	6	16	33	35	53	48	61	71
Ar-condicionado	0	1	12	20	27	34	54	68
Calefação	0	2	12	22	30	35	38	18
Geladeira	0	0	15	27	46	47	62	66
Cofre	0	0	0	10	16	14	33	51
Hidromassagem	0	0	0	0	0	0	1	1
Videocassete	0	0	0	1	7	0	0	0
Apartamentos para não-fumantes	0	0	0	0	0	7	36	61
TV cabo	0	0	0	0	0	0	0	70
Internet	0	0	0	0	0	0	0	68
Conexão wi-fi	0	0	0	0	0	0	0	37
Apartamentos para deficientes	0	0	0	0	0	0	0	38
Aparelho de DVD	0	0	0	0	0	0	0	2
Total de hotéis no período	7	16	38	44	54	52	62	71

Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim, quanto aos serviços (QUADRO 56) os hotéis tiveram iniciativas de incluir novos serviços, porém abandonaram muitas delas e foram se adequando ao mercado longo dos anos, sendo tralado e canil os que apresentaram maiores aumentos nos dois últimos períodos analisados.

QUADRO 6 - - NÚMERO DE HOTÉIS POR SERVIÇOS, NO PERÍODO DE 1966 A 2008

	1966	1972	1978	1984	1990	1996	2002	2008
Cabelereiro/Barbeiro	0	0	4	6	5	5	2	1
Banca de revista	0	0	0	2	1	0	0	0
Agência de viagem	0	0	0	3	3	0	0	0
Assistência médica	0	0	0	2	0	0	0	0
Coffee	0	0	0	14	15	1	1	1
Manobrista	0	0	0	10	34	27	52	60
Massagem	0	0	0	0	3	3	0	0
Canil ou aceita animais	0	0	0	0	0	0	1	5
Lojas	0	0	0	1	0	0	0	0
Traslado	0	0	0	0	0	0	4	7
SPA	0	0	0	0	0	0	0	1

Fonte: Elaborado pelos autores.

Relacionando à presença de estacionamento nos hotéis no quadro 3, observa-se que o item garagem/estacionamento aparece pela primeira vez em 1972 e no ano de 2008

consta em 71 dos empreendimentos sendo que 60 deles contam com manobristas (item que aparece no quadro 6). O serviço de manobrista aparece pela primeira vez em 1984 e ganha força ao longo dos anos, atingindo 60 hotéis em 2008.

Conclusão

Podem-se verificar as alterações nos hotéis conforme a industrialização de Curitiba, tanto a criação da CIC quanto a entrada das montadoras tiveram impactos na hotelaria, porém essas mudanças não são única e exclusivamente decorrentes da industrialização, mas também da modernização nas comunicações e mudanças comportamentais além de outros fatores, porém neste estudo objetivou-se trabalhar dois períodos e identificar as mudanças que ocorreram na hotelaria. Contata-se que inicialmente os hotéis tinham apartamentos com pias e outros denominados quartos com banheiros coletivos³, sem nenhum tipo de serviço, equipamento ou lazer e a partir do momento que um hotel introduziu alguma novidade os outros de categoria similar incorporaram a mudança.

Quanto a representatividade dos dados analisados, a amostra correspondeu a 72% do universo de leitos listados no *website* oficial da Copa 2014, o qual apresenta Curitiba com capacidade de 9.000 leitos, ou seja, a amostra estudada foi de 6.453 leitos.

A entrada de redes nacionais e internacionais, marcada fortemente na instalação das montadoras na RMC alterou, não só a forma de organização das empresas, como também, o perfil da hotelaria curitibana. Na trilha da internacionalização da hotelaria curitibana alguns empresários se associaram a marcas de redes internacionais, como é o caso da rede Tulip (anteriormente Holliday Inn) que administram essa rede internacional no estado.

A hotelaria como um todo, se adéqua às novas necessidades da demanda, mostrando assim o quando é dinâmica e atenta ao mercado. Hotéis têm rápida resposta à entrada de novos concorrentes ou novidades no setor. As adequações que necessitam de pouco investimento foram percebidas de um período para o outro enquanto que modificações que necessitavam maior investimento levaram tempo maior.

³ Esses hotéis ainda existem em todo o território nacional porém não constam em nenhum guia turístico por se tratarem de hotéis extremamente simples.

A hotelaria é afetada pelas mudanças no seu entorno. A industrialização de Curitiba trouxe consigo uma maior profissionalização das empresas, mudanças e adequações dos empreendimentos e crescimento na oferta de leitos. Cabe aqui continuar este estudo por mais tempo para se verificar as próximas mudanças que irão ocorrer na industrialização da cidade e os seus impactos na hotelaria.

Referências

- BABBIE, E. R. (1998) *The practice of social research*. 8 ed. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- BOWDITCH, J. L.; BUONO, A. F. (1992) *Elementos de Comportamento Organizacional*. São Paulo: Pioneira.
- CURITIBA. Prefeitura Municipal. (2000) *Curitiba em números 1999*.
- FREY, K. (2000) *Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil*. Planejamento e Políticas Públicas. Brasília: IPEA, v.21, p.211-259.
- GARCEZ, L. A. (2006) *Curitiba . Evolução Urbana*. Rio de Janeiro. Curitiba: Imprensa Universitária UFPR.
- HAIR JUNIOR, J. F.; et al. (2005) *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.
- IPEA, USP, IPPUC. (2001) *Gestão do uso do solo e disfunções do crescimento urbano: instrumentos de planejamento e gestão urbana: Curitiba*. Brasília: IPEA.
- RICHARDSON, R. J.(1999) *Pesquisa social: Métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- SALE, J.E.M.; BRAZIL, K. (2004) A Strategy to Identify Critical Appraisal Criteria for Primary Mixed-Method Studies. In: *Quality & Quantity*. Vol. 38, p. 351-365.
- TAVARES, H. M.; NATAL, J. L. A.; PIQUET, R. P. S. (Orgs) (2005). *Globalização e Território: ajustes periféricos*. Rio de Janeiro: Arquimedes Edições.