

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – COMUNICAÇÃO, TURISMO E
LAZER

PESQUISA DA OFERTA DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM NA REGIÃO TURÍSTICA
COSTA VERDE & MAR

Janeiro 2013

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – COMUNICAÇÃO, TURISMO E
LAZER

PESQUISA DA OFERTA DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM NA REGIÃO TURÍSTICA
COSTA VERDE & MAR

Pesquisa da oferta dos meios de hospedagem da região turística Costa Verde & Mar, apresentado ao Colegiado de Turismo da Costa Verde & Mar.

Balneário Camboriú

2013

EQUIPE TÉCNICA

Coordenação

Sílvia Regina Cabral, Msc.

Professores

Carlos Alberto Tomelin, Dr.

Doris Van de MeeneRuschmann, Dra.

Gustavo Vieira Setlik, Esp.

Marcos Arnhold Junior, Msc.

Marli Cardoso Blehm, Msc.

Maurício Cesar Silva, Msc.

Mirian Teresinha Pinheiro, Msc.

Auxiliares de Pesquisa

Manuela Cendron

Nahur Riad Hijaz Fialho

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1: Classificação do empreendimento de hospedagem com base na nova matriz de classificação do MTUR (unidades)	10
Gráfico 02 Número de unidades habitacionais (unidades)	11
Gráfico 1: Valor médio das diárias na alta temporada (unidades)	12
Gráfico 2: Valor médio das diárias na baixa temporada (unidades)	13
Gráfico 3: Existência de previsão de investimentos para o empreendimento (unidades)	14
Gráfico 4: Previsão de investimentos para o empreendimento (unidades / múltipla escolha)	15
Gráfico 5: Investimentos previstos e/ou já implementados adquiriram recursos provenientes de financiadoras (unidades)	16
Gráfico 6: Fonte financiadora dos investimentos (unidades)	17
Gráfico 7: Empreendimentos cadastrados no CADASTUR (unidades)	18
Gráfico 8: Vantagens do CADASTUR para os entrevistados (unidades / múltipla escolha)	19
Gráfico 9: Desvantagens do CADASTUR para os entrevistados (unidades)	20
Gráfico 12: Número de empregos diretos na alta temporada (unidades)	21
Gráfico 13: Número de empregos diretos na baixa temporada (unidades)	22
Gráfico 14: Número de empregos indiretos (unidades)	23
Gráfico 15: Taxa de ocupação por período (unidades)	24
Gráfico 10: Redes sociais utilizadas para contatar os clientes (unidades / múltipla escolha)	26
Gráfico 11: Promoção em sites de compras coletivas (unidades)	27

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	05
1 OBJETO EM ESTUDO	07
2 OFERTA DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA REGIÃO TURÍSTICA COSTA VERDE & MAR	09

APRESENTAÇÃO

A pesquisa do perfil dos Meios de Hospedagem da Região Turística Costa Verde & Mar foi realizada durante o ano de 2012, durante os meses de janeiro a outubro. A área de abrangência da pesquisa foram os municípios de Balneário Camboriú, Camboriú, Itapema, Ilhota, Luiz Alves, Piçarras, Navegantes, Itajaí, Bombinhas, Porto Belo e Penha.

Para o levantamento dos meios de hospedagem a serem pesquisados foram coletados dados junto às Secretarias Municipais de Turismo, visando identificar os estabelecimentos regularizados nos municípios. Após esta análise foram identificados 416 meios de hospedagem, dos quais 333 foram visitados. Deste total foram obtidas respostas de 215 estabelecimentos, o que totalizou um percentual de 65 por cento de respondentes.

As questões realizadas visaram identificar os seguintes aspectos:

- tempo de funcionamento do estabelecimento;
- classificação do meio de hospedagem em relação a nova matriz do SBClass;
- número de unidades habitacionais;
- número de empregos diretos na alta temporada;
- número de empregos diretos na baixa temporada;
- número de empregos indiretos (funcionários terceirizados);
- número de profissionais com formação em turismo e hotelaria;
- taxa de ocupação por período;
- valor médio das diárias na alta temporada;
- valor médio das diárias na baixa temporada;
- existência da previsão de investimentos para o empreendimento;
- tipos de investimentos previstos;
- fontes de recursos para os investimentos;
- participação no CADASTUR;
- vantagens e desvantagens de participar no CADASTUR;

- utilização de redes sociais para contatar clientes;
- utilização de sites de compras coletivas para promover seus empreendimentos.

Os questionários foram aplicados diretamente aos funcionários dos estabelecimentos, em sua grande maioria pelos proprietários ou gerentes. Ressaltamos que este trabalho contou com algumas dificuldades relacionadas ao retorno das informações, o fechamento de estabelecimentos na baixa temporada, a insegurança de alguns gestores em responderem as informações. Ressaltamos que todas as informações foram obtidas após o preenchimento de um termo de consentimento livre e esclarecido, garantindo a privacidade das informações e resguardando a imagem dos estabelecimentos participantes.

1 OBJETO EM ESTUDO

A região turística Costa Verde & Mar é formada pelos Municípios de Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Ilhota, Itajaí, Itapema, Luís Alves, Navegantes, Penha e Porto Belo.



Figura 1- Mapa Costa Verde & Mar

Fonte: <http://www.costaverdemar.com.br>

É um roteiro integrado de municípios com diversos atrativos turísticos. Cada uma das cidades oferece produtos diferenciados que vão além das famosas praias catarinenses. Esta diversidade torna a região atrativa para os vários perfis de visitantes, estejam eles interessados na paisagem litorânea, ecoturismo, vida noturna ou culturas estrangeiras representadas em festas, arquitetura e culinária típica.

Neste contexto, é indiscutível a potencialidade desta região, sendo a mesma capaz de prospectar inúmeros empreendimentos que contribuam com melhorias na oferta

turística, embasados em estudos capazes de elucidar as diversas possibilidades para a viabilização do processo de desenvolvimento. Desta forma, a pesquisa a seguir visa dar embasamento para a compreensão da oferta dos meios de hospedagem desta região turística.

2 OFERTA DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA REGIÃO TURÍSTICA COSTA VERDE & MAR.

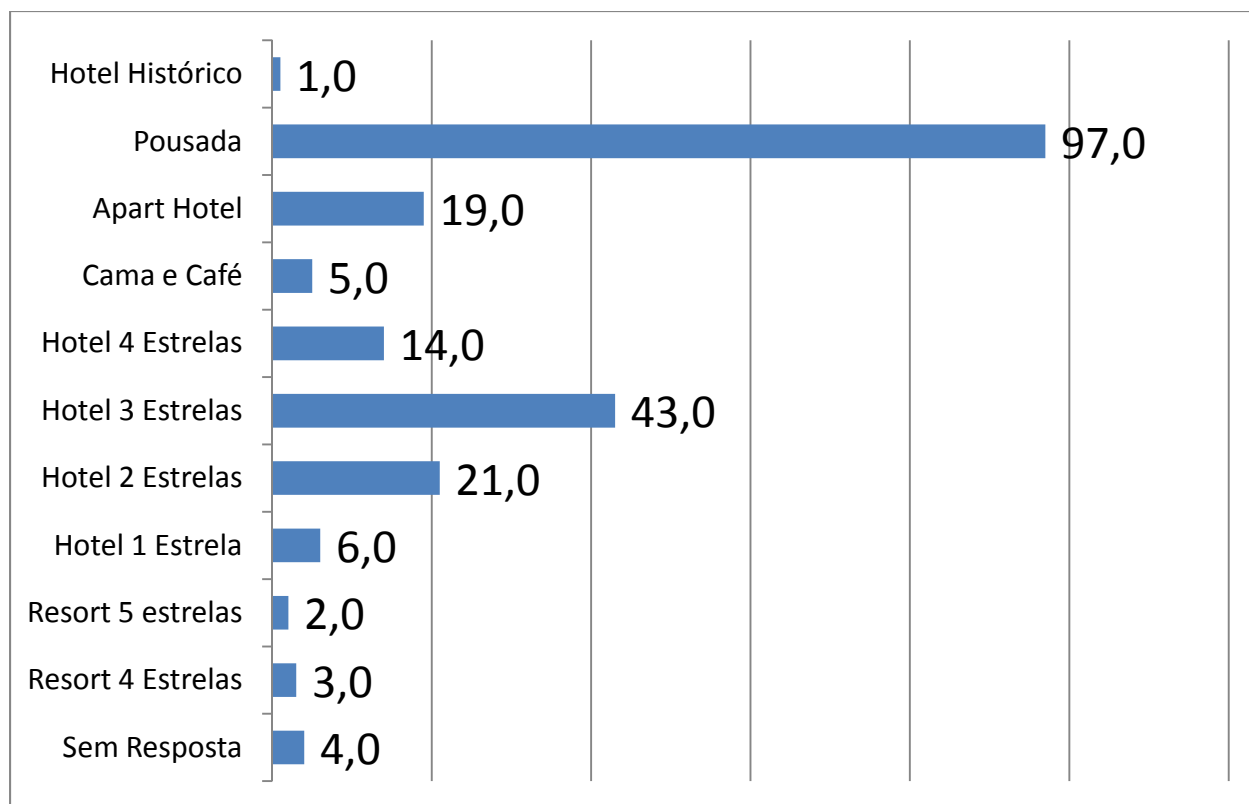
Durante o processo de coleta de dados foram pesquisados 333 equipamentos de hospedagem, dos quais 215 responderam aos questionamentos, enquanto 118 optaram por não participar da pesquisa. Portanto os gráficos abaixo apresentam porcentagens calculadas sobre o total de respostas para cada questão.

Dos equipamentos consultados, 8 não responderam a data de fundação, 97 tiveram fundação no período de 2000 a 2012, 48 na década de 90, 32 na década de 80, 20 na década de 70, 5 na década de 60 e 2 na década de 50 e 3 antes da década de 50, demonstrando que um grande número de equipamentos tem estruturas novas, porém parte considerável do total conta com estruturas mais antigas, o que acaba ocasionando a constante necessidade de manutenção de seus equipamentos e estrutura.

Nas próximas páginas apresentaremos os gráficos relacionados a cada uma das questões levantadas.

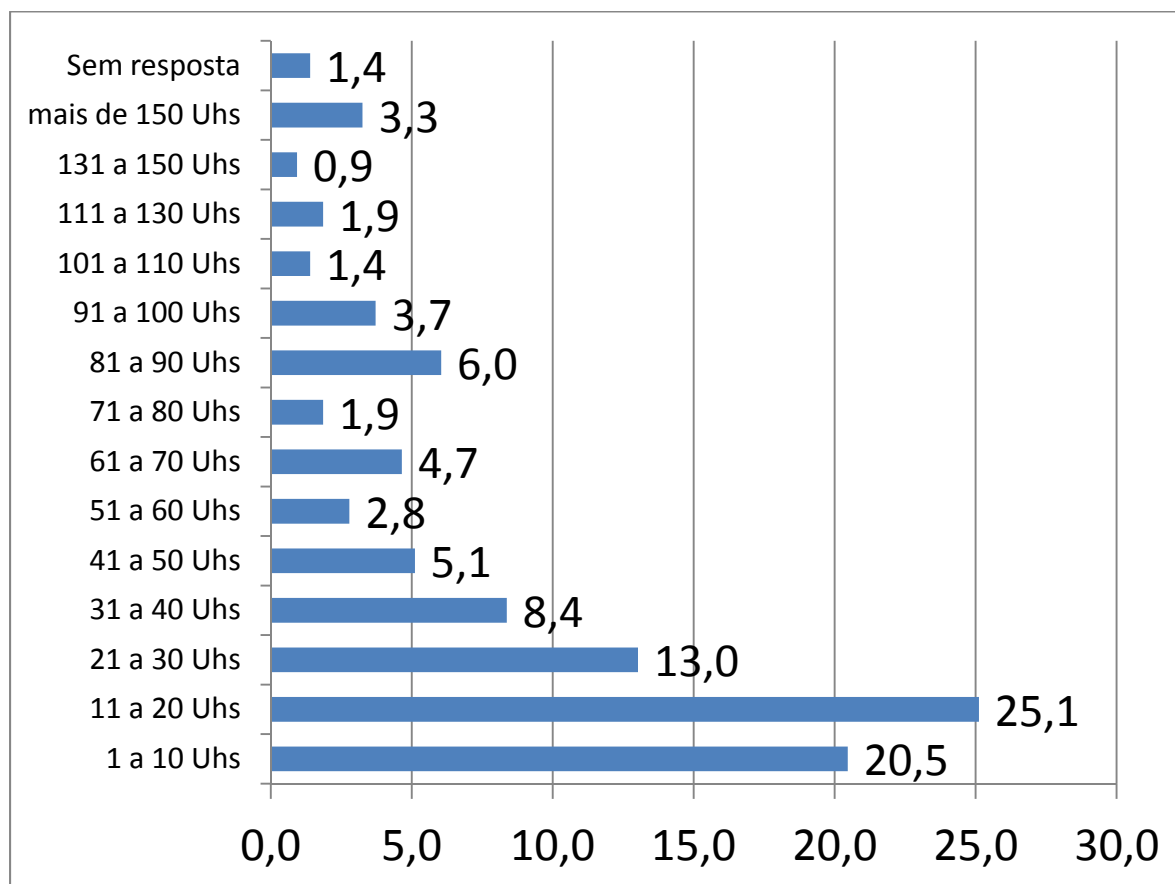
No gráfico 2, referente à classificação de cada meio de hospedagem, a pesquisa utilizou a tabela de classificação proposta pelo Ministério do Turismo (2012), denominada de SBClass, para que o respondente pudesse enquadrar sua empresa de acordo com a sua percepção. Observa-se que a grande maioria dos empreendimentos está na categoria pousadas, principalmente pelo volume do município de Bombinhas, seguido por hotéis 3 estrelas, apart-hotéis e hotéis 2 estrelas. Observa-se uma baixa concentração de equipamentos de classe 4 e 5 estrelas, demonstrando uma oportunidade para a implantação destes empreendimentos.

Gráfico 12: Classificação do equipamento de hospedagem com base na nova matriz de classificação do MTUR (unidades).



Fonte: Univali, 2012

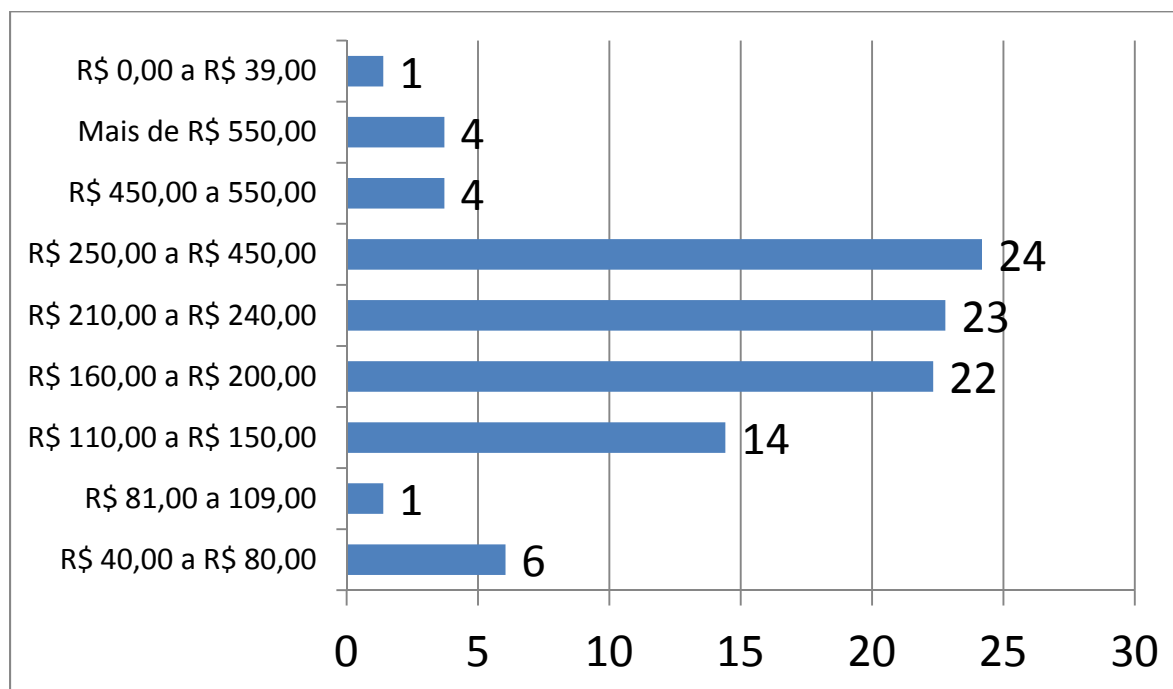
Gráfico 13: Número de unidades habitacionais (Uhs) (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Em relação ao número de unidades habitacionais, vemos uma grande divisão nas respostas. Os empreendimentos com 21 a 30 uhs lideram a pesquisa com 25%, porém todas as possíveis respostas foram assinaladas. Percebe-se que na grande maioria a região turística Costa Verde & Mar conta com pequenos empreendimentos de meios de hospedagem, principalmente pousadas,

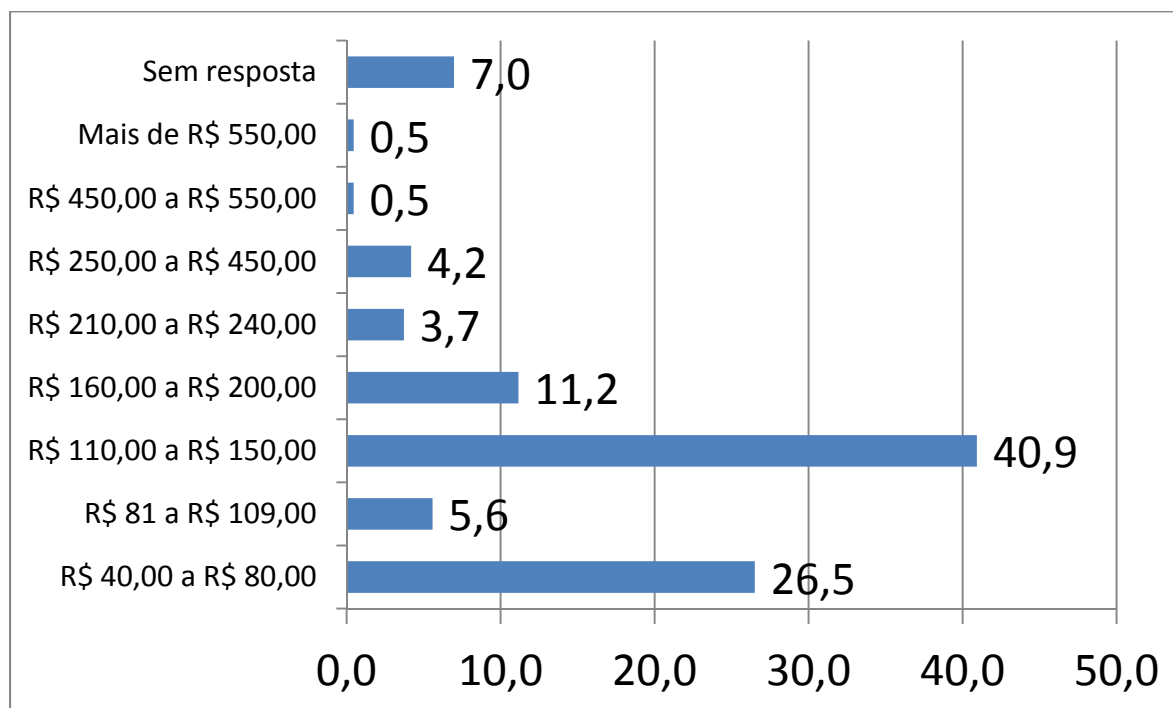
Gráfico 14: Valor médio das diárias na alta temporada (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Quando perguntados sobre o valor médio da diária na alta temporada, 6% dos empresários afirmaram cobrar entre R\$60,00 a R\$80,00. Na faixa de R\$ 81,00 a R\$ 109,00 apenas 1%. Entre R\$ 110,00 e R\$ 150,00 temos 14% das respostas, seguidos de 22% na faixa de R\$ 160,00 a R\$200,00. Cobrando entre R\$ 210,00 a R\$ 240,00 temos 23% dos empreendimentos, e com o maior percentual (24%) temos a faixa de R\$ 250,00 a R\$ 450,00. Seguem ainda a faixa de R\$450,00 a R\$ 550,00 com 4%, mesmo percentual dos empreendimentos que cobram mais de R\$ 550,00. E finalmente, 1% cobram até R\$ 39,00.

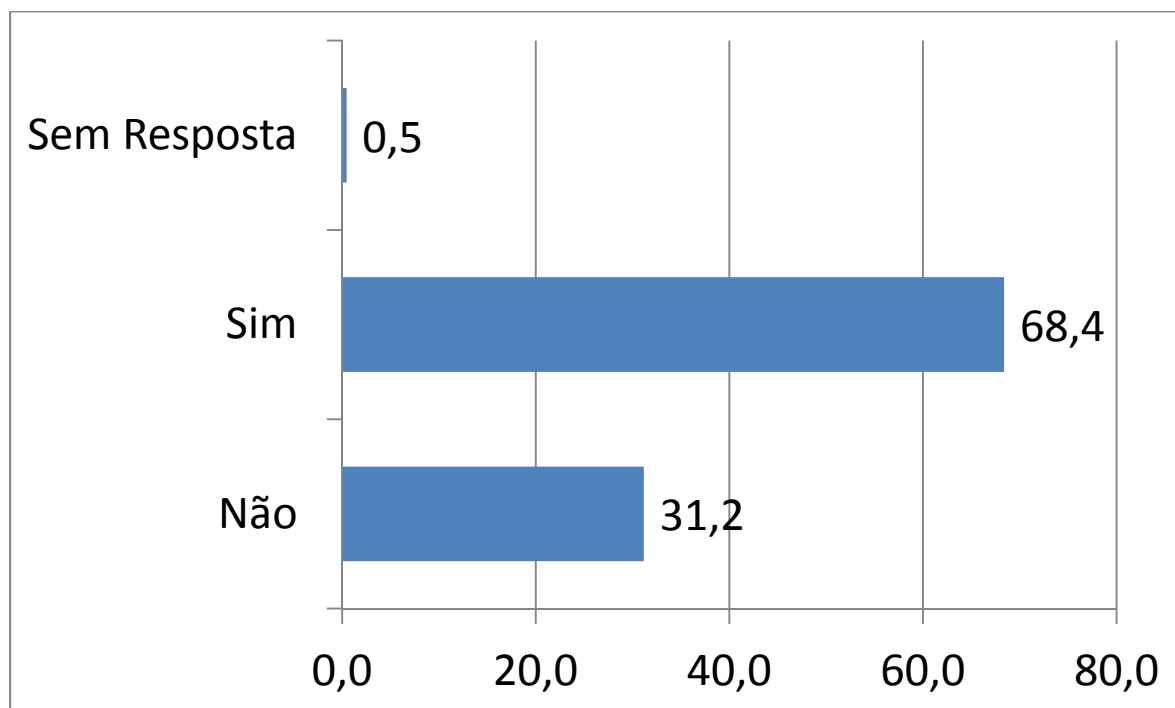
Gráfico 15: Valor médio das diárias na baixa temporada (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Já em relação à baixa temporada, 26,5 % dos empreendimentos responderam que cobram entre R\$ 40,00 a R\$ 80,00. 5,6% dos respondentes cobram entre R\$ 81,00 a R\$ 109,00. A maioria dos respondentes (40,9%) cobra entre R\$ 110,00 a R\$ 150,00, seguidos de 11,2% na faixa entre R\$ 160,00 a R\$ 200,00. Na faixa de R\$ 210,00 a R\$ 240,00 temos 3,7%, na faixa de R\$ 250,00 a R\$ 450,00 4,2%, e 0,5% entre R\$ 450,00 e R\$ 550,00 e 0,0% cobrando mais de R\$ 550,00. Temos ainda 7% sem respostas.

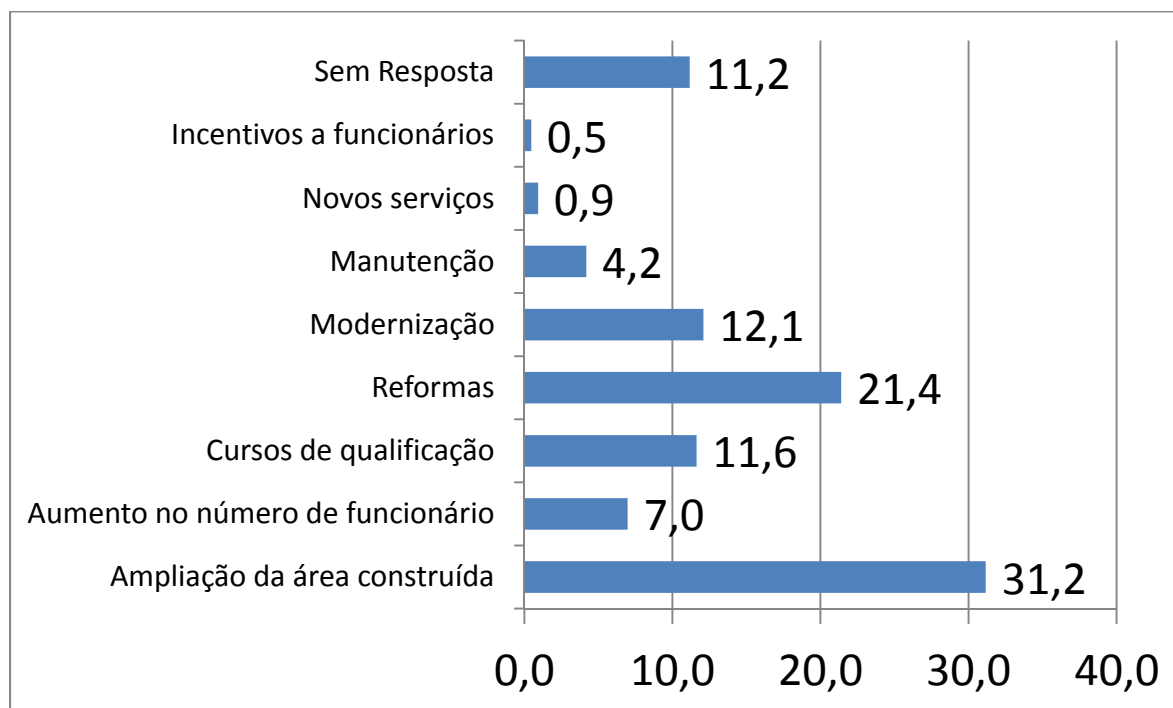
Gráfico 16: Existência de previsão de investimentos para o empreendimento



Fonte: Univali, 2012

Quando perguntados em relação a previsão de investimentos para o empreendimento, os respondentes da região turística Costa Verde & Mar em grande maioria afirmaram que contam com esta previsão (68,4%), demonstrando que a busca pela qualidade está sendo discutida e gerenciada pelos empresários de meios de hospedagem.

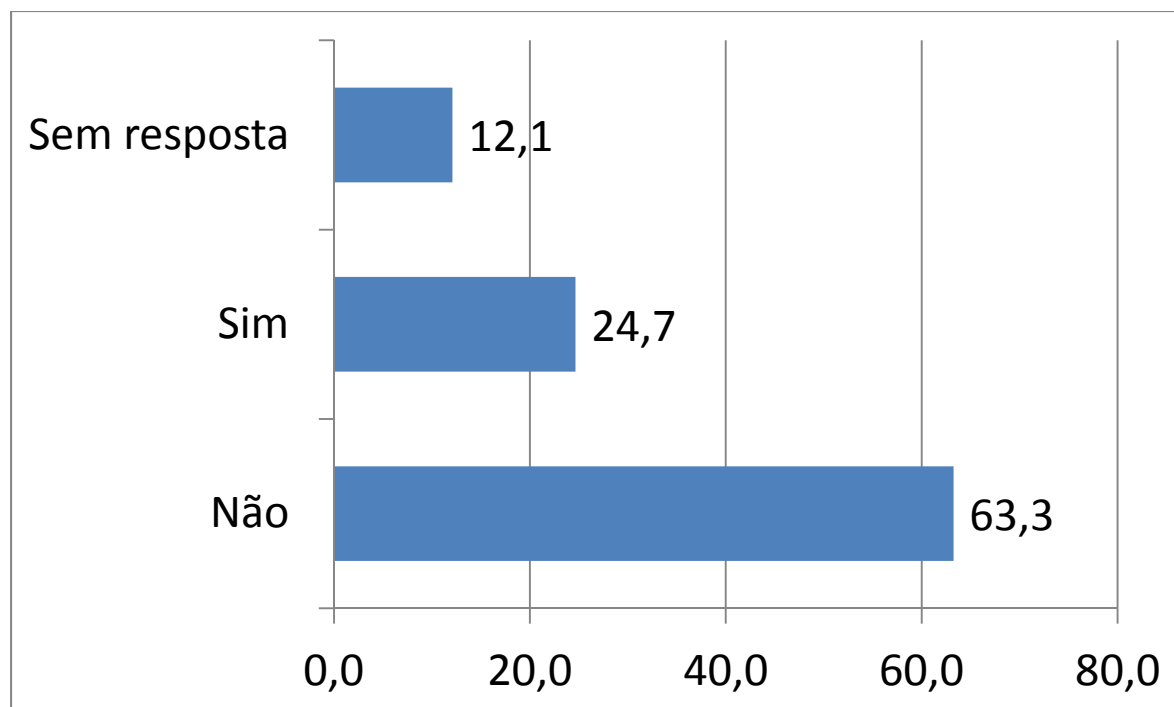
Gráfico 6: previsão de investimentos para o empreendimento (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Quando perguntados sobre quais tipos de investimentos, 31,2% ampliarão a área construída, 7% aumentarão o número de funcionários, 11,6 % qualificarão os funcionários. 21,4% farão reformas, 12,1 modernizarão as instalações, 4,2 realizarão a manutenção, 09% oferecerão novos serviços e 0,5 darão incentivos aos funcionários. Temos ainda um percentual de 11,2% de empreendimentos que não responderam a questão. Percebemos com estes números que a maioria dos investimentos será utilizado para a estrutura física dos empreendimentos, sendo poucos os empresários que investirão em funcionários e em qualificação.

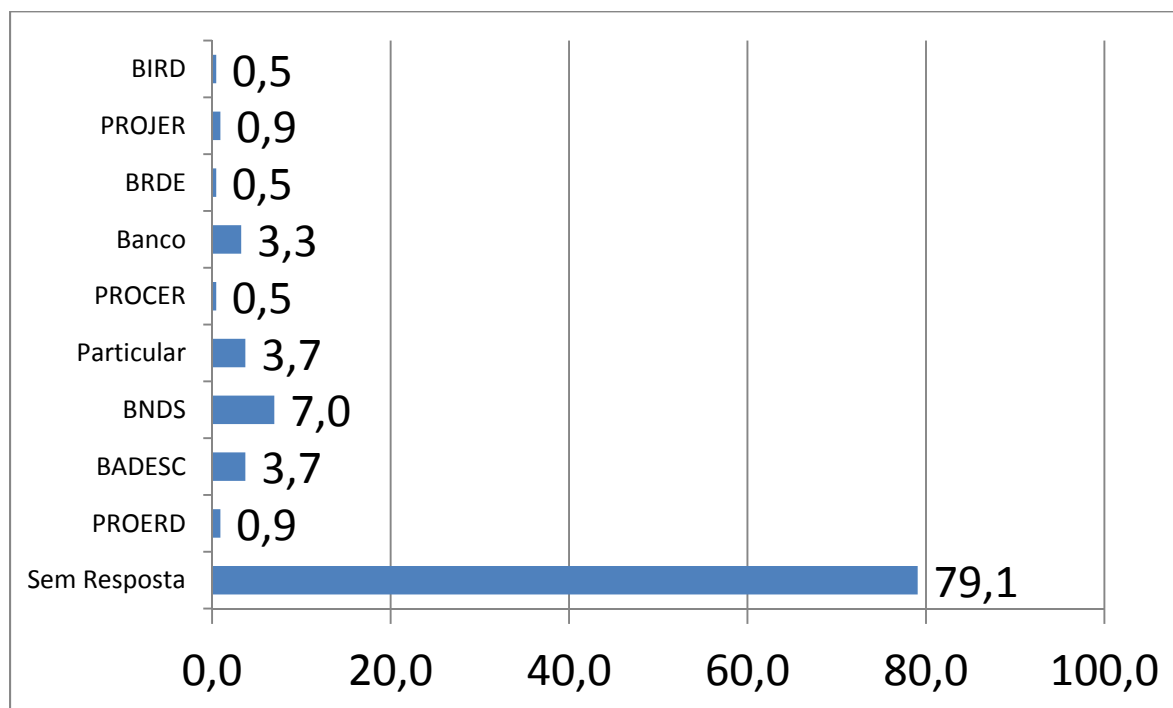
Gráfico 7: Investimentos previstos e/ou já implementados adquiriram recursos provenientes de financiadoras (percentual)



Fonte: Univali, 2012

A maioria dos investimentos a ser realizada contará com investimentos próprios (63,3%), somente 24,7% dos respondentes utilizarão financiamentos e linhas de crédito existentes. Isso demonstra que ainda há a necessidade de maiores esclarecimentos sobre as possibilidades de créditos para os meios de hospedagem, pois muitos gestores não conhecem os possíveis benefícios das mesmas.

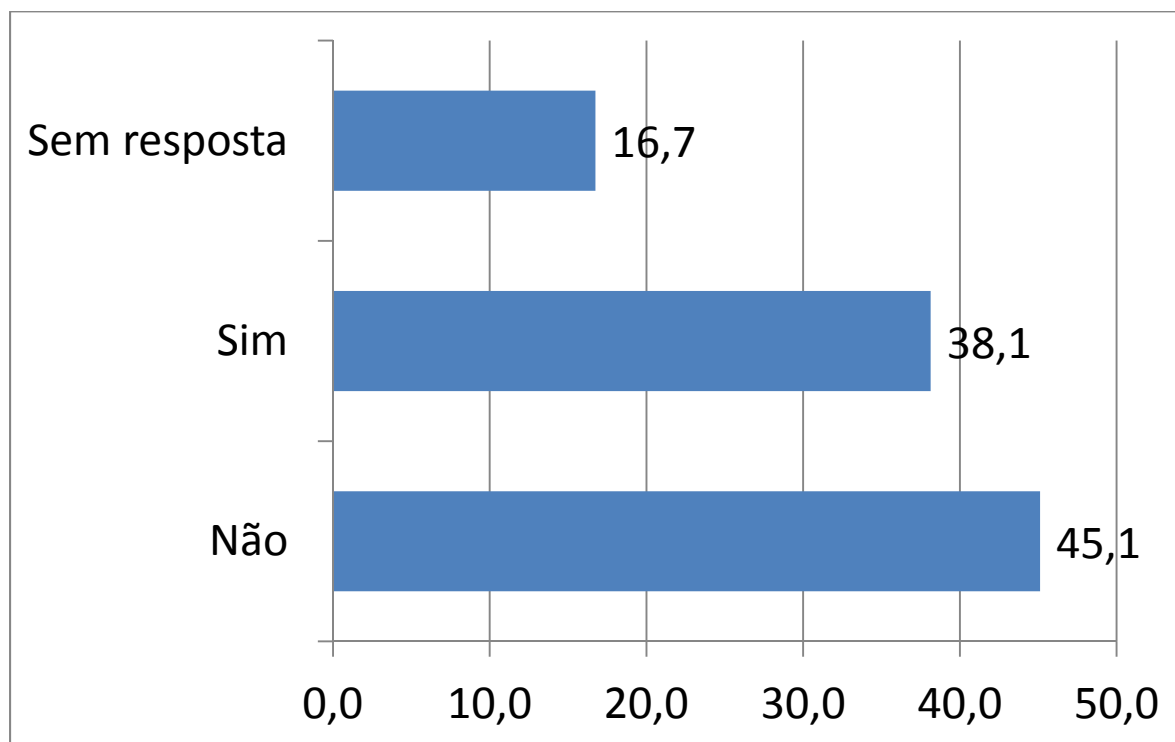
Gráfico 8: Fonte financiadora dos investimentos(percentual)



Fonte: Univali, 2012

Os que utilizaram investimentos têm o BNDS como o maior provedor deste crédito (7%), seguidos pelos outros órgãos numa menor representatividade. Aqui entendemos a necessidade de uma maior atuação destas instituições perante as empresas de meios de hospedagem para que possam divulgar as vantagens e benefícios de seus produtos.

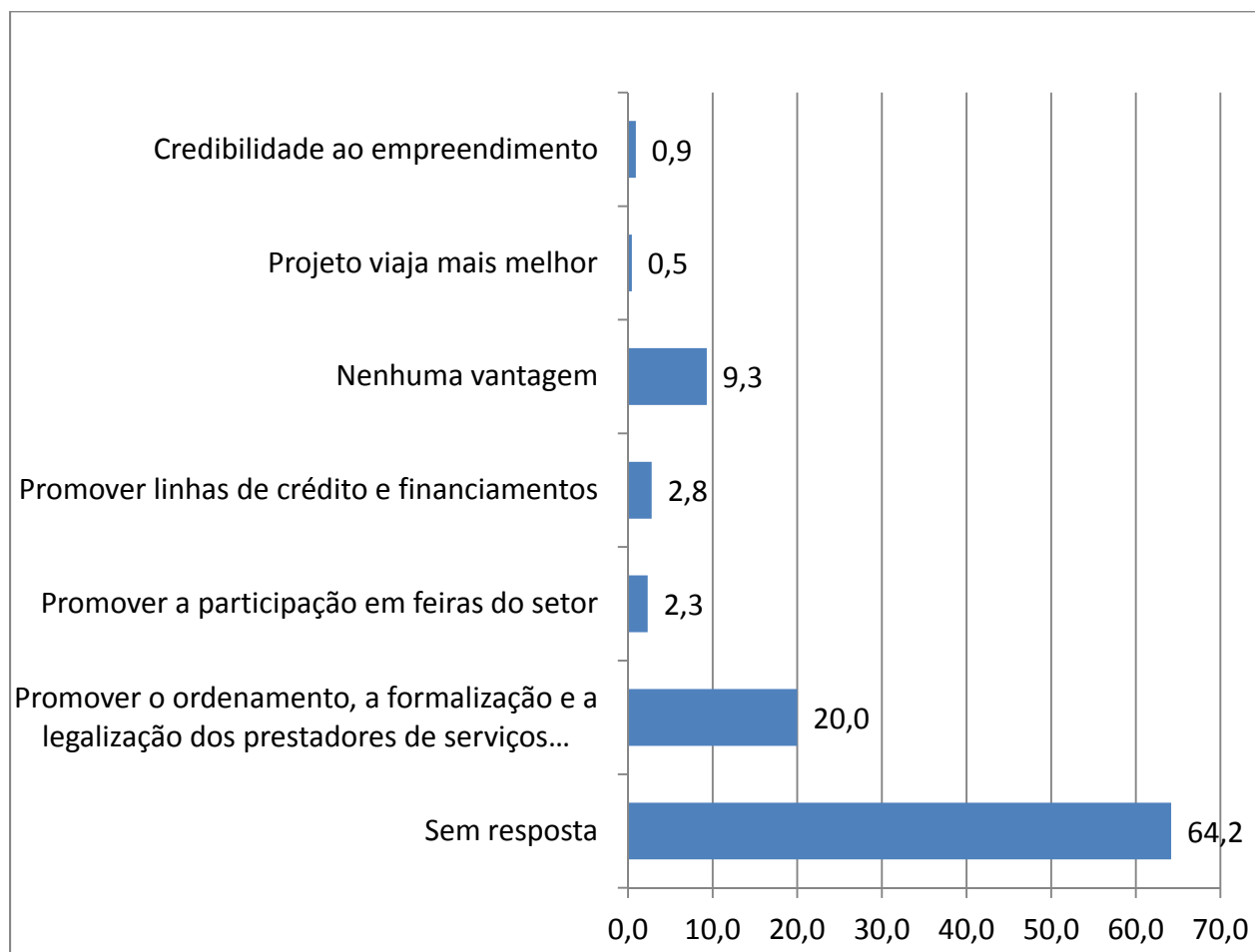
Gráfico 9: Empreendimentos cadastrados no CADASTUR (percentual)



Fonte: Univali, 2012

O Cadastur é um programa criado pelo Ministério do Turismo, obrigatório para meios de hospedagem em turismo, porém ainda pouco difundido em nossa região. Em relação aos meios de hospedagem pesquisados, somente 38,1 % afirmam terem o cadastro, que é obrigatório, regularizado. Sendo assim, sugere-se também uma maior atuação da gestão pública do turismo para regularização desta situação.

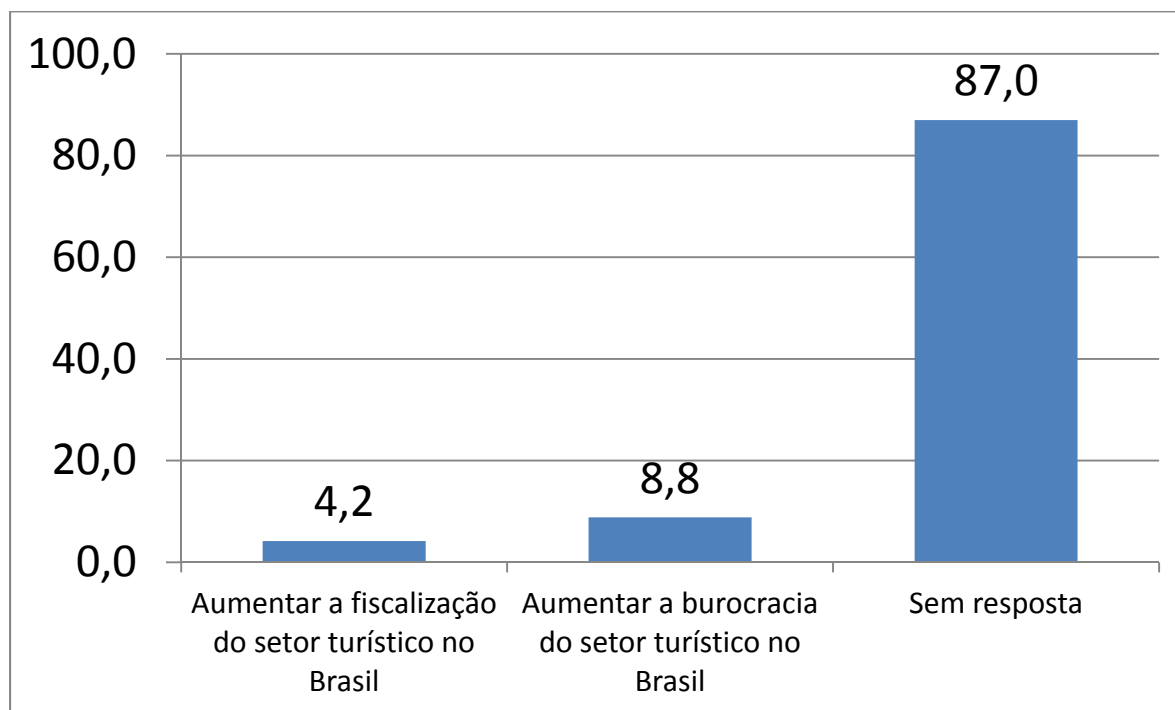
Gráfico 10: Vantagens do CADASTUR para os entrevistados (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Sobre as vantagens do cadastur, 64% dos respondentes optaram por não responder, o que demonstra a falta de conhecimento sobre o programa e seus benefícios. Somente 20 % acreditam que o mesmo serve para promover o ordenamento, formalização e legalização da atividade turística.

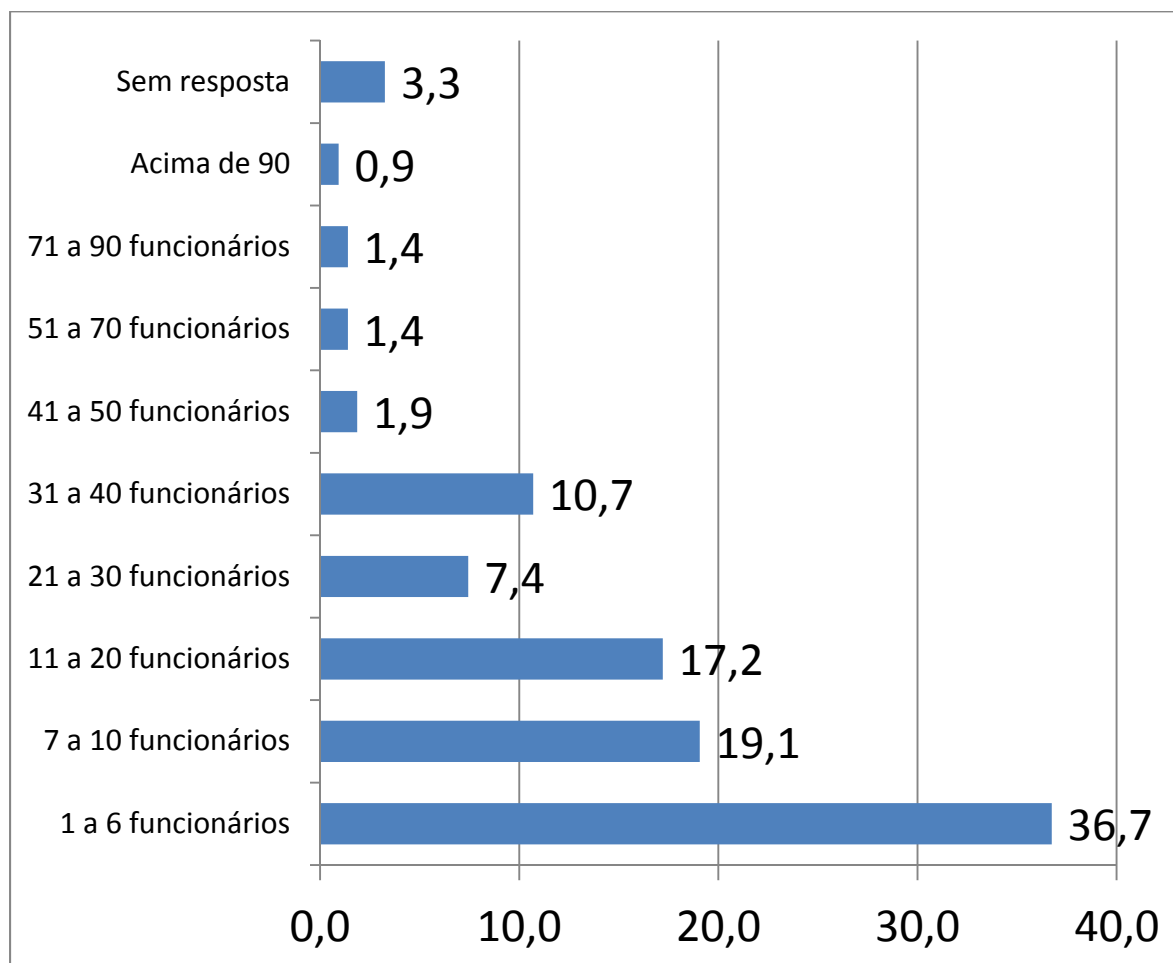
Gráfico 11: Desvantagens do CADASTUR para os entrevistados (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Já em relação às desvantagens, 87% não responderam, afirmando a falta de conhecimento sobre o programa. Entre as respostas, 8,8% afirmam que serve para aumentar a burocracia do setor turístico e 4,2% que serve para aumentar a fiscalização do setor turístico.

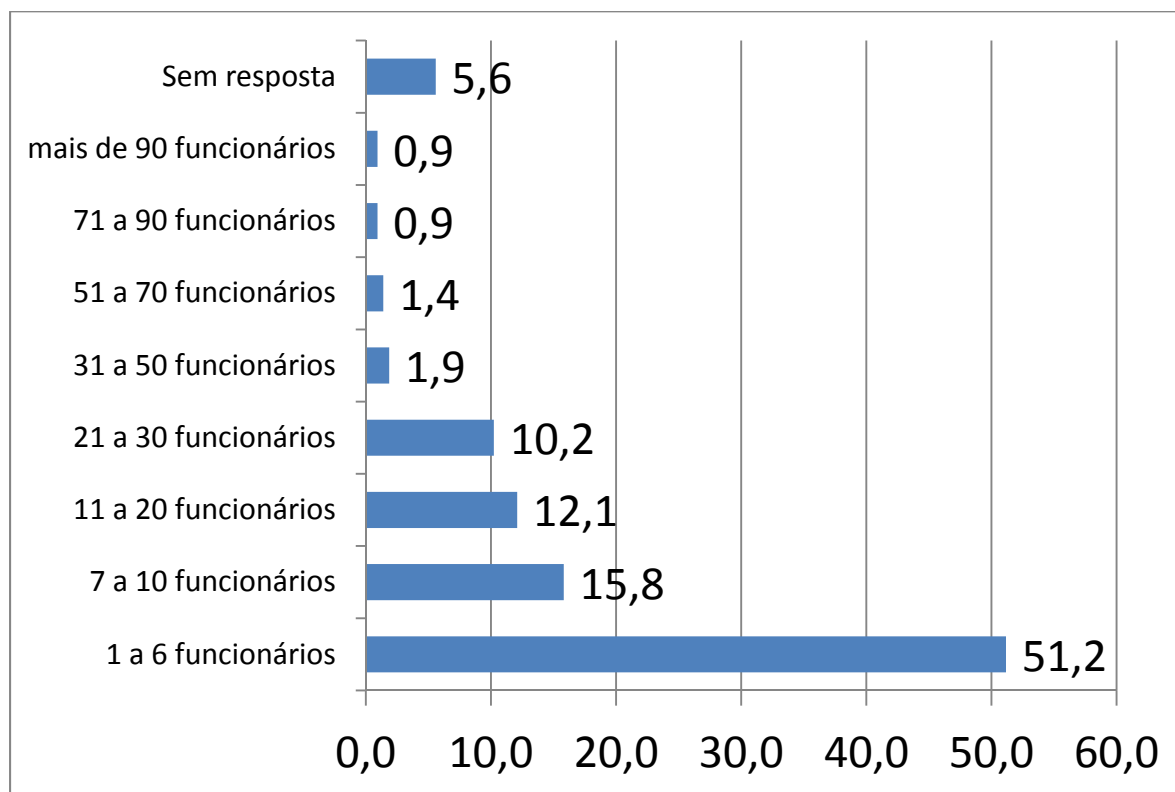
Gráfico 12: Número de empregos diretos na alta temporada (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Em relação ao número de funcionários na alta temporada, a maioria das respostas estão divididas entre 01 a 06 funcionários (36,7%), seguidas por 19,1% com 7 a 10 funcionários. 17,2% contam com 11 a 20 funcionários. 7,4% contam com 21 a 30 funcionários. Na faixa de 31 a 40 funcionários temos 10,7% das empresas. Na faixa de 41 a 50 temos 1,9%, seguidos por 1,4% com 51 a 70 e 1,4% com 71 a 90. Finalizando, 09% tem mais de 90 funcionários e 3,3% dos respondentes deixaram esta questão em aberto.

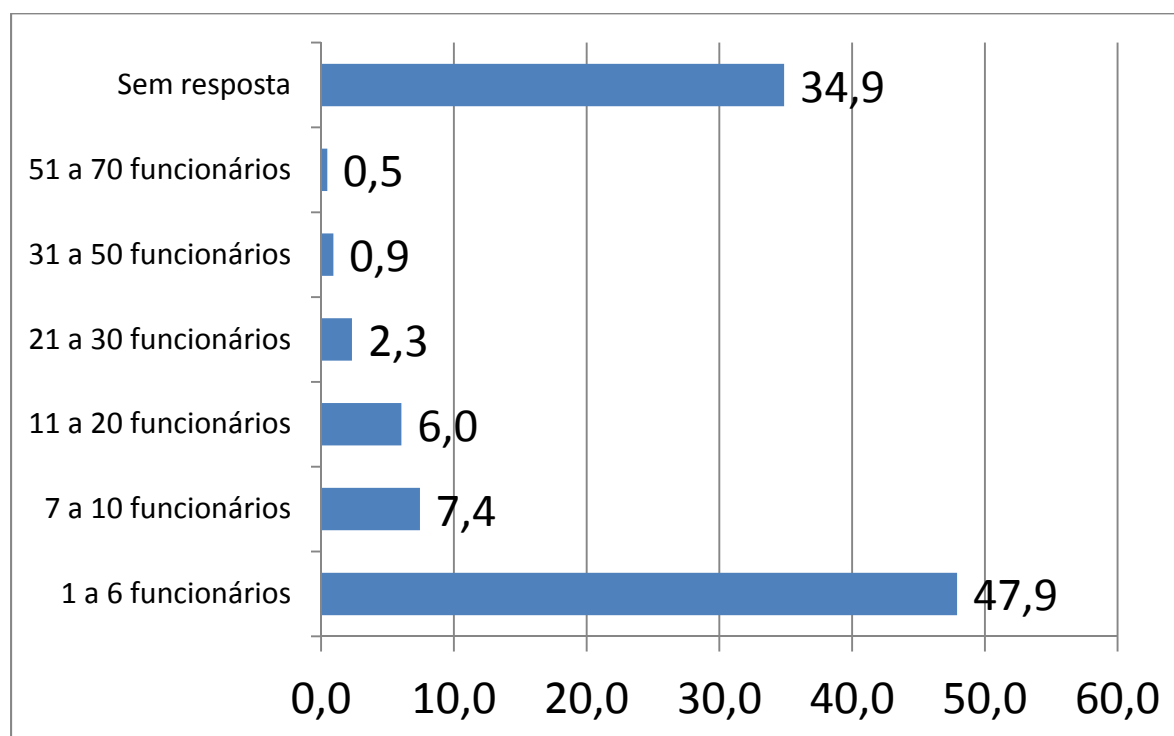
Gráfico 17: Número de empregos diretos na baixa temporada (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Quando falamos de funcionários na baixa temporada, há um aumento na faixa de 01 a 06 funcionários (51,2%), com uma diminuição nas demais alternativas. Esse fato decorre do menor movimento turístico fora da alta temporada, causando a diminuição das equipes de trabalho.

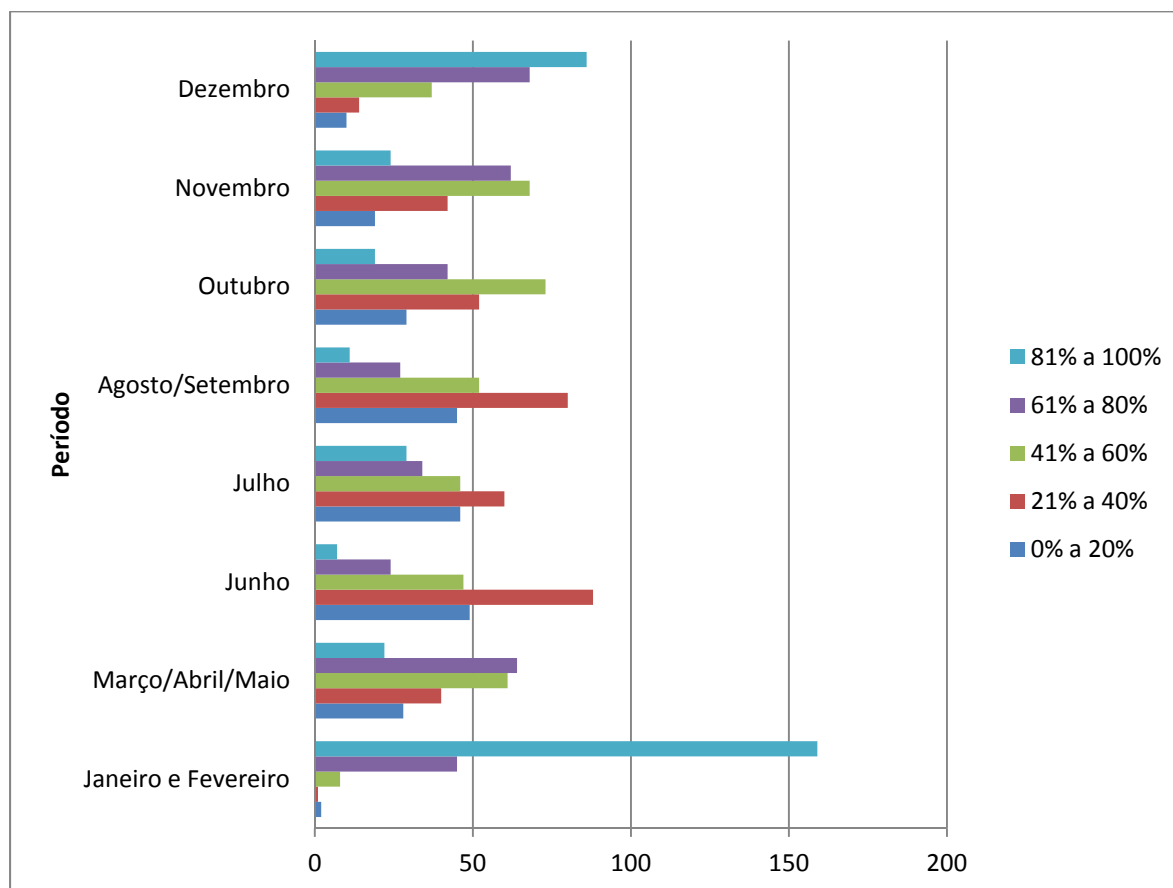
Gráfico 14: Número de empregos indiretos (percentual)



Fonte: Univali, 2012

Quanto ao número de funcionários terceirizados, 47,9% contam com 1 a 6 funcionários, geralmente nas funções de segurança ou limpeza, e 34,9% optaram por não responder, o que pode demonstrar que não utilizam mão de obra terceirizada.

Gráfico 18: Taxa de ocupação por período (unidades)



Fonte: Univali, 2012

Em relação à taxa de ocupação, os períodos foram divididos para uma maior visualização sobre a possibilidade da ocorrência de períodos sazonais. No gráfico acima temos a representação em unidades, que serão transformadas em percentuais nos parágrafos abaixo.

Nos meses de Janeiro e Fevereiro, considerados de alta temporada, 73,95% dos hotéis afirmaram ter uma média de 81 a 100 % de taxa de ocupação. 20,93 % afirmaram ter uma média de 61 a 80%, 3,72% entre 41 a 60, 0,47 entre 21 a 40 % e 0,93 afirmam ter entre 0 a 20%.

Nos meses de março, abril e maio 10,23 % afirmam uma média de 81 a 100%, 29,77 % de 61 a 80%, 28,37 % de 41 a 60%, 18,60 % de 21 a 40 % e 13,02% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

No mês de junho 3,26 % afirmam uma média de 81 a 100%, 11,16 % de 61 a 80%, 21,86 % de 41 a 60%, 40,93 % de 21 a 40 % e 22,79% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

No mês de julho 13,49 % afirmam uma média de 81 a 100%, 15,81 % de 61 a 80%, 21,40 % de 41 a 60%, 27,91 % de 21 a 40 % e 21,40% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

Nos meses de agosto e setembro 5,12% afirmam uma média de 81 a 100%, 12,56 % de 61 a 80%, 24,19 % de 41 a 60%, 37,21 % de 21 a 40 % e 20,93% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

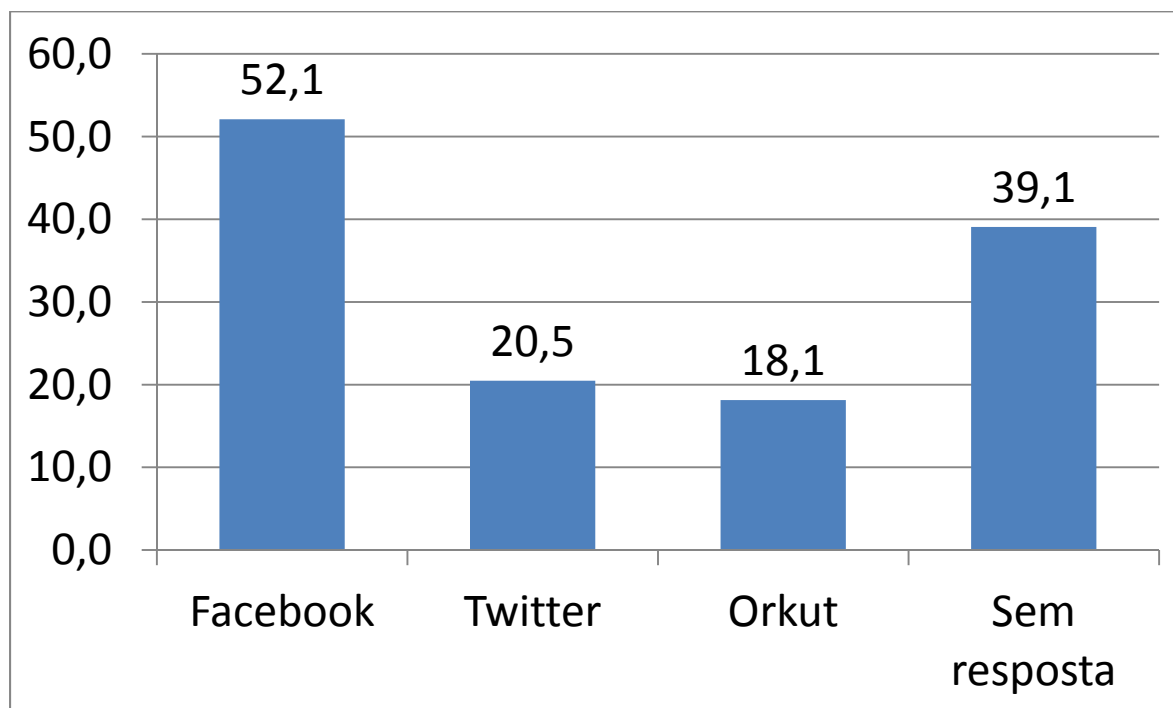
Em outubro 8,84% afirmam uma média de 81 a 100%, 19,53 % de 61 a 80%, 33,95 % de 41 a 60%, 24,19 % de 21 a 40 % e 13,49% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

No mês de novembro 11,16% dos meios de hospedagem afirmam uma média de 81 a 100%, 28,84 % de 61 a 80%, 31,63% de 41 a 60%, 19,53% de 21 a 40 % e 8,84% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

Já no mês de Dezembro, início da temporada de verão, 40% afirmam uma média de 81 a 100%, 31,63 % de 61 a 80%, 17,21% de 41 a 60%, 6,51% de 21 a 40 % e 4,65% com uma média de hospedagens de 0 a 20 %.

Estes números demonstram que a grande maioria dos turistas que utilizam meios de hospedagem na região turística Costa Verde & Mar estão concentrados nos meses de julho, dezembro, janeiro e fevereiro, ou seja, durante os meses de férias, demonstrando a necessidade de ações voltadas para o aumento do fluxo turístico nos períodos de baixa temporada.

Gráfico 16: Redes sociais utilizadas para contatar os clientes (percentual / múltipla escolha)

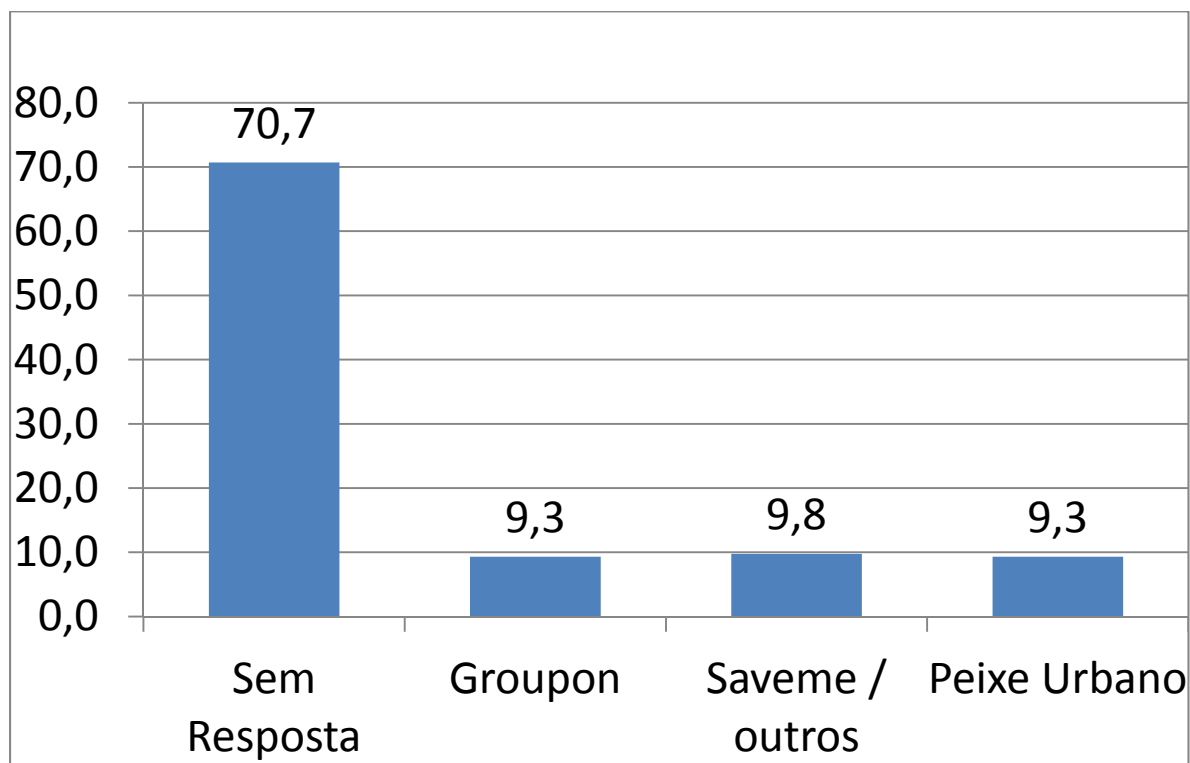


Fonte: Univali, 2012

O Brasil se destaca pela ampla divulgação e expressivo acesso as redes sociais, as empresas em geral tem apostado nesta ferramenta como forma de divulgação de seus produtos e marcas. O setor hoteleiro também se manifesta a força das referidas redes para divulgar seus empreendimentos.

Para a divulgação do empreendimento, 52,1% dos respondentes afirmaram terem perfis dos meios de hospedagem no facebook, 20,5% no twitter e 18,1% no Orkut, demonstrando que as empresas estão atentas as mídias sociais, grande ferramenta para a divulgação a baixo custo de seus empreendimentos. Temos porém um grande percentual (39,1%) de empresas que não responderam, podendo demonstrar que as mesmas não estão inseridas nas redes sociais.

Gráfico 17: Promoção em sites de compras coletivas (percentual / múltipla escolha)



Fonte: Univali, 2012

Quando perguntados sobre a utilização de sites de compras coletivas como estratégias de vendas, 70,7 % optaram por não responder, demonstrando que somente a minoria das empresas trabalha com algum tipo de site. Isso pode ser gerado pela falta de conhecimento desta ferramenta ou pela pouca necessidade da busca de alternativas para alavancar as vendas em baixa temporada.

Também é possível observar que a utilização das mídias eletrônicas fica mais no campo da divulgação e pouco da efetiva possibilidade de usá-las com intuito de vender o produto, demandando maior informação e conhecimentos a cerca do assunto.