

Relatório – Resultado de dezembro de 2023 a março de 2024

PROJETO: Geração de Dados e Indicadores da Ocupação dos Meios de Hospedagem de Anchieta

Termo de Fomento 001- 2024

Processo Administrativo N 3143

ADETURCI - SETURCE

PROJETO: Geração de Dados e Indicadores da Ocupação dos Meios de Hospedagem de Anchieta

Introdução

O turismo desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico e social das regiões, não apenas como gerador de receitas, mas também como catalisador do crescimento local. Na região da Costa e da Imigração, a dinâmica do setor turístico é particularmente relevante, influenciada pela rica diversidade cultural e pelas atrativas paisagens naturais que a caracterizam. Este relatório de pesquisa visa entender o desempenho do turismo na região, com foco na análise da ocupação dos meios de hospedagem locais como indicador-chave.

A pesquisa foi desenvolvida em estreita colaboração com a equipe técnica da Secretaria Municipal de Turismo, Comércio e Empreendedorismo (SETURCE), garantindo alinhamento estratégico e metodológico desde as etapas iniciais. Este processo envolveu a definição dos equipamentos a serem investigados, a elaboração do questionário da pesquisa, o treinamento da equipe de campo, a aplicação teste do questionário elaborado e, por fim, a coleta do primeiro bloco de dados obtidos que será apresentada ao Conselho Municipal de Turismo.

Ao longo deste relatório, serão apresentados os resultados parciais da pesquisa Geração de Dados e Indicadores da Ocupação dos Meios de Hospedagem de Anchieta referentes ao período de dezembro de 2023 a março de 2024. Importante ressaltar que a pesquisa está baseada na média e percepção da informação do entrevistado.

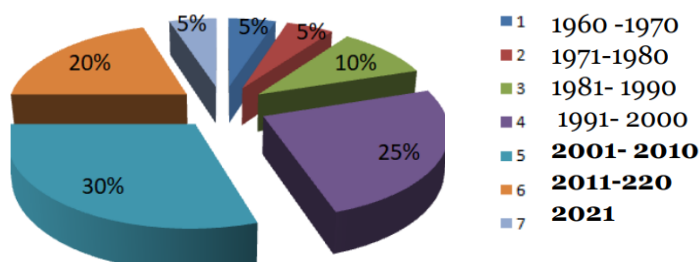
A PESQUISA

2- Resultados da aplicação da pesquisa para o período de dezembro de 2023 a março de 2024.

A pesquisa foi realizada entre os dias de 26 de junho a 9 de julho de 2024 e foi baseada na percepção dos responsáveis da entrevista e na média da interpretação destes das perguntas realizadas. Foram realizadas pesquisas em 20 estabelecimentos de hospedagem.

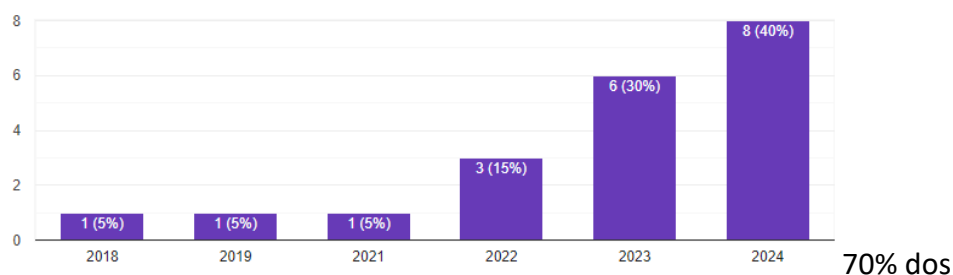
Bloco Um - Perfil dos Estabelecimentos

1 - Ano do Início de operação do estabelecimento



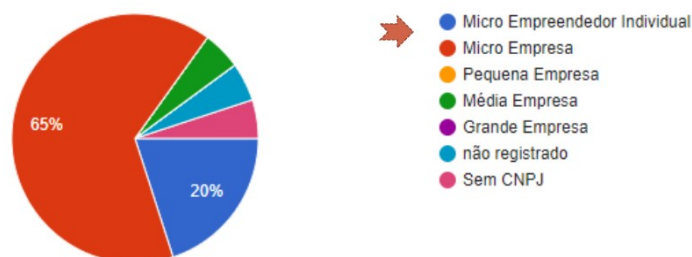
Os equipamentos de hospedagem tiveram um crescimento significativo entre 2001 a 2021, durante este período 55% dos estabelecimentos foram construídos.

2- Ano da última reforma no estabelecimento



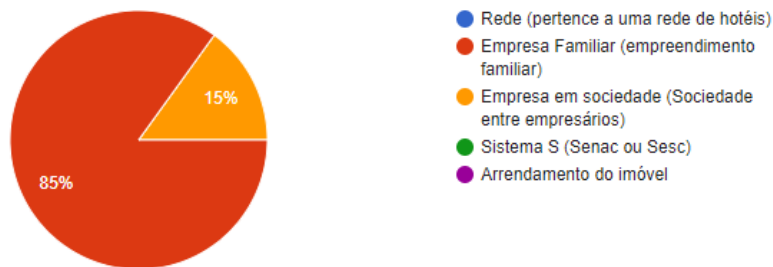
equipamentos de hospedagem passaram por alguma reforma nos últimos 2 anos, porém uma parcela de 30% não o fizeram nos últimos 2 anos.

3- Porte da empresa

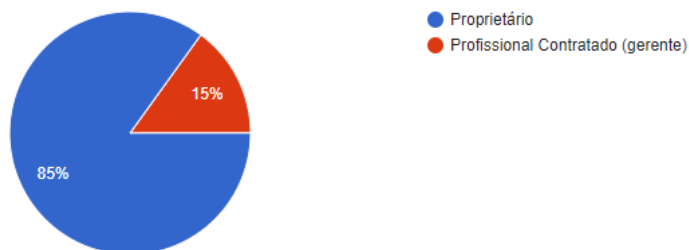


A maior parte das empresas (85%) são de porte micro, sejam de micro empresas ou micro empreendedor individual e também foi encontrado estabelecimento sem CNPJ (5%).

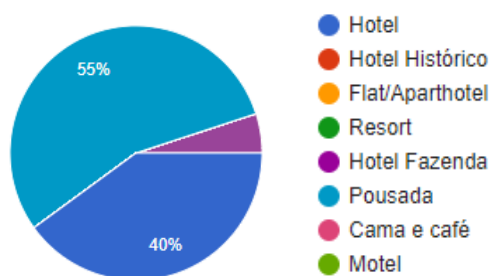
4- Forma de organização



5- Gerente geral do empreendimento

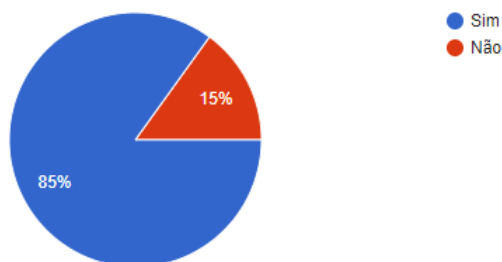


6- Tipo de Estabelecimento Conforme a Portaria n 100-21-06-2011 do Ministério do Turismo



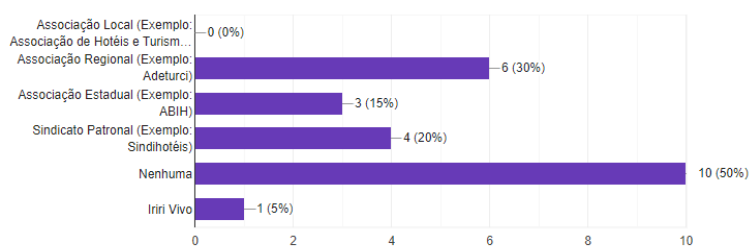
Dos estabelecimentos de hospedagem entrevistados 55% são constituídos de pousadas, 40% são hotéis e 5% camping.

7- Cadastrado no CADASTUR



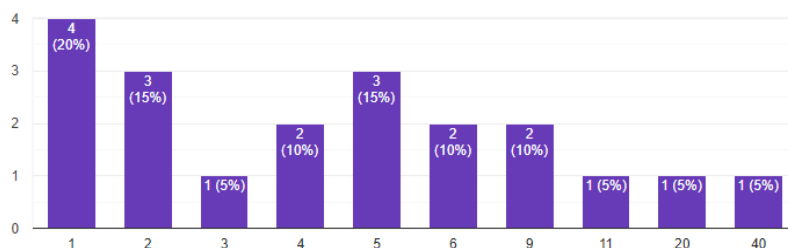
Apesar dos esforços significativos da SETURCE (em 2023) para cadastrar o maior número possível de equipamentos turísticos em Anchieta e da obrigatoriedade imposta pelo Ministério do Turismo para que todos os estabelecimentos de hospedagem se registrem, ainda há 15% dos estabelecimentos pesquisados que não estão regularizados no CADASTUR.

8- Associado a alguma entidade representativa



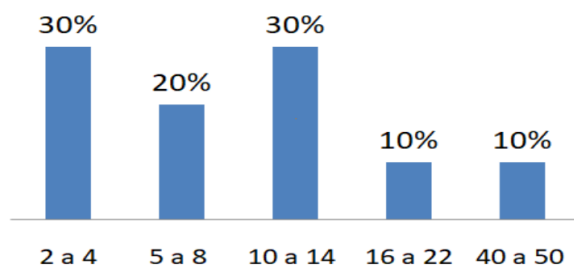
Um numero pequeno (35%) de estabelecimentos de hospedagem informaram que são associados a entidades específicas de hospedagem com a ABIH e o Sidihoteis e 50% dos equipamentos entrevistados não participa de nenhuma associação. Os que não participam alegaram os seguintes motivos: Falta de interesse, não vê utilidade, não precisa, já teve experiência e foi excluído da associação.

9- Número de funcionários que emprega permanentemente no estabelecimento



Dos equipamentos entrevistados, 40% emprega de 1 a 3 funcionários, 35% de 4 a 6, 15% emprega de 9 a 11 e apenas 10% é responsável por empregar de 20 a 40 funcionários permanentemente.

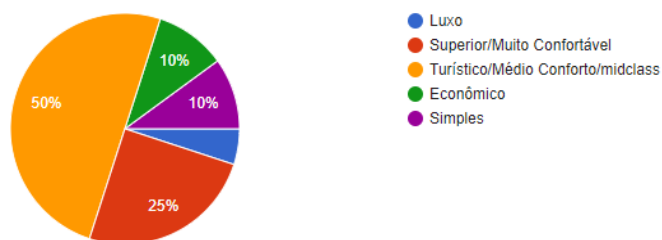
10- Número de funcionários somente sazonais no estabelecimento



Durante o período da alta estação (dezembro a março) foram abertas 240 vagas de empregos sazonais nos 20 estabelecimentos pesquisados.

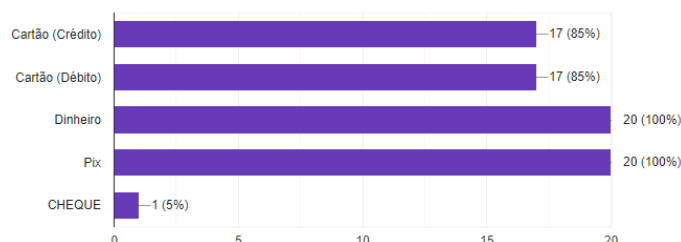
Bloco Dois - Estrutura e Serviços e Valores

11- Classificação do Estabelecimento



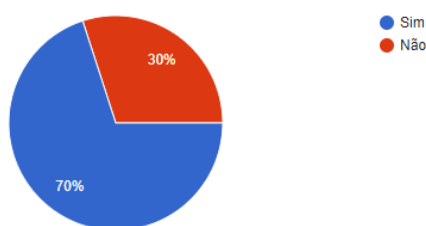
Dos equipamentos entrevistados 60% se consideram Médio conforto ou econômico, 10% simples, 25% muito confortável e apenas 5% se considera um estabelecimento de luxo.

12- Formas de pagamento aceitas pelo estabelecimento



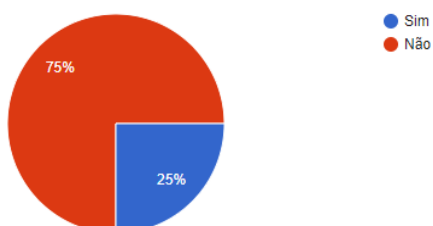
Esta pergunta considerou respostas múltiplas e a maior parte dos estabelecimentos já está com o seu sistema de cobrança vinculado ao banco ou a uma empresa de crédito, facilitando a negociação dos serviços.

13 - Unidades Habitacionais para não fumantes



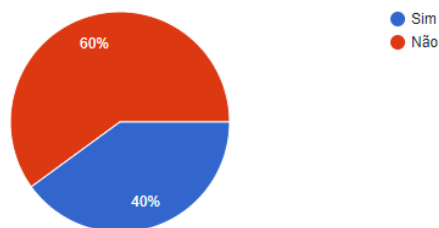
Dos equipamentos entrevistados 70% oferecem unidades habitacionais exclusivas para não fumantes.

14 - Possuem auditório



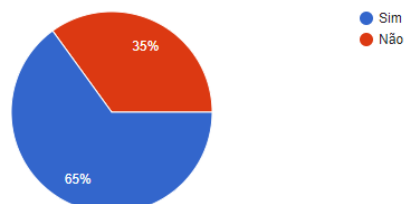
Dos 25% equipamentos entrevistados que possuem auditório 1 tem a capacidade para 65 lugares, 1 tem a capacidade para 80 lugares 2 tem a capacidade para 200 lugares.

15 - Possuem sala de reuniões



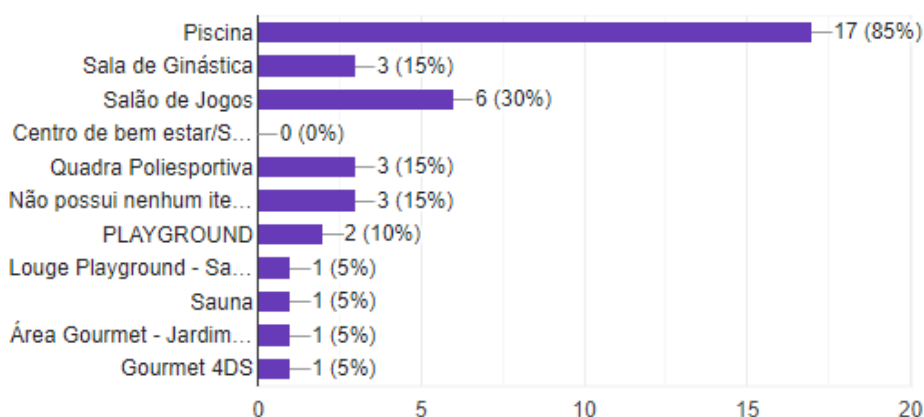
Dos 40% equipamentos entrevistados que possuem auditório 1 tem a capacidade para 30 lugares, 1 tem a capacidade para 40 lugares, 1 tem a capacidade para 45 lugares, 3 tem a capacidade para 50 lugares e 1 tem a capacidade para 100 lugares.

16- Possuem estacionamento



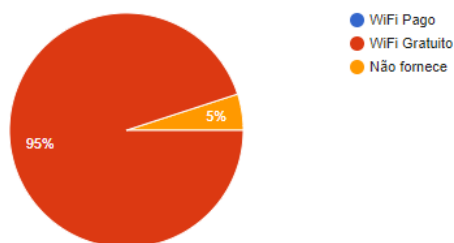
Dos 65% equipamentos entrevistados que possuem estacionamento 4 tem a capacidade de 6 a 10 vagas, 6 tem a capacidade de 17 a 30 vagas, 3 tem a capacidade de 30 a 42 vagas e 2 tem a capacidade de 80 a 100 vagas.

17- Possuem área de lazer

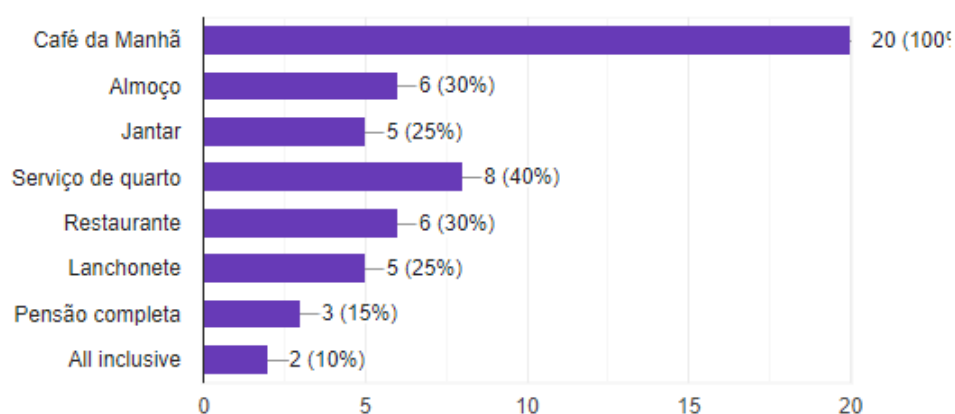


Esta pergunta permitiu respostas múltiplas possibilitando a informação de todos os equipamentos de lazer existentes em cada estabelecimento entrevistado.

18- Acesso a internet ao hóspede

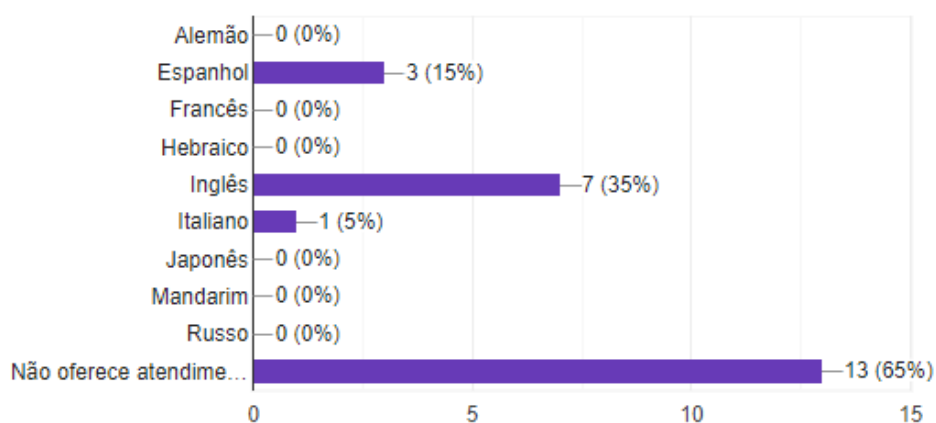


19- Serviços de alimentação



Esta pergunta permitiu respostas múltiplas possibilitando a informação de todas as formas de oferta de alimentação existentes em cada estabelecimento entrevistado.

20- Atendimento em idioma estrangeiro



Dos equipamentos entrevistados, 65% não oferecem atendimento em idioma estrangeiro, 35% oferece atendimento em Inglês, 15% oferece atendimento em Espanhol e 5% oferece atendimento em Italiano.

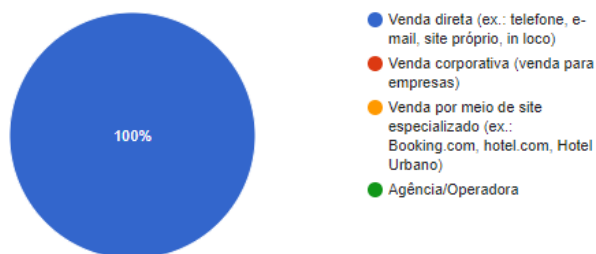
21- Preço médio das UHS

Preço médio das acomodações	Alta estação		Baixa estação	
	Luxo	Standard	Luxo	Standard
Média	\$1086,00	\$420,00	\$844,00	\$308,00

Valor médio em quarto coletivo \$55,00 e em Barraca \$45,00 e \$25,00

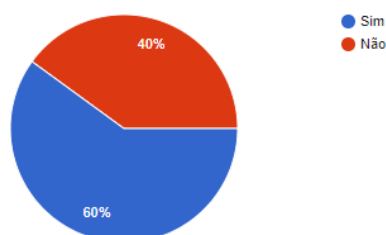
Bloco Três - Canais de Comunicação e Vendas

22-Principal canal de venda



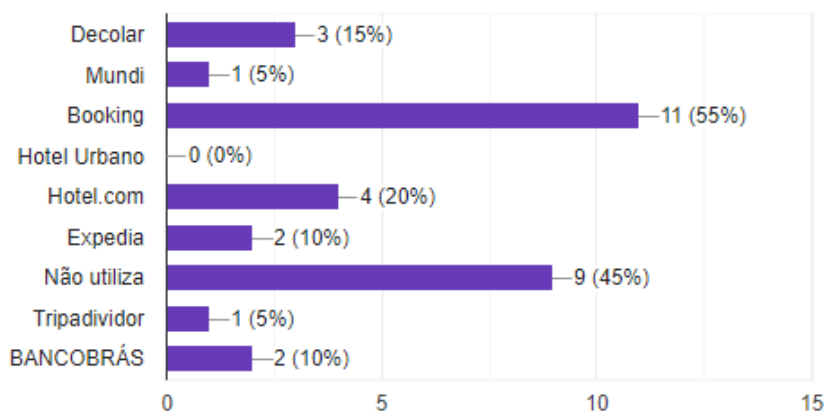
Dos equipamentos entrevistados, 100% têm a venda direta (B2C - business to consumer) como o principal canal de vendas de suas diárias, apesar de também se utilizarem de outras estratégias de venda.

23- Possuem Site Próprio



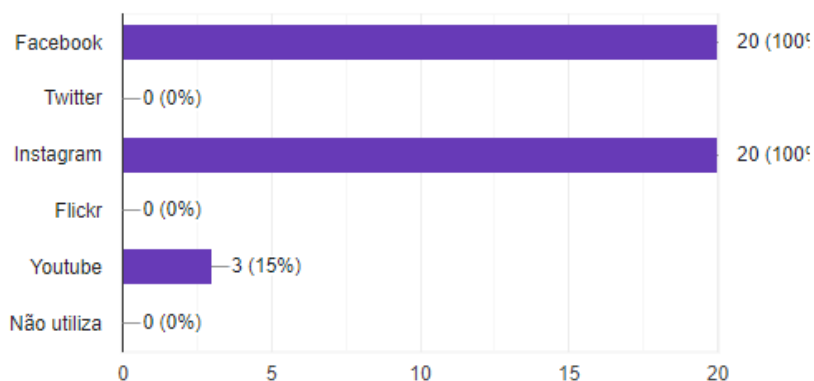
Dos equipamentos entrevistados, somente 60% possui Site próprio para divulgar o seu estabelecimento.

24 - Venda por meio de site especializado.



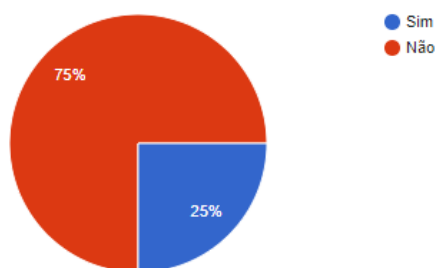
Dos equipamentos entrevistados 45% não utilizam nenhum site especializado para venda, divulgação e avaliação do seu estabelecimento. Dos equipamentos que utilizam sites os preferidos são: Booking (55%), Hotel.com (20%) e Decolar (15%).

25- Utiliza rede social para divulgar o estabelecimento



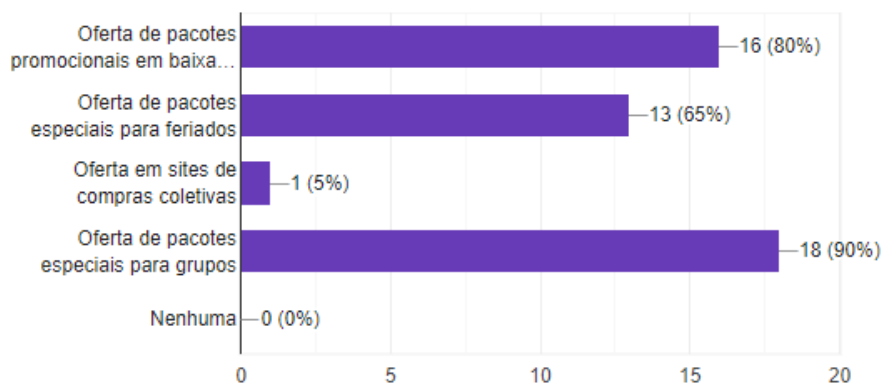
Dos equipamentos entrevistados 85% utilizam Instagram e Facebook e 15% Instagram, Facebook e Youtube para divulgar seus estabelecimentos.

29- Possui parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem



Dos equipamentos entrevistados apenas 25% trabalham com operadoras de turismo e/ou agências de viagem.

26- Tipos de política de promoções utilizam.



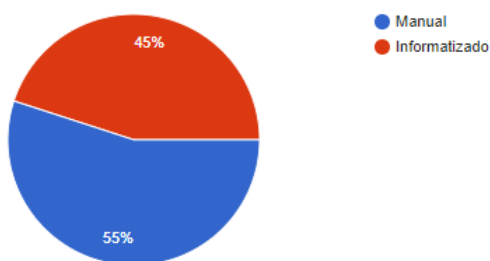
Dos equipamentos entrevistados 90% oferta pacotes especiais para grupos, porém estes são comercializados de forma direta (B2C) e não por intermédio de agências de viagem.

27- Taxa de ocupação entre dezembro de 2023 a março de 2024.

Mês	Percentual de ocupação
Dezembro de 2023	70%
Janeiro de 2024	93%
Fevereiro de 2024	73%
Março de 2024	47%

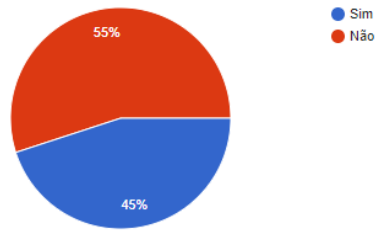
Bloco Quatro - Indicadores do perfil do hóspede

28 - Sistema de controle de hóspedes

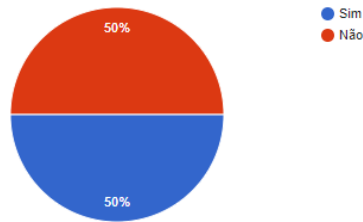


Dos equipamentos entrevistados 55% utilizam um sistema manual para controle dos hóspedes e somente 45% já informatizaram seu sistema de controle.

29 - O sistema utilizado cadastra os clientes de forma a apresentar dados do perfil dos hóspedes

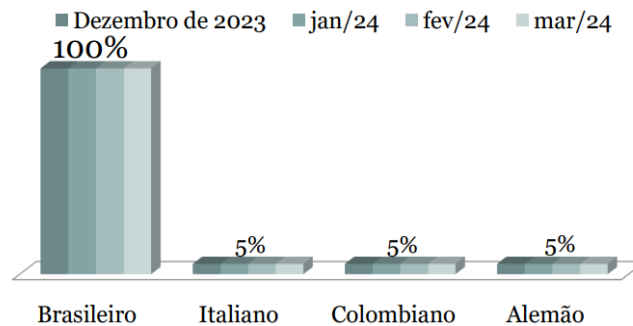


30- O sistema utilizado permite gerar o Boletim de Ocupação Hoteleira

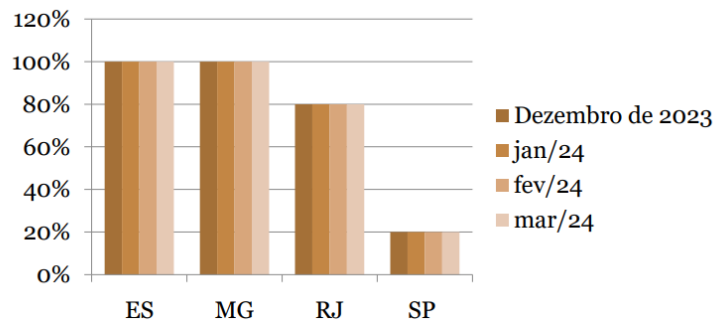


Dos equipamentos entrevistados 50% dos estabelecimentos não têm condição de gerar um Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH).

31- Nacionalidade dos hospedes

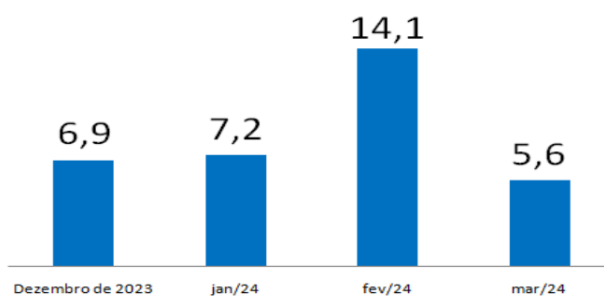


32 - Naturalidade dos hospedes



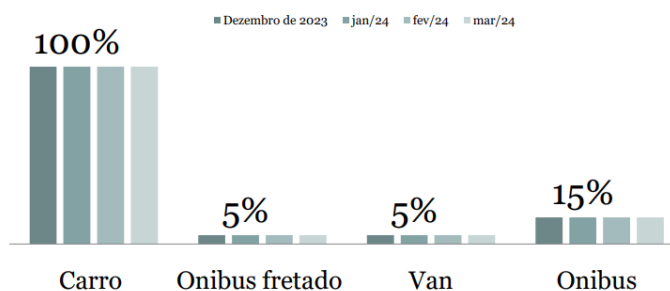
Dos equipamentos entrevistados 100% indicaram os capixabas e mineiros como os principais turistas para Anchieta, seguido dos cariocas e paulistas em menor escala.

33 - Tempo de permanência, em dias



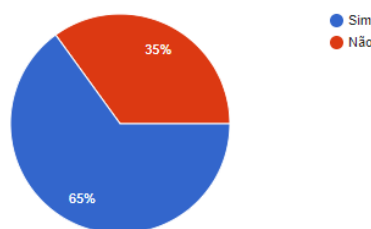
O tempo de permanência dos turistas nos equipamentos de hospedagem foi variado ao decorrer dos meses e em fevereiro de 2024 teve um período de permanência maior, provavelmente pelo Carnaval de 2024 ter ocorrido nos dias 12 e 13 de fevereiro.

34 - Meio de transporte para chegar no hotel em dezembro de 2023 a março de 2024



Nos meses de dezembro de 2023 a março de 2024, 100% dos equipamentos entrevistados apontou o carro como o meio de transporte mais utilizado.

39- Variação na ocupação hoteleira na Alta Temporada de 2023- 2024 em relação a Alta Temporada de 2022- 2023



Dos 65% dos equipamentos que notaram variação no percentual de ocupação das UHs entre a alta temporada de 2022- 2023 em comparação a alta temporada de 2023-2024, 15% dos entrevistados informou que houve uma queda na ocupação entre 10 a 20% e os demais 85% informou de houve um aumento entre 5% a 125%. O motivo apontado por

tal situação foi respondido como: 15%- queda no poder aquisitivo 37,5%- fim da pandemia 15%- não sabem 7,5%- Samarco 7,5%- marketing próprio e 7,5%- se manteve em funcionamento.

Anchieta 30 de agosto de 2024

Monica Martins de Siqueira

Presidente da ADETURCI