



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

AS ESTRATÉGIAS DE PERMANÊNCIA NO MERCADO DOS HOTÉIS PIRAPORENSES FRENTE AO ATUAL CENÁRIO TURÍSTICO

Autores: ANA CAROLINA VIEIRA QUEIROZ, VINÍCIUS SOUZA FALCÃO DE OLIVEIRA,
ROSEMARY BARBOSA DA SILVA MOURA

Introdução

“Turismo compreende um sistema de serviços com finalidade única e exclusiva de planejamento, promoção e excursão de viagem. Mas é preciso que se tenha infraestrutura adequada para atender ao desejo e/ou necessidade da pessoa que adquiriu o serviço, a saber: a recepção, hospedagem, consumo e atendimento às pessoas e/ou grupos oriundos de suas localidades residenciais”, conforme afirmam (SANTOS, Veras e SANTOS, Tavares, 2011, p. 20).

Para Freire, Neto e Santos (2007), o turismo possui quatro atividades de maiores relevâncias: transporte, entretenimento, gastronomia e hotelaria. Silva (2007) destaca o setor hoteleiro como sendo um dos principais setores empresariais para o turismo em uma cidade, visto que, atende uma necessidade básica do turista. Afinal, o viajante fica no destino pelo menos uma noite, com isso sua primeira procura no momento em que se encontra fora de casa, relaciona-se a abrigo e alimentos.

Conforme assegura Ignarra (2013) a amplitude das viagens impacta no modo de classificação do turismo. O turismo *local* refere-se aquele ocorrido entre municípios vizinhos; *regional* é quando a atividade turística requer um deslocamento de 200km a 300km da residência do turista; *doméstico* quando o local visitado é o próprio país e o *internacional* destina-se aos espaços além fronteira de onde reside o turista. Esse autor destaca ainda que os viajantes não são necessariamente turistas, mesmo que em sua maioria necessitem dos mesmos tipos de serviços turísticos.

Diante do exposto, o problema que norteia essa investigação é: quais tem sido as estratégias de permanência no mercado piraporense implementadas pelos hotéis frente ao atual cenário do turismo local? Para tanto definiu-se como objetivo geral: identificar como o atual cenário do turismo piraporense tem afetado a permanência dos hotéis. E os objetivos específicos são: a) descrever as estratégias adotadas pelos hotéis piraporenses no enfrentamento do atual cenário turístico da cidade de Pirapora-MG; b) investigar o perfil dos hóspedes dos hotéis nos dias atuais. A presente pesquisa se justifica pela importância dos hotéis para o turismo local, visto que esses contribuem para o desenvolvimento econômico sendo geradores de empregos.

Por mercado turístico entende-se um conjunto de transações e de contatos entre sujeitos que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos. Ou seja, é um local onde existe oferta e procura para as trocas comerciais. Para tanto faz-se necessário abordar o produto turístico, visto que está ligado à experiência vivida pelo turista ao utilizar os serviços ofertados no mercado, nesse contexto Ignarra, (2013, p. 50) diz que:

Recursos: naturais (clima, solo, paisagens, fauna, flora e outros) e culturais (patrimônio arquitetônico, cultura local, gastronomia, artesanato e outros); *Bens e Serviços:* produtos alimentícios, materiais esportivos, serviços receptivos, atrações etc.; *Infraestrutura e equipamentos:* estradas, meios de hospedagens, restaurantes etc.; *Gestão:* a forma como o produto é gerido e ofertado; *Imagem da marca:* como este produto é percebido pelos consumidores; *Preço:* o valor a ser pago deve ser condizente com os benefícios oferecidos.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Esses componentes dão uma forma unificada ao produto de turismo, tendo em vista que pode ser vistos por duas perspectivas, sendo a primeira como um conjunto de oferta limitado a área escolhida pelo turista para sua estadia e a segunda sobre a perspectiva de toda a realidade oferecida e vivenciada pelo turista. Atualmente as pessoas possuem maior facilidade em utilizar os produtos turísticos, devido aos meios de locomoção e as novas tecnologias (SIDÔNE, 2015). Diante desses fatores não é possível limitar a atividade turística apenas ao lazer ou a quem viaja para rever a família e amigos, pois o deslocamento de turistas pode ser também por motivos como: convenções, reuniões ou negócios, atividades empresariais ou profissionais, bem como aqueles que estão em viagem de estudo com um guia especializado ou fazendo algum tipo de pesquisa ou estudo científico.

Ampliando a discussão, no que diz respeito a infraestrutura e equipamentos pontua-se a importância da hospedagem para o turismo. Sidônio (2015, p. 13) ressalta que, “a hospitalidade engloba desde empreendimentos como hotéis, pousadas, resorts, campings, meios de transportes, entre outros, até os serviços prestados e que proporcionam o bem-estar físico e psíquico do visitante”.

De acordo com Sidônio (2015, p. 19),

O Hotel é uma empresa de prestação de serviços e se diferencia completamente das empresas dos ramos industrial e comercial. O produto gerado pelo hotel é estático, ou seja, o consumidor é quem deve ir até ele para dar início ao processo de aquisição/consumo. A palavra Hotel origina-se do latim *hospes*, cujo significado é pessoa acomodada, e de *Hospitium*, que significa hospitalidade.

Para Hayes et al. (2005), os hotéis podem ser classificados em pequenos, médios e grandes conforme o tamanho, ou seja, o número de apartamentos, mas essa classificação muda de país a país. Cabe salientar que é comum que hotéis pequenos serem administrados por seus próprios donos, e a contabilidade feita fora da empresa.

Material e métodos

O presente estudo caracteriza-se como sendo uma pesquisa de cunho descritivo e exploratório com uma abordagem qualitativa. Gil (2008) afirma que a pesquisa exploratória tem como um dos aspectos aprimorar a manifestação de vontade das pessoas e Rampazzo (2005) afirma que a pesquisa descritiva contribui para a observação dos fatores e acontecimentos sem alterá-los.

Para obtenção dos resultados, além do levantamento bibliográfico feito em livros e artigos, foi realizada a entrevista estruturada, seguindo um roteiro de questões previamente elaboradas que trouxeram respostas aos objetivos. A entrevista estruturada trata-se do desenvolvimento de uma relação fixa de perguntas, cuja ordem e redação permanecem invariáveis para todos os (GIL, 2008).

O sujeito dessa pesquisa foi o setor de hotelaria no município de Pirapora-MG, onde ocorreu entrevistas com os quatro gestores de diferentes hotéis no período de 14/07/2018 e 15/07/2018. Os dados obtidos são apresentados e discutidos na seção seguinte.

Resultados e discussão

Conforme Santos (2017) Pirapora não é considerada uma cidade turística, mas com potencial turístico, ainda que possua alguns atrativos turísticos e faça parte do Circuito Turístico Guimarães Rosa. Sua localização privilegiada se dá em decorrência da sua proximidade ao rio São Francisco, e assim os recursos naturais, podem ser vistos como atrativos turísticos.

A Deliberação Normativa n.º 432, de 28 de novembro de 2002, documento emitido pela EMBRATUR, aponta e define as principais diferenças entre um Município Turístico (MT) e um Município com Potencial Turístico (MPT).

Municípios Turísticos (MT): São aqueles consolidados, determinantes de um turismo efetivo, capaz de gerar deslocamentos e estadas de fluxo permanente. *Municípios com Potencial Turístico (MPT):* São aqueles possuidores de recursos naturais e culturais expressivos, encontrando no turismo diretrizes para o desenvolvimento socioeconômico do município. (BRASIL, 2002, p. 01).



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Embora Pirapora apresente uma diversidade turística, Santos (2017, p.137) afirma que “é necessária também a intervenção do poder público para atuar de forma incisiva, planejando e viabilizando ações que possam transformar essa ideia em realidade”.

Para atingir os objetivos propostos nesse trabalho foram investigados quatro hotéis na cidade de Pirapora, esses serão tratados como: Hotel A; Hotel B, Hotel C e Hotel D, todos gerenciados por mulheres.

O Hotel A - atua no mercado há mais de 40 anos, possui 150 apartamentos equipados com ar condicionado, frigobar, ventilador, televisão de Led, e serve café da manhã para seus hóspedes. Também possui elevador, estacionamento e área de lazer. O quadro de funcionários conta com 11 colaboradores fixos. Segundo a gestora, a fundadora abriu o hotel com a intenção de explorar o turismo piraporense, no entanto atualmente os quartos são preenchidos pelos representantes comerciais (viajantes). A maior demanda acontece nas épocas festivas da cidade, em eventos como Carnaval, Encontro de Motociclistas ou festivais, que absorve cerca de 80% da capacidade. Mas, ultimamente esses eventos tem sido raros. Assim a lotação rotineira desse estabelecimento é de 30 apartamentos diários. Destaca-se que a estratégia adotada para alcançar esse índice de ocupação é resultado de parcerias com o comércio local e as outras empresas.

O Hotel B- está no mercado há 26 anos, iniciou suas atividades no intuito de explorar o turismo local, possui 87 apartamentos equipados com ar condicionado, frigobar, ventilador, televisão de Led e oferece café da manhã. Além de contar com salão de eventos, elevador, e estacionamento. Seu quadro funcional tem 18 colaboradores fixos. O público que tem demandado os serviços desse estabelecimento são executivos das empresas e famílias de viajantes. De acordo com a entrevistada sua ocupação em dias úteis atinge 100% e nos finais de semana 50%. Na percepção dessa participante o turismo não tem participação na sua demanda, “eu trabalhei 10 anos com turistas, mas com a deterioração do turismo local focamos nossas estratégias para atender os executivos das empresas que se instalaram na cidade mediante convênios com suas respectivas empresas. Isso atendeu nossas expectativas garantindo um fluxo constante de hóspedes” (GERENTE DO HOTEL, 2018).

O Hotel C – foi fundado há 24 anos, possui um quadro fixo de 6 colaboradores. A estrutura comporta 48 apartamentos equipados com ventilador de teto, ar condicionado, televisão plasma, rede *wi-fi* e serve café da manhã. Oferece estacionamento e restaurante para seus hóspedes. Esse empreendimento também surgiu na intenção de explorar o potencial turístico da cidade, mas suas instalações estrategicamente têm sido ocupadas por vendedores, representantes comerciais, trabalhadores em geral e turistas nas festividades locais, especialmente os participantes do Encontro de Motoqueiros. A entrevistada sente-se prejudicada pela deterioração do turismo piraporense, que impactou na sua demanda significativamente.

O Hotel D - é o mais jovem dos entrevistados com 5 anos de atuação, apenas 26 apartamentos que contam com ar condicionado, ventilador, televisão de Led e oferece café da manhã. Dispõe de estacionamento, área de lazer e salão de eventos e possui 8 funcionários fixos. Foi criado para atender trabalhadores das empresas instaladas na cidade, os vendedores e famílias viajantes. Segundo a entrevistada a ocupação durante o ano inteiro é de quase 100%. Assim como os Hotéis A e B esse participante assegura também fazer convênios para hospedar os trabalhadores das empresas locais.

Considerações finais

Conclui-se que apesar da cidade de Pirapora não ser uma cidade turística, ela tem potencial. Porém, com a degradação dos pontos que incentivavam a vinda dos turistas a cidade, os eventos antes tradicionais não ocorrem mais. Os hotéis se viram obrigados a mudar o foco dos seus serviços. Adotando como estratégia o atendimento ao um novo público, composto por trabalhadores e executivos que vem a cidade devido à instalação de novas empresas. Para manter o nível de ocupação, realizam convênios com empresas. Nesse sentido, o público do hotel deixa de ser o turista descaracterizando o hotel como parte do produto turístico.

Agradecimentos



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

FEPEG

F Ó R U M
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Agradecemos ao Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Pirapora pelo apoio financeiro e logístico para o desenvolvimento dessa pesquisa e a sua divulgação.

Referências bibliográficas

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003/2007**: Diretrizes, Metas e Programas. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

FREIRE, S.M.S.; NETO, J.P.B.; SANTOS, S.M. **Estratégias De Marketing Como Ferramenta De Gestão Estratégica Na Pequena Hotelaria**: estudo de caso em hotéis de Fortaleza/CE. Revista Eletrônica de Administração. V.6, n.1, 2007. Disponível em:

<<http://periodicos.unifacel.com.br/index.php/rea/article/view/202/54> 22/04/2018> Acesso em: 11 de junho de 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos E Técnicas De Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAYES, D.K.; NINEMEIER, J.D. **Gestão de operações hoteleiras**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 3ed. São Paulo: Editora Senac Rio de Janeiro, 2013. MOESCH, Maruschka. A produção do saber turístico. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3. Ed. São Paulo: Loyola, 2005.

SANTOS, Antônio Veras dos; SANTOS, Marivan Tavares. **Marketing turístico**. – Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. 51 p.: il., tabs.

SANTOS, Ralph José Neves dos. **A Trajetória De Desenvolvimento Do Município De Pirapora (MG)**: dos vapores ao turismo. Tese (Mestrado em Desenvolvimento Social)- UNIMONTES. Montes Claros, 2017.

SIDÔNIO, Letícia Veloso. **Gestão Hoteleira**. Ed.1 Montes Claros: Instituto Federal de Minas Gerais, 2015.

SILVA, Márcia Magalhães da. **Impactos Da Sazonalidade Na Hotelaria**: estudo na hotelaria de luxo da cidade do Rio de Janeiro. 2007. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Turismo – Gestão de Hotelaria) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1525/1/9%20-%20Marcia%20da%20Silva.pdf>> Acesso em: 01 de junho de 2018