

VISÃO HOTELEIRA Resumo

Julho/2011

A Visão-Agência de Desenvolvimento da Região das Hortênsias divulga as análises de desempenho da ocupação hoteleira de Gramado no mês de julho de 2011. Os resultados são do Banco de Dados das Hortênsias, desenvolvido pela parceria GramadoSite/VISÃO/Complexo Educacional FMU de São Paulo, através do seu Departamento de Hospitalidade.

Base dos dados

A leitura desta edição baseia-se em informações disponibilizadas por 11 (onze) meios de hospedagem da categoria “Hotéis/Gramado”, com um total de 744 UHs que representam 23,47% do total de UHs da categoria na cidade (de acordo com dados do Censo dos Meios de Hospedagem 2011 da VISÃO).

Taxa de Ocupação (TX OCC%)

A partir de 2009 houve evolução significativa nas taxas de ocupação com incremento de dez pontos percentuais naquele ano, pode ser reflexo de demanda reprimida motivada pela nova classe média que contribui para impulsionar a turismo interno. Nos últimos três anos a ocupação média nos hotéis monitorados pela Agência Visão estão acima da média nacional, se comparados na mesma categoria e praça: a manutenção dos 76% é um índice respeitável, havendo pouca variação nos últimos três anos. Os diversos eventos gerados para atrair o turista de negócios e de lazer demonstram que a condução na divulgação da cidade assim como os diversos eventos locais estão corretos. O clima também contribui para atração no deslocamento de turista para a Gramado, lembrando que este foi um dos invernos mais rigoroso nos últimos onze anos e foi notícia no cenário nacional, ajudando a divulgar o destino. A cidade vem sofrendo forte concorrência com os destinos no exterior, devido ao dólar baixo, promoção das áreas e de seus meios de hospedagem.

Evolução da TX OCC% Julho – Gramado de 2006 a 2011

Foi forte a evolução da demanda turística para Gramado a partir de 2009, com variáveis de um ponto percentual nos últimos três anos. O festival de inverno com diversas atrações durante o período, foi uma excelente ferramenta de marketing na canalização do público a Gramado. Uma pesquisa do MINTUR e FGV, que demonstra os hábitos do turista interno, pode contribuir para entender e direcionar as novas ações para captar o cliente interno para esta praça: a maioria são da classe B (46,7%) e C (19,8%), totalizando 67%; 45% deste total fica hospedado em hotéis; e o deslocamento preferido de 37% é o carro; 44% ficam no destino em média 07 dias. Ainda, a probabilidade de viajarem dentro do país nos próximos dois anos é de 56,6%. Outro dado interessante a ser analisado é a escolha do destino turístico. A beleza natural tem a preferência para 34% do público e praias para outros 21%. O gasto médio declarado foi de R\$ 2.279,89.

Mais um dado para refletir foi que infraestrutura do local a ser visitado que representou a preferência de 86% dos viajantes entrevistados. De acordo com pesquisa da mesma fonte, com o título de Conjuntura Econômica, demonstra que houve elevação dos eventos de 24% e uma expansão de 41% no faturamento geral dos meios de hospedagem. Ainda, de acordo com a ANAC, aconteceu um incremento de 14,4% na

ocupação dos assentos em igual período e os pousos e decolagens domésticas foram superiores em 21% em relação a 2010.

TX OCC% acumulada em 2011

Desde que iniciou o monitoramento dos hotéis gramadenses pela Visão o índice acumulado na taxa de ocupação vem superando seguidamente o ano anterior, exceto ano passado que ficou o mesmo. Estas taxas demonstram que o destino está consolidado no cenário regional e nacional e se renovando a cada ano com novas atrações para atrair e fidelizar o turista. A infraestrutura tem contribuído muito para fazer o marketing viral, ou seja, o cliente realiza a divulgação espontaneamente. A diária média foi superior ao igual período do ano anterior e ultrapassando ao de outras praças com destino semelhante de acordo com outras fontes de pesquisa. De acordo com diversas fontes, o segundo semestre será de observação no turismo devido a diversos fatores, em especial econômicos internos e externos.

Continuamos a registrar alguns indicadores preocupantes como:

- Dólar novamente abaixo do patamar de R\$1,69 que estimula demanda para o exterior que estão a realizar promoções para atrair o turista;
- elevação do custo do itens de exportação que são grandes geradores de emprego;
- Inflação continua alta e deu um desaquecimento devido a diversas ações dos órgãos responsáveis, ainda assim ficando em torno de 6,8% no acumulado ano;
- Deficiência na infraestrutura aeroportuária, estradas de rodagem e portos dificultam a chegada dos navios turísticos de grandes calados vindos da Europa e Ásia.

A versão original e completadeste informativo é exclusiva aos participantes do sistema e associados da VISÃO.

Glossário: UHs= Unidades Habitacionais Hoteleiras; TX OCC%= Taxa de Ocupação Hoteleira; SETUR= Secretaria de Turismo; REVPAR= revenue per available room; PIB= Produto Interno Bruto. MINTUR= Ministério do Turismo; ANAC: Agência Nacional de Aviação Civil. **Fontes:** Gramadosite.com e FOHB (Fórum das Operadoras Hoteleiras do Brasil) **Elaboração desta edição:** FMU/SP: Carlos Sabato Dell'Aglio- Hoteleiro, Pós-Graduado em Gestão de Negócios, pesquisador e Claudia Butuhy analista e Coordenadora; VISÃO AD-RH: Sandra Ferrapontoff Lemos- Mestre em Turismo e Hotelaria, revisão, editoração e distribuição.