A LOCALIZAÇÃO COMO FATOR DETERMINANTE PARA A IMPLANTAÇÃO DE HOTÉIS EM FOZ DO IGUAÇU

Anna Carolina Simon Salvan[1]
Orientadora: Francieli Boaria[2]

Resumo: Na última década, notou-se um considerável crescimento nos números de meios de hospedagem na cidade de Foz do Iguaçu/PR, despertando o interesse da pesquisadora em entender sobre os itens da dimensão “localização” que determinam o investimento no setor hoteleiro. A partir de um levantamento bibliográfico, constatou-se a incipiência de dados secundários para a realização da pesquisa, partindo-se assim para a investigação de dados primários diretamente com os proprietários e/ou gerentes gerais em uma amostra com sete meios de hospedagem estabelecidos em Foz do Iguaçu/PR nos anos de 2013 a 2023. Por meio de entrevistas semiestruturadas, esta pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, confirmou que os eventos é o principal fator dentro da dimensão “localização” na implantação de um hotel na cidade.

Palavras-chave: Meios de Hospedagem; Fatores determinantes; Implantação.

Introdução

O município de Foz do Iguaçu, localizado no extremo oeste do Paraná, se destaca como um destino turístico popular, especialmente devido às Cataratas do Iguaçu e à Usina Hidrelétrica de Itaipu, atraindo turistas nacionais e internacionais. Como resultado, a cidade e sua região desenvolveram uma ampla infraestrutura de hospedagem para atender à demanda turística, totalizando aproximadamente 30 mil leitos em 177 estabelecimentos em 2022 (SECTUR, 2023).

De localização privilegiada, redes nacionais e internacionais de meios de hospedagem (MH) se estabeleceram na região, juntamente com empreendimentos de gestão independente, criando um mercado diversificado. Esse panorama, aparentemente propício para o investimento de diversas tipologias de MH, remete à seguinte pergunta de pesquisa: Quais são, especificamente, os fatores determinantes dentro da dimensão “Localização” que atraem os MH para se instalar na cidade de Foz do Iguaçu? Nesse sentido, o objetivo geral desse estudo é investigar os fatores determinantes da dimensão “Localização” para a implantação de hotéis em Foz do Iguaçu.

A relevância desse trabalho se faz, primeiramente, devido à importância que o setor hoteleiro tem na cidade, contribuindo assim com o mercado/sociedade de forma geral. Em segundo lugar, diante de buscas sem sucesso a respeito da temática, identificou-se a ausência de trabalhos, assim, colaborando com o conhecimento científico no turismo e hotelaria. E, por último, graças a experiência e percepção da pesquisadora na área por lidar com situações em que os clientes precisam optar por segmentos de MH em seu cotidiano laboral, despertou a curiosidade pelo tema.

De acordo com Newell e Seabrook (2006), as variáveis (i) Volatilidade da demanda; (ii) Número de turistas internacionais; (iii) Número de turistas domésticos; (iv) Atributos do local (transporte, instalações para convenções/eventos, malha aérea, etc.); e, (v) Idade do hotel são itens que compõem a dimensão “Localização”. Este trabalho, portanto, faz um recorte sobre esta dimensão, a fim de verificar com os gestores dos hotéis que compõem a amostra da pesquisa quais itens se destacam.

[1]Graduanda em Turismo pela UNIOESTE. E-mail: annacarolinasalvan@gmail.com
[1]Doutoranda e Mestre pelo Programa de Doutorado em Turismo e Hotelaria (PPGTH) da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Professora dos Cursos de Hotelaria e Turismo da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE).
E-mail: francieli.boaria@unioeste.com.br

Segundo Limberger, Boaria e Anjos (2014), inúmeros turistas mostraram que, ao selecionar um hotel, a localização torna-se crucial, tanto para locomoção até certos pontos turísticos, quanto para a qualidade do serviço do hotel. Estar em uma localização considerada limitada é um fator chave que mostra que o empreendimento pode vir a falhar em um dado momento.

Quanto aos atributos do local, as redes de transportes possuem um papel importante no dia a dia da população, melhorando a qualidade de vida das pessoas, além de impactar na economia e no desenvolvimento do país. Entre todas as redes de transporte existentes, a rede aérea é uma das mais importantes, pois une pessoas distantes de uma maneira rápida e segura (COUTO et al., 2014).

Um aspecto fundamental de influência nas malhas aéreas envolvendo o setor hoteleiro é a oferta turística local e regional, capaz de atrair e estabelecer o tempo de permanência do turista ou de um visitante. Quanto mais serviços voltados ao turismo, como bares, restaurantes, hotéis, atrativos, cultura e lazer, pode significar mais tempo de estada no destino (LOHMANN; VALENTE, 2005).

Outro item com forte influência ao investir no segmento da hotelaria é a área de eventos. Segundo Dias e Pimenta (2005), feiras e outros tipos de exposições são importantes meios de divulgação de um meio de hospedagem, focando em clientes em potencial ou intermediários e trazendo possibilidades de venda. Existem muitos hotéis que têm nos eventos sua principal fonte de receita (DIAS; PIMENTA, 2005).

A demanda volátil existente é outro fator considerado significativo para a instalação de um empreendimento, podendo ser influenciada pela alta e pela baixa temporada, além da localização, dos serviços oferecidos no meio de hospedagem e da estação do ano. Toda a variação existente pode estar ligada diretamente a intervalos como meses, anos ou até mesmo dias e semanas (SOUSA, 2014). Segundo Sousa (2014), o intuito principal de uma política voltada para a captação de eventos é ser superior aos efeitos da sazonalidade, uma vez que os eventos proporcionam o equilíbrio ideal na relação de oferta e demanda. A maioria dos organizadores tem preferência por realizar eventos em épocas chamadas de baixa temporada, pois além de ser fácil a reunião de muitos participantes, existem diversos locais interessados em sediar o evento, facilitando as negociações e proporcionando mais benefícios para o organizador (SOUSA, 2014).

Metodologia e discussão dos resultados

A pesquisa foi realizada no município de Foz do Iguaçu/PR, em sete MH. Utilizou-se como critério os MH instalados nos anos de 2013 a 2023, independentemente de sua classificação, segmento ou tipologia. Como universos da pesquisa, constatou-se 16 MH, sendo quatro hostels, 11 hotéis e um resort. Elaborou-se um roteiro semiestruturado composto por 45 questões com base na literatura e, visando seu aperfeiçoamento, aplicou-se um pré-teste com um MH instalado na cidade. As entrevistas ocorreram com proprietários ou gerentes gerais de forma presencial no período 02 de maio a 05 de junho de 2023, durando em média 1h30 cada.

A análise dos dados foi realizada utilizando técnicas qualitativas, as quais foram analisadas por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2004). Optou-se por não revelar a identidade dos MH visando sua confidencialidade, logo, cada um foi identificado por um número. O Quadro 1 sintetiza a descrição e a tipologia dos MH que contribuíram para esta pesquisa.

Quadro 1 - Perfil da Amostra

MH	Ano de Inauguração	Administração	Classificação	N°funcionários	N° UH
MH1	2013	Franquia	4 estrelas	40 func.	100 UH
MH2	2021	Franquia	4 estrelas	21 func.	088 UH
MH3	2017	Rede	2 estrelas	19 func.	132 UH
MH4	2014	Rede	3 estrelas	36 func.	176 UH
MH5	2015	Independente	0 estrelas	2 func.	006 UH

MH6	2021	Rede	2 estrelas	16 func.	126 UH
MH7	2017	Rede	4 estrelas	90 func.	172 UH

Fonte: Elaboração própria.

Sabendo-se da importância da dimensão “Localização”, a pesquisadora procurou descobrir em suas entrevistas a importância atribuída entre os itens componentes da dimensão. O Quadro 3 sintetiza os detalhes.

Quadro 3 – Dimensão Localização

	Volatilidade da demanda	**Número de turistas internacionais**	**Número de turistas domésticos**	**Atributos do local**
MH1	Segue os períodos de sazonalidade específico dacidade.	Menor demanda de turistas internacionais.	Maior demanda deturistas domésticos.	- Área não central da cidade, com acesso limitado de transporte público; - Eventos internos para hóspedes e locação para eventos externos com capacidade máxima de 700 pessoas.
MH2	Segue os períodos de sazonalidade específico dacidade.	Demanda igualitária de turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	- Área central da cidade, com fácil acesso ao transporte público; - Eventos internos para hóspedes e comunidade local com capacidade de aprox. 250 pessoas.
MH3	Segue os períodos de sazonalidade específico da cidade.	Menor demanda de turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	Área central da cidade, com fácil acesso ao transporte público; - Não realiza eventos.
MH4	Segue os períodos de sazonalidade específico da cidade.	Menor demanda de turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	- Área central da cidade, com fácil acesso ao transporte público; - Eventos internos para hóspedes e comunidade local, com capacidade aprox. de 200 pessoas.
MH5	Segue os períodos de sazonalidade específico da cidade.	Maior demandade turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	- Área relativamente central da cidade, com acesso considerável ao transporte público; - Não realiza eventos.
MH6	Segue os períodos de sazonalidade específico da cidade.	Menor demanda de turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	- Área central da cidade, com fácil acesso ao transporte público; - Eventos empresariais de pequeno porte, comcapacidade de aprox. 80 pessoas.
MH7	Segue os períodos de sazonalidade específico da cidade.	Menor demanda de turistas internacionais.	Demanda igualitária de turistas domésticos.	- Área relativamente central da cidade, com fácilacesso ao transporte público. - Realiza eventos internos para hóspedes e para comunidade, e locação para eventos externos e internos, com capacidade para aprox. 150 até 400 pessoas.

Fonte: Elaboração própria.

É possível notar que todos os MH possuem a mesma demanda conforme a sazonalidade da cidade do qual está inserido. Percebe-se também como se difere a demanda de visitantes internacionais e domésticos, onde atualmente a maioria são visitantes domésticos, tendo como exceção do MH5 que possui maior demanda de visitantes internacionais, e, do MH2 que possui demanda tanto de visitantes internacionais quanto nacionais, sendo algo igualitário. Um item que se destaca com grande diferenciação dentre a amostra são os eventos. Em sua maioria, são realizados eventos de pequeno a médio porte, como, por exemplo os MH2, MH4 e MH7, dos quais os eventos

feitos são para hóspedes com abertura a comunidade local, tendo a ideia de inserir a população local no MH, vislumbrando o aspecto sustentável do negócio. Os MH3 e MH5 não realizam eventos de nenhum porte por sua infraestrutura não comportar o número de pessoas; já o MH1 realiza eventos internos e fornece locação para eventos externos que comportam até 700 pessoas. Por fim, o MH6 realiza apenas pequenos eventos de negócios que comportam até 80 pessoas.

Considerações Finais

Esta pesquisa investigou os fatores determinantes da dimensão “Localização” para a implantação de hotéis em Foz do Iguaçu/PR. Os entrevistados citaram a localização do MH favorável dentro da cidade como um fator importante, onde a visibilidade do local e a proximidade a pontos gastronômicos, além da facilidade de locomoção até pontos favoráveis do local, como atrativos e pontos de entretenimento, são fatores cruciais para um bom desenvolvimento de um MH. Levando em consideração o alto número de turistas que a cidade atrai e baseando-se na variável da volatilidade de demanda, todos os MH precisam constantemente encontrar maneiras distintas de se sobressaírem diante da alta demanda existente na cidade. Os resultados indicam os investimentos realizados por cada MH da amostra em infraestrutura e qualidade do serviço, visando atrair cada vez mais hóspedes, principalmente para promover e atender de eventos para o público local e externo. A partir dos fatores investigados da dimensão “Localização”, torna-se perceptível a influência de cada um deles para a implantação de MH na cidade de Foz do Iguaçu/PR, sobressaindo-se os eventos, sendo possível realizar uma análise dentre os perfis entrevistados e compreender as diferenças que cada meio de hospedagem possui diante do outro.

Referências

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2004.

COUTO, G.; SILVA, A. P.; RUIZ, L.; BENEVENUTO, F. Um Retrato da Malha Aérea Brasileira. In: SEMINÁRIO INTEGRADO DE SOFTWARE E HARDWARE (SEMISH). Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação. p. 108-119. ISSN 2595-6205. 2014.

DIAS, R; PIMENTA, M. A. Gestão de hotelaria e turismo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

LIMBERGER, P. F.; BOARIA, F.; ANJOS, S. J. G. A relação entre a satisfação geral e as variáveis da satisfação na hotelaria em hotéis de excelência. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. p. 435–455. 2014. Disponível em: https://doi.org/ 10.7784/rbtur.v8i3.803.

NEWELL, G.; SEABROOK, R. Factors influencing hotel investment decision making. Journal of Property Investment & Finance, 2006.

Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu [SECTUR], (2023). Setor hoteleiro ajuda a impulsionar crescimento do PIB do 1º trimestre de 2022. (2022, 3 de junho). CNN. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/setor-hoteleiro-ajuda-a-. Inventário de meios de hospedagem. https://www.destino.foz.br/orgao-oficial/informacoes-turisticas/. Acesso em: maio 2023.

SOUSA, J. M. O. Determinantes da taxa de ocupação hoteleira no Brasil. Fortaleza, 2014.

VALENTE, F. J.; LOHMANN, G. Turismo como fator de decisão no planejamento de

empresas aéreas regionais brasileiras. Revista Turismo em Análise, Um Retrato da Malha Aérea Brasileira | Anais do Seminário Integrado de Software e Hardware (SEMISH). SOL - SBC, v. 16, n. 1, p.96-117, 2005. Disponível em: https://sol.sbc.org.br/index.php/semish/article/view/10851 Acesso em: maio 2023.