

Pesquisa de Demanda e de Oferta de Agências de Turismo Social em Santa Catarina, Brasil

Vanessa Acosta de Azambuja¹

Universidade Federal do Rio Grande - FURG

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar as pesquisas de demanda e de oferta de agências de turismo social em Santa Catarina, para que sirvam de subsídio para o projeto de planejamento da agência ‘Economiza Turismo’, a ser localizada em São José-SC. Dessa forma, aplicou-se questionários com a demanda de turismo social em São José e no município vizinho Florianópolis-SC; avaliou-se os destinos apontados na pesquisa de demanda que possam compor a oferta de pacotes da agência; e coletou-se dados sobre as agências de turismo social (oferta concorrente). Assim, verificou-se que a maioria dos questionados tem interesse em viagens curtas na baixa temporada e a lugares próximos de São José, para que os valores possam ser acessíveis e adquiridos por poupança programada. Foram encontradas cinco agências de turismo como concorrentes diretas.

Palavras-chave: agência de turismo; turismo social; demanda; oferta

Introdução

O turismo foi por muito tempo considerado um privilégio da elite; fato crédulo, desde a Idade Média, quando se começou a produzir genuinamente um turismo de massa pelos Romanos. Hoje se percebe que há poucas oportunidades de viagens às classes sociais menos privilegiadas, principalmente no Brasil.

Por este motivo, resolveu-se criar o projeto de planejamento da agência ‘Economiza Turismo’, que almeja atingir o público de baixa renda, que se constitui em pessoas que recebem renda familiar entre um e quatro salários mínimos, na qual fazem parte desse grupo 76, 2% da população brasileira. Desse modo, a agência ‘Economiza Turismo vem a ser uma oportunidade para que as pessoas de renda menos favorável possam realizar

¹ Graduada no Curso de Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas – UFPEL. Trabalhou como Técnica em Turismo na Secretaria Municipal de Turismo, Esportes e Lazer do Rio Grande por 5 anos. Formação como Técnica em Turismo pela Escola Técnica Camões, na cidade do Rio Grande-RS. Endereço eletrônico: <turismologa.vanessa@yahoo.com.br>.

viagens e, assim, satisfazerem seus anseios e desejos em relação à estima, divertimento, relaxamento, lazer e integração social.

Para que a agência obtenha sucesso e, assim, possa proporcionar a realização de viagens por pessoas de baixa renda, primeiramente devem-se realizar as pesquisas de demanda e de oferta para que sirvam de subsídio para o planejamento, de forma a conhecer seu público e formatar a oferta de acordo com as necessidades e os desejos deste público. Desse modo, neste artigo é retratada a análise das pesquisas de demanda e de oferta de agências de turismo social em Santa Catarina, que é o objetivo destas pesquisas.

A pesquisa de demanda foi realizada através da aplicação de questionário nos centros comunitários nos bairros Campinas e Kobrasol, em São José-SC – onde se pretende implantar a agência, e no bairro Rio Tavares, em Florianópolis-SC - cidade vizinha de São José, resultando em 100 (cem) entrevistados.

Como parte da pesquisa de oferta tem-se os destinos que podem compor os pacotes da agência ‘Economiza Turismo’ que tenham custos acessíveis. Desse modo, duas das perguntas feitas aos questionados na pesquisa de demanda foi se gostariam de conhecer algum lugar em especial no Estado de Santa Catarina e se acreditam que um final de semana é o suficiente para uma viagem de lazer, para que pudessem apontar lugares próximos para onde tivessem interesse em realizar uma viagem de curta duração de forma que a agência pudesse minimizar os custos dos pacotes turísticos. Então, avaliou-se os destinos apontados na pesquisa de demanda.

Para abrir uma agência de turismo também é necessário analisar a concorrência direta e indireta deste estabelecimento, abrangendo desde igrejas e associações empresariais, até agências de turismo que vendam o mesmo tipo de produto que se pretende oferecer.

Além das pesquisas, neste artigo também é apresentada fundamentação teórica sobre turismo, agências de turismo, filosofia *low cost/low fare*, segmentação, turismo social, demanda e oferta.

Fundamentação Teórica

A atividade de deslocar-se de um local para outro é realizada desde os primórdios, quando os nômades, motivados pela busca da sobrevivência, descobriam novos lugares. Mas somente durante a Idade Média em Roma, começou a haver um interesse pelas

viagens de lazer por um grande número de pessoas a partir da criação de áreas de lazer, paralelamente à criação de um grande número de estradas (o que facilitou o deslocamento).

Como exemplo dessas áreas de lazer, pode-se citar os famosos circos romanos com capacidade de até 40.000 espectadores sentados, as termas com toda infra-estrutura para entretenimento (salas para banhos a vapor, piscinas, massagens, entre outros), e as residências secundárias, construídas nas colinas periféricas de Roma, as quais representavam *status* (tais como as casas de veraneio de hoje). (CASTELLI, 1999)

Posteriormente, a história das viagens foi marcada por momentos importantes, como o desenvolvimento da navegação durante o Renascimento, o aparecimento do capitalismo, entre outros acontecimentos. (CASTELLI, 1990)

Entretanto, a verdadeira história do turismo surge apenas a partir da Revolução Industrial, com o estabelecimento do direito a férias, além de outros direitos trabalhistas. Foi nesta época que o turismo foi definido, conforme afirma Barretto (2008, p.43):

[...] surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem. A palavra *tour* é de origem francesa, como muitas palavras do inglês moderno que definem conceitos ligados à riqueza e à classe privilegiada. [...] A palavra *tour* quer dizer *volta* e tem seu equivalente no inglês *turn*, e no latim *tornare*. O pesquisador suíço Arthur Haulot acredita que a origem da palavra esteja no hebraico *Tur* que aparece na Bíblia como significado de 'viagem de reconhecimento'.

Foi a partir da Revolução Industrial que o inglês Tomas Cook, em 1841, fundou a primeira agência de viagens² registrada no mundo. Desse modo, verifica-se que pela primeira vez as viagens de turismo passaram a serem comercializadas de forma programada, como pacotes turísticos. (CASTELLI, 1990)

Em 1919, ocorreu a primeira viagem aérea comercial com transporte de passageiros de Paris para Londres. A partir desse momento, a aviação passou a utilizar o hidroavião como transporte de passageiros, por um longo período. “Porém, a maioria das

² Em 2008, foi criada a Lei n.º 11.771, quando as ‘agências de viagens’ passaram a denominar-se ‘agências de turismo’, cuja definição é: pessoas jurídicas que exercem atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornecem diretamente.

companhias aéreas surgiu no início dos anos 20” e com o surgimento de aviões mais velozes, houve uma maior contribuição para o turismo. (BARBOSA, 2002, p. 65)

Já em época de globalização, em 1994, a Organização Mundial do Turismo – OMT, que tinha sido criada em 1925, declarou que “[...] o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo por prazer, negócios ou outros afins”. (IGNARRA, 2003, *apud* DADALTO, 2009, p. 5)

Em meio à globalização, uma das tendências do mercado é a democratização do turismo, pois os produtos turísticos estão cada vez mais se tornando acessíveis à população, principalmente após a criação das companhias aéreas *low cost – low fare* (baixo custo, baixa tarifa), cujo objetivo é baixar os custos para oferecer tarifas de passagens com preços mais baixos. Algumas medidas dessas companhias para reduzir os custos são: não servir refeições durante a viagem, possuir só um tipo de equipamento (aeronave) para gerar manutenção barata, pesquisar muito antes de entrar no mercado, permitir que haja vôos mais frequentes para competir com empresas de ônibus, ganhar pouco (baixa tarifa) sobre muitos (mais clientes), fazer felizes os funcionários, entre outras estratégias. (BRAGA, 2008)

Neste sentido, a proposta da criação de uma agência de turismo nos moldes das companhias aéreas *low cost/low fare* abrange: a redução de gastos com alimentação (dentro da empresa e durante os passeios); contratação de poucos funcionários, mas buscando os fazer feliz ao possibilitar a colaboração destes com idéias para o desenvolvimento da empresa; etc. Além disso, a fim de também minimizar os custos, os pacotes devem abranger roteiros de pequena duração, e abranger curtas distâncias. Dessa maneira, há possibilidade de que as pessoas com baixos recursos financeiros também usufruam do turismo, havendo uma maior democratização da atividade como um todo (sem limitar-se às empresas aéreas). Desse modo, pode-se chamar esta prática de turismo social, o que é definido pelo Ministério do Turismo (2006, p. 6) como: “a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”.

Com relação a este segmento de demanda, em 2001, a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) realizou o Estudo de Mercado Interno de Turismo para poder

analisar o comportamento da demanda de turismo interno no Brasil. Através dessa pesquisa obteve-se que 60,3 % dos entrevistados não viajam por falta de dinheiro. Aliando essa informação a de que 76,2% da população brasileira apresenta renda familiar inferior a quatro salários mínimos, cujo dado foi fornecido pelo PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), chegou-se a conclusão de que, embora a propensão a viajar dos brasileiros em geral tenha aumentado para 36,4%, ainda é grande o número de excluídos da oportunidade de praticar turismo. (EMBRATUR, 2001).

Na mesma pesquisa pode-se verificar que o aumento da propensão a viajar dos brasileiros é devido ao fato de que, apesar de as famílias da classe de renda com mais de 15 salários mínimos representar apenas 4,13% da população, elas respondem por 54,8% do total de turistas no Brasil. Já as famílias com renda entre um a quatro salários mínimos, que representam 52,3% da população brasileira, correspondem a 24% dos turistas brasileiros.

Desse modo, vê-se a importância de criar oportunidades para que as pessoas de renda menos favorável possam realizar viagens e, assim, satisfazerem seus anseios e desejos em relação à estima, divertimento, relaxamento, lazer e integração social; o que é muitas vezes limitado pelo mundo moderno. Esse é o objetivo da agência “Economiza Turismo”, cuja estratégia é oferecer viagens de curta duração pela Região Sul do Brasil, diminuindo os custos e conseqüentemente o preço de venda, conciliando com a filosofia *low cost – low fare*.

As agências de turismo se utilizam da segmentação para ajudar no planejamento da oferta e diversificação dos produtos e serviços ao conhecer melhor seus clientes, sendo que “Segmentar é dividir a demanda em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de clientes de outros segmentos”. (LOVELOCK; WRIGHT, 2001 apud MTUR, 2010)

Dessa maneira, conhecendo melhor seus clientes é possível encurtar os canais de distribuição, estabelecer pontos-de-venda mais adequados e utilizar veículos de publicidade selecionados exclusivamente para o segmento visado; além de possibilitar um direcionamento melhor dos recursos financeiros e adequar os produtos ao seu público alvo (ANSARAH, 1999).

Dessa forma, para que uma agência de turismo possa utilizar a estratégia de segmentação e obter sucesso, deve-se realizar as pesquisas de demanda e de oferta para que sirvam de subsídio para o planejamento. Desse modo, demanda pode ser definida como “conjunto de consumidores, ou potenciais consumidores” e oferta como “conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na experiência turística”. (MTUR, 2007 apud MTUR, 2010)

No caso desta pesquisa, a investigação da demanda refere-se à população de baixa renda de São José-SC e de Florianópolis-SC; enquanto a avaliação da oferta diz respeito às atuais agências de turismo formais e informais da região de São José que trabalham com turismo social; e as localidades que podem compor os pacotes turísticos a serem comercializados pela ‘Economiza Turismo’, como parte da oferta, a partir do apontado pela demanda turística como destinos de seu interesse ao viajar.

Pesquisa de Demanda

Para analisar o público buscado pela agência ‘Economiza Turismo’, em 2005, aplicou-se questionário nos centros comunitários nos bairros Campinas e Kobrasol (em São José-SC) e Rio Tavares (em Florianópolis-SC), resultando em 100 (cem) entrevistados. Chegou-se a essa amostra após levar-se em consideração que a população de renda baixa de São José (onde se pretende localizar a Economiza Turismo) é maior que 100.000 habitantes e que o maior erro permitido é de 10% (E), cujos tais valores foram aplicados no cálculo: $n = 1/E^2$.

Dessa forma, constatou-se que a maioria das pessoas que, em 2005, freqüentava os centros comunitários, era de baixa renda, sendo que 17% dos entrevistados ganhava até um salário mínimo, 39% ganhava de dois a três salários mínimos e 12% que ganhava mais de três salários mínimos. Porém, como muitos entrevistados eram donas de casa (24%), alguns desempregados (6%) e 2% de estudantes, totalizava-se em 32% as pessoas que não possuíam renda. Esses dados estão em consenso com o resultado da pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR (2001), quando se chegou ao resultado de que 76,2% da população brasileira apresentava renda familiar inferior a quatro salários mínimos e que 60,3 % dos questionados, ainda nesta pesquisa da EMBRATUR, não viajavam por falta de dinheiro (Levando-se em consideração estas

duas porcentagens, a EMBRATUR, em 2001, chegou à conclusão de que, embora a propensão a viajar dos brasileiros em geral tenha aumentado para 36,4%, ainda é grande o número de excluídos da oportunidade de praticar turismo; o que se percebe, através da vivência, que ainda agora, em 2012, não mudou muito.).

Também nesta pesquisa, foi questionado sobre o número de integrantes das famílias. Verificou-se que a maior parte dos questionados tem de dois a quatro integrantes na família, sendo 18% com dois integrantes, 31% com três integrantes e 29% com quatro integrantes. Como pode se verificar, esse grupo representa a tendência brasileira em realizar planejamento familiar e buscar conhecer os métodos contraceptivos. Apesar de ter sido constatado que a maioria possuía renda baixa, esses tinham um nível de escolaridade médio, sendo 31% com ensino médio completo e 26% com ensino médio incompleto.

Ao serem perguntados pelo interesse em viajar, a maioria dos entrevistados (83%) já fez viagem de passeio, entretanto, 38% destes apenas viajou dentro do próprio estado de Santa Catarina, que pela distância deixa o custo mais baixo. Quanto às viagens realizadas em outros estados (28% por Santa Catarina e para outros estados, enquanto 17% viajou apenas em outros estados), grande destas foram pagas de forma parcelada, possibilitando a realização das mesmas.

Além disso, 68,67% dos entrevistados viajou por conta própria, controlando as despesas. Os 17% dos questionados que nunca viajaram, foi por falta de dinheiro, de oportunidade (como por exemplo, não ter como pagar alguém para cuidar da casa), ou por não gostar de viajar, ou ainda por falta de tempo.

Quando perguntados sobre o interesse em realizar viagens de passeio com a possibilidade de pagamento em parcelas mensais com valor acessível até a data da viagem, a maioria dos entrevistados (77%) demonstrou-se interessada, por acreditar ser uma oportunidade para quem têm poucas condições financeiras. Os 23% dos questionados que disseram que não tem interesse é porque preferiam pagar uma viagem pelo preço à vista (observação: estes não deixando de também serem público potencial para a agência 'Economiza Turismo'), ou por outros motivos não relevantes nesta pesquisa.

Com relação à pergunta 'Gostaria de conhecer algum lugar em especial no estado de Santa Catarina', de 72% dos questionados obteve-se resposta positiva, citando os

municípios: São Joaquim, Urubici, Lages, Laguna, Chapecó, Treze Tílias, Fraiburgo, Pomerode, Gaspar, Blumenau, Nova Trento, Beto Carreiro, Joinville, e Águas Mornas. Dessa forma, estes destinos foram considerados para sugestões de elaboração de pacotes turísticos da agência ‘Economiza Turismo’.

Ainda obteve-se na pesquisa que 74% dos entrevistados acreditavam que um final de semana é o suficiente para uma viagem de lazer, com um custo acessível, caso as viagens sejam realizadas para cidades de pequeno e médio porte, e próximas a São José. Destes, 70% expôs que teria disponibilidade de realizar uma viagem de um final de semana fora do período de férias, sendo que muitos desses eram aposentados e donas de casa, com um tempo maior disponível para viajar.

Assim, verificou-se que a maioria do público demonstrou interesse em realizar viagens de passeio em curto período, em baixa temporada, e a lugares próximos de São José, com um valor acessível e de forma parcelada (sendo que a idéia é que a ‘Economiza Turismo possa trabalhar com poupança programada em que o cliente pode parcelar o valor de suas viagens através de cheques pré-datados). E como há interesse na realização de viagens a lugares próximos de São José, viabiliza-se a proposta da utilização de ônibus como meio de transporte, a fim de minimizar ainda mais os custos.

Destinos a Comporem a Oferta

É aconselhável que os roteiros desenvolvidos pela agência “Economiza Turismo” sejam promovidos em destinos não muito distantes dos lugares de origem, usando como transporte o ônibus, para que os custos sejam mais baixos. Além de minimizar os custos, as viagens a lugares próximos são menos cansativas em relação à duração do tempo para chegar a esses locais. De acordo com KRIPPENDORF (2001): “A distância não traz, necessariamente, a felicidade. Pode-se também descobrir uma miríade de coisas interessantes e mesmo exóticas perto de casa”.

Além disso, é mais propício realizar as viagens durante a baixa temporada, quando os meios de hospedagem e os demais serviços turísticos diminuem os preços de venda, e os locais de destinos proporcionam um maior descanso através da tranquilidade conseqüente de um número menor de turistas. Os meios de hospedagem mais adequados são os mais simples, mas aconchegantes e limpos, com a classificação (pousada, hotel

de uma ou duas “estrelas”) dependendo do preço da diária e da disponibilidade no destino. É ideal que a duração das viagens seja curta, de preferência de um final de semana e incluindo apenas um pernoite, também para não encarecer os custos.

O turismo para pessoas de baixa renda pode ser associado aos diversos tipos de turismo e, assim, praticado em diversos destinos, dependendo muito da natureza da atividade que será desenvolvida no local. Dessa forma, cita-se possíveis destinações com muitos perfis para a prática do turismo social, conforme interesse das pessoas que responderam questionários.

Assim, de acordo com os questionados, 72% respondeu que gostaria de conhecer diversos lugares em Santa Catarina, estando entre esses São Joaquim, Urubici, Lages, Laguna, Chapecó, Treze Tílias, Fraiburgo, Pomerode, Gaspar, Blumenau, Nova Trento, Beto Carrero, Joinville e Águas Mornas.

A cidade de Joinville é a maior e a mais rica cidade de Santa Catarina com aproximadamente 500 mil habitantes, com uma infra-estrutura excelente, belezas naturais, onde é desenvolvido bastante o turismo rural, também se podendo encontrar produtos artesanais, café colonial, pescarias e restaurantes genuinamente alemães.

Nesse município são realizadas várias festas, em que as mais conhecidas são das flores que, aliás, será uma das atrações dos roteiros da ‘Economiza Turismo’. Outra festa que também é realizada na cidade é a Fenachopp, que é a segunda maior festa germânica do país que acontece em outubro, como também tem o festival de dança que atrai turistas de todas as cidades.

A festa das flores é realizada no mês de Novembro, festa esta fundada por um grupo de alemães apaixonados por plantas. Assim eles decidiram promover exposições anuais em conjunto com a secretaria do turismo e escolheram a época em que floresce a “Laélia Púrpura”, flor símbolo de Santa Catarina.

Outra cidade onde serão realizados roteiros é Laguna. Essa cidade é bastante conhecida pela sua história, porque é uma cidade de origem açoriana, onde se pode encontrar bastantes casarões antigos e monumentos. Além disso, a cidade de Laguna é muito reconhecida pelo carnaval, sendo considerado o melhor carnaval do sul do Brasil, que atrai pessoas de diversas cidades vizinhas.

Ao oeste catarinense serão realizados, roteiros para a cidade de Fraiburgo, pois é uma cidade onde a maior atratividade é a gastronomia. Isso se deve pelo fato desse local ser considerada a cidade das maçãs, onde é realizada a Festa Nacional da Maçã.

Com a infinidade de maçãs produzidas, são feitos diversos pratos a base desse fruto, como geléias, tortas, compotas, chá etc. Além da gastronomia, Fraiburgo explora também sua vocação ecológica, pois há lindos parques com uma infra-estrutura completa para o lazer, aventura entre outros.

Considerada um pedaço da Áustria dentro de Santa Catarina, Treze Tílias é outra cidade desejada para a visitação.   uma cidade onde há bastantes grupos folclóricos e animadas festas populares que acontecem todo o ano. O que chama atenção nessa cidade é a arquitetura das casas, os detalhes da decoração como umbrais de portas, varandas e esculturas sacras.

Outro município procurado pelos turistas   Chapecó. Os principais atrativos de Chapecó estão relacionados à valorização da agricultura e do patrim nio natural, onde se pode encontrar rotas de agroturismo como, o Vale do Rio Uruguai, Rota dos Tropeiros e Rota da Cultura Italiana. Nessas rotas há rios para pescaria, museus, igrejas, culinária t pica italiana, pousadas ecológicas e *campings*.

Chapecó   uma cidade que já nasceu moderna, pois há largas avenidas e bem planejadas, e também é onde há um dos mais movimentados terminais rodoviários do estado e um aeroporto internacional.

Com uma população de aproximadamente 250 mil habitantes, a cidade de Blumenau,   outra cidade que chama atenção dos turistas, pela sua beleza, prosperidade, qualidade de vida, limpeza e alegria. Com uma origem essencialmente germânica,   encontrada na cidade arquitetura t pica como as casas de estilo enxaimel, que mant m viva ainda, a memória dos antepassados.

Na rua XV de Novembro, concentra os mais famosos pontos turísticos da cidade como o Castelinho da Malwee, a antiga Prefeitura, o teatro Carlos Gomes e o Museu de Cerveja. Ainda em Blumenau, é realizada a maior festa da cerveja (Oktberfest), que acontece em Outubro. Esta festa atrai turistas de todas as cidades do Brasil e do exterior. Próxima a cidade de Blumenau, está o município de Gaspar que também é desejado pela população para a visitação. A cidade de Gaspar é rica em tradições culturais, recantos naturais, trilhas ecológicas, parques aquáticos, hotéis e restaurantes que atraem uma

grande quantidade de visitantes (tanto das cidades vizinhas como de outros estados) pelo clima e a tranquilidade que só é encontrada no campo.

Colonizada por imigrantes alemães, Pomerode é considerada a cidade mais alemã do Brasil. Isso porque o estilo da cidade é bastante parecido com cidades alemãs. No centro e na zona rural, há autênticas casas do estilo enxaimel, e restaurantes com comidas típicas alemãs. Além disso, Pomerode conta com diversas atrações como os Jardins Zoológicos que abriga animais exóticos e nativos, o Morro Azul que permite a vista panorâmica de toda a região, e também diversos museus que abrigam obras feitas por escultores alemães na época da colonização.

Nova Trento é também outro destino bastante procurado por turistas. O que mais atrai os visitantes é a Madre Paulina que é a primeira santa brasileira, e viveu em Nova Trento. Assim muitas pessoas vão à cidade para visitar seu santuário e também para assistir a missas.

Na cidade de Penha há uma das maiores atrações de Santa Catarina que é o Parque Beto Carrero World. Este parque é dividido em sete áreas com inúmeras atrações como, por exemplo, trens fantasmas, passeios de teleférico, show diários, zoológico, show de águas dançantes, entre outras.

Águas Mornas é outro município bastante procurado pelo público. A maior atração do local são as águas termais que emergem a uma temperatura de 39° C em média. Muitos turistas visitam-no o ano todo, procurando a cura para diversas doenças. Sendo uma cidade de origem alemã, Águas Mornas possui três colônias que é a Vargem Grande, a Santa Isabel e a Teresópolis. Essas colônias conservam construções da época em que os primeiros imigrantes europeus chegaram à região.

Ainda, por estar situada em uma região famosa pela preservação da natureza que é a Serra do Tabuleiro, a cidade conta com outras atrações como, por exemplo: no parque são realizados diversos esportes radicais, como *rapel*, *rafting*, que são para aqueles que gostam de aventura, e também há passeios ecológicos.

A Serra Catarinense também é desejada para visitação, como a cidade de Lages. Lages é uma cidade bastante histórica em que as tradi es religiosas do folclore regionalista, a comida t pica, o modo de se vestir, se mant m vivos entre o povo. Nesta cidade é realizada uma das maiores festas populares de Santa Catarina que é a festa do pinhão, pois, realizada no mês de junho, atrai turistas de diversos estados do Brasil.

Outra cidade da Serra Catarinense onde irão ser realizados passeios é São Joaquim. Essa cidade é bastante procurada por pessoas que gostam de apreciar o espetáculo da neve, que acontece todos os anos na cidade. Além disso, o visitante ainda pode visitar a Estação Experimental de Fruticultura, onde há diversas plantações de pêras e maçãs. E para quem gosta de aventuras ecológicas, há na cidade um parque ecológico de neve que é o *Snow Valley* que é cortado por trilhas, através de vales acidentados, entre xaxins gigantes, araucárias, pinheiros, cachoeiras e riachos. Esse lugar é ideal para quem queira praticar desde uma simples caminhada até atividades de aventura.

A cidade de Urubici é outro local onde serão realizados roteiros. É a cidade mais fria de Santa Catarina, com alturas que chegam a 1822 metros. Essa cidade é uma das melhores opções de ecoturismo, com *canyons*, rios, cachoeiras para a prática de rappel, vôos de asa-delta, parapentes e *trekking*.

Análise da Concorrência

Na análise da concorrência neste contexto de agências de turismo, considerou-se a concorrência direta, como outras agências de turismo; e a indireta, como excursões que as pessoas costumam realizar por conta própria. Todos são concorrentes, pois o público que agência de turismo ‘Economiza Turismo’ busca é a maioria da população de São José: a população de renda baixa, que recebe de um a quatro salários mínimos.

Desse modo, constatou-se que, indiretamente a agência de turismo ‘Economiza Turismo’ possuía vários concorrentes. Entre os concorrentes estavam: as excursões organizadas em colégios e igrejas; as associações de um determinado grupo profissional como, por exemplo, às associações de bancários, que costumam oferecer viagens acessíveis apenas a seus associados e de forma esporádica; as viagens realizadas por conta própria; e o Serviço Social do Comércio – SESC, mais especificamente o SESC Santa Catarina com sede em Florianópolis, que também tem registro como agência de turismo.

Com relação ao SESC, o responsável pelo turismo social na sede em Florianópolis, o Sr. Vilmar, em entrevista realizada em 2005, declarou que a instituição tem toda infraestrutura para receber visitantes, como acomodações próprias para realizar seus pacotes de viagens. Ele também relatou que o SESC realiza, assim, o turismo para pessoas de

baixa renda, vendendo os pacotes a preço de custo por não levar em conta os lucros, mas apenas o bem estar de seus sócios.

Para ser sócio do SESC é preciso trabalhar no comércio e pagar um real e vinte centavos para fazer a carteira, sendo o valor das viagens pago separadamente. A restrição aos trabalhadores do comércio resulta na abrangência de apenas uma parte da comunidade e na limitação de acesso a esse serviço pelas pessoas que realmente não possuem condições financeiras de realizar viagens com custo maior do oferecido pelo SESC. A comunidade em geral até pode se hospedar em meio de hospedagem desse órgão, mas paga o preço da diária equivalente aos demais hotéis e pousadas, diferentes dos comerciários que pagam a metade.

Por tudo que foi mencionado, observa-se que o SESC pode ser considerado um concorrente indireto, mesmo porque, apesar de estar registrado como agência de turismo, não visa lucro, diferente da agência 'Economiza Turismo' que ao objetivar obter lucro, torna-se inviável vender a preço de custo.

Quanto à concorrência direta da 'Economiza Turismo', foi identificada a agência Itaguatur Turismo Ltda. Apesar de a Itaguatur ter como principal atividade o turismo receptivo na cidade de Florianópolis, esta ainda também realiza o turismo emissivo, oferecendo pacotes que buscam o mesmo público-alvo da 'Economiza Turismo', além dos pacotes possuírem formato parecido, com roteiros de curta distância, praticamente todos no estado de Santa Catarina, e em curto período (entre dois a três dias). Outra característica da Itaguatur que deve ser considerada por esta pesquisa é que esta possui maior credibilidade no mercado de agências de turismo, no qual, em 2005, já estava há 17 (dezessete) anos.

Em 2005, foram também identificadas outras empresas que são concorrentes da 'Economiza Turismo' por realizarem os mesmos tipos de roteiros, como as agências Nandotur, Atlantis, HP Turismo e Aztlan Turismo. Entretanto, essas agências já eram menos conhecidas que a Itaguatur.

Além da concorrência direta e indireta, há que se considerar também que a *Internet* vem dificultando a sobrevivência das agências de turismo no mercado. Tal tecnologia possibilita que os hotéis, operadoras, e outras empresas turísticas possam divulgar e vender seus produtos diretamente ao consumidor.

Por tudo que foi exposto, percebe-se que há uma forte concorrência para a agência ‘Economiza Turismo’ no mercado, e para destacar-se a empresa - além de oferecer pacotes com roteiros de curtos períodos, em baixa temporada, para lugares próximos a São José, podendo ser pagos de forma parcelada através de cheques pré-datados (poupança programada) - almeja adotar estratégias para minimizar seus custos, conforme os moldes das companhias aéreas *low cost/low fare*. Entre as estratégias estão: não servir refeições durante a viagem e nem oferecer esse tipo de regalia na Agência; possuir só um tipo de equipamento (ônibus) para gerar manutenção barata; ganhar pouco (baixa tarifa) sobre muitos (mais clientes); fazer felizes os funcionários através da liberdade desses em contribuir com idéias para o desenvolvimento da Agência e para o melhor bem estar de todos que trabalhem nela; entre outras estratégias.

Considerações Finais

Com a análise das pesquisas de demanda e de oferta de agências de turismo social, verificou-se que é realmente necessário que primeiro se realize estas etapas para que viabilizem o planejamento de uma agência de turismo, neste caso da agência ‘Economiza Turismo’, que deve ser realizado posteriormente. Isso pode ser verificado, por exemplo, ao observar que entre as cidades citadas pela demanda como de interesse para realizar sua viagem foram: São Joaquim, Urubici, Lages, Laguna, Chapecó, Treze Tílias, Fraiburgo, Pomerode, Gaspar, Blumenau, Nova Trento, Beto Carrero, Joinville e Águas Mornas; diferente do que se nota empiricamente sobre a cidade mais visitada em Santa Catarina, que é Balneário Camboriú.

Através da pesquisa de demanda também se pode obter como resultado que a maior parte dos entrevistados - sendo grande parte destes enquadrados no grupo que recebe até quatro salários mínimos da população brasileira - apresentava interesse em viagens de passeio em curto período, a lugares próximos de São José e utilizando como transporte o ônibus, a fim de que o valor seja acessível.

Também foi feita a análise da concorrência, definindo quais eram os concorrentes da agência. Foi constatado que a ‘Economiza Turismo’ apresenta cinco agências concorrentes diretas, que são: Itaguatur, Nandotur, Atlantis, HP Turismo e Aztlan Turismo. Além disso, também possui alguns concorrentes indiretos, como as excursões



organizadas em colégios e igrejas; as associações de um determinado grupo profissional como, por exemplo, às associações de bancários, que costumam oferecer viagens acessíveis apenas a seus associados e de forma esporádica; as viagens realizadas por conta própria; e o SESC.

Para destacar-se frente à concorrência, com a ‘Economiza Turismo’ almeja-se oferecer pacotes com roteiros de curta duração, fora da baixa temporada, para destinos próximos a São José, podendo ser pagos de forma parcelada através de cheques pré-datados (poupança programada), assim como pretende-se adotar estratégias para minimizar custos baseando-se na filosofia das companhias aéreas *low cost/low fare*.

Com tudo isso, a ‘Economiza Turismo’ pode oportunizar uma maior democratização do turismo ao minimizar os custos, de forma a possibilitar que as necessidades e desejos da demanda de turismo social sejam satisfeitas e, assim, também fomentar a atividade turística.

Referências

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Turismo: segmentação de mercado. **Segmentação do Mercado Turístico**. São Paulo: Futura, 1999.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

BARRETTO, Margarita. O turismo na história. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 17 ed. Campinas: Papirus, 2008.

BRAGA, D. C. (Org.). **Agências de Viagens e Turismo: Práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BRASIL. Lei Geral do Turismo n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008. Brasília, 2008.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante do século XX**. 2 ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1990.

DADALTO, Willian César *et al.* A dinâmica sócio-espacial de Três Lagoas em Mato Grosso do Sul (Brasil) e a importância dos meios de hospedagem para o turismo de negócios. *In: Encuentro de Geógrafos de América Latina*, 12, 2009, Montevideu.

Anais Eletrônicos. Disponível em: http://egal2009.easyplanners.info/area08/8253_Dadalto_Willian_Cesar.doc. Acesso em: 21 jun. 2009

EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Estudo do Mercado Interno de Turismo 2001.** Disponível em: <www.embratur.gov.br/br/conteudo/ver.asp?conteudoId=101&id=158>. Acesso em: 12 mai. 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado.** Brasília: MTur, 2010.