Determinação do Potencial de Mercado para um Hostel na Cidade de Ilhabela – Litoral Norte do Estado de São Paulo

RESUMO

O presente estudo tem por finalidade estabelecer os critérios e parâmetros para a determinação do potencial de mercado de um hostel, localizado no raio de até 2 Km do centro da Cidade de Ilhabela no Litoral Norte, do Estado de São Paulo.

Para Coutinho (2015) entendemos hostels como sendo aquele meio de hospedagem que atingem em cheio o público jovem que, tendo ou não viajado ao exterior, busca uma acomodação com preços acessíveis, não necessariamente de baixo custo, em ambiente moderno, confortável e seguro, somado a uma convivência social intensa e prazerosa durante o período de sua viagem.

O público-alvo ora definido é segmentado com base nos critérios demográfico e geográfico. A segmentação demográfica tem como objetivo analisar aspectos tais como idade, gênero, renda entre outros fatores. Para o presente estudo, o aspecto mais relevante a ser considerado é a idade. Assumindo que o hostel apresenta um modelo de negócios voltado para jovens viajando sozinhos ou em grupo, o recorte realizado é de pessoas entre 18 e 35 anos. Ainda, de acordo com a Euromonitor em 2017, aproximadamente 34% de todo o turismo no Brasil é realizado por pessoas entre 15 e 34 anos, dentro do público-alvo estipulado. Ao verificarmos que a Cidade de Ilhabela, com base em um estudo apresentado pela Geofusion (2016) recebe aproximadamente 1.089.800 turistas ao ano. Ainda, uma vez que não existem dados exatos atualizados acerca da população brasileira nessa faixa etária, mas que podemos fazer uma estimativa com base na taxa de crescimento populacional, considerando a proporção da participação dessa faixa etária do total- segundo o Instituo Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) e atualizando a população chegamos ao número de 61.916.236 brasileiros nessa faixa etária o que equivale aos 29,7% do total de brasileiros.

E, uma vez que sabemos que o total de turista em Ilhabela é 1.089.800 (EUROMONITOR, 2017) podemos chegar no potencial de 323.635 turistas como sendo o potencial de mercado desse hostel.

Palavras-chave: potencial de mercado, turismo, hostel.

OBJETIVO

O objetivo do presente estudo exploratório é, a partir de fixação de critérios e parâmetros para segmentação do mercado em paralelo e em conjunto com levantamento de dados secundários, se ter base e condições de se efetuar o cálculo do potencial de mercado de um hostel destinado aos turistas de faixa etária entre 18 e 34 anos que estivesse localizado a 2 km de distância do Centro da Cidade de Ilhabela, no Litoral Norte de São Paulo.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta um estudo exploratório cuja proposta é a de fixar critérios para se calcular e determinar o potencial de mercado de um hostel, localizado a 2 km do Centro da cidade de Ilhabela, no Litoral Norte do Estado de São Paulo

A partir do momento em que ficam estabelecidos os critérios e os parâmetros para se determinar o segmento alvo a ser explorado por esse estabelecimento, são feitos os levantamentos de dados secundários que possibilitem o cálculo desse potencial.

Dessa feita, a metodologia utilizada para desenvolvimento do presente estudo se divide em duas etapas distintas, sendo: (1) determinação dos critérios e bases para segmentação do mercado a ser considerado para efeito do devido cálculo do potencial; (2) pesquisa exploratória de mercado através de análise bibliográfica.

AMBIENTE E CONTXTO

Por ocasião do ciclo de palestras no transcorrer do evento, Semeando a Excelência no Desenvolvimento Sustentável, o secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico, Ricardo Fazzini, de Ilhabela, argumentou que com investimentos da ordem de R$ 328 milhões nos próximos quatro anos, o munícipio tem a proposta de se tornar- o município mais visitado no segmento de Turismo de natureza até 2020.(PANROTAS, 2018)

Ainda, de acordo com Fazzini (2018) a proposta de trabalho apresentada é a de pensar o destino para o futuro e investir na consciência sustentável, o que envolve a parte ambiental, social e, principalmente econômica. Argumenta ainda que em paralelo ao fato de ser considerada a capital nacional da vela, foi desenvolvimento um plano de marketing para enfocar muito mais na natureza e movimentar o turismo o ano inteiro.

E, em termos estruturais foi montada uma base com cinco diretorias para fins de promoção de emprego e renda, Turismo e eventos, divididos nas linhas administrativo-financeira e outra de planejamento, com 56 funcionários na secretaria. Isso, para que de fato o município seja o campeão de visitação no turismo de natureza (FAZZINI, 2018), finaliza. Em se analisando as observações realizadas e as respostas levantadas decorrentes de uma pesquisa empreendida pelo Ministério do Turismo (2015) chegou-se à conclusão que:

Com base nas observações realizadas ao longo da pesquisa, nas respostas obtidas e, em é possível se destacar alguns fatores positivos bem como quais os principiais desafios para a competitividade de Ilhabela, enquanto destino turístico, passam por:
Diferenciais positivos:

- O destino é favorecido pela proximidade com a capital São Paulo – maior centro emissor de turistas no país;

- Foram percebidos aspectos como limpeza e conservação urbana nos principais pontos de circulação de turistas;

- Grande parte do território de Ilhabela está dentro de um Parque Estadual, em área de Mata Atlântica, o que favorece a conservação dos recursos naturais, alguns dos principais atrativos turísticos do destino.

Desafios a serem superados:

- A importância de qualificar o calendário de eventos do destino, investindo naqueles mais estratégicos que tem potencial de atração de um público de qualidade, de modo a minimizar a sazonalidade;

- Pode ser estimulada a estruturação de produtos turísticos ligados ao ecoturismo e ao turismo de aventura, diversificando a oferta atual de sol e praia e atraindo outros perfis de turistas. Isso, em decorrência da riqueza ambiental do munícipio

- O munícipio, face a qualidade da água do mar, frequentemente tem em suas praias a sinalização com bandeiras vermelhas, caracterizam que essas praias estão impróprias para banhos de mar. Assim, com base na pesquisa (MINSITÉRIO DO TUR4ISMO, 2015) Ilhabela deveria de algum modo investir na melhora da qualidade da água nessas preais.

APRESNETAÇÃO DO HOSTEL

Sendo um dos varejistas participantes do setor de lazer e turismo, o hostel atua no ramo de hospedagem, oferecendo estadias em quartos compartilhados ou suítes privativas. A decoração prevista do mesmo contempla ambientes com elementos característicos locais e como serviços

constituintes do seu portfólio, a proposta do negócio é a de oferecer além do café da manhã, incluso na diária, a possibilidade de locação de pranchas ou equipamentos de mergulho para a prática de atividades esportivas e de lazer no mar. Ainda, é contemplada a possibilidade além de disponibilizar a realização de *tours* pelas trilhas e praias da região, mediante a cobrança de um valor adicional. A proposta de valor (OSTERWALDER, 2004) do hostel tem como finalidade propiciar uma experiência autêntica e única ao turista, para que possa aproveitar e imergir na cultura e estilo de vida locais. E em paralelo, faz parte das preocupações do empreendimento, a questão da sustentabilidade adotando entre outros a água de chuva para reutilização, a utilização de materiais recicláveis e energia solar

Sendo um dos varejistas participantes do setor de lazer e turismo, o hostel atua no ramo de hospedagem, oferecendo estadias em quartos compartilhados ou suítes privativas. A decoração prevista do mesmo contempla ambientes com elementos característicos locais e como serviços

constituintes do seu portfólio, a proposta do negócio é a de oferecer além do café da manhã, incluso na diária, a possibilidade de locação de pranchas ou equipamentos de mergulho para a prática de atividades esportivas e de lazer no mar. Ainda, é contemplada a possibilidade além de disponibilizar a realização de *tours* pelas trilhas e praias da região, mediante a cobrança de um valor adicional. A proposta de valor (OSTERWALDER, 2004) do hostel tem como finalidade propiciar uma experiência autêntica e única ao turista, para que possa aproveitar e imergir na cultura e estilo de vida locais. E em paralelo, faz parte das preocupações do empreendimento, a questão da sustentabilidade adotando entre outros a água de chuva para reutilização, a utilização de materiais recicláveis e energia solar

BASE TEÓRICA

Para Pride e Ferrel (2015), podemos entender o potencial de mercado como sendo o conjunto total de aquisições que um dado grupo de clientes realizam em um determinado período específico face a um nível específico de atividade mercadológica realizado por todas as empresas do setor. Vale destacar que esse cálculo é afetado, segundo esses autores, por forças econômicas, socioculturais e ambientais. Por sua vez, Kotler e Keller (2012) argumentam ser o potencial de mercado o limite a ser alcançado pela demanda de mercado ao passo que as despesas e investimentos de marketing em dado setor se aproximam do infinito para um dado ambiente de marketing.

Kotler e Keller (2012) ainda afirmam ser o potencial de mercado total aquele representado pelo máximo possível de vendas em um dado intervalo de prazo, face a determinado conjunto de esforços mercadológicos das empresas do setor em paralelo às condições ambientais existentes.

Serson (2017) estabelece uma fórmula que possibilita o cálculo do potencial de mercado de um dado setor.

$$\mathbf{Q = n * q * p}$$ onde**:**

Q = quantidade total do potencial de mercado (em unidades ou unidades monetárias)

n = número de compradores do produto ou mercado específico sob dadas suposições

q = quantidade comprada por um comprador médio

p= preço médio unitário

CRITÉRIOS PARA SEGMENTAR O MERCADO

No presente estudo, o público-alvo é basicamente definido com base nos critérios de segmentação demográfica e geográfica. A segmentação demográfica tem como objetivo analisar critérios como idade, gênero, renda entre outros fatores, e para a realização do plano de negócio, o aspecto mais relevante é a idade. Considerando que o hostel apresenta um modelo de negócios voltado para jovens viajando sozinhos ou em grupo, o recorte realizado é de pessoas entre 18 e 35 anos.

Além disso, de acordo com uma pesquisa realizada pela Euromonitor em 2017, aproximadamente 34% de todo o turismo no Brasil é realizado por pessoas entre 15 e 34 anos, dentro do público-alvo estipulado, como mostra a Tabela 2 (p.6).

Tabela 1 - Número de viajantes residentes no Brasil por idade (em milhares)

	2015	2016	2017
0-14	22.708,3	22.766,9	22.459,1
15-24	21.831,9	21.396,3	**21.756,2**
25 -34	21.897,0	22.035,9	**22.035,3**
35-49	27.703,8	28.437,0	29.564,0
50-64	20.391,4	20.549,0	20.816,1
+65	10.624,3	11.251,5	11.736,0
Total	**125.156,7**	**126.436,6**	**128.366,7**

Fonte: Euromonitor, 2017; Elaboração própria, 2018

Para a segmentação geográfica, foram considerados os turistas que visitam Ilhabela. Sendo assim, o público-alvo que o hostel busca atingir são jovens entre 18 e 35 anos e que visitam a região de Ilhabela.

Potencial de mercado

O potencial de mercado é o limite da demanda de mercado quando os esforços de marketing são infinitos (KOTLER, 2000). Isso é, quando a empresa consegue capturar toda a demanda de uma determinada região geográfica em um determinado período de tempo. O potencial de mercado do hostel em Ilhabela é determinado baseado na segmentação realizada no item anterior. Para tanto, multiplica-se o número de turistas que visitam Ilhabela por ano e o percentual da população que se encontra entre 18 e 35 anos, utilizando o racional descrito a seguir:

Considerando que:

1- De acordo com uma pesquisa realizada em 2016 pela Geofusion, citada anteriormente, Ilhabela recebe ao ano aproximadamente 1.089.800 turistas. A tabela com estes dados encontra-se no anexo do presente plano.

2- Não foram encontrados dados relativos às faixas etárias de turistas que visitam Ilhabela, portanto para realizar o cálculo do potencial de mercado do hostel, foi utilizado o percentual de brasileiros existentes entre 18 e 35 anos, aplicado ao número de turistas.

3- As estimativas da população brasileira, realizadas pelo IBGE em 2018 estão na Tabela 3 (p.7).

Tabela 2 – Estimativa da população brasileira por faixa etária

IDADE	2018	2019	2020	2021	2022
0-17	54.128.935	53.759.457	53.500.138	53.272.730	53.053.101
18-35	61.916.236	61.705.264	61.351.640	60.947.601	60.516.175
36-50	43.945.813	44.693.943	45.433.155	46.152.690	46.848.576
51-65	30.795.964	31.561.724	32.291.015	32.978.183	33.624.470
66-90	16.976.007	17.652.433	18.364.579	19.110.224	19.887.495
90+	731.945	774.304	815.165	856.211	898.723
TOTAL	**208.494.900**	**210.147.125**	**211.755.692**	**213.317.639**	**214.828.540**

Fonte: Adaptado do IBGE, 2018

4- O último censo foi realizado em 2010, mas as projeções são ajustadas anualmente, sendo a última realizada em 2018 e apresentada acima. Nesta, a população brasileira entre 18 e 35 anos, público-alvo selecionado, é de 61.916.236 pessoas, equivalente a 29,7% da população total do país.

Sendo assim, o cálculo do potencial da demanda é realizado da seguinte maneira:

N º de turistas que visitam Ilhabela por ano X % populacional entre 18-35 anos

1.089.800 turistas X 29,7% = 323.635 hóspedes

Dessa feita, chegamos ao potencial de mercado de **323.635 hóspedes para o hostel** em Ilhabela no ano de 2018.

LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES

Ressalte-se que a proposta do presente estudo, **não é** a determinação da demanda potencial para um hostel na área central da Cidade de Ilhabela, no litoral norte do Estado. Se assim o fosse, deveriam ser levados em conta e em consideração diversos outros aspectos, tais como a propensão marginal ao consumo, a existência de outros *hostels*, hotéis, pousadas e albergues na cidade e na região, bem como a sua oferta de em termos de serviços oferecidos e de valores de diárias cobrados, entre outros. Nesse caso, o presente estudo se apresenta útil, no sentido de representar um possível ponto de partida para o cálculo e determinação dessa demanda potencial.

O potencial de mercado é apresentado em número de possíveis hóspedes para o hostel. Isso decorre do fato de que como no munícipio há variabilidade tanto nos tipos de hostel quanto de albergues e, portanto, há diferenças superiores a 100% (BOOKING, 2019) no valor da tarifa que é cobrada dos hóspedes, fica prejudicada a determinação de uma "taxa de diária médias" o que serviria para se calcular o potencial de mercado em unidades monetárias e não no número de visitantes.

Ainda, reconhecemos que o presente estudo, de natureza exploratória, tem a sua limitação estabelecida tanto pelos critérios de segmentação utilizada quanto pelos dados levantados por meio de fontes secundárias.

Isso posto, sugere-se, a partir desses dados, caso alguém tenha interesse tanto em depurar esses cálculos quanto em ter maior certeza e credibilidade dos resultados, que busque mais fontes alternativas de dados e informações, bem como, se julgar conveniente, determine o levantamento de informações de bases primárias, a partir da realização de uma ou mais pesquisas de campo.

Referências Bibliográficas

Boletim de Desempenho Econômico do Turismo n. 55. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/> Acesso em 10 de novembro de 2017

BOOKING.com https://www.booking.com/searchresults.pt-br.html?aid=1382154&label=d46b42e475b011e99e867a48a33a9111&sid=9ab1aa9a585642caa60d5605434ef381&tmpl=searchresults&class_interval=1&dest_id=-646567&dest_type=city&dtdisc=0&from_sf=1&group_adults=2&group_children=0&highlighted_hotels=4667996&inac=0&index_postcard=0&label_click=undef&no_rooms=1&postcard=0&raw_dest_type=hotel&room1=A%2CA&sb_price_type=total&shw_aparth=1&slp_r_match=0&src=index&srpvid=48f885436376018a&ss=hostel%20em%20ilabela&ss_all=0&ssb=empty&sshis=0&nflt=distance%3D1000%3B&rsf= > Acessado em Abril de 2019

Geofusion. Disponível em: <https://blog.geofusion.com.br/turismo-no-brasil-quais-os-destinos-mais-visitados> Acesso em setembro de 2018.

IBGE, Censo 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=12> Acesso em outubro de 2018.

Ilhabela (SP) mira liderança no Turismo de natureza até 2020 em <https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2018/10/ilhabela-sp-mira-lideranca-no-turismo-de-natureza-ate-2020_159869.html> Acesso em maio de 2019

KOTLER, P. e KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14ª edição. Pearson Education do Brasil. São Paulo, 2012

Ministério do Turismo, intenção de viagem. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8279-inten%C3%A7%C3%A3o-de-viagem-%C3%A9-a-maior-do-ano-3.html> Acesso em de novembro de 2018.

Ministério do Turismo. Economia turística de Ilhabela é reconhecida por competitividade. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/3290-economia-turistica-de-ilhabela-e-reconhecida-por-competitividade.html> Acesso em novembro de 2018

Portal Ilhabela. Disponível em: http://www.ilhabela.com.br/ecoturismo/ Acesso em março de 2019.

PRIDE, W. M. e FERRELL, O. C. **Fundamentos de Marketing. Conceitos e práticas tradução da 6ª edição norte-americana**. Cengage Learning. São Paulo, 2015

Reportagem Fazer do país uma potência do turismo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2017/08/1909392-fazer-do-pais-uma-potencia-do-turismo.shtml> Acesso em setembro de 2018.

SEBRAE. Índice de Competitividade do Turismo Nacional 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> Acesso em novembro de 2018.

Semana da Vela de Ilhabela. Disponível em: <http://svilhabela.com.br/noticias/semana-de-vela-de-ilhabela-2018-tem-data-definida/> Acesso em novembro de 2017.

SERSON, F. M. **Material de aula** utilizado pela disciplina Fundamentos de Marketing do Curso MBA Gestão Executiva em Negócios Bancários do FGV-IDE realizada nos meses de maio e junho de 2017.

Site Booking.com. Disponível em: <www.booking.com> Acesso em novembro de 2018

Site Guia do Turismo. Disponível em: <http://www.guiadoturismobrasil.com/cidade/SP/90/ilhabela> Acesso em setembro de 2018.

Site Hostelworld. Disponível em: <https://www.brazilian.hostelworld.com/hosteldetails.php/Hostel-Central-Ilhabela/Ilhabela/42286> Acesso em novembro de 2017.

Site Strategic Business Insights. Disponível em: <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml> Acesso em novembro de 2018.

Site Viagem e Turismo. Disponível em: <https://viagemeturismo.abril.com.br/cidades/ilhabela/> Acesso em setembro de 2018.