

MK PESQUISA E PLANEJAMENTO LTDA  
À SERVIÇO DA  
SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO



**GOVERNO DO ESTADO  
DO ESPÍRITO SANTO**

*Secretaria de Turismo*

CENSO HOTELEIRO NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO:

Região Turística Montanhas Capixabas

Belo Horizonte

Janeiro 2017

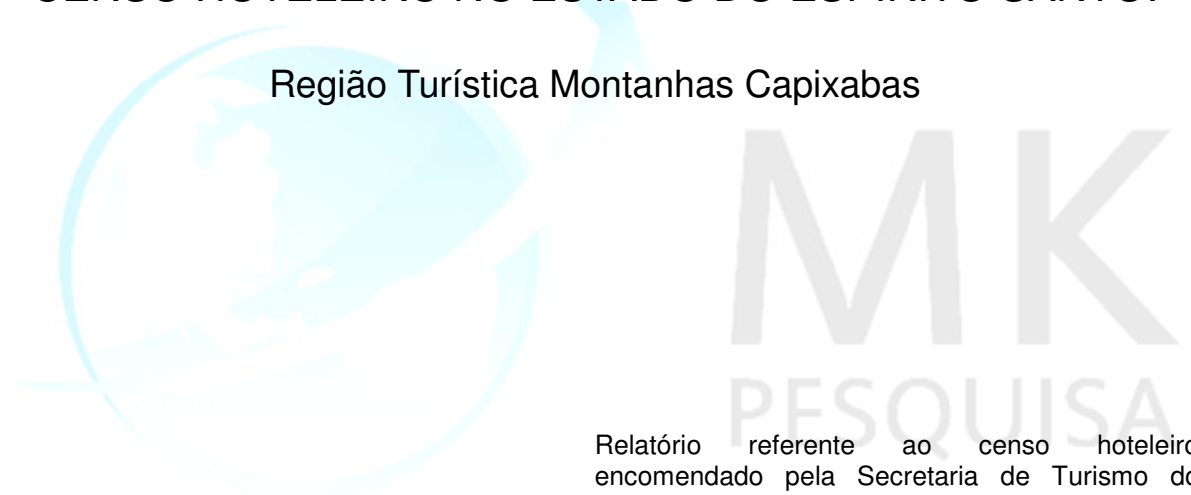
**MK Pesquisa**

(31) 3273-2347 – [www.mkpesquisa.com.br](http://www.mkpesquisa.com.br)

MK PESQUISA E PLANEJAMENTO LTDA

## CENSO HOTELEIRO NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO:

Região Turística Montanhas Capixabas



Relatório referente ao censo hoteleiro encomendado pela Secretaria de Turismo do estado do Espírito Santo através do pregão eletrônico de número 002/2016, vencido pelo instituto de pesquisa MK Pesquisa e Planejamento LTDA, responsável pela coleta de dados e composição deste relatório.

Belo Horizonte


Janeiro 2017

**MK Pesquisa**

(31) 3273-2347 – [www.mkpesquisa.com.br](http://www.mkpesquisa.com.br)

## RESUMO

O censo hoteleiro encomendado pela Secretaria de Turismo do estado do Espírito Santo, através do pregão eletrônico de número 002/2016, foi realizado pelo instituto de pesquisa MK Pesquisa e Planejamento LTDA. Esta pesquisa tem por objetivo coletar e quantificar informações sobre os perfis dos meios de hospedagem do estado do Espírito Santo, no intuito de identificar suas características, tipos de serviços oferecidos aos hóspedes, parcerias, problemas enfrentados, entre outros. Tais informações foram coletadas através de um questionário semiestruturado fornecido à MK Pesquisa pela Secretaria de Turismo. As pesquisas foram realizadas com os dirigentes dos meios de hospedagem, sendo eles os proprietários, gerentes ou administradores.



Palavras chave: Censo hoteleiro, Secretaria de Turismo do Estado do Espírito Santo, SETUR-ES

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Estabelecimentos abertos e fechados por município.....	17
Gráfico 2 – Quantitativo de unidades habitacionais somadas em todos os municípios da Região Turística Montanhas Capixabas.....	18
Gráfico 3 – Quantitativo de unidades habitacionais por município .....	19
Gráfico 4 – Quantitativo de leitos simples total somadas por unidade habitacional ..	21
Gráfico 5 – Quantitativo de leitos duplos total, somadas por unidade habitacional...	22
Gráfico 6 – Ano de início da operação dos hotéis da Região Turística Montanhas Capixabas. ....	23
Gráfico 7 – Tipos de estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas.	25
Gráfico 8 – Porte das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas .....	26
Gráfico 9 – Natureza jurídica dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	28
Gráfico 10 – Forma de organização das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas .....	30
Gráfico 11 – Quantitativo de proprietários que são gerentes das suas próprias empresas localizadas na Região Turística Montanhas Capixabas .....	32
Gráfico 12 – Quantitativo de empresas cadastradas no Cadastur pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas.....	34
Gráfico 13 – Motivos pelos quais as empresas não são cadastradas no Cadastur ..	36
Gráfico 14 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa .	38
Gráfico 15 – Demonstrativo de quais entidades representativas os meios de hospedagem são associados.....	40
Gráfico 16 – Motivos pelos quais as empresas não são associadas às entidades representativas.....	42
Gráfico 17 – Quantidade de funcionários das empresas na Região Turística Montanhas Capixabas.....	43
Gráfico 18 – Classificação dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	44
Gráfico 19 – Formas de pagamento dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas.....	46
Gráfico 20 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório .....	48
Gráfico 21 – Quantitativo de meio de hospedagem que possuem sala de reunião...	50

Gráfico 22 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento .....	52
Gráfico 23 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos .....	54
Gráfico 24 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem	56
Gráfico 25 – Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	57
Gráfico 26 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas .....	59
Gráfico 27 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira da Região Turística Montanhas Capixabas .....	60
Gráfico 28 – Especialização em algum segmento turístico na Região Turística Montanhas Capixabas.....	62
Gráfico 29 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem .....	64
Gráfico 30 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio.....	66
Gráfico 31 – Sites citados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas.....	67
Gráfico 32 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento .....	69
Gráfico 33 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem .....	70
Gráfico 34 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem	72
Gráfico 35 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor ....	74
Gráfico 36 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas .....	75
Gráfico 37 – Grau de movimentos de clientes nos meios de hospedagem durante o ano .....	78
Gráfico 38 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	79
Gráfico 39 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas .....	80
Gráfico 40 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa .....	81
Gráfico 41 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira .....	82
Gráfico 42 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Minis. do Turismo .....	83

Gráfico 43 – Motivo para não utilização do SNRH .....	84
Gráfico 44 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo .....	85
Gráfico 45 – Motivos pelos quais não deseja participar do sistema estadual de estatística do turismo .....	87
Gráfico 46 – Dificuldades na gestão da empresa.....	88
Gráfico 47 – Dificuldades com a mão de obra.....	89
Gráfico 48 – Dificuldade com fornecedores .....	90
Gráfico 49 – Dificuldades com crédito.....	91
Gráfico 50 – Dificuldades de comunicação telefônica e/ou internet .....	92
Gráfico 51 – Nível de comunicação com outros segmentos .....	93
Gráfico 52 – Dificuldades com estrutura pública .....	94
Gráfico 53 – Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento .....	96
Gráfico 54 – Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo .....	98
Gráfico 55 – Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo.....	100

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estabelecimentos abertos e fechados por município .....	16
Tabela 2 – Quantitativo e tipos de unidades habitacionais por município .....	18
Tabela 3 – Quantitativo e tipos de unidades habitacionais adaptadas por município	20
Tabela 4 – Quantitativo de leitos simples total e por unidades habitacionais.....	21
Tabela 5 – Quantitativo de leitos duplos, total e por unidades habitacionais .....	22
Tabela 6 – Ano de início da operação dos hotéis da Região Turística Montanhas Capixabas. ....	23
Tabela 7 – Ano de início da operação dos hotéis por município .....	24
Tabela 8 – Tipos de estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .	24
Tabela 9 – Tipos de estabelecimentos por município .....	25
Tabela 10 – Porte das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas.....	26
Tabela 11 – Porte das empresas por município .....	27
Tabela 12 – Natureza jurídica dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	28
Tabela 13 – Natureza jurídica dos estabelecimentos por município .....	29
Tabela 14 – Forma de organização das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas .....	30
Tabela 15 – Forma de organização das empresas por município.....	31
Tabela 16 – Quantitativo de proprietários que são gerentes de suas próprias empresas localizadas na Região Turística Montanhas Capixabas .....	32
Tabela 17 – Quantitativo de proprietários que são gerentes da sua própria empresa, por município.....	33
Tabela 18 – Quantitativo de empresas cadastradas no Cadastur pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas.....	34
Tabela 19 – Quantitativo de empresas cadastradas no cadastur por município .....	35
Tabela 20 – Motivos pelos quais as empresas não são cadastradas no Cadastur ...	35
Tabela 21 – Motivos pelos quais as empresas são não cadastradas no Cadastur por município.....	37
Tabela 22 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa..	38
Tabela 23 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa, por município.....	39

Tabela 24 – Demonstrativo de quais entidades representativas os meios de hospedagem são associados.....	40
Tabela 25 – Motivo pelo qual as empresas não são associadas às entidades representativas.....	41
Tabela 26 – Quantidade de funcionários nas empresas da Região Turística Montanhas Capixabas.....	42
Tabela 27 – Quantidade de funcionários das empresas por município.....	43
Tabela 28 – Classificação dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	44
Tabela 29 – Classificação dos estabelecimentos por município .....	45
Tabela 30 – Formas de pagamento dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas.....	46
Tabela 31 – Formas de pagamento dos estabelecimentos por município .....	47
Tabela 32 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório .....	47
Tabela 33 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório, por município.....	48
Tabela 34 – Descrição dos auditórios .....	49
Tabela 35 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem sala de reunião .	50
Tabela 36 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem sala de reunião, por município.....	50
Tabela 37 – Descrição das salas de reunião .....	51
Tabela 38 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento .....	51
Tabela 39 – Média de vagas nos estacionamentos dos meios de hospedagem.....	52
Tabela 40 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento, por município.....	53
Tabela 41 – Quantidade de vagas de estacionamento ofertadas pelos meios de hospedagem, por município .....	53
Tabela 42 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos.....	54
Tabela 43 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos, por município .....	55
Tabela 44 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem.	56

Tabela 45 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem, por município.....	56
Tabela 46 – Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas .....	57
Tabela 47– Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos, por município .....	58
Tabela 48 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas .....	58
Tabela 49 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros, por município.	59
Tabela 50 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira da Região Turística Montanhas Capixabas .....	60
Tabela 51 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira por município .....	61
Tabela 52 – Especialização em algum segmento turístico na Região Turística Montanhas Capixabas.....	62
Tabela 53 – Especialização em algum segmento turístico por município .....	63
Tabela 54 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem.....	64
Tabela 55 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem, por município	65
Tabela 56 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio .....	65
Tabela 57 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio, por município .....	66
Tabela 58 – Sites especializados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas	67
Tabela 59 – Sites citados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas, por município .....	68
Tabela 60 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento .....	68
Tabela 61 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento, por município .....	69
Tabela 62 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem .....	70
Tabela 63 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem, por município .....	71
Tabela 64 – Operadora de turismo e/ou agências de viagens parceira dos estabelecimentos .....	71

Tabela 65 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem.	72
Tabela 66 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem, por município.....	73
Tabela 67 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor.....	73
Tabela 68 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor, por município.....	74
Tabela 69 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas.....	75
Tabela 70 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem, por município.....	76
Tabela 71 – Movimentos de clientes nos meios de hospedagem em cada mês do ano.....	77
Tabela 72 – Grau de movimentos de clientes nos meios de hospedagem durante o ano.....	77
Tabela 73 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas.....	78
Tabela 74 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos, por município.....	79
Tabela 75 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas.....	79
Tabela 76 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem, por município.....	80
Tabela 77 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa.....	80
Tabela 78 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa, por município.....	81
Tabela 79 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira.....	81
Tabela 80 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira, por município.....	82
Tabela 81 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Ministério do Turismo.....	83
Tabela 82 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Minis. do Turismo, por município.....	83
Tabela 83 – Motivo para não utilização do SNRH.....	84

Tabela 84 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo .....	85
Tabela 85 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo, por município .....	86
Tabela 86 – Motivos pelos quais não deseja participar do sistema estadual de estatística do turismo .....	86
Tabela 87 – Dificuldades na gestão da empresa .....	88
Tabela 88 – Dificuldades com a mão de obra .....	89
Tabela 89 – Dificuldades com fornecedores .....	90
Tabela 90 – Dificuldades com crédito .....	91
Tabela 91 – Dificuldade de comunicação.....	92
Tabela 92 – Nível de comunicação com outros segmentos .....	93
Tabela 93 – Dificuldade com estrutura pública.....	94
Tabela 94 – Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento .....	95
Tabela 95 – Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo.....	97
Tabela 96 – Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo .....	99

## SUMÁRIO

NOTA METODOLÓGICA .....	15
1. QUANTITATIVO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM .....	16
2. OFERTA HOTELEIRA .....	17
2.1. Unidades habitacionais .....	17
2.2. Unidades habitacionais adaptadas .....	19
2.3. Leitos.....	20
2.3.1. Leitos simples (solteiro) .....	20
2.3.2. Leitos duplos (casal).....	21
3. PERFIL DOS ESTABELECIMENTOS .....	23
3.1. Início de operação.....	23
3.2. Tipo do estabelecimento .....	24
3.3. Porte da empresa.....	26
3.4. Natureza jurídica .....	28
3.5. Forma de Organização.....	30
3.6. Gerência.....	32
3.7. Cadastur.....	34
3.8. Entidade representativa .....	37
3.9. Funcionários.....	42
4. ESTRUTURA E SERVIÇOS .....	43
4.1. Classificação dos estabelecimentos.....	43
4.2. Formas de pagamento .....	46
4.3. Infraestrutura .....	47
4.3.1. Auditório .....	47
4.3.2. Sala de reuniões.....	50
4.3.3. Estacionamento.....	51
4.3.4. Área de lazer .....	54

4.3.5. Acesso à Internet.....	55
4.4. Serviços de Alimentação.....	57
4.5. Translado.....	58
4.6. Atendimento em língua estrangeira.....	59
4.7. Segmento turístico.....	61
5. CANAIS DE COMUNICAÇÃO E VENDAS.....	63
5.1. Canal de vendas.....	63
5.2. Site.....	65
5.2.1. Site próprio.....	65
5.2.2. Site especializado.....	66
5.3. Rede Social.....	68
5.4. Operadoras de turismo/ agências de viagem.....	70
5.5. Meios de comunicação.....	71
5.6. Feiras e eventos.....	73
5.7. Política de Promoções.....	74
5.8. Movimento.....	76
6. INDICADORES DO SETOR.....	78
6.1. Sistema de controle de hóspede.....	78
6.2. Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (Minis. do Turismo).....	82
6.3. Sistema estadual de estatísticas do turismo.....	85
7. DEMANDAS, SUGESTÕES, RECLAMAÇÕES E OPINIÕES.....	87
7.1. Dificuldades na gestão da empresa.....	88
7.2. Dificuldades com a mão de obra.....	89
7.3. Dificuldades com fornecedores.....	90
7.4. Dificuldades com crédito.....	91
7.5. Dificuldades com comunicação.....	92
7.6. Nível de comunicação com outros segmentos.....	93

7.7. Dificuldades com estrutura.....	94
7.8. Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento ..	95
7.9. Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo .....	97
7.10. Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo.....	99



**MK**  
PESQUISA

## NOTA METODOLÓGICA

➤ **Objetivos:**

- Coletar e quantificar as informações sobre o perfil dos meios de hospedagem no Estado;
- Identificar os estabelecimentos de meios de hospedagem no Estado por meio de suas características, número de unidades habitacionais, leitos, entre outras;

➤ **Método:** Censo hoteleiro com aplicação de questionário semiestruturado. As entrevistas foram realizadas junto aos responsáveis (proprietários, gerentes, administradores) pelo estabelecimento.

Para uma melhor orientação do trabalho de campo, foi fornecida listagem de endereço de estabelecimentos já cadastrados pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo.

➤ **Região pesquisada:** Nesta etapa fizeram parte do censo hoteleiro os seguintes municípios pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas:

Municípios

- Afonso Cláudio
- Brejetuba
- Castelo
- Conceição de Castelo
- Domingos Martins
- Marechal Floriano
- Vargem Alta
- Venda Nova do Imigrante
- Laranja da Terra

Embora o município Laranja da Terra não pertença a Região Turística Montanhas Capixabas, para fins de resultados a mesma foi incluída neste relatório.

➤ **Resultados:** Os resultados serão apresentados em forma de tabelas e gráficos para o total das entrevistas e em tabelas para os resultados por município.

## 1. QUANTITATIVO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Considera-se meio de hospedagem "os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária".

Foram levantados 167 estabelecimentos durante a realização do censo hoteleiro nos municípios desta região, destes, 17 abrem apenas na temporada e 41 encontram-se fechados (sem funcionamento), representando 24,6% do total.

Dentre os 109 meios de hospedagem em funcionamento, 2 se recusaram a participar e responder as perguntas do censo, sendo 1 recusa no município de Castelo e 1 entrevistas em Laranja da Terra.

Cabe ressaltar que, dos 165 meios de hospedagem encontrados, 33 não constavam da listagem fornecida pela SETUR-ES, ou seja, foram identificados durante a realização do censo.

Tabela 1 – Estabelecimentos abertos e fechados por município

ESTABELECEMENTOS POR MUNICÍPIO	Total	Situação		
		Aberto	Só abre na temporada	Fechado
	Freq.	Freq.	Freq.	Freq.
AFONSO CLÁUDIO	17	12	3	2
BREJETUBA	5	4	0	1
CASTELO	16	10	2	4
CONCEIÇÃO DE CASTELO	2	2	0	0
DOMINGOS MARTINS	66	39	3	24
LARANJA DA TERRA	5	3	1	1
MARECHAL FLORIANO	31	21	4	6
VARGEM ALTA	7	5	0	2
VENDA NOVA DO IMIGRANTE	18	13	4	1
<b>Base</b>	<b>167</b>	<b>109</b>	<b>17</b>	<b>41</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016

Nota: Dados trabalhados pelo autor

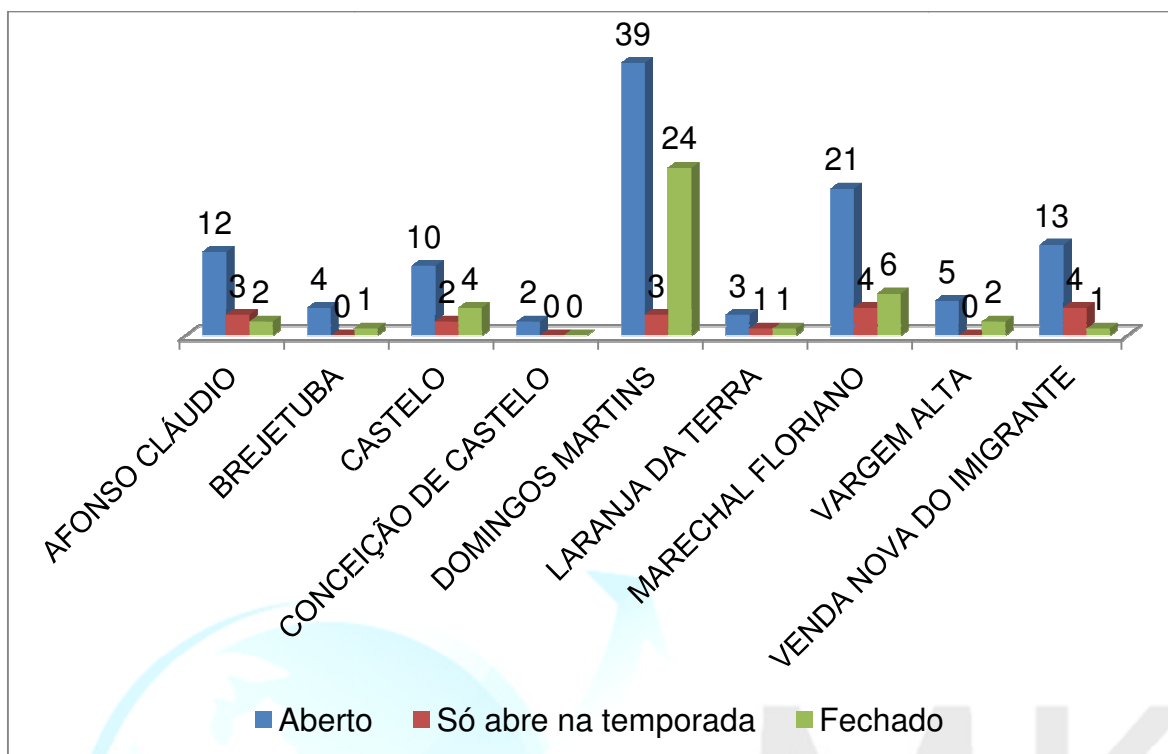


Gráfico 1 – Estabelecimentos abertos e fechados por município

Fonte: Censo hoteleiro 2016

Nota: Dados trabalhados pelo autor

## 2. OFERTA HOTELEIRA

### 2.1. Unidades habitacionais

São consideradas unidades habitacionais os quartos, apartamentos, suítes, chalés colocados à disposição dos usuários nos meios de hospedagem.

De acordo com o conceito apresentado, foram mapeadas 2.092 unidades habitacionais na região pesquisada. Destas 2.092 unidades habitacionais, 64,2% são apartamentos (unidade habitacional constituída, no mínimo, de quarto com local apropriado para guarda de roupas e objetos pessoais, servida por banheiro privativo).

O município com maior quantitativo de U.H. (unidades habitacionais) é: Domingos Martins.

Tabela 2 – Quantitativo e tipos de unidades habitacionais por município

QUANTITATIVO DE UNIDADES HABITACIONAIS	Total	UNIDADES HABITACIONAIS			
		Suítes	Apartamentos	Quartos	Chalés
	Soma	Soma	Soma	Soma	Soma
AFONSO CLÁUDIO	186	0	149	13	24
BREJETUBA	47	37	0	8	2
CASTELO	207	5	198	3	1
CONCEIÇÃO DE CASTELO	18	0	7	11	0
DOMINGOS MARTINS	946	145	585	18	198
LARANJA DA TERRA	29	5	18	6	0
MARECHAL FLORIANO	222	10	185	12	15
VARGEM ALTA	173	102	4	39	28
VENDA NOVA DO IMIGRANTE	264	0	197	29	38
<b>Base</b>	<b>2092</b>	<b>304</b>	<b>1343</b>	<b>139</b>	<b>306</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016

Nota: Dados trabalhados pelo autor

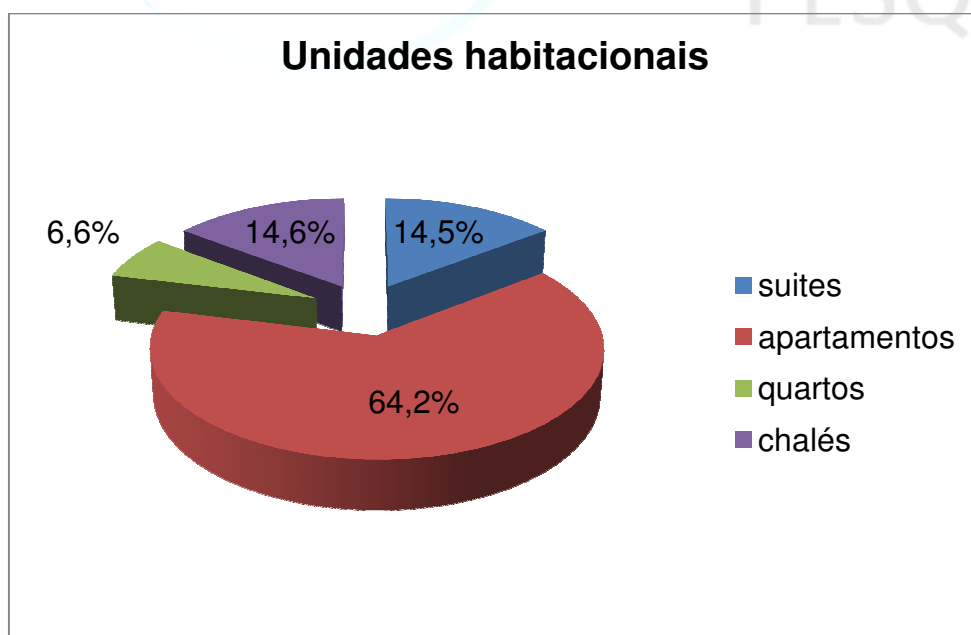


Gráfico 2 – Quantitativo de unidades habitacionais somadas em todos os municípios da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016

Nota: Dados trabalhados pelo autor

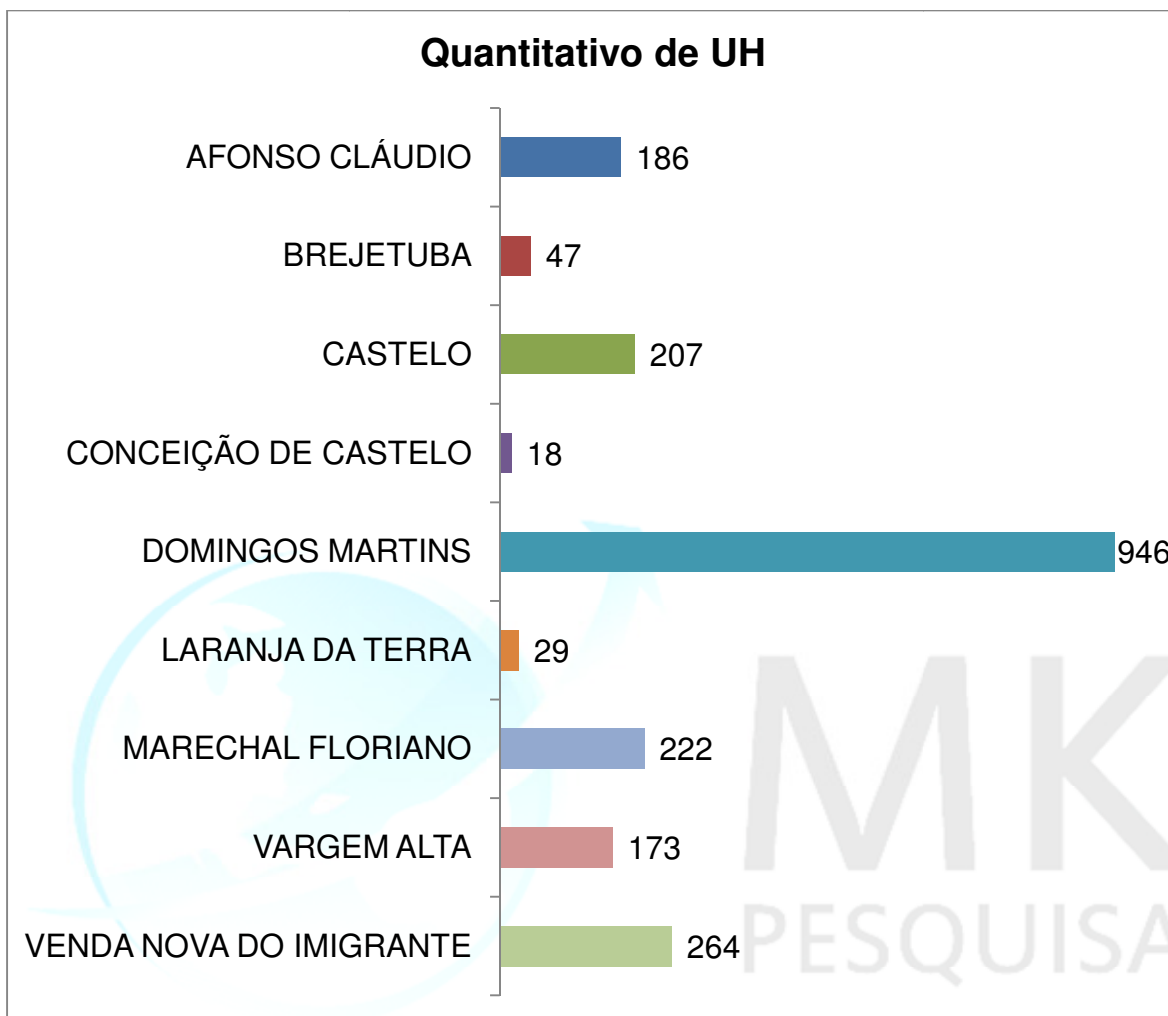


Gráfico 3 – Quantitativo de unidades habitacionais por município

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 2.2. Unidades habitacionais adaptadas

Quanto às unidades habitacionais adaptadas, o quantitativo é bem menor: 40 no total.

Domingos Martins é também o município que oferece um maior número de U.H. (unidades habitacionais) adaptadas.

Tabela 3 – Quantitativo e tipos de unidades habitacionais adaptadas por município

QUANTITATIVO DE UNIDADES HABITACIONAIS ADAPTADAS	Total	UNIDADES HABITACIONAIS			
		Suítes	Apartamentos	Quartos	Chalés
	Soma	Soma	Soma	Soma	Soma
AFONSO CLÁUDIO	5	0	4	0	1
BREJETUBA	0	0	.	0	0
CASTELO	2	0	2	0	0
CONCEIÇÃO DE CASTELO	0	0	0	0	0
DOMINGOS MARTINS	25	4	14	0	7
LARANJA DA TERRA	0	0	0	0	0
MARECHAL FLORIANO	1	0	1	0	0
VARGEM ALTA	0	0	0	0	0
VENDA NOVA DO IMIGRANTE	7	0	5	0	2
<b>Base</b>	<b>40</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>10</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 2.3. Leitos

São consideradas como leitos as camas (solteiro ou casal) existentes nas unidades habitacionais.

### 2.3.1. Leitos simples (solteiro)

Foi contabilizado um total de 3.104 leitos simples (solteiro) distribuídos nas 2.092 unidades habitacionais nesta região de abrangência do censo hoteleiro.

Tabela 4 – Quantitativo de leitos simples total e por unidades habitacionais

QUANTITATIVO DE LEITOS SIMPLES	Total	UNIDADES HABITACIONAIS			
		Suítes	Apartamentos	Quartos	Chalés
	Soma	Soma	Soma	Soma	Soma
AFONSO CLÁUDIO	332	0	274	23	35
BREJETUBA	25	19	0	6	0
CASTELO	238	2	222	5	9
CONCEIÇÃO DE CASTELO	24	0	12	12	0
DOMINGOS MARTINS	1662	237	1103	52	270
LARANJA DA TERRA	14	2	8	4	0
MARECHAL FLORIANO	463	87	337	23	16
VARGEM ALTA	81	61	0	0	20
VENDA NOVA DO IMIGRANTE	265	0	191	42	32
<b>Base</b>	<b>3104</b>	<b>408</b>	<b>2147</b>	<b>167</b>	<b>382</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

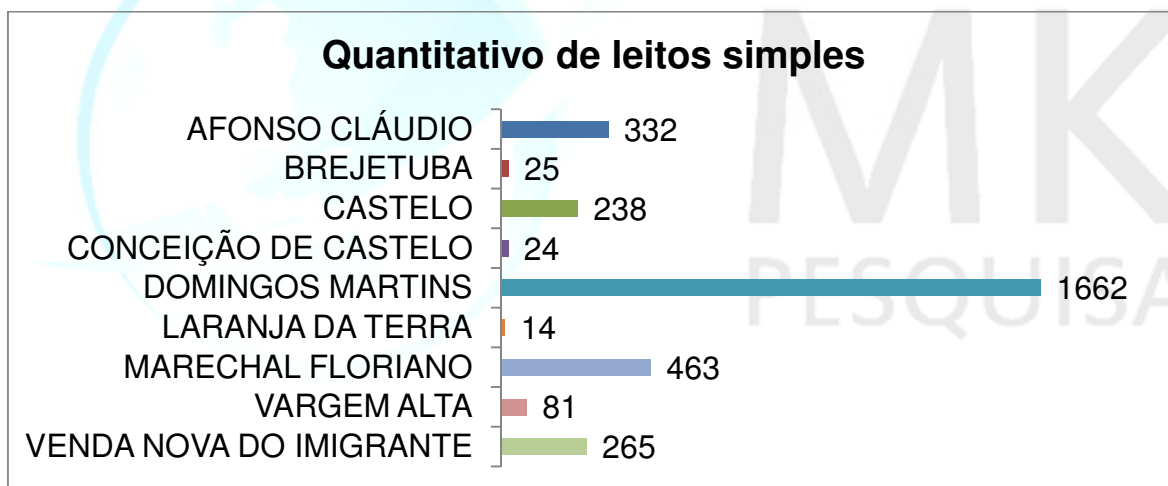


Gráfico 4 – Quantitativo de leitos simples total somadas por unidade habitacional

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 2.3.2. Leitos duplos (casal)

No que se refere aos leitos duplos (casal), foram auditadas 1.690 camas de casal distribuídas nas 2.092 unidades habitacionais da região.

Como para fins de apuração da oferta hoteleira, os leitos duplos devem ser contabilizados como dois leitos, deve-se considerar então um total de 3.380 leitos.

Tabela 5 – Quantitativo de leitos duplos, total e por unidades habitacionais

QUANTITATIVO DE LEITOS DUPLOS	Total	UNIDADES HABITACIONAIS			
		Suítes	Apartamentos	Quartos	Chalés
	Soma	Soma	Soma	Soma	Soma
AFONSO CLÁUDIO	86	0	56	1	29
BREJETUBA	22	18	0	2	2
CASTELO	119	4	110	2	3
CONCEIÇÃO DE CASTELO	8	0	3	5	0
DOMINGOS MARTINS	1025	143	659	7	216
LARANJA DA TERRA	15	3	10	2	0
MARECHAL FLORIANO	182	5	161	4	12
VARGEM ALTA	56	46	0	0	10
VENDA NOVA DO IMIGRANTE	177	0	117	9	51
<b>Base</b>	<b>1690</b>	<b>219</b>	<b>1116</b>	<b>32</b>	<b>323</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

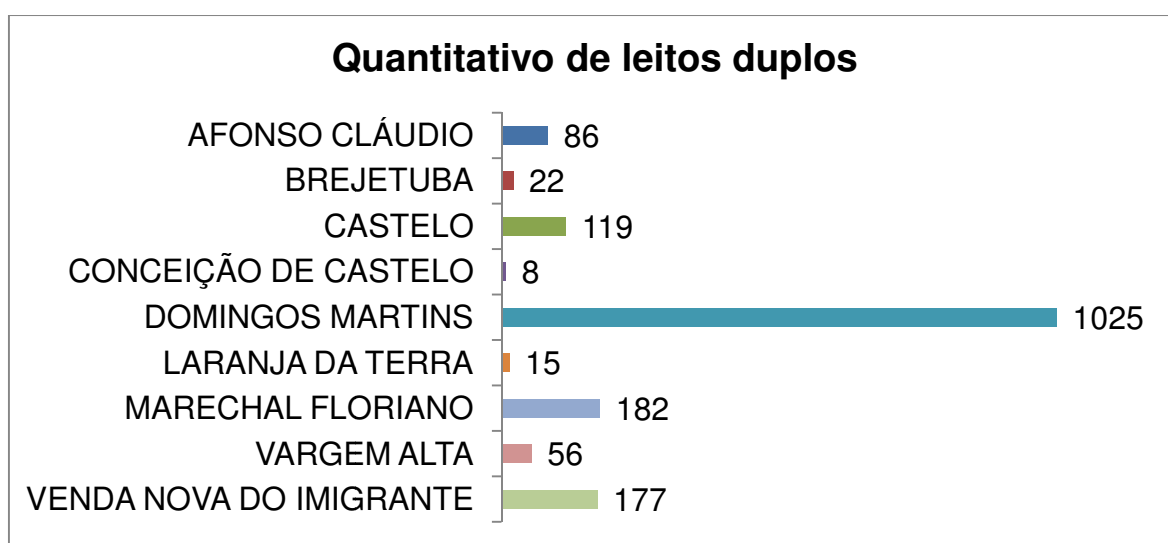


Gráfico 5 – Quantitativo de leitos duplos total, somadas por unidade habitacional

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3. PERFIL DOS ESTABELECIMENTOS

#### 3.1. Início de operação

Mais da metade dos estabelecimentos, 73,8%, iniciaram suas atividades após o ano 2000, sendo que 40,2% estão em funcionamento há, no máximo, seis anos.

Tabela 6 – Ano de início da operação dos hotéis da Região Turística Montanhas Capixabas.

Ano de início de operação do estabelecimento	Freq.	%
Antes de 1980	7	6,5%
De 1980 a 1989	7	6,5%
De 1990 a 1999	14	13,1%
De 2000 a 2009	36	33,6%
De 2010 a 2017	43	40,2%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

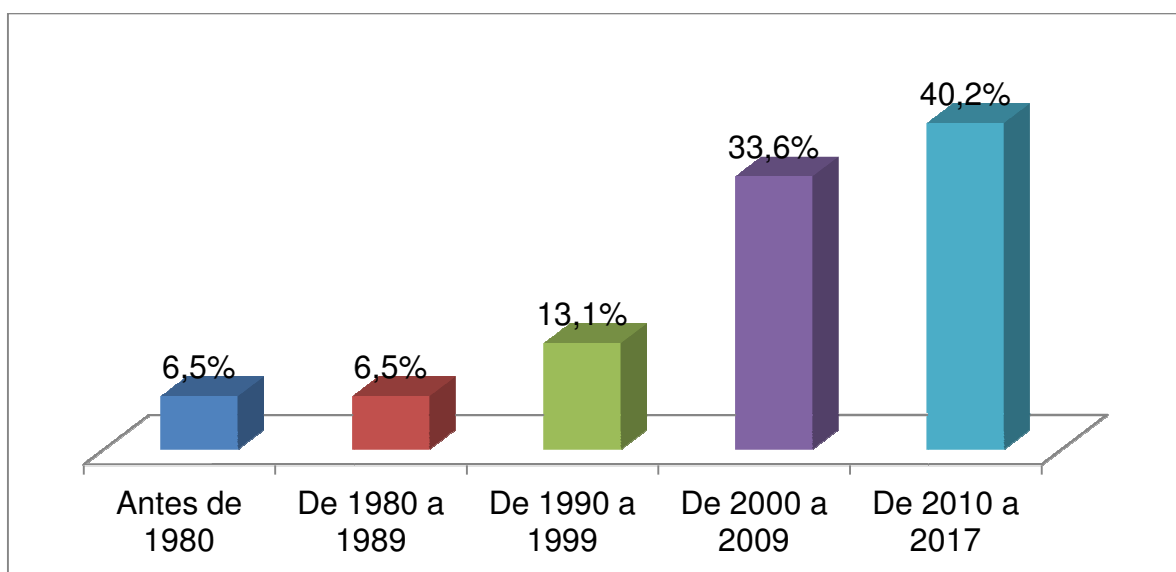


Gráfico 6 – Ano de início da operação dos hotéis da Região Turística Montanhas Capixabas.

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 7 – Ano de início da operação dos hotéis por município

Ano de início de operação do estabelecimento	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONC. DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	Ma. FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Antes de 1980	8,3%	0,0%	22,2%	50,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
De 1980 a 1989	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	14,3%	0,0%	15,4%
De 1990 a 1999	16,7%	25,0%	0,0%	0,0%	17,9%	0,0%	4,8%	50,0%	7,7%
De 2000 a 2009	33,3%	50,0%	44,4%	50,0%	30,8%	0,0%	42,9%	50,0%	15,4%
De 2010 a 2016	41,7%	25,0%	33,3%	0,0%	41,0%	100,0%	38,1%	0,0%	53,8%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.2. Tipo do estabelecimento

As pousadas são o tipo de estabelecimento hoteleiro mais encontrado na Região Turística Montanhas Capixabas, representando 52,3% do total. Os hotéis aparecem em segundo lugar com 26,2%.

Tabela 8 – Tipos de estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Tipo de estabelecimento	Freq.	%
Pousada	56	52,3%
Hotel	28	26,2%
Cama e café	4	3,7%
Hotel Fazenda	2	1,9%
Pensão de hospedagem	2	1,9%
Resort	1	0,9%
Outro	14	13,1%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

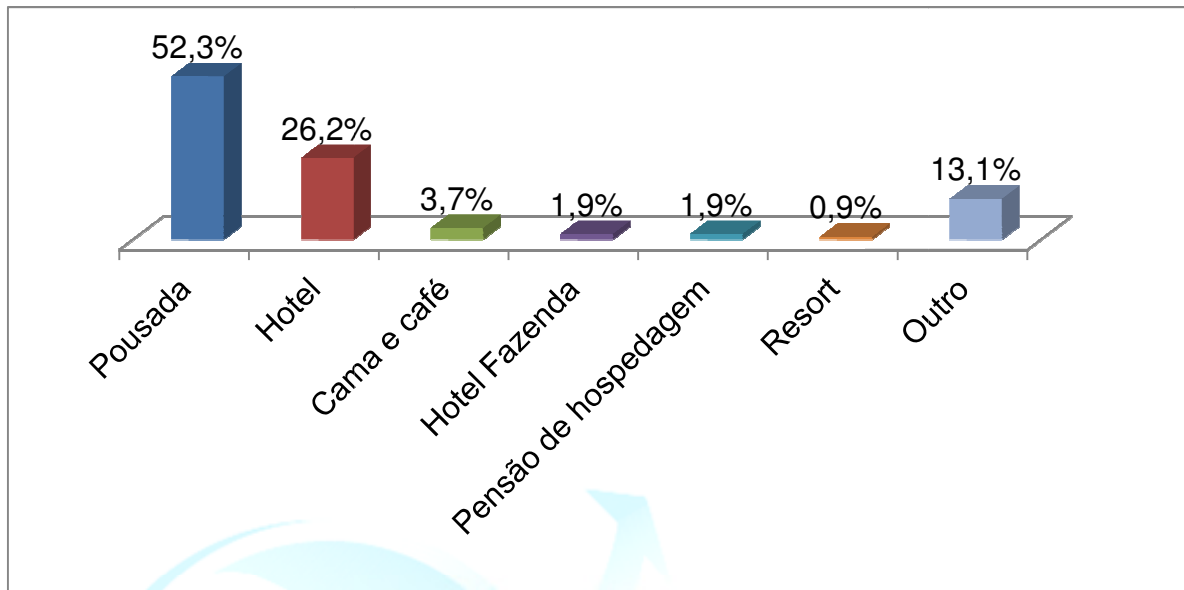


Gráfico 7 – Tipos de estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 9 – Tipos de estabelecimentos por município

Tipo de estabelecimento	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJADA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Hotel	2	16,7 %	3	75,0 %	5	55,6 %	2	100 %	4	10,3 %	2	100 %	2	9,5 %	1	20,0 %	6	46,2 %
Resort	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
Hotel Fazenda	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	20,0 %	0	0,0 %
Pousada	9	75,0 %	1	25,0 %	2	22,2 %	0	0,0 %	24	61,5 %	0	0,0 %	10	47,6 %	3	60,0 %	6	46,2 %
Cama e café	0	0,0 %	0	0,0 %	2	22,2 %	0	0,0 %	2	5,1 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
Outro	1	8,3 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	7	17,9 %	0	0,0 %	9	42,9 %	0	0,0 %	1	7,7 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.3. Porte da empresa

Dos estabelecimentos auditados, 51,4% são micro empresas e 38,3% são micro empreendedores individuais. Na soma dos percentuais, representam 89,7% dos estabelecimentos da região.

Tabela 10 – Porte das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas

Porte da empresa	Freq.	%
Micro empresa	55	51,4%
Micro Empreendedor Individual	41	38,3%
Pequena Empresa	9	8,4%
Média Empresa	2	1,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

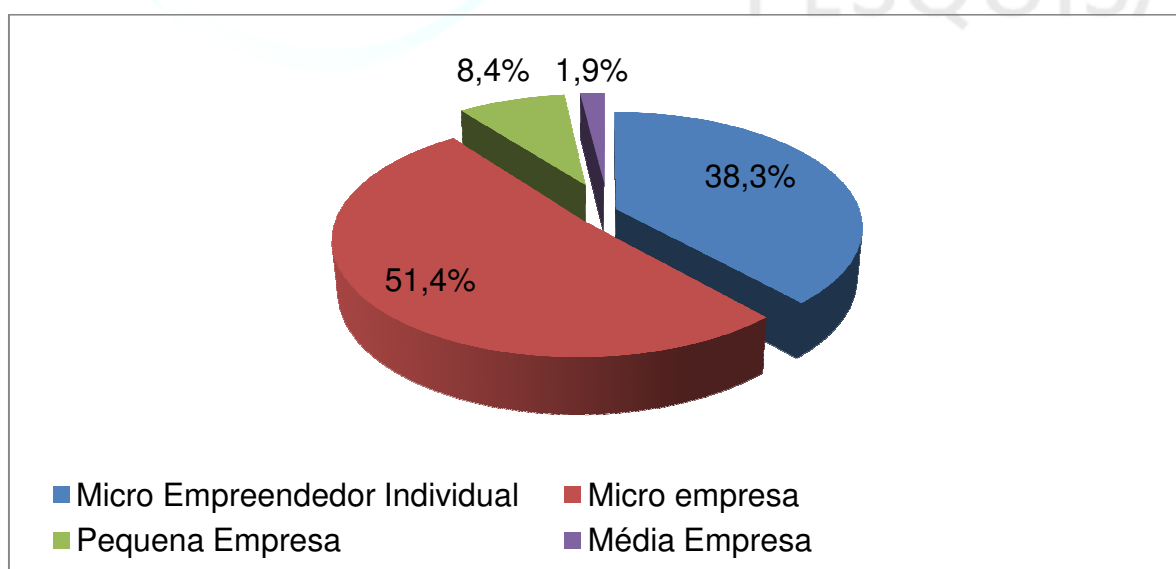


Gráfico 8 – Porte das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 11 – Porte das empresas por município

Porte da empresa	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Micro Empreendedor Individual	5	41,7 %	3	75,0 %	3	33,3 %	1	50,0 %	14	35,9 %	1	50,0 %	8	38,1 %	1	20,0 %	5	38,5 %
Micro empresa	7	58,3 %	1	25,0 %	6	66,7 %	1	50,0 %	19	48,7 %	0	0,0 %	12	57,1 %	3	60,0 %	6	46,2 %
Pequena Empresa	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	5	12,8 %	1	50,0 %	1	4,8 %	0	0,0 %	2	15,4 %
Média Empresa	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	20,0 %	0	0,0 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.4. Natureza jurídica

Quanto à natureza jurídica dos estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas, observa-se que o “empresário individual” representa a maioria, com 60,7%. E, se somado aos “micro empreendedores individuais” atingem 84,1% dos estabelecimentos.

Tabela 12 – Natureza jurídica dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Natureza Jurídica	Freq.	%
Empresário Individual	65	60,7%
MEI (Micro empreendedor Individual)	25	23,4%
Empresa Societária	14	13,1%
EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada)	3	2,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

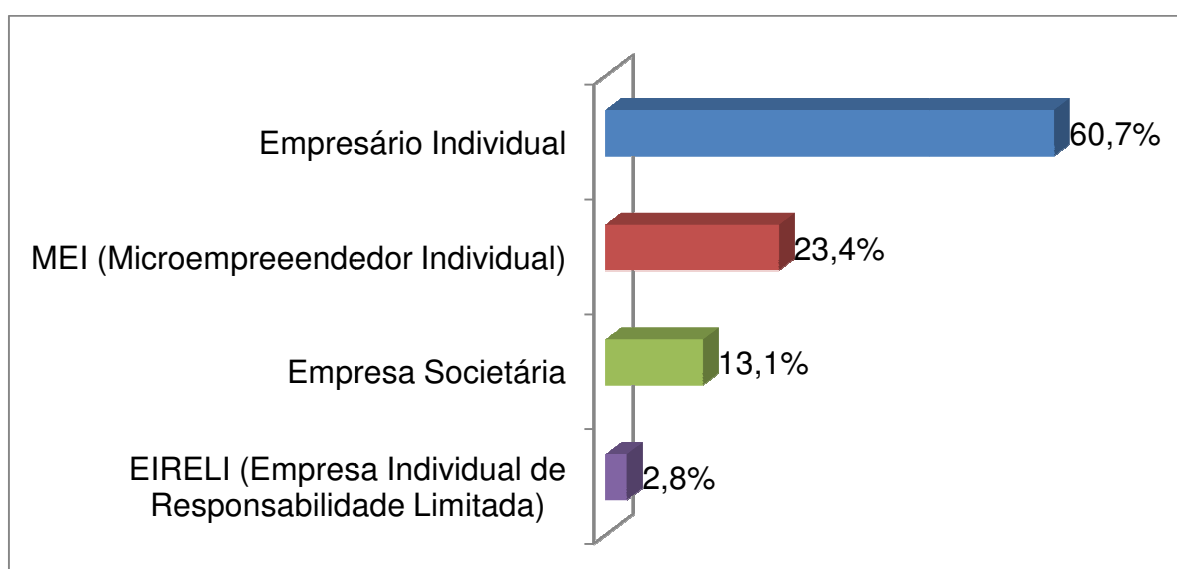


Gráfico 9 – Natureza jurídica dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 13 – Natureza jurídica dos estabelecimentos por município

Natureza Jurídica	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJEIRA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Empresa Societária	0	0,0 %	0	0,0 %	1	11,1 %	0	0,0 %	9	23,1 %	0	0,0 %	2	9,5 %	1	20,0 %	1	7,7 %
EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada)	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	1	50,0 %	0	0,0 %	1	20,0 %	0	0,0 %
MEI (Micro empreendedor Individual)	3	25,0 %	3	75,0 %	1	11,1 %	1	50,0 %	9	23,1 %	1	50,0 %	2	9,5 %	3	60,0 %	2	15,4 %
Empresário Individual	9	75,0 %	1	25,0 %	7	77,8 %	1	50,0 %	20	51,3 %	0	0,0 %	17	81,0 %	0	0,0 %	10	76,9 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.5. Forma de Organização

As empresas familiares correspondem a 92,5% dos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas.

Tabela 14 – Forma de organização das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas

Forma de organização	Freq.	%
Empresa familiar (empreendimento familiar)	99	92,5%
Arrendamento do imóvel	5	4,7%
Rede (Pertence a uma rede de hotéis)	2	1,9%
Empresa em sociedade (Sociedade entre empresários)	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

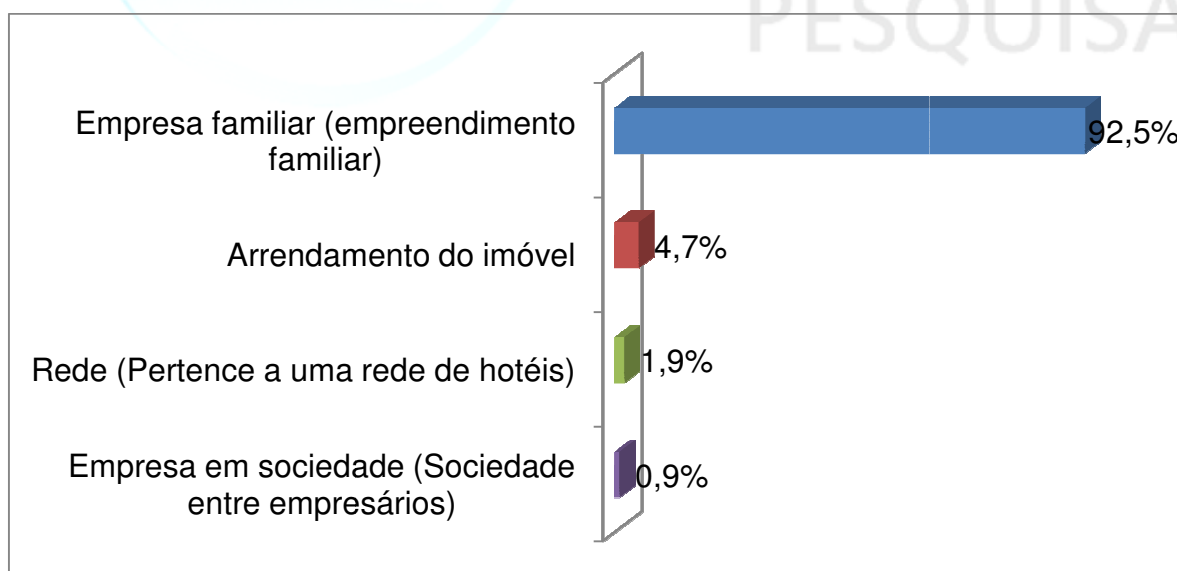


Gráfico 10 – Forma de organização das empresas da Região Turística Montanhas Capixabas  
Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 15 – Forma de organização das empresas por município

Forma de organização	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Rede (Pertence a uma rede de hotéis)	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	7,7 %
Empresa familiar (empreendimento familiar)	12	100 %	4	100 %	9	100 %	1	50%	36	92,3 %	2	100 %	20	95,2 %	3	60%	12	92,3 %
Empresa em sociedade (Sociedade e entre empresários)	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
Arrendamento do imóvel	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	50%	1	2,6 %	0	0,0 %	1	4,8 %	2	40%	0	0,0 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.6. Gerência

Nesta região de abrangência do censo hoteleiro, verificou-se que os proprietários são os principais gestores de suas empresas.

Tabela 16 – Quantitativo de proprietários que são gerentes de suas próprias empresas localizadas na Região Turística Montanhas Capixabas

Gerência	Freq.	%
Proprietário	91	85,0%
Profissional contratado (gerente)	16	15,0%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

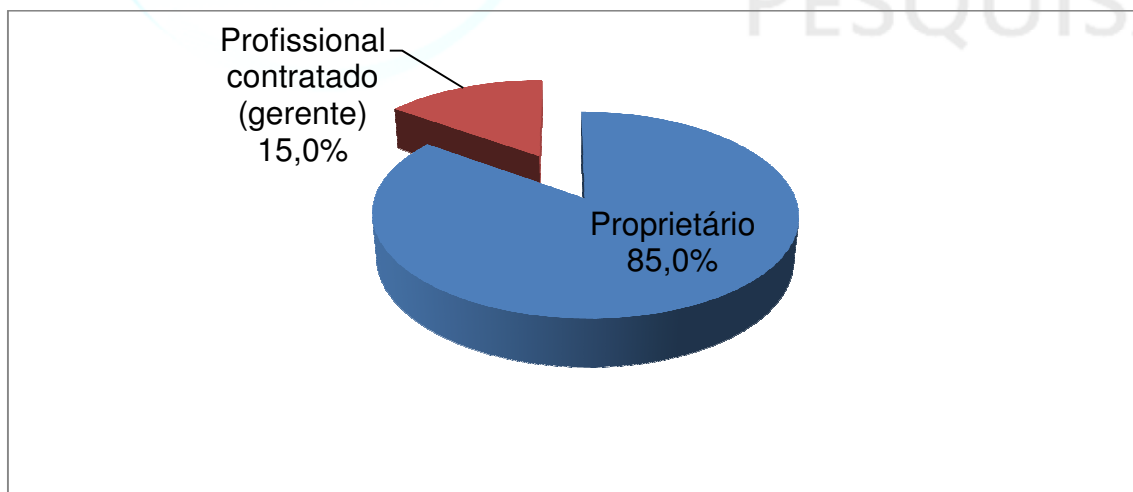


Gráfico 11 – Quantitativo de proprietários que são gerentes das suas próprias empresas localizadas na Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 17 – Quantitativo de proprietários que são gerentes da sua própria empresa, por município

Gerência	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Proprietário	11	91,7 %	4	100 %	8	88,9 %	2	100 %	30	76,9 %	2	100 %	19	90,5 %	4	80,0 %	11	84,6 %
Profissional contratado (gerente)	1	8,3 %	0	0,0 %	1	11,1 %	0	0,0 %	9	23,1 %	0	0,0 %	2	9,5 %	1	20,0 %	2	15,4 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.7. Cadastur

Nesta etapa foi pedido aos responsáveis pelos meios de hospedagem que informassem se o estabelecimento está cadastrado no Cadastur.

O Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo MTur em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação. O cadastro permite a participação em eventos, feiras e ações realizados pelo Ministério do Turismo e pela EMBRATUR, tais como o Salão do Turismo, Vai Brasil e Portal de Hospedagem. Disponibiliza também o acesso a linhas de financiamento específicas para o turismo, por meio de bancos oficiais, além da participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo MTur. O cadastro é excelente fonte de consulta do mercado turístico brasileiro e é gratuito.

Dos 107 meios de hospedagem pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas, 38,3% são cadastrados no Cadastur.

Tabela 18 – Quantitativo de empresas cadastradas no Cadastur pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas

<b>Cadastro no Cadastur</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Sim	41	38,3%
Não	66	61,7%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

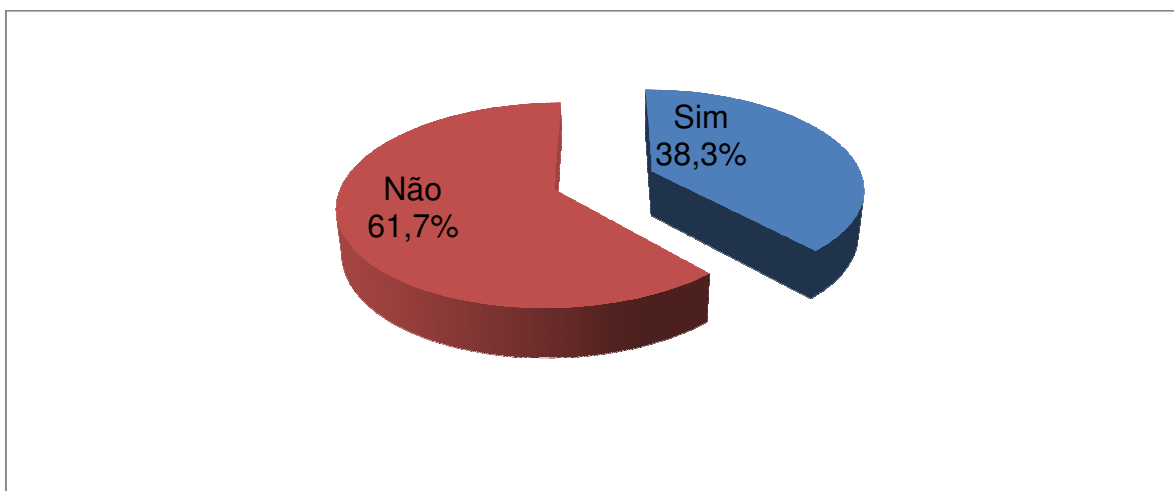


Gráfico 12 – Quantitativo de empresas cadastradas no Cadastur pertencentes à Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 19 – Quantitativo de empresas cadastradas no cadastur por município

Cadastrado no Cadastur	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	58,3%	0,0%	55,6%	50,0%	35,9%	0,0%	19,0%	60,0%	53,8%
Não	41,7%	100,0%	44,4%	50,0%	64,1%	100,0%	81,0%	40,0%	46,2%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O principal motivo citado para não estarem cadastrados no Cadastur foi o fato de não conhecerem o Cadastur (47%). Dos entrevistados, 28,8% não souberam responder a esta pergunta.

Tabela 20 – Motivos pelos quais as empresas não são cadastradas no Cadastur

Por que não está cadastrado?	Freq.	%
Não conhece o Cadastur	31	47,0%
Empresa nova	5	7,6%
Falta de tempo	2	3,0%
Muita burocracia	2	3,0%
Está arrendada	1	1,5%
Hotel simples	1	1,5%
Muitos impostos	1	1,5%
Não teve oportunidade	1	1,5%
Não tem necessidade	1	1,5%
Nunca foi solicitada para realização do cadastro	1	1,5%
A empresa é simples	1	1,5%
Não sabe informar	19	28,8%
<b>Base</b>	<b>66</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

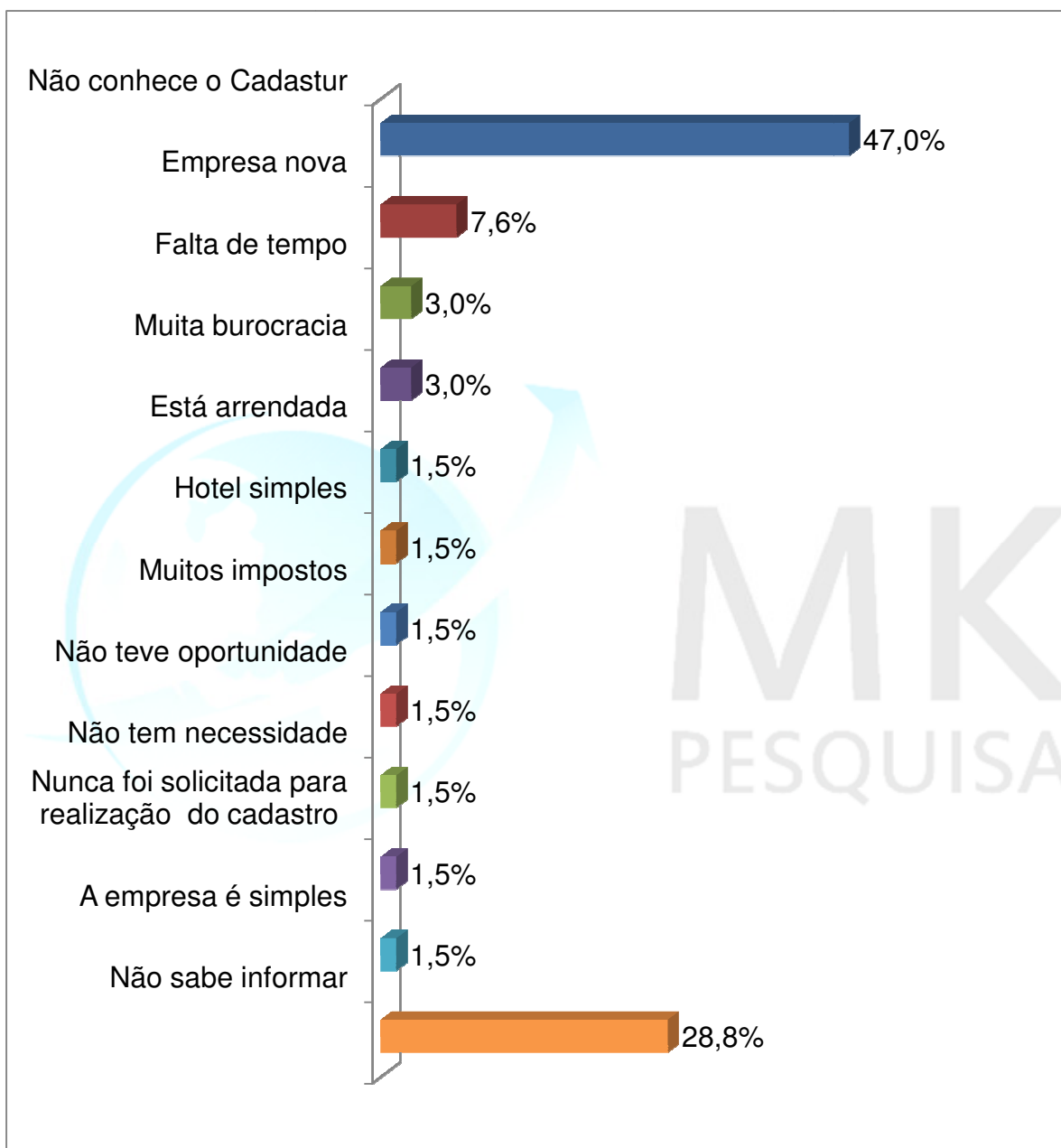


Gráfico 13 – Motivos pelos quais as empresas não são cadastradas no Cadastur

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 21 – Motivos pelos quais as empresas são não cadastradas no Cadastur por município

Por que não está cadastrado?	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Empresa nova	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,0%	0,0%	17,6%	0,0%	0,0%
Não conhece o Cadastur	60,0%	75,0%	0,0%	100,0%	52,0%	50,0%	35,3%	50,0%	33,3%
Está arrendada	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	0,0%
Falta de tempo	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Hotel simples	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
Muita burocracia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Muitos impostos	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Não sabe informar	40,0%	0,0%	25,0%	0,0%	28,0%	50,0%	41,2%	0,0%	33,3%
Não teve oportunidade	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Não tem necessidade	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
Nunca foi solicitada para realização do cadastro.	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.8. Entidade representativa

A maioria dos meios de hospedagem da região, 60,7%, não está associada a nenhuma entidade representativa.

Tabela 22 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa

Entidade representativa	Freq.	%
Associação Local (Exemplo: Associação de Hotéis e Turismo de Guarapari AHTG)	30	28,0 %
Sindicato Patronal (Exemplo: Sindihotéis)	7	6,5%
Associação Estadual (Exemplo: ABIH)	2	1,9%
Outros	7	6,5%
Nenhuma	65	60,7 %
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota¹: Dados trabalhados pelo autor.

Nota²: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

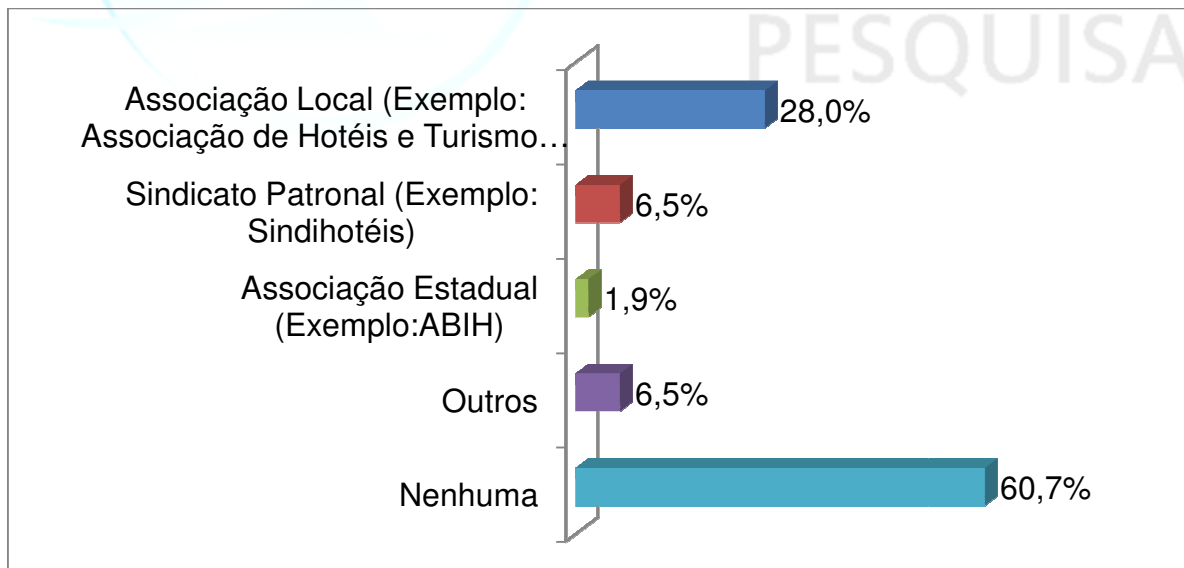


Gráfico 14 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 23 – Quantitativo de empresas associadas a uma entidade representativa, por município

Entidade representativa	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARCHEL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Associação Local (Exemplo: Associação de Hotéis e Turismo de Guarapari AHTG)	41,7%	0,0%	22,2%	0,0%	38,5%	0,0%	9,5%	20,0%	38,5%
Associação Estadual (Exemplo: ABIH)	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sindicato Patronal (Exemplo: Sindihotéis)	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	7,7%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%
Outros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,8%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%
Nenhuma	50,0%	100,0%	66,7%	100,0%	48,7%	100,0%	66,7%	80,0%	61,5%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Para os meios de hospedagem associados a alguma entidade representativa, foi pedido que informassem à qual entidade é vinculada. A atpa foi o mais citado, com 26,2% dos estabelecimentos.

Tabela 24 – Demonstrativo de quais entidades representativas os meios de hospedagem são associados

Qual entidade representativa?	Freq.	%
ATPA	11	26,2%
AGROTUR	6	14,3%
Circuito Turístico de Paraju	5	11,9%
Sindhoteis	5	11,9%
ATAC	4	9,5%
Convencional	4	9,5%
ACEDM	2	4,8%
Associação Comercial de Marechal Floriano	2	4,8%
Associação Turística de Pedra Azul	2	4,8%
Circuitos turísticos Rurais de Domingos Martins	2	4,8%
Associação Turística de Domingos Martins	1	2,4%
Circuito de Castelo	1	2,4%
LIMOTUR	1	2,4%
Sindicato patronal	1	2,4%
Não soube informar	1	2,4%
<b>Base</b>	<b>42</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

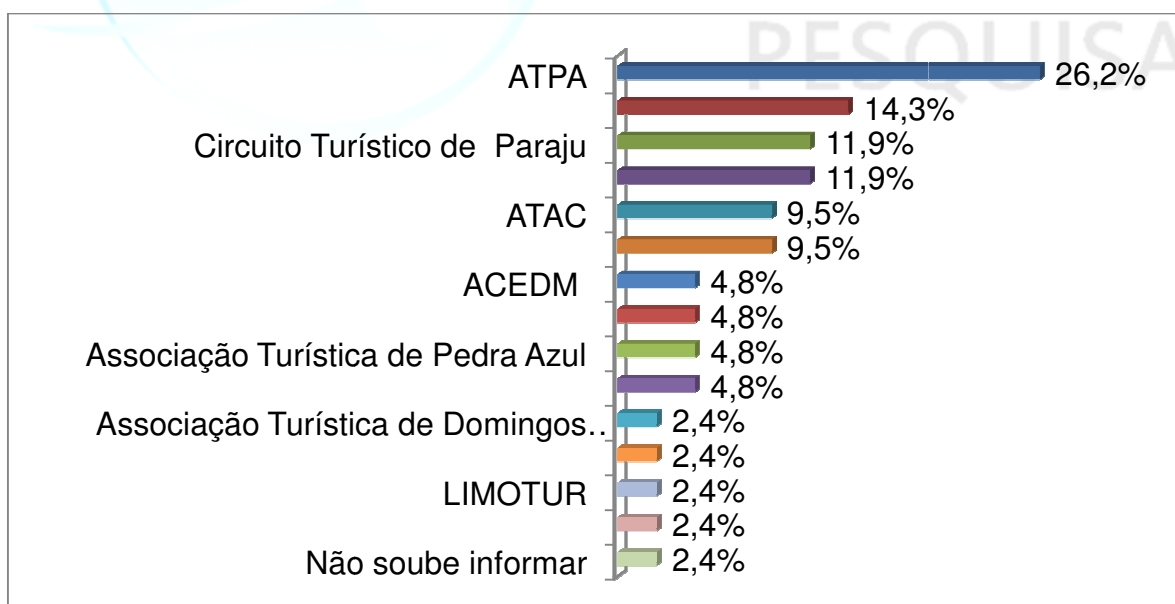


Gráfico 15 – Demonstrativo de quais entidades representativas os meios de hospedagem são associados

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O desconhecimento das entidades representativas é o principal motivador de não associação, citado por 7,7% dos meios de hospedagem não associados. As respostas apresentam-se bastante pulverizadas, com poucas citações de cada. Percebe-se que 43,1% não sabem informar o porquê desta não associação.

Tabela 25 – Motivo pelo qual as empresas não são associadas às entidades representativas

Motivos para a não associação	Freq.	%
Desconhece as associações	5	7,7%
Não foi procurado para fazer parte de associação	4	6,2%
É novo no ramo	3	4,6%
Falta tempo	3	4,6%
Hotel pequeno/ simples	3	4,6%
Não vê vantagens	3	4,6%
Tem pouco movimento no hotel	3	4,6%
Ainda não tem CNPJ	2	3,1%
Autônomo	1	1,5%
Está arrendada e será devolvida no dia 10/01/17	1	1,5%
Está trocando de representante	1	1,5%
Falta informação	1	1,5%
Financeiramente inviável	1	1,5%
Impostos altos	1	1,5%
Não querem divulgar	1	1,5%
Não tem interesse	1	1,5%
Política comercial	1	1,5%
Pouco envolvimento	1	1,5%
Problemas administrativos	1	1,5%
Não sabe informar	28	43,1%
<b>Base</b>	<b>65</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

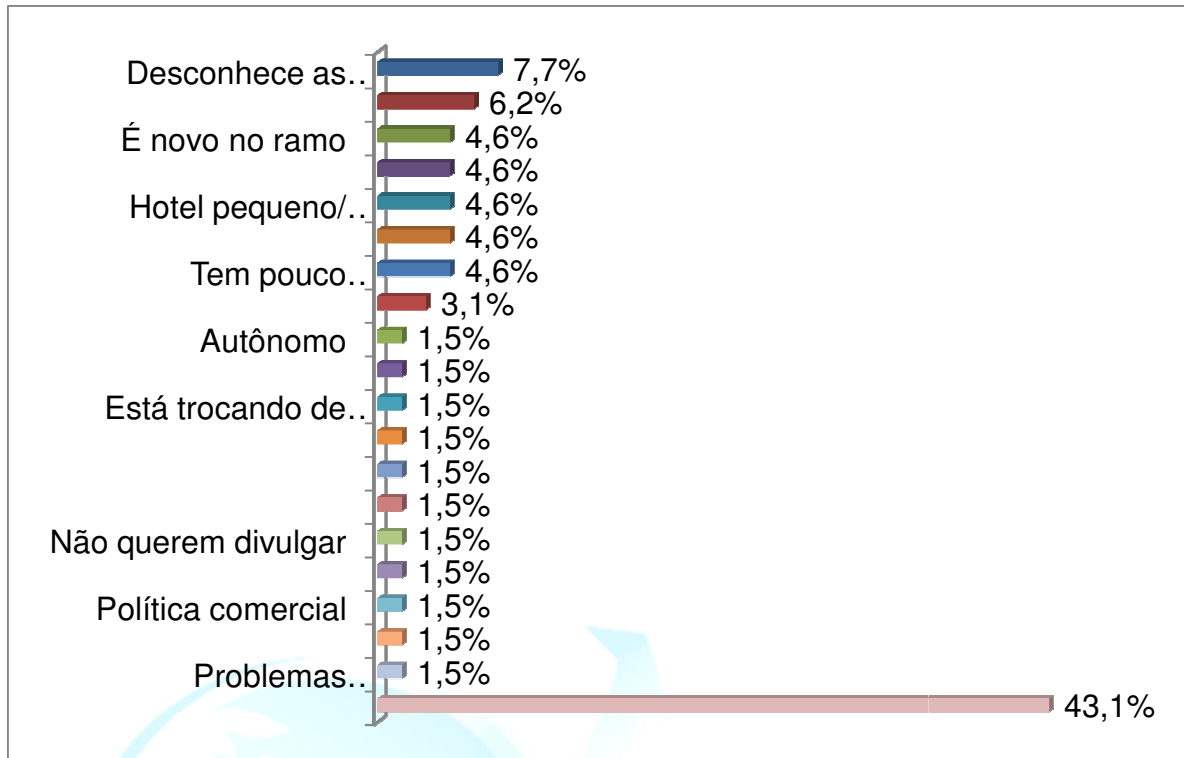


Gráfico 16 – Motivos pelos quais as empresas não são associadas às entidades representativas  
 Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 3.9. Funcionários

Considerando todos os colaboradores permanentes, familiares, empregados registrados em carteira e estagiários, 91,6% dos estabelecimentos hoteleiros desta região empregam até 10 pessoas.

Tabela 26 – Quantidade de funcionários nas empresas da Região Turística Montanhas Capixabas

Número de funcionários	Freq.	%
Nenhum	1	0,9%
De 01 a 05 funcionários	78	72,9%
De 06 a 10 funcionários	20	18,7%
De 11 a 20 funcionários	4	3,7%
Mais de 20 funcionários	4	3,7%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

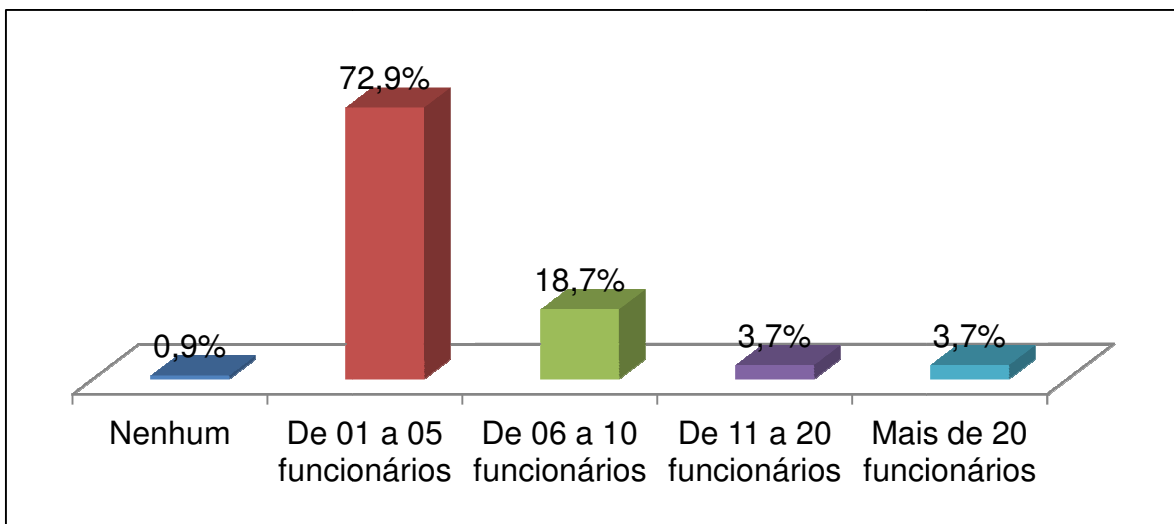


Gráfico 17 – Quantidade de funcionários das empresas na Região Turística Montanhas Capixabas  
 Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 27 – Quantidade de funcionários das empresas por município

Número de funcionários	MUNICÍPIOS								
	AFONS O CLÁUDIO	BREJE TUBA	CASTE LO	CONCE IÇÃO DE CASTE LO	DOMIN GOS MARTI NS	LARAN JA DA TERRA	MARE CHAL FLORI ANO	VARGE M ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRA NTE
Nenhum	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
De 01 a 05 funcionários	50,0%	100,0%	77,8%	100,0%	66,7%	100,0%	85,7%	80,0%	69,2%
De 06 a 10 funcionários	50,0%	0,0%	22,2%	0,0%	15,4%	0,0%	14,3%	0,0%	23,1%
De 11 a 20 funcionários	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Mais de 20 funcionários	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 4. ESTRUTURA E SERVIÇOS

### 4.1. Classificação dos estabelecimentos

A grande parte dos meios de hospedagem da região é classificada como Turístico/Médio Conforto/midclass (55,1%).

Tabela 28 – Classificação dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Classificação	Freq.	%
Turístico/Médio Conforto/midclass	59	55,1%
Simple	18	16,8%
Econômico	14	13,1%
Superior/Muito Confortável	13	12,1%
Luxo	3	2,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

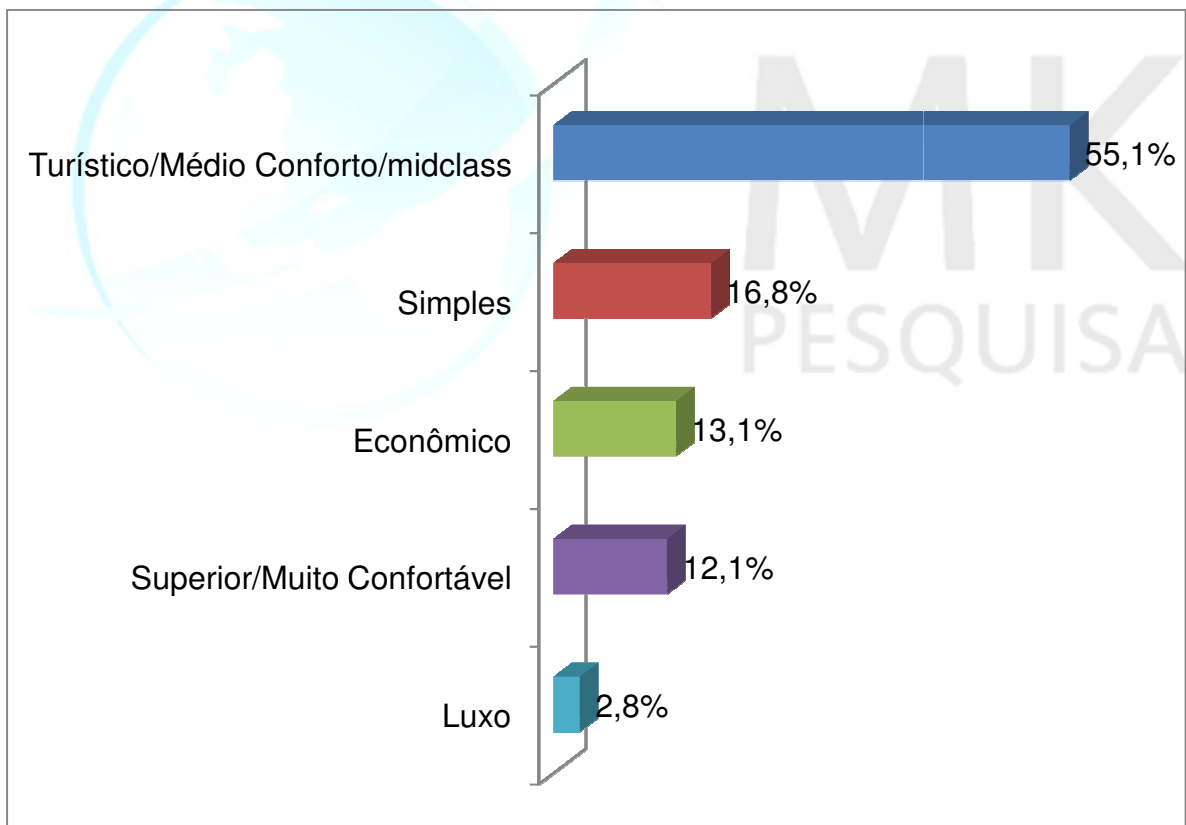


Gráfico 18 – Classificação dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas  
 Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 29 – Classificação dos estabelecimentos por município

Classificação	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%
Luxo	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	2	5,1 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	20,0 %	0	0,0 %
Superior/Muito Confortável	2	16,7 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	7	17,9 %	0	0,0 %	1	4,8 %	0	0,0 %	3	23,1 %
Turístico/Médio Conforto/midclass	6	50,0 %	0	0,0 %	8	88,9 %	0	0,0 %	24	61,5 %	1	50,0 %	13	61,9 %	0	0,0 %	7	53,8 %
Econômico	1	8,3 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	3	7,7 %	1	50,0 %	5	23,8 %	3	60,0 %	1	7,7 %
Simplex	3	25,0 %	4	100,0 %	1	11,1 %	2	100,0 %	3	7,7 %	0	0,0 %	2	9,5 %	1	20,0 %	2	15,4 %
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>100 %</b>	<b>4</b>	<b>100 %</b>	<b>9</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>	<b>21</b>	<b>100 %</b>	<b>5</b>	<b>100 %</b>	<b>13</b>	<b>100 %</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 4.2. Formas de pagamento

Todas as formas de pagamento são aceitas pelos estabelecimentos da região. Os pagamentos em cheque foram os menos citados, com 44,9%.

Tabela 30 – Formas de pagamento dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Formas de pagamento	Freq.	%
Dinheiro	107	100,0%
Cartão (Débito)	56	52,3%
Cartão (Crédito)	54	50,5%
Cheque	48	44,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

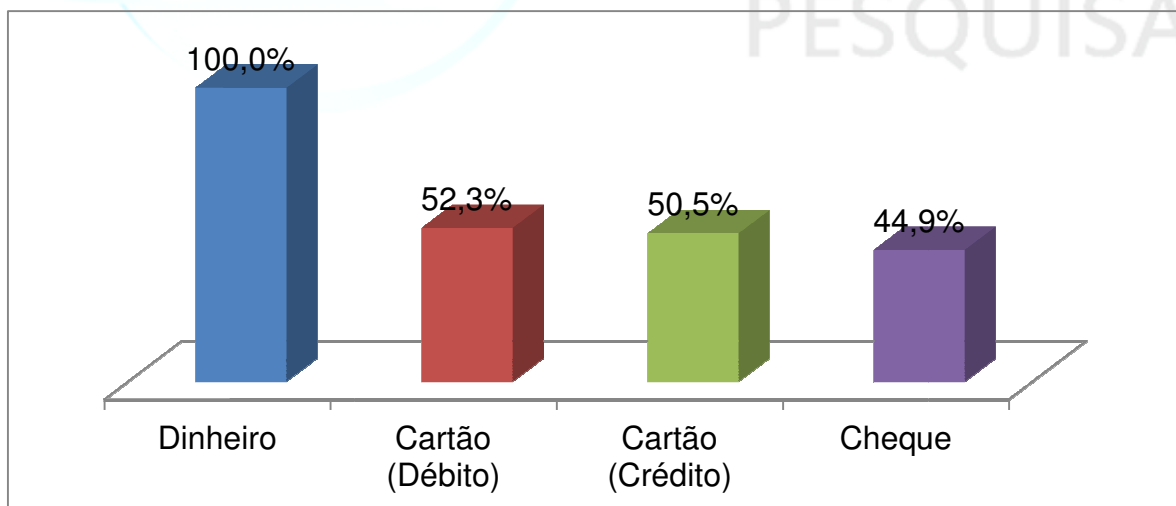


Gráfico 19 – Formas de pagamento dos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas  
Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 31 – Formas de pagamento dos estabelecimentos por município

Formas de pagamento	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Cartão (Crédito)	41,7%	0,0%	77,8%	0,0%	59,0%	100,0%	33,3%	40,0%	61,5%
Cartão (Débito)	41,7%	25,0%	77,8%	0,0%	59,0%	100,0%	38,1%	40,0%	61,5%
Dinheiro	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Cheque	50,0%	50,0%	22,2%	0,0%	53,8%	0,0%	57,1%	40,0%	23,1%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 4.3. Infraestrutura

#### 4.3.1. Auditório

Apenas 20,6% dos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas possuem auditório em sua estrutura física.

Tabela 32 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório

Auditório	Freq.	%
Sim	22	20,6%
Não	85	79,4%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

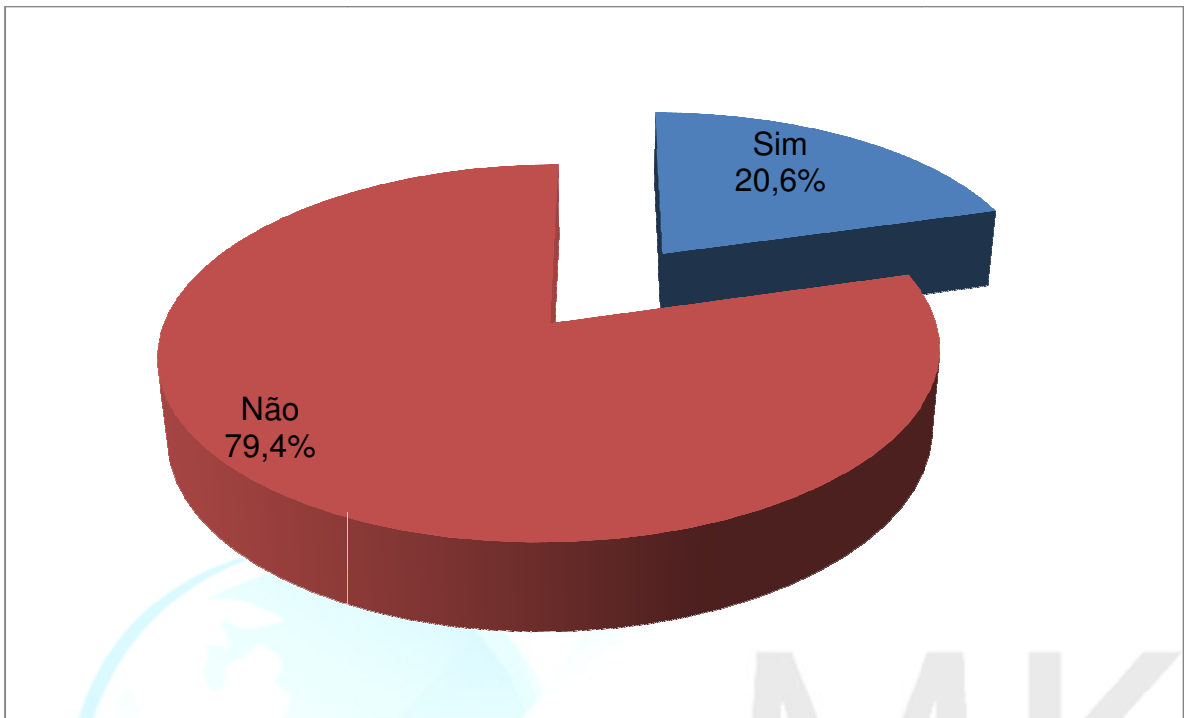


Gráfico 20 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 33 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem auditório, por município

Auditório	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	14,3%	40,0%	23,1%
Não	91,7%	100,0%	100,0%	100,0%	66,7%	100,0%	85,7%	60,0%	76,9%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 34 – Descrição dos auditórios

Descrição do auditório	Freq.	%
Capacidade para 70 pessoas, cadeiras móveis	2	9,1%
Capacidade para 250 pessoas, cadeiras móveis	2	9,1%
Capacidade para 60 pessoas, cadeiras móveis	2	9,1%
Capacidade para 100 pessoas, cadeiras móveis	1	4,5%
Capacidade para 200 pessoas, palco	1	4,5%
3 Salas de evento capacidade no maior 1000 pessoas e no menor 100 pessoas	1	4,5%
Capacidade para 320 pessoas, cadeiras móveis	1	4,5%
Capacidade para 80 pessoas, cadeiras móveis.	1	4,5%
Cadeiras acolchoada, mesas dobrável, data show, som, ar condicionado	1	4,5%
Cadeiras móveis, palco, banheiro, estrutura para festa	1	4,5%
Capacidade para 220 pessoas, cadeiras móveis.	1	4,5%
Capacidade para 300 pessoas, cadeiras móveis.	1	4,5%
Capacidade para 40 pessoas, cadeiras móveis	1	4,5%
Capacidade para 50 pessoas, cadeiras móveis	1	4,5%
Capacidade para 600 pessoas em 2 unidades, cadeiras móveis	1	4,5%
Cinema que se transforma em auditório, capacidade para 120 pessoas, cadeiras móveis	1	4,5%
Espaço amplo onde é realizado eventos	1	4,5%
Está construindo	1	4,5%
Não soube informar	1	4,5%
<b>Base</b>	<b>22</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

### 4.3.2. Sala de reuniões

Apenas 12,1% dos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas possuem salas de reuniões em sua estrutura física.

Tabela 35 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem sala de reunião

Sala de reuniões	Freq.	%
Sim	13	12,1%
Não	94	87,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

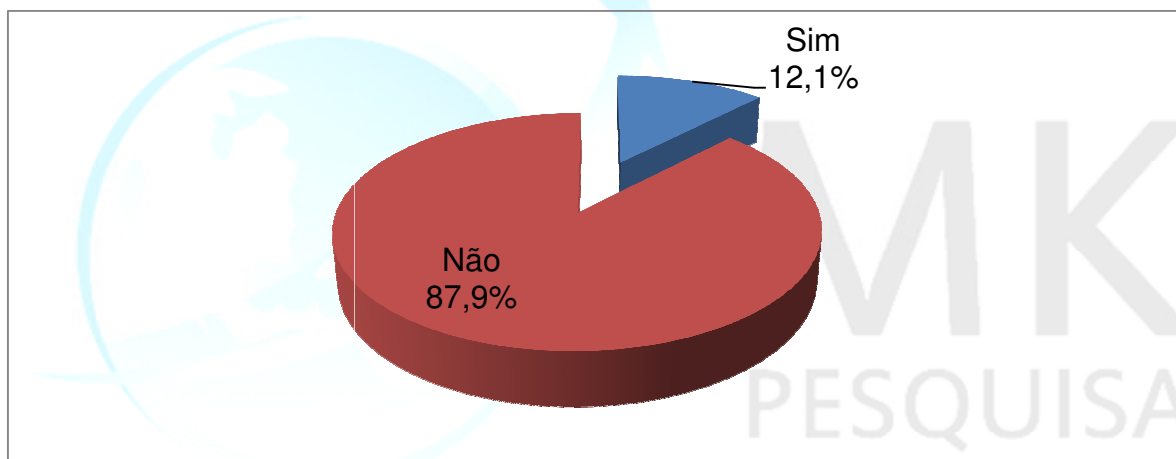


Gráfico 21 – Quantitativo de meio de hospedagem que possuem sala de reunião

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 36 – Quantitativo de meios de hospedagem que possuem sala de reunião, por município

Reunião	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MAREHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDANOVA DO IMIGRANTE
Sim	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	17,9%	0,0%	0,0%	80,0%	15,4%
Não	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	82,1%	100,0%	100,0%	20,0%	84,6%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 37 – Descrição das salas de reunião

Descrição da sala de reuniões	Freq.	%
1 sala ampla com cadeiras e mesas	2	15,4%
1 sala com 60 lugares	1	7,7%
Capacidade para 10 pessoas, cadeiras móveis	1	7,7%
Capacidade para 30 pessoas, cadeiras moveis	1	7,7%
Capacidade para 150 pessoas, cadeiras moveis	1	7,7%
Capacidade para 10 pessoas. Climatizada uma mesa, cadeira de encosto alto	1	7,7%
Estrutura montada, ar condicionado.	1	7,7%
O mesmo local do auditório	1	7,7%
Sala com mesas e cadeiras sofá e televisão	1	7,7%
2 salas com capacidade para 10 pessoas e 1 sala com capacidade para 80 pessoas, cadeiras móveis	1	7,7%
Está construindo	1	7,7%
Não soube informar	1	7,7%
<b>Base</b>	<b>13</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.3.3. Estacionamento

Dos 107 meios de hospedagem, 86,9% oferecem estacionamento a seus clientes.

Considerando todos os estabelecimentos com estacionamento e o número de vagas disponíveis para clientes em cada um deles, contabiliza-se um total de 4.686 vagas de estacionamento ofertadas.

Tabela 38 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento

Possui estacionamento?	Freq.	%
Sim	93	86,9%
Não	14	13,1%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 39 – Média de vagas nos estacionamentos dos meios de hospedagem

Vagas	Média	Soma
	50,3871	4686

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

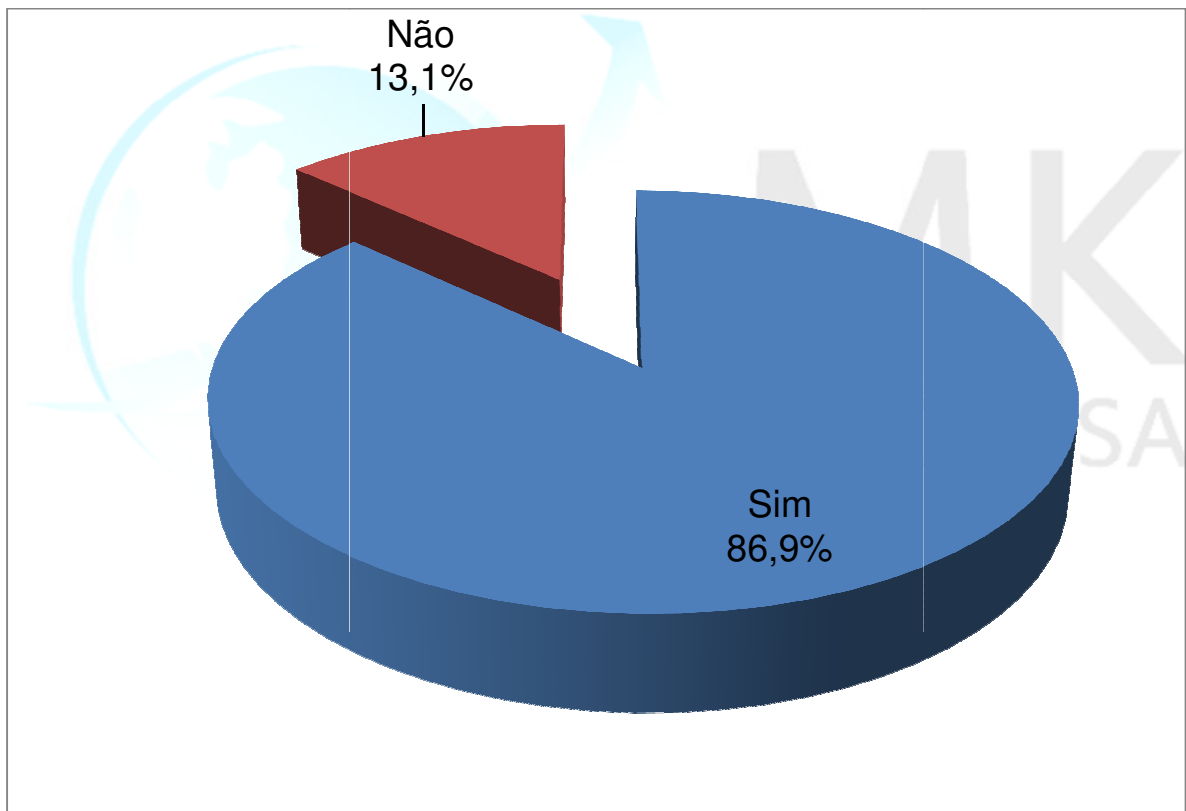


Gráfico 22 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento  
 Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 40 – Quantitativo de quantos meios de hospedagem possui estacionamento, por município

Possui estacionamento?	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	66,7%	25,0%	88,9%	50,0%	94,9%	100,0%	90,5%	100,0%	92,3%
Não	33,3%	75,0%	11,1%	50,0%	5,1%	0,0%	9,5%	0,0%	7,7%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 41 – Quantidade de vagas de estacionamento ofertadas pelos meios de hospedagem, por município

Vagas	MUNICÍPIOS																	
	AFONSO CLÁUDIO		BREJETUBA		CASTELO		CONCEIÇÃO DE CASTELO		DOMINGOS MARTINS		LARANJA DA TERRA		MARECHAL FLORIANO		VARGEM ALTA		VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma	Média	Soma
	28	227	150	150	18	141	10	10	72	2678	13	25	40	767	28	142	46	546

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.3.4. Área de lazer

Dos tipos de lazer oferecidos, a piscina (53,3%) é o mais presente, seguido pelo salão de jogos (41,1%). Entretanto, grande parte dos estabelecimentos (44,9%) não dispõe de nenhuma área de lazer para seus clientes.

Tabela 42 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos

Área de lazer	Freq.	%
Piscina	57	53,3%
Salão de Jogos	44	41,1%
Centro de bem estar/SPA	12	11,2%
Sala de Ginástica	8	7,5%
Quadra Poliesportiva	5	4,7%
Não possui nenhum item de lazer	48	44,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

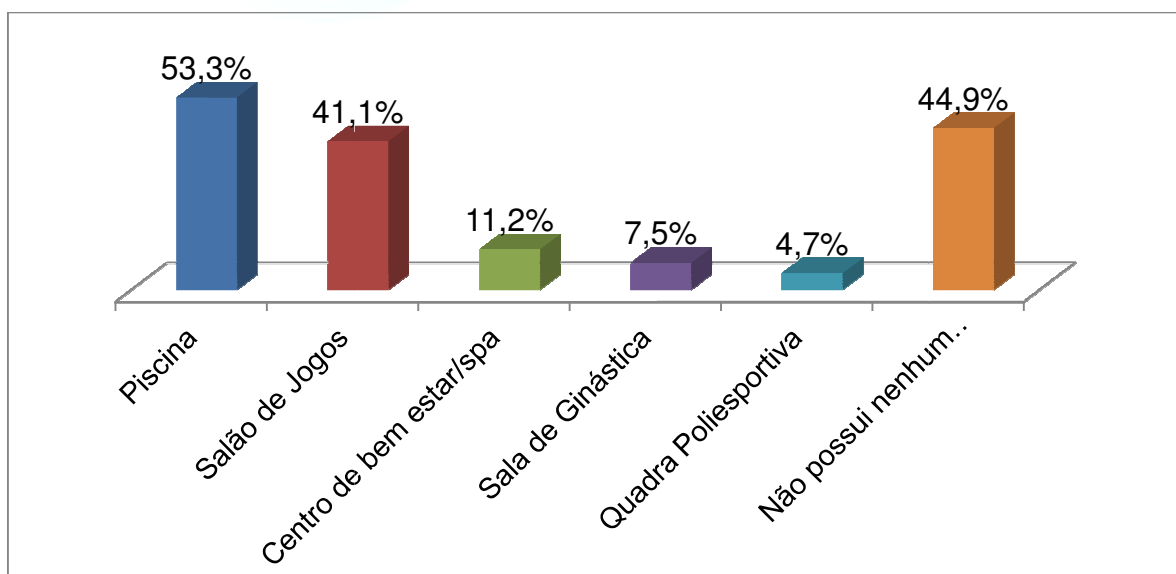


Gráfico 23 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 43 – Tipos de áreas de lazer ofertadas pelos estabelecimentos, por município

Área de lazer	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJEU TUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDELA NOVA DO IMIGRANTE
Piscina	50,0%	25,0%	33,3%	0,0%	64,1%	0,0%	71,4%	40,0%	38,5%
Sala de Ginástica	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,8%	0,0%	9,5%	0,0%	7,7%
Salão de Jogos	41,7%	0,0%	11,1%	0,0%	48,7%	0,0%	66,7%	40,0%	23,1%
Centro de bem estar/SPA	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%	0,0%	23,8%	0,0%	0,0%
Quadra Poliesportiva	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	4,8%	20,0%	7,7%
Não possui nenhum item de lazer	50,0%	75,0%	66,7%	100,0%	35,9%	100,0%	23,8%	60,0%	53,8%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.3.5. Acesso à Internet

Apenas 13,1% dos meios de hospedagem não oferecem nenhum tipo de acesso à internet para seus hóspedes, em contrapartida, 86% oferecem WiFi gratuito.

Tabela 44 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem

Acesso à internet	Freq.	%
WiFi Gratuito	92	86,0%
WiFi Pago	1	0,9%
Não fornece	14	13,1%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

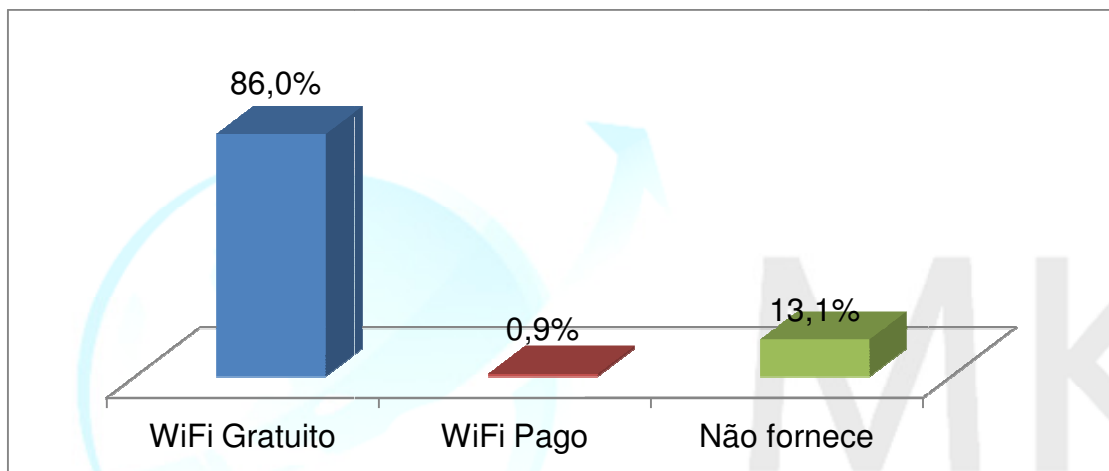


Gráfico 24 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 45 – Formas de conexão à internet oferecida pelos meios de hospedagem, por município

Acesso à internet	MUNICÍPIOS								
	AFONS O CLÁUDIO	BREJE TUBA	CASTE LO	CONCEI ÇÃO DE CASTE LO	DOMIN GOS MARTIN S	LARAN JA DA TERRA	MAREC HAL FLORIA NO	VARGE M ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
WiFi Pago	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
WiFi Gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	87,2%	100,0%	52,4%	100,0%	100,0%
Não fornece	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	47,6%	0,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.4. Serviços de Alimentação

A grande maioria dos estabelecimentos da região oferece apenas café da manhã a seus hóspedes. Apenas 1,9% oferecem pensão completa. 27,1% possuem restaurante em sua estrutura física, 19,6% possuem lanchonete. 16,8% não oferecem nenhum tipo de alimentação a seus hóspedes.

Tabela 46 – Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Serviços de alimentação	Freq.	%
Café da Manhã	89	83,2%
Almoço	12	11,2%
Jantar	13	12,1%
Serviço de quarto	9	8,4%
Restaurante	29	27,1%
Lanchonete	21	19,6%
Pensão completa	2	1,9%
Não oferece alimentação	18	16,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla.

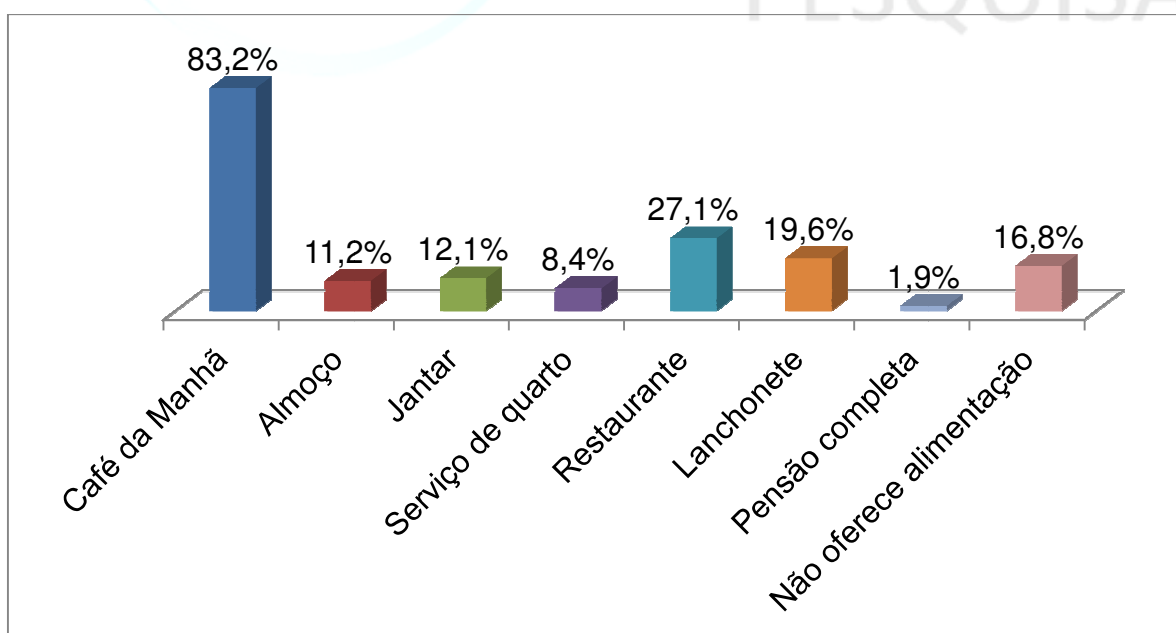


Gráfico 25 – Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 47– Serviços de alimentação oferecidos pelos estabelecimentos, por município

Serviços de alimentação	MUNICÍPIOS								
	AFONS O CLÁUDIO	BREJE TUBA	CASTE LO	CONCE IÇÃO DE CASTE LO	DOMIN GOS MARTI NS	LARAN JA DA TERRA	MARE CHAL FLORI ANO	VARGE M ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRA NTE
Café da Manhã	91,7%	100,0%	88,9%	100,0%	82,1%	100,0%	61,9%	100,0%	92,3%
Almoço	25,0%	50,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	14,3%	20,0%	0,0%
Jantar	33,3%	50,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	14,3%	20,0%	0,0%
Serviço de quarto	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%
Restaurante	16,7%	25,0%	22,2%	0,0%	33,3%	0,0%	28,6%	0,0%	38,5%
Lanchonete	16,7%	25,0%	11,1%	0,0%	12,8%	50,0%	23,8%	20,0%	38,5%
Pensão completa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Não oferece alimentação	8,3%	0,0%	11,1%	0,0%	18,0%	0,0%	38,1%	0,0%	7,7%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.5. Translado

Translado ao Aeroporto de Vitória, seja em carro próprio ou em parceria com receptivo, é oferecido por apenas 3,7% dos estabelecimentos hoteleiros da região.

Tabela 48 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas

Traslado	Freq.	%
Sim	4	3,7%
Não	103	96,3%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

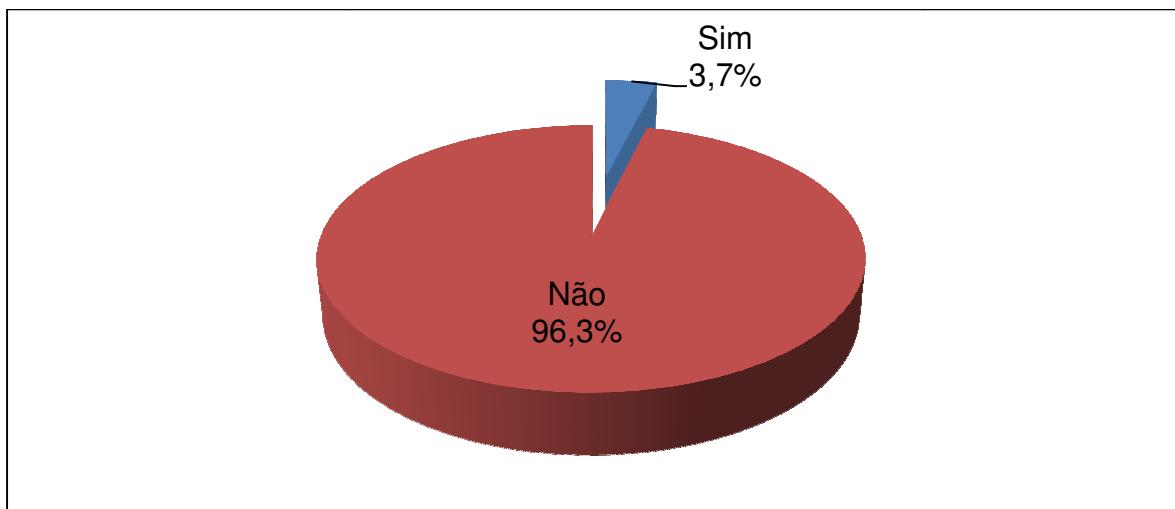


Gráfico 26 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 49 – Translado oferecido pelos estabelecimentos hoteleiros, por município

Traslado	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	8,3%	0,0%	11,1%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Nã	91,7%	100,0%	88,9%	100,0%	94,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.6. Atendimento em língua estrangeira

Atendimento em língua estrangeira é ofertado por 16,7% dos estabelecimentos. O atendimento na língua inglesa é o mais frequente, se comparado com as demais línguas.

Tabela 50 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira da Região Turística Montanhas Capixabas

Atendimento em língua estrangeira	Freq.	%
Inglês	16	15,0%
Alemão	4	3,7%
Espanhol	4	3,7%
Italiano	3	2,8%
Francês	2	1,9%
Outro	1	0,9%
Não oferece atendimento em língua estrangeira	85	79,4%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

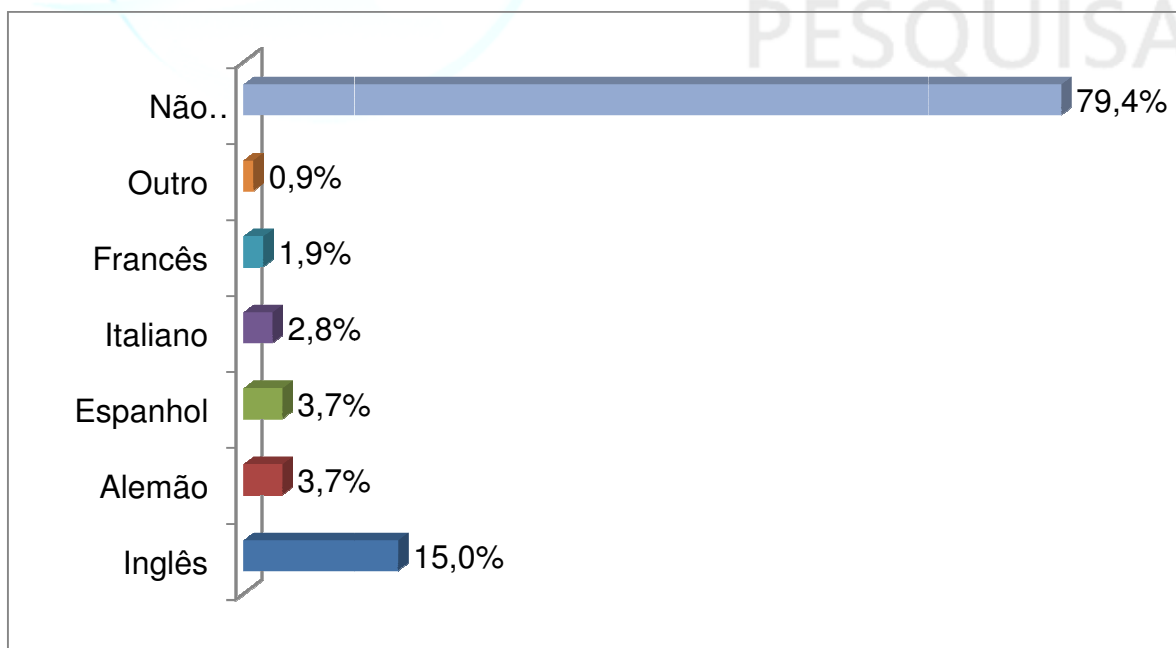


Gráfico 27 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 51 – Estabelecimentos com atendimento em língua estrangeira por município

Atendimento em língua estrangeira	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJEU TUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDELA NOVA DO IMIGRANTE
Alemão	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Espanhol	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Francês	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Inglês	8,3%	0,0%	11,1%	0,0%	25,6%	0,0%	14,3%	0,0%	7,7%
Italiano	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%
Não oferece atendimento em língua estrangeira	91,7%	100,0%	77,8%	100,0%	66,7%	100,0%	81,0%	100,0%	84,6%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 4.7. Segmento turístico

Os meios de hospedagem auditados no censo hoteleiro, em sua maioria, não atuam em nenhum segmento turístico específico, ou seja, não são especialistas em nenhum segmento.

Tabela 52 – Especialização em algum segmento turístico na Região Turística Montanhas Capixabas

Segmento turístico específico	Freq.	%
Turismo Rural	11	10,3%
Ecoturismo	5	4,7%
Turismo de Pesca	3	2,8%
Turismo de Aventura	2	1,9%
Turismo de Negócios e Eventos	1	0,9%
O meio de hospedagem não é especialista em nenhum dos segmentos turísticos citados	85	79,4%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

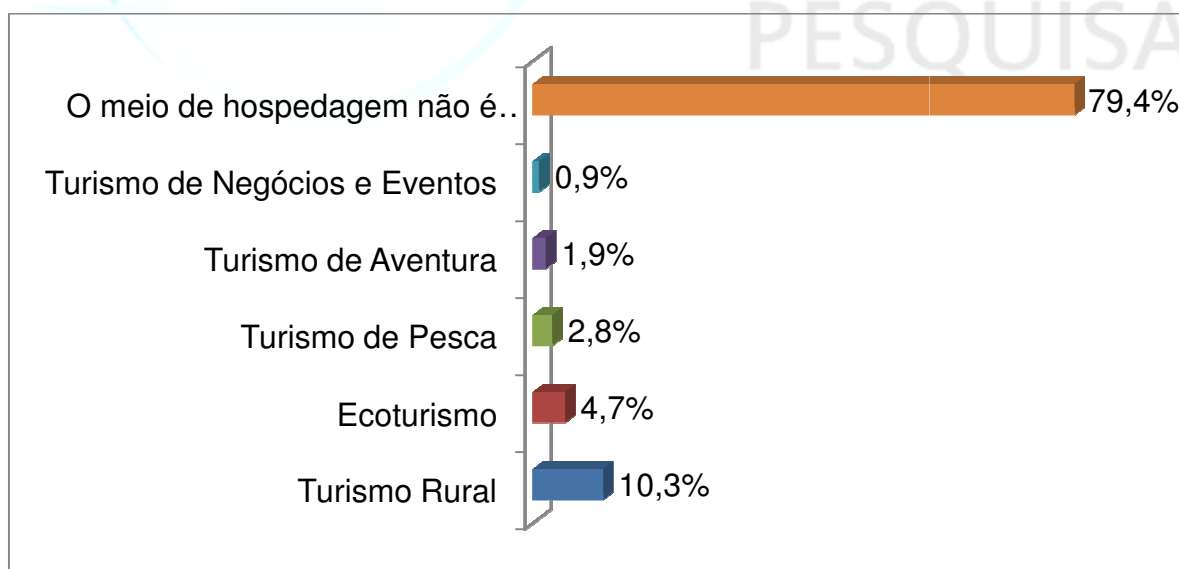


Gráfico 28 – Especialização em algum segmento turístico na Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 53 – Especialização em algum segmento turístico por município

Segmento turístico específico	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Ecoturismo	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Turismo de Aventura	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Turismo de Negócios e Eventos	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Turismo de Pesca	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	4,8%	20,0%	0,0%
Turismo Rural	8,3%	25,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	23,8%	0,0%	7,7%
O meio de hospedagem não é especialista em nenhum dos segmentos turísticos citados	75,0%	75,0%	100,0%	100,0%	76,9%	100,0%	66,7%	80,0%	92,3%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 5. CANAIS DE COMUNICAÇÃO E VENDAS

### 5.1. Canal de vendas

A venda direta (telefone, e-mail, site próprio e in loco) é o principal canal utilizado pelos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas.

Tabela 54 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem

Canal de vendas	Freq.	%
Venda direta (ex.: telefone, e-mail, site próprio, in loco)	104	97,2%
Venda corporativa (venda para empresas)	1	0,9%
Venda por meio de site especializado (ex.: Booking.com, hotel.com, Hotel Urbano)	1	0,9%
Outro	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

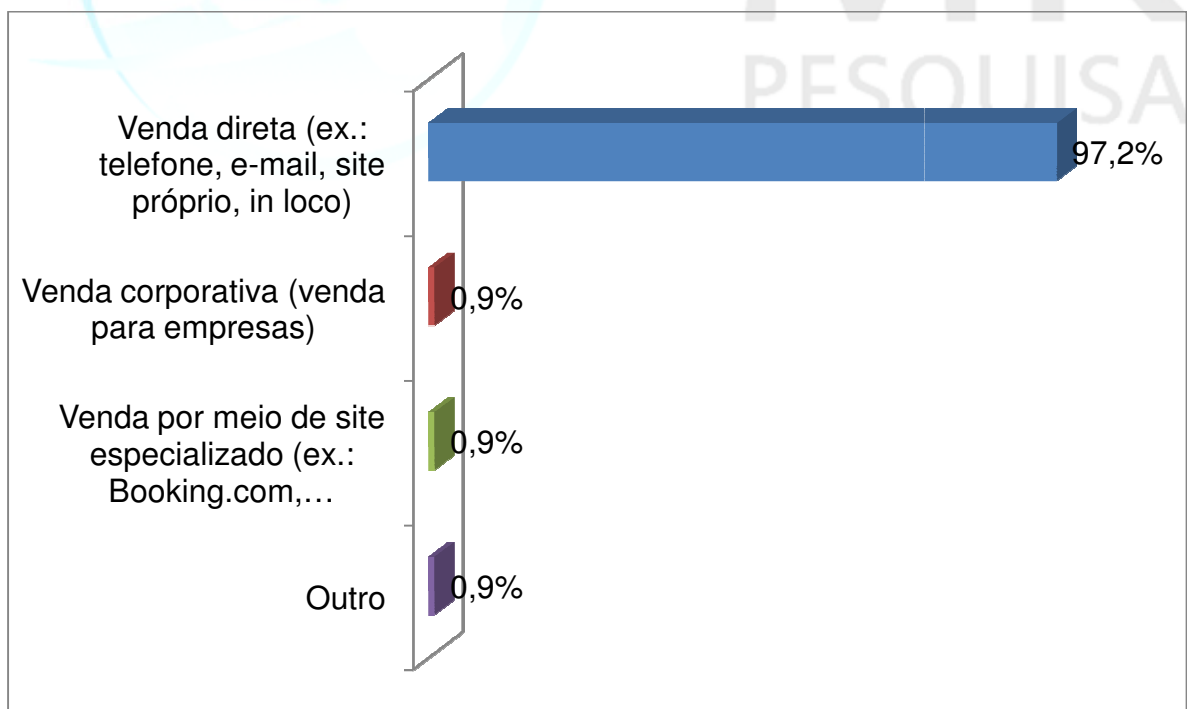


Gráfico 29 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem  
Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 55 – Canal de vendas utilizado pelos meios de hospedagem, por município

Canal de vendas	MUNICÍPIOS								
	AFO NSO CLÁ UDI O	BREJ ETUB A	CAS TEL O	CONC EIÇÃO DE CAST ELO	DOMI NGOS MART INS	LAR ANJ A DA TER RA	MARE CHAL FLORI ANO	VAR GEM ALT A	VEND A NOVA DO IMIGR ANTE
Venda direta (ex.: telefone, e-mail, site próprio, in loco)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	97,4%	100,0%	95,2%	80,0%	100,0%
Venda corporativa (venda para empresas)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Venda por meio de site especializado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro:	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 5.2. Site

### 5.2.1. Site próprio

Dos estabelecimentos pesquisados, 58,9% possuem site próprio.

Tabela 56 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio

Site Próprio	Freq.	%
Sim	63	58,9%
Não	44	41,1%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

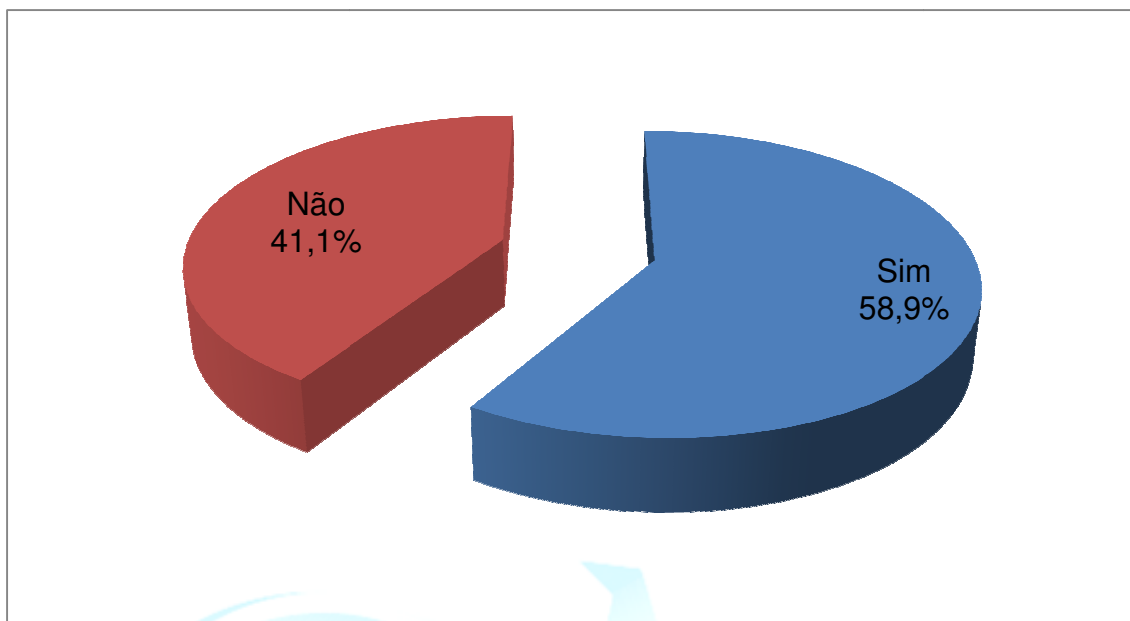


Gráfico 30 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 57 – Quantitativo de estabelecimentos que possuem site próprio, por município

Site Próprio	MUNICÍPIOS									
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE	
Sim	50,0%	0,0%	44,4%	0,0%	87,2%	0,0%	52,4%	20,0%	53,8%	
Não	50,0%	100,0%	55,6%	100,0%	12,8%	100,0%	47,6%	80,0%	46,2%	
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 5.2.2. Site especializado

Do total de meios de hospedagem, 79,2% não vendem por meio de sites especializados.

Dentre os que utilizam este canal de vendas, os sites mais citados foram: Booking (13,2%) e Hotel Urbano (6,6%).

Tabela 58 – Sites especializados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas

Site especializado	Freq.	%
Booking	14	13,2%
Hotel Urbano	7	6,6%
Decolar	4	3,8%
Mundi	2	1,9%
Hotel.com	2	1,9%
Expedia	2	1,9%
Férias Brasil	1	0,6%
Olx	1	0,6%
Não utiliza	84	79,2%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

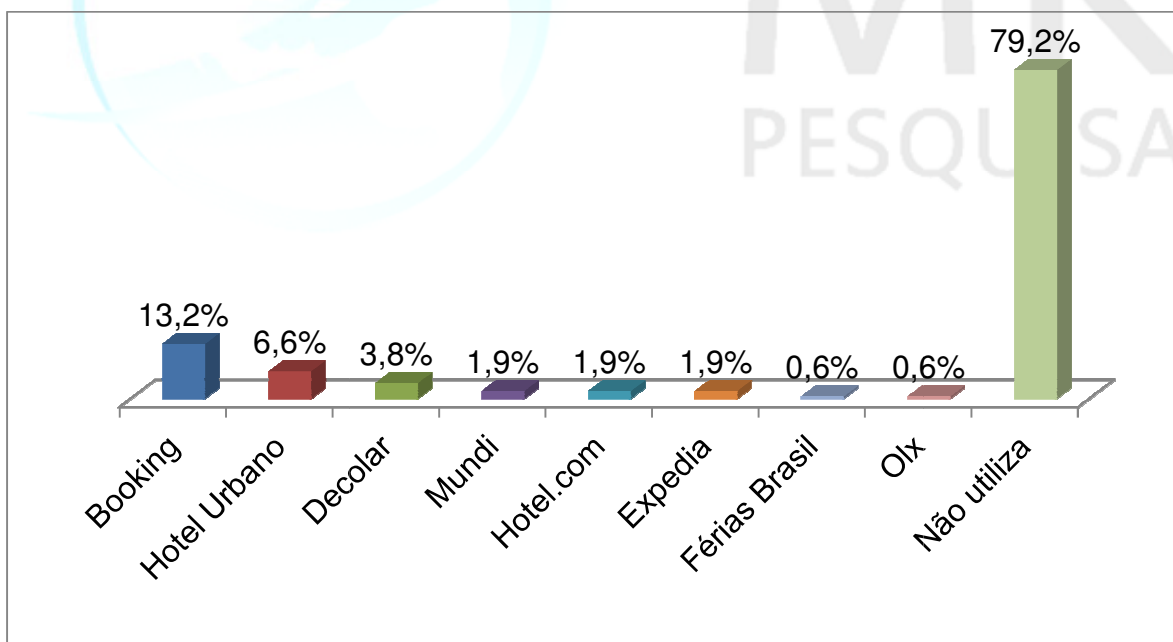


Gráfico 31 – Sites citados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 59 – Sites citados que os hoteleiros utilizam como canal de vendas, por município

Site especializado	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Decolar	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Mundi	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Booking	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	28,2%	0,0%	5,0%	20,0%	7,7%
Hotel Urbano	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	12,8%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%
Hotel.com	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Expedia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Férias Brasil	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Olx	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%	0,0%
Não utiliza	83,3%	100,0%	100,0%	100,0%	64,1%	100,0%	85,0%	60,0%	92,3%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 5.3. Rede Social

O Facebook é a rede social mais utilizada para divulgação do estabelecimento, citado por 72,9% dos entrevistados, seguido pelo Instagram, com 25,2% das citações. 26,2% não utilizam redes sociais para esta finalidade.

Tabela 60 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento

Rede Social	Freq.	%
Facebook	78	72,9%
Instagram	27	25,2%
Twitter	4	3,7%
Youtube	2	1,9%
Outro	1	0,9%
Não utiliza	28	26,2%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

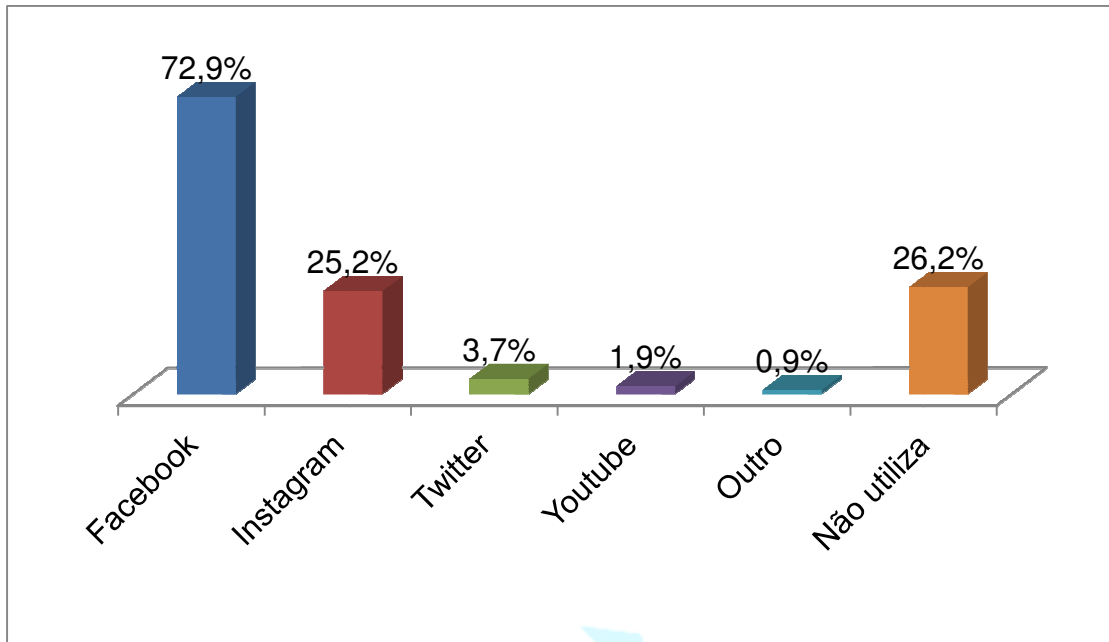


Gráfico 32 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 61 – Redes sociais utilizadas para divulgação do estabelecimento, por município

Rede Social	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Facebook	66,7%	50,0%	22,2%	0,0%	92,3%	100,0%	76,2%	60,0%	69,2%
Twitter	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Instagram	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	38,5%	0,0%	14,3%	20,0%	30,8%
Flickr	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Youtube	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Não utiliza	33,3%	50,0%	77,8%	100,0%	10,3%	0,0%	23,8%	20,0%	30,8%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

#### 5.4. Operadoras de turismo/ agências de viagem

Os estabelecimentos hoteleiros da Região Turística Montanhas Capixabas, em sua maioria (92,5%), não possuem parceria com operadoras de turismo ou agências de viagem.

Tabela 62 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem

Operadoras de turismo e/ou agências de viagem	Freq.	%
Sim	8	7,5%
Não	99	92,5%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.



Gráfico 33 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 63 – Estabelecimentos que possuem parceria com operadoras de turismo e/ou agências de viagem, por município

Operadoras de turismo e/ou agências de viagem	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	9,5%	0,0%	15,4%
Não	91,7%	100,0%	100,0%	100,0%	92,3%	100,0%	90,5%	100,0%	84,6%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 64 – Operadora de turismo e/ou agências de viagens parceira dos estabelecimentos

Indique a operadora e/ou agência parceira:	Freq.	%
Canaltur	2	25,0%
CVC	1	12,5%
Flytur	1	12,5%
Decolando	1	12,5%
Stabia	1	12,5%
Maralins	1	12,5%
Maringá turismo	1	12,5%
Não soube informar	1	12,5%
Todas possíveis	1	12,5%
<b>Base</b>	<b>8</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

## 5.5. Meios de comunicação

Um percentual expressivo dos meios de hospedagem da região, 30,8%, não utiliza nenhum meio para divulgação de seus produtos e/ ou serviços. Dentre os que usam, as folheterias foram as mais citadas: folheteria própria, com 47,7%, seguido pela folheteria da prefeitura, com 35,5% e pela folheteria de associações, com 26,2%.

Tabela 65 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem

Meios de divulgação	Freq.	%
Folheteria Própria	51	47,7%
Folheteria de Prefeitura	38	35,5%
Folheteria de Associação (ões)	28	26,2%
Outdoor	11	10,3%
Revista	9	8,4%
Rádio	6	5,6%
Jornal	5	4,7%
E-mail marketing	4	3,7%
Guia de serviços do Estado	3	2,8%
Televisão	2	1,9%
Banner em site de terceiros	2	1,9%
Outro	3	2,8%
Nenhum	33	30,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

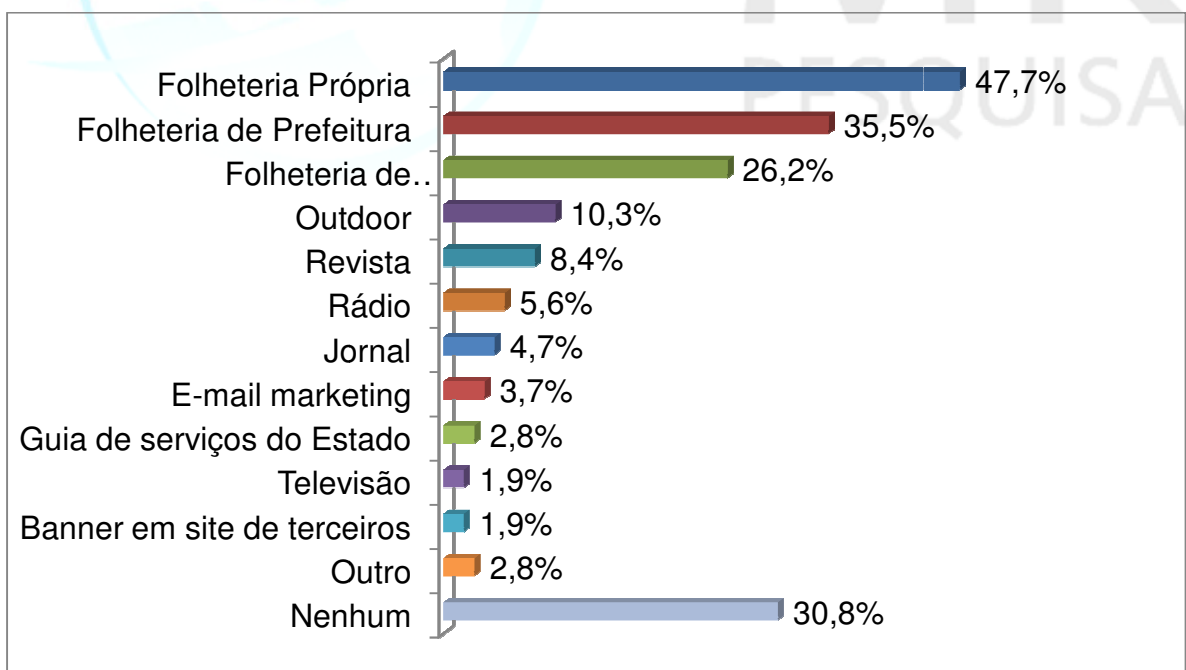


Gráfico 34 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 66 – Tipos de meios de divulgação utilizados pelos meios de hospedagem, por município

Meios de divulgação	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJE TUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARZEMA ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Outdoor	16,7%	50,0%	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	4,8%	20,0%	7,7%
Folheteria Própria	41,7%	0,0%	22,2%	0,0%	64,1%	0,0%	47,6%	60,0%	46,2%
Folheteria de Associação (ões)	41,7%	0,0%	11,1%	0,0%	33,3%	0,0%	19,0%	20,0%	30,8%
Folheteria de Prefeitura	0,0%	0,0%	88,9%	0,0%	46,2%	0,0%	4,8%	20,0%	76,9%
Guia de serviços do Estado	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Jornal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%
Revista	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	0,0%	20,0%	23,1%
Rádio	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	15,4%
Televisão	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Banner em site de terceiros	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
E-mail marketing	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%	0,0%
Nenhum	41,7%	50,0%	22,2%	100,0%	25,6%	50,0%	42,9%	0,0%	15,4%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	9,5%	0,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 5.6. Feiras e eventos

As feiras e eventos do setor, aparentemente, não contam com uma participação efetiva dos representantes dos meios de hospedagem da região, visto que apenas 29% declararam participar dos mesmos.

Tabela 67 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor

Feiras e Eventos	Freq.	%
Sim	31	29,0%
Não	76	71,0%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

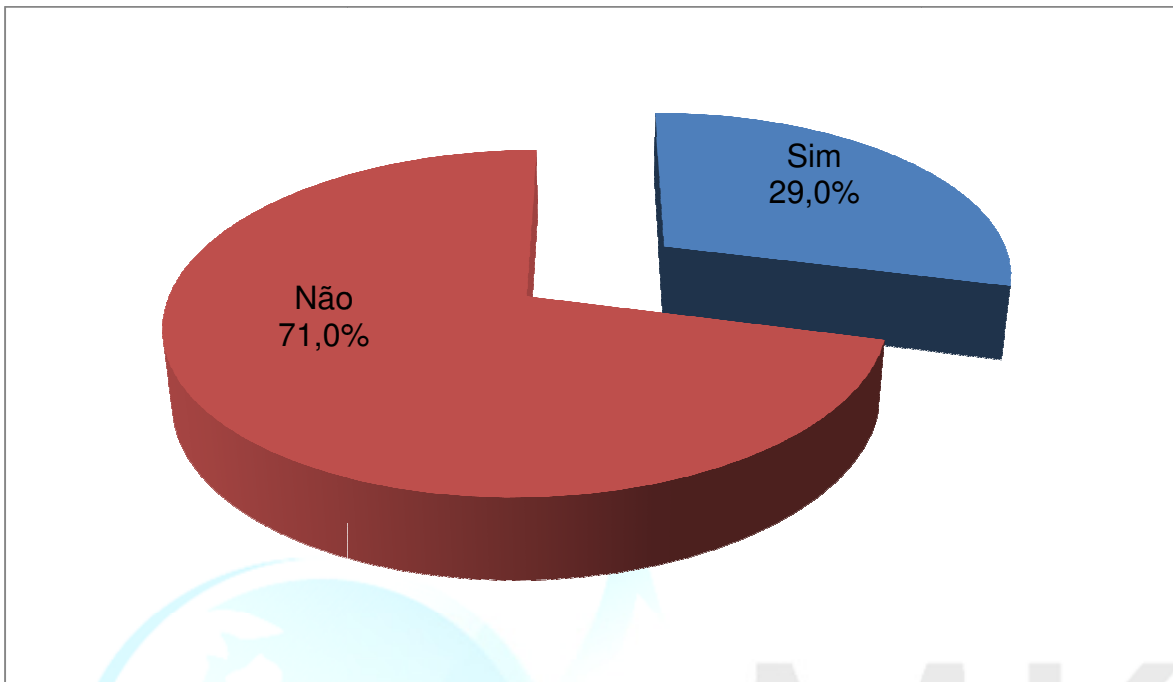


Gráfico 35 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 68 – Meios de hospedagem que participam de feiras e eventos do setor, por município

Feiras e Eventos	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	66,7%	0,0%	22,2%	0,0%	41,0%	0,0%	9,5%	20,0%	15,4%
Não	33,3%	100,0%	77,8%	100,0%	59,0%	100,0%	90,5%	80,0%	84,6%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 5.7. Política de Promoções

As principais políticas de promoções utilizadas são: “pacotes especiais para grupos” (67,3%), “pacotes promocionais em baixa temporada” (47,7%) e “pacotes especiais para feriados” (42,1%). 21,5% não fazem nenhum tipo de oferta promocional para clientes.

Tabela 69 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas

<b>Política de Promoções</b>	<b>Freq.</b>	<b>%</b>
Oferta de pacotes especiais para grupos	72	67,3%
Oferta de pacotes promocionais em baixa temporada	51	47,7%
Oferta de pacotes especiais para feriados	45	42,1%
Oferta em sites de compras coletivas	3	2,8%
Durante a semana para quem está a trabalho há descontos.	2	1,9%
Quanto mais dias no hotel tem desconto	2	1,9%
Pacotes especiais diversos	1	0,9%
Nenhuma	23	21,5%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota¹: Dados trabalhados pelo autor.

Nota²: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

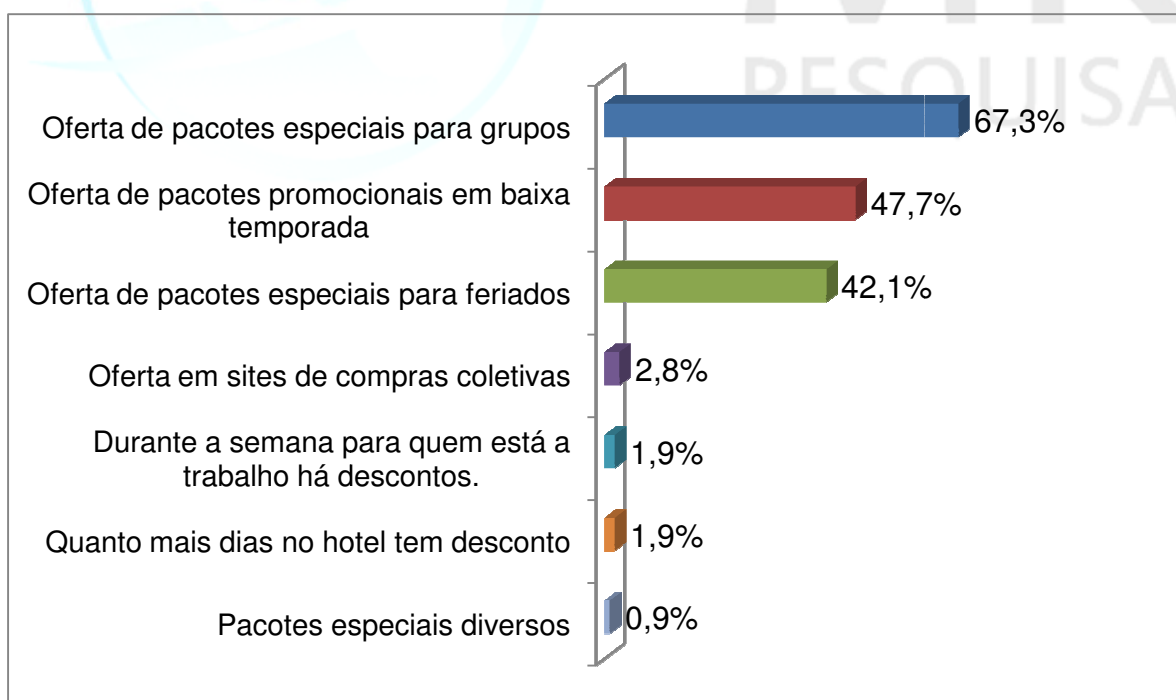


Gráfico 36 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 70 – Política de promoções utilizada pelos meios de hospedagem, por município

Quais tipos de política de promoções utilizam?	MUNICÍPIOS								
	AFO NSO CLÁ UDIO	BREJE TUBA	CAS TEL O	CON C EIÇÃO DE CAST ELO	DOMI NGOS MART INS	LAR ANJ A DA TER RA	MARE CHAL FLORI ANO	VAR GEM ALT A	VEN D A NOVA DO IMIGR ANTE
Oferta de pacotes promocionais em baixa temporada	16,7 %	0,0%	33,3 %	50,0%	79,5%	0,0%	28,6%	20,0 %	53,8%
Oferta de pacotes especiais para feriados	8,3%	0,0%	33,3 %	50,0%	59,0%	0,0%	38,1%	20,0 %	61,5%
Oferta em sites de compras coletivas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Oferta de pacotes especiais para grupos	50,0 %	0,0%	66,7 %	50,0%	82,1%	0,0%	71,4%	40,0 %	76,9%
Nenhuma	33,3 %	100,0 %	22,2 %	50,0%	7,7%	100,0 %	14,3%	40,0 %	15,4%
Outro:	16,7 %	0,0%	11,1 %	0,0%	15,4%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 5.8. Movimento

Foi pedido aos entrevistados que citassem qual o movimento de clientes no estabelecimento em cada um dos meses do ano.

Tabela 71 – Movimentos de clientes nos meios de hospedagem em cada mês do ano

Movimento	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Baixa Estação	23,4 %	20,6 %	15,0 %	13,1 %	6,5%	3,7%	3,7%	5,6%	5,6%	8,4%	19,6 %	15,9 %
Média Estação	50,5 %	54,2 %	72,0 %	72,9 %	52,3 %	41,1 %	35,5 %	44,9 %	72,0 %	74,8 %	64,5 %	57,0 %
Alta Estação	25,2 %	24,3 %	12,1 %	13,1 %	40,2 %	54,2 %	59,8 %	48,6 %	21,5 %	15,9 %	15,0 %	26,2 %
Não respondeu	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Com objetivo de melhorar a leitura dos dados apresentados, foi atribuído um escore para cada uma das “estações”, da seguinte forma: 1 para baixa estação, 2 para média estação e 3 para alta estação. A partir daí, foi calculada a média ponderada das citações pelos escores e obtido o grau de movimento para cada um dos meses.

Sendo assim, quanto mais próximo de 3 for o grau significa que o mês obteve um maior número de citações do tipo “alta estação” e quanto mais próximo de 1 for o grau, mais citações do tipo “baixa estação”.

De acordo com esta metodologia, pode-se dizer que maio, junho, julho e agosto são os meses de maior movimento nos estabelecimento hoteleiros da região.

Tabela 72 – Grau de movimentos de clientes nos meios de hospedagem durante o ano

Movimento	Meses											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Grau de movimento	2,02	2,04	1,97	2,00	2,34	2,51	2,57	2,43	2,16	2,08	1,95	2,10
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>	<b>107</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

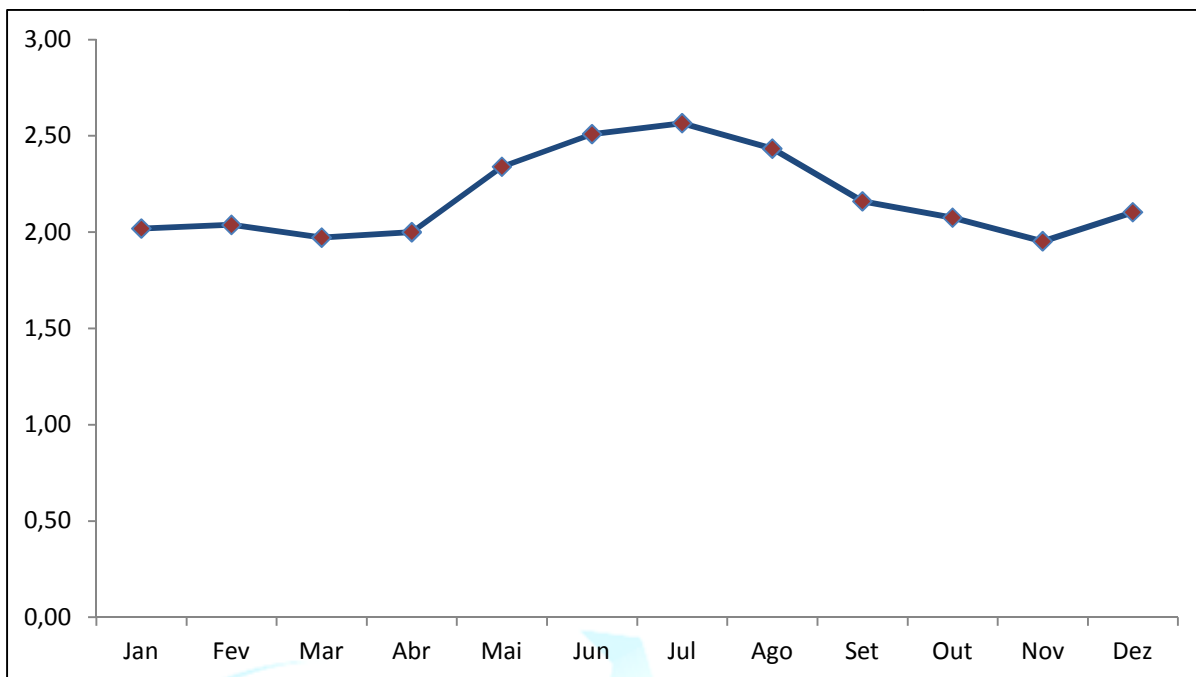


Gráfico 37 – Grau de movimentos de clientes nos meios de hospedagem durante o ano

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 6. INDICADORES DO SETOR

### 6.1. Sistema de controle de hóspede

Na maioria dos meios de hospedagem, 74,8%, o sistema de controle de hóspedes é feito manualmente.

Tabela 73 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Sistema de controle de hóspedes	Freq.	%
Manual	80	74,8%
Informatizado	27	25,2%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

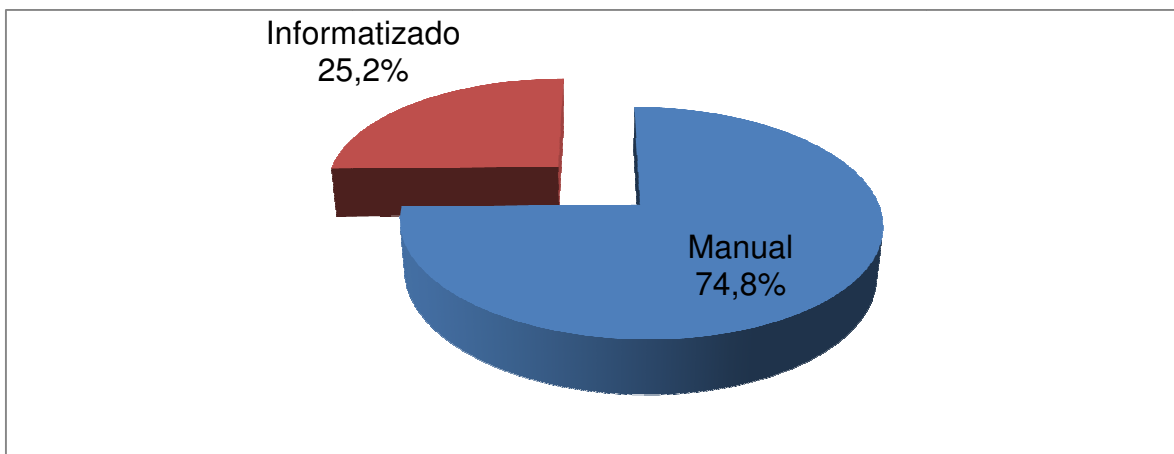


Gráfico 38 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 74 – Sistema de controle de hóspedes nos estabelecimentos, por município

Sistema de controle de hóspedes	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MAREHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDANOVA DO IMIGRANTE
Manual	91,7%	75,0%	77,8%	100,0%	69,2%	100,0%	76,2%	80,0%	61,5%
Informatizado	8,3%	25,0%	22,2%	0,0%	30,8%	0,0%	23,8%	20,0%	38,5%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O perfil dos hóspedes é cadastrado em apenas 40,2% dos estabelecimentos hoteleiros da região.

Tabela 75 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas

Cadastro do perfil dos hóspedes	Freq.	%
Sim	43	40,2%
Não	64	59,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

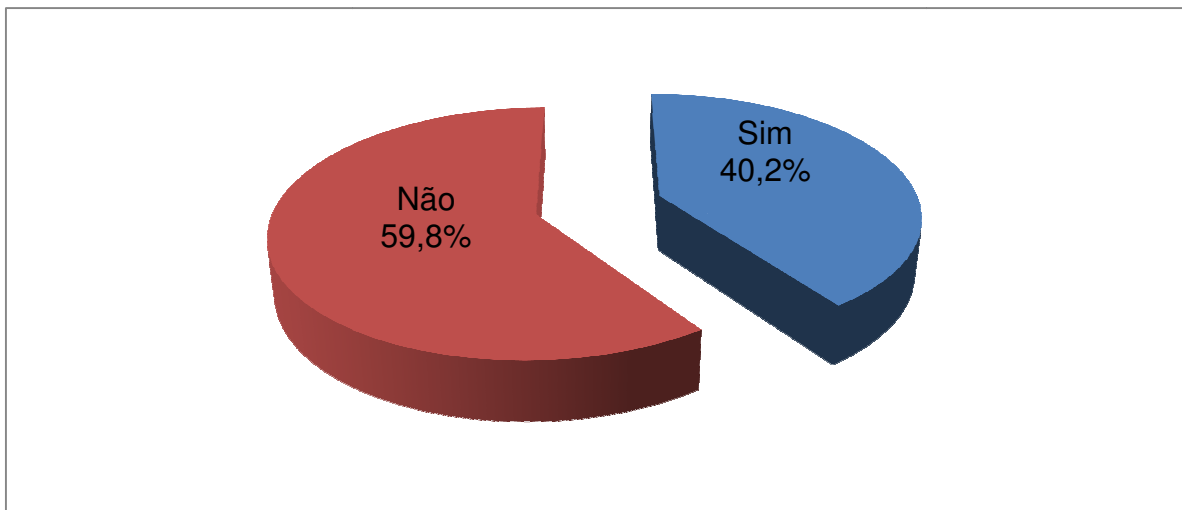


Gráfico 39 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem da Região Turística Montanhas Capixabas

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 76 – Cadastro do perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem, por município

Cadastro do perfil dos hóspedes	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	16,7%	50,0%	33,3%	0,0%	56,4%	50,0%	19,0%	100,0%	30,8%
Não	83,3%	50,0%	66,7%	100,0%	43,6%	50,0%	81,0%	0,0%	69,2%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Em apenas 22,4% dos meios de hospedagem, os dados da Ficha Nacional de registro de hóspedes são repassados para o sistema da empresa.

Tabela 77 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa

Ficha Nacional de registro de Hóspedes	Freq.	%
Sim	24	22,4%
Não	83	77,6%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

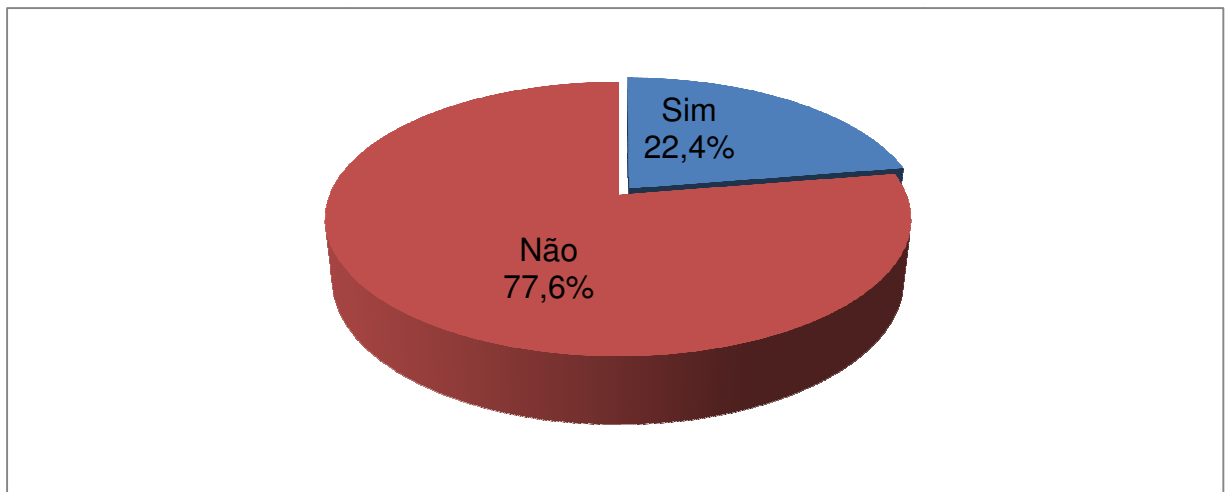


Gráfico 40 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 78 – Ficha nacional de registro de hóspedes repassados para o sistema da empresa, por município

Ficha Nacional de registro de Hóspedes	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	8,3%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	9,5%	40,0%	23,1%
Não	91,7%	100,0%	66,7%	100,0%	66,7%	100,0%	90,5%	60,0%	76,9%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Na maioria dos sistemas de controle de hóspedes utilizados pelos estabelecimentos (74,8%) não é possível gerar Boletim de Ocupação Hoteleira.

Tabela 79 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira

Boletim de Ocupação Hoteleira	Freq.	%
Sim	27	25,2%
Não	80	74,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

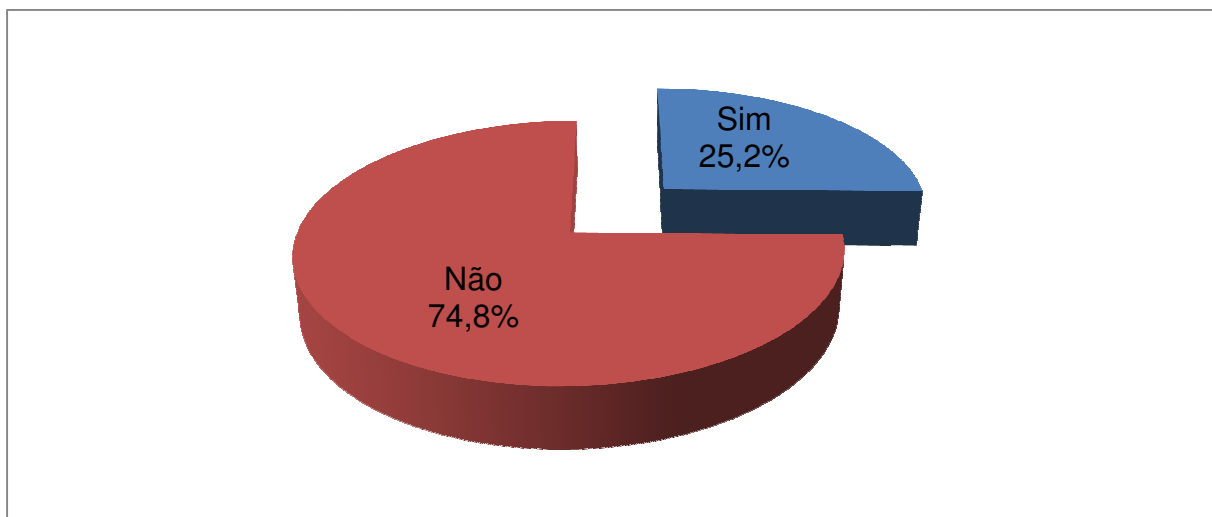


Gráfico 41 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 80 – Gera-se boletim de ocupação hoteleira, por município

Boletim de Ocupação Hoteleira?	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	38,5%	0,0%	19,0%	40,0%	30,8%
Não	100,0%	100,0%	77,8%	100,0%	61,5%	100,0%	81,0%	60,0%	69,2%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 6.2. Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (Minis. do Turismo)

O Sistema Nacional de Registro de Hóspedes – SNRH é o sistema criado pelo Ministério do Turismo – MTur, para informatizar a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FNRH, facilitando o envio, pelos meios de hospedagem, das informações exigidas pela Lei 11.771/2008 e Decreto 7.381/2010, permitindo que o governo federal realize o tratamento dessas informações identificando o perfil do turista e as taxas de ocupação hoteleira de cada região, possibilitando a melhoria da elaboração de políticas públicas direcionadas ao setor turístico.

Apenas 11,2% utilizam este sistema nesta região de abrangência do censo hoteleiro.

Tabela 81 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Ministério do Turismo

Sistema Nacional de Registro de Hóspedes do Ministério do Turismo	Freq.	%
Sim	12	11,2%
Não	95	88,8%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

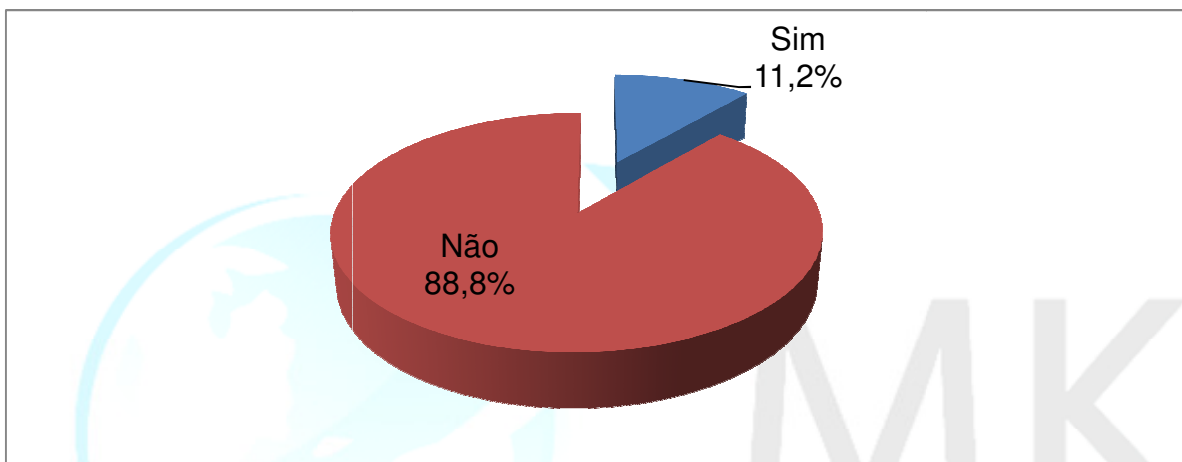


Gráfico 42 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Minis. do Turismo  
Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 82 – Utiliza-se o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes (SNRH) do Minis. do Turismo, por município

Sistema Nacional de Registro de Hóspedes do Ministério do Turismo	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	12,8%	0,0%	9,5%	0,0%	23,1%
Não	100,0%	100,0%	77,8%	100,0%	87,2%	100,0%	90,5%	100,0%	76,9%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

O fato de não possuírem sistema de controle foi o motivo mais citado para a não utilização do sistema nacional de registro de hóspedes, com 25,3%.

Tabela 83 – Motivo para não utilização do SNRH

Motivo para não utilizar	Freq.	%
Não possui sistema	24	25,3%
Usa um sistema simples/ manual	17	17,9%
Não conhece o sistema	17	17,9%
Não tem controle de hospedagem	11	11,6%
O hotel é simples/ pequeno	4	4,2%
Nunca ofereceram	1	1,1%
Usa off-line	1	1,1%
Pelo custo	1	1,1%
Não informatizou	1	1,1%
O sistema está inoperante	1	1,1%
Muitos dados pra preencher	1	1,1%
Dificuldade para implementar	1	1,1%
Não tem utilidade	1	1,1%
Não tem internet	1	1,1%
Falta de tempo	1	1,1%
A pousada é nova	1	1,1%
Tem sistema próprio	1	1,1%
Não sabe informar	10	10,5%
<b>Base</b>	<b>95</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

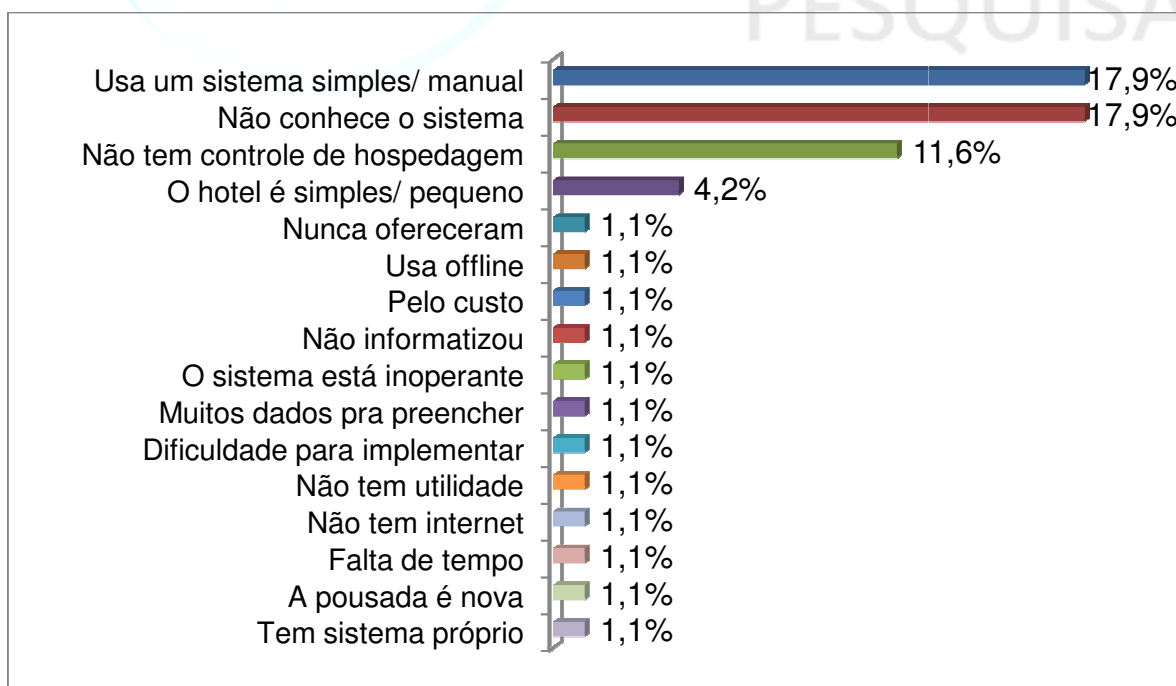


Gráfico 43 – Motivo para não utilização do SNRH  
Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 6.3. Sistema estadual de estatísticas do turismo

O sistema estadual de estatísticas do turismo tem o objetivo de acompanhar o desenvolvimento do turismo no Estado por meio de indicadores, tais como: fluxo de passageiros (aeroporto, ferroviária, rodoviárias, etc.), estabelecimentos e empregos nas atividades características de turismo (Rais); pesquisas e estudos realizados pela Setur, bem como os indicadores específicos do setor de meios de hospedagem (taxa de ocupação hoteleira, diária média praticada, RevPar receita total auferida dividida pelo número de unidades habitacionais disponíveis).

Dos meios de hospedagem que responderam ao censo hoteleiro, 57,9% têm interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo, fornecendo informações sobre: Taxa de ocupação hoteleira, diária média, receita por unidade habitacional (RevPar).

Tabela 84 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo

Sistema estadual de estatísticas do turismo	Freq.	%
Sim	62	57,9%
Não	45	42,1%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

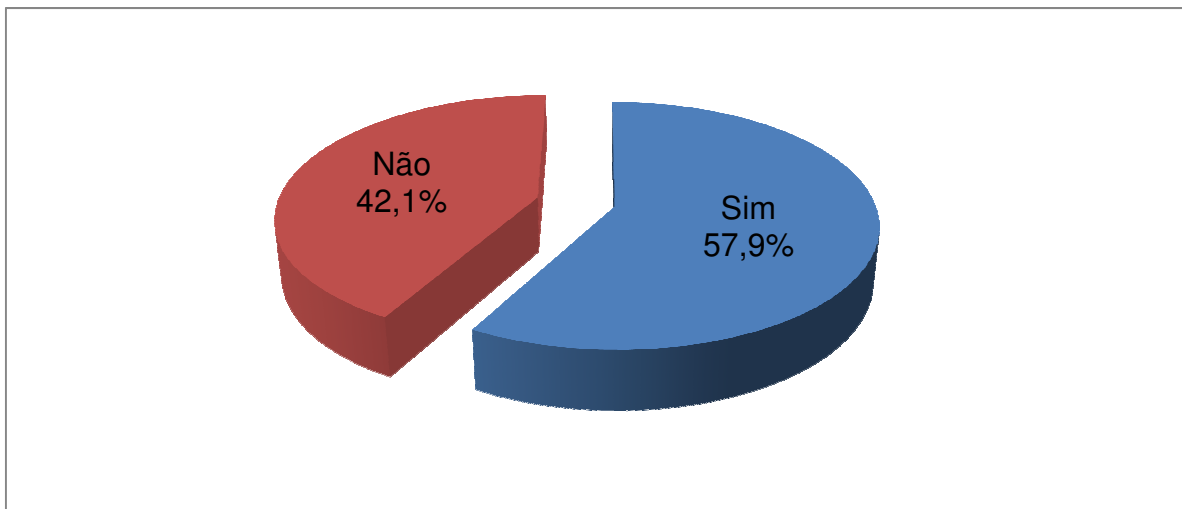


Gráfico 44 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo

Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
Nota: Dados trabalhados pelo autor.

Tabela 85 – Possui interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo, por município

Sistema estadual de estatísticas do turismo	MUNICÍPIOS								
	AFONSO CLÁUDIO	BREJETUBA	CASTELO	CONCEIÇÃO DE CASTELO	DOMINGOS MARTINS	LARANJA DA TERRA	MARECHAL FLORIANO	VARGEM ALTA	VENDA NOVA DO IMIGRANTE
Sim	58,3%	0,0%	55,6%	0,0%	74,4%	100,0%	52,4%	40,0%	46,2%
Não	41,7%	100,0%	44,4%	100,0%	25,6%	0,0%	47,6%	60,0%	53,8%
<b>Base</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

A maioria dos entrevistados que declararam não ter interesse em participar do sistema estadual de estatísticas do turismo não soube citar o motivo para esse posicionamento, 55,6%.

Tabela 86 – Motivos pelos quais não deseja participar do sistema estadual de estatística do turismo

Motivo para não participar	Freq.	%
O hotel é simples/ pequeno	6	13,3%
Não conhece os serviços	3	6,7%
O movimento está fraco	2	4,4%
Não tem os dados	2	4,4%
Falta de confiança	1	2,2%
Haverá taxas	1	2,2%
Não vê necessidade	1	2,2%
Nunca ofereceram	1	2,2%
Não quer essa responsabilidade	1	2,2%
Falta de tempo	1	2,2%
Não tem vantagens	1	2,2%
Muito trabalhoso	1	2,2%
Não sabe informar	25	55,6%
<b>Base</b>	<b>45</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

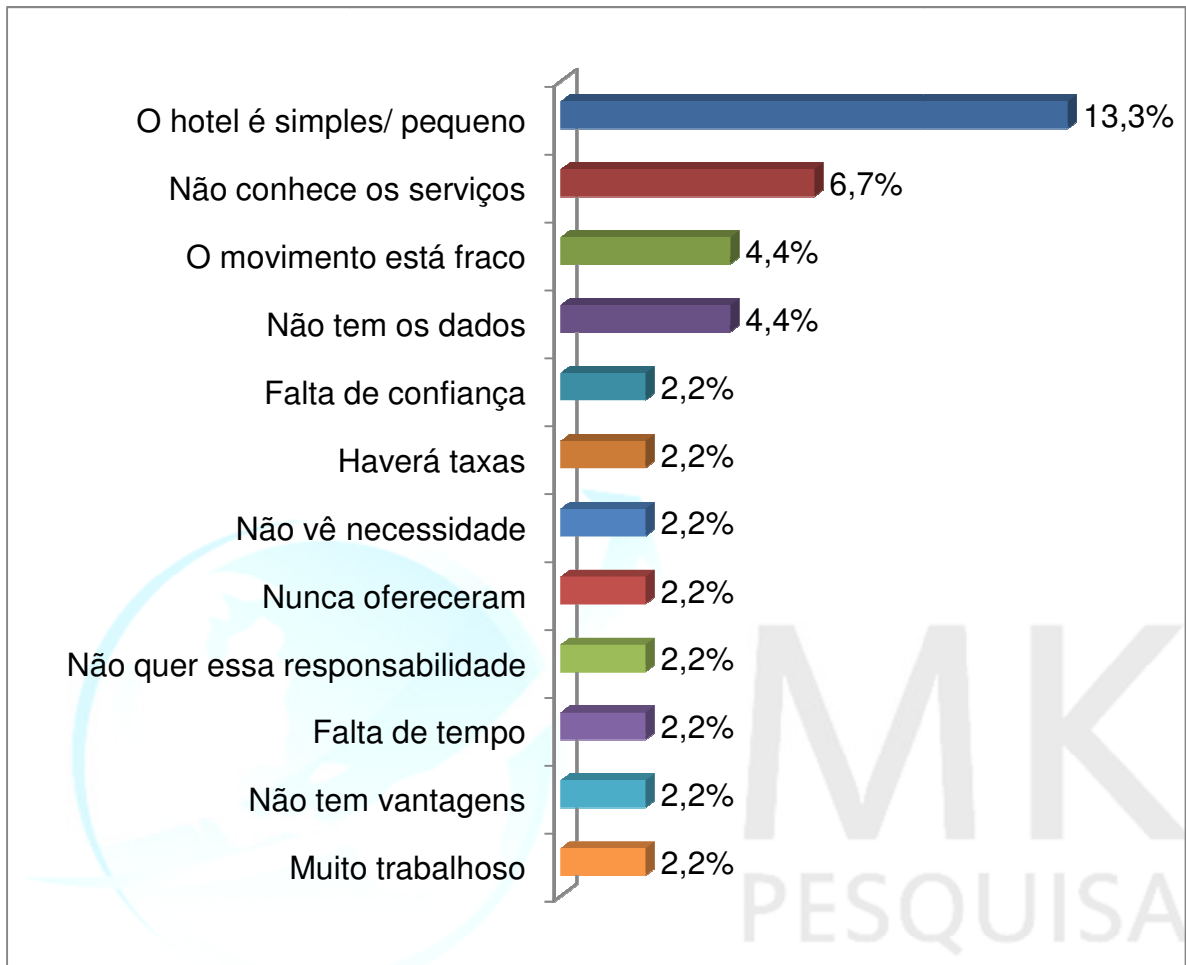


Gráfico 45 – Motivos pelos quais não deseja participar do sistema estadual de estatística do turismo  
 Fonte: Censo hoteleiro 2016.  
 Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7. DEMANDAS, SUGESTÕES, RECLAMAÇÕES E OPINIÕES

Neste bloco, os responsáveis pelos meios de hospedagem tiveram espaço livre para manifestar suas opiniões, demandas, reclamações e sugestões para o aprimoramento da gestão do turismo. Alguns tópicos foram indicados para orientar a discussão.

Para facilitar a análise, as citações semelhantes foram agrupadas em tópicos e consolidadas em forma de tabelas.

## 7.1. Dificuldades na gestão da empresa

Tabela 87 – Dificuldades na gestão da empresa

Dificuldades na gestão da empresa	Freq.	%
Não tem dificuldades	87	81,3%
Falta de recursos	3	2,8%
Dificuldade técnica administrativa	2	1,9%
Falta de liderança	1	0,9%
Dificuldade para investir na estrutura	1	0,9%
Financiamento	1	0,9%
Falta de especialização	1	0,9%
Na gestão de recursos humanos	1	0,9%
Na gestão administrativa	1	0,9%
Falta de atitude empreendedora	1	0,9%
Cuida de tudo sozinho	1	0,9%
Dificuldade em toda a gestão	1	0,9%
Não sabe responder	6	5,6%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

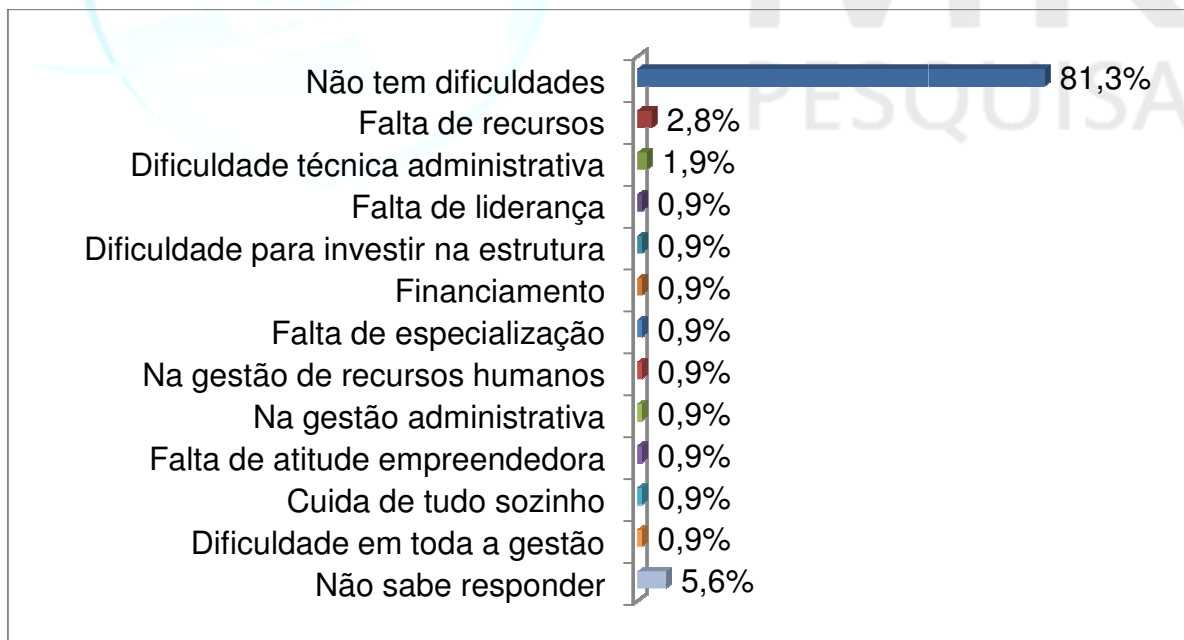


Gráfico 46 – Dificuldades na gestão da empresa

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.2. Dificuldades com a mão de obra

Tabela 88 – Dificuldades com a mão de obra

Dificuldades com mão de obra	Freq.	%
Não tem dificuldades	61	57,0%
Falta de mão-de-obra	21	19,6%
Falta de mão-de-obra qualificada	14	13,1%
Falta de comprometimento	7	6,5%
O deslocamento dificulta a contratação (transporte ruim)	3	2,8%
Falta de mão-de-obra especializada	1	0,9%
Falta de pessoas com conhecimento de outras línguas	1	0,9%
Encargos trabalhistas	1	0,9%
Em tudo	1	0,9%
Não sabe dizer	2	1,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

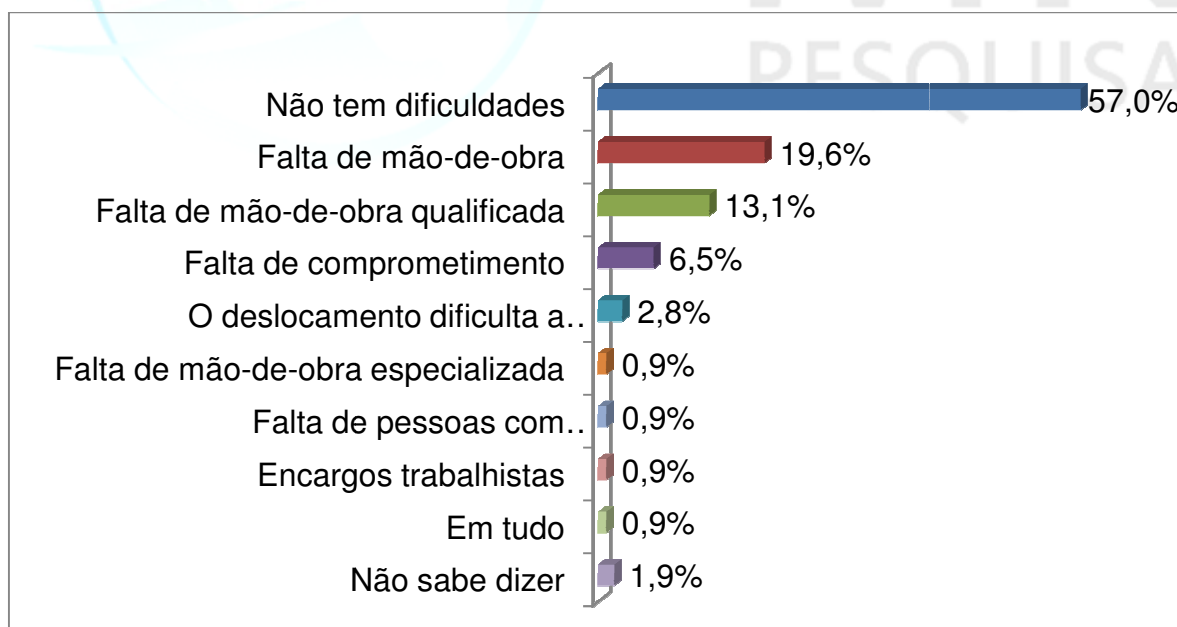


Gráfico 47 – Dificuldades com a mão de obra

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

### 7.3. Dificuldades com fornecedores

Tabela 89 – Dificuldades com fornecedores

Dificuldades com Fornecedores	Freq.	%
Não tem dificuldades	74	69,2%
Não tem fornecedores	29	27,1%
Muitos atrasos	1	0,9%
Tem dificuldades, mas não informou	1	0,9%
Não sabe informar	1	0,9%
À distância	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

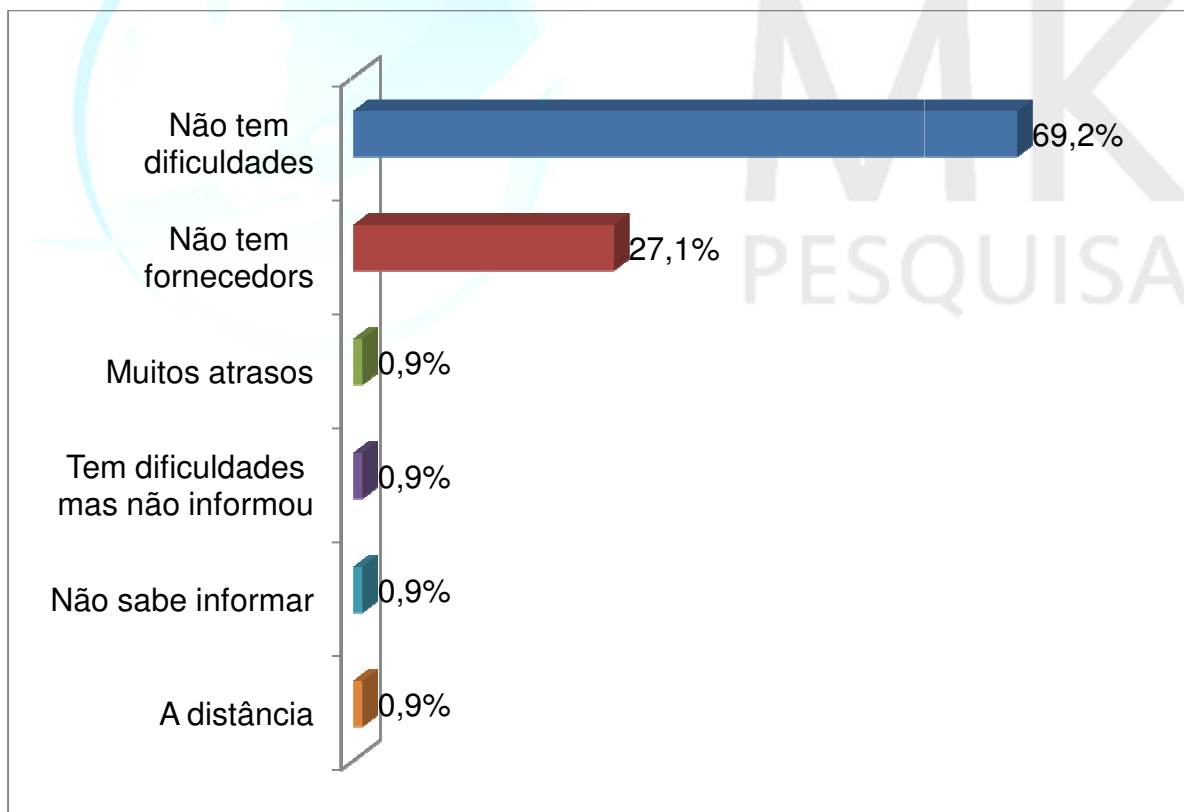


Gráfico 48 – Dificuldade com fornecedores

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.4. Dificuldades com crédito

Tabela 90 – Dificuldades com crédito

Dificuldades com crédito	Freq.	%
Não utiliza crédito	46	43,0%
Burocracia	8	7,5%
Juros altos	6	5,6%
Falta de informação sobre financiamentos	3	2,8%
Propaganda enganosa	1	0,9%
Não sabe informar	8	7,5%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

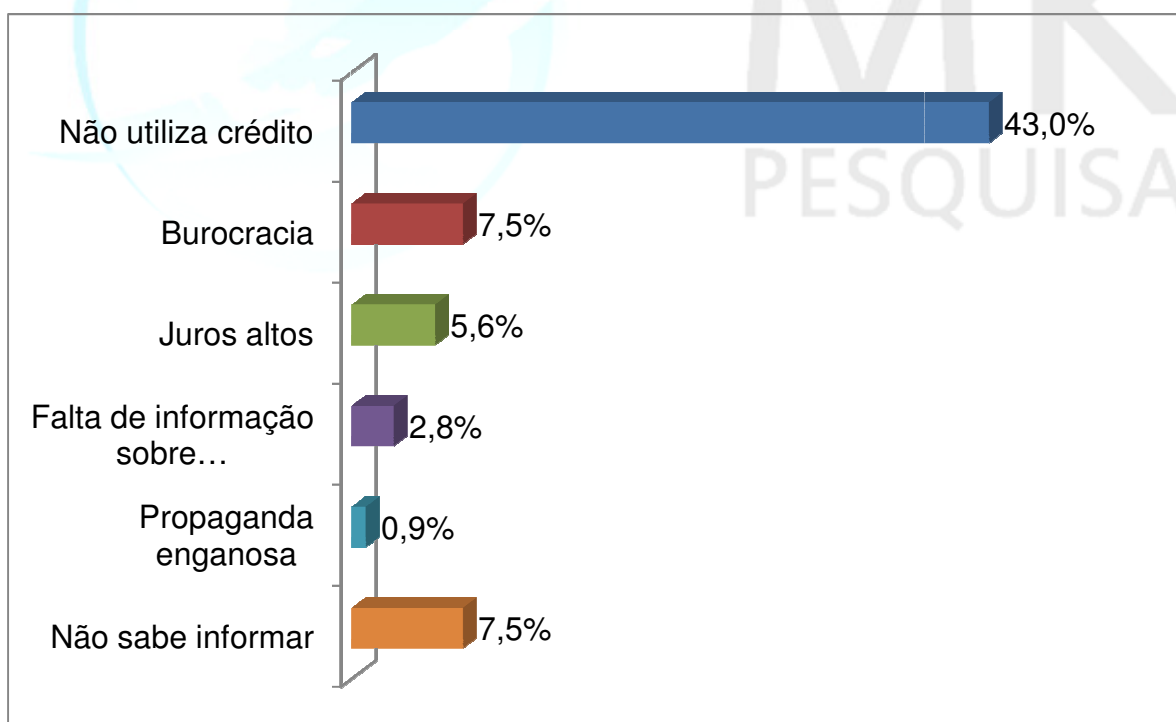


Gráfico 49 – Dificuldades com crédito

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.5. Dificuldades com comunicação

Tabela 91 – Dificuldade de comunicação

Dificuldade com comunicação	Freq.	%
Não tem dificuldades	45	42,1%
Qualidade ruim da internet	23	21,5%
Falta de sinal de telefonia	19	17,8%
Falta de sinal de celular	19	17,8%
Total dificuldade	12	11,2%
Não tem telefonia fixa	6	5,6%
Infraestrutura ruim	2	1,9%
Só tem sinal da Vivo	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

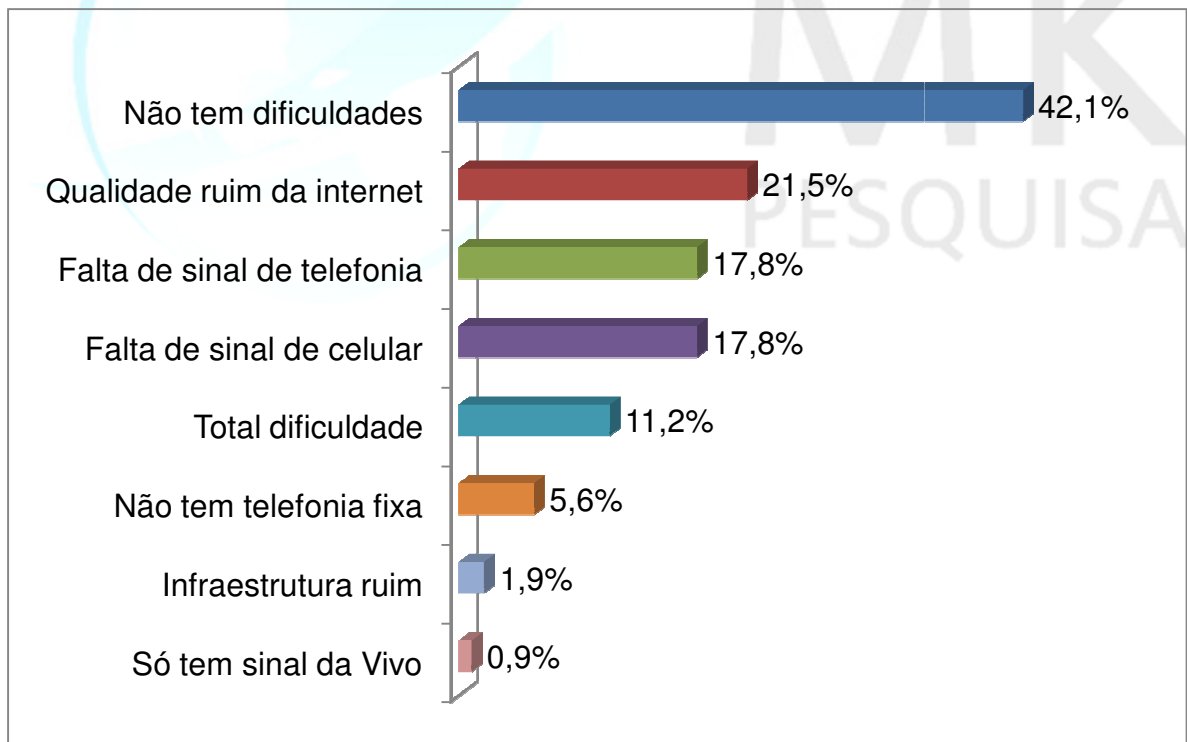


Gráfico 50 – Dificuldades de comunicação telefônica e/ou internet

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.6. Nível de comunicação com outros segmentos

Tabela 92 – Nível de comunicação com outros segmentos

Nível de comunicação com outros segmentos	Freq.	%
Não há comunicação/ parceria	101	94,4%
Parceria com restaurante	2	1,9%
Passeio a Cachaçaria Thimotna	1	0,9%
Convênios que proporcionam descontos	1	0,9%
Não sabe responder	1	0,9%
Parceria com zoológico	1	0,9%
Parceria com Búfalo Bill	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

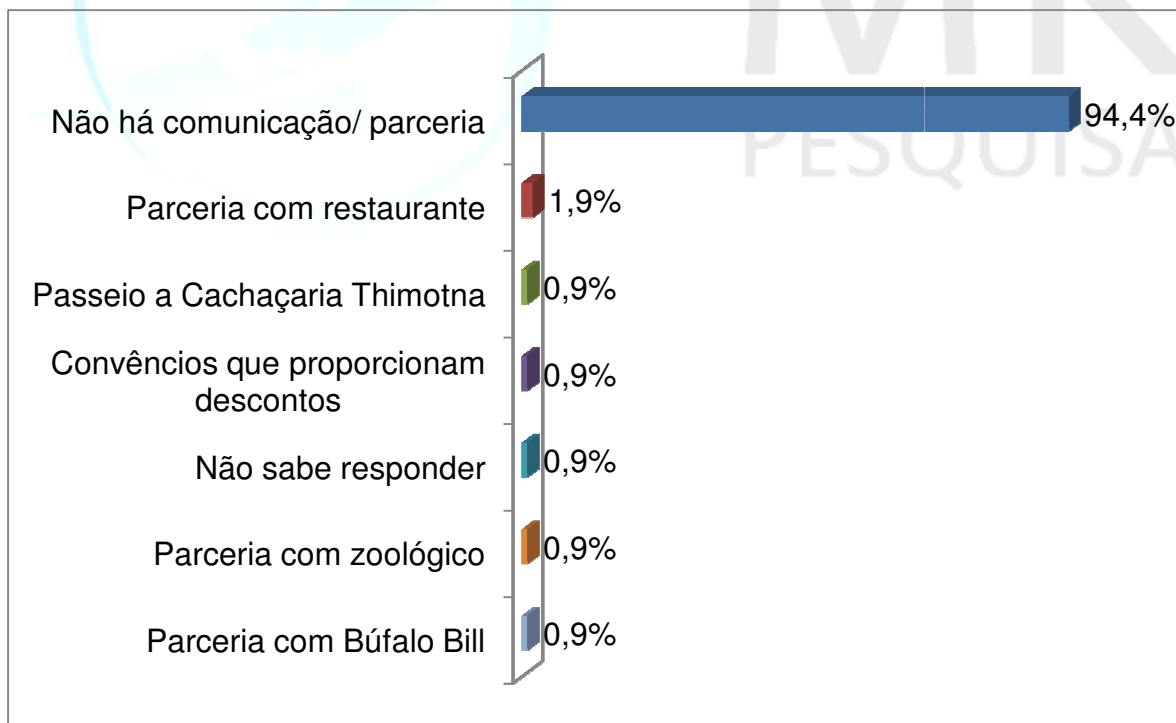


Gráfico 51 – Nível de comunicação com outros segmentos

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.7. Dificuldades com estrutura

Tabela 93 – Dificuldade com estrutura pública

Dificuldade com estrutura	Freq.	%
Não tem dificuldades	63	58,9%
Falta de água	3	2,8%
Falta de sinalização	12	11,2%
Estradas ruins	20	18,7%
Falta de luz	23	21,5%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

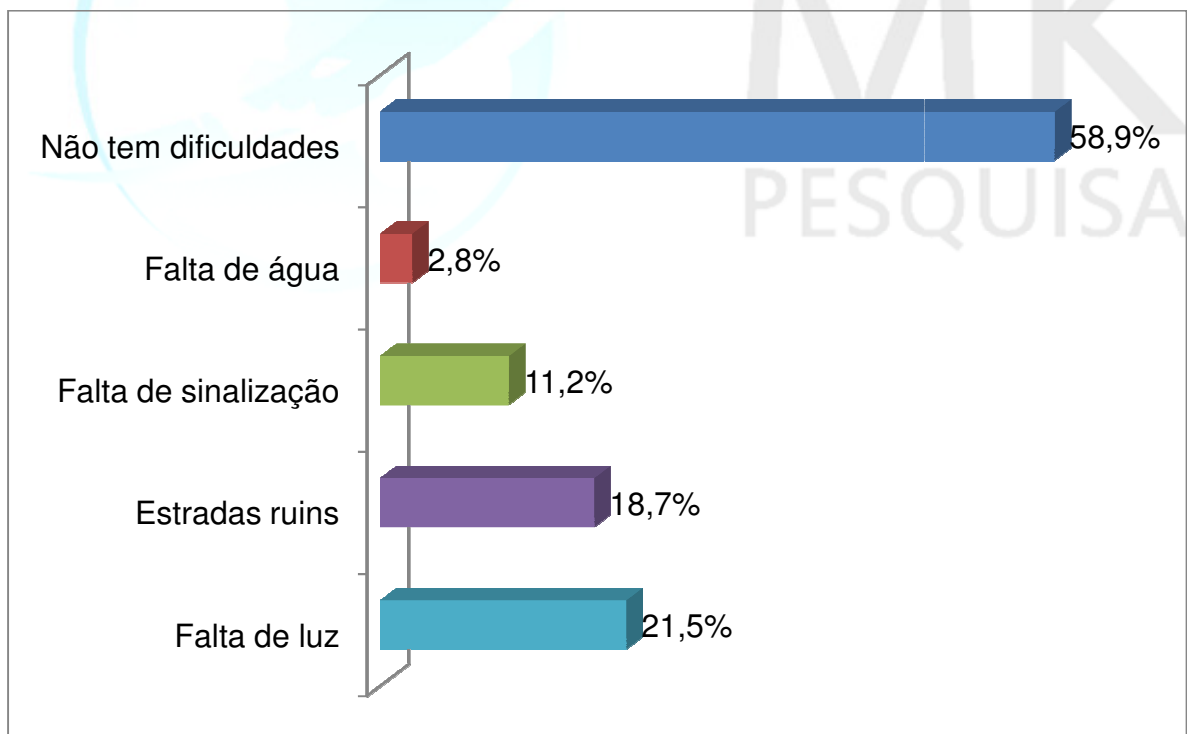


Gráfico 52 – Dificuldades com estrutura pública

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.8. Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento

Tabela 94 – Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento

Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento	Freq.	%
Bom bairro	52	48,6%
Bairro tranquilo	14	13,1%
Não tem sugestão	9	8,4%
Precisa melhorar as estradas	5	4,7%
Falta de iluminação	4	3,7%
Falta de segurança	3	2,8%
Falta de estacionamento	2	1,9%
Ampliação das vias	2	1,9%
Boa localização	2	1,9%
Problema com as enchentes	2	1,9%
É área rural	2	1,9%
Falta de pavimentação	2	1,9%
Precisa melhorar a telefonia	2	1,9%
Ligar o asfalto	1	0,9%
Alta velocidade dos carros	1	0,9%
Melhorar a rede de energia	1	0,9%
Manutenção da rota do lagarto	1	0,9%
Mais investimento em turismo	1	0,9%
Falta de opções noturnas para turistas	1	0,9%
Está abandonado pela prefeitura	1	0,9%
Deixa a desejar	1	0,9%
Falta de cooperativismo	1	0,9%
Precisa melhorar o transporte	1	0,9%
Precisa de mais comércio	1	0,9%
Os serviços são limitados	1	0,9%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

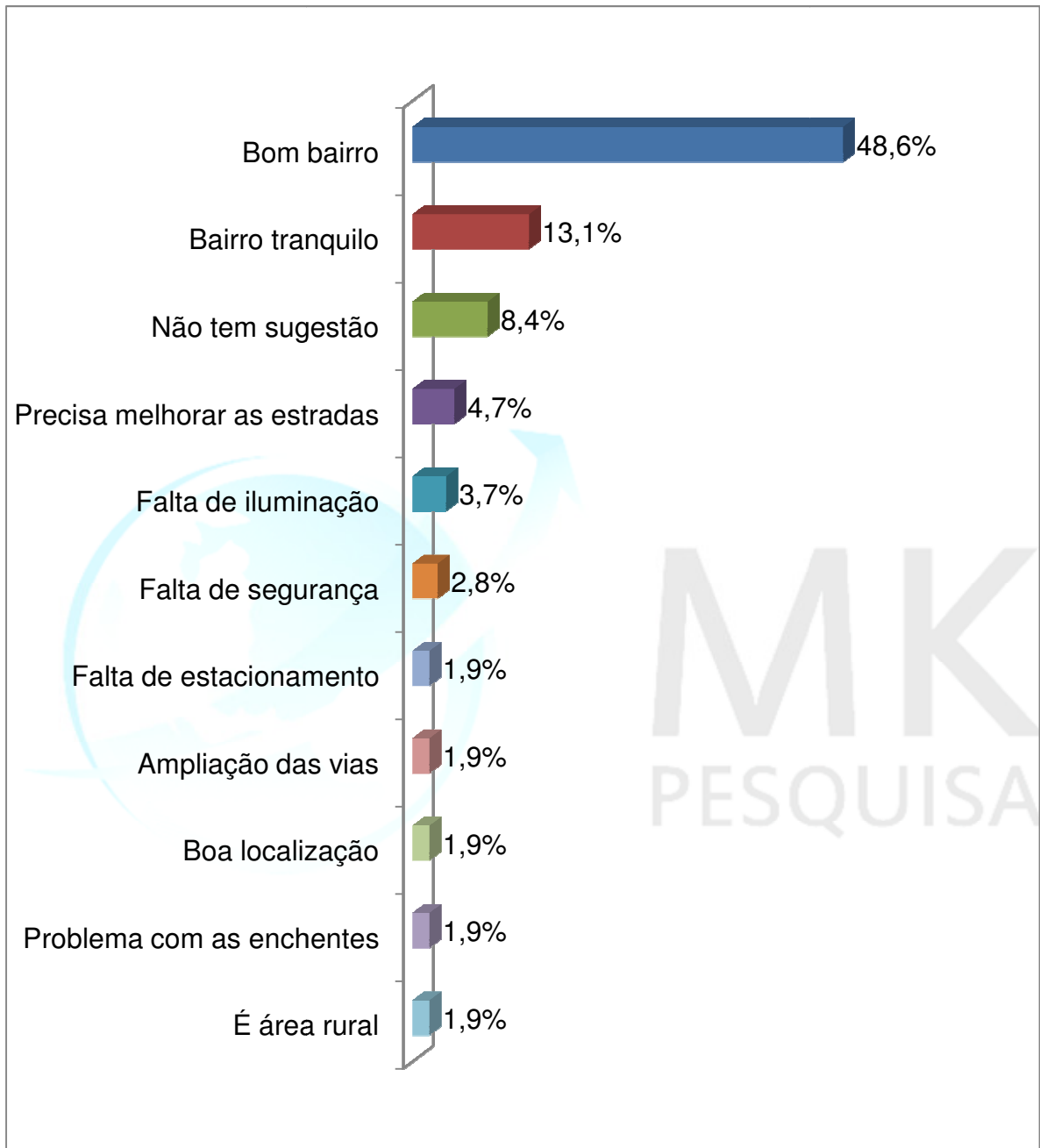


Gráfico 53 – Opiniões/sugestões sobre o bairro em que se localiza o estabelecimento

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.9. Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo

Tabela 95 – Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo

Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo	Freq.	%
Gestão fraca	26	24,3%
Boa gestão	21	19,6%
Falta incentivo ao turismo	15	14,0%
Pouca divulgação da cidade	12	11,2%
Não vê as ações	4	3,7%
A última gestão foi ótima	3	2,8%
Falta de investimento para qualificação profissional	2	1,9%
Falta de apoio para as empresas	1	0,9%
Trazer os festivais para Pedra Azul	1	0,9%
Falta um calendário correto	1	0,9%
Falta de acompanhamento	1	0,9%
Não faz diferença	1	0,9%
Regular	1	0,9%
Falta de transporte para turismo	1	0,9%
Só valoriza o centro da cidade	1	0,9%
Falta de estacionamento para turista	1	0,9%
Fazem o possível	1	0,9%
Precisa melhorar o trânsito	1	0,9%
A área está abandonada	1	0,9%
Se sente abandonado pela secretaria de turismo	1	0,9%
Tem pouco envolvimento	1	0,9%
Criar uma gestão de turismo	1	0,9%
Investir nos pontos turísticos	1	0,9%
Falta de planejamento para evento	1	0,9%
Poderia cuidar do paisagismo	1	0,9%
Falta visão turística	1	0,9%
Falta de incentivo a cultura	1	0,9%
Não sabe informar	21	19,6%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

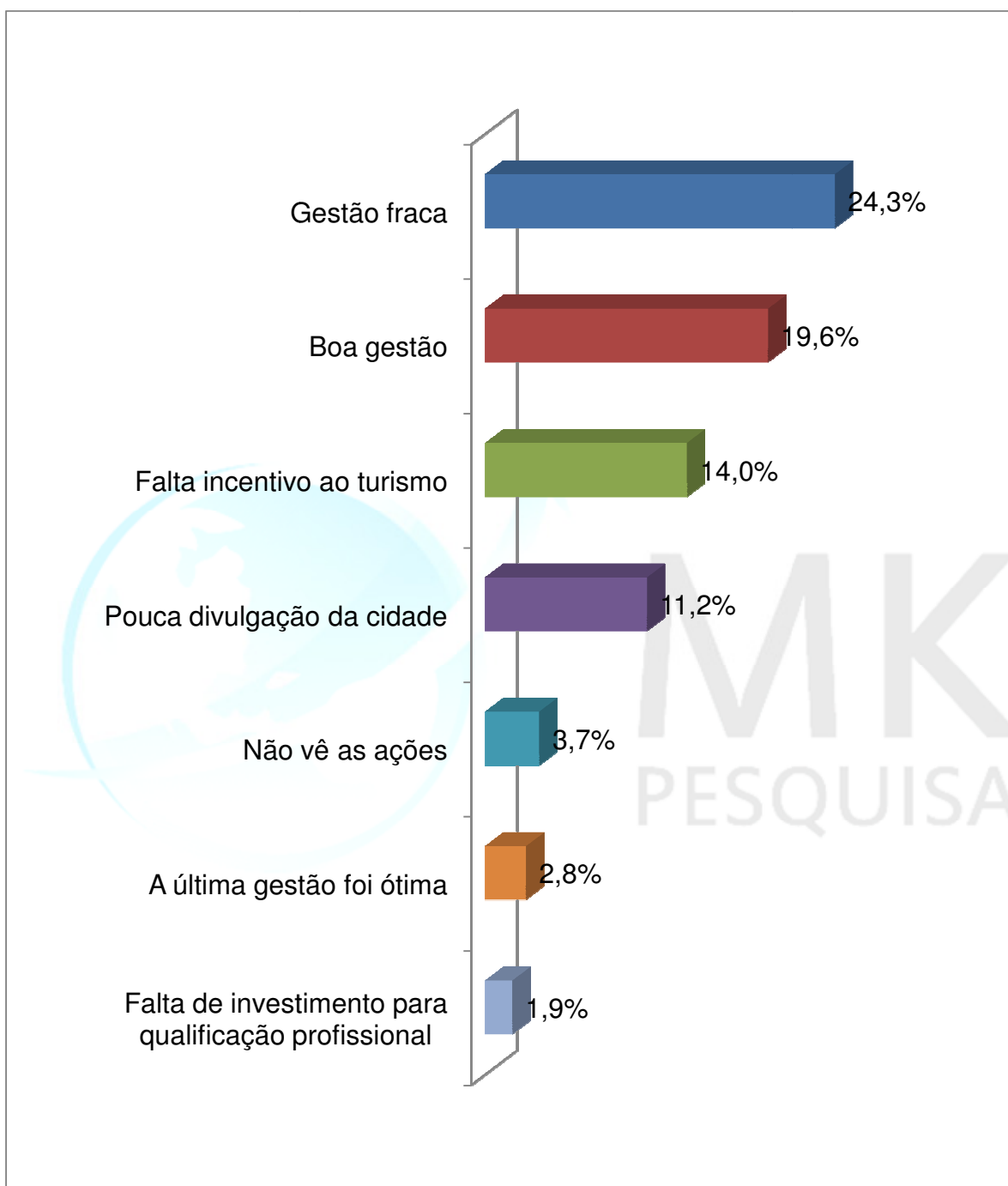


Gráfico 54 – Opiniões/sugestões sobre a gestão municipal de turismo

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## 7.10. Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo

Tabela 96 – Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo

Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo	Freq.	%
Boa gestão	15	14,0%
Melhora a cada ano	8	7,5%
Gestão fraca	7	6,5%
Melhorar a divulgação	5	4,7%
Não vê atuação	4	3,7%
Precisa ajudar mais o município	3	2,8%
Regular	2	1,9%
Boa divulgação	2	1,9%
As montanhas são bem divulgadas	1	0,9%
A cidade é esquecida	1	0,9%
Precisa de recursos para organização de eventos	1	0,9%
Poucos investimentos	1	0,9%
Falta turismo na cidade	1	0,9%
Não tem apoio	1	0,9%
Falam bem da gestão	1	0,9%
As ações não me beneficiam diretamente	1	0,9%
Poderiam investir na capacitação na área de turismo	1	0,9%
Pode melhorar a estrutura para receber turistas	1	0,9%
Muito devagar	1	0,9%
Piorou nos últimos 2 anos	1	0,9%
Olhar o potencial de cada município e trabalhar isso	1	0,9%
Sente certo abandono	1	0,9%
Falta de atenção com a população	1	0,9%
Falta mais atitude	1	0,9%
Não sabe informar	51	47,7%
<b>Base</b>	<b>107</b>	<b>*</b>

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota<sup>1</sup>: Dados trabalhados pelo autor.

Nota<sup>2</sup>: A soma dos percentuais ultrapassa 100% devido à possibilidade de resposta múltipla

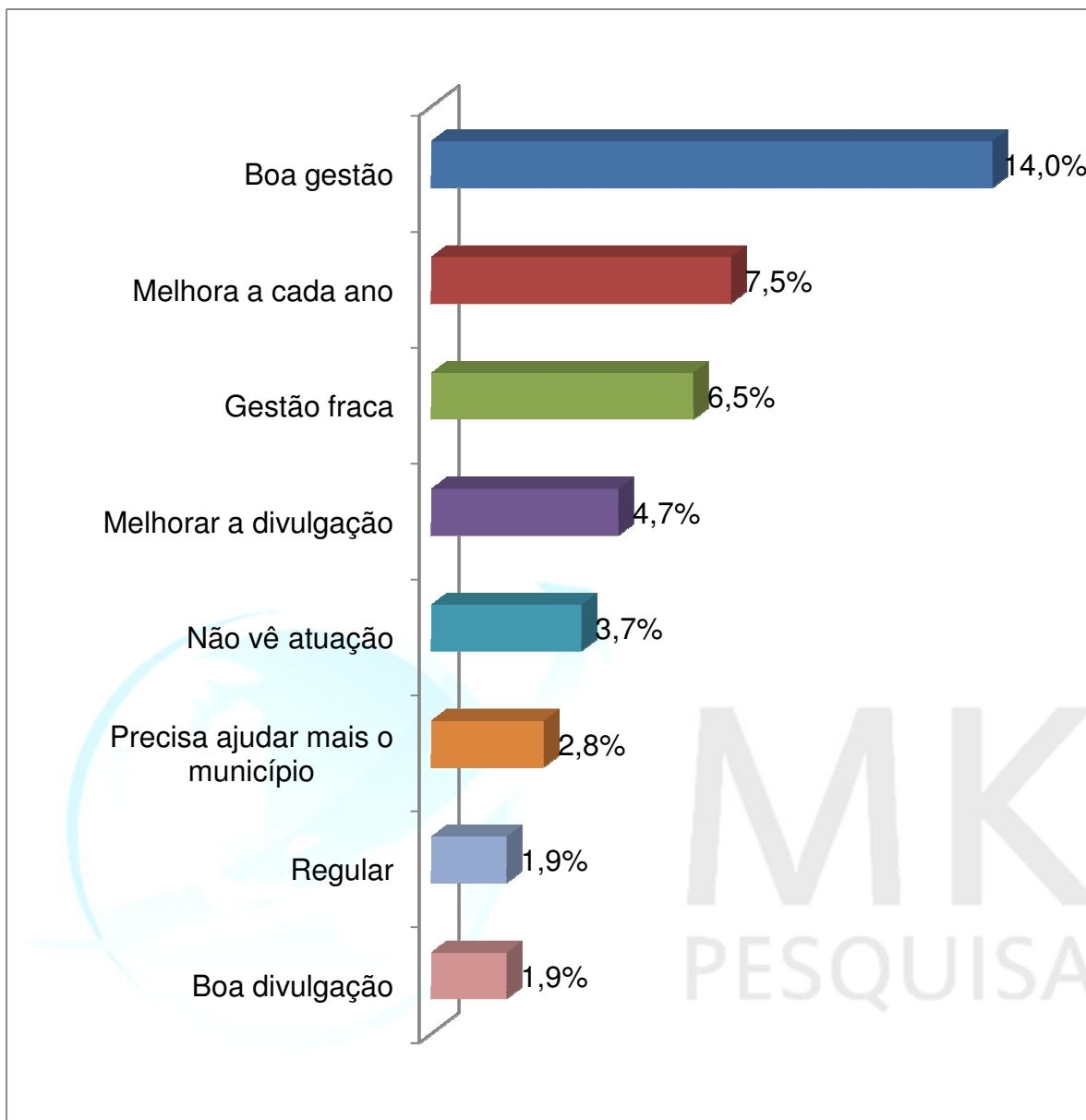


Gráfico 55 – Opiniões/sugestões sobre a gestão estadual de turismo

Fonte: Censo hoteleiro 2016.

Nota: Dados trabalhados pelo autor.

## **MK PESQUISA E PLANEJAMENTO LTDA**

Contribuíram para esse trabalho:

Ronaldo Lisboa  
Analista de pesquisa

Cláudia Valente  
Analista de pesquisa e supervisora de campo

Lúcia Cardoso  
Estatística

Adriana Carvalho  
Checagem

Magda Gomes, Guilherme Valente Lisboa  
Coordenadores de pesquisa

Eduardo Henrique Valente Lisboa

Analista Banco de Dados