

O SEGMENTO DE TURISMO ESTUDANTIL: O PERFIL DOS ESTUDANTES DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE FLORIANÓPOLIS

Alexandre Neumayr¹

RESUMO

O presente artigo aborda questões relacionadas à necessidade da elaboração criteriosa de produtos e serviços, por parte das empresas de agenciamento turístico. O estudo destaca a importância da segmentação, onde os as organizações podem canalizar esforços e desenvolver produtos e serviços de acordo com as características e necessidade dos clientes. O artigo apresenta os resultados de uma pesquisa realizada junto a estudantes de cinco instituições de ensino superior de Florianópolis, tendo por finalidade a identificação das características e das preferências dos estudantes, em relação à realização de viagens ao longo da graduação. Por fim, o artigo apresenta duas propostas de pacotes de viagens direcionados a estudantes de ensino superior.

Palavras-chave: Segmentação; mercado turístico; turismo estudantil;

Introdução

O presente artigo visa destacar a importância da segmentação de mercado por parte das organizações, especificamente empresas do setor turístico. Nesse sentido, o artigo aborda o segmento de turismo estudantil, segmento com significativo potencial â ser explorado por empresas organizadoras de viagens.

Por meio da pesquisa bibliográfica serão apresentadas definições relacionadas à segmentação de mercado, mercado turístico e turismo estudantil. A aplicação de um questionário e a consequente análise das respostas obtidas permitiu ao autor desse estudo, identificar as características e as preferências dos estudantes das instituições de ensino superior de Florianópolis, além da elaboração de propostas de pacotes de viagens que atendam as preferências dos pesquisados.

¹ Graduado em Turismo pelas Faculdades Integradas ASSESC – Florianópolis SC. Email: alexandreneumayr@hotmail.com.



O mercado e a segmentação

A expansão e a competitividade do mercado turístico apresentam-se como desafios para os empreendedores do setor. Nesse contexto, faz-se necessário a elaboração criteriosa do produto ou serviço que será oferecido aos consumidores.

O mercado é composto por consumidores potenciais com desejos e necessidades específicas, que estão propensos e habilitados em realizar uma troca capaz de satisfazer tais necessidades (KOTLER, 1996). No que tange o mercado turístico, verifica-se que este setor é constituído por organizações que disponibilizam bens e serviços para as pessoas definidas como turistas e excursionistas como partem de suas 'necessidades turísticas' (BULL, 1991). Ignarra (2003, p. 112) acrescenta que "o mercado turístico é constituído pelo conjunto de consumidores de turismo e pela totalidade de oferta de produtos turísticos".

Em um setor econômico, cuja concorrência apresenta-se cada vez mais voraz, a segmentação de mercado torna-se uma importante ferramenta no alcance dos objetivos, uma vez que permite que a organização adapte sua estrutura de acordo com o comportamento e os anseios dos consumidores Assim, faz-se necessário conhecer as características e desejos do público alvo (PAIXÃO, 2009).

Alinhado à afirmação anterior, (COBRA, 2005) discorre a respeito da viabilidade econômica das empresas de serviços turísticos, perante os desafios decorrentes da concorrência acirrada existente no setor. O autor afirma ser imprescindível a valorização dos clientes, por meio da oferta de serviços capazes de satisfazer as necessidades explicitas e os desejos ocultos dos consumidores. Ainda de acordo com o mesmo autor, {...] "É preciso pesquisar necessidades e desejos dos consumidores, e buscar soluções inovadoras que a concorrência não possa ter de imediato" (COBRA, 2005 p. 41).

O presente estudo foi direcionado para o segmento de turismo estudantil, voltado especificamente para jovens estudantes do ensino superior das instituições de ensino superior de Florianópolis, objetivando identificar as características e as preferências desse público, com relação à realização de viagens durante a graduação.



O turismo na juventude pode ser definido como uma atividade realizada por um grupo de jovens com características em comum, como a faixa etária, estilo de vida, estado de espírito, desencadeando uma série de subsegmentos turísticos, dentre eles o turismo estudantil e de intercâmbio (GIARETTA, 2003).

Já o Ministério do Turismo delimitou a conceituação de Turismo de Estudos e Intercâmbio, baseado na motivação de programas e atividades que promovem o aprendizado, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional, através da vivência intercultural. Nesse contexto, o MTur, define que o turismo de estudo e Intercâmbio é constituído do movimento turístico ocasionado pelas atividades e programas de aprendizagem e vivências, visando qualificar e ampliar o nível de conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional (BRASIL, 2006).

Pesquisa do perfil e preferências de estudantes

Com o intuito de com identificação do perfil e as preferências dos estudantes do ensino superior de Florianópolis, optou-se pela realização de uma pesquisa com oitenta estudantes de quatro instituições de ensino superior de Florianópolis, sendo duas instituições de ensino público, a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), uma instituição de caráter comunitário, a Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL²) e uma instituição de ensino privado, as Faculdades Integradas ASSESC (FASSESC).

A pesquisa foi realizada no período 08 a 11 de outubro de 2012, sendo que oitenta estudantes do ensino superior, de treze diferentes cursos e escolhidos aleatoriamente, responderam ao questionário contendo perguntas relacionadas à faixa etária, curso frequentado, classificação da instituição de ensino frequentada, preferencias de destinos e meio de transporte, valor a ser gasto em uma eventual viagem, forma de pagamento preferencial, entre outras.

A Tabela 1 traz informações relativas ao número de estudantes pesquisados por curso, observando-se que, o curso de turismo teve o maior número de alunos pesquisados, representando 25% do total de estudantes. O fato de a maioria dos

_

² A Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) é considerada uma instituição pública de caráter privado, estando classificada como universidade comunitária.



pesquisados serem estudantes de turismo pode ser justificado pela identificação dos graduandos em turismo com o tema proposto no questionário.

Curso frequentado pelos pesquisados

CURSO	QUANTIDADE	PERCENTUAL	
Administração	16	20%	
Arquivologia	02	2,5%	
Ciências Contábeis	12	15%	
Ciências Econômicas	05	6.25%	
Engenharia de Alimentos	05	6,25%	
Engenharia Ambiental	02	2,5%	
Engenharia Sanitária	03	3,75%	
Engenharia Química	04	5%	
Física	02	2,5%	
Gastronomia	02	2,5%	
Medicina	02	2,5%	
Relações Internacionais	05	6,25%	
Turismo	20	25%	
Total	80 pesquisados	100%	

Fonte: Elaborada pelo Autor.

Em relação à classificação da instituição de ensino superior frequentadas pelos 80 alunos pesquisados, 62,5% estudam em instituição particular de ensino. Esse número pode ser justificado pelo fato de que, os estudantes de instituições privadas de ensino tiveram maior disposição para responder ao questionário.

Um importante dado levantado na pesquisa diz respeito à faixa etária dos estudantes pesquisados. Do total, 37,5% estão na faixa entre 17 e 20 anos de idade, destacando a necessidade das empresas que pretendem atender esse público elaborarem roteiros de viagens que incluam atrações que atendam as expectativas do público jovem, como parques temáticos, atividades de turismo de aventura, entre outras.

No que se refere à realização de viagens ao longo da graduação, 75% dos pesquisados já participaram de alguma viagem de faculdade, demonstrando que a

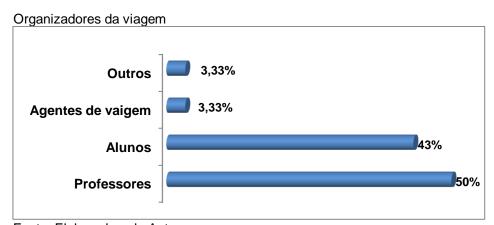


realização de viagens durante a graduação é uma realidade, e que pode representar um importante nicho de mercado para empresas de agenciamento turístico.



Fonte: Elaborado pelo Autor.

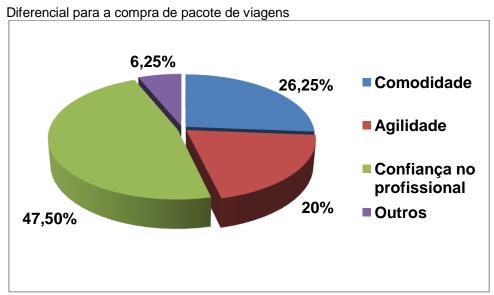
Em relação à realização de viagens durante o período de graduação, a pesquisa apontou que 50% dos pesquisados responderam que as mesmas foram organizadas por professores e 43,33% pelos próprios alunos. Algo que chama atenção diz respeito ao fato de que, apenas 3,33% das viagens foram organizadas por agentes de viagem, demonstrando que o segmento de viagens estudantis pode ser explorado de maneira mais ampla por empresas do setor de agenciamento.



Fonte: Elaborado pelo Autor.



Quando perguntados a respeito do principal diferencial que os fariam adquirir pacotes turísticos por intermédio de um profissional agente de viagens³, a pesquisa apontou que 47,5% dos pesquisados consideram a confiança no profissional como principal fator para a compra de pacotes de viagens. Isso demonstra a importância da imagem positiva que o agente de viagem necessita ter no mercado. importante instrumento que pode ser utilizado pelos profissionais é o Marketing de relacionamento, que pode ser descrito como uma ação fundamental na criação de relacionamentos com clientes, com o objetivo de fidelização junto às organizações (MICKENNA. 1999).



Fonte: Elaborado pelo próprio Autor.

Um dado relevante para as empresas turísticas refere-se ao valor médio que os estudantes disponibilizariam na compra de um pacote de viagem. Essa informação é de suma importância, uma vez que serve de parâmetro para a elaboração de pacotes que sejam financeiramente acessíveis aos estudantes.

³ O agente de viagem caracteriza-se como um profissional responsável pela organização de uma viagem. É uma função que demanda capacitação técnica e experiência. Essa atividade exige o conhecimento de atividades relacionadas às companhias de transporte terrestre e aéreo, meios de

hospedagem, entre outros (DI BELTRÃO, 2001).

6



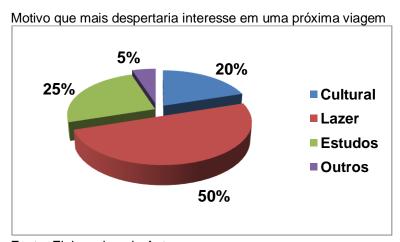
Valor médio que o pesquisado se disponibilizaria gastar numa eventual excursão

VALOR MEDIO	QUANTIDADE	PERCENTUAL
R\$100,00 a R\$200,00	14	17,5%
R\$ 200,00 a R\$ 300,00	22	27,5%
R\$ 300,00 a R\$ 400,00	20	25%
R\$ 450,00 a R\$ 600,00	14	17,5%
R\$ 650,00 a R\$ 1000,00	08	10%
Acima de R\$ 1.000,00	02	2,5%
Total	80 pesquisados	100%

Fonte: Elaborada pelo Autor

Um dos fatores que influencia no preço final de uma viagem, diz respeito ao meio de transporte utilizado. A pesquisa apontou que 50% dos estudantes pesquisados dão preferência ao transporte aéreo, enquanto que, pouco mais de 40% deles preferem a utilização do ônibus nas viagens. Destaca-se também o fato de 7,5% dos estudantes pesquisados citarem o transporte marítimo como opção de viagem. Porém, o tipo de transporte utilizado deve estar de acordo com os valores que os estudantes estarão dispostos a investir na realização da viagem.

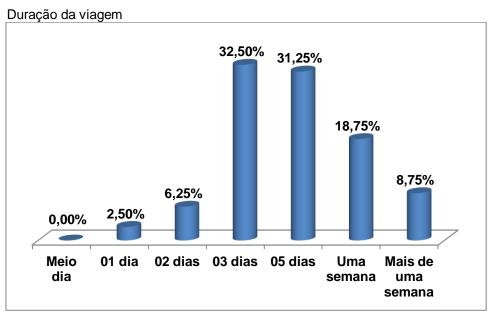
O fator de interesse que levaria um estudante a realizar uma viagem apresenta-se como uma importante informação para os empreendedores do setor turístico. A pesquisa indicou que para 50% dos pesquisados o lazer seria o principal fator de interesse para a realização de uma viagem. Essa informação destaca a importância da elaboração de roteiros que incluam opções voltadas para o entretenimento, como por exemplo, parques temáticos, casas noturnas, entre outros.



Fonte: Elaborado pelo Autor



A pesquisa também identificou a preferencia dos estudantes em relação à duração de uma viagem. Para 32,50% dos estudantes pesquisados, a duração ideal da viagem seria de três dias, enquanto que, para 31,25% dos pesquisados a preferência seria para viagens com duração de 05 dias.



Fonte: Elaborada pelo Autor.

A forma de pagamento é um dos fatores considerados na tomada de decisão por parte do consumidor, na escolha do fornecedor do produto ou serviço. Nesse contexto, a pesquisa indicou que o pagamento com cartão de crédito é a preferência para 50% dos estudantes pesquisado. A preferência do cartão de crédito como forma de pagamento do pacote de viagem pode ser vantajoso para ambos os lados. Para o empreendedor, o custo pago às operadoras de cartão de crédito se justifica pelo fato de, minimizar o risco de inadimplência por parte dos clientes frente a outras formas como o cheque e o boleto bancário. Já para os estudantes, o pagamento com cartão de crédito permite a facilitação no parcelamento do valor do pacote.

Por fim, elaborou-se uma questão aberta, onde os pesquisados tiveram a oportunidade de opinar em relação às formas de abordagem dos agentes de viagens junto aos estudantes. A pesquisa apontou que 58,75% dos pesquisados não souberam responder. Para 26% dos estudantes, a maneira ideal de abordagem



seria através de apresentações em sala de aula, ao passo que, 10% manifestaram a preferência pela utilização das redes sociais e mala direta como formas de abordagem.

Assim, a análise das informações coletadas na pesquisa servirá como base na elaboração de propostas de roteiros de viagens, que deverão estar alinhadas às preferências apontadas pelos estudantes. Somado a isso, a realização da pesquisa proporcionou ao autor a oportunidade de interação com estudantes de diferentes instituições de ensino, percebendo a boa aceitação dos mesmos, em relação à proposta central desse estudo.

Propostas de pacotes de viagens alinhados ao perfil dos estudantes⁴

Tendo por base as informações obtidas na análise da pesquisa, foram elaboradas duas propostas de pacotes de viagens que se aproximam dos parâmetros apontados pelos estudantes, como a preferência por viagens para locais que ofereçam boas opções de lazer, além de atrativos culturais.

Desse modo, elaborou-se a proposta de pacote de viagem para São Paulo. A escolha desse destino se deve ao fato de a cidade dispor de um diversificado leque de atrativos de interesses do segmento de turismo estudantil, museus, teatros e inúmeras opções de lazer e entretenimento.

_

⁴ Cotações praticadas das no site da Operadora Incomum Viagens, no período de novembro de 2012. A escolha da Operadora deu-se pelo fato de o autor desse estudo ter sido colaborador da empresa durante o ano de 2012. Os valores das cotações estão sujeitos a alterações.



Modelo de proposta de pacote de viagem para São Paulo



INCOMUM VIAGENS

Rua Adolfo Melo, 38 - sala 502 - Centro Florianópolis - SC - CEP: 88015090

Fone: (48) 3211-5600 / Fax: (48) 3211-5625

Agradecemos a preferência pela INCOMUM VIAGENS como sua agência de viagens.

Segue abaixo orçamento de viagem conforme solicitação:

Orçamento de Viagem - NÚMERO 00160412 Sábado, 10 de Novembro de 2012

Informações sobre o roteiro

Destino Turístico Origem da Viagem Período

São Paulo/SP Florianópolis (FLN) 22/03/2013 a 24/03/2013

Hóspedes

Qtde Adultos Qtde Crianças

Hotel

Hotel Endereço Telefone Entrada Saída PERGAMON HOTEL Rua Frei Caneca, 80 11 3123-2021 22/03/2013 24/03/2013

Consolação São Paulo/SP

Acomodações

Qtde Apartamento Refeição 1 Luxo – Duplo Café da manhã

Trechos Aéreos

	Cia Aérea	Horário	Tipo	Aeroporto	Voo
IDA	Avianca	07:25	PARTIDA	Florianópolis	6319
22/03/2013	Avianca	08:35	CHEGADA	Sao Paulo - Guarulhos	
VOLTA	Avianca	21:45	PARTIDA	Sao Paulo - Guarulhos	6318
24/03/2013	Avianca	22:45	CHEGADA	Florianópolis	

Valores por pessoa (Sem as taxas de embarque)
Preço por pessoa em Apto DBL R\$
Taxas (embarque e outros) por passageiro R\$
537,47
42,70

Fonte: Incomum Viagens (2012).



A segunda proposta de pacote de viagem para Porto Seguro, na Bahia. Esse destino é conhecido por receber anualmente milhares de estudantes, que são atraídos pelas festas e belezas naturais que o local apresenta.

Proposta de viagem para Porto Seguro



INCOMUM VIAGENS

Rua Adolfo Melo, 38 - sala 502 - Centro Florianópolis - SC - CEP: 88015090 Fone: (48) 3211-5600 / Fax: (48) 3211-5625

Informações sobre o roteiro Destino Turístico Porto Seguro/BA Origem da Viagem Período

Florianópolis (FLN) 25/04/2013 a 28/04/2013

 Hotel
 Telefone
 Entrada
 Saída

 PRAIA MAR HOTEL
 73 3421-6085
 25/04/2013
 28/04/2013

Apto – Duplo Café da manhã

Receptivos

Receptivo Serviço

TAIPE Aeroporto / Hotéis Porto Seguro / Aeroporto passeio pela cidade

TURISMO

Transporte regular em veículos com ar condicionado até o hotel escolhido no pacote, dentro do perímetro urbano de Porto Seguro.

Passeio pela cidade:

Comece a conhecer um pedaço do Brasil de ontem pela cidade alta, com construção do séc. XVI como as Igrejas: São Benedito (1549

Igreja Matriz de Nossa Sra.da Pena (1535), Igreja da Misericórdia (1526), as ruínas do primeiro colégio jesuíta do Brasil, o paço Municipal (1773) hoje a sua parte baixa (antiga prisão) serve como museu com imagens e móveis do Séc. XVII e XVIII e a parte alta como gabinete do Prefeito. Finalizando o marco de posse das terras brasileiras trazidas por Gonçalo Coelho (1503). (Não esquecer câmera fotográfica, filmadora. Usar tênis ou sandálias confortáveis e roupas leves).

	Cia Aérea	Horário	Tipo	Aeroporto	Voo
IDA	Tam	13:55	PÄRTIDA	Florianópolis	JJ 3184
25/04/2013	Tam	16:45	CONEXAO	Sao Paulo - Guarulhos	JJ 3612
25/04/2013	Tam	18:55	CHEGADA	Porto Seguro	
VOLTA	Tam	08:30	PARTIDA	Porto Seguro	JJ 3731
28/04/2013	Tam	11:50	CONEXAO	Sao Paulo - Congonhas	JJ 3115
20/04/2013	Tam	13:07	CHEGADA	Florianópolis	
Duage w	D	•		•	700.40

Preço por pessoa R\$ 790,46
Taxas (embarque e outros) por passageiro R\$ 38,52

Fonte: Incomum Viagens (2012).

Festival de
TURISMO
das Cataratas do Iquaçu

Por fim, é importante destacar o importante papel do profissional do turismo

na elaboração dos pacotes de viagens, estando preparado para melhor orientar os

estudantes em todas as etapas da realização de uma viagem.

Considerações Finais

O crescimento dos indicadores econômicos abriu espaço para o aumento

considerável no número de empresas que operam no mesmo mercado, acirrando a

concorrência e a oferta ampliada de produtos e serviços. Nesse cenário, o presente

estudo destacou a importância da segmentação de mercado como forma de auxiliar

as organizações no alcance dos objetivos traçados pelas organizações, além da

necessidade de direcionar os esforços e ações de acordo com as características e

os anseios dos consumidores.

Assim como nos demais ramos da economia, as empresas que atuam no

setor de turismo também se deparam com os desafios decorrentes da acirrada

concorrência de mercado, tendo a segmentação como uma importante aliada na

busca de resultados satisfatórios, tanto para as empresas quanto para seus

consumidores.

Nesse contexto, a proposta de conhecer as características e preferências dos

estudantes de instituições de ensino superior de Florianópolis mostrou-se relevante,

uma vez que permitiu ao pesquisador identificar as potencialidades que o segmento

de turismo estudantil pode representar paras as empresas turísticas, com relação â

comercialização de pacotes de viagens para esse público-alvo.

Referências

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais.

Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BULL, Adrian. La economia del sector turístico. Madrid: Alianza Editorial, 1991.

12



COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo.** São Paulo: Cobra Editora & Marketing, 2005.

DI BELTRÃO, Otto. **Turismo:** a indústria do século XXI. Osasco: Novo Século, 2001.

GIARETTA, Maria José. Turismo da juventude. São Paulo: Manole, 2003.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

INCOMUM VIAGENS. **Operadora de Turismo.** Disponível em: https://www.incomumviagens.com.br/>. Acesso em: 05 nov. 2012.

KOTLER, Philip. Admnistração de Marketing. São Paulo: Atlas, 1996.

MCKENNA, Richard. **Marketing de Relacionamento.** São Paulo: Editora Campus, 1999.

PAIXÃO, Márcia Valéria. Comportamento do consumidor e marketing de relacionamento. 20. ed. Curitiba: Ibepex, 2009.