

ADEQUAÇÃO DA HABITAÇÃO DE PRAIA PARA O TURISTA ARGENTINO EM FLORIANÓPOLIS - SANTA CATARINA

MARÍA MERCEDES SOSA DE SOSA
LUIZ FERNANDO M. HEINECK, PhD
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Resumo: A vinda de turistas argentinos para a Ilha de Florianópolis-Santa Catarina tem aumentado consideravelmente até o ano 1994, segundo pesquisas realizadas pela Santur, órgão responsável pelo turismo do Estado. O apartamento surge como uma opção de hospedagem muito procurado por estes.

Esta pesquisa tenta determinar os atributos requeridos pelo turista argentino nos apartamentos oferecidos para locação quanto a localização, ambientes necessários, instalações, equipamentos entre outros. Para isto, nos meses de janeiro e fevereiro de 1993, são realizadas entrevistas mediante questionário nos prédios da apartamentos situados nas praias mais freqüentadas por este público.

A determinação destes atributos são fundamentais para a definição do tipo de empreendimentos destinados a este segmento de mercado, visando um melhor desempenho do espaço construído, e possibilitando um retorno maior e mais rápido do capital de quem investe neste setor: empresas de engenharia, imobiliárias e proprietários de apartamentos.

Abstract. An increasing number of Argentinian Tourists demanding rental accommodation in the form of flats during summer time in the island of Santa Catarina, city of Florianópolis, Brazil, motivates research on how best cater for their temporary housing requirements.

This work deals with the analyses of in-depth interviews with some 100 argentinian tourists made in January and February 1993, trying to evaluate flats attributes like number of bedrooms, living and dining spaces, equipments, services, distance to the beach and distance to commercial facilities.

Results are displayed in the form of graphs and tables allowing building developers to improve this sort of Tourism accommodation and increase its financial rentability.

1.- INTRODUÇÃO.

1.1. CONTEXTO DA PESQUISA.

Toda a beleza natural e a riqueza histórica e cultural estampada em sua arquitetura e museus tem feito de Florianópolis um lugar com numerosos atrativos para o visitante.

Na atualidade, é reconhecida como um dos pólos turísticos mais importantes do sul do país. O movimento de turistas na Ilha tem aumentado consideravelmente nos últimos anos, segundo pesquisas realizadas pela SANTUR, órgão responsável pelo turismo em Santa Catarina.

A EMBRATUR, Empresa Brasileira de Turismo, classifica oficialmente os meios de hospedagens da seguinte maneira: hotel residência (apart-hotéis, flats), hotel de lazer, hotel, pousada, camping, ambientais ecológicos e hospedaria de turismo. Estas diferenciam-se umas das outras acrescentando ou reduzindo aspectos como serviços, conforto, recreação, áreas de uso privativo e coletivo, etc. Segundo os atributos e preços respectivos estas empresas atingem diferentes setores do mercado turístico.

Chama a atenção a utilização nos últimos anos de apartamentos e casas de aluguel como meio de hospedagem, principalmente por parte dos turistas

estrangeiros os quais não se encontram dentro da classificação da EMBRATUR. Devido a este fenômeno surge uma acelerada produção de empreendimentos habitacionais nas praias de Florianópolis.

Motivaram a realização desta pesquisa a inquietude por saber se, paralelamente a todo o amplo trabalho de divulgação turística que vem se realizando, existem esforços orientados a dar respostas às necessidades do turista, no que se refere às características dos apartamentos que lhes são oferecidos. O turista traz toda uma bagagem de costumes e peculiaridades culturais próprias da região e do país onde ele habita, as quais definem necessidades específicas que irão ser por eles procuradas na hora de buscar hospedagem.

Foi escolhido o turista argentino como público alvo desta pesquisa devido ao fato de representar uma maioria predominante do turismo proveniente do exterior para Florianópolis na alta temporada como mostra a Figura 1.

1.2. OBJETIVO DA PESQUISA.

O objetivo desta pesquisa é determinar os atributos requeridos pelo turista Argentino que chega a Florianópolis, nos apartamentos oferecidos para locação, no que tange a localização dos mesmos; especificações dos apartamentos: ambientes necessários, áreas, decoração, equipamentos, instalações; espaços e opções de lazer de uso coletivo;

características do entorno: residencial, comercial e distribuição dos espaços.

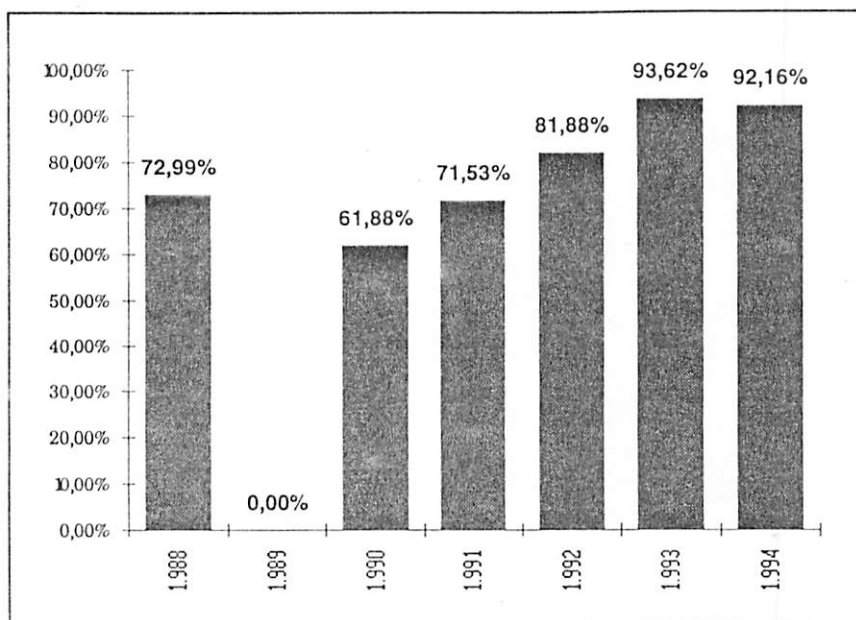


Figura 1: Frequência do turista argentino em Florianópolis em relação ao turismo estrangeiro (1).

OBSERVAÇÃO: Dados de 1989 não disponíveis.

1.3. RELEVÂNCIA DO TRABALHO.

A determinação das características que o turista procura no apartamento é fundamental no momento de adquirir o terreno, definir o projeto, instalações e equipamentos dos empreendimentos destinados à área turística, visando um melhor desempenho do espaço construído. Desta maneira, o investidor dispõe das diretrizes necessárias para melhor aplicação do seu dinheiro com um retorno maior e mais rápido do capital investido e o turista atinge o nível de satisfação de acordo com suas expectativas em relação a alojamento.

1.4. DADOS SOBRE O TURISMO DE FLORIANÓPOLIS.

Segundo a Análise da Demanda Turística em Florianópolis, levantados pela SANTUR, em 1992 (ano imediato anterior a esta pesquisa) visitaram o Estado de Santa Catarina 1.339.297 turistas, dos quais 351.698, equivalente a 26,26%, vieram para Florianópolis. Do total de turistas que visitou o Estado, 81,5% (1.091.527) são procedentes do território nacional e

18,5% (247.770) são estrangeiros. Florianópolis acolheu 60,46% (149.797) dos turistas estrangeiros.

A Figura 2 mostra a evolução da movimentação turística nos últimos 8 anos na Ilha de Florianópolis. Observa-se que tanto o turismo nacional como o estrangeiro tem um aumento progressivo até o ano 1991. Em 1992 o turismo nacional sofre uma queda significativa enquanto que o turismo estrangeiro quase triplica.

A tabela 1 ilustra permanência média em dias dos turistas nacionais e estrangeiros nos hotéis e em todos os meios de hospedagens segundo os dados levantados pela SANTUR nos meses de janeiro e fevereiro dos respectivos anos.

Percebe-se que apesar da permanência nos hotéis ter aumentado nos últimos anos continua sendo bastante menor em relação aos outros meios de hospedagens. Nesta tabela a permanência média em hotéis refere-se aos turistas nacionais e estrangeiros, e os dados sobre todos os meios de hospedagens (incluindo hotéis) refere-se aos turistas nacionais e estrangeiros por separado.

		1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
HOTÉIS	GERAL	4,00	4,08	4,07	3,87	3,95	4,49	5,97	8,39
	NACIONAIS	9,52	-	9,67	11,79	11,89	9,24	10,12	10,53
EM TODOS OS MEIOS DE HOSPED.	ESTRANG.	15,28	-	13,73	13,30	12,30	15,94	14,75	12,81

Tabela 1: Permanência média nos hotéis e nos outros meios de hospedagens (em dias).

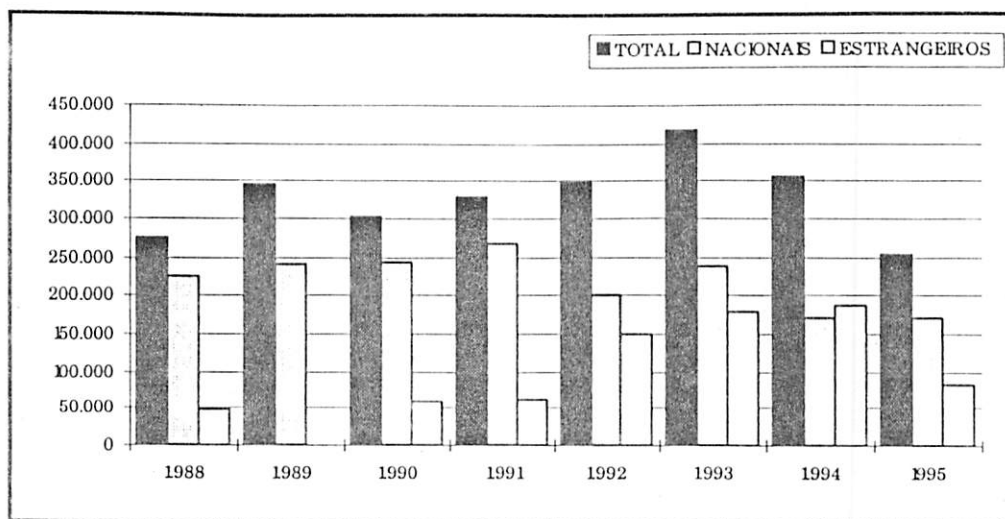


Figura 2: Movimentação turística em Florianópolis, 1988-1994.
OBSERVAÇÃO: Dados de 1989 sobre movimentação de estrangeiros em Florianópolis não disponíveis.

Na Figura 3 observa-se que os meios de hospedagens mais utilizados pelos turistas estrangeiros em Florianópolis até o ano 1990 são os hotéis e os

campings segundo dados levantados pela SANTUR. A partir de 1991 surge uma alta demanda por apartamentos e casas de aluguel.

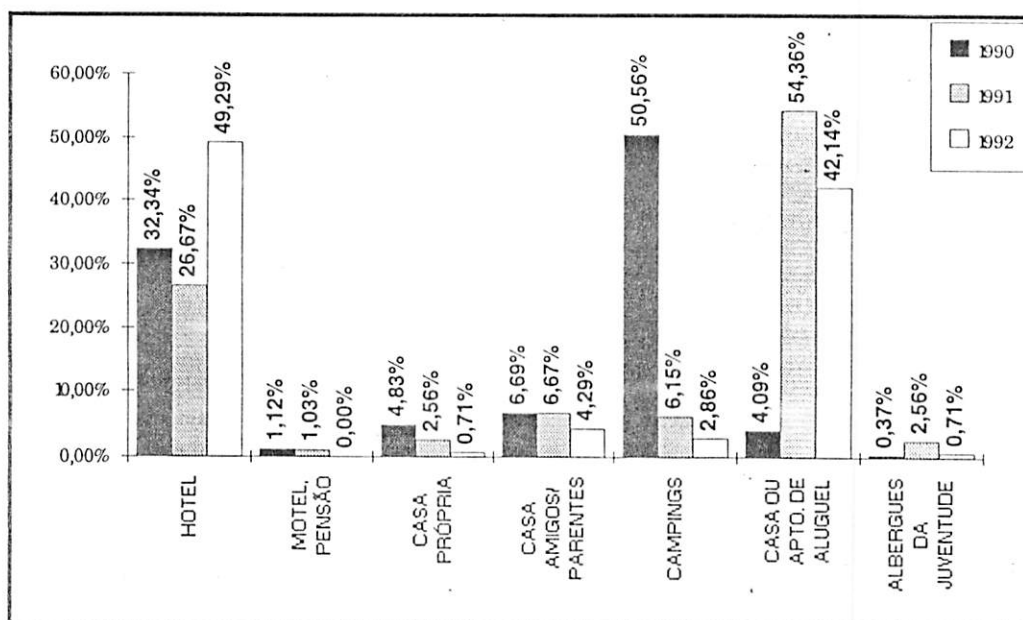


Figura 3: Meios de hospedagens utilizados pelos turistas estrangeiros nos anos anteriores à pesquisa.

Na Figura 4 pode-se observar os meios de hospedagens utilizados nos últimos anos pelos turistas estrangeiros, segundo a mesma fonte, observando-se que a procura por apartamentos é quase o dobro em relação à procura por hotéis.

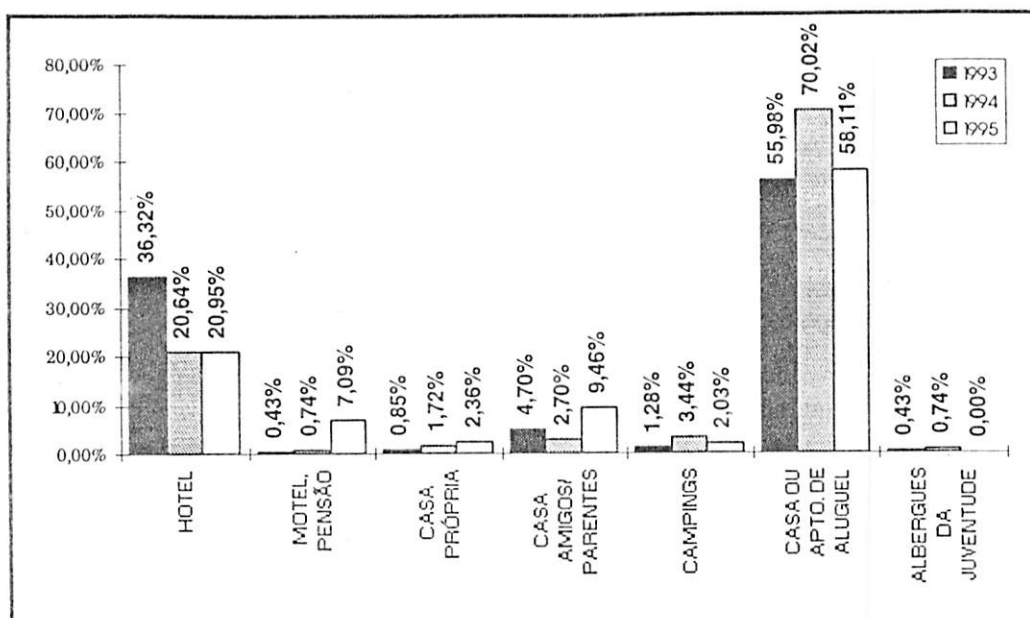


Figura 4: Meios de hospedagens utilizados pelos turistas estrangeiros nos anos posteriores à pesquisa.

Chama-se a atenção em relação ao aumento da procura por casas e apartamentos como meio de hospedagem por parte do turista estrangeiro observadas nas figuras 3 e 4. Corresponde então observar com detenimento o comportamento deste setor no intuito de atender satisfatoriamente aos anseios em relação a este tipo de alojamentos.

1.5. O USUÁRIO: PREMISSA BÁSICA DO PROJETO.

Os apartamentos destinados à locação caracterizam-se por ser compactos, onde cada metro quadrado deve estar perfeitamente justificado segundo as necessidades do consumidor. Isto é possível possuindo dados precisos a respeito do mercado a ser atendido.

Parte-se aqui da definição de SILVA (1994): o projeto arquitetônico é uma proposta de solução para um particular problema de organização do entorno humano, através de uma determinada forma construível, bem como a descrição desta forma e as prescrições para sua execução. O processo criativo na arquitetura deve responder a um determinado programa, que é essencialmente um inventário das necessidades ou requisitos reais do futuro usuário. É exigível, portanto, um mecanismo de avaliação das proposições estabelecidas.

Considerando a habitação de praia como objeto de consumo, devem-se determinar sistematicamente as características fisiológicas, antropométricas, psicológicas e culturais na solução dos diferentes aspectos da relação usuário-habitação.

Nos últimos anos desenvolveram-se diversas pesquisas e trabalhos que procuram criar metodologias cada vez mais precisas na interpretação dos níveis de satisfação do usuário, visando nortear as decisões dos indivíduos envolvidos no processo de concepção e

produção de produtos. O produto da indústria da Construção Civil também vulnerável a esta consideração vêm sendo objeto de diversos trabalhos comentados por FREITAS (1995).

Surge há cerca de 25 anos nos EUA a área do conhecimento APO: Avaliação Pós-Ocupação que combina a avaliação técnica e o ponto de vista dos usuários do espaço construído. Neste sentido, ORNSTEIN (1992) alerta que o fato de existirem ainda poucas pesquisas voltadas para a fase de uso, operação e manutenção, faz com que seja reduzida a vida útil dos ambientes construídos pela ausência desde o projeto desse tipo de análise preventiva.

A autora acrescenta ainda que ocorre também a repetição de falhas em projetos futuros de edifícios semelhantes, devido à ignorância dos fatos ocorridos em ambientes já em uso. Assim é que a APO é um dos mecanismos eficientes de realimentação de projetos semelhantes e de controle de qualidade do ambiente construído no decorrer de sua vida útil.

1.6. METODOLOGIA DA PESQUISA APLICADA EM CAMPO.

A coleta de dados desta pesquisa é feita mediante questionário aplicado durante entrevista com o turista argentino durante os meses de janeiro e fevereiro de 1993. O mês de março é descartado para a realização das entrevistas devido a que, segundo informação fornecida pelas imobiliárias e administração dos apart-hotéis, nesta época os hóspedes são radicalmente diferentes tratando-se de um público de terceira idade e em menor escala famílias com filhos pequenos (fora da idade escolar). Estes correspondem a um nível econômico menor em relação ao caracterizado nos meses de janeiro e fevereiro, que aproveitam pacotes de final de temporada com descontos de até 50% nas hospedagens.

A pesquisa desenvolveu-se nas praias de Canasvieiras, Praia Brava, Cachoeira do Bom Jesus e

Inglese, por serem as mais freqüentadas pelo público alvo segundo tem indicado as imobiliárias.

Foram realizadas 102 entrevistas em apartamentos, prédios de apartamentos e condomínios de apartamentos pré-determinados, enquadrados dentro de um padrão médio-alto de acabamento.

Percebe-se que o nível cultural da faixa de turistas escolhido permite a compreensão da relevância deste tipo de trabalho. Também foi muito bem aceito o fato de que este trabalho tem o apoio total das imobiliárias e empresas de engenharia, no intuito de melhorar o atendimento e infra-estrutura oferecidos ao turista.

O questionário é estruturado da seguinte maneira:

Primeira parte: Dados sobre os integrantes do grupo hospedado no apartamento, isto é, caracterização do público que utiliza estes imóveis, quanto a número de pessoas, conformação social do grupo hospedado (uma ou mais famílias, amigos, etc.), idades, tempo de permanência, meio de transporte utilizado, procedência, entre outros.

Segunda parte: Preferências em relação ao imóvel e seu entorno: localização, tipo de edifício (prédio de apartamentos, condomínio de apartamentos, casa, condomínio de casas, etc.), características do bairro (comercial, residencial), etc.

Terceira parte: Aqui a estrutura do questionário usa como referência conceitual o modelo proposto por KANO (1984) que classifica o produto segundo suas qualidades *objetivas* constituídas pelas variáveis de exigência e as qualidades *subjetivas*, ou seja, as condições desejáveis ou aspiradas.

É solicitado ao respondente atribuir os cômodos, instalações, equipamentos, áreas de lazer e outros segundo os seguintes conceitos:

a.- **FUNDAMENTAL**: Trata-se da característica que, quando plenamente incorporada, constitui uma presença *óbvia*, enquanto que a sua ausência causa uma falta de identidade do produto, provocando *insatisfação plena*. Denomina-se elemento da qualidade obrigatória;

b.- **IMPORTANTE**: trata-se da característica que, quando incorporada, traz *satisfação*, enquanto que a sua ausência conduz à *insatisfação*. Denomina-se elemento da qualidade unidimensional;

c.- **POUCO IMPORTANTE**: trata-se da característica que, quando plenamente incorporada, conduz a uma *satisfação plena*, porém que no caso parcial, constitui um fator de *resignação*. Denomina-se elemento da qualidade atrativa;

d.- **INDIFERENTE**: trata-se da característica que, mesmo quando plenamente incorporada ou não, resulta numa *indiferença* do usuário. Denomina-se da qualidade indiferente;

e.- **NÃO GOSTO**: trata-se da característica que, mesmo quando plenamente incorporada, provoca *insatisfação* junto ao usuário, ou ainda apesar de ser incompleta, resulta numa *insatisfação plena* do consumidor. Denomina-se elemento da qualidade reversa.

2.- RESULTADOS DA PESQUISA.

2.1. CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-ECONÔMICA DO TURISTA.

O turista argentino que aluga apartamento nos meses de janeiro e fevereiro é o turista de férias que vem em busca de lazer e descanso, e cuja permanência esta condicionada ao recesso das atividades laborais e/ou escolares.

A maioria destes grupos de turistas, são famílias em 83,33% dos casos, constituídas pelo pai, a mãe e filhos. Os grupos restantes são conformados por casais sem filhos, 2 ou mais casais ou grupos de amigos. As famílias são compostas de 2 filhos em 40,35% dos casos e de 3 filhos 34,21% das vezes, ou seja que 74,56% das famílias caracterizam-se por estar conformadas por 4 ou 5 integrantes. A idade média dos pais oscila predominantemente entre 40 e 45 anos, sendo os filhos menores de 10 anos em 69,32% dos casos.

A média do número de integrantes dos grupos é predominantemente de 4 pessoas com tendência para 5, sendo a permanência média 14 dias.

A renda mensal média destas famílias está em torno de US\$ 45.000 a 60.000 por ano, que equivale a US\$ 3.750 a 5.000 por mês.

2.2. CARACTERÍSTICAS URBANAS DESEJADAS.

Solicitou-se fossem indicadas quais praias seriam preferidas caso estas contassem com a estrutura urbana por eles procuradas para passar a temporada. As praias mais citadas como primeira opção foram Praia Brava e Jurerê Internacional, como segunda opção encontra-se Jurerê Antigo seguida de Jurerê Internacional e Praia Brava.

Centrando a atenção nas praias mais solicitadas, isto é, Praia Brava, Jurerê Internacional e Jurerê Antigo, destacam-se características em comum quanto à estrutura urbana comentadas seguidamente:

a.- as praias escolhidas contam com um planejamento urbanístico ordenado, baixa densidade de construções, amplas áreas verdes, e escassa atividade comercial;

b.- ausência ou baixa freqüência no serviço de ônibus urbano que confere certa exclusividade quanto ao público que tem acesso a elas como é o caso da Praia Brava e Jurerê Internacional;

c.- a escassa estrutura comercial nestas praias propicia a existência de movimentação noturna moderada.

Cabe destacar o fato da praia de Canasvieiras ter ficado no oitavo lugar dentre as catorze selecionadas constituindo apenas 6,00% das preferências, apesar de ser a praia mais concorrida na temporada pelo turista argentino.

O baixo percentagem atribuído à Praia de Canasvieiras é devido à aglomeração de construções de todo tipo no centro comercial do balneário; a ausência de serviços eficientes de coleta de lixo e limpeza das ruas; problemas constantes no abastecimento de água e energia elétrica causadas pelo congestionamento das redes, cujo dimensionamento não previu as proporções do crescimento da demanda verificado atualmente nesta praia; falta de serviço de limpeza da

praia; ausência de instalações sanitárias imprescindíveis em praias que registram números muito altos de frequência de banhistas como é o caso de Canasvieiras; falta de planejamento urbanístico a beira mar, entre outros.

2.3. LOCALIZAÇÃO DO IMÓVEL.

Nas entrevistas realizadas junto ao turista argentino foi levantado que o edifício deve estar localizado preferencialmente a menos de 200 metros de distância da praia, em ruas predominantemente residenciais, e próximas dos centros comerciais.

É importante a existência nas proximidades de supermercado com padaria em primeiro lugar e farmácia em segundo lugar.

O turista viaja em busca de lazer na época de descanso das ocupações profissionais habituais. Havendo convivido o ano todo com o ruído e movimentação urbana intensa, busca no período de férias um lugar tranquilo, longe do ruído e comércio e silencioso à noite.

Para o turista que vem de ônibus ou avião a proximidade dos centros comerciais é fundamental porque dispensa-lhe de ter que fazer grandes deslocamentos e de depender de meios de locomoção como o taxi, que é um meio caro de transporte, ou de ônibus que tem o inconveniente de ter uma frequência muito baixa.

O mesmo critério é válido para o turista que vem de carro, que acostumado a depender dele o ano todo e depois de ter dirigido dois ou três dias na estrada: o fato de dispensar o carro nos dias de férias é um alívio.

2.4. TIPO DE IMÓVEL PROCURADO.

O condomínio de apartamentos é o tipo de hospedagem escolhido por uma fatia majoritária de turistas argentinos. Destaca-se neles a valorização do ambiente familiar principalmente. O segundo atributo é o aspecto segurança que oferece um condomínio com zelador e vigia, sendo o sistema mais confiável para os entrevistados.

O turista busca dentre outros em Florianópolis principalmente tranquilidade, natureza e esportes ao ar livre. Os edifícios e condomínios de apartamentos devem propiciar estas condições mediante boa localização do imóvel, topografia do terreno bem aproveitada, orientação favorável dos cômodos, quadras de esportes com abundante tratamento de verde no seu entorno e cuidando de sua implantação no projeto, decoração dos ambientes privativos e coletivos com predominância de materiais, texturas e cores que projetem a natureza no interior dos mesmos.

2.5. CARACTERÍSTICAS DOS APARTAMENTOS.

DORMITÓRIOS.

A composição familiar padrão do turista argentino que vem a Florianópolis vista anteriormente, confirma que o apartamento para este setor de mercado

deve ser de 2 dormitórios como tem indicado 79,79% dos entrevistados.

Existe preferência em relação ao dormitório matrimonial com banheiro privativo (suite), que proporciona mais intimidade ao casal.

BANHEIROS.

Foi indicado como necessário 2 banheiros em cada apartamento.

Tem chamado a atenção deles a ausência de bidês nos banheiros, quando este é um equipamento fundamental para os seus hábitos de higiene, segundo indicou 87,23% dos entrevistados.

O uso dos banheiros restringe-se somente aos fins de higiene devendo contar para isto com lavatório, vaso sanitário, bidê e chuveiro. A instalação de banheira e hidromassagem são desnecessárias, já que o interesse do turista nesta época é aproveitar o sol, o mar, a vida ao ar livre.

SALA DE ESTAR E SALA DE JANTAR.

As distribuições indicadas como mais apropriadas integram a sala de jantar à sala de estar como também a cozinha integrada a elas sem ser muito direta. Esta última foi muito bem aceita, considerando que a maioria dos prédios onde a pesquisa foi realizada conta com esta estruturação espacial. Já a proposta da cozinha e copa no mesmo espaço não teve maior aceitação.

Estas distribuições propostas permitem que várias atividades próprias destes ambientes sejam realizadas simultaneamente sem com isso desagregar o grupo familiar.

Foi perguntado a eles quais atividades realizam durante o tempo de permanência no apartamento. Em primeiro lugar 38,46% afirmou que preferentemente são procuradas formas de entretenimento fora do apartamento, atividades diferentes daquelas realizadas no dia a dia e a oportunidade de conhecer lugares novos.

Mas também existem momentos em que eles permanecem no apartamento, nos quais realizam atividades de lazer entre elas leitura e jogos de mesa principalmente. Estas atividades requerem a adequação dos espaços para a realização dos mesmos. Para a leitura de livros e revistas geralmente é preciso um sofá confortável e iluminação adequada. A leitura de jornais dependendo do tamanho destes e do hábito do leitor poderá exigir uma superfície ampla que facilite o manuseio do mesmo, para o qual pode ser utilizada a mesa de jantar.

Segundo foi constatado durante as entrevistas a mesa de jantar é improvisada como mesa de jogos.

Portanto é necessária uma área destinada à sala de jantar que comporte uma mesa para 4 a 5 pessoas, e conte com boa iluminação natural e artificial para as atividades que nela são realizadas.

VISTA PANORÂMICA.

Como a sala de estar destaca-se como o ambiente do apartamento mais freqüentado neste período, uma orientação privilegiada quanto a vistas panorâmicas é importante. A possibilidade de

integração com a paisagem natural é uma característica muito valorizada. Segundo declarações do turista estrangeiro em Florianópolis nas pesquisas realizadas pela SANTUR os atrativos naturais são o motivo principal da sua vinda a Florianópolis.

caso eles se defrontem com a situação de ter que optar entre vistas panorâmicas e proximidade da praia a maioria indicou que escolheria esta última. Ou seja, a proximidade da praia constitui neste caso um atributo fundamental, uma condição óbvia. As vistas panorâmicas neste caso passam a ser um atributo importante, uma condição desejável ou aspirada.

SACADAS.

Reforçando os conceitos anteriores, uma sacada contígua à sala de estar com área ampla de maneira a poder comportar uma mesa e 4 cadeiras foi a escolha majoritária.

Um área aproximado para este fim seria de pelo menos 3,00 m². A sacada representa um espaço aberto ou semi-aberto, rompendo assim com a predominância de limites físicos que caracteriza os apartamentos. A sacada permite que, mesmo permanecendo no apartamento o usuário passe a ficar integrado à paisagem, seja esta natural ou urbana, desaparecendo ou minimizando a sensação de estar num espaço fechado.

Os materiais utilizados nos guardacorpos destas sacadas devem oferecer ao mesmo tempo segurança e transparência (ou permitir a visibilidade através deles).

A transparência responde a três motivos:

1. permitir observar a paisagem a quem esta sentado na sacada;
2. permitir a integração interior-exterior;
3. permitir às crianças pequenas a observarem o exterior através deles sem necessidade de subir sobre cadeiras ou outros com o eminente perigo de acidentes graves.

COZINHA.

Um espaço destinado à cozinha é fundamental nestes apartamentos, cuja área é determinada pelos equipamentos básicos tais como: geladeira, fogão, pia, uma bancada para o preparo dos alimentos, área para circulação e manuseio dos móveis e equipamentos.

As refeições realizadas com maior frequência no apartamento são o café da manhã e o café da tarde. Com menor frequência é realizado o almoço que em muitas ocasiões é substituído por um lanche na praia. Já a noite costumam dar um passeio nos centros comerciais fazendo a janta nos restaurantes do lugar. Percebe-se que o almoço é realizado em mais de 50% das vezes no apartamento por 84,45% dos grupos, e a janta é realizada com esta mesma frequência por 69,77% deles.

ÁREA DE ROUPAS.

Uma área para secar as roupas é indispensável nos apartamentos principalmente para as toalhas de praia e de banho que por se tratarem de peças grandes precisam de uma área específica e bem ventilada.

Para o lavado das roupas foram mais indicados uma máquina de roupas ou serviço de lavanderia opcional.

GARAGENS.

Dos turistas hospedados em apartamentos 64,71% vem de carro. Dos 35,29% restantes que vem de avião e de ônibus, 63,89% aluga um carro na maioria dos casos por 2 ou 3 dias para percorrer a Ilha e outros lugares turísticos da região.

No projeto deste tipo de empreendimentos, a localização das garagens merece estudo minucioso. Devido à ausência total de horários nas atividades, não existindo uma boa distribuição da circulação veicular, o ruído do motor dos carros, o abrir e fechar das portas dos mesmos assim como as pessoas conversando, impedem o sono tranqüilo de quem está descansando.

2.6. INSTALAÇÕES.

ÁGUA QUENTE.

Para 77,45% dos entrevistados a instalação de água quente central, preferencialmente o sistema elétrico, é considerada fundamental e importante para 14,71%, principalmente nos banheiros e na cozinha.

O argentino está habituado ao sistema central de abastecimento de água quente o que lhes permite fazer a mistura certa de água fria e água quente para tomar banho. Segundo eles com o chuveiro elétrico é quase que impossível atingir a temperatura desejada além de representar uma aparelho perigoso, com alto risco de dar choques de eletricidade.

Também na cozinha o uso de água quente é diário para a lavação da louça, talheres, e outros elementos, já que eles em primeiro lugar retiram a gordura com água quente para depois proceder à lavagem destes.

VENTILADORES - AR CONDICIONADO.

Tem ampla aceitação a instalação de ventiladores de teto em relação ao ventiladores de mesa. Para 78,43% das pessoas este mecanismo de ventilação é a solução para as altas temperaturas do verão, que atingem maior intensidade ao longo do dia.

Já no período da noite com a ausência do sol a temperatura se torna mais amena e a brisa do mar característica do final da tarde propicia uma sensação térmica agradável.

O ar condicionado foi solicitado nos edifícios com resolução deficiente no sistema de ventilação natural decorrente do projeto ou das características do bairro: alta densidade de edifícios, ruas asfaltadas que conservam o calor do sol absorvido durante o dia, etc.

TELEFONE.

O telefone constitui uma via de comunicação com parentes e amigos que ficaram no país de origem, que se encontram viajando pelo Brasil e outros países. É fundamental para 42,16% e importante para 22,55% das famílias.

Foi indicado como conveniente uma central telefônica no edifício com uma extensão da linha para

cada apartamento sendo desnecessária uma linha telefônica independente.

TV - VÍDEO CASSETE - SOM.

Quanto a aparelho de televisão no apartamento 57,84% indicou que é fundamental e 29,41% que é importante, totalizando ambos 87,25%.

A televisão constitui um meio de informação do que está acontecendo no seu país e no mundo através dos tele-jornais, ou uma opção de lazer nos momentos que passam em casa. Cerca de 72% achou fundamental e importante que houvesse algum tipo de programação em espanhol em rede para o condomínio, ou circuito de vídeo ou TV a cabo, havendo manifestado que o idioma português constitui-se numa barreira para eles assistirem a programação local. Também indicaram não ser necessário o aparelho de videocassete.

Um aparelho de som (rádio-tocafitas) foi apontado como fundamental por 44,12% dos entrevistados e importante por 22,55%. Já a proposta de música ambiente não teve boa aceitação por não oferecer opções quanto o tipo de programação.

CORTINAS.

O uso de cortinas como vedação virtual (para impedir a visibilidade dos ambientes interiores) foi indicado como necessário por prédios carentes de venezianas nas janelas dos quartos. A privacidade virtual nos ambientes em relação a prédios e apartamentos vizinhos deve ser obtida a nível de projeto. Isto permite ao usuário permanecer no apartamento com as janelas abertas desfrutando da paisagem, sem limites virtuais que impeçam ou limitem a integração interior-exterior.

CHURRASQUEIRA.

Quanto à proposta de uma churrasqueira de uso comum no condomínio, a resposta foi de pouco interesse, porque implica em ter que fazer reserva do mesmo com dia e hora marcada, ter que carregar os materiais (comida, bebidas, talheres, etc.).

Já uma churrasqueira no apartamento teve ampla aceitação, sendo a sacada o lugar mais indicado para a sua localização.

Foi levantado porém, a dificuldade de manuseio do sistema brasileiro de churrasqueira com espetos, quando o sistema argentino constitui-se de uma grelha de altura graduável com manivela, assim como a grelha do carvão no sistema brasileiro encontra-se a uma altura muito abaixo da abertura frontal da churrasqueira, quando deveria manter a mesma altura desta.

CHUVEIRO EXTERNOS.

Deve-se prever a instalação de chuveiros nos acessos ao edifício segundo 71,57% dos entrevistados para a retirada de areia do corpo, cadeiras e outros elementos usados na praia, o que favorece a limpeza do prédio e apartamentos.

2.7. DEPÓSITO DE EMBARCAÇÕES.

Todos os entrevistados manifestaram não ter trazido jet-ski ou similares, indicando por tanto serem desnecessários depósitos para embarcações nos prédios.

2.8. SEGURANÇA.

Dos esquemas de segurança propostos no questionário é considerado como fundamental a presença de um vigia com 62,75% em primeiro lugar, de uma portaria com 56,86% em segundo lugar e de condomínio fechado em terceiro lugar com 43,14%.

Perguntados sobre a existência de cofre para a guarda de valores, 29,89% respondeu que acha fundamental e 34,48% respondeu que é importante. É preferida a localização do cofre dentro do apartamento tendo assim ampla liberdade de dispor de seus pertences sem ter que depender de terceiros.

2.9. CIRCULAÇÃO.

O dimensionamento da circulação deste tipo de edifícios deve estar previsto para a troca constante de hóspedes, considerando que a largura de escadas e corredores deve comportar pessoas carregando malas, bagagens e durante a sua estada cadeiras de praia, pranchas de surf e outros.

2.10. ÁREAS DE LAZER.

O aspecto mais solicitado é de áreas verdes, jardins, floreiras, indicado como fundamental por 70,59% dos entrevistados e como importante por 21,57%.

Em segundo lugar 61,76% dos entrevistados considera fundamental a existência de piscina no condomínio e 18,63% importante, totalizando 80,39% do universo considerado, sendo as famílias com filhos na faixa entre 8 e 15 anos é que dá maior importância a este item.

Neste sentido foram solicitadas quadras esportivas no condomínio, sendo o tênis o esporte praticado pela maioria. O paddle também foi indicado por uma fatia menor de adeptos.

A existência de uma sala de jogos é apontada como fundamental por 34,31% e como importante por 27,45% das famílias entrevistadas os jogos mais procurados são o tênis de mesa. Estes jogos constituem-se numa opção de lazer para as crianças principalmente, após a praia no final da tarde e nos dias de chuva.

2.11. SERVIÇOS INTERNOS.

Dentre as pessoas hospedadas em apartamentos 59,80% manifestou a necessidade do serviço de camareira com frequência diária ou até 3 vezes por semana, incluído na taxa paga por dia e com a função de limpar o apartamento e trocar a roupa de cama e banho.

3.- CONCLUSÕES.

O turismo é uma indústria em franco crescimento que movimenta as mais diversas indústrias e serviços do lugar e região aonde é exercido. É portanto necessário profissionalizar o atendimento

voltado para este setor, e deixar para trás a improvisação e a especulação por parte das empresas que trabalham na infra-estrutura e superestrutura do turismo.

A pesquisa mercadológica é o mecanismo mais eficiente de se obter informações exatas e atualizadas a respeito dos anseios dos usuários (existentes ou potenciais). Assim também constitui-se no ponto de partida adequado para uma política de marketing eficiente na fase inicial de qualquer novo empreendimento como também na reestruturação dos já existentes.

A metodologia de pesquisa utilizada no questionário deste trabalho tem-se demonstrado eficiente na classificação dos diversos aspectos solicitados, evidenciando o grau de interesse do entrevistado para cada item abordado. A aplicação do questionário na forma de entrevista pessoal junto ao turista permitiram o levantamento dos dados não só de forma quantitativa como também de forma qualitativa. Ou seja, no diálogo o turista colocou os motivos que o levaram a fazer as diferentes opções. Isto permitiu ter uma melhor compreensão dos aspectos psicológicos e culturais que atuaram como definidores das respostas correspondentes.

Os apartamentos oferecidos para locação são atualmente o meio de hospedagem mais procurados nos últimos anos pelos turistas provenientes do exterior pelas vantagens que oferece: dentro de um preço razoável, um nível de conforto atraente por suas qualidades de acomodação (principalmente nos apartamentos com mais de um quarto), ambiente familiar e segurança principalmente.

Os principais resultados desta pesquisa indicam que o turista argentino procura apartamentos situados a menos de 200 metros de distância da praia, localizados em ruas predominantemente residenciais e próximos dos centros comerciais.

São necessários dois quartos e dois banheiros em média por apartamento decorrente do número de integrantes dos grupos que na média é de 4 a 5 pessoas; sala de estar e sala de jantar integrados e cozinha comunicada de forma indireta a estas.

A área de serviço é necessária devido ao uso freqüente de toalhas.

Sacada na sala de estar é fundamental devendo ser ampla o suficiente para comportar no mínimo 3 a 4 cadeiras que permitam a permanência prolongada nela.

É necessária uma vaga de garagem por apartamento.

As instalações mais importantes são de água quente nos banheiros e na cozinha; uma extensão de telefone; circuito interno de televisão com programação em espanhol ou TV a cabo.

Nas áreas coletivas são procuradas áreas verdes principalmente e piscina para as crianças.

Deve-se estudar também a viabilidade de implantação dos serviços mais solicitados como são: camareira e café da manhã.

FREITAS, Ana Augusta F. de. Modelagem Comportamental dos Decisores Através de Técnicas de Preferência Declarada: Uma Aplicação no Setor Imobiliário de Florianópolis- SC. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Julho de 1995.

KANO, Noriaki. Attractive Quality and Must Be Quality, Revista Hinshitsu, vol.14, n. 2, abril 1984.

ORNSTEIN, Sheila. Avaliação Pós-Ocupação do Ambiente Construído. Editora da Universidade de São Paulo. Livros Estúdio Nobel, 1992.

SANTUR, Santa Catarina Turismo S/A. Estudo da Demanda Turística, Comparativo de Alta Temporada 1988/95, Elaboração: Marco Aurélio da Costa, Assessoria de Planejamento.

SILVA, Elvan. Uma Introdução ao Projeto Arquitetônico. 1a. Edição: 1984. Editora da Universidade, UFRGS.

4. BIBLIOGRAFIA