

12º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP - 2021

Inovação durante a Pandemia da COVID-19 nos meios de hospedagem das cidades de Cubatão, Santos e São Vicente.

GABRIELLE VICTÓRIA ZITEI V. DA SILVA¹, FERNANDO RIBEIRO DOS SANTOS²

¹ Graduanda em Bacharelado em Turismo, IFSP, Campus Cubatão, Bolsista de Iniciação Científica pelo NESPNI - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Negócios Internacionais, victoriazitei@gmail.com

² Prof. Dr. no Instituto Federal de São Paulo - Campus Cubatão e Líder do NESPNI - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Negócios Internacionais, fernando_rsantos@ifsp.edu.br

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.02.03.00-5 Administração de Setores Específicos

RESUMO: No Brasil há muito espaço para a fomentação e expansão do turismo, o qual, vinha apresentando um crescimento importante nos últimos anos em muitos países. O setor de serviços, que inclui os meios de hospedagens, depende de maneira direta de pessoas para gerar empregabilidade e movimentação de dinheiro. No entanto, devido a pandemia da COVID-19, o setor foi brutalmente atingido, sendo obrigado a paralisar suas atividades devido a proibição de funcionamento de serviços não essenciais definida pelos governos tanto estaduais quanto municipais. Tendo em vista esse cenário crítico, essa pesquisa apresenta como objetivo geral compreender como os meios de hospedagens das cidades de Cubatão, Santos e São Vicente aplicaram inovações em tempos de pandemia. A coleta de informações ocorreu a partir da análise de dados secundários com consulta ao Cadastur, mídias sociais dos meios de hospedagens e *webpages*. Sendo assim, uma pesquisa exploratória e descritiva. Essa pesquisa faz parte do NESPNI (Núcleo de Estudos e Pesquisas em Negócios Internacionais).

PALAVRAS-CHAVE: Inovação; Mídias Sociais; Pandemia; Hospedagens; COVID-19.

Innovation during the COVID-19 Pandemic in accommodation facilities of the cities of Cubatão, Santos and São Vicente.

ABSTRACT: In Brazil there is a lot of room for the promotion and expansion of tourism, which has shown important growth in recent years in many countries. The service sector, which includes the means of accommodation, depends directly on people to generate employability and money movement. However, due to the COVID-19 pandemic, the sector was brutally affected, being forced to paralyze its activities due to the prohibition of operation of non-essential services defined by both state and municipal governments. In view of this critical scenario, this research has the general objective of understanding how the means of accommodation in the cities of Cubatão, Santos and São Vicente applied innovations in times of pandemic. The collection of information occurred from the analysis of secondary data with consultation with Cadastur, social media of the accommodations and *webpages*. Thus, an exploratory and descriptive research. This research is part of the NESPNI (Center for Studies and Research in International Business).

KEYWORDS: Innovation; Social Media; Pandemic; Accommodations; COVID-19.

INTRODUÇÃO

A pandemia da COVID-19 gerou a paralisação de diversos setores, algumas empresas conseguiram migrar suas atividades para o virtual, apresentando assim algum tipo de inovação. Segundo Hjalager (2010), devido à capacidade de inovação apresentada ao decorrer dos anos, as indústrias de serviços e o turismo vem mostrando destaque, sendo as pesquisas o meio mais intenso de captar as ações econômicas geradas pela inovação dos setores. Há diversos conjuntos que categorizam a inovação: “ações de produto, processo, organizacional/gerencial e de mercado”. Mas a maioria tem como foco aprimorar os serviços, agregando valor para produzirem novas experiências.

Como Objetivo Geral pretende-se compreender como a inovação foi aplicada durante a pandemia pelos meios de hospedagem das cidades de Cubatão, Santos e São Vicente. Como Objetivos específicos têm-se: identificar o que os meios de hospedagem entendem como inovação, descrever como aplicam essas inovações, identificar se adotam alguma prática de gestão do conhecimento e verificar se suas práticas de marketing podem ser consideradas inovadoras.

A crise econômica e as alterações climáticas são grandes promotores de barreiras no setor, integrando-se a duas faces, as quais ao mesmo tempo que são devastadoras a curto prazo, apresentam-se ser os momentos mais propícios para o estímulo e a aplicação da inovação, tornando-se fundamental para a recuperação da competitividade (PEETERS; GOSSLING; BECKEN, 2006).

Justifica-se a relevância de tal pesquisa devido a sua perspectiva de como os meios de hospedagem reagiram ao período e como conceberam a inovação para se manterem no mercado, mostrando imenso valor para o desenvolvimento econômico da região, que foi muito abalado devido ao período pandêmico.

MATERIAL E MÉTODOS

Para o desenvolvimento da pesquisa foram utilizados computadores e celulares com acesso à *Internet*, por meio dos quais efetuaram-se coletas e análises das informações pesquisadas no Cadastur (o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo) do Governo Federal, no *Site* oficial, plataforma Booking, plataforma Trivago, Facebook, Instagram e Twitter dos meios de hospedagens. Foi realizado em simultâneo a leitura e análise de estudos anteriores. A coleta de informações ocorreu de junho a agosto de 2021.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Bukhari e Hilmi (2012) enfatizam que, a inovação constante apresenta diversos desafios, e em simultâneo, mostra-se ser um elemento indispensável para a obtenção do desenvolvimento, aprimoramento e criatividade, sendo o fator-chave para manter ativa a competitividade entre as empresas do setor.

A aderência da inovação geralmente é focada para contribuir com o desempenho da empresa, fazendo com que os produtos e serviços a serem desenvolvidos sejam capazes de solucionar problemas e desafios de negócios, mas, se faz necessário compreender quais são os impulsionadores da inovação em cada setor e as divisões entre eles (marketing, operações, pesquisas), para assim, identificar a maneira como os mesmos cooperam um para o funcionamento do outro, garantindo os benefícios concretos das atividades inovadoras (HULT; HURLEY; KNIGHT, 2004).

Ao realizar a análise dos meios de hospedagem das cidades de Cubatão, Santos e São Vicente, foram coletadas as seguintes informações: Nome, *Site* oficial, endereço, *e-mail*, telefone, Facebook,

Instagram, Twitter, plataforma Booking, plataforma Trivago, o que fizeram de inovação, observações e número do cadastro Cadastur. A fim de compreender a presença das hospedagens nas mídias sociais e se foi possível realizar alguma ação inovadora em decorrência da pandemia da COVID-19. Ao total foram pesquisados e analisados 29 meios de hospedagem, nos quais 8 apresentaram algum tipo de inovação.

A cidade de Cubatão conta com apenas um meio de hospedagem cadastrado no Cadastur, sendo ele o Hotel do Farol, no qual não apresentou nenhum tipo de inovação durante o período pandêmico.

A cidade de Santos conta com a presença de 17 meios de hospedagem cadastrados no Cadastur, sendo eles: A Trio Hoteis S.A, Atlantica Hotels International Brasil, Caiçara Hotel, Casa Summer Hostel, Cosmopolitan Praia Flat- Eireli, Gmendes Santos, Hotel Emoções, Hotel Sfinges, Ibis Santos Gonzaga, Ibis Santos Valongo, Mendes Hotéis, Mercure Santos Clube XV, Novotel Santos, Pousada Beira Mar de Santos, San Sabino, Technotel Associados Eirei e Ville Atlântico Hoteis e Turismo. Nos quais, 7 apresentaram algum tipo de inovação. Sendo eles: Casa Summer Hostel, Cosmopolitan Praia Flat- Eireli, Ibis Santos Gonzaga, Ibis Santos Valongo, Mercure Santos Clube XV, Novotel Santos e Pousada Beira Mar de Santos.

O hostel Casa Summer criou uma programação de eventos com bazares e *workshops*, seguindo todas as normas de segurança sanitárias exigidas. O hostel tem experiência com a gastronomia e durante a pandemia passou a realizar *delivery* de comida com divulgações através de suas redes.

O hotel Cosmopolitan Praia Flat- Eireli, criou um destaque em seu instagram com a divulgação de informações sobre a pandemia, protocolos de segurança sanitárias e normas de higiene adotadas na reabertura. Divulgando em simultâneo a aquisição do selo “Turismo Responsável” do Ministério do Turismo. O hotel entrega ao cliente a opção de realizar a reserva de maneira totalmente *online* através de seu *site*, entretanto não há informações disponíveis se esse sistema já era utilizado antes da pandemia.

Os hotéis Ibis Santos Gonzaga e Ibis Santos Valongo suspenderam suas atividades durante uma parte do período pandêmico e realizaram atendimento e reservas *online* através de seu *e-mail* e *whatsapp*. Os hotéis realizaram a divulgação e comercialização do *Room Office by WOJO*, que são espaços inteligentes e modernos para a realização de atividades de trabalho. Foram realizadas em simultâneo, publicações em suas redes sobre as normas de segurança sanitárias que estão sendo seguidas a partir do período de reabertura dos mesmos.

O hotel Mercure Santos Clube XV suspendeu suas atividades durante um período da pandemia, entretanto, houve atendimento aos seus clientes de maneira remota através de suas plataformas de *e-mail* e telefone. Sua reabertura se deu exclusivamente para clientes corporativos e contratos de moradia com prazo mínimo de 30 dias, mantendo-se com atendimento limitado a 30% da sua capacidade total e cumprindo todos os protocolos de limpeza, higiene e prevenção.

O hotel Novotel Santos suspendeu suas atividades durante um período da pandemia, entretanto, houve atendimento aos seus clientes de maneira remota através de suas plataformas de *e-mail* e telefone. Foi divulgado no dia 16 de outubro de 2020 a retomada das atividades do hotel de acordo com os protocolos sanitários e o selo Allsafe, que conta com mais de 150 protocolos para garantir a segurança, conforto e bem-estar de seus hóspedes.

A Pousada Beira Mar de Santos criou um perfil na plataforma instagram, onde passou a utilizar suas redes sociais tanto como uma forma de se autopromover quanto para divulgar ações e informações sobre a COVID-19. Durante a retomada de suas atividades a pousada delimitou o seu público, atendendo apenas hóspedes corporativos de serviços essenciais. A mesma já utilizava a plataforma *whatsapp* como uma das principais ferramentas de atendimento ao cliente, entretanto, percebe-se que a mesma foi adaptada, passando a ser a principal rede de informação e comunicação entre a pousada e o cliente.

A cidade de São Vicente conta com a presença de 11 meios de hospedagens cadastrados no Cadastur, sendo eles: Pousada Favaro e Abdala, A Ilha Club, Administração de Hotéis Céu Azul, Hotel Chácara do Mosteiro, Ilha Porchat Hotel, Itararé Tower Beach, Mar e Onda, Mont Rey Hotel, Palais Hotel, Pousada Imigrantes e Pousada Morada da Praia.

Apenas o Hotel Mont Rey apresentou algum tipo de inovação através da comercialização de acessórios de cozinha nos quais são fabricados de forma artesanal com materiais e insumos de alta qualidade e através da comercialização de chá da tarde para grupos fechados em sua área de café da manhã, na qual, antes da pandemia era aberta ao público, mas durante o período pandêmico a mesma foi fechada e apenas os hóspedes tiveram acesso, entretanto, o local que já oferecia chá da tarde, passou a comercializar apenas para grupos fechados.

No início do período pandêmico o hotel incentivou em suas redes que seus clientes realizassem a antecipação das reservas que já haviam sido efetuadas, proporcionando aos mesmos um desconto de 20%. Durante a pandemia o hotel reabriu seguindo todas as medidas de segurança sanitárias e com a capacidade reduzida, entretanto, em sua retomada, foi priorizada a hospedagem corporativa.

Em suas redes sociais, o hotel passou a divulgar diversos tours virtuais por museus, vídeos 3D, exposições online, filmes e dicas de cursos online para serem feitos durante o período pandêmico, mantendo assim interação com seus clientes.

Com isto, percebe-se que dos 8 meios de hospedagens que demonstraram algum tipo de inovação, todos apresentaram aderência ao virtual, mantendo assim contato *online* com seus clientes.

Uma relação em comum entre os 17 meios de hospedagem que não apresentaram nenhum tipo de inovação, diz respeito a poucas informações disponíveis na *web*, a falta de interação com o público através de suas redes e até mesmo a ausência de redes sociais ou abandono das mesmas desde o início da pandemia da COVID-19.

Drucker afirmava (em 1969) que ‘atualmente nos defrontamos com uma época de descontinuidade da economia e da tecnologia’ provocando profundas mudanças nas estruturas industriais, na teoria econômica e no conhecimento necessário à gestão das empresas e do governo. Nesse ambiente em constante mudança, somente as atividades de marketing e a inovação seriam capazes de criar um consumidor e um valor para a empresa (HERRERO, 2005, p. 125).

De acordo com Oliveira (2012), a popularização da internet impactou diretamente o mercado turístico, tornando os viajantes mais independentes, o que forçou os prestadores de serviços a inovarem para obterem destaque no mercado, causando alterações quase irreversíveis na maneira como os integrantes do setor se relacionam, pois, na contemporaneidade as tecnologias facilitam na obtenção de informações e compras, descartando a necessidade do consumidor se vincular a algum setor. Por mais que essa evolução tecnológica trouxe desafios e dificuldades ao setor turístico, atualmente a *web* é a principal ferramenta para que as empresas consigam se manter no mercado.

CONCLUSÕES

Por meio da presente pesquisa observou-se a relevância que a evolução da *internet* apresenta ter nos setores turísticos e como a falta de contato com a mesma fez com que muitos meios de hospedagens não fossem capazes de apresentarem inovações e se manterem ativos no mercado durante o período pandêmico. Impactando assim de maneira direta na economia local, pois em grande maioria, não foi possível dar continuidade aos serviços prestados, paralisando-os totalmente.

Entretanto, destaca-se que a *web* foi capaz de ajudar alguns meios de hospedagem a se manterem ativos através de contato online com clientes por meio de várias plataformas. Impulsionando-os de

diversas maneiras.

Destaca-se ainda a fragilidade na qual o setor se encontra e como o baixo número de meios de hospedagens que conseguiram apresentar inovações é algo que nos traz grandes preocupações, tendo em vista que os mesmos ficaram sem prestar serviços durante um longo tempo, o que já passou a refletir na economia da região.

Contudo, ressalta-se a importância de os meios de hospedagens estarem presentes nas mídias sociais, proporcionando interação aos clientes, o que irá impulsionar no seu crescimento e destaque tanto durante quanto após a pandemia.

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Extensão e ao Programa de Apoio a Atividades de Extensão. Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Campus Cubatão pelo incentivo à Pesquisa e a todos que acreditam na Educação.

REFERÊNCIAS

BUKHARI, Azmil Munif Mohd; HILMI, Mohd Faiz. *Challenges and outcome of innovative behavior: A qualitative study of tourism related entrepreneurs*. **Journal of technology management & innovation**, v. 7, n. 2, p. 131-143, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.4067/S0718-27242012000200011> Acesso em: 20 abr. 2021.

HERRERO, Emílio. *Balanced scorecard e a gestão estratégica: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2005.

HJALAGER, Anne-Mette. *A review of innovation research in tourism*. **Tourism management**, v. 31, n. 1, p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012> Acesso em: 28 mai. 2021.

HULT, G. Tomas M.; HURLEY, Robert F.; KNIGHT, Gary A. *Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance*. **Industrial marketing management**, v. 33, n. 5, p. 429-438, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015> Acesso em: 05 jul. 2021.

OLIVEIRA, Daniel Duarte de. *Implicações da internet no mercado turístico: a migração de clientes dos serviços físicos para os virtuais de agências de turismo*. 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/4303> Acesso em: 07 abr. 2021.

PEETERS, Paul; GOSSLING, Stefan; BECKEN, Susanne. *Innovation towards tourism sustainability: climate change and aviation*. **International journal of innovation and sustainable development**, v. 1, n. 3, p. 184-200, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1504/IJISD.2006.012421> Acesso em: 02 mai. 2021.