

O MERCADO DE CRUZEIROS MARÍTIMOS: UMA NOVA PERSPECTIVA DE TURISMO DE LAZER

Aline Becker¹

Ana Luiza de Almeida Albuzeze²

Patricia Schneider Severo³

Alessandra Buriol Farinha⁴

Resumo:

A pesquisa aborda sobre parte da história dos navios como meio de transporte, desde o seu surgimento sendo o único meio de transporte para viagens capazes de proporcionar a travessia de oceanos, sem muita comodidade e luxo, denominados assim como transatlânticos. Com isso surgiu os aviões, meio mais rápido e capaz de transportar maior número de passageiros, fazendo com que as companhias marítimas tomassem a iniciativa de inovar e aprimorar seus serviços a bordo, integrando a eles lazer, atrações e aumentando luxo e conforto nas viagens. Sendo assim, o turismo marítimo aumentou seguindo aspectos das mudanças ocorridas nesse processo de tempo. Diversos autores citados na pesquisa apontam os cruzeiros como navios onde a diversão, entretenimento, atividades atrativas e recreativas, fazendo com que a viagem para o destino, que são as praias de todo o mundo, sejam agradáveis, aconchegantes, alegres, luxuosas e, principalmente, muito satisfatórias para os passageiros. O Brasil recebe diversos cruzeiros estrangeiros e também destina saída de muitos cruzeiros para sua costa ou para outros países, mesmo não havendo nenhuma companhia marítima brasileira, várias companhias estrangeiras já se instalaram no país. O trabalho aborda uma pesquisa qualitativa e natureza básica do meio de transporte citado. Todavia, não há apenas cruzeiros para pessoas que buscam só a satisfação no conforto, existe também o turismo marítimo modesto, onde são pessoas que viajam em navios cargueiros, não se importam com a quantidade de tempo das viagens, pois muitas vezes estão lá apenas para apreciar os oceanos e mares e se aventurar em novos conhecimentos.

Palavras-chave: Cruzeiros marítimos nacionais; Turismo; História; Lazer

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

O MERCADO DE CRUZEIROS MARÍTIMOS: UMA NOVA PERSPECTIVA DE TURISMO DE LAZER

¹ Aluno de graduação. alinebecker459@gmail.com. Autor principal

² Aluno de Graduação. albucezze.educ@gmail.com. Apresentador

³ Docente. patriciaschneider@unipampa.edu.br. Orientador

⁴ Docente. alefarinha@yahoo.com.br. Co-orientador

O MERCADO DE CRUZEIROS MARÍTIMOS: UMA NOVA PERSPECTIVA DE TURISMO DE LAZER

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica que abrange diversos setores produtivos de bens e serviços, acionando o trabalho de inúmeros profissionais e setores terciários, que integram e complementam o produto turístico, como hotéis, restaurantes, centros de entretenimento e cultura, centro de reuniões, empresas de serviços receptivos, transportadoras, operadoras e agências de viagens, segundo Santos e Kadota (2012)

Conforme Amaral (2006), em nível mundial, a partir do século XXI, houve um exponencial aumento das atividades de cruzeiros marítimos, comprovados por dados de pesquisa fornecidos pela CLIA (Cruise Line International Association). Os cruzeiros marítimos, com atrações diversificadas, figurando no roll de escolhas dos turistas, inclusive aqueles mais receosos com relação aos mitos e preconceitos, como preço alto, enjoos, filas, multidões, formalidade do ambiente, tédio, claustrofobia a bordo.

Com base nessas informações, a pesquisa foi construída visando descrever os cruzeiros marítimos não apenas como um meio de transporte turístico, mas na perspectiva de sua capacidade de integrar diversos tipos de prestação de serviços turísticos em um só lugar. Será abordado também meios econômicos de fazer uma viagem de menos custo contando com a hospedagem em um navio cargueiro e, também, o panorama atual da atividade dos cruzeiros marítimos no Brasil e qual sua demanda em relação às companhias marítimas e seus destinos.

2 METODOLOGIA

O trabalho faz uma abordagem sobre a evolução dos cruzeiros marítimos, ou seja, como o meio de transporte era antes de se tornar um transporte turístico e como é hoje. Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa e natureza básica. Quanto aos objetivos pode ser considerada descritiva e, possui ainda, procedimentos de pesquisa bibliográfica sobre os principais conceitos e características de cruzeiros marítimos.

Foi realizada ainda uma pesquisa no site de operadoras turísticas brasileiras que comercializam cruzeiros nacionais, visando obter as informações de como é a funcionalidade dos cruzeiros marítimos presentes no território brasileiro.

3 RESULTADOS e DISCUSSÃO

A história das embarcações turísticas, segundo Di Roná (2002) deu-se início nos meados do século XIX, pois os navios sofreram uma modernização, passando a serem a vapor, fazendo com que não dependessem mais da ação eólica. Empresários buscaram novas técnicas para melhores condições de luxo e conforto, porém nessa época as viagens ainda eram para o uso do transporte como meio de locomoção. No pós-guerra os aviões passaram a serem mais utilizados nesse contexto, pois tinham velocidade e comportava maior número de passageiros mesmo não oferecendo o mesmo conforto.

Com isso as companhias marítimas tiveram que inovar para continuar navegando, precisando assim fazer com que esses navios fossem exclusivamente de lazer, incluindo atividades atrativas e recreativas, juntamente do luxo e conforto. Assim dando a criação dos cruzeiros marítimos. Conforme Di Roná (2002), cruzeiro marítimo é uma “viagem de navio de passageiros, com turistas, em visita a vários portos; geralmente, com coincidência de porto de partida e chegada” (DI RONÁ, 2002, p. 129).

Brito (2006) explica as diversas atrações englobadas nos cruzeiros, onde os passageiros são de diversas faixas etárias acabam encontrando diversão e entretenimento para todos durante as 24 horas diárias, atividades como, jogos, danças, e competições que ocorrem nas piscinas, nos decks e salão principal do navio e entre outras opções de lazer mais sofisticados.

Analisando a visão de Di Roná (2002), entende-se que a criação dos cruzeiros temáticos facilitou a interação dos passageiros fazendo com que as viagens de navio se tornassem mais prazerosa com uma temática de preferência do cliente, beneficiando a gestão como um todo no planejamento das atividades realizadas para esse público alvo.

Os cruzeiros temáticos são uma tendência recente, mas em expansão, pois a unificação do público em torno de alguma preferência em comum facilita tanto a organização das atividades a bordo quanto o próprio relacionamento entre os viajantes (RONÁ, 2002, p. 135).

Com relação aos funcionários dos cruzeiros marítimos, também citado anteriormente por Brito, a equipe é formada por diversos profissionais. Andrade (2008) destaca que normalmente exista um tripulante para cada dois passageiros e meio por cruzeiro. Algo importante de se ressaltar é a existência da classe única, ou seja, os mesmos serviços são oferecidos para todos, independentemente das pessoas estarem hospedadas nas cabines de luxo ou nas cabines *standard* (cabine econômica).

No Brasil, de acordo com Amaral (2006), o desenvolvimento dos cruzeiros ocorreu com os navios do Lloyd Brasileiro, com fretamentos organizados pela Agaxtur e contando com as visitas de transatlânticos SS France e Queen Elizabeth. No entanto ocorreu uma crise no setor devido à concorrência aeronáutica e rodoviária, e a atividade foi abandonada, pois os principais armadores brasileiros não investiram no turismo marítimo, segundo Roná (2002).

Atualmente podemos compreender que apesar de que o Brasil não tenha suas próprias companhias, o mesmo é um dos principais países que tem uma costa extensa e com o clima favorável para esse segmento de turismo, recebendo cruzeiros de empresas estrangeiras que até já se instalaram no país devido à crescente demanda turística. Conforme Brito (2006):

O Brasil possui mais de sete mil quilômetros de costas navegáveis e sua posição geográfica possibilita a incidência de sol durante todo o ano em grande parte do território, sendo estes fatores fundamentais para a realização de cruzeiros marítimos, pois os navios de cruzeiros estão sempre em busca do sol e do calor. A importância do Brasil neste mercado pode ser notada através das companhias marítimas estrangeiras, que estão no país há décadas, seja por meio de representantes, como a Qualitours, ou de escritórios próprios – como é o caso da Costa Cruzeiros há mais de trinta anos no país e a MSC – Mediterranean Steamship Company, que instalou escritórios próprios em São Paulo, em julho de 2002. (BRITO, 2006, p.127).

Segundo a Operadora Turística CVC (2018) as principais companhias que atuam hoje no Brasil são: Pullmantur, companhia espanhola, MSC Cruises (Mediterranean Steamship Company) companhia italiana e Costa Crociere companhia também italiana. Em seus cruzeiros são oferecidos diversos tipos de lazer, como: pista de caminhada, espaço kids, solário, cassino,

teatro, parede de escalada, piscinas, biblioteca, cinema, Acqua Park, golfe, boliche, sala de pôquer, ginásio, salão de jogos, videogames, salão de espetáculos, discoteca e entre outros. Diversos tipos de serviços, como: spa, lojas, sala de internet, salão de beleza, sala de conferência, centro médico, lavanderia, capela, academia, e serviço de Wi-Fi, etc. Na gastronomia oferece amplas opções de bares e restaurantes, abrangendo a culinária nacional e internacional, contando em média com mais de 30 opções a bordo. Suas durações são a partir de 3 dias podendo se estender, dependendo da viagem em até 25, ou mais dias. As principais cidades do Brasil que recebem os cruzeiros são: Salvador (BA), Recife (BA), Santos (SP), Ilhabela (SP), Rio de Janeiro (RJ), Búzios (RJ), Angra dos Reis (RJ) e Balneário Camboriú (SC).

Lohmann e Castro (2013) afirmam que o aumento das operações em cruzeiros marítimos está relacionado ao alto índice de satisfação e baixa reprovação da atividade junto aos turistas. Os cruzeiros costumam não apenas suprir como superar as expectativas dos que desfrutam dos serviços. O mercado também está em ascensão pois os navios estão cada vez maiores, possibilitando ofertas mais competitivas no mercado turístico.

Existe também o turismo marítimo modesto, conforme Andrade (2008), que são viagens de baixo custo, realizadas em navios cargueiros de porte médio ou pequeno, chamado também de turismo de carga, são feitos principalmente por jovens com espírito aventureiro, os quais desejam conhecer o mundo sem restrições com relação a duração da viagem. As acomodações são as mesmas tanto para os tripulantes tanto quanto para os turistas, a programação é incerta, pois param em diversos portos para carga e descarga. Não apresentam serviços turísticos, apenas domésticos, coisas simples feitas apenas pelos marinheiros, o mesmo serve para alimentação e bebidas, se precisarem de algo diferente tem que estarem portando na bagagem. O preço das passagens é combinado diretamente com a empresa da embarcação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se então, que as embarcações começaram como um meio de transporte apenas de locomoção de um lugar para o outro, e com o tempo perdeu o seu espaço para meios mais rápidos, fazendo com que os navios precisassem ser aprimorados tornando-os cruzeiros marítimos, onde o lazer e a hospitalidade se tornaram a maior prioridade dos empresários para a satisfação e inovação com os seus passageiros.

Os resultados do estudo permitem informar como as atividades marítimas são atuantes e em desenvolvimento no Brasil nos dias de hoje, e que são benéficas para as empresas estrangeiras que se instalaram na costa brasileira e tornando-se principal ponto turístico de diversas cidades litorâneas, fazendo com que a demanda seja toda suprida com a oferta concedida pelas companhias, pois os roteiros são variados com diversas opções de itinerários facilitando assim a escolha do melhor destino e preço para cada cliente específico.

Como transporte alternativo no turismo foram inseridos os navios de carga, onde o turismo modesto se tornou opção para turistas que optam por não investir em capricho como luxo e conforto, mas sim pela experiência adquirida no processo de viagens de baixo custo e com aprendizagens únicas.

Para um estudo futuro pode-se pensar em novas formas de pesquisas, como por exemplo, contato com as companhias marítimas e com os agentes de viagens, fazendo com que possam informar dados específicos sobre os clientes, os destinos mais frequentados, companhias que oferecem melhores serviços de lazer e por fim, os roteiros mais vendidos nos últimos anos, tendo em vista a dificuldade de localizar dados atuais sobre os mesmos.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Ricardo. **Cruzeiros Marítimos**. Barueri: Manole, 2006.

ANDRADE, José V. **Turismo Fundamentos e Dimensões**. Editora Ática, São Paulo, 2008.

BRITO, Telma M. **Cruzeiros marítimos como opção de lazer**. 2006. 147f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

CVC. Brasil Operadora e Agência de Viagens. Disponível em: <https://www.cvc.com.br/cruzeiros?orig=sitenovo_cruzeiros>. Acesso em: 24 abr 2018.

DI RONÁ, Ronaldo. **Transportes no Turismo**. Editora Manole, Barueri, 2002.

LOHMANN, Guilherme. **Transportes e destinos Turísticos: Planejamento e Gestão**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MGM. Operadora Turística. Disponível em: <<http://www.mgmoperadora.com.br/selecao/6/cruzeiros>> Acesso em: 15 set. 2018.

SANTOS, Glauber E; KADOTA, Décio K. **Economia do Turismo**. Editora Aleph, São Paulo, 2012.

UNEWORLD. Viagens e Turismo. Disponível em: < <http://www.uneworld.com.br/cruzeiros>>. Acesso em: 15 set 2018.