

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIAS E CONTABILIDADE
FEAAC
CURSO DE ECONOMIA

BSFEAC

TURISMO E HOTELARIA NO CEARÁ

AUTORA: LUCIANA PESSOA OTOCH

ORIENTADOR: ROBERTO SMITH

SEMESTRE: 1994.2

FORTALEZA, DEZEMBRO/1994

TURISMO E HOTELARIA NO CEARÁ

LUCIANA PESSOA OTOCH

BSFEAC

Monografia submetida á
coordenação do curso de Economia
da Universidade Federal do Ceará
como parte dos requisitos necessários
à obtenção do título de Bacharel em
Ciências Econômicas

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

FORTALEZA- CEARÁ, DEZEMBRO DE 1994

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Graduação em Economia, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará(UFC).

Luciana Pessoa Otoch

Prof^o Roberto Smith

Prof^a Maria de Fátima Aguiar

Prof^a Joana D'arc de Oliveira

Monografia aprovada em ___ de dezembro de 1994

SUMÁRIO

	Pág.
INTRODUÇÃO.....	01
CAPÍTULO 1 - Generalidades sobre Hotelaria.....	04
1.1 - Antecedentes históricos.....	04
1.2 - Evolução da Hotelaria no Brasil.....	07
1.2.1 - Primeira fase da Hotelaria no Brasil.....	07
1.2.2 - Segunda fase da Hotelaria no Brasil.....	08
1.3 - Regulamentação dos meios de hospedagem.....	09
1.3.1 - Meios de hospedagem de turismo.....	09
1.3.2 - Unidades Habitacionais.....	10
1.3.3 - Tipos de diárias.....	12
1.3.4 - Categorias dos meios de hospedagem.....	12
1.3.5 - Classificação dos meios de hospedagem.....	14
1.3.6 - Resolução Normativa CNTUR Nº 11.....	15
1.4 - Mudanças na Hotelaria nacional e internacional.....	16
1.5 - Hotelaria e a realidade brasileira.....	18
1.6 - Perspectivas da Hotelaria internacional na década de 90.....	19
Referências Bibliográficas da introdução e Capítulo 1.....	21
CAPÍTULO 2 - Os efeitos econômicos e sociais da Indústria Hoteleira no Ceará.....	24
2.1 - Turismo e subdesenvolvimento.....	24

2.1.1 - Processo de desenvolvimento econômico e social do turismo.....	29
2.1.2 - A política turística de desenvolvimento.....	31
2.2 - O turismo e a Indústria Hoteleira no Ceará.....	33
2.2.1 - Renda interna do Ceará.....	34
2.2.2 - Empregos e salários.....	37
2.2.3 - Participação no desenvolvimento estadual.....	40
2.2.4 - Distribuição da renda.....	42
2.3 - Capacidade Hoteleira no Ceará e sua utilização.....	43
2.3.1 - Meios de hospedagem em Fortaleza.....	43
2.3.2 - Movimento turístico em Fortaleza.....	45
2.4 - Efeitos sócio-econômicos da Indústria Hoteleira no Ceará.....	48
2.4.1 - A Indústria Hoteleira e o Meio Ambiente.....	48
2.4.2 - A Indústria Hoteleira e a formação de Recursos Humanos.....	50
2.4.3 - Indústria Hoteleira e investimento.....	53
Referências Bibliográficas relativa ao Capítulo 2.....	54
 CAPÍTULO 3 - Perfil da Indústria Hoteleira em Fortaleza.....	 57
3.1 - Características estruturais dos hotéis.....	57
3.1.1 - Hotéis Cinco Estrelas.....	57
3.1.2 - Hotéis Quatro Estrelas.....	58
3.1.3 - Hotéis Três Estrelas.....	59
3.1.4 - Hotéis Duas Estrelas.....	60
3.1.5 - Hotéis Uma Estrela.....	61

3.1.6 - Hotéis não-classificados.....	61
3.2 - Determinantes do investimento.....	65
3.2.1 - Fatores relevantes na decisão de investir.....	65
3.2.2 - Fatores irrelevantes na decisão de investir.....	67
3.3 - Têndências do mercado.....	69
3.3.1 - Percepção geral do futuro.....	69
3.4 - Fontes de competitividade.....	71
3.4.1 - Fatores mais utilizados para garantir a competitividade.....	71
3.4.2 - Razões específicas para uso da informatização.....	73
3.4.3 - Razões específicas para uso de técnicas organizacionais.....	74
3.5 - Barreiras ao crescimento.....	75
3.5.1 - Principais barreiras ao crescimento.....	75
3.5.2 - Estratégias mais utilizadas na baixa estação.....	76
 CONCLUSÃO.....	 79
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	 84
 ANEXO I.....	 86

INTRODUÇÃO

A temática do turismo tem merecido amplo destaque tanto devido ao crescimento desse setor na economia mundial, quanto pelo impacto desse crescimento em certas áreas. Apesar das lacunas dos estudos que tentam detalhar esse setor e das contraposições teóricas que os mesmos apresentam, em um ponto há concordância: o turismo tem tido um papel importante na atualidade, desde a geração de empregos e movimentação de capital, até mesmo por se constituir num dos setores com forte poder de geração de divisas para o país.

À medida que a renda nos países desenvolvidos aumenta, os gastos com lazer crescem e dentre estes, as viagens internacionais têm tido destaque. O aumento da renda pessoal e a melhoria e abundância dos meios de transportes vieram trazer para uma faixa maior da população, oportunidades palpáveis de conhecer outros lugares(1). Para suprir o aumento da demanda turística foi necessário adequar a oferta para satisfazer às necessidades do mercado em termos quantitativos e qualitativos. Além disso, tem sido necessário desenvolver um amplo esforço de preparo operacional visando adaptar os equipamentos receptivos aos requisitos da demanda.

Assim, para países como o Brasil, onde o turismo é emergente, tem sido necessário aprender a prestar serviços de qualidade, em especial os serviços relacionados aos meios de hospedagem, pois os hotéis se constituem na principal âncora do turismo, neste processo de crescimento.

A indústria hoteleira não é um ramo acessório da indústria turística, pelo contrário ocupa um papel essencial para o desenvolvimento turístico em qualquer país ou região. O turismo não se desenvolve sem um crescimento adequado da hotelaria.

Existe contudo uma escassez de estudos e fontes bibliográficas a esse respeito. Sabe-se que estudos sobre turismo têm sido realizados mais recentemente, estes, no entanto, ainda são poucos e limitados. No caso da indústria hoteleira menores são ainda as possibilidades de encontrar material suficiente, pode-se até dizer que as fontes bibliográficas são quase inexistentes. Procurou-se pois trabalhar com material bibliográfico voltado para o turismo em geral.

Nesse sentido, se torna essencial as consultas feitas aos hoteleiros e demais profissionais que se dedicam ao setor. A intenção desse trabalho é tentar esclarecer o que é a indústria hoteleira, sua ligação estreita com o turismo, mostrando também o desenvolvimento e impacto da mesma sobre o Estado do Ceará, mais especificamente sobre a Região Metropolitana de Fortaleza.

O objetivo, dessa monografia é estudar a indústria hoteleira não só como indústria vital do setor turístico, mas verificar como a referida indústria vem crescendo e afetando algumas variáveis como, por exemplo, emprego.

Foi realizada, com essa intenção, uma pesquisa de campo junto aos hotéis da Região Metropolitana de Fortaleza. O objetivo dessa pesquisa foi retratar o comportamento da hotelaria segundo cada classe de hotel. Através de entrevistas, foram levantadas informações relativas a 18 hotéis classificados pela EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo).

No capítulo 1, são apresentados alguns aspectos gerais sobre a indústria hoteleira, incluindo o seu histórico e evolução no Brasil, bem como a sua regulamentação. Nesse capítulo procura-se tornar mais claro o tratamento conceitual incluído na nomenclatura hoteleira.

No capítulo 2, procura-se analisar os efeitos econômicos e sociais do setor hoteleiro instalado em Fortaleza. Além de ser um ramo lucrativo, a hotelaria tem papel

bem específico na sociedade, ela não é só geradora de emprego, mas também formadora de recursos humanos, além de beneficiar o Estado com arrecadação tributária.

No capítulo 3, tenta-se elucidar os dados colhidos da pesquisa de campo, bem como analisá-los de forma a demonstrar o atual perfil do setor hoteleiro em Fortaleza.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES SOBRE HOTELARIA

Por ser um tema novo, é necessário fazer uma alusão temporal do mesmo com o objetivo de situá-lo historicamente.

A origem e evolução da hotelaria vem passo a passo com a do turismo.

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

As viagens, quase sempre, são motivadas por interesses econômicos, culturais, pessoais, políticos, militares e religiosos.

A prática das viagens em grande escala foi a maior responsável pela formação das inúmeras organizações de turismo tão comuns no nosso tempo. Por outro lado, as viagens turísticas foram uma consequência da revolução industrial.(2)

Enquanto a gênese “ide e povoai a terra” foi aplicada, o homem só confiava em sua tribo e não via a necessidade de intercâmbio.

No entanto, já na antigüidade começaram a se desenvolver grandes concentrações urbanas. Em Alexandria havia centros de lazer; na Grécia, o lazer e a cultura eram observados em festivais, jogos olímpicos e peregrinações na Ilha de Delos(3). A hospedagem tinha um valor simbólico e mítico e era ajustada entre o anfitrião e o hóspede.

No mesmo período, Roma aparecia como uma grande cidade cosmopolita. O lazer encontrava-se manifestado em circos e termas. As altas camadas da

sociedade possuíam residências secundárias implantadas em colinas periféricas. Foram criados no Mediterrâneo locais de lazer para terapia e prática de esporte(4). Em Roma a hospedagem era uma obrigação social.

Os romanos passaram a ir a Grécia com fins culturais e religiosos. Começava, assim, o intercâmbio entre cidades. A explicação para o início dessa relação de intercâmbio encontra-se em algumas facilidades como a segurança das estradas, a facilidade de comunicação(latim e grego), a aceitação da moeda romana e as boas condições das estradas.(5)

As vias que se tornaram célebres foram:(6)

- Via Appia(312 a.C), ligava Roma ao Porto de Brindisi, e era o caminho para o Oriente;

- Via Flaminia(220 a.C), ligava Roma à Rimini no Adriático;

- Via Aemilia(200 a.C), ligava Rimini à Milão e Atenas e

- Via Aurelia(144 a.C), ligava Roma à Gênova, Marselha e Cadix.

No século V, deu-se a invasão dos bárbaros em Roma, e tornou-se inseguro viajar. O Império Romano entra em decadência até extinguir-se. As estradas começam a ser utilizadas pelos peregrinos cristãos que seguem a rota Jerusalém, Roma e Santiago de Compostela e pelos muçulmanos a caminho de Meca. Surgiram as abadias, que eram mosteiros que hospedavam peregrinos com o dever da caridade. Os mosteiros foram meios de hospedagens abertos a todas as classes sociais.(7)

No século X, surgem os mansiones, que eram albergues e serviam de estalagens. Aparecem os primeiros serviços postais. Surgem, também, algumas pousadas comerciais, no entanto, as mesmas tinham uma má reputação por venderem bebidas alcoólicas e funcionarem como verdadeiras tabernas.

No século XIII, a Suíça adota as primeiras normas para regular os serviços de hospedagem. Os quartos passam a ter nomes de santos.

No século XV, surge na França o primeiro registro para hospedaria. Alemanha e Suíça começam a melhorar a imagem da hotelaria.

O século XVI é a época da Renascença. O período é caracterizado pelas grandes descobertas, surgimento de grandes artistas e de estímulos as viagens por parte dos artistas, artesãos e músicos. Divulga-se a hospitalidade palaciana. Surgem os “ tours “ realizados sobretudo, pela aristocracia inglesa como complemento da formação cultural e científica da referida aristocracia. Essas contribuições culturais e científicas passavam, com a volta dos viajantes, a serem integradas à sociedade inglesa.(8)

No referido século, observou-se alterações relevantes no sistema econômico. O início do capitalismo é caracterizado pelas viagens comerciais da burguesia.(9)

No século XVII, delineia-se uma nova estrutura urbana que põe em destaque como centro das atenções as próprias cidades. Surgem em 1638, em Veneza, os primeiros cassinos.(10)

No século XVIII, após a Revolução Francesa, entra em decadência o “grand tour”. Passou-se a ter necessidade de hotéis públicos. As viagens passam a ter função comercial e/ou informativa. A burguesia nascente inseria-se perfeitamente nas novas funções das viagens. O século XVIII é também caracterizado pelo aparecimento do romantismo e de sua exaltação a natureza. O romantismo despertou uma reformulação no modo de pensar das camadas mais cultas, a natureza e suas belezas passaram a ser procuradas nas viagens turísticas.(11)

O século XIX foi marcado pela volta dos balneários. Thomas Cook inicia a comercialização do turismo, criam-se as primeiras empresas turísticas. A Revolução Industrial trás com suas inovações o aquecimento turístico. Em 1827, com a construção das ferrovias, criaram-se hotéis nos entroncamentos e final das linhas. A

Revolução Industrial trouxe inovações tecnológicas, políticas, econômicas e sociais. O aparecimento do trem e da máquina a vapor veio a incrementar o transporte e trouxe melhorias as viagens em escala ampliada.(12)

Após a Primeira Guerra Mundial, houve uma ampliação do turismo para faixas de renda menos elevadas. Em 1930, surgiram hotéis menores que podiam receber hóspedes que não fossem da classe alta, dado os preços mais baixos.(13)

Com o fim da Segunda Grande Guerra ocorre um grande desenvolvimento industrial, a que se segue o primeiro grande surto para o desenvolvimento do turismo. Começa, então, a surgir a preocupação com a administração racional dos hotéis. Com a vitória dos Estados Unidos e dos Países Aliados, tem-se a influência dos mesmos pelo Resto do Mundo. As capitais norte-americanas criam cadeias de hotéis intercontinentais. Constroem-se grandes hotéis em centros comerciais, industriais e nas praias.(14)

1.2. EVOLUÇÃO DA HOTELARIA NO BRASIL

Pode-se afirmar que no Brasil, a EMBRATUR, constitui um divisor de águas em termos de fases distintas do desenvolvimento hoteleiro.

1.2.1. A PRIMEIRA FASE DA HOTELARIA NO BRASIL

A primeira fase ocorre antes da criação da EMBRATUR.

Antes da II Guerra(1939) e, principalmente, após 1930 o Governo aparece como o grande empreendedor e centralizador das decisões, e adota uma política baseada na construção de hotéis em Estâncias hidro-climáticas e minerais e no

favorecimento da infra-estrutura dos cassinos. A iniciativa privada, até então, se mostra bastante acanhada.(15)

Com a entrada do Brasil na II Grande Guerra aumenta a presença de estrangeiros no país. Os estabelecimentos criados possuem suas bases operacionais centradas mais no Norte/Nordeste. No Centro- Sul fica concentrado o parque industrial caracterizado pelo esforço da indústria bélica. Surge um grande número de técnicos de outras áreas, inclusive de hotéis e restaurantes. Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Porto Alegre, Santos, Natal, Fortaleza e outros tiveram seus parques hoteleiros ampliados.(16)

Com o fim da II Guerra Mundial ocorreram modificações políticas no país, quer de cunho econômico quer político-social. Em 1946, o jogo é proibido e se torna clandestino e a indústria hoteleira se ressentiu disso. A estagnação hoteleira se deu principalmente devido ao baixo fluxo de estrangeiros.(17)

Em meados da década de 50, com o aparecimento da indústria automobilística e indústria pesada veio também a retomada do processo de desenvolvimento com reflexo no dinamismo do turismo.(18)

1.2.2. A SEGUNDA FASE DA HOTELARIA NO BRASIL

A segunda fase surge após a criação da EMBRATUR em 1966. O turismo passa a ser considerado um setor de uso intensivo de mão-de-obra, que possui a capacidade intrínseca de redistribuir a renda e desenvolver regiões, situando-se pois no bojo das medidas econômicas destinada a tirar o país da crise que ocorreu entre 1961-65.(19)

A hospedagem torna-se a essência lógica e visível do turismo. Em 1967, foram destinados vários incentivos fiscais para a hotelaria (em detrimento mesmo de

outros setores). Verifica-se, então, a procura desses incentivos para a construção e modernização dos hotéis.(20)

Tenta-se, assim, adaptar a estrutura existente e os incentivos aos novos empréstimos. Essas novas empresas hoteleiras eram formadas na sua maioria por capitais estrangeiros associados a nacionais. Observou-se a concentração do parque hoteleiro nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Foz do Iguaçu, Curitiba e algumas Estâncias.(21)

A partir de 1977, os hotéis passaram a ser classificados pela EMBRATUR em cinco categorias. Ver-se-á nos tópicos seguintes mais detalhes sobre essa classificação.

Com as crises do petróleo da década de 70 e com a instabilidade econômica mundial gerada a partir desse momento e prolongada por toda a década de 80, mesmo assim, a hotelaria não parou de crescer, passando por significativas mudanças de concepção funcional e de estruturas hoteleiras, adentrando na era da informatização.

1.3. REGULAMENTAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

1.3.1. MEIOS DE HOSPEDAGEM DE TURISMO

Segundo a resolução normativa CNTUR(Conselho Nacional de Turismo) nº 9, considera-se meio de hospedagem de turismo, o estabelecimento que satisfaz as seguintes condições:(22)

(i) estar licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviços de hospedagem;

(ii) estar sendo administrado comercialmente por empresa registrada na EMBRATUR para prestação de serviços de hospedagem, e que adote um contrato tácito de hospedagem com o hóspede;

(iii) manter permanentemente os padrões de conforto, serviços e preços constantes deste regulamento ou que dele recorram;

(iv) possuir alojamentos para uso temporário, em unidades habitacionais (UHs) com as especificações previstas;

(v) ter recepção/portaria para atendimento e controle de entrada e saída de hóspedes;

(vi) oferecer alimentação leve e bebidas;

(vii) possuir guarda de bagagens e objetos de uso pessoal dos hóspedes, em local apropriado;

(viii) oferecer conservação, arrumação e limpeza das instalações e equipamentos.

O artigo 4º conceitua empresa hoteleira como a pessoa jurídica responsável pela exploração ou administração de empreendimento ou estabelecimento, em projeto ou em funcionamento, enquadrado ou classificado em um dos tipos e categorias de meios de hospedagem de turismo.(23)

1.3.2. UNIDADES HABITACIONAIS

As unidades habitacionais(UHs) são definidas tecnicamente no artigo 6º da Resolução Normativa CNTUR nº 9. Pode-se, assim dizer, que UH é o espaço atingível a partir das áreas de circulação comum do estabelecimento, destinado privativamente à utilização pelo hóspede, para seu estar, higiene e repouso.(24)

Tem-se as seguintes espécies de UHs:(25)

(i) dormitório coletivo: é a UH constituída de três ou mais leitos simples, alugados individualmente, servida por banheiros coletivos, separados por sexo;

(ii) quarto: é a UH constituída de dormitório, de uso exclusivo do hóspede, com local apropriado para guarda de roupas e objetos pessoais, servida por banheiros coletivos, separados por sexo;

(iii) apartamento: é a UH constituída, no mínimo, de quarto de dormir de uso exclusivo do hóspede, com local apropriado para a guarda de roupas e objetos pessoais, servida por banheiro privativo;

(iv) apartamento-residência: é a UH constituída de apartamento conforme definição anterior, acrescida de sala de estar adequada ao preparo de refeições leves;

(v) suíte: é a UH especial, constituída de apartamento conforme definição anterior, acrescida de sala de estar, devendo essa UH ser definida em planta única e indivisível.

A suíte não poderá ser desmembrada em UHs distintas, sem que, previamente, o responsável pelo meio de hospedagem de turismo solicite à EMBRATUR uma nova avaliação do estabelecimento para verificação ou não da manutenção de sua classificação.(26)

As diversas espécies de UHs poderão ser conjugáveis ou adaptadas para funcionamento como sala de estar e quarto de dormir, sendo todavia, consideradas para efeito de avaliação como duas ou mais UHs distintas.(27)

De acordo com sua predominância nos meios de hospedagem de turismo, as UHs podem ser classificadas conforme a sua natureza em:(28)

(i) UH-tipo: são as que possuem características regulares e correspondem no mínimo a 51% do total de UHs do estabelecimento;

(ii) UH-atípica: são as que possuem características nitidamente distintas das UHs-tipo, inclusive quanto à localização na edificação e orientação quanto ao ambiente externo. Correspondem até 49% do total de UHs do estabelecimento.

1.3.3. TIPOS DE DIÁRIAS

Pode-se definir diária como o preço de hospedagem correspondente à utilização da UH e dos serviços incluídos, por um período de 24 horas. Os horários devem ser firmados para entrada (check in) e saída (check out).(29)

As diárias podem ser:(30)

(i) simples- são as correspondentes somente ao uso da UH;

(ii) com café da manhã ou meia pensão- são as que além do uso da UH, oferecem o café da manhã e mais uma refeição, almoço ou jantar, de acordo com o estabelecimento;

(iii) pensão completa- é quando além do uso da UH e do café da manhã, tem-se mais duas refeições, almoço e jantar.

Tem-se também a semanada, que é o preço de hospedagem correspondente a utilização da UH da espécie apartamento-residência e dos serviços incluídos, por um período de 7 dias.(31)

Alguns núcleos turísticos, durante a alta estação, adotam a semanada como tipo de estadia ofertada aos hóspedes, independentemente de ser ou não hotel-residência; muitos adotam a semanada em regime de meia-pensão e, as vezes, até de pensão completa.

1.3.4. CATEGORIAS DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Segundo a sua categoria, os meios de hospedagem podem ser classificados em:

(i) De 1 a 5 estrelas- Hotel (H)- apartamento e/ou suíte;(32)

(ii) De 1 a 5 estrelas- Hotel-Residência (HR)- apartamento-residência (flat service, apart hotel, residence service);(33)

(iii) De 1 a 5 estrelas- Hotel-Lazer (HL)- apartamento e /ou suíte; área não edificada de terreno; 5 dependências ou instalações de lazer; 5 equipamentos e 5 serviços de lazer especificados na matriz de avaliação;(34)

(iv) De 1 a 5 estrelas- Pousada (P)- quarto, apartamento ou suíte, instalado total ou parcialmente em edifício de valor histórico ou de significado regional ou local, reconhecido pelo poder público;(35)

(v) De 1 a 2 estrelas- Hospedaria de turismo (HT)- predominantemente quarto. Acampamento (camping);(36)

(vi) Lodges- pode ser meio de hospedagem ambiental (standart e especial).(37)

Existem algumas características comuns entre os meios de hospedagem Ambiental e Ecológico, como por exemplo:(38)

1- licença da Capitania dos Portos, do IBAMA e/ou outros;

2- área de selva densa ou de belezas naturais preservadas, distantes dos centros urbanos;

3- projeto arquitetônico integrado à paisagem;

4- sistema não poluente de escoamento sanitário e eliminação de lixo;

5- transporte e programação de animação turística;

6- equipamento para entretenimento e comunicação com o município mais próximo.

1.3.5. CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Os meios de hospedagem são classificados segundo alguns critérios (exigido para cada tipo):(39)

- (i) critérios comuns a todos os meios de hospedagem;
- (ii) critérios diferenciados, segundo os diversos tipos e categorias.

Os grupos são classificados de acordo com critérios obrigatórios e complementares.

Os padrões básicos são:(40)

I- Aspectos Construtivos

A) As edificações devem ser construídas ou adaptadas para esse fim, independentes de áreas que não digam respeito a atividade hoteleira;

B) Áreas próprias destinadas ao atendimento dos serviços de hospedagem devem ser separadas entre si:

- b1) alojamento;
- b2) portaria/recepção;
- b3) circulação;
- b4) serviços de alimentação;
- b5) lazer e uso comum;
- b6) outros serviços.

C) Salas e quartos de dormir:

- c1) abertura para o exterior;
- c2) portas de comunicação com fechamento adequado;
- c3) isolamento de som.

D) Banheiros privativos e coletivos, com ventilação exterior.

E) Serviços básicos de água, esgoto, eletricidade, comunicação compatíveis com a localização do estabelecimento.

II- Equipamentos e Instalações

Elétricas, hidráulicas, iluminação artificial em todas as áreas, elevadores (de carga e de passageiros) com 4 ou mais andares, equipamentos contra incêndio, quarto de dormir da UH mobiliado, no mínimo com: cama, equipamentos para guarda roupas e objetos pessoais, mesa-de-cabeceira e cadeira.

III- Serviços

- Sistema de alimentação e bebidas;
- Limpeza e arrumação diária da UH, troca de roupa de cama e banho, artigos comuns de higiene pessoal por conta do estabelecimento;
- Portaria/recepção, apartamento a permitir entrada/saída de hóspede 24 horas do dia;
- Serviços telefônicos;
- Registro obrigatório do hóspede, no momento da entrada;
- Instalações e equipamentos contra insetos e roedores;
- Pessoal qualificado de acordo com a função que desempenha;
- Pronto assistência médica aos hóspedes, ainda que cobrada separadamente (quando necessário);
- Disponibilidades pelas reservas confirmadas.

1.3.6. RESOLUÇÃO NORMATIVA CNTUR Nº 11

A Resolução Normativa CNTUR nº 11, de 20 de agosto de 1984, versa sobre a classificação de pequena, média e grande empresa hoteleira.

A pequena empresa hoteleira é aquela que tem uma receita bruta anual máxima inferior a R\$ 120.000,00(preços de jul/94).

A média empresa hoteleira é a que possui uma receita bruta anual máxima inferior a R\$ 500.000,00(preços de jul/94).

A grande empresa hoteleira é a que possui uma receita bruta anual superior a R\$ 500.000,00 (preços de jul/94).

Quanto ao número de apartamentos, considera que a empresa hoteleira é pequena se ela possui até 30 apartamentos; média se tiver de 30 a 100 apartamentos e grande de 100 a mais apartamentos.

A empresa hoteleira pequena tem em média 0,5 empregado por apartamento, a empresa média de cerca de 0,7 empregado por apartamento e a empresa grande de 0,9 até 1,5 empregado por apartamento de acordo com os centros de serviços disponíveis.

1.4. MUDANÇAS NA HOTELARIA NACIONAL E INTERNACIONAL

O hotel ou cadeia de hotéis, é uma empresa prestadora de serviços, diferencia-se, portanto, de qualquer outra empresa do tipo industrial ou comercial.

A evolução tecnológica também tem acompanhado o setor de hotelaria. A automatização, por exemplo, possui uma peculiaridade bem interessante e distinta de qualquer automatização desencadeada em outro ramo de negócio, ela deve vir acompanhada de tratamento pessoal, ou seja, o calor humano.

Quando a conjuntura econômica de um país é difícil, a empresa hoteleira, por oferecer produção não vital para a sociedade, é uma das primeiras a ser atingida.

Por outro lado, a formação de recursos humanos e sua valorização, completa o quadro das mudanças exigidas. Para a formação e capacitação gerencial, por exemplo, deve-se exigir um bom conhecimento orçamentário e financeiro, já que o referido profissional atua como elo de ligação entre proprietário e a sociedade em gestão.(41)

A globalização e padronização de mercado é outra característica recente da indústria hoteleira. O desenvolvimento das grandes cadeias hoteleiras multinacionais contribuirá para uma maior competição internacional e local. Sofisticadas empresas de propaganda e publicidade utilizarão campanhas comerciais, concessões e patrocínios, com a intenção de entrar nos mercados locais. A empresa hoteleira observará e trabalhará com a premissa de que o mercado está cada vez mais repleto de compradores. A profissionalização das atividades de marketing e de vendas torna-se-á essencial para a sobrevivência de qualquer hotel.(42)

As tendências tecnológicas serão visíveis nos projetos arquitetônicos dos hotéis. A construção dos mesmos estarão influenciados em maior grau pelas novas tecnologias desenvolvidas nas áreas de segurança, prevenção de incêndios, economia de energia e outros. A manutenção de um hotel exige bons e novos especialistas com formações tecnológicas bem específicas.(43)

A presença de processos de informatização envolvem praticamente todas as áreas da gestão hoteleira e dos restaurantes. Começando pelos sistemas de pagamento até os sistemas de reservas. O marketing e a planificação estarão fundamentados cada vez mais na retroalimentação de dados. Na gestão da distribuição de alojamentos, utilizar-se-á ordenadores para o controle da disponibilidade, planificação de manutenção e tarefas similares.(44)

A tecnologia culinária transforma o trabalho das cozinhas proporcionando até, em alguns casos, a existência de restaurantes sem cozinha de produção. A planificação dos ingredientes de alimentação e o desenvolvimento dos processos de produção tornar-se um trabalho padronizado e científico. O controle de custos, a higiene, a economia de energia, exercem um papel de grande relevância.(45)

A tecnologia das comunicações transforma a empresa hoteleira. Os serviços bancários eletrônicos, os sistemas de televídeos, tornam possível a reserva de aposentos com muito mais facilidades. A tecnologia faz-se presente principalmente nos sistemas de reservas: um único satélite poderá integrar muitos sistemas, o cliente poderá se comunicar com companhias aéreas, hotéis e outros serviços, através de sistemas de reserva integrados.

1.5. HOTELARIA E A REALIDADE BRASILEIRA

O setor hoteleiro no entanto enfrenta dificuldades. Essas dificuldades são maiores, principalmente, para os pequenos e médios hoteleiros, cujas empresas não possuem nem a estrutura bem definida dos grandes hotéis nem o apoio de uma direção centralizada como as cadeias e redes.

O setor hoteleiro nacional gera atualmente 420 mil empregos diretos e aproximadamente 1,05 milhão de empregos indiretos (segundo estimativa da ABIH/SP- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de São Paulo), só perdendo, em volume de emprego para o setor da construção civil.

Em 1994, o Brasil possuía mais de 6 mil hotéis classificados de uma a cinco estrelas cadastrados, segundo estimativas da EMBRATUR.

A principal dificuldade citada pelos hoteleiros é a inexistência de uma política de formação profissional em hotelaria.

Sem dúvida, existem entidades como o SENAC- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Escolas Técnicas Federais, Curso de Graduação Universitária e até cursos em nível de Pós-Graduação, para formar pessoal, nos níveis operacionais médio e gerencial, sem mencionar as reciclagens e aperfeiçoamentos.

Destacam-se, contudo problemas, entre os quais o pouco contato entre as instituições de ensino e o setor hoteleiro, causando assim, dificuldades para encontrar pontos de interesses comuns, o que leva ao conhecimento parcial das necessidades do mercado de trabalho e do perfil destes profissionais.

1.6. PERSPECTIVAS DA HOTELARIA INTERNACIONAL NA DÉCADA DE 90

Algumas tendências consistentes podem ser observadas para delinear o comportamento da hotelaria para os próximos anos.

As tendências econômicas baseiam-se em mudanças na propriedade, cada vez em escala maior; os hotéis não serão geridos pelo proprietário; os novos hotéis serão financiados por instituições financeiras; os critérios de inversão deverão ser definidos e gerenciados por pessoal altamente qualificado.(46)

Nos anos 90, as tendências sócio-culturais apontam transformações nas concepções sobre direção, força de trabalho e gestão hoteleira. Está ocorrendo uma melhor formação e capacitação profissional que influencia a força de trabalho, onde jovens melhor qualificados estão atuando nos hotéis.(47) Está havendo uma necessidade de expandir os postos de trabalho para conservar os recursos humanos, a falta de mão-de-obra não qualificada influencia na forma de organização de trabalho. Nos anos 90, há uma maior predominância pela descentralização. Dessa forma,

aumenta a responsabilidade do diretor de um hotel integrado em uma cadeia hoteleira. (48)

As indústrias hoteleiras estão mais preocupadas com as tendências ecológicas e culturais, assim, as companhias hoteleiras vêm adotando um controle mais rígido com relação à degradação e contaminação do meio ambiente. A preocupação quanto aos instrumentos de controle ambiental, levam os diretores de hotéis a buscarem maiores conhecimentos culturais e ecológicos, para preservar o ecossistema. A preservação do patrimônio histórico-cultural, de edifícios e áreas tombadas, bem como a recuperação e reconstituição de prédios com estilos arquitetônicos que caracterizam escolas e períodos culturais, são objetos de crescente atenção do setor hoteleiro.(49)

As tendências quanto aos consumidores são profundas. As transformações na demografia da população estão influenciando na empresa hoteleira. A redução dos jovens em alguns países, e o aumento em outros, estão influenciando não só na força de trabalho, como também, nos padrões de consumo. A geração onde tudo é descartável está se tornando um grupo altamente expressivo, pode-se dizer até que dominante. No final da década de 90, eles serão os clientes experimentados e consumistas por natureza, acostumados a fazer viagens e comer fora. O grupo de faixa etária mais elevada se tornará um mercado de crescente expansão. Eles desejarão viagens organizadas de forma especial, comidas diferentes e ambientes mais tranquilos. Ocuparão, por isso, os hotéis na baixa estação, aumentando pois a taxa média anual de ocupação.(50)

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- (1) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - Hotel e Cia, São Paulo, FC Editora, Ano II, nº 15, 1992, pág. 69.
- (2) CASTELLI, Geraldi - Turismo: Atividade Marcante do Século XX EDUCS, Caxias do Sul, pág. 10.
- (3) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 13
- (4) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 14
- (5) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 15
- (6) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 15
- (7) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 16
- (8) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 17
- (9) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 17
- (10) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 18
- (11) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 19
- (12) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 20-21
- (13) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 21
- (14) CASTELLI, Geraldi - op.cit., pág. 23
- (15) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - Curso Básico de Turismo, 1ª edição, Rio de Janeiro, Editora Folha Carioca, 1988
- (16) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - op. cit.
- (17) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - op. cit.
- (18) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - op. cit.
- (19) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - O Terciário na Estrutura Produtiva do Ceará: Uma Análise da Organização do Setor de Turismo. Fortaleza, 1991. Tese (Mestrado) CAEN, UFC, pág.98
- (20) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - op. cit. pág. 98

- (21) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - op.cit.
- (22) Resolução Normativa CNTUR nº 9 de 15 de dezembro de 1983
- (23) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (24) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (25) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (26) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (27) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (28) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (29) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (30) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (31) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (32) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (33) Resolução Normativa CNTUR nº 31, de 19 de março de 1988
- (34) Resolução Normativa CNTUR nº 28, de 19 de setembro de 1987
- (35) Resolução Normativa CNTUR nº 9 - op.cit.
- (36) Resolução Normativa CNTUR nº 27, de 22 de julho de 1987
- (37) Resolução Normativa CNTUR nº 23, de 09 de abril de 1987
- (38) Resolução Normativa CNTUR nº 23 - op.cit.
- (39) Decreto Lei nº 84.910/80
- (40) Decreto Lei nº 84.910/80
- (41) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 69
- (42) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 69
- (43) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 70
- (44) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 70
- (45) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 70
- (46) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 71

- (47) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 71
(48) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 71
(49) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 71
(50) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - op.cit., pág. 71

CAPÍTULO 2

OS EFEITOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA INDÚSTRIA HOTELEIRA NO CEARÁ

2.1. TURISMO E SUBDESENVOLVIMENTO

O problema do subdesenvolvimento econômico e social surgiu a partir da última Grande Guerra, com a emergência política dos países colonizados da Ásia, África e América Latina.

O termo subdesenvolvimento indica, econômica e socialmente, uma situação inferior de um país, ao ser comparado aos padrões econômicos das nações industrializadas. O subdesenvolvimento é evidenciado por indicadores como exportação baseado em produtos primários, participação dos produtos industrializados na pauta de importação, importação acentuada de tecnologia e capitais estrangeiros, elevadas taxas de desemprego, baixa produtividade, baixa renda per capita, mercado interno limitado, baixo nível de poupança e subconsumo.(51)

O desenvolvimento econômico, na literatura econômica, é definido com o crescimento econômico (aumento do Produto Nacional Bruto per capita) acompanhado de um padrão melhor de vida da população e por alterações essenciais na estrutura econômica.(52)

A grande desigualdade entre os países que se industrializaram e alcançaram elevados níveis de bem-estar material compartilhados por boa parte da população e,

por outro lado, os países que não se industrializaram e por isso permaneceram em situação de extrema pobreza, foi objeto de inúmeras teses.(53)

Entre os vários obstáculos do desenvolvimento pode-se citar:

- a) dificuldade na integração da população à economia nacional;
- b) isolacionismo social, cultural e econômico, representado por barreiras lingüísticas e religiosas entre os diversos segmentos da população e por subsistemas econômicos ligados ao conjunto da economia nacional (empresas estrangeiras, latifúndios);
- c) o não encaminhamento do excedente econômico para setores prioritários (energia, transporte, etc).(54)

BSFEAC

Na doutrina econômica tem-se realizado inúmeros trabalhos para explicar, ou melhor, tentar encontrar uma explicação para o subdesenvolvimento econômico.

Para André Gunder Frank o subdesenvolvimento dos países periféricos era um processo social criado pelo desenvolvimento capitalista. As economias atrasadas, segundo Frank, tinham sido implantadas pelo imperialismo capitalista, e o subdesenvolvimento, nesse processo, era o resultado da expropriação do excedente que os países periféricos eram submetidos. Assim, era construído um grande sistema capitalista mundial, formado também, por inúmeros subsistemas nacionais (estes eram articulados segundo uma certa divisão do trabalho e ligados por laços de exploração e dependência).(55)

O modelo de subdesenvolvimento capitalista teve na tese de Frank uma de suas bases sólidas. Ademais, outras teses bem difundidas foram a “Teoria do Capitalismo Colonial no Campo Brasileiro” de Caio Prado Júnior, a “Teoria da Superexploração do Trabalho” e a “Teoria do Subimperialismo” de Rui Mauro Marini.(56) Não se vai enveredar por essas divagações teóricas por achar-se que tais assuntos são temas a ser explorados profundamente por trabalhos que abranjam

melhor a questão do subdesenvolvimento. Nessa monografia, a teoria do subdesenvolvimento deve somente deixar claro a diferença que existe nos países ditos desenvolvidos e os subdesenvolvidos, por saber-se que é justamente nesses últimos que o setor terciário predomina.

É como diz Kalecki:(57)

“O problema do desemprego em países subdesenvolvidos difere fundamentalmente do desemprego em economias capitalistas desenvolvidas. Nessas últimas, o desemprego tem como causa a inadequação da demanda efetiva (...). O desemprego e o subemprego em países subdesenvolvidos tem uma natureza totalmente distinta. Resultam de uma escassez de equipamentos de capital e não de uma deficiência em termos da demanda efetiva”.

Percebe-se, na maioria das teses anteriormente expostas, que há uma diferença cabal entre os países desenvolvidos e os subdesenvolvidos. Nestes últimos inexiste equipamentos e capital suficiente para desenvolver-se. O problema não é tão simples assim. Poderia-se, então, afirmar que suprindo a escassez de materiais existente, tinha-se o desenvolvimento. Não é bem isso. O subdesenvolvimento está bem arraigado na estrutura dos países que o absorvem. Dar-se-á fim a essa polêmica discussão afirmando que visões simplistas do subdesenvolvimento obscurecem a verdadeira realidade de países subdesenvolvidos. Segundo Netto, os países do Terceiro Mundo que acreditam na teoria Rostowiana de desenvolvimento estão equivocados, quanto as formas de se atingir o desenvolvimento. O subdesenvolvimento não é um estado inferior e anterior do desenvolvimento.(58)

Afirmou-se, anteriormente, o grande crescimento do setor terciário em países subdesenvolvidos. O Brasil é um país subdesenvolvido. O Ceará dentro do Nordeste é o terceiro estado mais desenvolvido economicamente, dado a participação relativa do PIB cearense na região.

Na tabela 1, observa-se a composição setorial do Ceará através do Produto Interno Bruto a custo de fatores:

TABELA 1

PIB a custo de fatores (%) - Composição setorial Ceará - 1985-1993

DISCRIMINAÇÃO	1985 (*)	1990 (**)	1991 (***)	1992 (***)	1993 (***)
1. Agropecuária	14.64	9.69	9.80	8.63	6.16
2. Indústria	26.83	29.50	30.12	33.89	35.35
2.1. Extrativa Mineral	3.98	0.74	0.73	0.73	0.71
2.2. Transformação	14.55	19.56	20.51	23.13	24.27
2.3. Construção	6.54	7.60	7.27	8.40	8.75
2.4. Serv. Ind. de Util. Púb.	1.76	1.60	1.61	1.63	1.62
3. Serviços	58.53	60.81	60.08	54.48	58.49
3.1. Comércio	11.05	8.90	8.75	8.43	8.80
3.2. Transporte	3.59	2.63	2.65	2.63	2.63
3.3. Instituições Financeiras	13.35	13.24	13.16	13.15	12.31
3.4. Administração Pública	10.41	11.75	11.74	11.83	12.47
3.5. Aluguéis	7.44	11.30	13.93	10.00	10.55
3.6. Prestação de serviços	11.74	12.29	9.04	10.61	10.85
3.7. Comunicações	0.95	0.70	0.81	0.83	0.88
Produto Interno Bruto	100	100	100	100	100

Fonte: IBGE; SUDENE; IPLANCE

Elaboração: IPLANCE

(*) Extraído do Censo Econômico de 1985

(**) Estrutura setorial da Sudene com ajustes feitos pelo IPLANCE

(***) Estrutura setorial de 1990 com ajustes feitos pelo IPLANCE

Percebe-se, no Ceará, a predominância absoluta do setor terciário em sua composição setorial do PIB. Em 1993, por exemplo, nem a somatória dos setores primário e secundário perfazem a percentagem da participação do setor terciário. Dentro deste, o setor de prestação de serviços (ao qual inclui-se o setor de turismo) ocupa o terceiro lugar na composição do PIB do setor terciário.

O Ceará é apenas uma amostra da extrema relevância que tem obtido o setor de prestação de serviços na composição setorial do PIB. O setor turismo, nesse processo, é uma variável crescente, principalmente depois da implantação de políticas de desenvolvimento do turismo.

Só no Brasil, o turismo movimentou, em 1994, US\$ 45 bilhões. Um em cada onze trabalhadores, estão trabalhando no setor do turismo. Em 1994, 7,8 % do PIB brasileiro estará concentrado no turismo (estimativas da EMBRATUR).

Esses números não são desprezíveis. Contudo, nos países subdesenvolvidos, mesmo com a possibilidade de crescimento constante do setor, não se percebe os impactos positivos no crescimento de forma generalizada, isto é, não se percebe o repasse desses benefícios para a sociedade de uma forma geral. Não se nega a importância do referido setor na geração de renda e emprego, bem como no pagamento de impostos diretos e indiretos. Mas é preciso ficar claro, que o setor do turismo é um setor promissor na economia de qualquer país que tente explorá-lo de forma controlada. Todavia, precisa-se atentar, de forma crítica, para o que se escreve e se divulga. Os países subdesenvolvidos não vão se desenvolver com o crescimento assustador do setor terciário sem um acompanhamento e mudança na estrutura do setores primário e secundário.

Não se desenvolve com uma estrutura industrial obsoleta com crescimento retardatário, muito menos, com setor agrário ineficiente. O turismo tem crescido e é

importante atualmente como qualquer outro setor da economia, e como tal, merece receber incentivos para o seu desenvolvimento.

2.1.1. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL DO TURISMO

O produto turístico é o resultado de serviços e atividades produtivas relativas ao alojamento (indústrias de construção e de transformação), à alimentação e às bebidas (atividade agrícola e indústria alimentícia), aos transportes (indústria de transformação e de consumo energético, além de serviços), à aquisição de produtos locais (artesanato e indústria do vestuário ou de transformação), às visitas e aos divertimentos (serviços).(59)

As atividades acima relacionadas devem, porém, estar ligadas a uma atração natural ou cultural. A presença do sol, de uma floresta ou de um monumento artístico (bem cultural), são enfim, os fatores que determinaram o fluxo dos turistas. Para haver esta ligação, deve realizar-se uma série de obras para oferecer uma infraestrutura básica. Todas essas atividades fazem parte do produto turístico, que na sua fase “final” é a atividade de serviços.(60)

A indústria turística mesmo produzindo bens e serviços que fazem parte do setor terciário, tem grande efeito sobre os setores primário e secundário. Assim, o turismo é interdependente com vários setores econômicos de uma nação. (61)

O produto de qualquer indústria manufatureira é tangível, ou seja, pode ser percebido pelos olhos por ser material e visível. As matérias-primas para a composição desse produto são também de fácil visibilidade. As matérias-primas da

atividade turística, como o clima, o deserto, a praia, a montanha, o monumento, o museu e os costumes são os bens culturais e naturais de uma nação. (62)

A problemática de desenvolvimento turístico deve ser inserida num modelo de crescimento econômico mais extenso. O crescimento do turismo, em países subdesenvolvidos tem se dado de forma isolada, sem o acompanhamento do desenvolvimento. Isso tem gerado uma conexão entre crescimento do turismo e uma série de desequilíbrios econômicos e sociais.(63)

Uma das características da indústria hoteleira é a reunião de várias atividades complementares (comércio, bancos, artesanato, etc) em torno de uma determinada localidade turística. Estes efeitos de aglomeração formam, na maioria das vezes, nos países avançados turisticamente, uma concentração geográfica excessiva. Isto ocorre com certeza, no caso da criação do pólo turístico que, vindo acompanhado de fluxos de turistas, dá um certo dinamismo na expansão, via efeitos de aglomeração, tendendo também, a alargar estes efeitos de expansão além da própria localidade turística.(64)

Pode-se afirmar que a atividade turística é uma atividade de base no quadro da economia regional, ou melhor, muitas vezes ela até supera a própria região, seja devido ao fato de que sua expansão advenha do exterior, seja por qualquer outra característica.(65)

O pólo turístico é formado pela reunião de unidades matrizes representadas pelas empresas hoteleiras.(66)

A oferta turística deve fornecer um complexo de bens e serviços que representem o produto turístico requisitado pela demanda. A oferta turística deve ser o resultado de todas as atividades produtivas (já mencionadas anteriormente) que servem à formação dos bens e serviços imprescindíveis à satisfação da necessidade turística e que é mostrado no consumo turístico.(67)

A oferta turística pode ser separada em três semi-agregados:(68)

(i) As matérias-primas, que são os recursos naturais e humanos de origem histórica e artística;

(ii) As infra-estruturas de base, são as infra-estruturas técnicas indispensáveis às instalações da superestrutura turística. Por exemplo, rede de comunicações, centrais elétricas, esgotos, etc. e

(iii) As superestruturas turísticas, são compostas pelos equipamentos receptivos clássicos (hotéis, restaurantes, etc.), pelos equipamentos para diversões e esportes, pelos serviços de recepção turística.

2.1.2. A POLÍTICA TURÍSTICA DE DESENVOLVIMENTO

Como em qualquer país se aplica uma política monetária, fiscal, creditícia, etc., que formam o todo da política econômica, desta forma, a política turística pertencerá à política econômica geral. A política turística corresponde à realidade de um sistema econômico de mercado onde, os poderes públicos e privados, nacionais e internacionais e as próprias unidades familiares impõem suas necessidades.(69)

É como diz Sessa:(70)

“A política turística será, forçosamente econômica, enquanto parte integrante para um específico setor produtivo da política econômica geral de um país. Ela será global, enquanto a adoção desta política deverá ser combinada com aquela relativa a todos os outros setores diretamente ou indiretamente ligados com o turístico. A política turística será racional, enquanto o seu entrincheiramento científico reafirma a exigência do estudo dos vários problemas que lhe são conexos numa ótica racional, além de cada valorização política concreta.”

Limitar-se-á, nesse trabalho, o estudo da política turística dos poderes públicos, já que é possível constatar que o crescimento turístico acontece, normalmente, através do impulso substancial dado pela autoridade pública. A participação do Estado é mais gritante em países do Terceiro Mundo, dada a carência de capital (poupança privada) e de pessoal qualificado. Na atualidade, o papel do Estado na atividade turística tem sido de extrema relevância, tanto em países desenvolvidos como para os subdesenvolvidos. (71)

Na realidade, a política turística dos poderes públicos vai mais além do que a simples intervenção do Estado no setor, essa tornou-se essencial, no que diz respeito a uma política de desenvolvimento do turismo concebida de maneira harmoniosa e mais coordenada, levando em conta, evidentemente, os outros centros decisórios do país. (72)

A política turística dos poderes públicos, segundo Sessa, possui algumas linhas principais:(73)

(i) A política de organização territorial, que deverá possibilitar o crescimento harmonioso da atividade turística. Uma vez criado o pólo de desenvolvimento turístico, será extremamente importante traçar uma política racional de organização territorial, que leve em conta os desequilíbrios naturais e culturais que lhe possam derivar.

(ii) O financiamento dos investimentos turísticos, depois de ser determinado o pólo de desenvolvimento turístico, será necessário estudar o financiamento dos investimentos turísticos. Assim, o Estado entra como provedor dos objetivos a serem atingidos.

(iii) A formação do elemento humano, o crescimento turístico trará, também, uma grande necessidade de elemento humano especializado. O Estado entra, na

maioria das vezes, com a criação de escalas especializadas na formação de recursos humanos.

(iv) A política global, todos os problemas que poderão surgir devem ser previstos. Perigos da inflação, que a expansão turística pode provocar, entre outros, devem ser controlados. Deve-se adotar uma política global para servir de antídoto para qualquer descompasso na economia.

2.2. O TURISMO E A INDÚSTRIA HOTELEIRA NO CEARÁ

Os efeitos econômicos da atividade turística são indiscutíveis, já que 75% do faturamento global do turismo é representado pelo turismo nacional. No entanto, essa percentagem tende a cair em relação à renda média individual disponível, de muitos países subdesenvolvidos.(74)

Faz-se-á uma breve recordação de algumas variáveis macroeconômicas. A renda nacional é o produto nacional líquido (PNL), do qual são deduzidas as tributações indiretas sobre os negócios. Para se obter a renda disponível são subtraídas todas as tributações diretas e indiretas do PNL mais a depreciação. Assim, observa-se que partindo da renda disponível, da renda nacional, do PNL, se atinge o agregado PNB.(75)

A criação de pólos turísticos em regiões que possuem uma atração natural e eventualmente se localizam fora dos pólos urbanos e industriais, gera o famoso efeito “compensação” econômica, que é um efeito de equilíbrio territorial e também, macroeconômico. A instalação da atividade turística em faixas costeiras marinhas e montanhas (essas faixas são mais conhecidas como regiões “externas”), determina um equilíbrio econômico entre a zona urbanizada e industrial e a zona turística. O

fluxo monetário vindo do turismo insere estas zonas “externas” no processo de expansão acelerado do resto do país.(76)

Nas regiões “externas” a ausência de indústrias determina um baixo nível de vida das populações nativas que se dedicam, normalmente, à prática de uma economia de subsistência, ou seja, dedicam-se à pesca ou à agricultura para viver. Muitas vezes, infelizmente, o investimento industrial em zonas de montanhas ou marinhas, isoladas e distantes das zonas urbanas, tem-se revelado maléfico para a economia nacional.(77)

Esta transferência de renda, derivada do turismo é, muitas vezes, essencial em várias nações subdesenvolvidas de maior nível de renda média individual disponível.(78)

2.2.1. RENDA INTERNA DO CEARÁ

Para analisar a participação da indústria hoteleira na renda interna do estado do Ceará, utilizar-se-á o trabalho que Smith(79) realizou e que tem como título “A participação do turismo na renda interna do Ceará (estimativas preliminares)”.

O referido trabalho já começa ressaltando a dificuldade de mensurar a atividade turística em contas da contabilidade social. A principal explicação para essa dificuldade, segundo Smith, é o fato de que as despesas realizadas na atividade turística encontram-se separadas por vários setores (como já foi afirmado anteriormente).

A atividade turística é na verdade, um conjunto representado por vários setores, tais como o comércio, serviços, produção agrícola e industrial. Mais abrangente, ainda, torna-se a atividade turística se esta estiver em fase de expansão,

já que neste caso, são incorporadas a ela, os investimentos e bens de consumo duráveis.(80)

Volta-se, então, para a velha afirmação de que é difícil estimar a participação do turismo na renda interna do Ceará. Para não se ficar repetitivo e enfadonho, resolveu-se adotar a metodologia desenvolvida pelo Professor Roberto Smith para mensurar as variáveis de difícil mensuração.

Smith tenta mensurar os “gastos diretos realizados pelos turistas, a partir dos fluxos da demanda e gastos médios conhecidos através de pesquisa recente da Comissão de Turismo Integrado do Nordeste (CTI-NE)”.(81)

E continua “o volume de gastos dos turistas mede apenas os gastos diretos, torna-se necessário considerar o efeito indireto a partir do impulso dos gastos diretos que dá origem a um multiplicador que assinala os gastos totais, reunindo o efeito direto e indireto”.(82)

Assim, “o multiplicador, calculado a partir de uma matriz insumo-produto tem sua magnitude dependendo do grau de encadeamento entre setores da economia. Os efeitos sobre a renda interna do estado irão depender do maior ou menor vazamento da renda. Nesse sentido admite-se que o multiplicador dos gastos diretos com turismo no estado é inferior ao multiplicador calculado para o Brasil, ou para estados dotados de estruturas produtivas mais complexas e completas”.(83)

Vai-se a partir de agora, resumir ao máximo o trabalho de Smith.

O cálculo das despesas diretas da atividade turística no Ceará é realizado através de algumas variáveis. Primeiro, os parâmetros de gasto médio e tempo de permanência. O gasto médio do turista estrangeiro no Ceará é da ordem de US\$ 73,16/dia, já o turista nacional gasta em média US\$ 28,63/dia. O tempo de permanência médio do turista estrangeiro é 7 e do nacional 7,9.(84)

Tem-se, assim, duas hipóteses de gastos diretos com a atividade turística em 1992. A primeira hipótese incorpora a demanda doméstica hospedada em hotéis classificados e a segunda abrange toda a demanda doméstica hoteleira e não hoteleira.(85)

Adotou-se o multiplicador utilizado pela EMBRATUR. Esse é de 1,75. Por outro lado, estimou-se o PIB de 1992 em US\$ 8.825 milhões. (86)

Segundo a Hipótese I, que como já foi dito, mostra somente a demanda doméstica hospedada em hotéis classificados, tem-se: (87)

	DEMANDA	Nº DIAS	GASTO MÉDIO EM US\$	TOTAL EM US\$
Turista estrangeiro	55.700	7,00	73,16	28.525.084
Turista nacional	232.800	7,9	28,63	52.654.400
Total				81.179.484

De acordo com a Hipótese II, que abrange toda a demanda doméstica hoteleira e não hoteleira, tem-se:(88)

	DEMANDA	Nº DIAS	GASTO MÉDIO EM US\$	TOTAL EM US\$
Turista estrangeiro	55.700	7,00	73,16	28.525.084
Turista nacional	302.600	7,9	28,63	68.441.160
Total				96.966.244

Assim, a participação dos diretos e indiretos da atividade turística na renda interna do estado do Ceará fica:(89)

	GASTOS DIRETOS EM US\$ 1.000	GASTOS INDIRETOS EM US\$ 1.000	% do PIB de 1992
HIPÓTESE I	81.179,5	142.064,1	1,6
HIPÓTESE II	96.966,2	169.690,9	1,9

Desta forma, Smith afirma que a participação da atividade turística na renda interna do estado está dentro do intervalo 1,6% a 1,9% para o ano de 1992. No entanto, ele adverte que essa participação na renda leva em consideração somente os gastos correntes, excluindo, desse jeito, os investimentos que se relacionam com a ampliação da capacidade instalada da oferta turística.(90)

Se a participação da atividade turística na renda interna do Ceará está localizado entre 1,6% e 1,9%, então, pode-se afirmar, segundo a hipótese I, que a participação da indústria hoteleira na renda interna do Ceará gira em torno de 1,6%, podendo ser inferior ou superior a esse resultado, isto é, o resultado tende para 1,6%.

2.2.2. EMPREGOS E SALÁRIOS

Fala-se, constantemente, que o setor de prestação de serviços é um dos setores que mais tem ofertado emprego nos recentes anos. Na tabela 2, observa-se primeiramente, a população ocupada segundo os ramos de atividade no Ceará entre 1986 e 1990.

TABELA 2

População ocupada, segundo os ramos de atividade - Ceará - 1986-1990

Ramos de atividade	Números Absolutos		Participação(%)	
	1986	1990	1986	1990
Total	2.308.316	2.486.744	100	100
Primário	845.630	828.787	36,6	33,3
Secundário	502.519	482.401	21,9	19,4
Terciário	958.167	1.175.556	41,5	47,3

Fonte: IBGE

Elaboração: IPLANCE

Assim, percebe-se que o setor terciário foi o único setor a aumentar sua participação do pessoal ocupado entre 1986 e 1990. O crescimento da atividade turística, com abertura de novos pólos turísticos, bem como o investimento que no setor vem aumentando, afeta positivamente o mercado de trabalho. Por outro lado, a criação de escolas especializadas tem aperfeiçoado, cada vez mais, o pessoal ocupado no turismo. O aperfeiçoamento da mão-de-obra é assunto para um próximo sub-ítem.

O Brasil, atualmente, recebe 1,65 milhão de turistas estrangeiros por ano. A expectativa é de que em 1995 este número aumente mais um milhão. Para atender todo esse contingente de turistas, estima-se uma criação de mais de 450 mil novos empregos diretos e indiretos. Isso envolve desde hotéis, companhias aéreas e agências de viagens até empresas de construção civil, fornecedoras de móveis, alimentos, produtos de limpeza, etc. Atualmente, esse setor emprega - direta e indiretamente - 6 milhões de pessoas.(91)

No Ceará, a indústria turística gera 20 mil empregos, destes, 12 mil estão localizados na indústria hoteleira, os 8 mil restantes são distribuídos por restaurantes, agências de turismo, locadoras de carros e demais serviços ligados à atividade turística.

Quanto a faixa etária, 48% do pessoal ocupado na indústria hoteleira tem entre 18 e 30 anos, 39% tem entre 30 e 50 anos e 13% possui mais de 50 anos . Vê-se que a população empregada é na sua maioria jovem, havendo, contudo, uma alta porcentagem de pessoal ocupado com mais de 30 anos, nesse caso, sem dúvida, está a mão-de-obra mais qualificada, ou seja, os gerentes.

Com relação a média salarial no setor, a nível nacional, tem-se os seguintes valores:(92)

GERENTE GERAL -	De US\$ 4.000 a US\$ 6.000
GERENTE FINANCEIRO -	De US\$ 3.000 a US\$ 5.000
GERENTE DE ALIMENTOS E BEBIDAS -	US\$ 1.548
GERENTE DE RECEPÇÃO -	US\$ 688
GOVERNANTA -	US\$ 748
MAITRE -	US\$ 542
RECEPCIONISTA -	US\$ 344
SUPERVISORA DE ANDAR -	US\$ 310
BARMAN -	US\$ 301
GARÇON -	US\$ 215
CAMAREIRA -	US\$ 189
MENSAGEIRO -	US\$ 189

No entanto, esses pisos salariais variam de região para região. No Ceará, a distribuição de empregados por faixa salarial fica:

Até 2 salários mínimos (s.m)	- 40%
De 2 a 5 s.m	- 35%
De 5 a 10 s.m	- 20%
Acima de 10 s.m	- 5%

Assim, observa-se que a maioria da população empregada na indústria hoteleira cearense ganha menos de 2 s.m. Este resultado é acompanhado de perto pela faixa de 2 a 5 s.m, ficando nesse caso, 35% da população empregada que recebe esse valor. Somente 5% do pessoal ocupado recebe acima de 10 s.m.

Percebe-se uma discrepância entre o salário médio nacional e a média salarial no Ceará. Apesar de não se ter disponível a separação salarial por função exercida, fica claro que, aqui, 40% da mão-de-obra empregada na indústria hoteleira ganha menos de 2 s.m, e as funções menos especializadas como mensageiro e camareira devem ter seus recebimentos nessa faixa salarial.

2.2.3. PARTICIPAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO ESTADUAL

A dinâmica do turismo no desenvolvimento estadual se traduz na visualização da planificação econômica do setor, feita para se atingir uma eficiente distribuição espacial dos recursos e atividades econômicas.

As primeiras formulações teóricas a cerca do crescimento de uma região defendiam que, por meio dos “pólos de crescimento” criados artificialmente, era possível atingir-se um crescimento regional mais equilibrado. Este só acontecerá se

vier ligado a algumas outras condições básicas: proximidade de mercado, disponibilidade de infra-estrutura social básica e a determinação de estratégias de desenvolvimento da região e dos setores escolhidos.(93)

O turismo, sendo uma atividade produtiva e geradora de emprego, é, pode-se dizer, um dos setores ditos motrizes(94) para certas regiões, respeitando com certeza, às condições básicas acima ressaltadas. O turismo é um “produto” consumido, principalmente, em localidades menos desenvolvidas, contudo não se pode deixar de mencionar o turismo nos grandes centros urbanos, especialmente o turismo de negócios. O turismo acaba se tornando uma atividade de compensação ao cotidiano das grandes cidades (rotina de trabalho, altos níveis de poluição, stress, etc). Assim, o turismo é realizado com predominância, em regiões menos desenvolvidas industrialmente, embora possuidoras de infra-estrutura e serviços sociais básicos.(95)

Este comportamento do setor permite haver a possibilidade de transferência de benefícios de uma região mais rica para uma região mais pobre, procurando assim, adquirir um equilíbrio mais estável entre as regiões, melhorando as condições de vida da população das regiões mais atrasadas (devido à implantação de uma infra-estrutura básica e serviços propiciados pelo turismo) e estimulando o aparecimento e o crescimento de outras atividades, devido aos investimentos iniciais do setor turístico.(96)

Ao lado resultados positivos, a atividade turística pode provocar também alguns efeitos negativos nessas regiões menos desenvolvidas. Um turismo desorganizado pode deteriorar o meio ambiente, destruir o patrimônio histórico-cultural, mudar a cultura dos nativos da região, causar uma alta dos preços, reduzir a oferta de produtos à demanda da população local e causar uma instabilidade no mercado de trabalho.(97)

Nas regiões menos desenvolvidas, a implantação de pólos turísticos deve se dar de forma ordenada, menos concentrado(ou seja, sem uma manifestação em certas áreas), respeitando os valores e culturas locais. Para isso, torna-se necessário definir estratégias a partir da comunidade local, levando-se em consideração as necessidades regionais e nacionais do meio ambiente e dos valores culturais.(98)

2.2.4 DISTRIBUIÇÃO DE RENDA

Além de um bom equilíbrio regional, o turismo deve contribuir para um maior equilíbrio intersetorial e interpessoal.(99)

A distribuição de renda intersetorial se dá pela transferência da renda gerada pelo turismo ao setor primário, secundário e terciário que, por sua vez, reaquece a propensão marginal a consumir dos indivíduos desses setores, que, numa determinada proporção, pode ser reorientada para o turismo, se esses indivíduos gastarem esse aumento de renda em lazer.(100)

A distribuição da renda interpessoal tem características distributivas bem visíveis, pois, de um lado, os grandes consumidores têm uma renda mais elevada e de outro, as regiões receptoras são, na maioria das vezes, regiões menos desenvolvidas, de baixo nível de renda média. Pode-se acrescentar a isso o fato do setor representar elevados níveis de emprego, com respeito ao capital investido e em grande número, sem muitas exigências em termos de qualificação profissional. Este último aspecto, contudo, mesmo sendo referido como um fator redistributivo, apresenta em alguns casos, custos inconvenientes, pois há uma pressuposição que o salário médio desses indivíduos seja inferior ao da mão-de-obra desse setor em regiões mais desenvolvidas.(101)

De fato, não se pode afirmar que o efeito líquido do turismo seja sempre positivos nas regiões menos desenvolvidas, no que se refere à transferência de renda inter-região. Ao ser gerada, a receita é mais do que compensada pelos gastos com bens e serviços requeridos pelo turismo, tanto diretamente, como indiretamente. É como diz Rabahy: “os benefícios totais dependem dos vazamentos dos efeitos, que decorrem do grau de integração intersetorial existente na região, avaliada em geral a partir das matrizes de input-output e dos multiplicadores de renda e emprego”.(102)

2.3. CAPACIDADE HOTELEIRA NO CEARÁ E SUA UTILIZAÇÃO

Na maioria das vezes, a análise de desempenho de um mercado turístico é feita através do estudo da evolução dos seus dois componentes básicos, isto é, a oferta e a demanda. Neste trabalho, far-se-á a análise do aspecto da oferta, no caso dos meios de hospedagem classificados, e a demanda é expressa pelo indicativo do fluxo de turistas, com ênfase no seu quantitativo.

2.3.1. MEIOS DE HOSPEDAGEM EM FORTALEZA

Os dados da Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará - CODITUR, mostram que está localizado em Fortaleza a parcela majoritária do turismo no Ceará. Em 1993, Fortaleza contou com 24 hotéis classificados, sendo três hotéis de 5 estrelas, seis hotéis de 4 estrelas, cinco hotéis de 3 estrelas, nove hotéis de 2 estrelas e um hotel de 1 estrela. São oferecidos ao todo 2.370 unidades habitacionais e 4.858 leitos. A tabela 3 mostra a evolução dos meios de hospedagem entre 1992 e 1993.

TABELA 3

Oferta de unidades habitacionais e leitos nos meios de hospedagem em Fortaleza, classificados por categoria - 1992/1993

ESPECIFICAÇÃO	nº de meios de hospedagem		nº de unidades habitacionais		número de leitos	
	1992	1993	1992	1993	1992	1993
Hotéis classificados						
5 estrelas	3	3	652	641	1.307	1.286
4 estrelas	6	6	979	992	2.022	2.033
3 estrelas	5	5	347	273	777	590
2 estrelas	9	9	395	44	824	912
1 estrela	1	1	15	18	31	37
Total	24	24	2.388	2.340	4.961	4.585

Fonte: CODITUR

Elaboração: IPLANCE

Percebe-se, primeiramente, uma estabilidade na oferta dos meios de hospedagem em Fortaleza. A proliferação de novos meios de hospedagem, como por exemplo, hotéis de luxo e apart-hotéis, segundo dados da CODITUR, parece superar a oferta registrada de acomodação para os visitantes. Assim, pode-se afirmar que Fortaleza possui uma oferta de meios de hospedagem bem maior do que aquela mostrada somente pelos hotéis classificados.

O número de unidades habitacionais e número de leitos, só foi crescente nos hotéis de 1 e 2 estrelas. No entanto, esse crescimento foi mais acentuado nos hotéis de 2 estrelas. Nos demais hotéis classificados, houve, na verdade, um decréscimo no número de unidades habitacionais e número de leitos. No total, apesar do número de

meios de hospedagem entre 1992 e 1993 ter sido estável, houve uma queda tanto no número de unidades habitacionais, como no número de leitos.

2.3.2. MOVIMENTO TURÍSTICO EM FORTALEZA

A taxa média de ocupação de hóspedes nos hotéis classificados em Fortaleza é obtida através dos dados da CODITUR, coletados juntos aos registros dos Boletins de Ocupação Hoteleira (BOH). Na média anual, a taxa de ocupação de 92/93 mostrou uma variação +14,9%. Em 1993, a taxa média de ocupação foi 53,2% e em 1992 foi de 46,3%. O aumento dessa taxa deve-se, em parte, ao trabalho que vem sendo desenvolvido pelas empresas prestadoras de serviços turísticos. Trabalho este que tem tentado diminuir as flutuações da temporada, fazendo com que haja uma demanda turística com distribuição mais homogênea e regular durante o ano, proporcionando assim, uma ocupação mais adequada dos equipamentos turísticos.

Na tabela 4, é possível visualizar as variações da taxa média de ocupação de hóspedes em Fortaleza.

Assim, a taxa média de ocupação foi crescente nos hotéis de 5, 4 e 3 estrelas, tendo este último a maior taxa de ocupação.

Em 1993, o número de visitantes foi de 198.095 pessoas e mostrou um crescimento de 2,52% em relação ao número apurado no ano anterior. Analisando a tabela 5, pode-se avaliar a tendência do movimento de hóspedes por categorias hoteleiras.

Os hotéis de 2 estrelas mostraram o maior movimento no número de hóspedes (+20,9%), em seguida vem os hotéis de 5 estrelas (+8,01%) e 4 estrelas (1,3%). Os hotéis classificados com 3 estrelas tiveram um desempenho negativo, ou seja, mostraram um decréscimo bastante significativo. Os hotéis de 1 estrela, também

tiveram um declínio, só que bem inferior ao de 3 estrelas, esse girou em torno de 3,81%.

TABELA 4

Movimento turístico em Fortaleza: taxa média de ocupação de hóspedes nos hotéis classificados.

CATEGORIA	1992	1993	Varição 92/93
Hotéis classificados			
5 estrelas	36.3	41.4	+14.0
4 estrelas	51.5	58.2	+13.0
3 estrelas	40.8	56.1	+37.5
2 estrelas	55.1	54.4	-0.73
1 estrela	66.0	56.2	-14.8
Total	46.3	53.2	+14.9

Fonte: CODITUR

Elaboração: IPLANCE

TABELA 5

Movimento turístico em Fortaleza: número de hóspedes registrados em Fortaleza segundo a categoria.

CATEGORIA	1992	1993	Varição 92/93
5 estrelas	45.487	49.129	+8.01
4 estrelas	98.245	99.527	+1.30
3 estrelas	25.855	21.060	-18.54(*)
2 estrelas	22.459	27.153	+20.90
1 estrela	1.181	1.126	-3.81
Total	193.227	198.098	+2.52

Fonte: CODITUR

Elaboração: IPLANCE

(*) Os números referentes aos hotéis de três estrelas, no período, encontram-se viesados em função da falta de informação por parte de alguns hotéis à CODITUR.

Outro dado interessante é o relacionamento à origem dos hóspedes, os dados são apurados com base na Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH), e é contabilizado de acordo com a procedência dos turistas. Para se estimar o número total de estrangeiros que entraram no Ceará no período em análise, deve-se também, aplicar os dados do Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH). Descobre-se, então, que o número de hóspedes nacionais ficou em torno de 150.513 e o número de hóspedes estrangeiros foi de 47.582. Em 1992, o número de hóspedes nacionais foi de 158.449, por outro lado, os hóspedes estrangeiros alcançaram 34.782. Percebe-se que o fluxo de turistas nacionais, em 1993, sofreu uma queda de 5.01%. No entanto o fluxo de turistas vindos do exterior apresentou um enorme incremento, da ordem de 36.8%. Essas afirmações podem ser comprovadas na tabela 6.

TABELA 6

Estimativa do número de hóspedes nacionais e estrangeiros em hotéis classificados - 1992/1993.

DISCRIMINAÇÃO	1992	1993
Número total de hóspedes	193.231	198.095
Variação anual %	-14.9	2.51
Número de hóspedes nacionais	158.449	150.513
Variação anual %	-25.7	-5.01
Participação	82.0	75.98
Número de hóspedes estrangeiros	34.782	47.582
Variação anual %	148.9	36.8
Participação	18.0	24.02

Fonte: CODITUR, FNRH E BOH

Elaboração: IPLANCE

Pela tabela 6, observa-se que o segmento internacional, como vem ocorrendo nos últimos anos, teve um desempenho satisfatório, contrabalançando mesmo que parcialmente, a tendência de declínio constatado no segmento de turismo nacional e assim, causar uma amortização no efeito negativo de retração dos turistas brasileiros.

2.4. EFEITOS SÓCIO-ECONÔMICOS DA INDÚSTRIA HOTELEIRA NO CEARÁ

2.4.1. A INDÚSTRIA HOTELEIRA E O MEIO AMBIENTE

A última década do século XX é um tempo de grandes promessas, grandes riscos e grandes complexidades. Os acontecimentos estão se dando em várias frentes (econômicas, sociais e ecológicas). As conquistas em bem-estar humano, para algumas camadas da população mundial foram espantosas. Muitas tecnologias novas em biologia, materiais, construção e outras áreas têm despontado no cenário mundial. Entretanto, desde 1900 a população mundial mais que triplicou. A economia cresceu 20 vezes. O consumo de combustíveis fósseis aumentou 30 vezes e a produção industrial 50 vezes. A maior parte deste crescimento ocorreu desde 1950. Esse crescimento tornou-se insustentável. O capital básico da Terra, ou seja, florestas, espécies e solos que servem de sustentáculo para a própria vida, tem sido exaurido e suas águas potáveis e seus oceanos sofrem uma degradação em ritmo acelerado. Até a camada de ozônio que protege todo ser vivo dos raios solares mais letais está sendo lentamente destruída. A Terra passou a ser ameaçada pela rápida elevação das temperaturas globais e do nível das marés. (103)

Existe um grande paradoxo entre turismo e meio ambiente. Muitos ecologistas só conseguem visualizar o possível lado negativo do setor turístico. A criação de pólos turísticos é para eles o começo da morte de várias regiões. Obviamente eles se referem ao crescimento desordenado do turismo. Não se pode adotar e/ou criar uma indústria turística sem levar em consideração os condicionantes negativos de sua implantação, principalmente, quando o desenvolvimento turístico se faz numa região ainda não explorada.

Não se pode negar a essencialidade da indústria hoteleira no crescimento econômico brasileiro, tanto na geração de renda como na criação de empregos. Contudo, como foi falado antes, há uma necessidade de fazer uma correção nas possíveis distorções que poderão ocorrer.

No Ceará, a maior quantidade de meios de hospedagem se localiza em Fortaleza. Nesta, boa parte dos hotéis classificados encontram-se localizados na orla marítima. A localização física dos hotéis valorizam, com certeza, as residências e prédios que estão à sua volta. Isso encarece o metro quadrado de apartamentos e casas próximas aos grandes hotéis, pois há também uma grande criação de restaurantes, bares e boates nessas mesmas áreas.

Por outro lado, o fato dos hotéis estarem localizados na orla marítima e a maioria deles ser construída de forma vertical, há um bloqueio na ventilação natural da área.

Na construção dos referidos hotéis, segundo os hoteleiros, foram utilizadas técnicas especiais para não provocar nenhum dano ao meio ambiente da rede costeira.

Os hotéis usam como recurso produtos biodegradáveis e adotam o sistema de reciclagem de lixo, outros utilizam a coleta pública de lixo. A parte de esgotos é feita, na maioria deles, pela rede urbana de Fortaleza.

Assim, percebe-se a manutenção dos padrões de conservação ambiental dos hotéis localizados na orla marítima, se bem que seus efeitos negativos também foram citados.

2.4.2. A INDÚSTRIA HOTELEIRA E A FORMAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

BSFEAC

A hotelaria apoia-se em dois pontos: equipamentos e mão-de-obra. Na maioria das vezes, a mão-de-obra é mal empregada. Daí a grande rotatividade de empregados, para quem o hotel é uma opção não satisfatória entre empregos almejados.

Os investimentos em mão-de-obra hoteleira são, com certeza, pequenos. Faculdade e cursos técnicos não suprem completamente as necessidades dos hotéis. E os estabelecimentos hoteleiros (na verdade, muitos deles) acabam por treinar o seu próprio pessoal. Não há, contudo, por parte dos hotéis, a procura sistemática por mão-de-obra qualificada nessas faculdades e cursos. Há uma grande distância e também concorrência entre o profissional qualificado no Brasil e aquele que estudou nas escolas do exterior.

O hotel tem um funcionamento durante as 24 horas do dia e seus funcionários precisam estar lá, todo esse tempo. Normalmente, a maior ocupação se dá durante os finais de semana e feriados, período que os funcionários mais trabalham.

Um dos problemas encontrados nas faculdades de Turismo e Hotelaria no Brasil, ao contrário do que ocorre no exterior, é o ensino de conceitos gerais sobre os mais diversos assuntos. E nem sempre a teoria corresponde à prática, pois existe uma

grande carência de docentes que tenham uma visão prática do setor e possuam também a visão prática.

Apesar da existência de algumas faculdades só de hotelaria (o formando torna-se tecnólogo em hotelaria), na faculdade de turismo o estudante pode optar por especialização em hotel. Até hoje, os bacharéis em turismo exercem uma profissão reconhecida, mas não regulamentada. Normalmente, há uma grande evasão nas turmas, pois a população em geral possui uma visão distorcida do que seja essa profissão. A mão-de-obra da hotelaria já se inicia falha, pelas pessoas oriundas dos mais diversos segmentos da sociedade, que ingressam na hotelaria e depois descobrem que há outros setores, como comércio e indústria, que pagam melhores salários.

Na verdade, inexistente um plano de carreira progressiva para o profissional da hotelaria em todos os níveis. Poucas vezes se pensa em criar cursos de aperfeiçoamento e especialização. A falta de investimento na mão-de-obra e a baixa remuneração sempre contribuíram para a rotatividade. Por isso, há discrepâncias não só entre hotéis, como também, entre regiões. Às vezes, um gerente de hotel 3 estrelas acaba ganhando mais do que um gerente de um 4 estrelas.

O mercado hoteleiro no Brasil deve gerar pelo menos 5.850 novos postos de trabalho nos próximos anos. Esses empregos estão vinculados à expectativa de construção de 104 novos hotéis - 19.500 apartamentos no total - cujos projetos foram lançados neste ano. (104)

A estimativa de contratação de 5.850 profissionais foi calculada com base em uma média de 0,3 funcionários por apartamento utilizada por hotéis europeus. No Brasil, um hotel 5 estrelas chega a ter 1,8 empregados para cada quarto. (105)

A rede Ceaser Park promete criar 1.700 novos empregos diretos com a abertura de novos hotéis no Brasil nos próximos dois anos.

O Novo Hotel deve contratar, até o final do ano, 220 funcionários para uma nova unidade em Fortaleza.

O perfil do profissional de hotelaria (3 a 5 estrelas) varia conforme a área de atuação. Para os que trabalham na recepção é obrigatório dominar idiomas. Já no setor de alimentos e bebidas - área que emprega garçons, barmen, maitres, cozinheiros - valem a experiência e os cursos de aperfeiçoamento.

Para os serviços de hospedagem - arrumação dos quartos, lavanderia - também conta a experiência. O ideal é que uma governanta fale pelo menos o inglês.

Na área administrativa - gerências financeira, de vendas, de marketing, de compras, de manutenção - há mais alternativas. Os hotéis não vêem problema em contratar profissionais da indústria ou outras áreas de serviços.

No Ceará, há uma grande quantidade de profissionais que vem do eixo Rio-São Paulo. São gerentes de manutenção, recepção, banquetes e eventos, hospedagem, alimentos e bebidas, marketing, garçons, maitres, supervisores, chefes de cozinha e de confeitaria e governantas de nível gerencial(que planejam, coordenam e supervisionam toda a parte de manutenção e decoração do hotel).(106)

No Ceará, existe alguns cursos de Administração em Turismo e Hotelaria, mantido pelo SENAC(Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio).

A ETFCE (Escola Técnica Federal do Ceará) ministra o curso técnico em turismo a nível de 2º grau. A Universidade de Fortaleza (UNIFOR) oferece, a nível de graduação, o curso de Turismo, que já formou cerca de 120 alunos.

A ETFCE lançou no mercado de trabalho, nos últimos 16 anos, 546 técnicos. De 1982 a 1990 a Coordenadoria de Integração Escola Empresa (CIEE) foi acionada 90 vezes, gerando assim, 145 estágios e 68 empregos, isto é, criou-se 213 postos. Neste mesmo período, 257 técnicas entraram no mercado, percebe-se assim, que a relação não chega a ser um posto por aluno.

2.4.3. INDÚSTRIA HOTELEIRA E INVESTIMENTO

Para a abertura de um hotel no Ceará, segundo pesquisa realizada por Teixeira(107), a maior parte do capital inicial a ser investido vem do setor secundário, por volta de 51.85%, destes 25,93% se originam na indústria de transformação e 25.93% na indústria da construção civil. No entanto, o setor terciário fica em segundo lugar, com 48.10% do volume de capital necessário para o investimento em hotéis. O comércio detém destes, 37% dos hotéis implantados. Apenas 11,11% dos hotéis tem origem no próprio subsetor serviços, ou seja, no próprio setor hoteleiro.

Dos hotéis de 5 estrelas, dois são oriundos do capital industrial, e o terceiro do capital comercial. (108)

É como diz Teixeira: (109)

“Os hotéis, de um modo geral, fazem parte do processo de diversificação de grupos econômicos que encontraram nos segmentos hoteleiro e de agências de viagem uma opção para valorização do capital. Isto explica porque setores tão diferentes decidiram investir no turismo”.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- (51) SANDRONI, Paulo - Dicionário de Economia, São Paulo, Editora Best Seller, 1989.
- (52) SANDRONI, Paulo - Op. cit., pág. 23
- (53) SANDRONI, Paulo - Op. cit., pág.83
- (54) SANDRONI, Paulo - Op. cit., pág. 84
- (55) MANTEGA, Guido - A Economia Política Brasileira, Rio de Janeiro, Editora Vozes, 1984.
- (56) MANTEGA, Guido - Op. cit., pág. 212
- (57) KALECKI, Michal - Economias em Desenvolvimento, Rio de Janeiro, Biblioteca Vértice, 1980, pág. 19
- (58) NETTO, Soffiati - Subdesenvolvimento e Ecologia, Jornal do Brasil, 2 de agosto de 1985.
- (59) SESSA, Alberto - Turismo e Política de Desenvolvimento.
- (60) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 37
- (61) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 37
- (62) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 38
- (63) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 39
- (64) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 41
- (65) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 43
- (66) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 42
- (67) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 47
- (68) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 47
- (69) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 117
- (70) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 119
- (71) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 120

- (72) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 121
- (73) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 122-125
- (74) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 44
- (75) SHAPIRO, Edward - Análise Macroeconômica, 2ª Ed., Sao Paulo, Editora Atlas, 1985, págs. 73-74
- (76) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 44
- (77) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 45
- (78) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 45
- (79) SMITH, Roberto - Participação do Turismo na Renda Interna do Ceará (estimativas preliminares), Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/Ce), Junho/93.
- (80) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (81) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (82) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (83) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (84) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (85) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (86) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (87) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (88) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (89) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (90) SMITH, Roberto - Op. cit.
- (91) MARIN, Denise Chrispim - Hotéis CRIAM 5.850 Novos Empregos, Folha de São Paulo, 22 de maio de 1994 7º caderno, pág. 01.

- (92) MARIN, Denise Chrispim - Op. cit.
- (93) RABAHY, Wilson Abrahão - Planejamento do Turismo:
Estudos Econômicos e Fundamentos Econométricos,
São Paulo, Loyola, 1990, pág. 66.
- (94) SESSA, Alberto - Op. cit., pág. 39-53
- (95) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 66
- (96) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 66
- (97) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 67
- (98) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 67
- (99) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 67
- (100) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 67
- (101) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 68
- (102) RABAHY, Wilson Abrahão - Op. cit., pág. 68
- (103) MACNEILL, Jim, Winsemius, Pieter e Yakushiji, Toizo - Para
Além da Interdependência: A Relação Entre a Economia
Mundial e a Ecologia da Terra, tradução Álvaro Cabral,
Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 1992, pág. 15
- (104) MARIN, Denise Chrispim - Op. cit., pág. 01
- (105) MARIN, Denise Chrispim - Op. cit., pág. 01
- (106) Carência de mão-de-obra na hotelaria, Jornal Diário do Nordeste,
Caderno de Turismo, Fortaleza, 05 de agosto de 1988, pág. 5.
- (107) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - Op. cit., pág. 149
- (108) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - Op. cit., pág. 150
- (109) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - Op. cit., pág. 150

CAPÍTULO 3

PERFIL DA INDÚSTRIA HOTELEIRA EM FORTALEZA

A forma que se julgou mais conveniente para fazer uma análise da hotelaria em Fortaleza foi a de realização de uma pesquisa de campo, com o objetivo de traçar um esboço da estrutura e funcionamento do setor. Foram aplicadas entrevistas (vide questionário anexo I) em 18 hotéis classificados da rede hoteleira de Fortaleza, dentre os 21 cuja existência é apontada pela CODITUR. Foi procedido também a um levantamento do hotéis não classificados.

3.1. CARACTERÍSTICAS ESTRUTURAIS DOS HOTÉIS

Nas características estruturais dos hotéis de Fortaleza foram desagregados os hotéis, por categoria, ou seja, separou-se os hotéis de 5, 4, 3, 2 e 1 estrelas para melhor visualizar a estrutura de cada categoria. Nesse item são mostrados também, os hotéis não classificados, que no total perfazem 77 unidades. Somente nesse item serão identificados os hotéis, pois uma das exigências dos entrevistados foi o da não citação explícita de onde elas estavam vindo.

3.1.1. HOTÉIS 5 ESTRELAS

Pela tabela 7, percebe-se que a maior parte dos hotéis categoria 5 estrelas localizam-se na Av. Beira Mar. O Imperial Othon Palace é o hotel que oferece o maior número de leitos e apartamentos, bem como ainda possui um salão de

convenções que comporta 800 pessoas. O Marina Park oferece o menor número de leitos e apartamentos, sua localização é um pouco fora da zona hoteleira, mas mesmo assim, ele tem se mostrado bem eficiente em relação a captação da demanda hoteleira e possui um salão de convenções para 500 pessoas. O Marina Park tem se consolidado bastante por alguns eventos e festas promovidas. O Praia Verde é o único hotel 5 estrelas situado na Praia do Futuro, comporta 400 pessoas no salão de convenções. O Esplanada Praia possui dois salões de convenções com capacidade de 200 e 350 pessoas respectivamente. O Caesar Park possui salão de convenções com capacidade de 550 pessoas.

TABELA 7

Características estruturais dos hotéis 5 estrelas

HOTÉIS	LOCALIZAÇÃO	Nº de leitos	Nº de apartº
Hotel Praia Verde	Av. Dioguinho, 3860 Praia do Futuro	300	150
Esplanada Praia Hotel	Av. Beira Mar, 2000 Meireles	488	244
Imperial Othon Palace	Av. Beira Mar, 2500 Meireles	512	257
Caesar Park	Av. Beira Mar, 3980 Meireles	460	230
Marina Park Hotel	Av. Presidente Castelo Branco, 400	216	108
	TOTAL	1976	989

Fonte: Pesquisa Direta

3.1.2 HOTÉIS 4 ESTRELAS

TABELA 8

Características estruturais dos hotéis 4 estrelas

HOTÉIS	LOCALIZAÇÃO	Nº de leitos	Nº de apartº
Hotel Beira Mar	Av. Beira Mar, 3130	250	97
Colonial Praia Hotel	Rua Barão de Aracati, 145	194	100
Praiano Palace Hotel	Av. Beira Mar, 2800	356	189
Novotel Magna Fortaleza	Av. Beira Mar, 2380	354	156
Hotel Praia Centro	Av. Monsenhor Tabosa, 740	312	192
Ponta Mar Hotel	Av. Beira Mar, 2206	520	260
Magna Praia Hotel	Av. Historiador Raimundo Girão, 1002	248	--
	TOTAL	2234	994

Fonte: Pesquisa Direta

O Ponta Mar é o hotel que oferece o maior número de leitos e apartamentos, por outro lado, o Colonial Praia é o hotel com menor número de leitos e apartamentos.

Percebe-se que o número de leitos dos hotéis 4 estrelas é maior que o número ofertado pelos hotéis 5 estrelas. Na verdade, os hotéis 4 estrelas oferecem 258 leitos a mais que os hotéis 5 estrelas, tendo estes 265 apartamentos a mais do que os hotéis 4 estrelas.

3.1.3 HOTÉIS 3 ESTRELAS

TABELA 9

Características estruturais dos hotéis 3 estrelas

HOTÉIS	LOCALIZAÇÃO	Nº de leitos	Nº de apartº
Samburá Praia Hotel	Av. Beira Mar, 4530	70	35
Hotel Amuarama	Av. Dep. Oswaldo Studart, 388	140	69
Toaçu Praia Hotel	Av. Dioguinho, 3100	147	65
Praia Mar Hotel	Av. Beira Mar, 3190	84	34
	TOTAL	441	203

Fonte: Pesquisa Direta

Em relação ao número de leitos, o Toaçu Praia possui o maior número, contudo, observando a oferta de apartamentos, o Amuarama oferece o maior número. Em se tratando de menor capacidade, o Samburá Praia possui o menor número de leitos, por outro lado, o Praia Mar é o que oferece o menor número de apartamentos.

3.1.4. HOTÉIS 2 ESTRELAS

TABELA 10

Características estruturais dos hotéis 2 estrelas

HOTEL	LOCALIZAÇÃO	Nº de leitos	Nº de apartº
Hotel Praia de Iracema	Av. Historiador Raimundo Girão, 430	84	42
	TOTAL	84	42

Fonte : Pesquisa Direta

Fato curioso no Praia de Iracema é tanto seu número de leitos quanto o número de apartamentos superam dois hotéis 3 estrelas.

O Hotel Praia de Iracema oferece room-service, coffee-shop, bar panorâmico e música ambiente.

3.1.5. HOTÉIS 1 ESTRELA

TABELA 11

Características estruturais dos hotéis 1 estrela

HOTEL	LOCALIZAÇÃO	Nº de leitos	Nº de apartº
Zen Praia Hotel	Av. Antonio Justa, 1894	55	22
	TOTAL	55	22

Fonte: Pesquisa Direta

O Zen Praia Hotel oferece quartos com ar condicionado e possui outros serviços como: piscina, estacionamento, banheiro com água quente e fria, TV, interfone, frigobar, serviço de quarto e coffee-shop.

3.1.6. HOTÉIS NÃO CLASSIFICADOS

Por mais que a intenção dessa monografia seja analisar o perfil dos hotéis classificados, achou-se conveniente, por se ter acesso as informações à respeito, demonstrar também nesse item, as características estruturais dos hotéis não classificados. São no total 77 hotéis. Nos próximos tópicos, analisar-se-á somente o perfil dos hotéis classificados.

TABELA 12

Características estruturais dos hotéis não classificados

HOTEL	Nº de leitos	Nº de apartº
Pousada Jardim	24	10
Hotel Monsenhor Tabosa	15	09
Malibu Praia Hotel	65	29
Iracema Mar Hotel	56	20
Pousada Raio de Sol	47	26
Hotel Portal do Sol	32	16
Turismo Praia Hotel	60	30
Hotel Ondas Verdes	40	20
Brisa da Praia Hotel	169	65
Paraíso na Praia Hotel	24	10
Pousada Casa Grande	19	08
Pousada da Praia	19	08
Pousada Iracema	08	04
Pousada Portal de Iracema	38	22
Hotel Campina Grande	12	12
Hotel Ipanema	31	28
Hotel Passeio	40	20
Pousada Amazonas	14	10
Hotel Montreal	60	30
Pousada Central	30	10
Pousada Rio Branco	28	14
Pousada Centro Praia	28	14

Hotel Meridional	101	48
Pousada Savoy	26	13
Pousada Nossa Senhora das Graças	30	10
Praia Hotel	24	10
Ladeira Praia Hotel	42	21
Hotel Pousada La Maison	31	13
Hotel Pousada Mundo Latino	30	15
Cabana Praia Hotel	58	28
Círculo Praia Hotel	36	17
Pousada Terra do Sol I	26	08
Pousada Preamar	18	09
Hotel Atlântico	18	18
Pousada Vitória	33	15
Hotel Trânsito da 10ª Região Militar	28	14
Pousada Alvorada	31	09
Pousada Vida da Praia	28	10
Solar da Praia Hotel	30	15
Pousada Terra do Sol II	18	09
Pousada dos Coqueiros	25	11
Hotel Nova Orleans	45	15
Hotel Mar Aberto	55	25
Pousada Salinas	24	10
Fortaleza Praia Hotel	72	24
Hotel Praia Sol	104	54
Pousada Sol de Verão	28	14

Refúgio Praia Hotel	60	22
Albergue da Juventude de Fortaleza	26	05
Pousada Encontro das Águas	34	18
Pousada do Zé Lima	20	10
Pousada São Francisco	24	12
Pousada Hotel Luar da Praia	30	11
Albergue Coqueiro Verde	50	08
Abrolhos Praia Hotel	72	36
Pousada Casa D'Eloide	14	07
Nossa Pousada	40	20
Pousada Casa da Mamãe	20	07
Pousada Colonial de Gramado	90	31
Ideal Praia Hotel	36	18
Pousada Brisa e Sol	12	06
Pousada Aconchego da Praia	21	08
Casa de Cômodos Ouro Verde	08	08
Pousada do Turista	16	13
Pousada Village do Mar e Sol	36	12
Litoral Hotel	22	12
Pousada Chalé	08	04
Celiza's Hotel	55	20
Pousada Abril em Portugal	45	14
Albergue Praia de Iracema	81	10
Hotel Lua	14	07
Pousada Beto's	20	10

Hotel Moreira	30	15
Hotel América Latina	68	40
Pousada Girassol	20	20
Thiscardo Palace Hotel	16	10
Pousada Jangadinha	10	05
TOTAL	2925	1333

Fonte: CODITUR

3.2. DETERMINANTES DO INVESTIMENTO

Procurou-se conhecer quais os motivos que levaram os empresários a investir na indústria hoteleira. As respostas variaram de categoria a categoria de hotel.

3.2.1. FATORES RELEVANTES NA DECISÃO DE INVESTIR

Para 50% dos hotéis 5 estrelas, o fator mais relevante na hora de decidir investir foi a viabilidade econômica, ou seja, a possibilidade de retorno do investimento. Dos outros 50%, a metade investiu por já ter o terreno em área valorizada pela indústria hoteleira e a outra metade afirmou que a presença de incentivos fiscais por parte do Governo foi o que facilitou na sua tomada de decisão. Aliás, o fator incentivos fiscais foi o segundo fator mais citado pelos hotéis. 75% deles afirmaram que os incentivos facilitam a decisão de investir. Em terceiro lugar vem o fator lucro, 100% dos hotéis afirmaram que o lucro econômico e financeiro é um fator expansionista da variável investimento. 25% dos hotéis citaram um quarto fator relevante, ou seja, as potencialidades turísticas de Fortaleza. Pode-se acrescentar a estas potencialidades, o crescimento assustador que o turismo estadual tem obtido.

Para 75% dos hotéis 4 estrelas, o fator mais relevante na sua decisão de investir é a viabilidade econômica, os 25% tomam sua decisão por meio da possibilidade de lucro. Esses foram os dois fatores mais citados pelos hotéis entrevistados. Em segundo lugar, para 25% deles vem a pouca concorrência. Apesar de se ter sete hotéis de 4 estrelas classificados, eles não temem a concorrência entre si, mas sim entre os hotéis de menor categoria.

Para 75% dos hotéis 3 estrelas, o lucro é o fator mais importante para se decidir investir, para 25% é a pouca concorrência que determina a vontade de investir. 50% deles resolveram investir por já possuírem o terreno, esse foi o segundo fator mais citado, os 50% restantes analisam a viabilidade econômica.

Para o hotel 2 estrelas entrevista, o que determinou sua decisão de investir foi a possibilidade de obter lucro satisfatório, em segundo lugar veio o fato de já se ter a posse do terreno. Em terceiro lugar, citou-se a pouca concorrência e em último lugar, a viabilidade econômica.

Para o hotel 1 estrela pesquisado o fator mais relevante para a tomada de decisão foi o fato de o proprietário já possuir o terreno, normalmente este é um fator comum entre os hotéis de pequeno porte. Enquanto que para os grandes hotéis ter ou não o terreno não delimita a decisão de investir, para os pequenos hotéis é um fator essencial. Em segundo lugar vem o lucro, que irá determinar o que se deve fazer com a posse de um terreno, se vai alugar a propriedade ou vender o terreno ou ainda, se irá investir na hotelaria. A viabilidade econômica, ou seja, como ficam as variáveis custo e benefício foi o fator citado em terceiro lugar e, por último, vem a pouca concorrência, que na verdade para o hotel de 1 estrela é bastante elevada, já que ele compete com as pousadas e alberques.

Observa-se na tabela 13, esses resultados. Preferiu-se trabalhar com a ordenação de fatores, cada hotel recebeu listas para fazer a ordenação crescente das

suas preferências. O primeiro lugar é o fator mais citado, em segundo lugar vem o segundo mais citado por eles como fator relevante e assim sucessivamente.

TABELA 13

Fatores relevantes na decisão de investir dos hotéis de Fortaleza

FATORES	*****	****	***	**	*
Pouca concorrência		3°		3°	4°
Incentivos Fiscais	2°				
Viabilidade econômica	1°	1°		4°	3°
Lucro	3°	2°	1°	1°	2°
Possuía terreno			2°	2°	1°

Fonte: Pesquisa Direta

3.2.2. FATORES IRRELEVANTES NA DECISÃO DE INVESTIR

Para os hotéis 5 estrelas o fator mais irrelevante, para 100% dos entrevistados, é o status. Eles acham que o fator status não tem nenhuma influência na hora de se tomar uma decisão de investir. Em segundo lugar vem a experiência de viagem, 75% deles afirmaram que há uma grande diferença entre essa experiência e a experiência de administração hoteleira. Boas viagens, segundo alguns deles, mostra padrões de qualidade e atendimento pela hotelaria nacional e internacional, mas de forma alguma induz ao investimento. Em terceiro lugar, citou-se a falta do que fazer com o capital. É óbvio que em somas vultosa de capital, existe inúmeras oportunidades de investimentos, admira-se o fato desse fator ser citado somente em terceiro lugar. Em quarto lugar, vem o investimento imobiliário, pois, com certeza, a compra e construção em áreas nobres valoriza muito o capital inicialmente investido.

Em quinto lugar mencionou-se a geração de empregos, que aliás, já foi bastante mencionado que a indústria hoteleira é uma grande empregadora de mão-de-obra. Também em quinto lugar, empatado com 50% de escolhas vem as potencialidades turísticas do Ceará. Ambos foram citados como os fatores menos irrelevantes, o que significa dizer na verdade, que ambos são relevantes.

Para os hotéis 4 estrelas, o fator citado como mais irrelevante, também foi o status. Em segundo lugar vem a experiência de viagem. Em terceiro, a falta do que fazer com o capital. Em quarto lugar, o investimento imobiliário, em quinto as potencialidades turísticas do Ceará e em sexto lugar, a geração de empregos.

O fator mais irrelevante para os hotéis 3 estrelas foi o status. Em segundo lugar, a experiência de viagem, depois, a geração de empregos seguida da falta do que fazer com o capital. Em quinto lugar, citou-se o investimento imobiliário e, por último, as potencialidade turísticas do Ceará.

Para o hotel 2 estrelas, o fator mais irrelevante é também o status. Em segundo lugar, vem a experiência de viagem, depois a falta do que fazer como o capital. Em quarto lugar, tem-se o investimento imobiliário seguido das potencialidades turísticas do Ceará e, por último, a geração de empregos.

Para o hotel 1 estrela, o fator mais irrelevante é a falta do que fazer com o capital. Em segundo tem-se o status; terceiro, a experiência de viagem e, por fim, as potencialidade turísticas do Ceará.

Observa-se na tabela 14 esses resultados

TABELA 14

Fatores irrelevantes na decisão de investir dos hotéis de Fortaleza

FATORES	*****	****	***	**	*
Experiência de viagem	2º	2º	2º	2º	3º

Potencialidades turísticas	6°	5°	6°	5°	4°
Investimento imobiliário	4°	4°	5°	4°	--
Status	1°	1°	1°	1°	2°
Geração de empregos	5°	6°	3°	6°	--
Falta do que fazer com capital	3°	3°	4°	3°	1°

Fonte: Pesquisa Direta

3.3. TENDÊNCIAS DO MERCADO

3.3.1. PERCEPÇÃO GERAL DO FUTURO

Procurou-se, com esse sub-item, analisar como estão os hoteleiros quanto as expectativas futuras. Nas tabelas 15 a 19 visualiza-se as expectativas dos hotéis de 5 a 1 estrelas.

TABELA 15

Percepção geral do futuro dos hotéis 5 estrelas

FATORES	muito menor	menor	semelhante	maior	muito maior
Nível de faturamento				5	
Nível de Investimento				5	
Nível de emprego			1	4	
Grau de concentração			2	3	

Fonte: Pesquisa Direta

Vê-se que os hotéis consultados têm uma visão otimista quanto ao futuro. Dos cinco hotéis entrevistados, todos esperam que o nível de faturamento seja maior nos próximos anos e, desse modo, eles também esperam que o nível de investimento seja maior. Quanto ao nível de emprego, quatro deles afirmam que a tendência é de

crescimento. No entanto, para um dos hotéis, com a evolução da informatização, mesmo aumentando o nível de faturamento e investimento, o nível de emprego será semelhante. O grau de concentração deverá aumentar, segundo 3 hoteleiros, para o restante tende a permanecer igual.

TABELA 16

Percepção geral do futuro dos hotéis 4 estrelas

FATORES	muito menor	menor	semelhante	maior	muito maior
Nível de faturamento				4	3
Nível de investimento				2	5
Nível de emprego			1	6	
Grau de concentração				7	

Fonte: Pesquisa Direta

Para os hotéis 4 estrelas, as expectativas são ainda maiores. Dos sete hotéis consultados, quatro afirmaram que o nível de faturamento será maior e três que será muito maior. O nível de investimento, para dois deles será maior e para cinco dos entrevistados será muito maior. O nível de emprego para seis deles será maior e semelhante para apenas um hotel. O grau de concentração, para todos eles, será maior.

O nível de faturamento, para os hotéis 3 estrelas será maior em todos eles. Para dois deles o nível de investimento também será maior, o restante acha que será semelhante. O nível de emprego será semelhante em três hotéis e será maior para um dos hotéis. Quanto ao grau de concentração, segundo todos, será semelhante. Veja na tabela 17 os resultados dessa pesquisa.

TABELA 17

Percepção geral do futuro dos hotéis 3 estrelas

FATORES	muito menor	menor	semelhante	maior	muito maior
Nível de faturamento				4	
Nível de investimento			2	2	
Nível de emprego			3	1	
Grau de concentração				4	

Fonte: Pesquisa Direta

Na tabela 18 é possível ter acesso as respostas do hotel 2 estrelas

TABELA 18

Percepção geral do futuro de um hotel 2 estrelas

FATORES	muito menor	menor	semelhante	maior	muito maior
Nível de faturamento					1
Nível de investimento				1	
Nível de emprego			1		1
Grau de concentração					

Fonte: Pesquisa Direta

3.4. FONTES DE COMPETITIVIDADE

3.4.1. FATORES MAIS UTILIZADOS PARA GARANTIR A COMPETITIVIDADE

Nessa atmosfera de otimismo tão bem demonstrado pelas respostas dos hoteleiros no item anterior, resta agora, saber como eles estão pretendendo enfrentar a competitividade do mercado, ou seja, que fatores eles acham essenciais e utilizam para manterem-se competitivos no mercado. Observe na tabela 20, os resultados em ordem de preferência e utilização.

TABELA 20

Fatores mais utilizados para garantir a competitividade

FATORES	*****	****	***	**	*
Qualidade do hotel (infra-estrutura)	1°	3°	3°	3°	2°
Qualidade do atendimento	2°	1°	1°	2°	3°
Recursos humanos de alto nível	3°	2°	4°	4°	4°
Custo final	4°	4°	2°	1°	1°

Fonte: Pesquisa Direta

Nos hotéis 5 estrelas o fator mais utilizado para garantir a competitividade é a qualidade do próprio hotel, ou seja, sua infra-estrutura. Em segundo lugar, tem-se a qualidade do atendimento, em terceiro, os recursos humanos de alto nível e em último lugar, o custo final.

Para os hotéis 4 estrelas, a qualidade no atendimento é o fator mais utilizado para garantir a competitividade, depois, tem-se os recursos humanos de alto nível. Este resultado permite tirar a conclusão de que os hotéis 4 estrelas investem mais em recursos humanos do que os hotéis 5 estrelas, já que julgam esse fator mais relevante. Em terceiro lugar, a qualidade do hotel e, em último, o custo final.

A qualidade do atendimento, também é o fator mais utilizado pelos hotéis 3 estrelas. Em segundo lugar, tem-se o custo final, em terceiro, a qualidade do hotel. Por último, vem os recursos humanos.

O custo final é o fator mais utilizado pelo hotel 2 estrelas, em seguida, tem-se a qualidade do atendimento. Em terceiro vem a qualidade do hotel (infra-estrutura) e, em último, vem os recursos humanos.

Para o hotel 1 estrela, o custo final também é o fator mais utilizado para garantir a competitividade. Em segundo lugar, a qualidade do hotel (infra-estrutura), seguindo tem-se a qualidade do atendimento e, depois, recursos humanos de alto nível.

3.4.2. RAZÕES ESPECÍFICAS PARA USO DA INFORMATIZAÇÃO

Essa pergunta foi direcionada a todas as categorias de hotéis, no entanto, somente os hotéis 5 e 4 estrelas possuem um sistema de informatização. Citar-se-á, então, somente respostas dessas duas categorias de hotéis. Em ordem crescente, obteve-se os seguintes resultados:

TABELA 21

Razões específicas para introdução da informática

RAZÕES	*****	****
Busca de controle do mercado	3°	4°
Exigências do mercado	1°	1°
Busca de flexibilidade no processo de trabalho	4°	3°
Melhorar condições de trabalho	2°	2°

Fonte: Pesquisa Direta

Tanto para os hotéis de 5 e 4 estrelas, a introdução da informática foi, principalmente, uma exigência do mercado. Em segundo lugar, também há um

empate nas respostas de ambos, ou seja, a segunda razão específica mais mencionada foi a necessidade de melhorar as condições de trabalho. Para o hotel 5 estrelas, a terceira razão para utilização da informática é a busca de controle do mercado, e a razão menos utilizada foi a busca de flexibilidade de trabalho. Para os hotéis 4 estrelas, a terceira razão foi a busca de maior flexibilidade no processo de trabalho e a quarta razão foi a busca de controle do mercado.

3.4.3. RAZÕES ESPECÍFICAS PARA USO DE TÉCNICAS ORGANIZACIONAIS

Voltou-se, novamente, nesse tópico a utilizar as respostas de todas as categorias de hotéis. Dentro das razões específicas ordenadas preferencialmente, chegou-se então, a tabela 22.

TABELA 22

Razões específicas para uso de técnicas organizacionais

RAZÕES	*****	****	***	**	*
Busca de controle do mercado	3°	4°	2°	3°	4°
Exigências do mercado	1°	1°	4°	2°	2°
Busca de flexibilidade no processo de trabalho	4°	3°	3°	1°	3°
Melhorar condições de trabalho	2°	2°	1°	4°	1°

Fonte: Pesquisa Direta

Para os hotéis 5 estrelas, a utilização de técnicas organizacionais é, principalmente, uma exigência do mercado. A segunda razão mais utilizada foi a melhoria das condições de trabalho. A busca de controle de mercado veio em terceiro lugar. Em quarto lugar citou-se a busca de flexibilidade no processo de trabalho.

Para os hotéis 4 estrelas, a razão mais forte é, também a exigência do mercado, em seguida, vem a melhoria das condições de trabalho. Em terceiro lugar, tem-se a busca de flexibilidade no processo de trabalho e, por último, citou-se a busca de controle do mercado.

A melhoria das condições de trabalho foi a resposta mais dada como essencial para os hotéis 3 estrelas. Em segundo lugar, vem a busca do controle do mercado, em terceiro a busca de flexibilidade no processo de trabalho e, por último, foi uma exigência do mercado.

Para o hotel 2 estrelas, a razão mais importante é a busca de flexibilidade no processo de trabalho, em seguida, foi uma exigência do mercado. Em terceiro lugar, a busca de controle do mercado e, em quarto, a melhoria das condições de trabalho.

Para o hotel 1 estrela, melhorar as condições de trabalho é a razão essencial para a utilização de técnicas organizacionais, seguida da exigência do mercado. Em terceiro lugar, a busca da flexibilidade no processo de trabalho e, por fim, a busca de controle do mercado.

3.5. BARREIRAS AO CRESCIMENTO

Neste tópico, procurar-se-á mostrar quais, na opinião dos hoteleiros, são os fatores que travam, ou melhor, impedem o crescimento de cada empresa hoteleira.

3.5.1. PRINCIPAIS BARREIRAS AO CRESCIMENTO

Para os hotéis 5 estrelas, a maior barreira ao crescimento é a falta de incentivos fiscais. Em segundo lugar, citou-se a falta de mão-de-obra qualificada e em terceiro, o alto preço dos equipamentos. As respostas dos hotéis 4 estrelas são

idênticas as dos hotéis 5 estrelas. Veja na tabela 23, os resultados obtidos na pesquisa direta.

TABELA 23

As barreiras ao crescimento

BARREIRAS	*****	****	***	**	*
Falta de mão-de-obra qualificada	2°	2°	3°	2°	3°
Equipamentos de alto preço	3°	3°	2°	1°	1°
Falta de incentivos fiscais	1°	1°	1°	3°	2°

Fonte: Pesquisa Direta

Para os hotéis 3 estrelas, a principal barreira ao crescimento, também é a falta de incentivos fiscais. Em segundo lugar tem-se o alto preço dos equipamentos e, por último, a falta de mão-de-obra qualificada.

O hotel 2 estrelas acha que a maior barreira ao crescimento é o alto preço dos equipamentos, em seguida vem a falta de mão-de-obra qualificada e, por último, a falta de incentivos fiscais.

O hotel 1 estrela tem como barreira ao crescimento mais importante o alto preço dos equipamentos. Em segundo lugar, tem-se a falta de incentivos fiscais e, por fim, a falta de mão-de-obra qualificada.

3.5.2. ESTRATÉGIAS MAIS UTILIZADA NA BAIXA ESTAÇÃO

Sabe-se que o comportamento da indústria hoteleira é distinta na baixa e alta estação. Agora, tentar-se-á demonstrar quais as estratégias mais utilizadas na baixa estação por cada categoria de hotel. Percebe-se na tabela 24 os resultados obtidos.

TABELA 24

Estratégias mais utilizadas na baixa estação

ESTRATÉGIAS	*****	****	***	**	*
Correntistas	3°	3°	4°	1°	1°
Descontos/Promoções	1°	1°	1°	2°	2°
Treinamentos de mão-de-obra	6°	4°	5°	--	--
Propaganda mala direta/jornal	5°	5°	3°	3°	--
Redução de custos	4°	2°	2°	4°	--
Demissão	8°	8°	7°	5°	3°
Férias da mão-de-obra	7°	7°	6°	--	4°
Captação de eventos	2°	6°	--	--	--

Fonte: Pesquisa Direta

Para os hotéis 5 estrelas a estratégia mais utilizada é a de descontos/promoções no preço dos serviços, depois, vem a captação de eventos. Em terceiro lugar, procura-se os correntistas, em quarto, se promove uma redução nos custos, em quinto, divulgação por meio de propaganda em mala direta/jornal. Em sexto lugar, promove-se o treinamento de mão-de-obra, sétimo, dá-se férias para mão-de-obra e, em oitavo lugar, demite-se.

Os descontos e promoções, também são estratégias mais utilizadas pelos hotéis 4 estrelas. Em segundo lugar, faz-se uma redução de custos, depois, faz-se um trabalho mais agressivo em cima dos correntistas reais e potenciais. Em quarto, treina-se mão-de-obra, quinto, adota-se propaganda em mala direta/jornal, sexto, captam-se eventos. Em sétimo lugar, utilizam-se as férias da mão-de-obra e, por fim, a demissão.

Nos hotéis 3 estrelas, adota-se da mesma forma, descontos e promoções com estratégia básica, depois, pode-se reduzir os custos, segue-se a propaganda mala direta/jornal. Em quarto, procura-se os correntistas, em quinto, o treinamento de mão-de-obra, sexto, férias de mão-de-obra e, sétimo, demissão.

O hotel 2 estrelas tem como estratégia mais utilizada o uso de correntistas, em segundo, descontos e promoções, terceiro, propaganda mala direta/jornal. Em quarto lugar, redução, redução de custos e, em quinto, demissão.

Para o hotel 1 estrela, a estratégia mais utilizada, também é o uso de correntistas. Em segundo lugar, também dá-se descontos e promoções, terceiro, demissão e, por fim, férias da mão-de-obra.

CONCLUSÃO

A intenção desse trabalho foi tentar esclarecer o que é a atividade hoteleira, mostrando, todavia, que tipo de ligação essa atividade tem com o turismo. Assim também procurou-se tanto abordar o desenvolvimento da atividade hoteleira como verificar o impacto que a referida atividade causa na economia cearense, mais especificamente sobre a região metropolitana de Fortaleza.

O objetivo, pois, desse trabalho foi estudar de forma mais incisiva e pode-se até dizer mais elucidativa e profunda a indústria hoteleira, não só como indústria vital do setor turístico, mas também como esse crescimento da hotelaria vem afetando algumas variáveis como, por exemplo, emprego.

Foi realizada, com essa intenção, uma pesquisa de campo junto aos hotéis da Região Metropolitana de Fortaleza. O objetivo dessa pesquisa foi retratar o comportamento de cada classe de hotel. Foram entrevistados, desse jeito, 18 hotéis classificados pela EMBRATUR.

O s antecedentes históricos da hotelaria, como podemos ver, assemelha-se bastante com os antecedentes históricos do turismo, podendo, inclusive, às vezes, haver uma confusão entre antecedentes históricos de ambas as atividades. Procurou-se mostrar que realmente há uma diferença histórica entre as duas atividades, mesmo que cronologicamente ambas caminham de maneira aproximada.

A evolução da hotelaria no Brasil possuiu dois momentos históricos, antes e depois da criação da EMBRATUR. A EMBRATUR foi a entidade precursora do desenvolvimento turístico no Brasil, coube a ela as principais políticas de planejamento e desenvolvimento da atividade turística. O turismo passou a ser considerado um setor de uso intensivo de mão-de-obra, que possuía a capacidade intrínseca de redistribuir a renda e desenvolver regiões. A hospedagem tornou-se o

alicerce do turismo. Começou-se, então, o uso constante de incentivos fiscais para a hotelaria.

Outra grande tarefa da EMBRATUR foi a regulamentação dos meios de hospedagem. Definiu-se as unidades habitacionais e os tipos de diárias e adotou-se categorias para os meios de hospedagem, ou seja, os hotéis passaram a ser classificados em cinco, quatro, três, duas e uma estrela. Distinguiu-se os lodges. Os meios de hospedagem, para serem classificados pela EMBRATUR devem possuir alguns padrões básicos como aspectos construtivos, condições dos equipamentos e instalações e qualidade de serviço.

Vem ocorrendo profundas mudanças na hotelaria nacional e internacional. Uma das grandes evoluções das empresas hoteleiras foi o seu processo de evolução tecnológica, ou seja, a automatização. Por outro lado, a formação de recursos humanos e valorização, completa o quadro das grandes mudanças. A globalização do mercado tem sido outra característica recente da atividade hoteleira, o desenvolvimento das grandes cadeias hoteleiras multinacionais deverá aumentar o acirramento internacional e local. As novas tendências tecnológicas já poderão ser visíveis nos projetos arquitetônicos dos hotéis. A presença de processos de informatização pode ser sentido no uso crescente da informática e computação.

Assim, pode-se tirar uma primeira conclusão ao analisar a hotelaria e a realidade brasileira, ou seja, os hoteleiros de um modo geral vêm enfrentando dificuldades que têm dimensão bem maior para os pequenos e médios hoteleiros, cujas empresas não possuem nem a estrutura bem definida dos grandes hotéis nem o apoio de uma direção centralizada como as cadeias e redes.

Percebeu-se, no Ceará, a predominância do setor terciário na composição setorial do PIB estadual. O Ceará foi apenas uma amostra da importância que vem tendo o setor de prestação de serviços na composição do PIB. O setor turismo, foi

possível visualizar isso nessa monografia, é uma variável crescente da aceleração do setor de prestação de serviços.

O produto turístico, na verdade, é a soma das atividades e serviços relativos ao alojamento, atividades ligadas à alimentação e bebidas, aos transportes, às aquisições de produtos locais, às visitas e aos divertimentos.

O Ceará é um produtor turístico em potencial, por isso o referido Estado vem experimentando nos últimos anos, um grande surto de desenvolvimento do turismo. Vale ressaltar que, nesse processo de crescimento, tem tido participação de merecido destaque os esforços da CODITUR e da CTI Nordeste na divulgação e promoção do turismo cearense e nordestino nas grandes capitais do país e em alguns países no exterior. Na verdade, essa política turística de planejamento e divulgação deveu-se sobretudo a participação do Governo do Estado como força motora nesse processo.

No Ceará, o turismo é uma atividade econômica ainda recente. Somente a partir da década de 70 é que iniciou-se sua exploração em bases mais comerciais. Em 1991 a receita direta da conta de turismo constituiu 1/3 das exportações cearenses, ocupando assim o segundo lugar na pauta, em 1992, a atividade turística passa a ocupar o terceiro lugar, perdendo uma posição para a indústria têxtil, sua participação no PIB foi de 2,01%. Em 1993, a participação no PIB cai para 1,95%.

Mesmo com o desempenho atual que pode ser taxado de bom, percebe-se que o potencial turístico no Ceará ainda é pouco explorado, assim, ainda existem grandes possibilidades para se aproveitar do "trade turístico". Contudo, para isso será necessário um esforço maior para se atingir uma modernização e ampliação da oferta de bens turísticos.

A pesquisa de campo foi vital para o entendimento aproximado da atividade hoteleira, ou melhor para poder traçar-se um perfil de comportamento da hotelaria local. Percebeu-se que a maior parte dos hotéis melhores classificados, ou seja, cinco

estrelas, localiza-se na Avenida Beira-Mar. Procurou-se verificar esse perfil em cinco linhas: determinantes do investimento, tendências de mercado, fontes de competitividade e barreiras de crescimentos.

Nos determinantes do investimento, tentou-se verificar quais os motivos que levaram os empresários a investir na indústria hoteleira. O fator relevante na decisão de investir para os hotéis cinco e quatro estrelas foi o fator viabilidade econômica, para os hotéis três e duas estrelas foi o lucro e para o hotel uma estrela foi o fato de já possuir terreno. O fator irrelevante na decisão de investir para os hotéis cinco, quatro, três e duas estrelas foi o status, para o hotel uma estrela foi a falta do que fazer com o capital.

As tendências de mercado são bem positivas. Quanto a percepção geral do futuro, os hotéis afirmaram que tanto o nível de faturamento, de investimento, de emprego e grau de concentração tenderão a ser semelhante, maior ou muito maior. Essas respostas demonstram o otimismo generalizado da classe dos hoteleiros quanto ao futuro, tanto do turismo, quanto da hotelaria estadual.

O fator mais utilizado para garantir a competitividade para os hotéis cinco estrelas é a qualidade do hotel(infra-estrutura), para os hotéis quatro e três estrelas é a qualidade do atendimento e para os hotéis duas e uma estrelas é o custo final.

A principal barreira ao crescimento citada pelos hotéis cinco, quatro e três estrelas é a falta de incentivos fiscais, para os hotéis duas e uma estrelas é o alto preço dos equipamentos.

A estratégia mais utilizada na baixa estação pelos hotéis cinco, quatro e três estrelas é o uso de descontos e promoções, para os hotéis duas e uma estrelas é o uso de correntistas.

Dessa forma, procurou-se mostrar como são e o que pensam os hoteleiros e a atividade que eles representam. Considerou-se essencial a mencionada pesquisa, de

outra forma seria impraticável o esboço de um possível comportamento da atividade hoteleira. Assim, conclui-se essa monografia afirmando que sem sombra de dúvida a atividade hoteleira vem se consolidando como uma das atividades que mais participa no processo de desenvolvimento e crescimento da economia do Estado. Obviamente, existem inúmeras correções as quais devem ser feitas para evitar futuras distorções. Ademais, espera-se que o futuro da atividade hoteleira seja tão positivo como esperam os próprios hoteleiros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) ANSARAH, Marília Gomes dos Reis - Hotel e Cia, São Paulo, FC Editora, Ano II, nº 15, 1992, pág. 69.
- (2) ARAÚJO, E. J. Farah de, MENEZES, Leila Serra de - Curso Básico de Turismo, 1ª edição, Rio de Janeiro, Editora Folha Carioca, 1988
- (3) Carência de mão-de-obra na hotelaria, Jornal Diário do Nordeste, Caderno de Turismo, Fortaleza, 05 de agosto de 1988, pág. 5.
- (4) CASTELLI, Geraldi - Turismo: Atividade Marcante do Século XX EDUCS, Caxias do Sul, pág. 10.
- (5) Decreto Lei nº 84.910/80
- (6) KALECKI, Michal - Economias em Desenvolvimento, Rio de Janeiro, Biblioteca Vértice, 1980, pág. 19
- (7) MACNEILL, Jim, Winsemius, Pieter e Yakushiji, Toizo - Para Além da Interdependência: A Relação Entre a Economia Mundial e a Ecologia da Terra, tradução Álvaro Cabral, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 1992, pág. 15
- (8) MANTEGA, Guido - A Economia Política Brasileira, Rio de Janeiro, Editora Vozes, 1984.
- (9) MARIN, Denise Chrispim - Hotéis CRIAM 5.850 Novos Empregos, Folha de São Paulo, 22 de maio de 1994 7º caderno, pág. 01.
- (10) NETTO, Soffiati - Subdesenvolvimento e Ecologia, Jornal do Brasil, 2 de agosto de 1985.
- (11) RABAHY, Wilson Abrahão - Planejamento do Turismo: Estudos Econômicos e Fundamentos Econométricos,

São Paulo, Loyola, 1990, pág. 66.

- (12) Resolução Normativa CNTUR n° 9 de 15 de dezembro de 1983
- (13) Resolução Normativa CNTUR n° 23, de 09 de abril de 1987
- (14) Resolução Normativa CNTUR n° 27, de 22 de julho de 1987
- (15) Resolução Normativa CNTUR n° 28, de 19 de setembro de 1987
- (16) Resolução Normativa CNTUR n° 31, de 19 de março de 1988
- (17) SANDRONI, Paulo - Dicionário de Economia, São Paulo, Editora Best Seller, 1989.
- (18) SESSA, Alberto - Turismo e Política de Desenvolvimento.
- (19) SHAPIRO, Edward - Análise Macroeconômica, 2ª Ed., Sao Paulo, Editora Atlas, 1985, págs. 73-74
- (20) SMITH, Roberto - Participação do Turismo na Renda Interna do Ceará (estimativas preliminares), Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/Ce), Junho/93.
- (21) TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim - O Terciário na Estrutura Produtiva do Ceará: Uma Análise da Organização do Setor de Turismo. Fortaleza, 1991. Tese (Mestrado) CAEN, UFC, pág.98

ANEXO I

Modelo do questionário aplicado em 18 hotéis classificados em Fortaleza.

O seguinte questionário se caracteriza por ser uma pesquisa de campo com fins acadêmicos, ou seja, todas as informações aqui escritas serão analisadas de forma geral sem citações explícitas de onde vieram.

I. Características estruturais dos Hotéis

1. Tamanho da área construída:

2. Quartos, suítes e unidades habitacionais oferecidas:

3. Nº de empregados:

4. Localização e categoria:

II. Determinantes do investimento

1. Quais os fatores relevantes na sua decisão de investir? Numere em ordem crescente de importância, isto é, em primeiro lugar o mais importante e continuando a classificação.

() Pouca concorrência

() Incentivos fiscais

() Viabilidade econômica

() Lucro

() Possuía terreno

() Outro fator. Qual? _____

2. Quais os fatores irrelevantes na sua decisão de investir, proceda conforme questão anterior.

Experiência de viagem

Potencialidade turística do Ceará

Investimento imobiliário

Status

Geração de empregos

Falta do que fazer com capital

Outro fator. Qual? _____

III. Tendências do Mercado

1. Qual a sua percepção geral do futuro em relação a:

1.1. Nível de faturamento

muito menor menor semelhante maior muito maior

1.2. Nível de investimento

muito menor menor semelhante maior muito maior

1.3. Nível de emprego

muito menor menor semelhante maior muito maior

1.4. Grau de concentração

muito menor menor semelhante maior muito maior

IV. Fontes de competitividade

1. Quais os fatores mais utilizados para garantir a competitividade? Coloque em ordem crescente de importância.

() Qualidade do hotel(infra-estrutura)

() Qualidade do atendimento

() Custo final

2. Quais as razões específicas para introdução da informatização. Proceda conforme questão anterior.

() Busca de controle do mercado

() Exigências do mercado

() Busca de flexibilidade no processo de trabalho

() Melhores condições de trabalho

3. Quais as razões específicas para a introdução de técnicas organizacionais? Proceda conforme questão anterior.

() Busca de controle do mercado

() Exigências do mercado

() Busca de flexibilidade no processo de trabalho

() Melhores condições de trabalho

V. Barreira de crescimento

1. No seu modo de pensar, quais são as barreiras ao crescimento? Proceda conforme questão anterior.

() Falta de mão-de-obra qualificada

() Equipamentos de alto preço

() Falta de incentivos fiscais

() Outros. Quais? _____

2. Quais as estratégias mais utilizadas na baixa estação? Proceda conforme questão anterior.

- Correntistas
- Descontos/Promoções
- Treinamentos de mão de obra
- Propaganda mala direta/jornal
- Redução de custos
- Demissão
- Férias de mão-de-obra
- Capacitação de eventos
- Outros. Quais? _____

3. Quais as estratégias menos utilizadas na baixa estação?. Proceda conforme questão anterior.

- Propaganda boca a boca
- Visitas a firmas no interior
- Dar comissão para quem arranja hóspedes
- Melhoria no atendimento
- Outras. Quais? _____