

Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo

TURISMO SUSTENTÁVEL EM COSTA DO SAUÍPE
Realidade ou uma utopia?

Alexandre Mendonça Valente Gonçalves

Iara Lúcia Gomes Brasileiro

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do certificado de Especialista em Gestão de Negócio em Turismo.

Brasília – DF, Abril de 2005

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Curso de Especialização Gestão de Negócios em Turismo

TURISMO SUSTENTÁVEL EM COSTA DO SAUÍPE
Realidade ou uma utopia?

Alexandre Mendonça Valente Gonçalves

Banca Examinadora

Iara Lúcia Gomes Brasileiro, Doutora em Biologia
Orientadora

Membro da Banca Examinadora

Brasília – DF, 11 de Abril de 2005

Gonçalves, Alexandre Mendonça Valente

Turismo Sustentável em Costa do Sauípe: Realidade ou uma utopia / Alexandre Mendonça Valente Gonçalves. - Brasília UnB/CET, 2005. 70 p.

Monografia – (Especialização em Gestão de Negócios em Turismo) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo.

Área de concentração: Turismo

Orientadora: Iara Lúcia Gomes Brasileiro

1. Turismo 2. Desenvolvimento Sustentável 3. Responsabilidade Social
4. Preservação a APA 5. Resorts

ALEXANDRE MENDONÇA VALENTE GONÇALVES

TURISMO SUSTENTÁVEL EM COSTA DO SAUÍPE
Realidade ou uma utopia?

Comissão Avaliadora

Professora Orientadora

Membro da Banca Examinadora

Membro da Banca Examinadora

Brasília – DF, 11 de Abril de 2005

Para os meus pais, Willian e Lucila, cujo apoio, carinho e incentivo foram fundamentais para a elaboração desta monografia.

Gostaria de agradecer à minha orientadora, prof^a Iara Lúcia Gomes Brasileiro, por ter confiado na minha capacidade de redigir este trabalho em tão pouco tempo disponível. Espero não desapontá-la.

*“Se estiverem descansados, força-os a se exaurirem,
Se forem unidos, faz com que se separem.
Ataca onde eles não estão preparando.
Avança onde eles não esperam.
Esses são os meios por que os estrategistas militares são vitoriosos. Não se
pode falar deles previamente.”*

Sun Tzu Sun Pin

Resumo

Esse trabalho de pesquisa tem como objetivo a discussão sobre a sustentabilidade do turismo em Costa do Sauípe, Bahia.

Procurou-se fazer um levantamento de dados históricos, sócio-econômicos, ambientais e culturais para que após uma análise acurada dos mesmos para se chegar ao objetivo proposto, possamos discutir a sustentabilidade turística de Costa do Sauípe, Bahia. É uma pesquisa que se propõe a mostrar situações e realidades de um novo complexo turístico, mas que ainda está a procura de atingir um equilíbrio entre comunidade local e turista.

Palavras-chave: turismo; desenvolvimento sustentável; responsabilidade social; preservação a APA; *resorts*.

Abstract

This is a research of historical, social, economic, ambiental and cultural facts were found through bibliotecal method with the purpose of seaching the main proposal, the discussion of the tourism sustainnability in Costa do Sauípe, Bahia.

This research was done with the purpose of showing the real situation of the new tourism Complex but needs to balance the relation between native´s habitant and turists.

Keywords: tourism; sustentable development; social responsibility; APA´s preservation; resorts

Sumário

Introdução	13
1. Embasamento Teórico sobre o Turismo	19
2. Desenvolvimento Sustentável	23
2.1 Ecoturismo.....	33
2.1.1 Conceituação	33
2.2 Ecoturismo e sua sustentabilidade	36
3. Setor Hoteleiro	37
3.1 A indústria da hospitalidade	38
3.2. Características básicas dos serviços hoteleiros	38
3.2.1 Pericibilidade	39
3.2.2 Heterogeneidade.....	40
3.2.3 Inseparabilidade	40
3.2.4 Intagibilidade	41
3.3 Flutuação de demanda	42
3.4 O empreendimento hoteleiro	45
3.4.1 Conceituação	45
3.4.2 Tipologia e Atributos.....	45
3.4.3 Hotel <i>resort</i>	48
3.5 Complexo Turístico Costa do Sauípe – destino praia e sua estrutura.....	50
3.5.1 Canais de distribuição produto Costa do Sauípe	61
3.5.1.1 As operadoras turísticas	61
3.5.1.2 A venda direta	62
3.5.1.3 As agências de viagens.....	63
4. Hóspede: Perfil, comportamento e desejos dos visitantes de resorts e Costa do Sauípe	64
4.1 Hóspede: Perfil, comportamento e desejos	64
4.1.1 Vontade de viajar a lazer ligada a qualidade de serviços apresentado nos <i>resorts</i>	66
4.1.2 Pré-compra; compra e consumo; pós-compra ...	68
4.1.3 A satisfação do hóspede	68
4.1.4 Público alvo dos resorts em Costa do Sauípe ...	70
4.2 Etapas percorridas e vetores analisados pelo hóspede de resorts	72

5. Costa do Sauípe : desafios para o desenvolvimento sustentável, principais atores envolvidos no complexo e sua responsabilidade social	74
5.1 Principais agentes multiplicadores envolvidos no planejamento sustentável de Costa de Sauípe	78
5.2 Responsabilidade Social – Exemplo:Programa Berimbau.....	82
5.2.1 Apresentação do Programa de Responsabilidade Social	82
5.2.2 O Programa	85
5.2.3 Berimbau: Escopo do Programa	87
5.3 Impactos Sociais causados advindo da Implantação do Complexo Costa do Sauípe	89
5.3.1 Impactos Positivos	89
5.3.2 Impactos Negativos	91
Considerações finais	93
Referências bibliográficas	95
Anexos	99

Lista de Abreviaturas

APA – Área de Preservação Ambiental

BA009 – Estrada que liga Salvador a Costa do Sauípe (Linha Verde)

CNO – Construtora Norberto Odebrecht

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

GDS – *Global Distribution System*

IBAMA – Instituto de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IUCN – União Internacional para a Conservação da Natureza

OMT – Organização Mundial do Turismo

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

PROECOTUR – Programa de Ecoturismo Brasileiro

PROES – Programa de Ensino Superior

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

INTRODUÇÃO

Apresentação e Proposta de Trabalho

O setor de serviços cresceu expressivamente nos últimos anos, principalmente nas economias mais desenvolvidas, com destaque especial para o turismo. Embora existam ainda incertezas e carências estatísticas neste ramo de negócio, pois é de alguma forma emergente no cenário nacional, o turismo se configura como uma atividade que gera anualmente quatro milhões de dólares e aproximadamente duzentos e oitenta milhões de empregos em todo o mundo (EMBRATUR, 2003).

Pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (1998) dizem que o crescimento do setor de serviços no Brasil vem configurar essa tendência comum a todos os países industrializados. O Brasil apresenta uma grande participação na atividade turística tanto em termos de índices econômicos quanto em importância relativa frente aos outros componentes da atividade econômica, e vem sendo palco de um desenvolvimento acentuado na área hoteleira.

Dados mais recentes da EMBRATUR (2003) informam que em 2003 a indústria hoteleira empregou mais de um milhão de pessoas entre empregos diretos e indiretos em todo o Brasil e o Instituto estimou que em 2004 seriam gerados mais de quinhentos mil novos empregos devido a evolução desta indústria.

O turismo de lazer é hoje uma atividade que vem adquirindo cada vez mais amplitude no contexto socioeconômico no Brasil e no mundo. Segundo a Organização Mundial de Turismo – OMT (2003), para os próximos anos, existe uma previsão de crescimento em torno de 4,0% ao ano para o turismo.

Numa pesquisa realizada sobre o turismo receptivo internacional no ano de 2000, a EMBRATUR (2001) observou que o turismo de lazer é colocado como principal fonte motivadora das viagens para o Brasil, com 57,01%, seguido do motivo negócio com 23,40%.

Wanab (1991) afirma que o amadurecimento do fenômeno turístico teve como base o desenvolvimento do próprio capitalismo e os respectivos fatores que ajudaram no seu fortalecimento. Dentre estes fatores, destaca os avanços tecnológicos na área de transportes, que ficaram mais rápidos, seguros e confortáveis. Destaca ainda, o aumento do tempo de lazer, advindo das férias remuneradas da classe trabalhadora e redução da jornada de trabalho semanal, a urbanização, a prosperidade econômica das sociedades industrializadas, que possibilitaram aos indivíduos gastar parte da renda com viagens a lazer, e a aposentadoria. Pode-se acrescentar mais alguns fatores responsáveis como crescimento populacional, a entrada da mulher no mercado de trabalho, níveis educacionais mais altos e o envelhecimento da população.

Vários são os efeitos positivos do turismo, dentre os quais destaca-se: [i] – a redistribuição da renda entre as regiões à medida que visitantes de maior poder aquisitivo, provenientes de regiões mais desenvolvidas, se deslocam para pólos turísticos localizados em regiões mais atrasadas; [ii] – a geração de empregos, sendo o turismo considerado a atividade que oferece mais empregos do que qualquer outra atividade econômica em todo o mundo; [iii] – a dinamização a economia e [iv] – a transmissão de conhecimento e culturas diversas.

Neste contexto, a hotelaria desponta como principal vetor na expansão e consolidação do setor, sendo que este ramo de negócio está possibilitando da criação de complexos turísticos.

No que diz respeito ao turismo no Brasil, especificamente, nas últimas décadas, o setor hoteleiro vivenciou diversas fases, nas quais podem ser observados períodos de maiores ou menores investimentos nesta área.

Na década de 70, os incentivos fiscais, os financiamentos públicos e o desenvolvimento da infra-estrutura dos transportes aéreos e rodoviário impulsionaram o setor hoteleiro no Brasil e este fato propiciou diversos lançamentos de hotéis e de complexos turísticos.

De meados da década de 80 até a implantação do Plano Real, o setor e os complexos turísticos presenciaram uma estagnação em relação a novos investimentos em hotéis e *resorts*. Basicamente, esta estagnação foi ocasionada

pela instabilidade econômica e pelo crescimento acelerado da inflação no País. Com a implantação do Plano Collor em 1990, a situação se agravou em decorrência da diminuição da atividade econômica no Brasil (GAZETA MERCANTIL,1999).

Em 1994, com a implantação do Plano Real, o País passa a experimentar um período de estabilização da economia e um aumento da demanda no setor hoteleiro. Paralelamente ao aumento da demanda, o setor vivenciou um aumento da concorrência a partir da entrada de novas operadoras e cadeias internacionais no País e da implantação de novos empreendimentos hoteleiros.

Depois deste período, a estabilidade econômica e o seu impacto sobre a performance dos hotéis gerou um interesse por parte dos investidores e o desenvolvimento de novos hotéis passou a contar com novas fontes de recursos, caso este que deu início ao Complexo Turístico Costa do Sauípe dentre as quais destaca-se : Investidores Institucionais como Fundos de Pensão como Pouplex e Caixa Seguros; Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES e o Programa FUNGETUR¹.

Devido à crise internacional em 1999, o governo brasileiro foi obrigado a promover uma desvalorização da moeda resultando assim um período de incerteza na economia brasileira, fato este que afetou as taxas de ocupação em hotéis e *resorts*, principalmente aqueles voltados ao segmento de negócios.

Com a desvalorização conspícua do Real em 1999, o turismo interno vem consolidando sua importância no contexto da economia brasileira. Devido a tal depreciação da moeda brasileira em relação ao dólar, os brasileiros estão optando pelos destinos nacionais, incluindo roteiros ecoturísticos e complexos turísticos como Costa do Sauípe, inaugurado no ano 2000. O número de hotéis em construção também aumentou, o que ocasionou uma maior variedade de roteiros nacionais. Ainda em relação a tal desvalorização, no tocante ao mercado exterior, os preços ficaram mais atrativos para a demanda internacional pois o produto Brasil tornava-se algo interessante e de custo baixo.

¹ O FUNGETUR, programa da EMBRATUR, é uma linha de crédito que tem por finalidade facilitar para investidores o acesso aos recursos necessários para a implantação, melhoria, conservação e manutenção de empreendimentos e serviços turísticos.

De acordo com o exposto, o setor hoteleiro já se apresenta como um mercado competitivo podendo se tornar ainda mais, face às perspectivas de crescimento para este ramo de negócio. Ainda, no atual cenário de globalização da economia, em que a competição apresenta-se cada vez acirrada, torna-se imprescindível que os empreendedores hoteleiros definam estratégias concorrências para entrarem no mercado, tendo em vista o público que pretendem atender. Foi deste modo que a decisão de se criar um complexo turístico em Costa do Sauípe foi tomada onde a decisão em empreender em *resorts* foi lastreada em informações geradas com rigor técnico no planejamento estratégico do empreendimento.

O presente trabalho foca uma tipologia específica de empreendimento hoteleiro – os hotéis de lazer classificados como *resorts* em Costa do Sauípe, sendo que esta especificação direciona de maneira particular a sustentabilidade do turismo exercido pelo Complexo.

O segmento dos *resorts*, amplamente explorado principalmente nos países desenvolvidos, cada vez mais se consolida no Brasil. Andrade et al. (2000,p.02) os identificam como “os hotéis de lazer que têm seu maior atrativo na recreação e nos esportes, principalmente em espaços abertos de grande beleza natural e excelentes condições climáticas”.

Os resorts vão além de simples edifícios, explorando ambientes naturais favoráveis que propiciam ao hóspede um maior contato com a natureza. Nesta linha, cabe frisar que a atratividade da localidade se configura como um dos pontos mais relevantes no setor hoteleiro de maneira geral, e em especial no caso dos *resorts* que compõem o complexo turístico.

No anseio de analisar a sustentabilidade do Complexo Sauípe, este trabalho se direciona não só ao estudo dos *resorts*, mas também para uma análise do perfil do turista que visita este complexo, juntamente analisando todas as questões ambientais que faziam parte da antiga fazenda Sauípe.

Diante da importância que os hotéis *resorts* vem adquirindo na economia e no setor turístico, a complexidade de seu planejamento e devido à carência de estudos acadêmicos sobre o complexo, a relevância deste está em estudar a

sustentabilidade do turismo em Costa do Sauípe. A finalidade é contribuir para que haja um aumento ainda maior turismo interno no que diz respeito ao destino turístico Sauípe na Bahia, analisando toda sua sustentabilidade (questões ambientais, perfil de clientes e estrutura dos *resorts*).

Os estudos e as pesquisas neste projeto voltam-se para o turismo em Costa do Sauípe, 90 Km do Aeroporto Internacional Luís Eduardo Magalhães em Salvador, Bahia, sempre atentando à suas particularidades e potencialidades.

Para nortear esta pesquisa, objetivou-se numa forma geral de se fazer um levantamento do turismo em Costa do Sauípe (BA), a fim de se analisar a sustentabilidade deste complexo. De maneira específica, apresentar o conceito de turismo enfocando a sustentabilidade; analisar o setor hoteleiro desde suas características básicas até seus canais de distribuição; demonstrar o perfil e comportamento dos hóspedes no que se refere à resorts e hotéis; mostrar o turismo sustentável do Complexo Turístico Costa do Sauípe no tocante a sua estrutura habitacional e as questões ambientais.

Esse estudo será embasado na coleta de informações e dados fornecidos pelos seguintes órgãos: Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, nos Hotéis e Resorts da Costa do Sauípe, além de dados fornecidos pela administração do próprio Complexo, entrevistas e consultas aos arquivos e estatísticas dos mesmos.

As pesquisas estarão concentradas na forma bibliográfica e documental, havendo a necessidade de avançar no aspecto experimental, com a aplicação de entrevistas. A mesma terá conspiciência no encaminhamento da pesquisa e também na complementaridade do trabalho, fator esse ligado ao desdobramento da temática proposta.

Na primeira etapa do trabalho será feito o levantamento documental com visitas ao Complexo Turístico Costa do Sauípe, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia e EMBRATUR, realizando coleta de dados e documentos. O objetivo é levantar dados que possam contribuir para a análise da sustentabilidade de Costa do Sauípe, tendo a preocupação de situar o leitor quanto a alguns importantes

relacionados com o setor hoteleiro, posicionando-o conceitualmente sobre o tema que será abordado.

Ademais o término da pesquisa de documentos, foi realizado feito um levantamento bibliográfico paralelo à análise e identificação do teor dessa sustentabilidade, havendo a necessidade de realização de entrevista junto as instituições mencionadas anteriormente e novamente a Costa do Sauípe.

1. EMBASAMENTO TEÓRICO SOBRE TURISMO

Considerado uma atividade humana de alcance elevado, o turismo vem permeando desde a área social até os campos culturais, econômicos, ecológicos e político. Devido a tal, é detentora de várias definições, não se chegando propriamente a um consenso de qual seja a melhor ou a mais apropriada para uma utilização generalizada ou universal. Várias escolas e tendências existem que influenciam a formação do conceito deste setor da economia, pode-se perceber que há uma considerável quantidade de variáveis que influenciam a construção desta área do conhecimento.

Dentre as dificuldades em se definir o que é turismo está na compreensão da interdisciplinariedade, uma de suas principais características. Esta característica inerente ao turismo envolve uma variedade surpreendente de ciências e de disciplinas que buscam explicar a natureza desta área, o objeto de estudo e os componentes essenciais e secundários que formam o turismo, que é considerado um fenômeno social complexo e diversificado. Este fenômeno está inserido em um amplo contexto, a sociedade industrial. Portanto, pode ser classificado por meio dos mais diversos critérios que influenciam este tipo de sociedade.

O mundo do turismo gira em torno do lazer. O turismo é uma parte deste todo, sendo que o lazer constitui-se em todas as atividades desenvolvidas fora do sistema produtivo, das obrigações sociais, religiosas e familiares. Portanto, o turismo é contextualizado dentro do conceito de lazer. Segundo Beni (2001, p. 34) “há três tendências para a definição de Turismo: a econômica, a técnica e a holística”.

Para Beni (2001, p.35), o conceito de turismo gerado no universo holístico envolve atividades ligadas às trocas de experiências e de informações entre as pessoas, sendo esta uma abordagem mais abrangente do que as tendências de

ordem simplesmente econômica e técnica. Na abordagem técnica são considerados apenas os aspectos de viabilidade mecanicista, desconsiderando os principais fatores humanos da atividade. A limitação na abordagem econômica está na falta de percepção de importantes conseqüências sociais, exagerando o foco sobre os elementos de ordem econômica.

O turismo é algo mais abrangente do que uma atividade de ordem simplesmente econômica ou técnica. É considerado um tipo de atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e de elo de interação entre os povos, tanto dentro como fora de um país. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outras regiões ou países visando a satisfação de outras necessidades que não a de atividades remuneradas. Pode-se dizer, em resumo, que, de acordo com Trigo (2002, p. 11-12), “qualquer viagem temporária com duração superior a vinte e quatro horas é turismo e que as viagens que não superem esta marca, são conhecidas pela nomenclatura de excursões.

Para Dias e Aguiar (2002, p. 14-15), o turismo, portanto, “é um fenômeno universal, conectando todas as partes do sistema global, aumentando a compreensão dos indivíduos de pertencerem a um todo, e ao mesmo tempo incrementando a sua consciência de pertencerem a um local determinado, pois, com a presença do outro, ao se explicitarem as diferenças, se fortalece a identidade cultural. Desse modo, o turismo apresenta este dado aparentemente paradoxal: ao mesmo tempo que torna mais homogênea a cultura humana, destaca as diferenças, consolidando a identidade cultural local, o que em última análise propicia a multiculturalidade. Dessa forma, o respeito às diferenças poderá ser decorrência da intensificação do turismo, pois uma das principais motivações dos turistas sempre foi e continuará sendo encontrar lugares e culturas diferentes do seu local de origem”.

Para Fuster (1974, p. 24), “ a primeira definição conhecida de Turismo é a do economista austríaco Hermann Von Scheillenzee Schattenhofen (1911) de que

o Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.”

No tocante ainda sobre a definição de turismo, Josef Stradner percebe-se claramente que o mesmo dá ênfase a componentes como renda ou status como fator constituinte do turismo. Pela sua definição,

“O turismo é o tráfego de viajantes de luxo (aqueles que têm condução própria) que se detém num local fora do seu lugar fixo de residência e com sua presença naquele país não perseguem nenhum propósito econômico, mas buscam a satisfação de uma necessidade de luxo.”

(Stradner,1905, p. 17)

Segundo Beni (2001, p. 36) “o turismo é o conjunto de viagens cujo objeto é o prazer ou os motivos comerciais, ou os profissionais, ou outros análogos e, durante os quais a ausência da residência habitual é temporária. Não são incluídas em turismo as viagens realizadas para ir ao local de trabalho”.

Além de tais conceitos citados anteriormente, Fuster cita que foram elaboradas ademais definições pela então chamada “escola polonesa”, como a de Leseczyck, na qual o mesmo considera o movimento turístico aquele no qual participam os que durante um certo tempo residem num certo lugar, como estrangeiros ou forasteiros e sem caráter lucrativo, oficial (de serviços) ou militar. (Fuster, 1974, p. 24-28).

Dentro deste contexto, cabe demonstrar alguns números sobre o setor fazendo junção em teoria e prática.

É conspícuo ressaltar a infinidade de definições do Turismo em diversas épocas, criadas em diferentes partes do mundo e com a predominância de diversas variáveis existentes nestes espaços e tempos diferenciados, de acordo

com o contexto socioeconômico, cultural, político e geográfico em que foram elaboradas.

A principal questão que envolve o Turismo está no fato que são pessoas trabalhando para gerar bem-estar para outras que estão fora de suas residências fixas. Para De La Torre (1992, p.19), o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa não remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Devido ao fato de não ser o foco principal deste a preocupação com a criação ou discussão de qual é o melhor conceito de turismo e, para reduzir as dificuldades provenientes destas inúmeras definições, podemos tomar o conceito de De La Torre (1992, p.19) como sendo a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT) como o turismo sendo “ a soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias à negócios ou profissionais”.

2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Dentro de um contexto em que a chamada moderna sociedade estabeleceu de modelo socioeconômico onde se prima pelo aumento da produção e da produtividade, é assaz relevante demonstrar que os elementos secundários são os que compõem o conceito de desenvolvimento. Apesar dos avanços tecnológicos e produtivos, assiste-se, paralelamente, a uma exponencial concentração da renda e ao aumento das desigualdades sociais no mundo. Em paralelo às desigualdades sociais ocorre o aumento da degradação ambiental. Embora esta perspectiva não seja atualmente tão acentuada em países desenvolvidos (em função dos mecanismos de equidade social encontrados nestes países) ela se revela de forma inexorável nos países com desenvolvimento tardio.

O modo de produção vigente exige um ganho crescente de escala de produção, com maiores níveis de produtividade e qualidade, redução de custos operacionais, tanto a nível administrativo como financeiro, resultando assim em um elevado nível de concentração e centralização do capital (no tocante ao capital financeiro), fatores que levam à concentração da renda e ao aumento do número de excluídos dos processos de produção e distribuição de produtos e serviços.

Para Dias e Aguiar (2002, p.96), a inclusão e a exclusão não se restringem, portanto, às fronteiras geopolíticas, mas ao âmbito dos relacionamentos social, político e econômico das estratificações sociais, independente da nacionalidade. As organizações públicas e privadas que mantêm intra e inter-relacionamentos para além dos seus respectivos limites territoriais, atuam de forma globalizada, formatam, com isso, uma estrutura social de incluídos e excluídos. Com isso, tais inclusões e exclusões tornam-se os termos de referência para a mensuração dos níveis de desigualdades encontradas em um

Estado organizado, onde indivíduos de um país se interagem em menor quantidade comparada à interação existente com um estrangeiro.

O volume e a intensidade destes relacionamentos extrapolam a dimensão de seus interesses precípuos, desdobrando-se em secundários e, apoderam-se da ética e da lógica da sociedade, determinando quem serão os interlocutores, prepostos e beneficiários, numa forma institucionalizada, legal e revestida de um caráter de naturalidade.

É conspícuo ressaltar também a falta de perspectiva em relação a permanência do indivíduo em seu habitat de origem, tornando inevitável o êxodo rural, o qual gera efeitos desastrosos para toda uma sociedade. As perturbações geradas pela falta de perspectiva no ambiente rural resultam em um processo acelerado de migração, o qual cria a necessidade de adaptações constantes do planejamento municipal ou estadual de desenvolvimento, visto as inúmeras alterações provocadas pelo aumento ou recuo populacional e, conseqüentemente, a ocorrência de variações nas demandas públicas. Cria-se com isso, cenários repletos de elementos de incerteza, tornando mais complexo o processo de tomadas de decisões pelas autoridades governamentais constituídas na elaboração de políticas públicas.

Ao se oportunizarem relações de trabalho e emprego, consubstanciadas pela constituição de um padrão sócio-produtivo dinâmico, pautado na cooperação e cidadania, capaz de garantir níveis satisfatórios de qualidade de vida, o trabalhador não mais se deslocará em direção aos grandes centros em busca de trabalho. O emprego é necessário para que os indivíduos continuem a viver em suas localidades.

Em sua função socioeconômica, o turismo é considerado uma atividade geradora de emprego de uma determinada localidade. A implantação de uma nova forma de desenvolvimento é capaz de reduzir os efeitos do modelo existente, onde

o conceito de desenvolvimento sustentável surge como sendo o que prioriza a melhoria da evolução da vida em sociedade de forma contínua e equilibrada, preservando o meio ambiente na qual esta inserida.

Segundo Swarbrooke (2000, p.3), “ por sustentável geralmente queremos dizer desenvolvimento que satisfaz nossas necessidades hoje, sem comprometer a capacidade das pessoas satisfazerem as suas no futuro. Trata-se, portanto, de uma perspectiva a um prazo mais longo que o usual ao tomarmos decisões, e envolve uma necessidade de intervenção e planejamento.”

Para o mesmo citado anteriormente, o conceito de sustentabilidade engloba claramente o meio ambiente no qual pessoas ou uma sociedade está inserida.

Palavras como ética e princípios morais são incorporações feitas pelo desenvolvimento sustentável no tocante a seu embasamento. Para Irving (2002, p. 17), o termo é “uma nova forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios e, um novo modelo de implementação de projetos, centrado em parceria, co-responsabilidade e participação”. Assim, existem pressupostos éticos e de vida em sociedade que caracteriza o desenvolvimento sustentável.

Para Swarbrooke (2000, p. 10), “o conceito de desenvolvimento sustentável se ajusta de imediato a essa tendência ética-social. As empresas estão sendo estimuladas a se responsabilizarem com mais seriedade em relação ao meio ambiente, pois se elas destruírem os recursos do meio ambiente dos quais seus negócios dependem, o futuro desses negócios estará em risco; se elas não agirem voluntariamente, os governos podem precisar regulamentar suas atividades; elas têm responsabilidades muito mais amplas com a sociedade e não apenas a de serem “bons vizinhos””.

Para Matos et al (2002, p.7) as turbulências vividas pela sociedade brasileira no século XXI, “são resultantes de um padrão de desenvolvimento socialmente perverso, concentrador de renda, de riqueza, de oportunidade, de conhecimento, de ativos produtivos e de poder” levando à desintegração comunitária, à fragmentação social. Conduzem à uma redução dos níveis qualidade de vida e, por consequência, à própria degradação ambiental, resultante da insustentabilidade do modelo de desenvolvimento globalizado atual.

O modelo existente de crescimento ameaça a conservação e a reprodução dos recursos naturais, apresentando uma insustentabilidade política e social, fruto da profunda desigualdade na distribuição de renda e qualidade de vida.

Segundo Matos et al (2002, p.10), “nos últimos 30 anos, o PIB do mundo cresceu cerca de 100%. Já o percentual da pobreza cresceu 1.000%. Aproximadamente 25 milhões de pessoas tornam-se pobres por ano. Pela primeira vez, desde 1990, o índice de desenvolvimento humano caiu em 30 países. Cerca de 1,3 milhões de pessoas vivem com renda inferior a um dólar por dia. A diferença de renda per capita entre o país mais rico e o mais pobre do mundo é de 140 para 1. No mundo, trezentas e cinquenta e oito famílias são tão ricas quanto 2,5 bilhões de pessoas, quase a metade da população de terra. Em cada três brasileiros um é pobre.

A extensão dos impactos ambientais e dos problemas sociais nas diversas regiões tornam o meio ambiente e a pobreza uma questão de abrangência global e um problema altamente explosivo.

Conforme Buarque (1999, p. 30), “a globalização dos problemas força uma solidariedade entre os homens. Na medida em que a agressão ao meio ambiente em cada local contribui para a deteriorização da natureza e, que a explosão da

pobreza e da desigualdade atravessa as fronteiras e ameaça a estabilidade das regiões e dos países ricos este fenômeno torna-se mais forte”.

“O desenvolvimento sustentável parte de uma nova perspectiva de desenvolvimento e, se estrutura sobre duas solidariedades: a solidariedade “sincrônica”, com a geração à qual se pertence, e a solidariedade “diacrônica” com as gerações futuras”.(Sousa, 1994 *apud* Buarque, 1999, pág. 31)

Em conformidade com essa proposição, pode-se citar a idéia de que o bem estar das gerações atuais não podem comprometer as oportunidades e necessidades futuras, e o bem-estar de uma parcela da geração atual não pode ser construída em detrimento de outra parte, com oportunidades desiguais na sociedade. As duas formas de solidariedade estão estreitamente interligadas. (Sachs, 1990 *apud* Buarque, 1999, pág.31)

No que tange ao cenário social brasileiro, seu cenário se agrava devido ao aumento de desemprego, da ausência de responsabilidade sobre o meio ambiente, da ocupação desordenada de terras; reflete um panorama de disparidades que tende a se acentuar, resultado de um processo de exclusão que se modifica no tempo e no espaço.

Ponto este no qual Maria Luiza Mendonça cita em seu artigo Turismo Sustentável – classes sociais e subjetividade, “a perspectiva de um desenvolvimento sustentado da atividade turística no Brasil é vislumbrada como uma possibilidade para poucos, por dois motivos: em primeiro lugar, as iniciativas governamentais mencionam o ecoturismo e o turismo cultural como vertentes desejáveis do turismo, mas não divulgam planos consistentes em que estejam presentes as metas e os recursos disponíveis para alcançá-las, ao mesmo tempo em que os jornais noticiam o financiamento de grandes empreendimentos de lazer e turismo. Em segundo lugar, está claro, pela direção que toma o desenvolvimento

das sociedades capitalistas, que o lazer de massa é uma das características da nossa (pós) modernidade”².

Baseados neste contexto têm um exemplo no Estado do Amazonas, no que diz respeito ao turismo exercido nesta região³. A Pousada Salto do Thaimaçu é um negócio que explora o promissor filão do ecoturismo e vai de vento em popa. Há 20 anos, a propriedade era parte de um conjunto de terras devolutas. Na época o proprietário ajudou a abrir a estrada de acesso ao local, que fica a 25 minutos de vôo de Alta Floresta (AM) – ou 4 (quatro) horas de carro numa via intransitável quando caem chuvas fortes. No início, o proprietário dedicou-se à pecuária, mas a distância da cidade tornava tudo muito difícil. Além da distância, havia o problema com os animais selvagens que atacavam 20% do rebanho. O hábito de pescar, que cultivava desde os 5 (cinco) anos de idade, abriu os olhos do proprietário para o potencial do Rio São Benedito, que atravessa suas terras. Tal rio citado anteriormente é considerado um dos melhores rios para pesca e com espécies exclusivas, fazendo com que o mesmo fosse explorado turisticamente a partir de 1996.

Hoje, os turistas pagam diárias de 250 (duzentos e cinquenta) reais para se hospedar diante das corredeiras de água negra do rio. Os apartamentos são despojados, mas confortáveis. A clientela é composta principalmente de fazendeiros, empresários e médicos – em sua maioria turismo interno. Todos são praticantes de pesca que vêm atrás de peixes que pesam até 50 (cinquenta) quilos e acabam invariavelmente devolvidos à água depois de físgados. Personalidades como o príncipe consorte da Dinamarca, Henrik, viajaram milhares de quilômetros para experimentar a pesca no São Benedito.

² MONTORO, Tânia S. (org)– Cultura do Turismo: desafios e práticas socioambientais, 2003. Brasília, Thesaurus, pág. 29

³ Fonte: Adaptação de A explosão do turismo: atração selvagem, Exame, ano 35, nº 5. 07 de março de 2001. pág. 58

O rio parece corresponder às expectativas, já que a maioria dos passageiros retornam pelo menos uma vez ao Thaimaçu.

A fauna amazônica também é responsável pelo sucesso de outro empreendimento próximo de Alta Floresta. É o Cristalino *Jungle Lodge*, fincado às margens do rio de mesmo nome, numa região singular: abriga 570 (quinhentas e setenta) espécies de pássaros. No hotel, os passeios pela floresta são o carro-chefe: os ornitólogos são os visitantes mais freqüentes dos seus 18 quilômetros de trilhas. Quando ouvem o canto de alguma ave, eles sacam os binóculos e põe-se a vasculhar as árvores.

Buscando manter o controle sobre o equilíbrio regional com investimentos na área, o proprietário está implementando ações e programas de Desenvolvimento Sustentável direcionadas a localidade.

Esses empreendimentos pioneiros não atraem apenas pescadores e ornitólogos. Em ambos, oferece-se a oportunidade de observar a Floresta Amazônica intocada. São locais turísticos em que é quase impossível encontrar uma bituca de cigarro no solo ou um pedaço de plástico boiando no rio. Os dois proprietários conseguiram transformar seus estabelecimentos em reservas florestais legais e preferem manter a lotação máxima em 30 pessoas a colocar o meio ambiente em risco.

Incentivar iniciativas como essas, visando o desenvolvimento sustentável do ecoturismo na Amazônia Legal, é o objetivo do PROECOTUR, programa lançado pelo Ministério do Meio Ambiente em agosto de 2000. O potencial do Brasil é imenso e inclui, além da Amazônia, áreas luxuriantes como o Pantanal Mato-Grossense, campeão mundial de biodiversidade⁴.

⁴ Idem, pág. 58

Com seu alto grau de preservação, hotéis como o Thaimaçu e o Cristalino conseguem atrair investimentos externos que buscam na selva uma simplicidade perdida no cotidiano. Esses investimentos estão possibilitando que nativos possam ser empregados nos empreendimentos devido ao elevado grau de conhecimento sobre a Floresta.

Segundo Dias e Aguiar (2002, pág. 97), o surgimento dessas novas formas de fazer turismo como é o caso do ecoturismo, foi favorecido por uma série de circunstâncias, onde podemos destacar o aumento da consciência da necessidade de preservação dos recursos naturais, a necessidade psicológica das pessoas de encontrarem alternativas de lazer diferentes das praticadas nos grandes centros urbanos e a busca de melhor qualidade de vida.

É fundamentado neste contexto citado pelos autores acima que o desenvolvimento local sustentado surge com extrema força, dando origem a um novo tipo de turismo, em contraponto ao turismo de massa. O conceito de desenvolvimento sustentável pode ser aplicado a qualquer segmento do turismo, especialmente ao ecoturismo. Esta sustentabilidade depende de como a atividade é planejada e executada, considerando os aspectos do meio ambiente da área estudada, sua economia e os fatores sociais que a compõem.

Vale ressaltar alguns critérios que devem ser observados quando o assunto é examinar se uma determinada comunidade é sustentável. De acordo com Matos, Tsuji e Miranda, são [i] - analisar se ecologicamente o local suporta e se ao mesmo tempo é economicamente viável, [ii] – distribuir eqüitativamente seus benefícios; [iii] – observar a ética e ser socialmente aceito pela comunidade receptora; [iv] – incentivar a participação de todos os atores envolvidos, pois a conservação da herança cultural e natural envolve cooperação; [v] – planejamento e manejo; [vi] – garantir a satisfação do turista ao mesmo tempo que direciona o seu comportamento, no sentido da conservação das APA's (Áreas de Preservação Ambiental) e respeito à cultura local e por fim, [vii] – estar integrado

com a economia local, promovendo a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora. (Matos, Tsuji e Miranda, 2002 p.12)

A reestruturação de uma comunidade é a base para o início de um desenvolvimento sustentável, a qual deve ser atingida de modo que a comunidade tenha a capacidade de criar condições éticas, econômicas e institucionais para que haja um processo de mobilização social, possibilitando o desenvolvimento local desejado. Com este desenvolvimento, valores como capital humano e natural são resgatados para o êxito desta reorganização.

A construção do futuro de uma região depende da comunidade como sujeito capaz de propor um desenvolvimento sustentável. Tal fato somente ocorrerá se a comunidade romper com os relacionamentos de dependência, pois não há a possibilidade de um futuro sustentável se não houver transformações pessoais promovidas pela educação e pela participação social.

Para Matos et al (op.cit), a idéia de sustentabilidade está diretamente relacionada à continuidade, à permanência da qualidade de vida e às oportunidades da sociedade ao longo do tempo, incorporando uma perspectiva de longo prazo. Parte de uma base ética que demanda uma solidariedade social. Pressupõe a necessidade de subordinação da dinâmica econômica aos interesses da sociedade e às condições do meio ambiente, traduzindo-se, portanto na solidariedade inter e intragerações e também numa solidariedade inter-regional.

Decisão e participação são fundamentos que embasam o desenvolvimento sustentável, sendo que tal desenvolvimento é uma questão de planejamento, visão futura e de consciência da comunidade local.

Dentro desta visão é que o desenvolvimento sustentável em Costa do Saúipe (tema deste trabalho) vem se tornando um vetor que direciona tal evolução proposta, buscando no artesanato local um meio que resgatar a comunidade a

enriquecer o destino turístico, como é o caso do Programa Berimbau. É importante ressaltar que a decisão deve ser vinculada ao crescimento de todo o Complexo Sauípe, onde a assimilação pela comunidade na consciência da necessidade de um planejamento de atividades que proporcionem o desenvolvimento local sustentável é preciso.

Sendo assim, a definição de desenvolvimento sustentável mais completa é aquela que trata o tal desenvolvimento como sendo aquele que atende as necessidades presentes sem comprometer as futuras gerações no tocante a satisfação de suas necessidades, partindo do princípio que o respeito ao meio no qual vive irá refletir diretamente no modo de vida das próximas gerações.

Matos et al (2002, p. 13) comentam que “o desenvolvimento sustentável é entendido como um processo amplo e abrangente de mudança social e aumento das alternativas de escolhas e oportunidades da sociedade, de modo a compatibilizar, no tempo, o crescimento econômico, a equidade social e a preservação do meio ambiente”.

2.1 ECOTURISMO

2.1.1 Conceituação

“Ecoturismo” é um termo muito usual em nosso cotidiano. Ademais, este raramente é definido da maneira correta, muitas vezes mencionado como sendo um turismo alternativo ou turismo da natureza.

De acordo com Swarbrooke (2000, p.55), “ecoturismo” significa simplesmente que a principal motivação para a viagem é o desejo de ver ecossistemas em seu estado natural, sua vida selvagem assim como sua população nativa.”“.

Irving (2002, p.30) comenta que o “ecoturismo é entendido como modalidade de turismo sustentável e, não apenas como um segmento da atividade turística, centrado exclusivamente no bem natural. Esse entendimento é compartilhado pela União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) que adota o conceito proposto por Ceballos-Lauscuráin (1993), no qual o ecoturismo é entendido como uma viagem ambientalmente responsável e, como visitação de áreas naturais relativamente preservadas, no sentido de vivências e apreciar a natureza, que promove a conservação, tem baixo impacto e promove, de forma benéfica, o envolvimento socioeconômico ativo das populações locais”.

Um grande equívoco no entendimento do ecoturismo é que o mesmo é compreendido como se o bem natural existente fosse o único atrativo, ignorando as questões globais. Tal erro fica visível quando é feita uma relação entre ecoturismo e turismo sustentável, uma vez que o ecoturismo é visto como um turismo em pequena escala, mais ativo do que outras formas de turismo, uma modalidade de turismo na qual a existência de uma infra-estrutura sofisticada é um detalhe irrelevante e por fim menos espoliativo das culturas e da natureza locais do que as formas “tradicionais” de turismo.

Um dos problemas para se definir o ecoturismo é que o termo varia dependendo de indivíduo para indivíduo. Para o turista, o ecoturismo é sinônimo de férias modernas, que podem conferir um *status* elevado a seus participantes; é freqüentemente identificado com turismo de qualidade. Para a indústria, o ecoturismo é um produto que oferece margens de lucro atraentes e dispõe de um mercado extenso e em expansão. Já para as destinações que têm emergido ultimamente, o ecoturismo é altamente rentável, representando um turismo de volume pequeno que permite diferenciá-las da concorrência.

Dentre suas vantagens, o ecoturismo para as organizações de turismo e para as destinações turísticas pode conduzir ao desenvolvimento de formas de um “pretense” turismo que se dá em larga escala e de maneira espoliativa, de modo oposto aos princípios do ecoturismo esboçados anteriormente. Esta é a origem de grande parte da confusão que ronda o ecoturismo, ou seja, a lacuna entre a teoria e prática, entre as concepções dos turistas e o lado provedor do turismo.

O entendimento e a assimilação do que significa ecoturismo requer um crescimento globalizado no setor econômico, dando prioridades aos países chamados subdesenvolvidos ou “em desenvolvimento” onde as populações mais carentes possam participar de uma maneira mais justa na economia mundial.

Para isso, é notável que, para atingir seus objetivos, as comunidades locais têm que atuar no setor ecoturísticos, participando diretamente das tomadas de decisão - fato este que ocorre em Porto de Galinhas, aonde os nativos tem representantes na Câmara Municipal.

Dentro desta visão, existe a abertura natural para a implementação do ecoturismo, sendo assim uma das bases para o desenvolvimento sustentável, pois parte do princípio de que haja uma conscientização populacional no intuito de promover um fluxo migratório.

Comunidades devidamente esclarecidas podem contribuir em maior escala na conservação do patrimônio natural e cultural, com o objetivo de gerar benefícios advindo da atividade econômico do turismo.

Segundo Swarbrooke (2000, p.62), o ecoturismo deve ter sempre associado à educação ambiental para que as partes envolvidas na rede turística reconheçam o porquê da necessidade do respeito devido às particularidades das localidades e da cultura das populações visitadas. Os turistas devem ter um sentimento de responsabilidade para com a localidade receptora, não pensando que os atrativos das localidades receptoras estão disponíveis apenas para seu usufruto em troca de meros recursos financeiros.

No que se refere ao Brasil, o ecoturismo vem crescendo como um ramo de negócio do turismo. Agências especializadas vêm sendo criadas para atender este nicho de mercado que é explorado com o uso de equipamentos específicos, gerando assim empregos em indústrias próprias, as quais produzem os materiais com segurança necessária aos praticantes destas atividades, diminuindo riscos de acidentes.

Cursos de formação e capacitação pessoal vêm sendo ministrados nos principais pólos urbanos, onde existem profissionais aptos no mercado para tal prática. Empreendimentos turísticos estão sendo implantados, contribuindo para o crescimento da economia brasileira através da geração de empregos e dos impostos pagos por essas empresas.

É importante ressaltar que a qualidade no tocante ao ecoturismo está diretamente ligada ao respeito ao meio-ambiente, com treinamento aos guias locais e visitantes. Com o modismo gerado pelo ecoturismo, incluindo no Brasil, surgiram muitas empresas com propostas em organizar produtos turísticos especializados na área.

2.2 Ecoturismo e sua sustentabilidade

Houve um tempo em que saber como lidar com a natureza não despertava quase nenhum interesse no homem. Hoje o que domina na consciência da maioria das pessoas no Brasil e no mundo são problemas como a degradação da natureza, a extinção de animais, a poluição de rios e mares, despertando no homem uma nova maneira de ser. É com essa nova consciência, que atualmente boa parte da sociedade se posiciona, gerando uma preocupação universal e induzindo com isso, a grandes debates nacionais e internacionais sobre o uso econômico e sustentável dos recursos naturais, poluição ambiental, esgotamento e até extinção de paisagens naturais, reservas florestais, espécies vegetais e animais.

É dentro desta visão que pode ser observado a sustentabilidade do ecoturismo. Fundamenta-se na preservação dos recursos culturais e naturais, gerando movimentações econômicas nas populações envolvidas, não esquecendo das gerações futuras que poderão usufruir tais bens naturais. Vale salientar que deve existir um compromisso ético fundamental por se tratar de um ideal diferenciado de vida, orientado pelos princípios de participação popular ou da comunidade, junto a percepção a longo prazo de uma visão social.

Segundo Swarbrooke (2000, p.65), ecoturismo e turismo sustentável não são a mesma coisa. Contudo, o ecoturismo pode ser uma forma de turismo sustentável, caso seja adequadamente gerenciado. O objetivo deve ser gerenciar o ecoturismo para que ele se torne “uma experiência de viagem esclarecedora que contribua para a preservação do ecossistema, ao mesmo tempo respeitando a integridade da comunidade local”.

Levando em consideração tais dizeres, as empresas turísticas vêm sofrendo alterações em suas conjunturas com o objetivo de se prepararem para as modificações que a globalização lhes oferece⁵.

Como parte integrante dos novos modelos de competitividade, imagens do destino turístico e da responsabilidade social estão as questões ligadas ao meio ambiente. Neste contexto, os tópicos voltados a sustentabilidade atraem cada vez a atenção de empresas podendo influenciar diretamente na maneira como as organizações turísticas são vistas perante clientes e entidades federais.

3. SETOR HOTELEIRO

Pretende-se, de acordo com os propósitos deste, fornecer um panorama do setor hoteleiro partindo de um enfoque sistêmico que conceitua a indústria da hospitalidade e discute as características intrínsecas do setor e chegando ao empreendimento hoteleiro propriamente dito, seus tipos, segmentações de mercado, canais de distribuição e características e por fim, situar todo levantamento sobre a estrutura hoteleira do Complexo Turístico Costa do Sauípe.

3.1 A indústria da hospitalidade

Segundo Morrison (1989, p. 58), a indústria da hospitalidade inclui uma variedade de organizações e negócios interdependentes e inter-relacionados envolvidos na missão de atender as necessidades dos consumidores que se encontram longe de casa. Como exemplos dessas organizações e negócios que geram a indústria da hospitalidade, o autor cita: hotéis, restaurantes, atrativos turísticos, meios de transporte, agências de viagem, agências de entretenimento, serviços voltados para o atendimento ao turista e programas governamentais de fomento ao turismo.

⁵ Fator primordial para a sobrevivência da empresas do setor turístico

Ninemeir apud Morrison (1989, p. 59) divide a indústria da hospitalidade em três segmentos: hospedagem, alimentação e viagem.

De acordo com esta divisão, o presente estudo foca um segmento específico da indústria da hospitalidade – o setor hoteleiro ou de hospedagem – identificando, quando necessário, as interdependências entre as organizações que constituem esta indústria.

3.2 Características básicas dos serviços hoteleiros

De modo geral, a definição de “bem” difere da de “serviço”, bem como suas características e tratamento mercadológico. É objetivo deste tópico identificar as características dos serviços, principalmente dos serviços hoteleiros, de modo a analisar as conseqüências e influências destas características no nível de inserção do hotel e identificar as atitudes que podem, de alguma forma, amenizar estas influências.

Para Kotler apud Serson (1999, p. 68), “um serviço é qualquer ato ou desempenho essencialmente intangível que uma parte pode oferecer a outra e que não tem como resultado a propriedade de algo, sendo que a execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto físico”.

Kotler (op.cit) define *bem* como “um produto que possui características físicas tangíveis e que geram satisfação de necessidades” e *serviço* como sendo “o resultado da aplicação de habilidades humanas e tecnologia para a satisfação de necessidades”.

Para Lage e Milone (2000, p. 178), a indústria hoteleira se enquadra como um todo no setor de serviços, o que segundo eles, remete a quatro características básicas: perecibilidade, heterogeneidade, inseparabilidade e intangibilidade.

3.2.1 Perecibilidade

Os bens podem ser estocados para vendas futuras, enquanto os serviços e o tempo para experimentá-los não têm como ser estocados. Lage et al (2000) conclui que “em termos de serviços, não existe, ainda que existam condições de se produzir um serviço em maior escala do que a demandada, a possibilidade de estocagem”. Os autores assinalam que o que se vende num hotel é um quarto para se passar uma noite, se este não é vendido numa noite em particular, o potencial para vender aquele quarto naquela determinada noite estará perdido. O resultado dessa característica é que o serviço que deixa de ser consumido representa prejuízo, uma vez que o empreendedor nunca mais tem como recuperar esse serviço desperdiçado.

Assim, no que concerne a perecibilidade, pode-se dizer que nenhuma atitude é capaz de compensar completamente as perdas do hotel relativamente às baixas taxas de ocupação; fato que ocorre em Costa do Sauípe na baixa temporada devido a sazonalidade ser uma característica intrínseca ao Turismo. Normalmente, o que se vê são atitudes táticas tomadas pelos hotéis, que lançam pacotes promocionais no mercado com o objetivo de elevar as taxas de ocupação do hotel. Esta atitude atenua a perda, já que para tentar manter as taxas de ocupação mais altas atua com preços de diárias em patamares mais baixos.

O planejamento de empreendimentos hoteleiros deve considerar a perecibilidade em seu processo, pois dificilmente os hotéis operam com uma taxa de ocupação máxima e constante.

3.2.2 Heterogeneidade

Enquanto bens são usualmente produzidos em massa, apresentando um certo padrão de qualidade homogêneo, serviços oferecidos a um cliente não é totalmente igual ao oferecido a outro cliente. Isto porque os serviços dependem de pessoas e não são produzidos em massa, além de serem avaliados pela rapidez e qualidades dos processos. Mesmo contando com uma equipe treinada em determinado serviço, as relações entre essas pessoas e os clientes podem se apresentar de maneiras distintas, visto que as atitudes humanas não são constantes. Neste sentido, existe maior dificuldade de se atingir a padronização dos serviços e o controle de sua qualidade no setor hoteleiro. Por outro lado, a heterogeneidade dos serviços oferecidos pode favorecer a oferta de serviços diferenciados de acordo com as necessidades de cada hóspede.

As características dos serviços hoteleiros que se relacionam à heterogeneidade normalmente exigem que os empreendimentos hoteleiros possuam uma equipe altamente treinada, monitorada e eficiente, através da qual o cliente perceba o esforço do hotel em atender suas necessidades e em disponibilizar um serviço planejado e competente, que possa influenciar positivamente o nível de inserção do hotel no mercado.

3.2.3 Inseparabilidade

A cadeia de distribuição da maioria dos bens consiste de três locais distintos: onde o produto é produzido, onde é comercializado e onde é consumido. Já para os serviços, no mínimo as etapas de produção e consumo acontecem no mesmo local, sendo que a etapa de venda pode ou não acontecer no hotel. Os serviços são vendidos para depois serem produzidos e consumidos simultaneamente. Lage e Milone (2000, p. 179) ressaltam que existe, assim, um contato muito grande do cliente com o processo de produção: os serviços hoteleiros são vendidos aos clientes e o seu desenvolvimento acontece simultaneamente com a participação do cliente e do prestador do serviço. Esta

característica remete novamente à necessidade de se trabalhar com equipes treinadas e de disponibilizar serviços de qualidade.

3.2.4 Intangibilidade

Os serviços são intangíveis à medida que são atividades ou uma série de atividades não palpáveis, ou seja, os serviços só podem ser avaliados quando consumidos, diferentemente do que acontece com os bens, que geralmente possuem características físicas, podendo ser vistos, tocados, e, portanto, avaliados antes de serem transacionados ou consumidos. A qualidade do hotel só pode ser medida ou calibrada pela opinião do hóspede, que antes de participar do processo tem somente uma idéia imaginária do produto, pois não lhe é possível “testar” um hotel antes de hospedar-se no mesmo. É necessário experimentar o hotel e seus serviços para saber como ele funciona, o que dificulta a venda, pois o hóspede tende a pesquisar mais intensamente visando diminuir o risco da compra de serviços hoteleiros.

Visando amenizar a intangibilidade dos serviços hoteleiros e principalmente de seus atributos físicos, muitos hotéis utilizam *folders*, folhetos, fotos, vídeos, *CD-ROMs* e mapas turísticos para tentar motivar o hóspede proporcionando uma idéia visual do que é o “produto” que estão comprando. Este material tem como objetivo fornecer informações sobre o hotel e sobre os atrativos naturais e culturais do local de instalação do mesmo podendo ser distribuídos via agências de viagens, Internet, jornais, televisão ou através de pessoas que visitaram o local.

Ainda assim, quanto aos atributos que envolvem a qualidade dos serviços, como o atendimento ao hóspede e a limpeza dos ambientes, torna-se mais difícil para o hóspede ter uma imagem do processo, já que este irá ocorrer perante e conjuntamente à sua presença. Com relação a esse fator (no que tange aos *resorts* do Complexo Turístico Sauípe) é desejável que o mesmo tenha um certo

prestígio no mercado, gerando assim mais confiança na relação hóspede/hotel. Uma outra maneira que o hóspede dispõe para amenizar essa situação é obtendo informações sobre o Complexo com amigos e parentes (marketing boca-a-boca) que já se hospedaram no mesmo.

Morrison (1999, p. 60) ressalta que alguns elementos oferecidos pelo hotel são tangíveis (como as refeições servidas no restaurante) e se enquadram num processo pré-definido e padronizado que se assemelha ao processo da indústria manufatureira e que, desta forma, o conjunto dos elementos tangíveis com os serviços oferecidos define a qualidade do hotel. O mesmo ainda complementa ao dar outra definição sobre serviços: “conquistar e manter clientes através de vantagens ou satisfações, geralmente com dominância intangível ou sendo proporcionados em conexão com as vendas de bens tangíveis”.

3.3 Flutuação da demanda

Outra característica intrínseca do setor hoteleiro é a sazonalidade a que este setor está exposto. A sazonalidade é característica por um padrão de comportamento de crescimento e queda que se repete em um determinado período de tempo conhecido (semanas, meses ou anos).

No setor hoteleiro, a flutuação da demanda é resultado direto do nível de procura por hospedagem, que tem picos ou quedas da utilização em determinados períodos conforme Morrison (1999 p. 61). Assim, temos períodos em que os níveis de ocupação situam-se em patamares: altos, chamados de alta temporada; médios, chamados de média temporada; e baixos chamados de baixa temporada.

No segmento de lazer, os períodos e as datas das viagens normalmente são definidos a partir de exigências de ordem pessoal, e se apresentam da seguinte forma, conforme Morrison (1999 p. 62):

De acordo com o tempo livre: esta forma ocorre normalmente de segunda a sexta-feira, onde hotéis possuem taxas baixas de ocupação, pois são os dias em que as pessoas estão trabalhando. No sábado e domingo, por outro lado, os apartamentos apresentam elevados índices de ocupação. Durante os feriados, bem como os meses de férias escolares (normalmente meses como Janeiro, Fevereiro, Julho e Dezembro), as viagens de lazer geralmente aumentam, devido a demanda, ocasionando altos níveis de ocupação.

De acordo com as condições climáticas: as condições climáticas naturais verificadas no local de implantação do hotel acabam por influenciar as taxas de ocupação, isto porque os hotéis acabam por influenciar as taxas de ocupação, isto porque o hotel a divulgar os atributos do local como vetores de atração turística e o hóspede por sua vez, tende a valorizar e procurar estes atributos proporcionados pela localidade. Assim, a título de ilustração, hotéis litorâneos em geral apresentam picos de ocupação nas estações caracterizadas por climas quentes e com ausência ou pouca chuva.

Alguns procedimentos costumam ser adotados pelos hotéis no intuito de minimizar os efeitos da sazonalidade. No caso de Costa do Sauípe, promoções, shows e eventos são realizados para minimizar tais efeitos.

Nesse intuito, os hotéis normalmente operam com preços diferenciados para a alta, média e baixa estação, buscando mudanças no padrão de comportamento do hóspede durante cada período. Assim, no anseio de manter o empreendimento competitivo no mercado, é usual no setor hoteleiro a adoção de medidas como descontos promocionais, sendo que estes são realizados geralmente nos períodos de baixa temporada. Essa medida de redução do preço das diárias tem por objetivo minimizar os efeitos das baixas taxas de ocupação observadas nesses períodos, já que pode ser mais atrativo para o empreendedor cobrar diárias mais baixas na busca de índices de ocupação mais elevados.

Ainda neste contexto, para mercados mais sensíveis às mudanças nas tarifas, os preços são modificados em maior escala diante dos efeitos sazonais. Já para mercados que não respondem tão prontamente a essas mudanças⁶ nos valores das tarifas, as variações das mesmas são menores.

Convém salientar que a imposição de alterações nos preços das diárias nem sempre traz resultados positivos, pois além da sazonalidade ser uma realidade do setor, o hotel não atua isoladamente no mercado e a concorrência também atua de forma a administrar, mesmo que parcialmente, os efeitos da sazonalidade.

Os hotéis, principalmente os *resorts* como os existentes em Costa do Sauípe, buscam cada vez mais munir o empreendimento de atrações que independam da condição climática. Diante da perda referente às quedas nas taxas de ocupação nos períodos chuvosos, por exemplo, os hotéis buscam, na medida do possível, minimizar esta perda disponibilizando ambientes fechados que possam funcionar em climas diversificados e atrair uma parcela maior de demanda.

Os *resorts* também vêm descobrindo um mercado em expansão: a demanda gerada pelas feiras, congressos, exposições, conferências, desfiles, coquetéis e convenções, o que representa uma forma de procurar suprir parcialmente a baixa estação.

Devido a sazonalidade do setor, o desempenho do hotel não deve ser observado apenas a partir das médias obtidas de sábado a domingo ou ainda nos períodos de picos de ocupação, e sim a partir das médias por período analisado. Caso contrário, pode-se ter uma imagem errática do desempenho do empreendimento. Segundo Rocha Lima Jr. (1995, p. 45), “problemas de vacância

⁶ Como é o caso do segmento de negócios, no qual a demanda varia muito mais pelas necessidades profissionais do que por alterações nos valores das tarifas.

só devem ser tratados no âmbito da análise dentro do cenário esperado, em empreendimentos cuja mecânica operacional já indique que não trabalham com capacidade plena de operação todo o tempo. Assim, hotéis, com cenário construído em bases anuais, deverão ser estudados com a imposição de uma taxa de ocupação média por período”.

3.4 O empreendimento hoteleiro

3.4.1. Conceituação

A EMBRATUR (1998) define que o “hotel é o estabelecimento comercial de hospedagem que oferece aposentos mobiliados com banheiros privativos, para ocupação eminentemente temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além das outras atividades inerentes à operação hoteleira”.

O hotel tem como funcionalidade fornecer serviços de alojamento, podendo também oferecer uma série de outros serviços como alimentação e entretenimento, como por exemplo, normalmente para as pessoas que estão em trânsito ou temporariamente longe de seus domicílios, sendo estes serviços ofertados relativamente a uma diária a ser cobrada.

O hotel está sempre voltado para o atendimento das necessidades dos hóspedes. Neste sentido, seus ambientes e serviços são formatados e mantidos para a satisfação de seu público, sem o qual o “negócio” não se viabiliza.

3.4.2 Tipologias e Atributos

Lembrando que o setor hoteleiro é um setor altamente competitivo, os atributos disponibilizados pelo hotel, englobando desde o espaço físico até os serviços oferecidos, são fundamentais para a competitividade do empreendimento no mercado.

O espaço físico consiste nos ambientes e áreas que o hotel oferece. Estes ambientes podem englobar as suítes ou Unidades Habitacionais, as áreas de circulação, os restaurantes e bares, as áreas de centro de convenções, de lazer, destinadas e equipadas para o trabalho.

Os serviços oferecidos pelos hotéis são inúmeros, sempre voltados ao atendimento das diferentes necessidades do hóspede. Podem englobar boutique, fotografia, lavanderia, salão de beleza, serviços de praia, locação de veículos, aula de mergulho, locação de bicicletas, limpeza, arrumação, telefonia, alimentação, recreação, entretenimento, serviços de correio, *fax* e *xerox*.

De acordo com o segmento em que atuam, os hotéis tendem a oferecer a infra-estrutura e os serviços diferenciados. Nesta linha, os hotéis podem ser divididos em diversos tipos, entre eles (dando enfoque ao tema discutido neste) hotéis de lazer (incluindo os *resorts*), de negócios, de trânsito, de cura, de selva, hotéis-cassino, *spas*, hotéis históricos e hotéis fazenda.

Segundo o INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (1998), “o hotel histórico é o meio de hospedagem instalado, total ou parcialmente, em edificação de valor histórico ou de significado regional ou local reconhecido pelo Poder Público e que, em razão disto, está normalmente sujeito a restrições de natureza arquitetônica e construtiva”.

Os hotéis de negócios atendem basicamente a demanda gerada por atividades profissionais, ou seja, os motivos que fazem as pessoas se deslocarem para estes hotéis são as viagens de negócios⁷ e o turismo de negócios⁸. Localizam-se em grandes centros comerciais e industriais e oferecem serviços e

⁷ As viagens de negócios normalmente são realizadas por representantes de empresas, e como o próprio termo sugere, têm como objetivo a realização de negócios ou trabalhos em outras localidades que não a de instalação da empresa. Por se referirem a assuntos de trabalho,

facilidades para executivos, como salas privativas para reuniões, computadores, *faxes* e secretárias, que costumam ser reunidos em áreas específicas chamadas *business centers* (GAZETA MERCANTIL, 1999)

Como não o foco principal deste discutir as tipologias do empreendimento hoteleiro vale ressaltar trecho extraído da Gazeta Mercantil em 1999 sobre os tipos de empreendimentos existentes no setor hoteleiro: “Os empreendimentos localizados próximos (ou no interior) dos aeroportos, ferrovias e rodovias são denominados hotéis de trânsito. Procuram atender, em geral, a demanda por estadias de curto período durante o deslocamento de passageiros. Hotéis de cura são empreendimentos que oferecem, além da hospedagem, tratamentos de revitalização ou médicos. Contam com infra-estrutura clínica, médicos, fisioterapeutas, nutricionistas e outros profissionais. Situam-se, em geral, em regiões montanhosas, balneários ou estâncias climáticas. Os hotéis de selva são empreendimentos localizados em regiões que desenvolvem atividades de ecoturismo. Costumam privilegiar a integração com o meio em que estão inseridos com o objetivo de minimizar os impactos sobre o meio ambiente. Os hotéis fazenda são empreendimentos voltados para as viagens de lazer. Situam-se em propriedades rurais e antigas fazendas, com edificações tradicionais ou adaptadas, e oferecem atividades campestres, como passeios a cavalo e infra-estrutura para esportes.”

Cabe ainda comentar que os flat-services vêm invadindo as áreas antes atendidas pelos hotéis. Originalmente concebidos para uso residencial, atualmente vem sendo utilizados também por estadias de baixa duração, como acontece nos hotéis. Na prática, é como se fosse um híbrido de residência e hotel, sendo que

normalmente são realizadas durante os dias úteis da semana, e normalmente são intensas entre os grandes centros financeiros e industriais.

⁸ No turismo de negócios, os representantes das empresas não estão propriamente a trabalho, no sentido de realizar negócios. Neste caso as viagens são motivadas por outros fatores como efetuar contatos com empresas e fornecedores, conhecer novas tecnologias disponíveis no mercado, ampliar conhecimentos em diversas áreas e discutir assuntos de interesse comum. Alguns eventos são motivadores do turismo de negócios, como feiras, exposições de caráter promocional, congressos, convenções, seminários e simpósios.

atualmente boa parte dos flat-services é administrada por grandes redes de hotelaria. No Brasil os flat-services alteraram a forma pela qual podem ser realizados os investimentos no setor hoteleiro e hoje se configuram num meio bem disseminado de investimento em hotéis.

3.4.3 Hotel resort

Swarbrooke (2000, p.79) define o hotel de lazer como sendo “o meio de hospedagem normalmente localizado fora dos centros urbanos, com áreas não edificadas, amplas e com aspectos arquitetônicos e construtivos, instalações, equipamentos e serviços especificamente destinados à recreação e ao entretenimento, que o tornam prioritariamente destinado ao turista em viagens de lazer. Inclui no tipo Hotel de Lazer o empreendimento denominado *Resort*⁹, como tal entendido o que: [i] – esteja localizado em área com conservação ou equilíbrio ambiental; [ii] – tenha sido sua construção antecedida por estudos de impacto ambiental e pelo planejamento da ocupação do uso do solo, visando à conservação ambiental; [iii] – tenha área total e não edificada, bem como infraestrutura de entretenimento e lazer, significativamente superiores às dos empreendimentos similares; [iv] – tenha condição de se classificar nas categorias luxo ou luxo superior (4 ou 5 estrelas)”.

Os *resorts*, como os de Costa de Sauípe, visam o atendimento das necessidades do hóspede a lazer, trazendo sempre alguns elementos diferenciais, tais como a oportunidade de contemplação e de contato com a natureza; ampla infraestrutura para atividades esportivas, além de atividades de entretenimento e lazer coordenadas por animadores e todas as condições de conforto, segurança, infraestrutura e serviços para os hóspedes, embora distantes do ambiente urbanos (113 Km do aeroporto Luis Eduardo Magalhães em Salvador).

⁹ Foco deste trabalho, analisando o Complexo de Resorts em Costa do Sauípe e sua sustentabilidade.

As opções de entretenimento e lazer mais comuns durante o dia em Sauípe são os esportes, as atividades recreativas como animadores e professores de ginástica, atividade eqüestre ou náutica e passeios para exploração do Complexo. À noite, as atividades como shows, teatro, discoteca e música ao vivo são oferecidas para o hóspede que busca o lazer. A culinária engloba uma grande variedade de opções, visando agradar os mais variados gostos com comidas típicas japonesa, italiana, portuguesa, brasileira e francesa. Os serviços nos *resorts* em Costa do Sauípe são oferecidos vinte e quatro horas por dia.

A idéia de ambiente isolado, com paisagens ricas e singulares consiste em disponibilizar ao hóspede novos ares, de descanso e lazer, afastado dos centros urbanos, onde o mesmo possa escolher entre apenas descansar e desfrutar do contato com a natureza ou ainda somar a isto atividades de entretenimento e lazer.

Os *resorts* não contam com um perfil arquitetônico característico. Podem ser verticais ou horizontais, sob a forma de chalés ou bangalôs. O chalé é uma opção para o hóspede que deseja ficar mais perto da natureza, localiza-se em lugar privilegiado no interior do *resort*, próximo a rios e paisagens exuberantes, por exemplo. O bangalô é uma opção de hospedagem descontraída e rústica, sem dispensar o usual conforto dos *resorts*¹⁰.

Outra característica dos *resorts* em geral e também dos existentes em Costa do Sauípe é que são de grande porte e menos formais que os hotéis de negócio e os de luxo (GAZETA MERCANTIL, 1999). Esta informalidade decorre de um maior contato do hóspede com a natureza e dos principais objetivos do público-alvo desta tipologia de hotel: o descanso e o lazer.

¹⁰ Estes tipos de Unidades Habitacionais (UH's) não existem em Costa do Sauípe, somente tendo apartamentos tipo Superior e Luxo ou suítes (Superiores ou Luxos).

Os *resorts* como *SuperClubs Breezes* ou *Sofitel Costa do Sauípe* acabam por proporcionar atrações peculiares às condições de seu local de implantação. De acordo com os recursos disponíveis devido a localização geográfica predeterminada, alguns atributos são destacados e algumas atividades podem ser desenvolvidas, levando em consideração que os *resorts* em Sauípe são lembrados como sendo um destino praia.

3.5 Complexo Turístico Costa do Sauípe – destino praia e sua estrutura

Localizado a 113 Km do aeroporto internacional Luis Eduardo Magalhães, na cidade de Salvador, Costa do Sauípe surgiu no ano 2000, sendo considerada um dos símbolos da explosão do turismo brasileiro. Uma versão de Cancun, com mega-hotéis, estrutura de lazer até então inédita no Brasil, num estado forte tanto no âmbito político quanto no social devido a sua herança cultural, conforme eram os anseios da Construtora Norberto Odebrecht.

Conforme Lage et al (2000, p. 185), “o projeto Sauípe era uma propriedade de 1.750 hectares localizada à distância de aproximadamente 90 quilômetros da cidade de Salvador, Bahia, terceira maior cidade brasileira. O local oferece vistas espetaculares do Oceano Atlântico, com mais de seis quilômetros de praias (duas vezes a extensão da praia de Copacabana), coqueiros, rios de água fresca e lagunas. Também mantém o habitat natural, que oferece condições para o desenvolvimento de plantas, como bromélias, orquídeas e arbustos, que favorecem a vida de várias espécies de pássaros, como o sagüim e o genipabu. A propriedade possui, aproximadamente, três quilômetros de largura, cercada ao norte pelo rio Sauípe e ao sul pelo rio Santo Antônio. Seu acesso a partir de Salvador é pela Linha Verde (BA-099), auto-estrada de duas pistas que atravessa a propriedade. O tempo de viagem a partir do aeroporto Luis Eduardo Magalhães é de, aproximadamente, uma hora. A propriedade, conhecida como Fazenda Sauípe foi comprada em 1949 por Norberto Odebrecht, fundador do Grupo Odebrecht. O local é oficialmente conhecido como Costa dos Coqueiros, município

de Mata de São João, que possui 30.000 habitantes. A área foi designada pelo governo da Bahia como Zona Turística Especial (ZTE) da Área de Proteção Ambiental da Costa Norte (APA)¹¹. As propriedades vizinhas têm baixa densidade demográfica e a designação de APA garante que o complexo turístico não será afetado pelo crescimento excessivo e mal planejado das áreas vizinhas”.

Visando inovar o turismo brasileiro, Sauípe foi criada para ser um novo destino – e não fazer parte de um destino. E, embora tenha cinco resorts, o Complexo é encarado com um só, já que dividem toda a área. Ao chegar ao aeroporto de Salvador, os hóspedes esperam a van do condomínio numa sala VIP com TV, computador e brinquedos. Sauípe fica a 75 (setenta e cinco) da capital, ao norte do Estado, pela estrada do Coco.

Numa extensão de 6 Km de praia, Costa do Sauípe é a junção de cinco resorts (*SuperClubs Breezes*, *Sofitel Suítes*, *Sofitel Costa do Sauípe*, *Marriott Spa & Resort* e *Renaissance Resort*), seis pousadas temáticas . Ao todo, são 1617 (Hum mil seiscentos e dezeseite) UH's (Unidades Habitacionais). A infra-estrutura de lazer é comum a todos: 15 quadras de tênis, centro náutico com *Jet-ski* e caiaques, *playground*, campos de golf com 18 buracos. As piscinas também são comuns a todos os hóspedes.

Conforme dados fornecidos pela Sauípe S.A., o Complexo criou cerca de dois mil postos de trabalho regulares e cerca de trezentos sazonais. No entanto, a pesquisa constatou conforme seguem dados adiante, que houve muito pouco aproveitamento da mão-de-obra local e, mesmo assim, somente para os cargos mais baixos devido ao despreparo conseqüente do baixo índice de escolaridade. Em relação aos Resorts, seguem abaixo algumas características dos mesmos, correlacionando com a responsabilidade social que cada resort tenta exercer¹².

¹¹ Será discutida no último capítulo desta monografia, quando será analisada se o destino Costa do Sauípe é turisticamente sustentável.

¹² Fonte: www.costadosauipe.com.br



Costa do Sauípe Marriott Resort & Spa: Com apartamentos espaçosos, alguns com vista para o mar, conta ainda com um clube para a diversão das crianças. Este *resort* foi o último a ser inaugurado no Complexo e é também o único a ter um spa completo, com saunas, piscinas e *fitness center*. O seu espaço para convenções e eventos comporta até 750 (setecentos e cinquenta) pessoas. O lobby é o único do complexo a ser climatizado. Possui uma piscina discreta em comparação com os demais *resorts*, porém bem próxima ao mar. Suas Unidades Habitacionais lembram muito Varadero, Cuba.

A rede americana Marriott trabalha com um quadro enxuto. Emprega 383 (trezentos e oitenta e três) funcionários para atender aos seus dois hotéis numa taxa de ocupação de 40%. Quando aumenta o número de clientes lança mão-de-obra temporária.

Para a gerente de RH, Rosana Okamoto, a rede se utiliza de cerca de 40% de seus “associados” (comumente chamados os funcionários) são das comunidades de entorno e estes ocupam cargos variados, desde de gerentes até funcionários operacionais. Sobre o treinamento, a mesma afirma ainda que todos foram treinados pela própria companhia, onde sua estrutura é baseada em treinamentos fortes. Tal treinamento têm profunda importância pois grande parte dos associados não tinham nenhuma experiência e nível de escolaridade necessário.

Apesar da afirmação de Rosana Okamoto quanto ao percentual de funcionários pertencentes à comunidade, foi observado durante esta pesquisa que

a maioria mora em Salvador e os poucos que vivem na comunidade migraram por conta do emprego. Assim, é conspícuo afirmar que o aproveitamento da mão-de-obra local é mínimo.

No tocante as questões de envolvimento com a comunidade, a rede de hotéis ainda é paupérrima. Existe somente um projeto, chamado de “Espírito de Servir a Comunidade”, que segundo Rosana Okamoto tem o objeto de prestar alguns serviços à comunidade local com o envolvimento de toda sua estrutura funcional,

“A idéia não é arrecadar dinheiro e sim prestar serviços a comunidade. Um exemplo foi a reforma que fizemos na escola municipal de Porto de Sauípe. Levamos muitos associados que participaram voluntariamente, ajudando a pintar, varrer e limpar consertar. Outros exemplos são doações de roupas, brinquedos e livros”.

Dentro dos hotéis a única referência à cultura baiana é encontrada nas vestimentas dos “associados”, com trajes bastante luxuosos. Alguns funcionários usam uniformes floridos desde a inauguração do hotel.



Renaissance Costa do Sauípe Resort. Possui 237 (Duzentos e trinta e sete) apartamentos, incluindo 11 (onze) suítes. Este *resort* possui uma ampla área de lazer, com piscinas, recreação infantil e massagem, onde o objetivo é gerar o prazer ao hóspede. Da mesma rede do Marriott, o Renaissance segue o padrão *resort* de luxo dos norte-americanos. Suas atividades físicas como Spa são divididas com o Marriott por serem da mesma cadeia de hotéis.



Hotel Sofitel Conventions & Resort Costa do Saúpe:

Possui 404 (quatrocentos e quatro) apartamentos, incluindo 12 (doze) suítes. Sua belíssima decoração especial foi inspirada no Descobrimento do Brasil, com esculturas indígenas e caravelas no saguão do hotel.

Stela Maris Cavalcante de Brito, gerente de Recursos Humanos do hotel explica que a rede Accor (administradora dos resorts em Saúpe) tem cultura própria e os treinamentos são feitos de acordo com as técnicas da rede, que exige um certo nível de conhecimento.

“A escolaridade na região é muito baixa, é difícil aproveitar a mão-de-obra local. No início nós tentamos e fizemos muitas contratações, mas muitos não se adaptaram e tivemos que buscar mão-de-obra em Salvador. Aproveitamos o que podíamos (...) é necessário uma escola técnica para formar mão-de-obra local. O nosso cliente é exigente, temos que oferecer um serviço qualificado”.

Segundo Stela Maris é muito dispendioso o transporte diário dos funcionários de Salvador, por isso o hotel estimula a mudança deles para as comunidades próximas.

O Sofitel (tanto Suítes quanto o Costa do Saúpe), trabalham com um quadro enxuto para atender a uma taxa de ocupação que varia de 30 a 40%. Quando essas taxas variam para valores superiores são feitas contratações de mão-de-obra temporária, através de uma empresa terceirizada. A seleção e o treinamento são feitos pelo próprio hotel, que já possui um cadastro com pessoas previamente treinadas conforme a necessidade do momento.

A aproximação com a comunidade começou em outubro do ano passado, quando foi definido o tema do reveillon “Mágica Bahia”. Houve a necessidade de grupos de danças típicas, de capoeira e de outros atrativos que pudessem ser aproveitados na festa. Tal evento acabou proporcionando um envolvimento maior e possibilitou conhecer as necessidades da comunidade. Uma equipe de Sauípe foi convidada a tocar berimbau e a ensinar a arte aos turistas. Tal equipe passou a semana nos hotéis Sofitel, mostrando todo o processo de confecção e manuseio dos instrumentos, que foi tema de uma exposição sobre o seu histórico.

Este evento gerou muito interesse da parte dos turistas e também causou um grande impacto positivo junto aos mesmos. O sucesso motivou outras iniciativas de interação, um grupo de artesãs foi convidado a ensinar a arte de trança e vender os seus produtos aos hóspedes. E desde o início de março está sendo realizada uma Feira Cultural, duas vezes por mês, onde é montada uma barraca de venda de artesanatos locais. Stela Maris reconhece que as ações ainda são muito tímidas diante da realidade local, mas considera a iniciativa boa.

Stela Maris ainda complementa que a rede Sofitel está analisando as possíveis formas de colaborar com alguns projetos sociais da comunidade, como o “Projeto Berimbau” e a usina de reciclagem e compactação de lixo. Um outro sinal de que estão despertando para a importância de levar a cultura regional para dentro dos resorts é que há cerca de dois meses as garçonetes estão usando roupas típicas de baiana no lugar do uniforme padrão da empresa.



Hotel Sofitel Suítes & Resort Costa do Sauípe: É considerado de todos os *resorts* o mais elegante. Possui 198 (cento e noventa e oito) UH's tipo suíte sendo que 2 (duas) são suítes duplas. Conta com uma decoração diferente, denominada Cacau, utilizando granito, madeira e fibras

naturais. O cacau está presente no lobby, nas suítes, no bar e nos restaurantes. Conforme Milla Lettieri, coordenadora de Turismo e Lazer do Complexo, dentre várias particularidades, o Sofitel Suítes é o único que possui travesseiros com penas de ganso, gerando assim maior conforto para com seus hóspedes.



SuperClubs Breezes Costa do Sauípe : “O hotel SuperClubs Breezes é o único no empreendimento que trabalha com o sistema Super Inclusive, no qual tudo está incluído na diária. Oferece 324 acomodações, entre apartamentos e suítes. Existem duas categorias de apartamentos, Luxo e Premium. Além deles, as suítes estão divididas em 6 suítes, 9 suítes luxo e 1 suíte presidencial. Entre os apartamentos, 105 são conjugados, 86 são para fumantes (238 para não-fumantes) e 4 são destinados a deficientes físicos”¹³. A comida oferecida é de ótima qualidade e com serviços excelentes. A animação por parte dos monitores é garantida. Além de usufruir tudo que é oferecido pelo hotel por um preço fixo, o turista tem ao seu dispor diversas opções de esportes como futebol de areia, tênis, arco e flecha e muito mais.

Com um quadro funcional contando com cerca de 350 colaboradores fixos e uma média de 30 temporários. Do total, sua maioria são da região e o restante são iniciantes na área hoteleira. Todos treinados pelo Sebrae e pelo próprio SuperClubs. Para a gerente de Recursos Humanos do hotel Emília Guerra, capacitar pessoas com o perfil dos membros da comunidade é uma tarefa árdua, mas de retorno satisfatório:

“.. no que pesa a falta de escolaridade e de experiência, trabalha com as pessoas da comunidade e dar a oportunidade de crescer aos jovens é muito gratificante. É gratificante transformar mão-de-obra rudimentar em profissionais

¹³ Fonte: www.costadosauipe.com.br/cont_breezes.php

qualificados (...) vê-los crescer, observar a mudança de postura. Eles chegam totalmente perdidos, inseguros, envergonhados e vão se soltando aos poucos”.

Esta política de incentivo para o primeiro emprego, de treinamento intensivo e certificação reduz a insatisfação com os baixos salários, muitas vezes menores que os praticados pela hotelaria do Complexo. No SuperClubs, o garçom, o ajudante, a camareira e o *barman* possuem a mesma faixa salarial, algo em torno de um salário mínimo e meio. Conforme Guerra, um diferencial do SuperClubs junto aos demais *resorts* é o pagamento de um bônus de participação nos lucros da empresa, sendo pago semestralmente e repartido de maneira igualitária, independentemente da função exercida, significando assim um complexo salarial.

Muitos funcionários querem se aperfeiçoar mais para seguir carreira em outra empresa que pague melhor. Ao mesmo tempo, entre os mais humildes, que antes não tinham nada, existem aqueles que desejam seguir carreira no próprio hotel e listam as vantagens de se trabalhar no SuperClubs: trabalham mais à vontade, tem assistência médica e hospitalar, estão sempre sendo treinados e se tornando profissionais cada vez mais qualificados.

Como característica, o funcionário do SuperClubs trabalha como um ator, uma vez que a realidade vivida no *resort* é diferenciada da vivida fora do hotel. Tal fato se dá devido a sua condição socioeconômica, geralmente são pessoas que moram em casas muito pobres.

Além de priorizar a contratação de mão-de-obra local, o SuperClubs é o único hotel do Complexo que compra produtos agrícolas cultivados na Sede do Município. Há também uma política de aproximação com a comunidade. Todas às sextas-feiras acontecem a “Noite Baiana”, onde artesãos são convidados a participar vendendo seus artigos numa feira montada nas próprias instalações do hotel.

Para Emília Guerra, “O objetivo é fazer com que a comunidade se sinta parte do hotel. Nós temos muito cuidado e carinho nesta aproximação, porque queremos despertar nos moradores da região o orgulho ter o Complexo de Sauípe, de ser um destino turístico internacional. Mostrar que eles são parte do atrativo, que não estão marginalizados. Para isso estamos sempre buscando novas formas de participação dos moradores para contribuir, de alguma forma, com o crescimento deles”.



Pousadas Costa do Sauípe: As Seis pousadas do Sauípe ficam nas cercanias da Vila Nova da Praia. Na verdade, funcionam como se fosse um só hotel. Os nomes: Gabriela, Torre, Carnaval, Aldeia, Pelourinho e Agreste. Não são exatamente charmosas, porém são funcionais; A diária inclui apenas o café da manhã. A Aldeia é a mais bem localizada, à beira-mar. Elas desaparecem no meio dos *resorts*, quase como se fossem um complemento à atmosfera “baiana” do local.

No que tange ao destino praia, é assaz importante ressaltar que quando o local de implantação do *resort* trata-se de um balneário, costuma ser divulgado por algumas redes hoteleiras e agências como “destino sol”. Nestas localidades, são desenvolvidas atividades que visam a exploração do atributo “sol” e daqueles proporcionados pelas praias.

Um dos fatores indutores do público-alvo mais relevantes para essa tipologia de hotel consiste na beleza e singularidade do local. A proximidade do hotel em relação à praia também é valorizada pelo hóspede. Normalmente o

hóspede procura praias em que o mar permita o banho com segurança e cuja temperatura da água seja agradável. Além disso, valoriza a qualidade e a cor da areia da praia; a beleza e a qualidade da água do mar (cor, transparência, limpeza); a infra-estrutura do local (presença de chuveiros, bares); e a oportunidade de exploração da natureza.

De acordo com o objetivo de oferecer atrações voltadas ao lazer e ainda focando o destino sol ou praia, alguns vetores e atividades são responsáveis pela captação de hóspedes. Dentre eles podemos citar: piscinas, caminhadas na praia, natação com golfinhos, paredão de escalada, parapente, pedalinho e vôo de ultraleve. Alguns esportes são bastante praticados, como por exemplo, a vela, o esqui aquático, o vôlei de praia, o mergulho com equipamento, o *jet-ski*, o pólo aquático, o golfe, o *windsurf*, o esqui aquático, o ciclismo, o surfe, a pesca de grande porte em mar aberto e a pesca submarina.

Porém, conforme Swarbrooke (2000, p.78) mesmo quando se trata de um *resort* localizado num “destino sol”, o mesmo costuma desenvolver atividades paralelas e independentes do atributo sol e da praia como forma de garantir aos hóspedes opções de entretenimento em qualquer condição climática. Estas atividades, ambientes e serviços podem englobar oficina de criação, loja, sauna, tênis de mesa, concertos gravados, karaokê, discoteca, sala de musculação, squash, basquete, cassino, cinema, salão de TV, massagem, aulas de dança, jacuzzi, massagens, bicicletas, filmes em vídeo e jogos eletrônicos.

Resorts como os de Costa do Sauípe, situados em balneários, normalmente oferecem passeios opcionais como forma de entretenimento e lazer. Visitas a ilhas próximas ao resort; locação de iates para exploração do local; visitas a reservas ecológicas, florestas tropicais, falésias e enseadas; e mergulho com instrutor são alguns exemplos destes opcionais.

Esse balneário conta com dunas, que proporcionam ao hóspede a sensação de estarem no deserto. Percorridas por bugres guiados por guias locais, as dunas e os coqueiros quase soterrados pelo mar de areia são atrativos de beleza excepcional.

A ocorrência de piscinas naturais, formadas por recifes e corais que abrigam várias espécies de peixes, que se formam em alto mar, também são atrativos procurados pelos turistas para mergulho com máscara e *snorkel*. O acesso é feito por catamarãs ou lanchas. A fauna e a flora marinha são atrativos importantes para estes resorts, pois o mergulho com equipamento é uma das opções de lazer mais procuradas neste destino.

A gastronomia neste tipo de resort é uma atração à parte, à base principalmente de frutos do mar, preparados com requinte e diversidade de opções.

Conforme Swarbrooke (2000, p.80), o chalé, o bangalô e o edifício horizontal são as opções arquitetônicas mais comuns dos hotéis localizados em balneários, sendo que os estilos arquitetônicos variam muito de país para país. Edifícios que adentram o mar, ou quase, também são encontradas. Os bares e restaurantes localizam-se em ambientes abertos, com belas paisagens ao redor. São comuns os quiosques de praia, onde são comercializadas como bebidas típicas, petiscos regionais e outros. As Unidades Habitacionais normalmente possuem decorações modernas, coloridas e despojadas.

3.5.1 Canais de distribuição produto Costa do Sauípe

Conforme já mencionado anteriormente, a venda e a distribuição do hotel são procedimentos complexos, visto que o hóspede encontra-se geograficamente distante do mesmo. É necessário escolher os canais de distribuição mais adequados com o objetivo de “levar” o hotel ao hóspede da melhor forma possível.

Beni (2001) ressalta que a escolha dos canais de distribuição do hotel se dá em função do grau de controle que ele deseja exercer sobre a distribuição e venda de seus serviços; da economia de cada uma das alternativas; e dos hábitos de compra dos hóspedes. Alguns hotéis (incluindo os *resorts* de Costa do Sauípe) escolhem métodos combinados de distribuição, no intuito de atingir uma parcela maior de mercado.

Existe uma grande diversificação nos canais de distribuição do produto Sauípe, sendo que se apresenta a seguir alguns dos canais mais utilizados pelo Complexo.

3.5.1.1. As operadoras turísticas

Sauípe possui atualmente acordo com as maiores operadoras turísticas brasileiras. Estas por sua vez, normalmente compram grande quantidade do “produto hoteleiro”, pagando um preço mais baixo (chamados acordos net-net), e revendem esse produto no atacado. É comum o processo onde as operadoras compram a parte terrestre deste produto – os elementos envolvidos com a hospedagem – e revendem o produto incluindo a parte aérea de transporte para o destino Salvador.

Para Beni (2001), “a operadora, ao elaborar o pacote turístico, efetua contratos com hotéis, transportadoras e outras empresas, assumindo o risco de preencher ou não as vagas solicitadas. Em vez do hotel ou da transportadora suportar o risco de não vender seus lugares ou apartamentos, é a operadora turística que arca com ele”.

Especialmente para os resorts de Costa de Sauípe, ressalta-se a importância das operadoras: são comuns os casos em que a operadora realiza investimentos no empreendimento, com pagamento antecipados de diárias com

um determinado período operacional, ou seja, adquire em troca a concessão tais diárias. Tais acordos operacionais trazem um público considerável à Sauípe durante a sua operação.

Em se tratando dos resorts em Costa do Sauípe, as operadoras costumam pertencer ao mercado internacional como é o caso de operadoras como TAM VIAGENS e CVC, que atraem grande quantidade de estrangeiros para o Complexo. A atratividade desse processo para o hóspede encontra alicerce na competitividade do pacote turístico e depende da confiabilidade que a operadora possui. Já no Complexo, esse processo implica: [i] – menores investimentos no período de implantação; [ii] – garantia de uma certa taxa de ocupação no período operacional, ainda que com diárias mais baixas; e [iii] – obtenção de informações mais precisas a respeito da demanda.

3.5.1.2 A venda direta

Nesse caso, Sauípe efetua a distribuição e venda diretamente aos hóspedes, seja através de postos de vendas, contato por telefone ou via *Internet*.

Para Dias et al (2002), a Internet tem se mostrado um grande meio de distribuição do produto Costa do Sauípe devido às facilidades quanto aos aspectos relacionados à efetuação de reservas e compra efetiva do produto, além de possibilitar também a visualização parcial do produto através de fotos. O mercado eletrônico acirra a competitividade entre os resorts existentes no Brasil, sendo que Costa do Sauípe leva vantagem competitiva por exigir uma maior profissionalização na comercialização das UH's.

3.5.1.3 As agências de viagens

As agências de viagens podem ser consideradas verdadeiros pontos de venda, onde o contato com o hóspede acontece mais de perto. Proporcionam ao

hóspede todos os itens fundamentais a uma viagem bem organizada, incluindo reservas de hotéis e meios de transporte, traslados e excursões.

Um sistema de distribuição do produto Costa do Sauípe amplamente utilizado pelas agências de viagens atualmente é o Sistema de Distribuição Global (*Global Distribution System – GDS*), que se traduz por reservas instantâneas via Internet, efetuadas de acordo com os hotéis interligados ao sistema. O Sistema de Distribuição Global está levando a uma racionalização de serviços de agências de turismo tanto no trato direto com o cliente como em nível operacional. Ele permite que os agentes de turismo reservem e faturem em segundos as melhores e mais baratas conexões de vôos e preços de diárias para seus clientes. Além disso, o sistema pode disponibilizar detalhes do hotel, como tipos de quartos, preços, e pacotes especiais.

4. HÓSPEDE: PERFIL, COMPORTAMENTO, E DESEJOS DOS VISITANTES DE RESORTS E COSTA DO SAUÍPE.

Neste capítulo, o objetivo é observar o comportamento do consumidor durante o processo de escolha do local destinado a lazer não é considerado uma tarefa nada fácil, pois existem questões ligadas a dimensões culturais diversificadas (Desigualdades de poder e hierarquia). A principal razão deste capítulo se traduz em demonstrar a importância do consumidor para com este ramo do setor turístico que são os resorts, caso de Sauípe, visto que suas escolhas tendem a ditar o sucesso ou o fracasso do Complexo. Considerando que a inserção do Complexo no mercado depende uma última análise das suas características, os estudos a serem apresentados tiveram como foco o comportamento do consumidor, tendendo a definir de forma mais positiva a formatação (binômio preço x qualidade) do hotel, gerando uma maior aceitação do mesmo. Assim, o que se propõe neste capítulo é a adequação das necessidades dos clientes ao produto Costa do Sauípe.

4.1. Hóspede: Perfil, comportamento e desejos.

Mota (2001) define o comportamento do consumidor como “aquelas atividades diretamente envolvidas na obtenção, consumo e disposição de produtos e serviços, incluindo o processo de decisão que precede e que segue estas ações. Para o autor, o processo de compra é desencadeado a partir do reconhecimento de um problema e visa a satisfação de alguma necessidade do indivíduo.

Dias; Aguiar (2002) diz que o comportamento individual é impactado por fatores pessoais, que são as características psicológicas do indivíduo e que incluem necessidades, desejos e motivações, percepção, aprendizados, personalidade, estilo de vida e a idéia que o indivíduo faz de si mesmo; e por fatores interpessoais, que representam as influências que as outras pessoas

exercem no comportamento do indivíduo e que incluem cultura, grupos de referência, classes sociais, opiniões de líderes e da família do indivíduo.

Assim, o processo de decisão depende não apenas do que é apresentado para o indivíduo, mas dos fatores pessoais e interpessoais, que farão com que cada um tenha uma visão particular da situação que envolve o processo de compra.

Na descrição dos estágios do processo de escolha do hotel, este presente ensaio baseia-se nos estágios propostos por Engel; Blackwell; Miniard (1995) realizando, contudo, algumas adaptações dado o enfoque da pesquisa no modelo Social-Cognitivo, focando o comportamento do consumidor junto a escolha de hotéis classificados como *resorts*. Os estágios propostos pelos autores são sucintamente descritos a seguir:

- Reconhecimento do problema, onde se reconhece a diferença entre o estado atual e o estado desejado das coisas, que desencadeia ou dá início ao processo de decisão do cliente foco de resort. De acordo com o proposto, aqui o reconhecimento do problema que desencadeia a decisão consiste na vontade de viajar a lazer ligada a qualidade de serviços apresentado nos *resorts*;

- Busca de informações, que pode ser interna, quando o indivíduo busca informações armazenadas na memória, de acordo com suas experiências passadas, ou externa, quando o indivíduo procura informações disponíveis no ambiente externo. Neste ensaio, a busca de informações é tratada como a pesquisa por locais de lazer fazendo uma junção com a expectativa gerada;

- Avaliação de alternativa pré-compra, que consiste na avaliação e comparação das alternativas hoteleiras de acordo com os anseios e benefícios esperados, direcionando a decisão de compra para a alternativa mais atrativa para um determinado indivíduo;

- Compra e consumo;

- Avaliação de alternativa pós-compra, no qual é analisado o grau de satisfação do consumidor com a compra de bens ou consumo de serviços. No caso específico, o grau de satisfação do consumidor é medido através da relação experiência de hospedagem com a supressão das expectativas das atitudes tomadas na escolha pelo *resort*.

4.1.1 Vontade de viajar a lazer ligada a qualidade de serviços apresentado nos resorts

No setor hoteleiro, o reconhecimento do problema que desencadeia ou dá início ao processo de escolha do resort pelo cliente fazendo uma ligação com a qualidade desejada se dá através do reconhecimento da vontade ou necessidade de viajar.

A vontade de viajar pode ser traduzida como o anseio de um indivíduo em desfrutar de uma situação, no caso um período destinado ao lazer, de forma a satisfazer as suas necessidades e anseios.

Vaz (1999) defende que a fonte motivadora da vontade de viajar tem origem em vetores diversos, conforme descrito a seguir:

Pessoal : Neste caso a fonte que dá origem a vontade de viajar é a própria pessoa, seja por questões de ordem física ou psicológica. Por exemplo, quando o indivíduo tem o desejo de conhecer uma localidade, novas culturas, de viajar num transporte nunca experimentado ou de descanso físico;

Família: A fonte motivadora tem origem no núcleo familiar, como, por exemplo, realizar a viagem dos sonhos da esposa ou visitar parentes;

Social: Nesse caso o indivíduo é motivado a viajar por necessidades de estima, desenvolvimento pessoal e necessidade de se sentir parte integrante

de um grupo social. Assim, muitas vezes a escolha do indivíduo baseia-se no maior ou menor prestígio que o local lhe confere perante o grupo ao qual pertence.

Organizacional: Algumas vezes o turismo de negócios pode ser fator motivacional para o indivíduo. É o caso da obrigatoriedade de viajar para um congresso ou representar a empresa em um evento e essa necessidade vir a gerar um tempo livre para o lazer;

Desse modo, é conspícuo afirmar que a vontade de viajar para resorts (neste caso específico) pode ser desencadeada por vetores internos e externos, unindo as expectativas ligadas as atitudes tomadas junto a qualidade dos hotéis do tipo *resorts*.

Para Vaz (1999), a heterogeneidade das expectativas, necessidades e motivações humanas, bem como os critérios com que estes analisam os produtos turísticos, conjugados ao caráter altamente subjetivo e individual que reveste a escolha do local de lazer, impede a abordagem de todos os possíveis anseios de um determinado turista. Assume-se esta colocação de Vaz válida e apresenta-se alguns destes anseios do consumidor em relação ao lazer ligado às suas expectativas, sem hierarquia nenhuma, os quais considera-se mais usuais: São eles: descanso físico e mental, diversão; prestígio social; desfrutar da companhia da família ou de amigos; solidão; realizar compras; viajar por prazer; viver novas experiências; ter a sensação de liberdade.

Viajar a lazer pode ser tratado como uma necessidade – quando existe a necessidade de descansar ou de se recuperar do *stress* do dia a dia, por exemplo, ou como um desejo – quando se busca esse lazer em um local que gere as expectativas do sonho, por exemplo.

4.1.2. PRÉ-COMPRA; COMPRA E CONSUMO; PÓS-COMPRA.

Vaz (1999) argumenta que os critérios utilizados pelo cliente na escolha do local destinado ao lazer podem ser: OBJETIVOS: quando se baseiam em itens como preço, localidade, características físicas do hotel e serviços diferenciais oferecidos e – SUBJETIVOS: quando se baseiam em fatores intangíveis, como, por exemplo, a imagem do hotel no mercado. É normal que o cliente queira sempre escolher o melhor hotel, na sua opinião, para hospedar-se. O período destinado ao lazer normalmente é muito valorizado e traz consigo a idéia de diversão, descanso e fuga da monotonia do dia a dia, o que aumenta o nível de envolvimento do consumidor com o processo de escolha. É de se esperar que depois de períodos de trabalho, onde o indivíduo busca a resolução de problemas diários, este deseje encontrar tudo “resolvido” e planejado da melhor maneira possível. Nos *resorts*, espera-se ainda mais qualidade, visto que as expectativas dos mesmos são mais apuradas.

O processo decisório envolve a ponderação do binômio preço x qualidade das várias alternativas do mercado, ou seja, de posse das informações obtidas na etapa da pesquisa por locais de lazer, o consumidor tende a decidir pelo local que mais se adeque às suas necessidades, bem como aos seus recursos.

4.1.3 A satisfação do hóspede

Segundo Beni (2001), “o único valor residual do produto turístico após o consumo é a experiência ou a satisfação de se realizar uma viagem desejada” Desse modo, a satisfação do hóspede em relação ao Complexo e seus serviços costuma ser “medida” ou percebida após a sua hospedagem.

O hóspede, ao participar dos processos desenvolvidos ao longo de sua hospedagem, sairá com uma avaliação do local em mente. Essa avaliação será decorrente de como os seus anseios e necessidades foram atendidos. O hóspede

terá como baliza suas expectativas prévias em relação ao hotel como um todo. Essas expectativas, por sua vez, dependem das suas expectativas anteriores – como era o atendimento em outro hotel, como era a alimentação, a limpeza e assim por diante; do nível de qualidade prometido pelo hotel através dos vários meios de informação; e dos anseios e desejos pessoais, ou em outras palavras, do que o hóspede esperava do hotel escolhido, lembrando que os indivíduos com experiência em viagens tendem a apresentar expectativas mais realistas do que aqueles que não o tem, sendo, contudo, mais exigentes.

Cada hóspede tenderá a valorizar ou analisar mais profundamente os itens que importam para ele em particular ou os itens que o fizeram escolher um determinado hotel em detrimento de outros. Desse modo, se para um indivíduo a beleza local foi um fator decisivo no momento da escolha, caso esta não se apresente como o esperado, a tendência é de que ele faça uma avaliação mais negativa sobre o local. Neste sentido, Mota (2001) argumenta que alguns atributos podem ser mais ou menos responsáveis pela satisfação do consumidor. O autor acredita que os níveis de satisfação do hóspede estariam relacionados à importância que estes dão a cada atributo e como estes atributos atingiram ou não suas expectativas.

De forma geral, quando as expectativas do hóspede, principalmente no caso de Costa do Sauípe, são atendidas ou superadas, os resorts em Sauípe obtêm a satisfação do hóspede. Se por outro lado a performance percebida é menor do que as expectativas, tem-se a insatisfação do hóspede.

Caso o processo de hospedagem tenha causado uma impressão positiva e um sentimento de que suas necessidades de modo geral foram atendidas, a tendência é de que o indivíduo torne-se propenso a realizar outras viagens a lazer. Porém, conforme já foi mencionado, não é usual o hóspede viajar sempre para o mesmo lugar ou para o mesmo hotel, sendo que o que pode acontecer é uma procura por hotéis de outras localidades pertencentes às mesmas redes (se este

for o caso), nas quais já tenha se hospedado e tenha ficado satisfeito. Ele também atuará como propaganda positiva para o hotel na chamada fonte propaganda “boca a boca”. Nesta linha, contribui para a atração de outros indivíduos, que passam a se interessar pelo hotel devido à satisfação obtida por pessoas que efetivamente conheceram o hotel.

4.1.4. Público alvo dos resorts em Costa do Sauípe

As questões que se referem a: - para quem o hotel se destina e – qual o tipo de hotel que se pretende implantar; são extremamente dependentes uma da outra, pois uma dada tipologia de hotel será capaz de emular um determinado tipo de público e um determinado público exigirá alguns atributos, que por sua vez irão caracterizar uma dada tipologia de hotel.

A partir da definição do perfil do empreendimento Sauípe, para que se possa direcionar a formatação do Complexo para determinados vetores de atratividade a serem disponibilizados no mesmo, é fundamental definir, numa etapa anterior, quais as características, motivos da viagem, necessidades e capacidades financeira do público para o qual o empreendimento se destina ou qual o segmento de mercado¹⁴ que se deseja atingir.

Nesta linha, este item discorre sobre o segmento de mercado para o qual o *resort* estará voltado.

O motivo da viagem é o principal meio disponível para segmentar-se o mercado. Via de regra, o público alvo dos resorts em Costa do Sauípe é constituído fundamentalmente por indivíduos cujo principal motivo da viagem é o lazer e que se interessam pelo tipo de lazer propiciado por lugares em que

¹⁴ Segundo Andrade; Brito; Jorge (2000), “segmento de mercado é o universo de consumidores com determinados objetivos, anseios, expectativas e necessidades comuns em relação a determinado produto. Em relação ao setor hoteleiro, o segmento de mercado é o conjunto de consumidores cujos interesses irão orientar o tipo de produto, no caso o tipo de hotel, que satisfaça especificamente àqueles interesses”.

possam contar com espaços abertos, dilatados horizontes e belas paisagens, conforme a coordenadora de Eventos em Costa do Sauípe Milla Lettieri.

Andrade; Brito; Jorge (2000) afirmam que a demanda que procura descanso e fortalecimento físico e mental em ambientes isolados, com paisagens ricas e características gerou o aparecimento dos *resorts*.

O mercado ainda pode ser segmentado de acordo com a composição demográfica dos turistas, como faixa etária e ciclo de vida, nível econômico ou de renda, e de acordo com a sua situação social, como escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida.

Devido à tipologia de hotel em questão, o público é selecionado pela capacidade de pagamento das diárias, que normalmente não são baixas e, portanto, inacessíveis para muitos indivíduos. Em geral, os resorts se destinam aos indivíduos de médio e alto poder aquisitivo.

Genericamente, de acordo com a situação social e a composição demográfica, o hóspede preferencial dos resorts pertence a um desses segmentos de mercado: família; grupos de amigos, casais; e terceira idade.

Sauípe possui hóspedes fiéis a seu estilo de resorts sendo constituído por famílias, grupos de amigos e empresários, casais, idosos e principalmente por empresas que investem em eventos.

Cabe ressaltar que demandas específicas estão surgindo e caracterizando novos segmentos de mercado atendidos pelos resorts. Um exemplo de um novo segmento de mercado é o dos surfistas, para o qual o produto a ser oferecido pelo setor hoteleiro é um resort próximo ao mar, onde haja condições para a prática do surfe.

Nesta linha, podem ser citados alguns outros grupos que podem gerar segmentos de mercado, como é o caso dos mergulhadores, que procuram locais propícios ao mergulho, dos indivíduos que gostam de golfe, de equitação, e outros. Desse modo, por maior que seja a padronização dos atributos oferecidos pelos resorts em Sauípe, alguns hóspedes buscam atributos específicos, o que faz de Sauípe um produto único.

4.2. Etapas percorridas e vetores analisados pelo hóspede de resorts

Vaz (1999) define fator de atratividade turística como sendo “um elemento que exerce influência significativa na decisão de um turista, quando da escolha de sua destinação de viagem, de seu roteiro. De preferência, deve constituir-se em aspecto diferencial de uma cidade, algo que a caracterize particularmente, que possa associar-se imediatamente à localidade”.

Beni (2001) define atrativo turístico como “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”.

A primeira decisão do empreendedor em relação à formatação (binômio qualidade x preço) do empreendimento consiste em definir quais vetores de atratividade disponibilizar no hotel, de forma a privilegiar alguns desses vetores que acredita serem mais importantes, ou ainda analisar os possíveis efeitos causados pela ausência de outros. Assim, aspectos como o público alvo que se deseja atingir: a tipologia de hotel escolhida; as possibilidades do local; os recursos disponíveis; e o estado de mercado, constituído pela concorrência competitiva instalada; servirão de base para a tomada dessa decisão em particular.

O empreendedor não deve ter a pretensão de “munir” o empreendimento de atributos de forma a superar todos os anseios do público alvo. Nenhum hotel

consegue atender, em sua totalidade, os anseios de cada hóspede em particular. Contudo, diante da dificuldade de se homogeneizar o comportamento do público alvo, normalmente os resorts buscam disponibilizar atrativos bem diversos com o objetivo de atingir uma parcela maior de público.

Quanto aos anseios do público em relação aos vetores de atratividade, normalmente são realizadas pesquisas primárias, através das quais se busca o conhecimento a respeito de quais atributos o hóspede valoriza, de qual a escala hierárquica destes atributos para ele e de como ele espera encontra cada um destes atributos.

Não é objetivo desta monografia realizar pesquisas primárias, dado o escopo e as limitações do trabalho. Assim, os anseios do público alvo em relação aos atributos dos resorts em Costa do Sauípe foram analisados através de pesquisas secundárias de acordo com a literatura existente sobre o tema e de acordo com contatos realizados com consultores e administradores do Complexo.

5. COSTA DO SAUÍPE : DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NO COMPLEXO E SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL

À medida que o ser humano se distanciou da natureza, passou a encará-la não mais como um todo em equilíbrio, mas como uma gama de recursos disponíveis, capazes de serem transformados em bens consumíveis. Conciliar a utilização econômica dos recursos naturais com a conservação dos ecossistemas e da diversidade biológica e cultural é o desafio colocado pelo que se convencionou chamar de desenvolvimento sustentável.

Em Costa do Sauípe, desenvolvimento sustentável pressupõe a responsabilidade comum diante da conservação do patrimônio natural e cultural. Segundo Milla Lettieri, trata-se de um desafio para todos e, para cada um de nós, a adoção de outro comportamento: saber chegar, ocupar e desenvolver atividades, respeitando as condições socioculturais e a capacidade de regeneração dos ecossistemas (capacidade de suporte), fontes de alimentação e saúde, além de matéria-prima para o turismo ecológico.

É conspícuo analisar a depredação e conservação dos recursos naturais existentes em Sauípe. Requerendo a conjugação de diversos observadores sobre a problemática da APA (Área de Preservação Ambiental), que nos dará a visão de conjunto, a visão sistêmica da realidade de Costa de Sauípe.

Assim, o conceito de desenvolvimento sustentável em Costa do Sauípe reflete a necessidade de se traduzir várias preocupações em relação ao presente e o futuro dos indivíduos; com a produção e o consumo dos serviços prestados; com a necessidade básica de subsistência da comunidade que vive em Porto Sauípe; com os recursos naturais e o equilíbrio ecossistêmico; com as decisões e a distribuição do poder associado aos valores pessoais e a cultura existente. O

conceito é abrangente e integral, porém há a necessidade de ser colocado em prática.

A sustentabilidade de Costa de Sauípe pode ser considerada utópica; porém, as utopias são necessárias para que os anseios desejados para Sauípe sejam alcançados.

Ser sustentável não consiste na mera relação entre recursos disponíveis e seus usos chamados racionais. Trata-se de julgar a relevância que a economia tem sobre a ecologia porque, em última análise, não estamos tratando de produzir e acumular riquezas descartáveis, mas, acima de tudo, o objetivo é atender às necessidades dos sistemas vivos, entre os quais se inclui a espécie humana, com perspectivas de sobrevivência e bem-estar de toda a comunidade. Sua construção vai dar-se por meio das relações horizontais entre os nativos da comunidade, convergentes no mesmo objetivo e animados por uma espécie de mística que transcende o imediatismo. Essas relações horizontais devem substituir, gradativamente, as relações verticais com a autoridade e o poder público, dado que as comunidades são as primeiras interessadas e responsáveis pelo seu próprio destino.

“Sustentabilidade é, pois, o fundamento da sobrevivência do meio ambiente, da sociedade e da economia. É um conceito que torna pertinente o que sabemos hoje quanto à importância do limite dos recursos ambientais”. É assim que Milla Lettieri define sustentabilidade e o modo como a Sauípe S.A. pretende fazer de Costa de Sauípe um destino sustentável.

Desde 2002, Costa do Sauípe vem abordando esse tema, onde a sustentabilidade ambiental tem um caráter amplo e comporta várias dimensões dentro do projeto existente de fazer de Costa do Sauípe um destino sustentável, de acordo com Milla Lettieri, coordenadora de turismo e lazer da Sauípe S.A.:

- A sustentabilidade social em Costa do Sauípe vem na frente, por se destacar como a própria finalidade do desenvolvimento, sem contar com a probabilidade de que um colapso social ocorra antes da catástrofe ambiental;
- Um colorário: visando uma sustentabilidade cultural;
- a sustentabilidade ligado ao meio ambiente vem em decorrência;
- outro colorário: distribuição territorial equilibrada de assentamentos humanos e atividades;
- a sustentabilidade econômica aparece como uma necessidade, mas em hipótese alguma é condição prévia para que as anteriores ocorram, de acordo com o projeto de responsabilidade social, pois uma vez que um transtorno econômico traz consigo o transtorno social que, por seu lado, obstrui a sustentabilidade ambiental;
- .o mesmo pode ser dito quanto à falta de governabilidade política, e por esta razão é soberana a importância da sustentabilidade política na pilotagem do desenvolvimento com a conservação da biodiversidade;

Para atender ao conceito de sustentabilidade, Costa do Sauípe está promovendo várias campanhas no âmbito social como Programa Berimbau (o mais atual), “Meninos do Porto” onde há um investimento na educação nas crianças de Porto de Sauípe e o “Espírito de Servir a Comunidade” promovido pela rede Americana Marriott onde o objetivo deste é prestar alguns serviços a comunidade local com o envolvimento de todo o quadro funcional dos seus *resorts* e o “Programa Costa dos Coqueiros – Projeto Desenvolvimento Sustentado” onde o investimento é direcionado as crianças de baixa renda para que possam ter um futuro melhor.

Ademais, Costa do Sauípe está localizada em uma APA (Área de Preservação Ambiental) – APA Litoral Norte, localizada no litoral norte do Estado da Bahia, abrangendo os municípios de Jandaíra, Esplanada, Conde, Entre Rios e

Mata de São João (município onde se encontra Costa do Sauípe). A APA apresenta 142.000 ha, sendo considerada a segunda maior da Bahia. Sua criação foi fundamentada na necessidade de conservar e, preservar os remanescentes da Mata Atlântica, associado a manguezais, áreas estearinas, restingas, dunas e lagoas. Além disso, com a implantação da Linha Verde, o processo de ocupação tornou-se intenso, juntamente com o turismo que Costa do Sauípe trouxe consigo trazendo, assim, a necessidade de um plano de manejo para resguardar os recursos ambientais, ordenando o uso e ocupação do solo¹⁵.

Dentre as características gerais da APA de Sauípe, esta apresenta clima quente-úmido sendo que no verão apresenta estação seca e no inverno, chuva. Possui dunas e praia belíssimas que caracterizam o fluxo turístico da região. Possui solo fértil e é importante ressaltar o papel da vegetação natural no combate a prevenção de pragas e processos erosivos.

No que se refere à comunidade existente na APA do Litoral Norte, esta apresenta, na sua grande maioria, população tradicional baseada na pesca e na agricultura de subsistência. Os coqueirais e os manguezais trazem para a economia local um lucro significativo, sendo a principal renda de muitas famílias ribeirinhas, que têm como rotina, a coleta de mariscos.

Com a abertura da Linha Verde (BA-099), os povoados que antes eram isolados, passaram a serem movimentados por um fluxo turístico, favorecendo variação sócio-econômica da região. Surge então, pousadas, hotéis e condomínios de veraneios. Com a permanência do fator turístico, surge a necessidade de melhorar a infra-estrutura local. A oferta de trabalho vem aumentando, trazendo assim recursos para a sua população. A capacitação de pessoas, nos setores hoteleiros e de artesanatos têm o objetivo de atender essas necessidades.

¹⁵ Fonte: <http://www.seia.ba.gov.br/>

Quanto a conflitos ambientais, as agressões ambientais sofridas são acontecimentos que influenciam no equilíbrio ecológico, podendo alterar profundamente um ecossistema e até possibilitar sua extinção, causando conflitos ambientais de grande dimensão.

As agressões mais freqüentes encontradas na APA Litoral Norte são: o desmatamento, a extração de areia, a ocupação desordenada do solo e as queimadas.

5.1. Principais agentes multiplicadores envolvidos no planejamento sustentável de Costa de Sauípe

Agentes multiplicadores ou atores sociais como são chamados são indivíduos, grupos ou organização de identidade própria e que podem modificar seu ambiente de atuação. Esses grupos podem ser considerados também indivíduos, nações, coletividades ou Estado, grupos sociais, ou organizações.

Ao identificar os principais atores envolvidos no Complexo Turístico Costa do Sauípe, em seus diferentes papéis, após as observações e a pesquisa de campo, pode-se definir da seguinte forma:

Setor empresarial do turismo: composto pela Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil – PREVI, proprietária e responsável pela viabilização dos recursos financeiros para a operacionalização do empreendimento Sauípe; pela Construtora Norberto Odebrecht – CNO, responsável pelo processo de licenciamento ambiental, e a Sauípe S/A, responsável pela administração do empreendimento

É importante ressaltar que estamos tratando de uma região com elevados índices de analfabetismo entre adultos e que o acesso a questões como saúde,

educação e saneamento básico é considerado privilégio para poucos onde as noções básicas de higiene são mínimos entre os habitantes da comunidade Sauípe. Deve ser considerado preocupante o número de residências sem banheiro e que muitas outras habitações não contam com abastecimento de água previamente tratada, quanto menos com rede de esgoto gerando assim uma preocupação ao nível da saúde pública baiana.

Organizações comunitárias: têm como objetivo principal representar os interesses locais e são formadas pelas: Associação de Moradores de Porto Sauípe, que facilita o acesso da população às informações pertinentes à defesa e aos interesses dos habitantes da comunidade Sauípe, possibilitando-lhes maior êxito nas suas reivindicações e articulações com outros movimentos sociais da região, na cidade de Salvador, como também participa ativamente das lutas empreendidas pela comunidade para a melhoria das condições socioambientais de Porto Sauípe e instalação de uma escola de 2º grau; Associação de Artesãos de Porto de Sauípe que exerce papel fundamental na articulação da comercialização do artesanato de Porto e da Vila Sauípe; ministra treinamento aos seus associados, garantindo-lhes melhor qualidade na confecção dos seus produtos (como veremos a seguir); e a Associação dos Moradores de Vila Sauípe, no município de Mata de São João que depende da agricultura de subsistência, luta pela melhoria do ensino e, atualmente, conseguiu a instalação da Escola de Produção, uma incubadora de pequenos negócios.

Vale salientar que quando um membro da família participa dos treinamentos de capacitação oferecidos pelos hotéis, principalmente quando é vinculado aos trabalhos ligado à área de alimentos e bebidas, o mesmo recebe informações básicas de higiene, tais como: a importância de se lavar as mãos sempre que usar o banheiro, antes de comer e de manipular alimentos, importância de armazenar corretamente, tempo de exposição e prazo de validade dos produtos alimentícios, higiene e limpeza na cozinha e banheiro. Estas informações são novidades para a maioria das pessoas que vivem nas

comunidades visitadas. Agora, essas pessoas estão tomando conhecimento de cuidados simples, mas que são extremamente importantes para a saúde, através de parentes e vizinhos que são treinados para trabalhar nos hotéis.

Organizações de interesse do setor privado: destaca-se a Associação Comercial de Porto Sauípe que exerceu maior influência, quando da implantação do projeto e acreditava-se que seria de grande relevância para o desenvolvimento da comunidade e que as pessoas teriam que se preparar para acompanhar esse salto.

Poderes Locais (Executivo, Legislativo e Judiciário): Prefeitura Municipal de Mata de São João; Câmara de Vereadores de Mata de São João; Prefeitura Municipal de Entre Rios; Câmara de Vereadores de Entre Rios; Promotoria Pública Municipal. Esses atores sociais envolveram-se para decisões de implantação de diversas ações estrategicamente selecionadas para implementar as decisões tomadas que foram expressas, conforme uma escolha dentre um leque de alternativas, usando a hierarquia das preferências, expressando assim, em maior ou menor grau, uma certa adequação entre os fins pretendidos e os meios disponíveis, para a agilização do empreendimento.

Órgãos Governamentais Estaduais – os órgãos governamentais do Estado tiveram ampla participação: o Centro de Recursos Ambientais foi responsável pelo licenciamento, fiscalização e avaliação da qualidade da água e de todas as questões ambientais referente ao Complexo; a Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia, coordena o Programa de Desenvolvimento Sustentável da APA Litoral Norte, através de um Convênio de Cooperação Técnica, junto ao governo britânico; Secretaria da Cultura e Turismo, através da Superintendência de Desenvolvimento do Turismo, responsável pelo PRODETUR na Bahia; Empresa Baiana de Água e Saneamento, responsável pela construção, operação e monitorização da qualidade dos efluentes da Estação de Tratamento de Esgotos e da construção e operação da Estação de Tratamento da

Água.; Superintendência de Recursos Hídricos, responsável pela outorga de água e Superintendência de Desenvolvimento Florestal e Unidades de Conservação (ex Diretoria de Desenvolvimento Florestal), responsável pelo encaminhamento do processo de licenciamento da supressão da vegetação e é gestora das Unidades de Conservação Estaduais, dentre as quais, as Áreas de Proteção Ambiental e o Departamento de Infra-Estrutura do Estado da Bahia, responsável pela construção, recuperação e manutenção da BA-099 e estradas vicinais; a Procuradoria Geral da República/Bahia, órgão encarregado de apurar os fatos elencados nos processos existentes naquela Autarquia; Ministério Público Estadual que tem a responsabilidade de apurar e determinar as providências a serem tomadas com relação às denúncias quanto ao passivo ambiental e operacional; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/BA, responsável pela capacitação e informar às comunidades em parceria com a Sauípe S.A. e o Instituto Hospitalidade, vinculado à Fundação Odebrecht, em parceria com o SEBRAE, proporcionou cursos de capacitação para as comunidades.

Instituições Federais envolvidas: Instituto de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA/Brasília que tem a finalidade de executar e fazer executar, como órgão federal, a política e diretrizes governamentais fixadas para o meio ambiente, foi responsável pela fiscalização da fauna e da flora e pela licença de supressão da vegetação; os Ministérios Públicos Federal e Estadual que fiscalizam o cumprimento dos condicionantes constantes do processo de licenciamento ambiental e atendem às denúncias relativas aos impactos ambientais, e a Universidade Federal da Bahia que realiza, quando solicitada, estudos e pesquisas complementares científicas.

Tais atores têm influência direta sobre os funcionários nativos da Vila Sauípe onde treinamentos são feitos para que estes possam receber informações sobre higiene e saúde, postura profissional e educação, podendo assim repassar para familiares, amigos e vizinhos da Vila Sauípe. As famílias, por sua vez,

também orientam os vizinhos sobre a importância de alguns hábitos, como adquiri-los e as doenças que podem ser evitadas com certos cuidados na higiene.

Ana Lúcia Pegado, agente de saúde na Vila Sauípe, considera como maior problema encontrado nas famílias que a mesma atende é a falta de cuidados com a higiene pessoal. Considerando que são poucos os moradores da Vila que trabalham na hotelaria em Sauípe, nenhuma das famílias cadastradas pela mesma está ligada ao Complexo. Entretanto, Pegado afirma que após receber os treinamentos necessários, a mesma observou uma mudança no comportamento dos moradores, principalmente os que exercem funções ligados a área alimentícia.

5.2. Responsabilidade Social – Exemplo: Programa Berimbau

Seguem abaixo dados levantados junto a Sauípe S.A. sobre o Programa Social Sustentável de Costa do Sauípe; dados estes fornecidos por Milla Lettieri:

5.2.1. Apresentação do Programa de Responsabilidade Social

Diante da crise social e econômica mundial, do atual modelo de produção intensivo de automação e das exigências de mercado por mão-de-obra cada vez mais qualificada há que se pensar em programas que, no mínimo, venham a reduzir os efeitos da exclusão social.

Não há como hoje empresas competitivas, a despeito de sua história de realizações, que pretendam se perpetuar no mercado desconsiderarem ou negligenciarem a gestão da Responsabilidade Social Empresarial.

O mercado atual possui consumidores mais conscientes e dispostos a penalizar as empresas que não possuam uma postura ética e transparente com seus públicos de relacionamento (funcionários, acionistas, clientes, fornecedores,

governo e a comunidade), bem como há disposição da sociedade em aprovar leis ambientais mais exigentes (co-responsabilidade).

A proposta de trabalho a ser desenvolvida nas comunidades circunvizinhas ao Empreendimento Costa de Sauípe visa integrar as pessoas e essas comunidades numa perspectiva, a curto prazo, de se mobilizar os meios necessários que repercutam em atividades e projetos propulsores, imediatos, de ***Geração de Trabalho, Renda e Melhoria da Qualidade de Vida*** dos trabalhadores e famílias das comunidades: Areal, Canoas, Currálinho, Diogo, Estiva, Porto Sauípe, Vila Santo Antônio e Vila Sauípe, todas pertencentes aos municípios de Mata de São João e Entre Rios.

Assim, pretende-se formar uma rede de inclusão social na Região, enfocando as cadeias produtivas a partir da vocação e potencialidades dessas comunidades; a integração dos diversos projetos e ações que já vêm e serão desenvolvidos; a sinergia das diversas instituições representativas dessas populações, órgãos governamentais e empresas.

Registramos que a redução dos efeitos da exclusão está inserida dentro dos modelos diferenciados da economia solidária, do desenvolvimento das comunidades e das pessoas e do estímulo ou aprimoramento do associativismo, fazendo-lhes renascer a esperança na possibilidade concreta de um desenvolvimento integral, efetivo e sustentável. Em assim sendo, urge buscar novas formas de superar a fome e a exclusão, pela via da participação popular, e uma nova lógica da organização e distribuição da produção: a solidariedade (J.L. Laville).

A gestão da “eco” (casa), ou seja a “ Gestão da Casa “ (Marcos Arruda), pode ser lida sob três ângulos: 1) lugar físico onde vivemos, com vizinhos, famílias, amigos; 2) O “ oikos” que é também a casa maior de todos nós, a natureza o meio ambiente a biodiversidade, ou ainda 3) a morada do nosso

espírito, o nosso corpo. Em quaisquer das três dimensões destas representações, o exercício da nossa existência no Planeta é de estarmos incluídos, dentro das melhores condições possíveis de vida, onde o trabalho e a renda constituem as bases fundamentais destas necessidades, aliadas às políticas públicas setoriais, que lastreiam as reivindicações básicas, primárias do direito à inclusão.

Por isso, entendemos que a melhoria da qualidade de vida e a geração de trabalho e renda deverão estar também ancoradas em redes de atividades econômicas, norteadas pela cooperação e igualitarismo, onde os obstáculos e soluções são o fruto dos exercícios de solidariedade, onde quem tem mais distribui com quem tem menos, numa perspectiva de auto-sustentabilidade, sem que a acumulação da renda por parte de alguns, venha a significar a sujeição de outros.

Pode-se inferir que dentro de uma perspectiva de uma relação econômica de solidariedade no campo do *trabalho e renda* o direito de ser cidadão, criativo, trabalhador, ético, sensato e participativo é bem maior que em se limitando a produção à mera acumulação individual e egoísta, onde poucos ganharão e todos perderão. “A troca dos bens é feita para manter e reforçar o elo social”, (M. Mauss) solucionando, ou buscando os caminhos da sustentabilidade comunitária, a exemplo das associações, ONG’s, cooperativas e outras.

O Programa Berimbau incorpora o conceito de desenvolvimento comunitário integrado e sustentável, onde os projetos apoiados procuram fortalecer as atividades econômicas da Região, promovendo as vocações e viabilizando o desenvolvimento das potencialidades locais.

O Programa busca fazer com que as iniciativas amparadas se traduzam na dinâmica da cooperação e da solidariedade e não na intimidação e imposição, fazendo-se do trabalho uma submissão, mas que ele traga a “*dimensão de encantamento*” e o “*fortalecimento das relações humanas, da compreensão, do*

compromisso, da eficiência, da parceria. Ter mais dinheiro não significa, automaticamente, ser mais cidadão, ser mais solidário, às vezes o efeito pode ser justamente o oposto.” Nos movimentos de desenvolvimento prevalecerá as noções de **“integração”, “cooperação”, “solidariedade” e “sustentabilidade”** como sinais de garantia às futuras gerações, legados da cultura dos que lhes antecederam, o que poderá produzir um continuum social mais econômico em esforços e mais eficaz em resultados.

Pretende-se que a alternativa de TRABALHO e RENDA venha facilitar o máximo possível a autodeterminação individual das comunidades, assegurando-lhes a possibilidade de participação nos processos decisórios, sempre na perspectiva do *“pensar globalmente e agir localmente”*, evitando-se uma práxis distante da realidade social.

5.2.2. O PROGRAMA

O Empreendimento Costa do Sauípe, localizado no litoral norte da Bahia, no município de Mata de São João, com a preocupação de promover o desenvolvimento e melhorar a qualidade de vida das populações das comunidades circunvizinhas se articulou com o Banco do Brasil, a Fundação Banco do Brasil e a Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil PREVI, visando obter os recursos humanos, financeiros e materiais necessários à proposta de trabalho em pauta.

Lembramos, também, a Condicionante XXXI, da Resolução CEPRAM 2573, de 19 de janeiro de 2001, aqui transcrita *“ipsis litteris”*:

“Apresentar propostas para a criação de projetos sociais mediante parceria com os órgãos públicos estaduais e municipais para absorção do contingente de mão-de-obra excedente que ocorreu às localidades, no entorno do canteiro de obras, atraídos pelo empreendimento”.

A partir dessas premissas e em consonância com esta exigência, nasce o **Programa Social Sustentável da Costa do Sauípe BERIMBAU**, que será implementado a partir do estabelecimento da parceria institucional entre a Sauípe S.A., por meio do Condomínio de Costa do Sauípe, e a Fundação Banco do Brasil.

Podemos sintetizar o BERIMBAU da seguinte forma:

- ✓ eficaz instrumento auxiliar da gestão da Responsabilidade Social e Ambiental, que visa desenvolver com eqüidade as comunidades;
- ✓ indutor de desenvolvimento e fortalecimento da cultura associativa;
- ✓ redutor da exclusão social, através da atividade econômica solidária e, ao mesmo tempo, um canal de participação e de organização popular;

O BERIMBAU inscreve sua operacionalização dentro de uma perspectiva de redução da exclusão social, com o propósito de criar trabalho e renda e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades de Areal, Curralinho, Diogo, Santo Antônio, Vila Sauípe (localizadas no município de Mata de São João) Canoas, Porto Sauípe e Estiva (localizados no município de Entre Rios).

As ações a serem desenvolvidas foram fruto de discussão com as comunidades envolvidas, respeitadas a vocação e a capacidade técnica e gerencial das comunidades, as carências e potencialidades identificadas, o mercado e a expectativa do consumidor, a integração das cadeias produtivas, o retorno socioeconômico e sua exeqüibilidade.

Almeja-se inculir uma mentalidade empreendedora nos produtores locais (artesãos, pequenos produtores rurais, pescadores, autônomos, doceiros etc.), emprestando apoio técnico e gerencial e capacitação profissional.

5.2.3. Berimbau: Escopo do Programa

Ao longo dos últimos anos, as citadas comunidades vêm sendo objeto de “estudo”, com um grande número de pesquisas, relatórios, elaboração de projetos e planos, por diversas instituições. A não concretização dessas ações e não cumprimento das promessas têm gerado uma quebra das expectativas, ocasionando resistência nas populações locais em responder a pesquisas e preencher formulários. Na realidade, ações efetivas que façam melhorar o seu cotidiano, não passam de boas intenções e poucos resultados.

São visíveis os efeitos do adensamento e as conseqüências da “urbanização” nas vidas destas comunidades, onde o *risco social* é um indicador a ser cuidado, sob pena de ameaçar o sucesso e desempenho econômico das antropizações registradas no setor hoteleiro, que vive basicamente de comercializar a imagem do belo.

A ruptura produzida no “*habitus*” de uma relação rural, campestre, a uma relação urbana submeteu estas populações a um novo ritmo de vida, trazendo muitas dificuldades e poucos benefícios até então. Realizar a taxonomia das dificuldades é inócua da mesma forma que estar a clamar por políticas públicas, a exemplo da melhoria dos serviços coletivos, mais unidades escolares, rede elétrica, água, postos de saúde e uma lista de necessidades, apontadas pelas localidades, que demandam destas próprias comunidades um mínimo de recursos financeiros, que financiem os custos do investimento público. O que vem se registrando nas próprias comunidades é que estes serviços, onde são oferecidas, as populações se privam destes próprios benefícios, por não contar com a renda mínima capaz de custear o serviço recebido.

Assim, podemos citar as seguintes situações:

- ✓ as receitas não são aviadas;

- ✓ os cortes e “gatos” nos fornecimentos de luz elétrica e abastecimento de água;
- ✓ as linhas de ônibus circulam vazias e são retiradas, por se tornarem deficitárias;
- ✓ as crianças e adolescentes, em sua maioria, não freqüentam a escola e estão ocupadas, seja em atividades domésticas, substituindo a mão-de-obra dos pais, que estão se virando fora do lar para garantir a renda mínima de sobrevivência, na maioria das vezes abaixo dos padrões de pobreza, ou eles próprios estão no “mercado de trabalho” que vai desde a prostituição infanto-juvenil à venda de bugigangas e malabarismos, em atividades suspeitas, expondo suas próprias vidas às intempéries sociais, que povoam as manchetes dos jornais regionais e nacionais.

A intenção é desobstruir toda ilusão que tem alguns planejadores em ver nas políticas públicas o remédio para todos os males da sociedade. Em assim sendo, *como explicar o elevado índice de exclusão social nos países do Norte, onde as políticas públicas parecem ter chegado ao seu apogeu?*

Neste mesmo exercício de pensamento, exaure-se o corporativismo dos movimentos sindicais, que lutam apenas por salário e afastaram-se das suas conexões com as redes sociais, onde vivem seus vizinhos, filhos e amigos e que lutam não só por salário, também por melhor qualidade de vida, respeito ao direito de ser cidadão. É possível que o movimento sindical, de ONG's e das associações possam trabalhar em redes, conforme esta leitura do conceito de cooperativas:

“A cooperativa como instrumento político de transformação deve operar apresentando renda, tem que haver uma resposta financeira, e se não houver uma preocupação social, vira uma empresa com grande perspectiva de reverter seu caminho”. Assim, poderemos ver que a perspectiva de se trabalhar em cooperativa é que ela deverá constituir um elo entre o econômico e o social”.

(...) “O trabalhador dentro da fábrica é fator econômico, fora dela é problema social; o desenvolvimento é econômico e o problema é social”, (Betinho, em 1995, na ONU, durante a campanha contra a fome).

A visão tripartite (público + privado + movimento social) com ênfase no fortalecimento das organizações comunitárias poderá aportar soluções mais duradouras às demandas sociais, desde que o alicerce TRABALHO E RENDA esteja conectado dentro desta trilogia, cujo comando deverá estar centrado nas comunidades e suas representações, com ênfase na organização de cooperativas.

5.3. Impactos Sociais causados advindo da Implantação do Complexo Costa do Sauípe

A maioria dos estudos na área do turismo ligado à Costa do Sauípe demonstra a existência de impactos econômicos, socioculturais e ambientais neste destino turístico. Tais impactos têm origem no processo de mudança porque passam os destinos turísticos receptores, à medida que um conjunto de ações e intervenções é realizado, interferindo diretamente, de forma positiva ou negativa, na comunidade residente e no meio ambiente natural e cultural. A identificação e a previsão desses impactos são tarefas fundamentais no processo de planejamento. Baseado numa pesquisa aprofundada sobre o Complexo Costa do Sauípe, foi constatado alguns impactos após a implantação junto à comunidade. Devido a isto, o objetivo deste tópico é apresentar os impactos positivos e negativos detectados durante a pesquisa, apresentando-os em tópicos.

5.3.1. Impactos Sociais Positivos

Ligados à saúde: São oferecidos treinamentos pelo Instituto de Hospitalidade, SEBRAE e SENAC através dos RH's dos próprios resorts, onde os mesmos vêm surtindo efeitos junto ao funcionários e familiares. Tais pessoas

começaram a gerar conceitos próprios devido às informações recebidas nos treinamentos, sendo que até então estas estavam distantes da realidade dos funcionários nativos de Sauípe. Estes conceitos próprios são importantes na medida que a grande maioria dos “associados” (como são chamados os funcionários em Sauípe) possuem baixo nível de escolaridade e dificuldade de acesso a questões ligadas a saúde e educação. Informações básicas de higiene e saúde foram adquiridas e repassadas às pessoas de convívio próximo, o que representou um aumento gradativo na qualidade de vida dos envolvidos. Noções básicas como lavar as mãos antes de manusear alimentos e seus prazos de validade, limpeza de sanitários e a estocagem de alimentos são pontos levantados nos treinamentos.

Ligados à educação: Algumas ações já começaram a ser implantadas na região com o intuito de facilitar o acesso da população de Sauípe à educação. Exemplo a ser citado nas proximidades é o caso de Praia do Forte com a Escola Estadual Alaor Coutinho que atualmente é a única escola que possui ensino básico na região.

São oferecidos cursos como os de eletricitas pela Escola de Produção, criada pelo Instituto de Hospitalidade, com o apoio da Fundação Banco do Brasil e Odebrecht e Sauípe S.A., para aqueles habitantes da Vila Sauípe que ainda não foram inseridos no mercado turístico.

Outro ponto importante a ser ressaltado é a vontade de estudar dos funcionários e moradores da Vila Sauípe, pois o que era para muitos mais um dado insignificante passou a ser tornar objeto de desejo de muitos, incluindo os que já trabalhavam nos empreendimentos da Costa do Sauípe. Essa conscientização torna-se primordial para quem quer ter a chance de trabalhar neste Complexo Turístico de Costa de Sauípe.

Programas como PROES (Programa de Ensino Superior) e Projeto Meninos do Porto em Porto de Sauípe são considerados benefícios gerados com a chegada do Complexo Turístico.

Ligados ao Desenvolvimento Local: É fato que Sauípe trouxe por inércia o desenvolvimento da localidade devido à valorização do artesanato local como a criação de feiras dentro do Complexo. Muitas famílias tiveram que se especializar na produção dos artesanatos.

Vale lembrar que Vila Sauípe foi beneficiada com o abastecimento de água e energia elétrica, juntamente com o saneamento básico.

5.3.2. Impactos Sociais Negativos

Ligados a custo de vida: Um exemplo a ser citado são os preços dos produtos vendidos em Praia do Forte. Alguns produtos chegaram a ter seus preços elevados em 40% devido ao número de visitantes depois da inauguração de Costa do Sauípe, refletindo no custo de vida da população local.

A explosão demográfica sofrida por Porto de Sauípe provocou alguns danos nos aspectos sociais e ambientais como poluição, prostituição e invasão nos mangues.

Ligados a imigração descontrolada: Este impacto é considerado o mais negativo de todos a serem citados devido ao elevado número de trabalhadores que migraram para as redondezas sem condições básicas para se instalarem, agravando assim os problemas sociais já existentes na localidade.

Ligados a Prostituição: Este aspecto atingiu de maneira conspícua as comunidades de Porto de Sauípe e Praia do Forte.

Em Porto Sauípe, a prostituição teve início ainda nos primórdios de Sauípe, nas obras. Na época da construção, alguns donos de prostíbulos e prostitutas de outras regiões se instalaram na região e começaram a recrutar as mulheres nativas para trabalharem em suas casas de tolerância. Muitas aceitaram devido ao índice de desemprego local ser absurdamente alto e também pela baixa perspectiva de emprego.

Já em Praia do Forte é fato preocupante na localidade o número de jovens envolvidos sexualmente com turistas, mesmo não existindo registros oficiais, porém facilmente visto nas visitas feitas à comunidade.

Ligados ao Meio Ambiente: A maior agressão ao meio ambiente está a poluição do Rio Sauípe devido às falhas no tratamento de esgoto. Vale lembrar que Sauípe faz parte da APA do Litoral Norte sendo considerado inadmissível qualquer violação a esta Área de Preservação Ambiental. A estação de esgoto criada para atender os resíduos do Complexo foi construída numa região na qual já existia um lago, nas proximidades da vila residencial e ao leito do rio.

A contaminação não visível, porém estão trazendo sérios problemas de saúde para a população local, impossibilitando pescadores trabalharem na única fonte de subsistência para os mesmos.

Outros impactos podem ser citados como degradação dos manguezais, utilização desordenada na flora existente, extinção de animais selvagens típicos da região e contaminação dos lençóis freáticos da região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Complexo Turístico de Costa de Sauípe não pode ser considerado ainda como um destino turisticamente sustentável, pois desrespeita princípios básicos do conceito de sustentabilidade como respeito ao meio ambiente e tem responsabilidade social, fato último citado que ainda é muito recente. O empreendimento foi planejado para ser lucrativo e seus investimentos foram voltados para preparar a comunidade para receber o Complexo. Porém, durante sua implantação, alguns cuidados não foram observados como as questões ligadas à educação. Mesmo conscientes da necessidade de se preparar os moradores da região, nenhuma ação foi tomada na implantação do Complexo sendo considerada tardia, pois somente depois de quatro anos de implantado, a administração do Complexo observou que era inevitável a não capacitação dos moradores de Sauípe.

O desenvolvimento sustentado de Sauípe somente acontecerá se o governo do Estado da Bahia, administração do Complexo e os líderes comunitários encontrarem num denominador comum, visando à evolução do destino.

Problemas devido à falta de escola seriam minorizados se estes atores envolvidos chegassem ao objetivo comum: desenvolver Sauípe de uma maneira sustentável. A construção de escolas de ensino fundamental e básico iria beneficiar não somente a comunidade como empresários que iriam contar com uma mão-de-obra mais qualificada, sendo assim uma recomendação feita neste trabalho.

Projetos sociais e também os voltados para cultura e educação ainda são ociosos, fato que se trabalhado de maneira intensiva afastaria jovens e mulheres da prostituição existente nas proximidades. Com a educação necessária, o índice

de desemprego cairia havendo assim significativa melhora na qualidade de vida local. Investir em educação é investimento de retorno rápido.

Haverá desenvolvimento social local das comunidades do entorno do Complexo quando houver mudança nas políticas existentes nos *resorts*. É imprescindível que os resorts tenham consciência do papel de cada um no tocante a responsabilidade social existente.

Resorts como SuperClubs Breezes, mesmo pagando salários inferiores aos pagos nos demais *resorts*, oferece trabalho aos jovens inexperientes, investindo em treinamentos intensivos. Sua postura de integração vêm sendo fatores diferenciais com os demais resorts.

Resorts como da rede Accor (Sofitel Costa do Sauípe e Sofitel Suítes) e rede Marriott não priorizaram no início do Complexo uma aproximação com a comunidade, sendo que atualmente os mesmos estão priorizando tal aproximação, pois estes respeitam os padrões internacionais das devidas empresas.

A revisão da postura dos resorts se faz necessária, pois conforme foi analisado nesta pesquisa, o empreendimento Sauípe alterou as características da comunidade, promovendo mudanças no mercado de trabalho. O novo destino turístico atrai novos habitantes que buscam novas oportunidades de emprego e assim cessa o êxodo dos nativos. Com o crescimento populacional, os problemas sociais tendem a também crescer e se não forem tratados da maneira que devem ser tratados, teremos uma situação social ainda mais difícil. O turista quer ter uma maior interação com a comunidade, porém com essa degradação social temos uma inibição do turismo local já que esta tendência do turismo está se tornando realidade. Promover uma igualdade social é um investimento necessário para a sobrevivência do Complexo.

Considero que seja fundamental um estudo mais aprofundado em relação a sustentabilidade de Costa do Sauípe, pois se constatou com esta pesquisa que são primários alguns aspectos ligados à responsabilidade social do empreendimento.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ANDRADE,N; BRITO, P.L.; JORGE, W.E. *Hotel: planejamento e projeto*. São Paulo: SENAC, 2000.
- BENI, Mario Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. 4ª ed. São Paulo: SENAC, 2001.
- BUARQUE, Sérgio C. *Metodologia de Planejamento do Desenvolvimento Social e Municipal Sustentável*.Brasília:IICA,1999
- De La Torre, Oscar. *El turismo, fenómeno social*. Cidade del México: Fondo de Cultura Econômica, 1992.
- DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina. *Fundamentos do Turismo: conceitos, normas e definições*. São Paulo: Alínea, 2002.
- ENGEL,J.F.;BLACKWELL,R.D.;MINIARD,P.W. *Consumer behavior*, 8ed. New York. The Dryden Press, 1995.
- FUSTER, Luiz. *Teoria Y Técnica del Turismo*.2 ed.Madrid: Nacional, 1974
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. Estudo econômico-financeiro dos meios de hospedagem e parques temáticos no Brasil. São Paulo, 1998.
- _____, Apresenta informações sobre o turismo no Brasil, programas governamentais na área e dados estatísticos. Disponível em <<http://www.embratur.gov.br>>. Acesso em: 13 dez. 2004.
- IRVING, Marta; AZEVEDO, Julia. *Turismo: O desafio da Sustentabilidade*. São Paulo: Ed. Futura, 2002.
- LAGE, Beatriz Helena G; MILONE, Paulo César. *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- MATOS, Aureliano; TSUJI, Tetsuo;MIRANDA,Carlos.*Seminário Internacional Desenvolvimento Rural e Agricultura Família*.São Luis: IICA,2002
- MERCANTIL, Gazeta. *Análise setorial: a indústria hoteleira*. São Paulo: Pioneira,1998.

- MONTORO, Tânia S. (org). *Cultura do Turismo: desafios e práticas socioambientais*. Brasília: Thesaurus, 2003.
- MOTA, K.C.N. *Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal*. São Paulo: Atlas, 2001
- MORRISON, A.M. *Hospitality and Travel marketing*. New York: Delmar Publishers, 1989.
- Revista EXAME. *Adaptação de A explosão do Turismo: atração selvagem*, ano 35, nº 5. 2001.
- ROCHA LIMA JR, J. *Arbitragem de valor de portfólios de base imobiliária*. São Paulo: EPUSP, 1994.
- SACHS, Ignacy. *Redescoberta e Invenção do Brasil Rural*. Brasília, Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável – CNDRS, 2002.
- SERSON, F.M. *Hotelaria: a busca da excelência*. São Paulo: Marcos Cobra, 1999.
- SWARBROOKE, John. *Turismo Sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética*. vol.05; trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph. 2000
- SWARBROOKE, John. *Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental*. vol.01; trad. Margarete Dias. São Paulo: Aleph. 2000
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo Básico*. 6.ed. São Paulo: SENAC, 2002.
- VAZ, G.N. *Marketing turístico-receptivo e emissor: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados*. São Paulo: Pioneira, 1999.
- WANAB, S.E.A. *Introdução à administração do Turismo*. São Paulo: Pioneira, 1998.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO). Apresenta tendências para o setor hoteleiro. Disponível em <http://www.world-tourism.org/>
http://www.costadosauipe.com.br/cont_breezes.php
<http://www.seia.ba.gov.br>
<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/inicial/index.php>

ANEXOS



Centro Eqüestre¹⁶



Vila Nova da Praia



Foto Aérea de Costa do Sauípe

¹⁶ Fonte: <http://www.costadosauipe.com.br>



Pousadas em Costa do Sauípe¹⁷



Vista Aérea do SuperClubs Breezes Resort



¹⁷ Concessão feita pela Sauípe S.A.



Foto Aérea do Marriott Spa & Resort Costa do Sauípe¹⁸

¹⁸ Fonte: www.marriottbrasil.com/SSAMC