



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação *Lato Sensu*

Curso de Especialização em Economia do Turismo

OS IMPACTOS ECONÔMICOS DA HOTELARIA NO TURISMO

ALESSANDRA BRAZ

Brasília — DF
Novembro/2006

**Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo**

Curso de Especialização em Economia do Turismo

OS IMPACTOS ECONÔMICOS DA HOTELARIA NO TURISMO

ALESSANDRA BRAZ

Dra Maria de Lourdes Mollo
Professor Coordenador

Dr Jorge Madeira Nogueira
Professor Orientador

Msc Antonio Nascimento Jr.
Professor Examinador

“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Economia do Turismo para a obtenção do grau de Especialista”

Brasília – DF
Novembro/2006

Braz, Alessandra

Os Impactos Econômicos da Hotelaria no Turismo /
Alessandra Braz.

Monografia – Curso de Especialização em Economia do Turismo
Brasília – DF, Novembro de 2006.

Área de Concentração: Hotelaria

Orientador: Jorge Madeira Nogueira

1. Hotelaria 2. Economia do Turismo 3. Turismo

Dedico

Aos meus pais por acreditarem no meu potencial, ao profº orientador Jorge Madeira Nogueira que mesmo com problemas de saúde desempenhou suas orientações com árdua atenção.

Dedico também ao meu namorado pela paciência e companheirismo desde o início, o que fez com que eu não desistisse no meio do caminho.

RESUMO

O turismo vem apresentando um significativo desempenho econômico ao longo dos anos. Por este motivo, ao mesmo tempo que turismo passa a ser objeto de pesquisas econômicas, questões econômicas merecem atenção crescente em estudos sobre o setor turístico. Há um sentimento bastante generalizado de que esse setor passará a ter uma participação direta e cada vez mais relevante no crescimento econômico do país. Um sub-setor da atividade turística é analisado nesta monografia: a hotelaria. A curiosidade acadêmica emerge não apenas da importância da hotelaria para o crescimento do turismo, mas também das características peculiares de um hotel enquanto atividade produtiva. Nesse contexto, analisaremos, em especial, as características básicas do setor no Brasil e compararemos essas características às do setor hoteleiro em outros países. Finalmente, são apresentadas algumas considerações sobre o parque hoteleiro de Brasília, que impacta significativamente em toda a sua economia. Os resultados deste estudo servem para comprovar a importância do segmento hoteleiro, imprescindível para que ocorra a atividade turística.

1. Hotelaria

2. Economia do Turismo

3. Turismo

ABSTRACT

The tourism has experimented a significant economic performance throughout the years. For this reason, at the same time that tourism starts to be object of economic research, economic questions deserve increasing attention in studies on the tourist sector. There is a generalized feeling that this sector will start to have a direct and relevant participation in the economic growth of the country. A subsector of the tourist activity is analyzed in this monograph: the hospitality. The academic curiosity emerges not only of the importance of hospitality for the growth of tourism, but also of the peculiar characteristics of a hotel while a productive activity. In this context, we will analyze, in special, the basic characteristics of the sector in Brazil and will compare these characteristics with those of the hospitality sector in other countries. Finally, some considerations on the hospitality segment of Brasilia are presented, that interfere significantly in all its economy. The results of this study serve to prove the importance of the hospitality segment, indispensable to occur tourist activities.

1. Hospitality

2. Economics of Tourism

3. Tourism

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	01
2. ASPECTOS ECONÔMICOS DO TURISMO E DE HOTELARIA.....	03
2.1. Conceitos Básicos de Economia do Turismo	04
2.2. Economia da Hotelaria	06
2.3. A Hotelaria e o Crescimento Econômico	07
2.3.1. Geração de Renda	08
2.3.2. Emprego.....	09
2.3.3. Receita Tributária	10
3. O SEGMENTO HOTELEIRO NO BRASIL	13
3.1. Contribuições Preliminares	13
3.2. Características Gerais da Hotelaria Brasileira	14
3.3. O Valor da Produção do Setor Hoteleiro	15
3.4. Emprego e Hotelaria	17
3.5. Impactos Totais da Hotelaria	19
4. EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL	20
4.1. Portugal	20
4.2. Economia Portuguesa e o Turismo	20
4.2.1. Agregados Econômicos	21
5. A HOTELARIA BRASILEIRA NO CENÁRIO INTERNACIONAL: LIMITES E POTENCIALIDADES.....	23
5.1. Limites da Hotelaria no Brasil	23
5.1.1. Recursos Humanos: Qualificação	23
5.1.2. Gestão Familiar ou Empresarial	25
5.2. Potencialidades da Hotelaria no Brasil	29
5.2.1. Elevada Rentabilidade	29
5.2.2 As Especificidades do DF	31
6. CONCLUSÕES	35
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabelas

Tabela	1. O Setor de Turismo vis-a-vis à Economia Brasileira (2002) – Dados Básicos	05
Tabela	2. O Valor da Produção do Setor de Hospedagem	16
Tabela	3. Pessoal Ocupado, Setor de Hospedagem, 2002, em mil.....	17
Tabela	4. Valor da Produção da Atividade Requerida para Geração de uma Unidade de Emprego (em R\$)	18
Tabela	5. Hotéis Independentes no Brasil.....	27
Tabela	6. Regulamentação e filiação a entidades, segundo porte do empreendimento.....	32
Tabela	7. Oferta de treinamento e de programas de qualificação de mão-de-obra, segundo porte do empreendimento	34

Figuras

Figura	1. Distribuição do PIB do Turismo entre seus Setores	06
Figura	2. Efeitos Multiplicadores do Turismo.....	10
Figura	3. Distribuição das Principais Cadeias Hoteleiras Nacionais e Internacionais e dos Hotéis Independentes do Brasil	15
Figura	4. Distribuição relativa dos empregos do ramo Turismo	21

1. INTRODUÇÃO

A atividade turística influencia profundamente a vida humana¹. Oriundo da necessidade de deslocamento, o turismo reflete os anseios e as motivações mais arraigados no ser humano e é inerente à condição humana. Não obstante sua relevância, somente o desenvolvimento econômico, técnico e social permite o acesso às viagens e ao seu desenvolvimento generalizado, seja para fins recreativos, de lazer ou de desporto, seja por motivos de negócios ou por relações institucionais. Por outro lado, o turismo possui uma particularidade: sua multidisciplinariedade. Ele destaca-se ainda como uma das atividades econômicas, que bem executada e planejada, influencia de forma positiva no processo de desenvolvimento econômico do país.

Isso também é verdadeiro para o caso brasileiro. Com base no crescimento do setor nos últimos dez anos, o turismo parece ser o segmento da economia que pode atender de forma mais ampla as expectativas de todos envolvidos. Segundo o Plano Nacional de Turismo (2003, p. 5), além dessas perspectivas, o turismo pode cumprir um papel importante no equilíbrio da balança comercial, com o ingresso de novas divisas, por meio do aumento no fluxo de turistas estrangeiros e da atração de investimentos para a construção de equipamentos turísticos.

De acordo com Fernandes & Coelho (2002, p. 54)

[...] o turismo interage nos três setores econômicos e quando se desenvolve desencadeia um processo de irradiação de benefícios que ultrapassa seus limites de atuação, incrementando negócios não só no setor terciário, como também nos setores primário e secundário.

Fica claro então que a atividade turística depende, para o seu desenvolvimento, da existência de diversas outras atividades econômicas. Um adequado sistema de transporte é fundamental para o deslocamento das pessoas. Essas precisam de locais adequados para pernoite e para alimentação. Locais

¹ Segundo UN e OMT, 2000:

“O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual por um período de tempo consecutivo inferior a um ano...” (p. 6)

seguros, limpos e interessantes precisam existir para que os visitantes tenham agradáveis momentos de lazer e diversão. Um conjunto de atividades precisa, então, existir para que o ato de fazer turismo possa se materializar. Nesta monografia analisamos em mais detalhes um componente desse conjunto: a hotelaria.

Nossa análise é exploratória e é desenvolvida ao longo de quatro capítulos, além desta introdução e da conclusão. No capítulo 2 apresentamos conceitos econômicos básicos para que a atividade turística, em geral, e a hotelaria, em particular, possam ser analisadas com o necessário rigor acadêmico. Com eles estruturamos a moldura analítica para os três capítulos empíricos da presente monografia.

O primeiro desses capítulos empíricos – o capítulo 3 – apresenta as características econômicas básicas do setor hoteleiro no Brasil. Essas características são comparadas com as do setor hoteleiro português no Capítulo 4. Finalmente, no capítulo quinto, destacamos os limites e as potencialidades da hotelaria no Brasil e as características gerais da hotelaria no Distrito Federal.

2. ASPECTOS ECONÔMICOS DO TURISMO E DE HOTELARIA

Do ponto de vista econômico, a atividade turística se torna importante não pelo fato da “viagem a trabalho ou lazer”, mas, sim, pelas conseqüências não-intencionadas deste ato. Essa é a opinião de Barbosa (1998), a qual compartilhamos. Quando o turista viaja a lazer, ele não trabalha. Isso afeta diretamente a oferta de mão-de-obra, pois possibilita a abertura de novas vagas no mercado.

Para viajar a lazer, o turista tem de trabalhar e poupar. Isso significa que, numa sociedade onde existe a cultura do turismo, há permanentemente oferta de recursos derivados da poupança dos que estão esperando o momento de transformá-los em dispêndio de viagem. Ao ocorrer este dispêndio uma intensa movimentação das atividades produtivas derivadas do turismo também ocorre. Quando o turista viaja para o exterior, participa de um amplo movimento internacional de capital, gerando demanda adicional e transferindo divisas para o país escolhido.

Para receber este turista, o local necessita obrigatoriamente de infraestrutura turística, que possibilita a ocorrência do turismo². Essa infra-estrutura é composta por um conjunto de edificações, instalações e serviços, tanto públicos quanto privados. É constituída, por exemplo, por infra-estrutura básica urbana (ruas, água e esgoto, iluminação pública, etc); infra-estrutura de acesso (estradas, aeroportos, portos, rodoviárias, estações de trens); equipamentos turísticos que permitem a prestação dos serviços (agências de viagem ou operadoras, *meios de hospedagem*, transportadoras locais, rede gastronômica, casas de shows, estádios, espaços para eventos, etc) e equipamentos de apoio (rede médico-hospitalar, locação de veículos, comércio de *souvenirs*, lojas de conveniência, etc).

Dentro dos equipamentos turísticos que permitem a prestação dos serviços os meios de hospedagem se destacam por oferecer abrigo, apoio e alimentação, necessidades naturais que os viajantes procuram durante suas viagens.

² O produto turístico compreende de um conjunto de atrativos naturais, artificiais ou culturais, por este motivo é preciso investir na recuperação do patrimônio histórico, na melhoria das estradas e nos serviços de atendimento.

2.1. Conceitos Básicos de Economia do Turismo

Em qualquer lugar que ocorra, a atividade turística irá gerar uma variedade de impactos econômicos. De acordo com Milone & Lage (2001), esses impactos podem ser classificados em:

- Impactos indiretos;
- Impactos diretos e;
- Impactos induzidos

Já Cooper (2001) ressalta que o valor dos gastos realizados pelos turistas representa somente parte dos impactos econômicos. Para uma análise completa, outros aspectos devem ser levados em consideração, como por exemplo:

- Efeitos indiretos e induzidos, como compra de fornecedores e novos negócios abertos em função da renda do turismo;
- “Vazamento” dos gastos locais, como a compra de produtos importados para suprir a necessidade dos turistas;
- Deslocamento de mão-de-obra e custos de oportunidade, como a atração de empregados de outros setores para trabalhar com o turismo.

Assim, dentre os impactos positivos que a atividade provoca sobre a economia de um país, podemos citar:

- O turismo aumenta a renda do lugar visitado via entrada de divisas;
- O turismo estimula investimentos e gera empregos;
- O turismo gera redistribuição de riqueza;
- O turismo induz e é por si só um efeito multiplicador: esse é citado freqüentemente como forma de capturar efeitos secundários do gasto turístico e prova do grande alcance dos seus benefícios em diferentes setores da economia.

As análises econômicas, por si só, tendem a analisar o turismo por uma perspectiva unilateral, ressaltando o lado positivo dos impactos econômicos do turismo, mesmo sabendo que há diversos impactos econômicos negativos como: sazonalidade, trabalhos temporários, falsa sensação de empregabilidade, inflação, importações (vazamentos). Por outro lado os estudos de impactos ambientais,

sociais e culturais tendem a focar mais os custos inerentes ao desenvolvimento turístico, mesmo sabendo que existem impactos positivos como: proteção de sítios naturais e recursos culturais, educação ambiental, elevação da auto-estima local etc. (Stynes, 1999; Cooper 2001).

Conforme a Matriz de Contabilidade Social do Brasil para o Turismo – 2002 destacamos alguns indicadores importantes para economia do turismo. Embora muitos dos resultados principais resultantes desta Matriz de Classificação Social venham a partir do modelo de equilíbrio geral computável a ser desenvolvido, é possível vislumbrar um retrato geral do setor de turismo na economia brasileira a partir da Matriz de Classificação Social. Uma análise inicial pode ser derivada da Tabela 1 a seguir:

Tabela 1.
O Setor de Turismo *vis-à-vis* a Economia Brasileira (2002) – Dados Básicos

Indicador	Brasil	Turismo	(%)
Produção Total	2 543 258 971,00	109 853 890,33	4,32%
PIB	1 359 209 510,97	77 575 209,40	5,56%
Impostos Indiretos	161 470 687,50	8 582 428,31	5,32%
Recebimento de Divisas	196 353 843,84	7 768 153,17	3,96%
Investimento Privado	237 059 095,61	398 027,29	0,17%

Nota: Valores em R\$ mil de 2002.

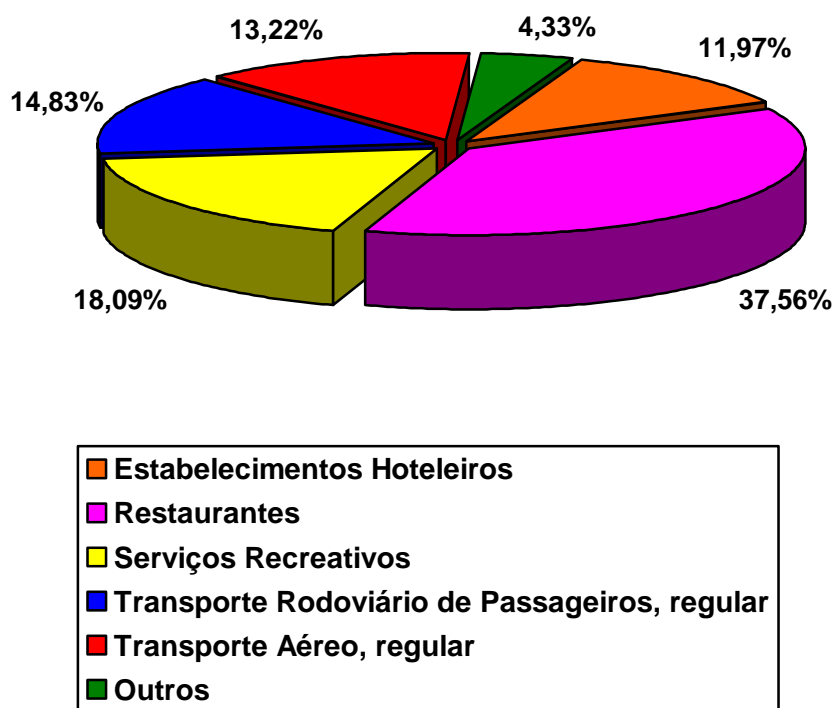
Fonte: EMBRATUR - Fipe (2006)

A Tabela 1 apresenta os dados básicos da economia do turismo no Brasil. Em primeiro lugar é possível se observar que a produção total do setor de turismo representa 4,32% da produção total do Brasil. Ao mesmo tempo, o PIB do turismo, calculado em R\$ 77,5 bilhões em valores de 2002, representa 5,56% do PIB da economia brasileira. Dessa forma, fica claro que o turismo é um setor que agrega mais valor que a média dos demais setores da economia. A produção total inclui valor adicionado somado ao consumo intermediário, enquanto que o PIB inclui apenas o valor adicionado. Assim, como a participação do PIB do turismo é maior que a sua participação na produção total, pode-se afirmar que o turismo agrega mais valor aos insumos que são incorporados ao seu processo produtivo.

2.2. Economia da Hotelaria

Sem os meios de hospedagem não haveria turismo, pois como já mencionado anteriormente, o mesmo é um fator primordial para que ocorra a atividade turística. Seu papel relevante pode ser depreendido da análise de dados econômicos. Ainda conforme a Matriz de Contabilidade Social do Brasil para o Turismo – 2002 é possível estruturar a Figura 1. Nela apresenta-se a distribuição setorial do PIB do turismo dentro da sua cadeia. É possível observar que o PIB do turismo está concentrado, sobretudo, nos setores de restaurantes (37,56%), serviços recreativos (18,09%), transportes rodoviário e aéreo regulares (28,05%) e estabelecimentos hoteleiros(11,97%). Os demais setores somados representam apenas 4,33% do PIB do turismo.

Figura 1:
Distribuição do PIB do Turismo entre seus Setores



Fonte: CET/UnB-2002

Segundo Fernandes & Coelho (2002, p. 93)

Se o turismo fosse tão-somente a utilização de serviços de hospedagem, ou se adicionássemos a isto a produção dos serviços de restaurantes e alimentação aos quais recorrem os turistas, o problema do cálculo dos multiplicadores não seria complicado. Entretanto, a atividade turística influencia diretamente as áreas de transporte e entretenimento, e, indiretamente, diversos outros setores como construção civil, comunicações, indústria de móveis, têxteis etc., o que acarreta uma complexidade muito grande a estimativa dos multiplicadores turísticos.

2.3. A Hotelaria e o Crescimento Econômico

Os gastos dos turistas têm efeito *“front line”*, entre eles destacam-se: transportes, hotéis e restaurantes, que influenciam diretamente o resto da economia. De acordo com Cooper (2001) os efeitos diretos das atividades são os gastos feitos pelos turistas nos estabelecimentos que fornecem os bens e os serviços turísticos. Parte deste valor sairá imediatamente da economia para cobrir os gastos com as importações necessárias para cobrir a oferta desses produtos e serviços do *“front line”*. Desta forma, os impactos diretos dos gastos tendem a ser menores que o próprio gasto, a não ser num raro caso em que a economia local consegue produzir e satisfazer todas as necessidades dos turistas.

O efeito multiplicador do turismo mostra que estabelecimentos comerciais que recebem gastos diretos dos turistas irão necessariamente depender de fornecedores, indo assim ao encontro de outros serviços dentro da economia local. Um exemplo dentro do contexto economia *versus* hotelaria nota-se na situação onde hotéis contratarão serviços como os de construção civil, bancos, contadores, alimentação e bebidas. Grande parte destes gastos sairá da articulação, pois fornecedores precisarão comprar produtos importados para cobrir suas necessidades. Ou seja, estes fornecedores comprarão bens e serviços de outros

fornecedores, e assim por diante. A conseqüência dessas rodadas de compras e gastos é conhecida dentro da economia como efeito indireto, como já mencionado anteriormente.

A hotelaria, nesse contexto, torna-se imprescindível para a economia turística. A existência de meios de hospedagem é condição fundamental para turismo, uma vez que, para ser considerado turista, o visitante deve pernoitar na localidade. A capacidade de hospedagem do destino, é, muitas vezes, utilizada como indicador das dimensões do fluxo turístico receptivo. A categoria e a qualidade dos estabelecimentos determinam o perfil do visitante que a comunidade recebe e, ao mesmo tempo, são por ele determinadas (Santos, 2005).

2.3.1. Geração de Renda

O turismo promove renda para os empregadores de hotéis, restaurantes, empresas de transporte, lugares de lazer e entretenimento e, em menor grau, para muitos negócios comerciais vizinhos. Esses negócios, por sua vez, consomem produtos dos ofertantes locais, como por exemplo, o alimento consumido no restaurante que tem que ser comprado de um vendedor do lugar, fazendo com que as necessidades sejam satisfeitas pela agricultura e pelo transporte da localidade.

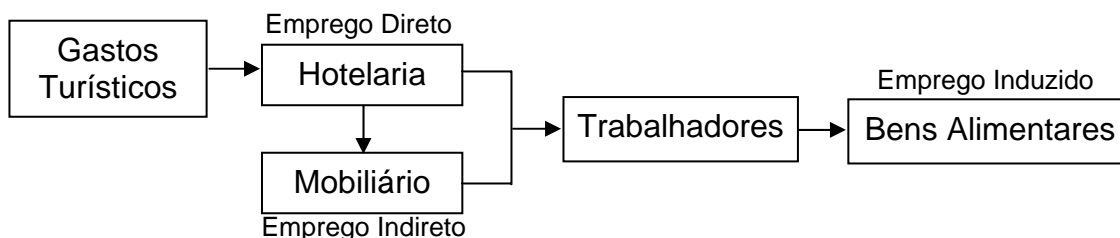
Fernandes & Coelho (2002) menciona que o multiplicador de renda pode ser entendido com a mensuração da renda adicional gerada na economia devido ao aumento no gasto turístico. O efeito multiplicador representa o fenômeno pelo qual algum decréscimo ou acréscimo inicial dos gastos totais irá ocasionar uma elevação ou uma diminuição mais do que proporcional do nível da renda nacional. Segundo Lage & Milone (2001) parte do dinheiro gasto pelos turistas em restaurantes, hotéis e atrações de lazer vai, assim, para o salário dos empregados que, por sua vez, pagam aluguel e compram alimentos. O total da renda obtida neste processo pode ser bem maior do que a soma inicialmente gasta pelos turistas. Esse é o efeito multiplicador e pode ser expresso em termos quantitativos indicando quanto da renda total irá aumentar como resultado dos gastos turísticos.

2.3.2. Emprego

Segundo Cunha (1997) pelo fato do turismo não ser um setor econômico independente e em virtude das características específicas na produção turística, não é possível determinar diretamente, a partir da oferta, a contribuição do turismo para o emprego. Por outro lado, os efeitos do turismo sobre o emprego não se esgotam na produção turística direta. As despesas turísticas dão origem a criação direta de empregos (emprego direto) pelo aumento da capacidade produtiva do turismo na hotelaria, em restaurantes ou na prestação de outros serviços; ou seja, há empregos diretos criados pelo turismo derivados da prestação de serviços consumidos pelos turistas sem negócio intermediário. Este aumento de capacidade arrasta a expansão de outras atividades que fornecem bens e serviços aos equipamentos ou estabelecimentos que constituem o setor produtivo turístico dando origem a criação de novos empregos (empregos indiretos). Atividades aparentemente estão afastadas do turismo, como a produção de mobiliário, maquinário, industrial, agricultura, eletricidade, gás, têxteis, cerâmica ou cutelaria, constituem exemplos de atividades criadoras de emprego gerado indiretamente pelo turismo. Uma parte dos rendimentos gerados pela produção turística é aplicado pelos respectivos receptores na procura de bens e serviços que impulsiona outros setores de atividades ao corresponderem ao aumento da procura assim gerada.

Conforme Fernandes & Coelho (2002 p. 93) o multiplicador de emprego mede o montante total de empregos criados em consequência de uma unidade adicional de gasto turístico. Conforme nos mostra a Figura 2, a expansão destes setores origina novos empregos de forma induzida (emprego induzidos). As alterações do emprego provocadas diretamente pelas despesas turísticas denominam-se efeitos primários e as alterações indiretas e induzidas denominam-se efeitos secundários. Um e outros, não são, porém fáceis de avaliar, em primeiro lugar, porque o turismo sendo um produto composto abrange ou interfere com uma grande multiplicidade de atividades, algumas das quais se destinam, predominante, à produção de bens e serviços consumidos diretamente pelos turistas, mas outras destinam-se a produzir para os residentes como já se referiu a propósito da produção turística.

Figura 2
Efeitos Multiplicadores do Turismo



2.3.3. Receita Tributária

Como qualquer outra atividade econômica, o turismo está sujeito à tributação e, por essa via, contribui para as receitas fiscais do Estado e outras entidades autônomas tais como os órgãos locais e regionais de turismo e as autarquias. Assim como as repercussões dos gastos e das receitas turísticas não se esgotam no momento da sua realização, antes dão origem a transações que se prolongam por toda a cadeia do processo produtivo, também as receitas fiscais proporcionadas pelo turismo têm origem ao longo de toda cadeia do processo produtivo.

A sua determinação só é possível pela análise das relações interindustriais por forma determinar os impostos gerados, direta, indireta e induzidamente pelas receitas turísticas.

O benefício econômico resultante das receitas arrecadadas pelo Estado centra-se nos impostos que se cobrem diretamente sobre os rendimentos originados no processo produtivo e no consumo dos turistas, mas a estes devem acrescentar-se os impostos arrecadados indiretamente de outras atividades cuja produção é determinada pelo turismo em virtude das inter-relações que com ele estabelecem. Mesmo desconhecendo-se o valor dos impostos assim originados, pode-se afirmar que o turismo contribui para receitas fiscais, transformando-se em um dos mais importantes sustentáculos do funcionamento do Estado.

Conforme Cunha (1997), temos os seguintes tipos de incidência de tributos no turismo:

Impostos que incidem sobre o turismo

- Incidentes fiscais que incidem sobre os consumos dos turistas
 - Impostos e taxas incidentes sobre bens e serviços:
 - IVA, taxa de aeroporto, taxa de saída, impostos alfandegários, taxas devidas pela passagem de passaportes e vistos, taxa para fotografar ou filmar monumentos, **taxa de estada em hotéis**;
- Impostos que incidem sobre transações e rendimentos gerados pelo processo produtivo do turismo.
- Impostos diretos:
 - sobre rendimentos das pessoas físicas;
 - sobre rendimento das sociedades.
- Impostos Indiretos:
 - Ligados a produção;
 - Ligados a importação

Segundo Fernandes (2002, p. 93)

O tamanho da contribuição fiscal oriunda do turismo, num determinado país ou região, vai depender das características de cada um com respeito às praticas relacionadas a tributação. A política tributária praticada, o nível das alíquotas dos impostos, a intensificação da fiscalização e a eficiência da cobrança de contribuintes faltosos influenciam numa maior ou menor tributação.

Nos Estados Unidos, as receitas fiscais geradas diretamente pelas despesas de viagens, tanto de residentes, como de não residentes, atingiram US\$ 51,6 mil milhões em 1992, ou seja, o equivalente a 14,2% do total das receitas turísticas do país, que se considera com uma percentagem elevada dado que o turismo representa 6% do produto nacional bruto americano. Na Espanha as receitas fiscais provenientes do turismo representam entre 7 e 8,5% do total das receitas fiscais do país, ou seja, uma percentagem próxima da participação do turismo no PIB

espanhol. Por sua vez, o *World Travel & Tourism Council* calculou que o turismo e as viagens dão origem a US\$ 654 mil milhões de receitas fiscais, em nível mundial, o quê representa 19,2% do total da produção bruta gerada por estas atividades. É notório que o Estado suporta despesas significativas com o turismo, em particular com os investimentos públicos em infra-estrutura turística onde os residentes passam a ser os principais beneficiários, despesas de promoção no estrangeiro e no próprio país e despesas correntes da administração pública, mas os gastos que efetua ficam, geralmente, além das receitas que aufera. Isso significa que o turismo suporta suas próprias necessidades em gastos públicos e ainda contribui para outros fins do Estado e das autarquias.

3. O SEGMENTO HOTELEIRO NO BRASIL

3.1 Contribuições Preliminares

A hotelaria é uma atividade de serviços que possui suas próprias características organizacionais. Sua principal finalidade é o fornecimento de hospedagem, segurança, alimentação e demais serviços inerentes à atividade de receber. No caso específico do Brasil, Saab (1999) assim caracteriza o setor :

O Brasil é um país ainda com pouca tradição no setor hoteleiro. Aqui, a hotelaria teve origem com as hospedarias pertencentes aos portugueses, na maioria das vezes localizadas na própria moradia do proprietário. O primeiro hotel, de classe internacional, foi instalado no Rio de Janeiro em 1816, sendo de propriedade do francês Louis Pharoux. A partir de então, surgiram pequenos hotéis, que incorporavam características de hotéis europeus em seus serviços e instalações. Somente após a Segunda Guerra Mundial, com as grandes transformações tecnológicas e o desenvolvimento industrial crescente, a hotelaria brasileira passou a se aperfeiçoar e criar conceitos próprios, diferenciando as diversas categorias de estabelecimentos e criando regras e normas que direcionassem suas atividades, embora alguns hotéis, inaugurados em época mais recente, como o Copacabana Palace e o Hotel Glória (em 1923 e 1922, respectivamente), ainda reproduzissem o padrão europeu. (Saab, 1999, p. 15)

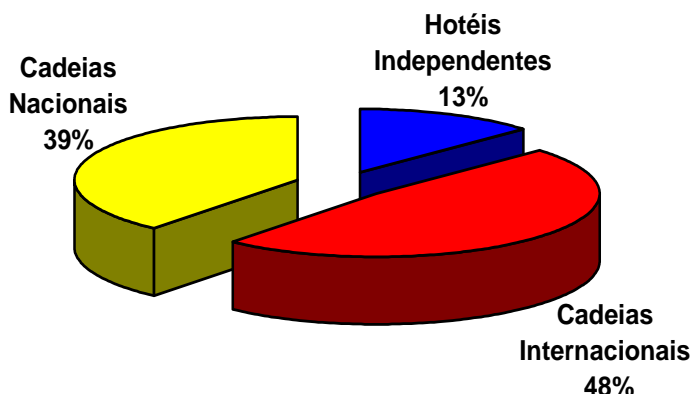
Em nível internacional, segundo Amazonas - jornalista e pesquisadora do segmento hoteleiro - o segmento é bem mais antigo do que se imagina. Comerciantes que negociavam entre a Europa e o Oriente, no século VI a.C, utilizavam-se do serviço de hospedagens, disponibilizados em partes de residências ou quartos durante suas viagens. Nos primórdios da hotelaria, o conforto, a higiene e a privacidade não eram requisitos essenciais como atualmente. Geralmente, os quartos das hospedarias acomodavam em um único espaço diferentes pessoas. Os banheiros não eram privativos e os hóspedes mesmo se serviam. Havia casos, entretanto, de hospedarias com um conceito superior, que recebiam pessoas de classes mais abastadas, oferecendo serviços de qualidade. Em seu processo natural de evolução através dos tempos, a hotelaria foi se aprimorando, assimilando e aplicando novos conceitos. Leis de regulamentação de preços, aumento na qualidade dos serviços, na higiene e na alimentação foram apenas algumas das melhorias que foram acontecendo. No Brasil, a cidade do Rio de Janeiro, particularmente se destacou na evolução dos meios de hospedagem, com contribuições a partir do século XVIII, onde começaram a ser erguidas estalagens, casas de pensão, hospedarias e tavernas que passaram a utilizar a denominação “hotel”, para melhor conceituar seu estabelecimento e casas de pasto, que no início ofereciam apenas refeições, passando a oferecer, posteriormente quartos para dormir. Com o passar das décadas e a evolução natural do segmento, fez com que o movimento em busca da melhoria dos serviços ofertados e incrementados na hotelaria, isto decorrentes da entrada de novas cadeias hoteleiras internacionais no Brasil, faz com que o produto turístico brasileiro represente um importante fator de competitividade.

3.2. Características Gerais da Hotelaria Brasileira

A hotelaria brasileira está dividida em três grandes grupos: cadeias nacionais, internacionais e os hotéis independentes, conforme segue Figura 3:

Figura 3

Distribuição das Principais Cadeias Hoteleiras Nacionais e Internacionais e dos Hotéis Independentes no Brasil (Em Unidades Hoteleiras)



Fonte: BNDES (2001)

A Figura 3 demonstra que as grandes cadeias hoteleiras nacionais representam pouco mais de um terço da oferta hoteleira brasileira. Segundo *Horwath Consulting & Soteci* Auditores independentes S/C em classificação realizada em janeiro de 1999, dentre as principais cadeias hoteleiras que atuam no Brasil, três são de origem nacional – Othon, Transamérica e Tropical que ocupam, respectivamente, a 2ª, 4ª e 5ª posições entre as maiores redes. Não obstante, as cadeias internacionais de hotelaria dominam o setor no Brasil, com quase a metade dos hotéis. Já os hotéis independentes, representam 13%. Esses hotéis compõem um nicho de mercado tipicamente fidelizado, construído principalmente a partir da composição de uma identidade própria. Percebe-se ainda que os mesmos, na sua grande maioria, possuem administração familiar.

3.3. O Valor da Produção do Setor de Hospedagem

Recente estudo, resultado de convênio do Ministério do Turismo, Embratur e SEBRAE, com entidade executora Fipe teve como objetivo analisar a dimensão e a estrutura econômica das atividades de hospedagem no país. Buscou, ainda, analisar

suas inter-relações na estrutura produtiva da Economia e sua importância no processo de geração de emprego e renda.

De acordo com a Fipe (2006) os formuladores de política econômica estão constantemente definindo alocação de recursos escassos entre projetos concorrentes.

Em geral, dada a restrição orçamentária, deve-se eleger um conjunto de projetos para os quais esses recursos serão destinados. A comparação entre projetos alternativos deve, sempre que possível, utilizar critérios técnicos (e não apenas políticos) para subsidiar uma escolha mais racional.

Para uma análise dos impactos dos gastos do setor de hospedagem sobre os setores produtivos e as cinco macro-regiões brasileiras, são necessários demonstrativos preliminares para se chegar ao resultado esperado. A partir das informações foram obtidas as estimativas do valor bruto da produção e o valor adicionado do setor de hospedagem, 2002, em R\$ mil. De posse dessas informações mencionadas, chegou-se aos indicadores estruturais do setor de Hospedagem para 2002:

Tabela 2.
O Valor da Produção do Setor de Hospedagem
(2002)

Regiões	Valor da Produção	% do total
Norte	136,865	2,88
Nordeste	817,078	17,20
Centro-oeste	353,566	7,44
Sudeste	2,760.869	58,13
Sul	681,128	14,37
TOTAL	4,749.506	100

Fonte:Fipe 2006

Observa-se na Tabela 2 que a região sudeste é a que possui um maior valor de produção hoteleira, isto também por representar uma região que possui maior número de leitos com destaque para São Paulo. A região representa no todo mais do que as outras regiões todas juntas. Em segundo vem a região nordeste com R\$

817.078,00. Como não poderia deixar de ser diferente, a região destaca-se como destino turístico nacional e internacional por suas belas praias.

O setor de hospedagem é, também, uma das atividades que propicia menor “fuga” de recursos da região onde está instalado. Ou seja, do total da produção gerada direta e indiretamente no País pela hospedagem no Nordeste, por exemplo, 81,9% são internalizados na própria região. Na região Sudeste a relação chega a 94,6%. (Fipe, 2006, p. 15)

3.4. Emprego e Hotelaria

Tabela 3.
Pessoal Ocupado, Setor de Hospedagem, 2002, em mil

Regiões	Pessoal Ocupado	% do total
Norte	7,309	3,05
Nordeste	46,348	19,35
Centro-oeste	18,010	7,94
Sudeste	127,552	53,26
Sul	39,274	16,40
TOTAL	239,493	100,00

Fonte: Fipe 2006

De acordo com a Tabela 3 acima, percebe-se que o setor de hospedagem manteve um total de 239 mil pessoas ocupadas. De acordo com a Fipe a região sudeste que mais uma vez destaca-se com 127,552 mil. Essa região beneficia-se do desempenho do setor de hospedagem de duas maneiras distintas: diretamente por absorver grande parte dos gastos em alojamentos e indiretamente por se beneficiar de gastos de hospedagem em outras regiões. Dada a estrutura produtiva da economia brasileira, muitos dos insumos necessários para a produção do “bem hospedagem” são produzidos no sudeste, fazendo com que ocorram “vazamentos”

dos efeitos multiplicadores para esta região, mesmo que a origem dos gastos se dê em outra localidade.

Ainda de acordo com a Fipe (2006) ressalta-se, contudo, que quando comparado a outros setores, o setor de hospedagem é capaz de internalizar mais intensamente os efeitos multiplicadores na região em que localiza com implicações positivas para seu papel no desenvolvimento regional.

Com relação ao Valor da Produção requerida para a geração de uma unidade de emprego (em R\$) na atividade tem-se a Tabela 4 a seguir:

Tabela 4.
Valor da Produção da Atividade Requerida para Geração de uma Unidade de Emprego (em R\$)

Setor de atividade	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-oeste	Região Sudeste	Região Sul	Média Geal
HOSPEDAGEM	16.195,4	13.331,9	15.127,1	17.840,7	14.678,0	16.198,6
CONSTRUÇÃO CIVIL	29.830,2	21.636,5	26.046,0	30.640,2	29.890,2	28.033,0
INDÚSTRIA TÊXTIL	24.541,7	20.117,8	25.734,2	29.583,4	30.523,6	27.435,2
SIDERURGIA	71.697,3	43.324,2	69.561,1	69.561,1	72.673,6	68.205,9

Fonte: EMBRATUR - Fipe 2006

De acordo com a Tabela acima, podemos verificar que o setor de hospedagem é o que apresenta menor custo para gerações de novas unidades de emprego. Para cada R\$ 16 mil reais agregados à produção obtem-se uma unidade de emprego. Analisando o setor de construção civil são necessários um investimento de 42% a mais que o investimento no setor de hospedagem para gerar a mesma unidade de trabalho. Isto permite-nos concluir que o custo da geração de emprego na hotelaria é um dos mais baixos da economia brasileira, exigindo um valor de produção de R\$ 16 mil. Se compararmos com outros setores como construção civil e têxtil, observamos que o valor para gerar emprego requer quase o dobro (cerca de R\$ 28 mil), enquanto a siderurgia representa o quádruplo (R\$ 68 mil).

3.5. Impactos Totais da Hotelaria

Ressalta-se aqui novamente que para medir os impactos econômicos do setor de hospedagem, o estudo utiliza dados secundários do IBGE de 2002 (os mais atualizados até o momento para área de serviços) e outros bancos de dados para fazer comparativos com relação a emprego e recursos. Nesta pesquisa são verificados os seguintes impactos: emprego, valor da produção e valor adicionado. Já os cálculos foram baseados no Modelo de Leontief (Matriz de Insumo-Produto), que leva em conta os efeitos diretos e indiretos (multiplicadores). Os resultados refletem a interdependência produtiva do setor e a distribuição espacial das atividades produtivas.

Destaque para os resultados:

IMPACTOS DIRETOS:

- Empregos :240.000;
- Valor da Produção: R\$ 4,8 bilhões;
- Valor Adicionado: R\$ 2,5 bilhões

IMPACTOS TOTAIS:

- Empregos: 300.000;
- Valor da Produção: R\$ 8,7 bilhões;
- Valor adicionado R\$ 4,4 bilhões.

4. EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

4.1 Portugal

O estudo intitulado como “O Impacto do Turismo na Economia Portuguesa” foi elaborado pela Confederação do Turismo Português, por meio da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. O estudo foi dividido em dois relatórios que servirão de subsídios para este capítulo.

Como já visto ao longo deste trabalho, o turismo é, na sua essência, um fenômeno de procura onde o que conta não é tanto o que é adquirido, mas a situação provisória na qual se encontra o consumidor. Do ponto de vista econômico é importante analisar como funciona a correspondência entre a procura e a oferta turística, bem como consequências que esta oferta poderá ter nas variáveis macroeconômicas de uma determinada economia.

Portugal, no contexto internacional representa uma pequena parcela do turismo internacional. No entanto, em termos geográficos insere-se em espaços com dimensões muito relevantes no turismo mundial, caso da Europa. O continente é líder mundial em turismo, mais especificamente a Europa do Sul, que representa cerca de 16% das chegadas totais de turistas, que se traduziram em cerca de 1% das receitas mundiais em turismo. Sendo uma pequena economia aberta, estes valores apresentam, no entanto importância considerável, que no equilíbrio das contas externas de Portugal quer na dinamização da própria estrutura produtiva.

4.2 Economia Portuguesa e o Turismo

Segundo o estudo, o efeito econômico direto do turismo numa determinada economia resulta da adição dos agregados gerados pelo Turismo e pelos restantes setores de atividade quando a sua produção se destina a um consumo turístico. Ainda de acordo com o estudo o impacto do turismo na economia não se limita apenas a gerar valor acrescentado nos setores que satisfazem a totalidade da

procura turística. É importante também analisar de que forma o sistema econômico reage, em conjunto, a um determinado tipo de procura e valorizar os efeitos induzidos por essa procura, que no caso do turismo assumem especial importância.

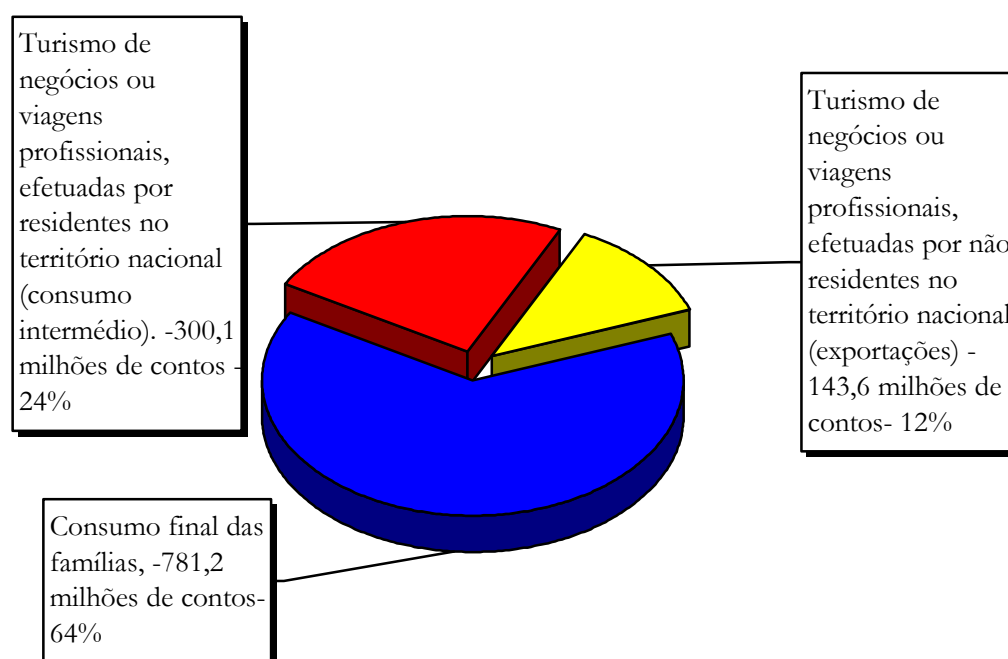
“ O emprego, direta e indiretamente, criado pelo turismo é um componente importante do impacto que este setor introduz no conjunto da economia” (O Impacto do Turismo na Economia Portuguesa. p. 6)

4.2.1 Agregados Econômicos

O ramo Turismo forneceu aos restantes ramos cerca de **300,1 milhões de contos** em serviços, enquanto para consumo final (Consumo Privado Turístico) forneceu **781,2 milhões de contos**.

Figura 4.

Distribuição relativa dos empregos do ramo Turismo, em 1995.



Fonte: Confederação do Turismo Português – 2005

O consumo final das famílias aparece com maior destaque na Figura 4, sendo 781,2 milhões de contos, representando 64%. A porcentagem de turismo de negócios ou viagens profissionais, efetuadas por não residentes no território nacional, representa somente 12%. Isto porque a Espanha detêm grande parte deste turismo. Trata-se, portanto, de um ramo mais vocacionado para satisfazer o consumo final efetuado pelas famílias do que para responder às solicitações do sistema produtivo. Ou seja, reflete-se assim o peso substancialmente superior do turismo de lazer (financiado pelas famílias) sobre o turismo de negócios ou viagens profissionais (sobretudo financiado pelas empresas ou instituições do estado).

5. A HOTELARIA BRASILEIRA NO CENÁRIO INTERNACIONAL: LIMITES E POTENCIALIDADES

5.1. Limites da Hotelaria no Brasil

5.1.1. Recursos Humanos: Qualificação

É usual afirmar-se que a administração hoteleira pode ser entendida como de qualidade quando o hoteleiro se coloca no lugar do hóspede. Esse jargão profissional sugere que todo processo de bom atendimento e andamento na hotelaria, deve levar em consideração as opiniões do foco mais importante e interessado do processo: o hóspede. Organização significa uma estrutura material e humana capaz de possibilitar a execução de uma tarefa/trabalho de maneira eficiente e eficaz.

Citando aqui novamente Saab (2005), ele afirma que existem dois tipos de organização: tradicional e a moderna. Na forma tradicional, o hóspede é a base da pirâmide hierárquica e, na moderna, a Presidência do grupo empresarial passa a ser a base da pirâmide. No modelo tradicional, a administração centraliza-se quase que unicamente nas mãos de uma única pessoa, onde há “ordens” e assim as mesmas devem ser seguidas sem questionamentos, liberdade de idéias ou de opiniões, mesmo que esses possam servir ao crescimento do estabelecimento hoteleiro. Geralmente, prevalecem as estruturas organizacionais do tipo divisional, com setores e subsetores trabalhando de forma a realizar somente sua função da maneira mais competente possível e conforme suas especializações.

No modelo moderno, há uma integração completa entre as diversas atividades e níveis hierárquicos da estrutura organizacional – diretores, gerências, departamentos e setores. O organograma do hotel deixa de ser hierárquico, passando a ser funcional como forma de se definir responsabilidades. A estrutura é enxuta e flexível, de modo a se obter maior agilidade e melhor resultado. O funcionário tem uma visão e conhecimento amplo de todo o hotel, possibilitando a rotatividade entre funções quando assim se torne necessário. Neste caso, o mesmo passa a ser visto como um excelente funcionário, deixando de ter uma visão diminuída de sua capacidade, tornando-se peça chave deste grande quebra-cabeça

chamado hotel. O processo de tomada de decisão, a delegação de competência está cada vez mais próxima da operação. As equipes de trabalho estão passando a ser multidisciplinares e multifuncionais.

Quanto ao crescimento profissional dentro do segmento, as estruturas organizacionais estão reduzindo para três ou quatro níveis de hierarquia, as organizações/funcionários passam a ter uma visão mais global do empreendimento e com isso adquirindo novas competências. As organizações estão se tornando cada vez mais enxutas.

Seja qual for o tipo de organização, o interesse principal será sempre oferecer qualidade e para isto cada vez mais são necessários profissionais capacitados e aptos a exercerem tais funções. Uma análise mais detalhada do setor hoteleiro evidencia que se trata de um processo sincronizado onde há necessidade de um suporte estrutural e de um funcional muito bem articulados. O desenvolvimento desorganizado dos serviços em um hotel irá gerar uma falha grave. Será pouco eficaz ter um serviço de recepção perfeito junto a um de arrumadeira de péssima qualidade.

Fica evidente que é necessário um planejamento sistemático dos processos que estão gerando esses serviços. Dentre os departamentos existentes dentro de um hotel, seja ele de grande ou pequeno porte, destacamos: - Hospedagem; - Comercial; - A&B (Alimentos e Bebidas); - Administração; - Manutenção; e - Recursos Humanos

Dentro do departamento de *hospedagem* destaque para função de recepcionista e a de governanta³. No *comercial* destaque para Gerente de Contas que é aquele que vai as agências de viagens e empresas com função de “vender” o hotel para esses clientes. Em *alimentos e bebidas (A&B)* destaque para função de Chefe de Cozinha que supervisiona o *mise en place* dos diversos setores, solicita e acompanha recebimento de mercadorias e as rotinas dos serviços e elabora os cardápios para os bares, restaurantes e banquetes⁴. No departamento *administrativo*

³ A recepcionista é o *front office* do hotel e desempenha papel importante, tendo como principais funções: venda de hospedagem para *walk-in*, registro dos hóspedes, mudança dos hóspedes de apartamento, *check-in* e *check-out*. A governanta planeja o trabalho das arrumadeiras, elabora o relatório de discrepância e libera os apartamentos para venda.

⁴ Outro destaque: garçom que prepara o *mise en place* para os devidos serviços: café da manhã, almoço, jantar, banquetes, coquetel etc. e ainda serve os pedidos solicitados.

destacamos contas a pagar e contas a receber, ambos os nomes indicam a função. Finalmente, em *recursos humanos* temos: recrutamento, seleção e treinamento.

Nas diversas atividades de hotelaria que o compõe, cada profissional precisa se qualificar sempre para acompanhar as mudanças de perfil do hóspede. Segundo CASTELLI (2001), manter e melhorar continuamente a qualidade no fornecimento dos bens e serviços hoteleiros tornou-se um desafio permanente, uma questão de sobrevivência e uma arma estratégica para as empresas do setor. Por este motivo é que a qualidade do serviço na hotelaria constitui uma questão de sobrevivência empresarial.

Na atualidade, o nível praticado pela maioria dos hotéis no Brasil ainda está distante do padrão exigido internacionalmente. Tipicamente, um hotel brasileiro apresenta um administrador (sendo o gerente geral do hotel) uma recepcionista, uma camareira, uma copeira e um captador de hóspede (gerente de contas). Na maioria dos casos, apenas o administrador possui nível superior completo em turismo e/ou hotelaria. Os outros empregados possuem segundo grau completo. Para a recepção o exigido é a fluência de idiomas, principalmente inglês. Nas outras funções exige-se experiência.

A presença das redes internacionais, no país, tem contribuído para maior qualificação da mão-de-obra hoteleira, bem como na melhoria da qualidade dos serviços prestados. Não obstante, a maioria dos profissionais formados em turismo e/ou hotelaria encontram-se no mercado de trabalho em outros segmentos diferentes da hotelaria, principalmente eventos e agências. Há carência desses profissionais administrando “profissionalmente” de maneira correta esta grande máquina chamada “hotel”.

5.1.2 Gestão Familiar ou Empresarial

A atual situação do segmento hoteleiro no Brasil tem sido muito influenciada pela entrada de novas cadeias hoteleiras internacionais no Brasil, que tem difundido a profissionalização no setor. Não obstante, ainda são observados alguns problemas intrínsecos, como administração pouco profissionalizada, mão-de-obra pouco

especializada e estrutura desbalanceada na oferta de unidades. O estudo “O segmento Hoteleiro no Brasil” desenvolvido pelo BNDES, demonstra que os problemas gerais do turismo⁵, associados aos específicos do segmento hoteleiro, acarretam elevados custos de manutenção e hospedagem, baixa qualidade e produtividade, maior influência na sazonalidade e baixa taxa média de ocupação, tudo isso contribuindo para que alguns produtos turísticos brasileiros ainda registrem preços elevados, tornando-se assim, pouco competitivos em nível internacional.

Algumas ações específicas que estão sendo iniciadas pelo segmento hoteleiro necessitam ter continuidade como: investimento em capacitação profissional, visando o aprimoramento da administração dos hotéis e a melhoria da qualidade dos serviços prestados, são alguns exemplos de modo a tornar os empreendimentos hoteleiros mais competitivos a até mesmo diferenciá-los entre hoteleiros com administração familiar, dos que possuem gestão dita empresarial.

Podemos citar como gestão empresarial as grandes cadeias hoteleiras internacionais. Sua liderança no mercado mundial se deve, sobretudo, aos seguintes fatores: maior capacidade de concentração, mais investimentos em “marketing”, serviços altamente padronizados, elevado padrão de acomodações e em geral, política flexível de preços e condições, ótima qualificação dos gestores e seleção cuidadosa do quadro de pessoal e esquemas de “franchising” e de contratos de gestão, que ampliam o alcance de seu mercado, com investimentos limitados.

Já em hotéis ditos gestão familiar, o contrário acontece. Não há investimentos em marketing. O proprietário acredita que só o fato de estar há algum tempo no mercado já é uma garantia de continuidade. Há uma tendência de se acreditar na inutilidade da padronização dos serviços, pois “cada caso é um caso”. Não obstante, o problema maior encontra-se na qualidade dos gestores e na seleção de seus funcionários. O gestor, em quase 99% dos casos, é o próprio dono e este coloca sua família para administrar o empreendimento. Percebe-se a inexistência de padrões de atendimento modernos e sim os mesmos de 30 anos atrás, defasados e que podem até funcionar, mas deixam o empreendimento em desvantagem de seus concorrentes que estão cada vez atualizados.

⁵ Fatores como a pouca divulgação e a imagem turística externa negativa.

Há os hotéis ainda ditos independentes que em sua maioria são bastante tradicionais e alguns deles se encontram associados a cadeias internacionais que congregam hotéis independentes de reconhecida e elevada qualidade e mesmo com cenário cada vez mais competitivo constituem um nicho de Mercado tipicamente fidelizado, construído principalmente a partir da composição de uma identidade própria. Como destaque de hotéis independentes no Brasil, conforme dados da Embratur, mencionados em estudo intitulado “ Panorama descritivo sobre os hotéis independentes no Brasil,” agosto 2000, apresentamos a Tabela 5.

Tabela 5.
Hotéis Independentes no Brasil

Hotéis Independentes	Localização
Maksoud Plaza	São Paulo/SP
L´Hotel	São Paulo/SP
Grand Hotel Ca´d´Oro	São Paulo/SP
Casa Grande Hotel	Guarujá/SP
Hotel Glória	Glória/RJ
Carlton Rio Atlântica Hotel	Copacabana/RJ
Rio International Hotel	Copacabana/RJ
Hotel do Frade &Gold Resort	Angra dos Reis/RJ
Ouro Minas Palace	Belo Horizonte/MG
Naoum Plaza Hotel	Brasília/DF
Kubitschek Plaza	Brasília/DF
Grand Hotel Rayon	Curitiba/PR
Fiesta Bahia Hotel	Salvador/BA
Catussaba Hotel	Salvador/BA
Recife Palace Lucsim Hotel	Recife/PE
Jatiúca Resort Hotel	Maceió/Al
Ocean Palace	Natal/RN
Esplanada Praia Hotel	Fortaleza/CE

Fonte: PANORAMA DESCRITIVO SOBRE OS HOTÉIS INDEPENDENTES, NO BRASIL /Bndes 2000.

Como destaque da Tabela 5, podemos destacar:

Maksoud Plaza _ O hotel Maksoud Plaza é administrado pela H.M Hotéis e Turismo S.A. - empresa controlada pela família Maksoud -, até 1999 considerada a segunda maior do segmento hoteleiro em São Paulo;

Hotel Glória – Dentre os mais tradicionais hotéis do Rio de Janeiro, é controlado pela família Tapajós, inaugurado em 1922 para abrigar as comemorações do Centenário da Independência do Brasil.

Kubitscheck Plaza – O hotel localizado em Brasília, controlado pelo Grupo Paulo Octavio (divisão de hotelaria) também proprietário do Manhattan Plaza, na mesma cidade; data de 1990, sendo considerado um dos mais modernos da cidade.

Os hotéis independentes no Brasil, em sua grande maioria, bastante tradicionais, vêm auferindo, nos últimos anos, certificados e prêmios de qualidade. Além disso, alguns destes hotéis encontram-se associados a cadeias internacionais que congregam hotéis independentes de qualidade elevada reconhecida. Como já dito ao longo deste trabalho, esses hotéis possuem nicho de mercado tipicamente fidelizado, construído principalmente a partir de uma composição de uma identidade ou personalidade própria, com atributo da personalidade caracterizando a prática negocial cotidiana e integrando parte de seu aviamento.

Outro destaque seria a entrada de cadeias hoteleiras internacionais no Brasil, nos últimos anos, a destacar: Accor, Best Western, Sol Meliá, Hilton, Clud Méd, Posadas, Marriott.

A rede Accor, em particular, é o maior grupo do setor hoteleiro no mundo, estando presente em 131 países. Além de maior filial no mundo, a Accor Brasil é o maior grupo hoteleiro no Brasil⁶. Foi também a primeira empresa do país a possuir uma Universidade Corporativa. Pela Academia Universidade de Serviços passaram 16 mil pessoas apenas durante o ano de 2000, quando o grupo empregava 20 mil colaboradores. A Accor investiu R\$ 8 milhões somente no ano passado na formação de pessoas. Para um grupo que espera gerar dois mil novos postos de trabalho a cada ano, a área de recursos humanos e educação tem importância estratégica.

⁶A Accor no Brasil conta com 50% de participação acionária do grupo francês Accor, também responsável por sua gestão, com 40% do grupo canadense Brascan e 10% do português Espírito Santo.

5.2 Potencialidades da Hotelaria no Brasil

5.2.1 Elevada Rentabilidade

Como já dito ao longo deste trabalho, para que ocorra o fenômeno turismo, necessariamente tem que existir os meios de hospedagem. Dentro desta realidade, cada vez mais investidores percebem esta necessidade e assim investem em hotéis urbanos destinados ao atendimento do turismo de negócios, em São Paulo e em grandes centros urbanos.

Já na cidade do Rio de Janeiro há uma particularidade: centro diferenciado que une as duas pontes mais destacadas do turismo, o de lazer e o de negócios, principalmente tendo em vista a realização dos Jogos Pan-Americanos de 2007 na Capital Fluminense.

Segundo Eraldo Alvez da Cruz, Presidente da ABIH, em todo país, observam-se investimentos. Há um mapa de investimentos na hotelaria, de iniciativas já certas, em plena construção para 2007 atingindo o montante de 142 hotéis, ou R\$ 6,124 bilhões em investimentos, construindo 44.751 apartamentos, gerando 59.602 empregos indiretos e 14.901 empregos diretos. Estes empreendimentos estão localizados na sua grande maioria na região sudeste, porque o interior do Estado de São Paulo está sendo muito cobiçado por todas as grandes empresas, tanto brasileiras, quanto estrangeiras.

Já quando falamos em turismo de lazer, podendo ser denominado aqui como turismo de massa, o mesmo tem demonstrado um fôlego animador. Neste setor, investidores europeus de médios grupos hoteleiros, em sua maioria portugueses e espanhóis, vem apostando no crescimento do turismo brasileiro, comprando hotéis já existentes ou, então, implementando novas unidades principalmente na região nordeste. Um dos segmentos ainda a ser explorado é o de *resorts* que somente tem destaque em todo litoral do Nordeste, que já possui varias unidades, porém outras áreas do nordeste, norte, Amazônia, Pantanal e Lençóis Maranhenses são alguns dos grandes exemplos ainda a serem explorados.

O desenvolvimento econômico e o turismo estão intimamente interligados. Observa-se a partir de 1999, planos de aberturas de novos hotéis, com tendência, no que tange o turismo interno observando-se neste período o significativo crescimento do turismo nacional. Este crescimento do turismo deve a sua grande fatia, ao segmento hoteleiro. Um exemplo desta realidade pode ser evidenciado pelo investimento, em aproximadamente US\$ 250 milhões, na Costa do Sauípe, situada a cerca de 80Km da região Central de Salvador (Bahia) em área de propriedade do grupo Odebrecht, na construção de cinco hotéis de primeira linha e de suas pousadas temáticas, gerando cerca de 1.650 leitos. O litoral do Nordeste vem despontando como grande receptor de investimentos turísticos mundiais, nos moldes de como já ocorre com os destinos turísticos da América Central.

Há de se destacar o enorme potencial ou vocação turística dos Estados que compõem a região, tendo em vista seus diversos atrativos, tais como as diversidades artísticas, cultural, folclórica, gastronômica, musical e religiosa, as extensas áreas costeiras (praias), o vasto patrimônio histórico (igrejas, fortes e fortalezas), as regiões de dunas (como as localizadas em Natal/RN) e as suas festas e manifestações populares (carnaval, danças populares e festas juninas e religiosas). Citando aqui novamente o Presidente da ABIH, o mesmo destaca que a hotelaria representa a espinha dorsal da indústria do turismo, sendo também uma significativa atividade empregadora com cerca de 550 mil empregos diretos.

Nos grandes centros como Rio de Janeiro, São Paulo e a região nordeste há uma grande oferta em relação ao parque hoteleiro. O Estado de São Paulo responde por cerca de 34% do pessoal ocupado e 42% da receita líquida dos serviços de alojamento e alimentação no Brasil, segundo a Pesquisa Anual de Serviços (PAS), do IBGE 2002. A importância relativa do Estado deve-se, em grande medida, ao fato de o município de São Paulo ser o maior centro de turismo de negócios do país. Segundo a fundação *São Paulo Convention & Visitors Bureau*, das 170 principais feiras que aconteceram no país em 2003, 150 foram realizadas nessa cidade. Destaque, ainda, que a capital paulista é o maior pólo cultural e gastronômico do Brasil, atraindo o segundo maior fluxo de turistas que vêm do exterior, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro.

De acordo com o Anuário Estatístico Embratur 2003, considerando o fluxo de 1,6 milhão de turistas estrangeiros que visitaram o Estado, 40% eram europeus, 27% sul-americanos e 26% norte-americanos. Ainda segundo essa fonte, 57% dos turistas vêm a negócios, enquanto 23% são participantes de congressos e convenções. A cidade detém o mais sofisticado setor hoteleiro do país. Segundo o Anuário Estatístico da Embratur 2003, o Estado de São Paulo contava com cerca de 4.300 hotéis, correspondendo a cerca de 50 mil apartamentos, distribuídos entre as principais redes nacionais e internacionais de hotéis. Segundo a pesquisa “Raio-X da Hotelaria Brasileira” (dados de 2004), os estados de São Paulo e Rio de Janeiro possuíam, juntos, 378 dos 798 empreendimentos das redes nacionais, o que equivale a 47,37% do total. Também englobavam 53,34 mil apartamentos, de um total de 104,31 mil, respondendo por 51,14% da oferta proveniente de redes⁷.

5.3 Especificidades do DF

O parque hoteleiro do Distrito Federal, diferencia-se dos existentes em muitas outras unidades da federação. Ao mesmo tempo que oferece grande número de leitos, quando ocorre grandes eventos na cidade esta realidade não evidencia-se, ocorrendo a falta de leitos. A evolução do setor ocorre principalmente a partir de 1960. Nesse ano, tinha-se a existência de 4 hotéis. Para fins de comparação em 2003 tem-se a existência de 213 empreendimentos hoteleiros. A partir de 2000 até o presente momento, observa-se o aumento bastante significativo e sempre com a abertura prevista de novos hotéis.

Entre 1960 e 1980 houve a predominância dos empreendimentos de médio e grande porte. Os pequenos hotéis, em sua grande maioria, são propriedades individuais, familiares ou pequenas empresas. Entre os hotéis de médio porte observa-se um menor grau de empreendimentos familiares. Segundo estudo

⁷ As regiões Sudeste e Nordeste concentram 71% da oferta hoteleira nacional (47% e 24%, respectivamente), segundo a pesquisa ABIH/Quatro Rodas, com dados de 2005. Na região Sudeste, notadamente em São Paulo, predominam os hotéis voltados ao turismo de negócios, embora o Rio de Janeiro se destaque também no segmento turístico de lazer. No Nordeste, a ênfase é essencialmente no turismo de lazer. Como reflexo disso, está sendo direcionada para essa região a maior parte dos grandes projetos de construção de *resorts*, que deverão responder por parte substancial dos investimentos planejados para os próximos anos.

realizado pelo SEBRAE em 2005, 90,5% dos hotéis são empreendimentos independentes e 9,5% são vinculados a Redes hoteleiras. As grandes Redes hoteleiras que estão atuando localmente são: *Atlântica Hotels*, *Sol Meliá*, *Accor Hotels* e *Blue Tree*.

Várias características podem ser destacadas. Uma delas é que junto a estas grandes cadeias hoteleiras (hotéis de grande porte) tem-se a presença de condomínios, aonde há a compra ou aluguel do apartamento. Outra característica é que a maioria dos hotéis de pequeno e médio porte, a administração é exercida diretamente pelos proprietários. Uma realidade muito próxima observada em relação à qualificação profissional, mesmo nos hotéis de grande porte, é a presença significativa de profissionais oriundos de áreas diversas, distantes da hotelaria. Nos hotéis de médio e pequeno portes, esta realidade é ainda mais presente, demonstrando um baixo grau de profissionalismo do setor.

Quanto à regulamentação junto a Embratur e a filiação a entidades como ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis) e BCBV (*Brasília Convention & Visitors Bureau*), observa-se que a grande maioria dos hotéis, sejam eles de médio ou grande porte, seguem a regra corretamente. É notório que enquanto nos pequenos hotéis a regulamentação junto a Embratur e a filiação a entidades de classe existem em menos de 20% dos empreendimentos, juntos aos hotéis de médio e grande porte estendem-se à maioria, conforme Tabela 6.

Tabela 6.

Regulamentação e filiação a entidades, segundo porte do empreendimento

Regulamentação junto à Embratur e filiação a entidades	Percentual de hotéis segundo porte		
	Pequeno	Médio	Grande
Regulamentados junto à Embratur	11,5%	81,3%	80,0%
Filiados ao <i>Brasília Convention & Visitors Bureau</i>	3,3%	31,3%	80,0%
Filiados à ABIH	41,8%	68,8%	90,0%

Fonte: Perfil do Setor Hoteleiro no Distrito Federal / 2005

Em relação à estrutura física, os hotéis de médio porte, mesmo apresentando melhor estrutura física, ainda oferecem pouco conforto para seus hóspedes

permanecerem mais tempo em suas áreas sociais. Os grandes hotéis apresentam boa estrutura física nas áreas sociais, oferecendo aos hóspedes a possibilidade de maior permanência.

Nessas áreas com conforto, mesmo nos grandes hotéis, a adaptação das áreas sociais para portadores de necessidades especiais ainda não é plena.

Brasília diferencia-se ainda das demais regiões por sua demanda por hospedagem; há a existência de dois períodos de “alta estação” com taxas média de ocupação variando entre 60% e 65%. O primeiro período, ocorrendo no primeiro semestre, nos meses de abril, maio e junho e, o segundo, durante os meses de agosto a novembro. O período de “baixa estação” ocorre durante os meses de dezembro janeiro e fevereiro, com taxa média de ocupação próxima a 47%. No mês de julho não observam-se quedas muito bruscas na taxa de ocupação, relevando a existência neste mês, de uma demanda por hospedagem não exclusivamente dependendo do funcionamento do Congresso Nacional e Tribunais, tradicionalmente em recesso neste período.

Os empreendimentos de pequeno porte parecem sofrer menor grau de variação em sua taxa de ocupação que, à exceção dos meses de janeiro, fevereiro, março e dezembro, mantem-se entre 62% e 68%. Os empreendimentos de médio porte tem seu período de alta durante os meses de maio e junho, no primeiro semestre, além de agosto e setembro no segundo semestre.

Analisando as taxas de ocupação por dias da semana, percebe-se que os hotéis de médio e grande porte apresentam taxas de ocupação elevadas na terça-feira à quinta-feira. Já os hotéis de pequeno porte têm seus maiores percentuais de ocupação no final de semana, as sextas-feiras e sábados. Esse fato parece confirmar a operação de pequenos hotéis como de “alta rotatividade” cuja demanda por hospedagem ocorre nos finais de semana.

Outro ponto a se destacar é que a preocupação em treinamento e qualificação de mão-de-obra é ainda reduzida, conforme as informações da Tabela 7 indicam.

Tabela 7.

Oferta de treinamento e de programas de qualificação de mão-de-obra,
segundo porte do empreendimento.

Oferta de treinamento e de programa de qualificação de mão-de-obra	Porte do empreendimento hoteleiro		
	Pequeno	Médio	Grande
Não possuem	88,5%	68,8%	33,3%
Por intermédio do departamento de RH	5,7%	28,8%	46,7%
Por meio de terceirização	6,6%	12,5%	26,7%

Fonte: Perfil do Setor Hoteleiro no Distrito Federal / 2005

Os hotéis de grande porte detêm maior percentual de oferta de treinamento, conforme demonstra Tabela 7, 46,7%, implicando em uma maior preocupação por parte dos empreendimentos de grande porte que inclusive possuem seu próprio departamento de RH. Informação esta que comprova a melhor qualificação entre os hotéis ditos de grande porte e categoria superior.

6. CONCLUSÕES

O segmento de turismo é composto por atividades que vêm, ao longo dos anos, ganhando atenção especial da análise econômica. É notório que o segmento de turismo exerce grande influência sobre os demais setores da economia de um país ou região onde se desenvolve, bem como sobre os setores econômicos fora desses limites, exercendo influência inter-regional.

A hotelaria, foco desta monografia, é elemento essencial do turismo: para que ocorra o fenômeno turismo, torna-se imprescindível a existência do hotel. Essa ligação fica evidente com a usada técnica de insumo-produto, que a mesma permite identificar as ligações intersetoriais bem como analisar os impactos econômicos na produção de renda e emprego resultante de variações da demanda final (gastos dos turistas, investimentos etc). A matriz de contabilidade para o turismo, indica que estabelecimentos hoteleiros representam 11,97% do PIB do turismo, destacando-se aqui novamente seu peso na economia e no turismo.

O segmento de hospedagem, neste contexto, é capaz de gerar mais intensamente os efeitos multiplicadores na região em que se localiza com implicações positivas para seu papel no desenvolvimento regional. Vale ressaltar também que o custo da geração de emprego na hotelaria é um dos mais baixos da economia brasileira, se comparado com outros setores. A entrada de novas cadeias internacionais de hotéis no país que, em conjunto com outros agentes econômicos pretendem realizar investimentos significativos na construção e implantação de novas unidades hoteleiras no Brasil, torna-se uma alavanca cada vez mais forte para turismo e a economia brasileira, já que o segmento é dito ainda de alta rentabilidade.

O segmento de turismo compõe-se de setores com grandes possibilidades de gerar novos postos de trabalho, principalmente e também o segmento hoteleiro. Outro resultado que merece destaque no que diz respeito a capacidade de geração de emprego do turismo, é a considerável participação dos empregos diretos e induzidos na composição total dos empregos gerados. O fato de os empregos induzidos apresentarem uma considerável participação na composição total dos

empregos, os quais podem ser gerados na economia, evidencia o efeito multiplicador que o segmento possui dentro da estrutura produtiva do país.

Mediante disto, observa-se cada vez mais a importância de políticas e programas para o desenvolvimento do turismo, observando-se que a geração de empregos é uma das maiores preocupações atualmente e a solução está em um turismo bem estruturado.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AMAZONAS, Eny. A Hotelaria no Mundo. In: www.revistahoteis.com.br. Acesso em: 10 junho, 2006.
2. BARBOSA, L. G. M. **Os Impactos Econômicos do Turismo e sua Aplicação nas Políticas Públicas: o Caso do Município de Macaé-RJ, Brasil**. VII Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Portugal: 2002.
3. CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira. 9. ed. Caxias do Sul: Editora da Universidade de Caxias do Sul - EDUCS, 2001.
4. COOPER, Chris. Turismo Princípios e Práticas. São Paulo: Bookman, 2001.
5. CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: McGraw-Hill, 1997.
6. EMBRATUR, FIPE. **Meios de Hospedagem – Estrutura de Consumo e Impactos na Economia. Apresentação dos Resultados, Resumo Executivo**. Brasília: EMBRATUR, 2006
7. EMBRATUR, FIPE. **Meios de Hospedagem – Estrutura de Consumo e Impactos na Economia (Relatório Final)**. São Paulo: EMBRATUR, 2006.
8. EMBRATUR, FIPE. **Projeto “Estudo Econômico e Criação de Ferramentas de Apoio à Comercialização para o Setor Turístico Brasileiro”**. São Paulo: EMBRATUR, 2006.
9. FERNANDES, I. P., COELHO, M. F. **Economia do Turismo – Teoria & Prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
10. Fernandes, I.P. , Coelho, M.F., “Economia do Turismo: teoria e prática”, 2002, Rio de Janeiro, Editora Campus
11. LAGE, B. G. G. **Economia do Turismo**. Campinas: Papyrus, 1999
12. Lage, B.H.G., e Milone, P.C., “Economia do Turismo”, 2001, S.Paulo, Editora Atlas S.A.
13. LAGE, B.H.G; MILONE, P.C. Economia do turismo. Campinas: Papyrus, 1991.
14. _____. **O Impacto do Turismo na Economia Portuguesa em 1995**. Confederação do Turismo Português e Universidade do Algarve. Escola

Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo Volume II. I. O Turismo na Estrutura Econômica Nacional.

15. _____. **O Impacto do Turismo na Economia Portuguesa em 1995.** Confederação do Turismo Português e Universidade do Algarve. Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo Volume II - II. Quadro de Entradas – Saída das Actividades Turísticas. 1996.
16. _____. **Produtividade no Turismo.** Confederação do Turismo Português e Universidade do Algarve. Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. Volume 2. Determinantes. Abril 2005.
17. SAAB, W. G. L. **Considerações sobre o Desenvolvimento do Setor de Turismo no Brasil.** BNDES Setorial, v. 10, setembro, 1999
18. SAAB, W. G. L., DAEMON, I. G. **O Segmento Hoteleiro no Brasil.** São Paulo: BNDES Setorial, 2001.
19. SANTOS, R. C. X. **Perfil do Setor Hoteleiro do Distrito Federal.** Brasília: SEBRAE/DF, 2005
20. STYNES, D. J. The economic impacts of tourism. Michigan State University, 1999. Mimeo.