

ROOSILEY DOS SANTOS SOUZA

**HOTELARIA E ENDOGENEIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO
LOCAL EM CORUMBÁ (MS)**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE – MS
2006**

ROOSILEY DOS SANTOS SOUZA

**HOTELARIA E ENDOGENEIZAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO
LOCAL EM CORUMBÁ (MS)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – *Mestrado Acadêmico*, pré-requisito para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento Local, sob a orientação do Prof. Dr. Vicente Fideles de Ávila.

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE – MS
2006**

Ficha catalográfica

Souza, Roosiley dos Santos

S729h Hotelaria e Endogeneização do Desenvolvimento Local em Corumbá (MS) / Roosiley dos Santos Souza; orientação Prof. Dr. Vicente Fideles de Ávila. 2006

148 f. + anexos e apêndices

Dissertação (Mestrado) – Universidade Católica Dom Bosco, 2006

Inclui bibliografias

1.Hotelaria 2. Turismo 3. Desenvolvimento Local Endógeno 4.

Desenvolvimento Local. I Ávila, Vicente Fideles de II Título

CDD – 647.94

BANCA EXAMINADORA

Orientador - Prof. Dr. Vicente Fideles de Ávila

Universidade Católica Dom Bosco - UCDB

Prof. Dr. Paulo dos Santos Pires

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

Profª. Dr.ª Cleonice Alexandre Le Bourlegat

Universidade Católica Dom Bosco - UCDB

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Benedito João de Souza e Ligia dos Santos Ador, pela maior herança que em vida me proporcionaram: a educação.

Aos meus irmãos Rooney e Roosilenny, pelo amor, carinho e apoio em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

A Deus,

Minha família e meus amigos,

Ao meu orientador, Prof. Dr. Vicente Fideles de Ávila, pela compreensão, paciência e orientação segura e firme em todo o decorrer deste, além, da oportunidade de aprendizado que me proporcionou ao longo dessa trajetória e acima de tudo pela amizade.

A Prof^a. Dr^a. Cleonice Alexandre Le Bourlegat pela dedicação, atenção em todos os momentos e pela amizade.

A todos os professores do programa do mestrado.

As secretárias Ariane e Liliane – meus anjos da guarda nessa trajetória.

Aos colegas do mestrado pela convivência, paciência, amizade e dedicação.

A UCDB – Campo Grande – pelo apoio e confiança.

A UCDB – Campus de Corumbá – pelo apoio em todos os momentos.

Aos colegas de trabalho da UCDB e UFMS – Campus de Corumbá pelo apoio recebido.

Aos alunos do Curso de Turismo (UCDB) no ano de 2004, aos alunos do Curso de Ciências Econômicas (UCDB) de 2005 e aos alunos do Curso de Administração da UFMS 2005, pela compreensão, pelo carinho e apoio sempre.

A todos que direta ou indiretamente de alguma forma me auxiliaram nesta caminhada.

“O VERDADEIRO DESENVOLVIMENTO NÃO PODE SER FOTOGRAFADO, POIS ELE
ACONTECE, ANTES DE TUDO, NO CORAÇÃO E NO ESPÍRITO DAS PESSOAS.”

(THIERRY VERHELST)

RESUMO

Considerado um dos principais pólos de atração turística de Mato Grosso do Sul, o município de Corumbá proporciona o desenvolvimento de várias modalidades do turismo que são capazes de movimentar variados setores e serviços da economia. Atualmente, a atividade turística (uma das vocações que o município possui) é considerada promissora por oferecer grandes oportunidades para a geração de emprego e renda. Dessa forma surgiu a necessidade de sabermos como essa atividade poderia influenciar no desenvolvimento econômico, social, cultural e no próprio desenvolvimento local. Portanto, o referido estudo foi centrado nos serviços de hospedagem.

Face ao exposto, o objeto do presente estudo pretendeu investigar o grau de contribuição dos meios de hospedagem, em especial o do tipo hotel urbano, e se estes acrescentam valores à atividade turística e ao local. O problema era conhecer até que ponto essa atividade contribui para a endogeneização do desenvolvimento no âmbito das comunidades localidades corumbaenses. O objetivo do trabalho era detectar os empreendimentos hoteleiros da área urbana da cidade de Corumbá, assim observamos as suas características do ponto de vista da origem, estrutura e funcionamento, bem como do apoio político e institucional recebido, no sentido em que pudéssemos verificar as potencialidades, facilidades e dificuldades que essa atividade apresenta para o desenvolvimento.

Obtivemos como resultados dados que comprovaram que há potencialidades e dificuldades para que ocorra essa relação efetiva da rede hoteleira com a comunidade-localidade, bem como dados que influenciam a atividade turística no tocante a deslanchar como uma vocação do próprio município. A comunidade ainda não “desabrochou” para as suas reais potencialidades, habilidades e conhecimentos para que efetivamente parta dela o desejo de que seja instalado o desenvolvimento local endógeno com a ajuda da rede hoteleira, assim como agentes externos, a fim de que as concernentes comunidades criem e implementem associações de auto-sustentação ao turismo e a elas mesmas, envolvendo desde a produção hortifrutigranjeira até o lazer-entretenimento alheio e próprio.

Palavras-Chave: Hotelaria, Turismo, Desenvolvimento Local Endógeno, Desenvolvimento Local.

ABSTRACT

Considered one of the main polar regions of tourist attraction of Mato Grosso of the South, the city of Corumbá provides the development of other modalities of the tourism that are capable to put into motion varied sectors and services of the economy. Currently, the tourist activity (one of the vocations that the city possesses) is considered promising by offering great opportunities for the generation of job and income. In this form the necessity appeared to know as this activity could influence in the economic development, social, cultural and in the proper local development. Therefore, the related study was centered in the lodging services. Face to the displayed one, the object of the present study intended to investigate the degree of contribution of the ways of lodging, in special that of the urban type hotel, and if these add values to the tourist activity and the place. The problem was to know up to which point this activity contributes for the endogeneization of the development in the scope of Corumbá local communities. Having as objective of the work was to detect the hotel's enterprises of the urban area of the city Corumbá, thus observes its characteristics of the point of view of the origin, structure and functioning, as well as of the support received institucional politician and, in the direction where we could verify the potentialities, easinesses and difficulties that this activity presents for the development. We got as resulted given that they had proven that it has potentialities and difficulties so that occurs this relation it accomplishes of the net of hotels with the community-locality, as well as data that influence the tourist activity in regards to shooting up as a vocation of the proper city. The community has not opened up yet to its real potentialities, habilitéis and knowledge so that, effectively, teh desirer of the endogenous local development with the aid of teh hotel net is isntalled, as well as external agents, so that the concerning go communities create and implement associations of self-sustainment to the tourism and to themselves, involving from the production of vegetables to the leisure-entertainment of local people as well thar of foreingner's.

Keywords: Hotel, Tourism, Endogenous Local Development, Local Development.

LISTA DE FOTOS

Foto 1 -	Vista Panorâmica do município de Corumbá	31
----------	--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Tempo de funcionamento a partir da década de 60	54
Gráfico 2 -	Capacidade hoteleira.....	56
Gráfico 3 -	Taxa média de ocupação em 2004.....	58
Gráfico 4 -	Sexo dos respondentes	75
Gráfico 5 -	Faixa etária	76
Gráfico 6 -	Estado civil	77
Gráfico 7 -	Números de dependentes	78
Gráfico 8 -	Grau de escolaridade.....	79
Gráfico 9 -	Tempo de serviço.....	83
Gráfico 10 -	Tipos de treinamento	86

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 -	Localização de Corumbá	28
Mapa 2 -	Mapa 71 do Atlas de Inclusão/Exclusão Social.....	105

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 -	Os meios de hospedagem de turismo e as características que os distinguem.....	47
Quadro 02 -	Registro dos hotéis nas entidades do setor	51
Quadro 03 -	Forma de administração.....	52
Quadro 04 -	Tempo de funcionamento a partir da década de 60	54
Quadro 05 -	Capacidade hoteleira.....	55
Quadro 06 -	Taxa média de ocupação em 2004	57
Quadro 07 -	Período de alta e baixa temporada	59
Quadro 08 -	Mão de obra fixa e temporária	62
Quadro 09 -	Custo mão de obra	64
Quadro 10 -	Procedência mão de obra	65
Quadro 11 -	Mão de obra temporária	67
Quadro 12 -	Classificação avaliativa da mão de obra local	70
Quadro 13 -	Ministrantes de capacitações/Treinamentos	72
Quadro 14 -	Distribuição de formulários conforme número de funcionários por hotel.....	74

Quadro 15 -	Faixa etária.....	75
Quadro 16 -	Estado civil	77
Quadro 17 -	Número de dependentes.....	78
Quadro 18 -	Grau de escolaridade.....	79
Quadro 19 -	Idiomas	80
Quadro 20 -	Faixa de recebimentos dos respondentes	81
Quadro 21 -	Tempo de serviço.....	82
Quadro 22 -	Como os funcionários são treinados	84
Quadro 23 -	Tipos de treinamentos	85
Quadro 24 -	Situação sindical	86
Quadro 25 -	Ocupação atual.....	87
Quadro 26 -	Distribuição da mão de obra entrevistada por categoria.....	90
Quadro 27 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 1	94
Quadro 28 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 2	99
Quadro 29 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 3	102
Quadro 30 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 4	106
Quadro 31 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 5	108
Quadro 32 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 6	110

Quadro 33 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 7	113
Quadro 34 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 8	116
Quadro 35 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 9	117
Quadro 36 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 10	119
Quadro 37 -	Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias – entrevista 11	121

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 -	Outras fontes de renda	82
Tabela 02 -	Grau de satisfação	87

LISTA DE SIGLAS

ABIH -	Associação Brasileira das Indústrias de Ho téis
DL -	Desenvolvimento Local
ECOSOC -	Conselho Econômico e Social das Nações Unidas
IESPAN -	Instituto de Ensino Superior do Pantanal
EMBRATUR -	Empresa Brasileira de Turismo
FNRH -	Ficha Nacional de Registros de Hóspedes
ONU -	Organização das Nações Unidas
UCDB -	Universidade Católica Dom Bosco
UFMS -	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	20
1. REFERÊNCIAS TEÓRICAS	34
2. DIAGNÓSTICO BÁSICO POR FORMULÁRIOS DA REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ.....	49
3. PERCEPÇÕES SOBRE RELAÇÃO ENTRE A REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ E DESENVOLVIMENTO LOCAL: ENTREVISTAS.....	91
4. DISCUSSÃO: FACILIDADES, POTENCIALIDADES E DIFICULDADES DE RELAÇÃO ENTE A REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ E O DESENVOLVIMENTO LOCAL.....	123
CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS	139
APÊNDICES	142
ANEXOS	145

INTRODUÇÃO

O Desenvolvimento Local, foco principal da presente pesquisa, pressupõe que: de acordo com a conceituação abordada neste, as circunstâncias facilitadoras e dificultadoras comunitário-locais para o desenvolvimento sejam conhecidas a partir das próprias potencialidades identificadas, principalmente no tocante às características étnicas, sociais, econômicas, ambientais e históricas de cada comunidade-localidade, bem como da região que a abranja. Apesar da amplitude desse trabalho ao delinear o Desenvolvimento Local, seus limites temáticos começaram a ser norteados em termos de prospecção programática devido ao seguinte questionamento: **tendo em vista que os atrativos turísticos situados no município de Corumbá e em toda a região pantaneira em que estão inseridos são conhecidos, que potencialidades, facilidades e dificuldades podem ser detectadas para efeito de implementação da relação entre a rede hoteleira e o Desenvolvimento Local visando a endogeneização do desenvolvimento no âmbito das comunidades-localidades corumbaenses?**

A partir do referido questionamento e sob a perspectiva operacional de ação investigatória e busca de resultados, a pesquisa foi norteada através do seguinte objetivo: **estudar potencialidades, facilidades e dificuldades de relação entre a rede hoteleira de**

Corumbá-MS e a teoria do Desenvolvimento Local, sobretudo no que concerne a fomento de capacidades associativo-cooperativas de aproveitamento, com agregação de valores e de iniciativas comunitário-locais para o desenvolvimento endógeno (de dentro para fora) das comunidades-localidades corumbaenses.

O objetivo maior foi desmembrado em objetivos específicos, a saber: 1). Observar quais eram as ações empreendidas pelos proprietários, gerentes e funcionários no tocante as facilidades e dificuldades em suas habilidades cooperativas, interativas e de valorização das potencialidades locais para a irradiação de mudanças que repercutam na dinamização da economia e no desenvolvimento humano local. 2). Averiguar se a prática da atividade contribui para ampliar as relações de aproximação (proximidade entre os sujeitos nas quatro escalas de análise) e proporcionam o sentimento de pertença, que leve a comunidade a perceber esses locais como seu lugar e território de vida, como espaços de criação e iniciativas de desenvolvimento local. 3). Verificar até que ponto a hotelaria e as comunidades a ela relacionadas contribuem com campo de forças sociais e capacidade para elaboração de projetos, além de tomadas de decisão, agenciamento e gerenciamento das ações das quais fazem parte.

A estruturação dessa dissertação de mestrado foi constituída pelos seguintes capítulos: No capítulo 1 – referencial teórico; no capítulo 2 – Diagnóstico básico por formulários da rede hoteleira de Corumbá; no capítulo 3 - as entrevistas junto ao poder público, as lideranças comunitárias, os representantes da hoteleira e os funcionários dos mesmos; já no capítulo 4 – apresentação de uma discussão com base em todas as informações que nortearam o objetivo da pesquisa; e considerações finais plausíveis aos objetivos que embasaram o estudo em si.

Métodos e Procedimentos da Pesquisa

Consoante Bogdan & Biklen (1994, p. 47-51), a pesquisa que estruturou essa dissertação foi configurada como qualitativa-descritiva por apresentar as seguintes características:

- a) “Na investigação qualitativa a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal”.
- b) “A investigação qualitativa é descritiva”.
- c) “Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo que simplesmente pelos resultados ou produtos”.
- d) “O significado é de importância vital na abordagem qualitativa”.
- e) “Os investigadores qualitativos tendem a analisar os dados de forma indutiva”

A pesquisa do tipo qualitativa-descritiva, segundo os autores citados, presume que o pesquisador mantém contato direto e prolongado com o ambiente e toda situação que envolve o contexto do estudo. Por tratar-se de uma investigação pautada em comportamento humano e considerando que este sofre influências significativas do contexto em que se encontra, é preciso estar atento para os procedimentos e interações cotidianas e saber que se trata de uma sistemática que através dessa pesquisa conseguimos retratar. Assim, nessa busca de conhecimento tudo foi considerado potencial para que pudéssemos construir e estabelecer uma compreensão mais esclarecedora do nosso objeto de estudo.

Com base em diversas informações adquiridas é que delineamos as inter-relações, como se utilizássemos um funil para percebermos as questões mais importantes para a investigação, pois através desta investigação foi possível entender o dinamismo interno das situações que comumente são inacessíveis ao observador externo.

No que diz respeito aos procedimentos operacionais, concernentes tanto à fundamentação teórica quanto ao trabalho de campo, optamos por diferentes maneiras procedimentais, envolvendo visitas *in loco*, coleta e obtenção de dados e informações por

meio de consultas bibliográficas, jornais, internet, revistas, órgãos oficiais, empresas privadas, aplicação de formulários e entrevistas. Contudo, cabe ressaltarmos que tal variedade de maneiras procedimentais não acarretou etapas estanques ou compartimentadas no decorrer da pesquisa, pois foram operacionalizadas por dinâmicas de possíveis concomitâncias.

O instrumento de coletas de dados escolhido foi aplicação de formulários, que possibilitou um contato face a face e segundo Silva (2001, p.34):

Formulário: é uma coleção de questões e anotadas por um entrevistador numa situação face a face com a outra pessoa (o informante). O instrumento de coleta de dados escolhido deverá proporcionar uma interação efetiva entre você, o informante e a pesquisa que está sendo realizada. Para facilitar o processo de tabulação de dados por meio de suportes computacionais, as questões e suas respostas devem ser previamente codificadas. A coleta de dados estará relacionada com o problema, a hipótese ou os pressupostos da pesquisa e objetiva obter elementos para que os objetivos propostos na pesquisa possam ser alcançados.

Os formulários foram de dois tipos: um formulário direcionado aos proprietários e/ou gerentes dos hotéis (Apêndice A) e outro aos funcionários dos mesmos (Apêndice B). Através destes, procuramos obter informações que pudessem respaldar as observações, as pesquisas bibliográficas e os dados obtidos na fase de investigação com a intenção de apontarmos as dificuldades e facilidades que ocorrem nesse âmbito da proposta do estudo, e que revelassem as potencialidades da atividade e principalmente perspectivas para o desenvolvimento local de caráter endógeno.

Foram aplicados onze (11) formulários, um para cada hotel que selecionamos com base nos estudos de Congro (2004) e a aplicação aconteceu junto aos proprietários e/ou gerentes, sendo realizadas pela própria pesquisadora no período de 30 de junho a 10 de setembro de 2005. Em relação aos funcionários, devido às particularidades da atividade, o mesmo fora aplicado em turnos variados de serviços e optamos em selecionar os questionados pela ocupação diferenciada no exercício de suas atividades pertinentes ao ramo hoteleiro no

período de 31 de agosto e 01 de setembro de 2005. O tipo da amostragem foi não-probabilística por quotas e tiramos como base o número de funcionários de cada hotel no universo desta pesquisa. Esse número de funcionários nos hotéis pesquisados fez um total de cento e noventa e nove funcionários (199) e determinamos como número de amostra o equivalente a trinta e cinco funcionários (35) escolhidos aleatoriamente, devido a peculiaridades inerentes à atividade.

Com relação à tabulação dos dados, devido ao número de formulários aplicados, optamos pela tabulação manual e utilizamos os recursos da informática para a apresentação dos dados em gráficos e tabelas através do aplicativo da Microsoft – Word2000.

Em relação às entrevistas, foram feitas com representantes do poder público, com proprietários e gerentes dos hotéis, com lideranças comunitárias e com os funcionários dos hotéis, totalizando 10 entrevistas individuais e 01 coletiva. Optamos pela entrevista não estruturada, uma vez que ela não exige rigidez de roteiro, deixando o entrevistado e entrevistador mais à vontade, conforme elucida Lakatos (2002, p.94):

“[...] É uma forma de poder explorar mais amplamente uma questão. Em geral, as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversa informal [...] há um roteiro de tópicos relativos ao problema que se vai estudar e o entrevistador tem liberdade de fazer perguntas que quiser: sonda razões e motivos, dá esclarecimentos, não obedecendo, a rigor, a uma estrutura formal [...]”.

As entrevistas foram realizadas com o intuito de levantarmos dados e informações sobre políticas públicas de âmbito municipal voltadas para a atividade turística e que direta ou indiretamente contemplassem o ramo hoteleiro. As mesmas aconteceram no período compreendido pelos meses de julho a dezembro de 2005.

As entrevistas, por terem sido do tipo não estruturada, acabaram contendo informações que não contemplam o objetivo do estudo, porém elas sofreram uma filtragem e estão apresentadas como anexos e as partes que elucidam o objetivo das análises, foram apresentadas por categorias, que segundo Minayo (org. 1994, p.70):

“A palavra categoria, em geral, se refere a um conceito que abrange elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si. [...] As categorias são empregadas para se estabelecer classificações. Nesse sentido, trabalhar com elas significa agrupar elementos, idéias ou expressões em torno de um conceito capaz de abranger tudo isso. [...] As categorias podem ser estabelecidas [...] a partir da coleta de dados, são mais específicas e mais concretas.”

Para esclarecermos a análise por categorias, recorremos a Franco (2003, p.59), que menciona: [...] um conjunto de categorias satisfatórias deve possuir as seguintes qualidades: ***a exclusão mútua, a pertinência, a objetividade e a fidedignidade e a produtividade.***

Ao tratar sobre as qualidades usadas nas análises por categoria, a autora nos permitiu entender que há um único princípio de classificação que devia ser escolhido para orientar a organização das entrevistas; estas deviam refletir as intenções da investigação mesmo quando submetidas a várias análises e ser capaz de orientar-nos para uma prática crítica, construtiva e transformadora.

Ao propormos uma discussão sobre facilidades, dificuldades e potencialidades de contribuição em termos de desenvolvimento local endógeno, buscamos primeiramente entender o significado teórico do que é facilidade. Segundo Houaiss (Dicionário da Língua Portuguesa, 2001, p. 1298) facilidade tem o sentido de “[...] –1. característica do que se faz sem dificuldade (tarefa de grande *f.*), 2. Ausência de obstáculos ou dificuldades; 3. disposição natural; aptidão, dom, etc.”.

Em termos de Desenvolvimento Local Endógeno, facilidades são as aptidões que a comunidade de fato tem, em seu próprio âmbito, para buscar também o seu próprio desenvolvimento, utilizando os recursos disponíveis no local. Consiste, portanto, no despertar e desabrochar para sucessivos estágios de melhora. É um processo que acontece de “baixo para cima”, ou seja, parte das necessidades, vontades e reais possibilidades da comunidade.

Com relação às Dificuldades, segundo Houaiss (Dicionário da Língua Portuguesa, 2001, p. 1038): “[...]– 1. qualidade ou caráter do que é difícil; 2. aquilo que é difícil ou torna uma coisa difícil, custosa, penosa, árdua; 3. o que é difícil de entender; 4. o que age contra; objeção, oposição; etc”.

Para o Desenvolvimento Local Endógeno, dificuldades podem ser entendidas então como fraquezas da comunidade em vislumbrar as próprias potencialidades ou somente exaltá-las, criando resistência à busca do próprio desenvolvimento. Seria uma comunidade estagnada no tempo, dependendo exclusivamente da vontade dos agentes externos ou ainda impedindo a ação desses agentes para qualquer projeção de desenvolvimento.

Ainda conforme Houaiss (Dicionário da Língua Portuguesa, 2001, p. 2273), potencialidades é a “[...] – 1. característica ou condição do que é potencial; 2. m.q. potencial (conjunto de qualidades, capacidade de realização e capacidade não posta em prática)”. Todavia, Ávila (2001, p. 63) discutiu amplamente a questão das potencialidades, no âmbito do Desenvolvimento Local, concluindo que:

[...] o autêntico desenvolvimento local só se efetivará se, no âmbito da respectiva localidade, a evolução das potencialidades-condições (concernentes a meios e recursos, naturais ou artificiais) se posicionar estrategicamente como subsidio mediador-reator da evolução das potencialidades de desenvolvimento da comunidade localizada como alvo e razão de ser centrais, dado que transformações de potenciais naturais (ou artificiais) em pontos turísticos, fontes de energia, etc., não significam em si mesmos desenvolvimento local, a qual, em verdade, é que deve assumir progressivamente os rumos, as rédeas, os compromissos e as responsabilidades concernentes ao desenvolvimento de toda a localidade,

com ajuda de condições-meios tanto internas quanto externas, aí incluídos os chamados agentes de desenvolvimento.

Contudo, pudemos considerar potencialidades as qualidades que a comunidade possuía em termos de tendências para o associativismo, autoconscientização, assim como geração de iniciativas e possibilidade de uso dos recursos naturais, culturais de que dispunham. Essas potencialidades podem significar por um lado capacidade de realização a partir da vontade em aproveitar as predisposições já latentes na comunidade, e, por outro, podem e devem ser continuamente criadas, ampliadas, aperfeiçoadas e recriadas, inclusive de efetivo aproveitamento de contribuições que vierem por cooperação e/ou intermediação de agentes externos.

As análises e discussões dos resultados foram realizadas com o intuito de atendermos aos objetivos que nortearam essa pesquisa a fim de compararmos e confrontarmos dados e provas que tiveram como objetivo confirmar os pressupostos da pesquisa.

As consultas que foram realizadas através da internet, principalmente o que diz respeito a artigos e teses, estes serviram para subsidiar em termos de referências bibliográficas, além de outras informações específicas como as que dizem respeito ao município.

Dados dos Planos de Desenvolvimento Turístico, como o realizado pela UCDB/IESPAN em 2003, o Plano de Desenvolvimento Sustentável, realizado pela Agência 21 em 2004, foram materiais que também serviram de referência, além de experiências vivenciadas nos últimos dois anos em que participamos de workshops, reuniões, palestras e atividades profissionais ligadas ao turismo, fato que contribuiu sobremaneira para o desenvolvimento dessa pesquisa, não só sanando as dúvidas como também incitando a busca das concernentes respostas.

Caracterização do Objeto de Estudo – Município de Corumbá

Mapa 1 – Localização Corumbá



Fonte: Plano de Desenvolvimento Sustentável.

Corumbá é uma das cidades mais importantes do estado de Mato Grosso do Sul. A cidade possui uma área de 65.165,80 quilômetros quadrados (18,19% do estado de MS) distanciando da capital do Estado em 426 km. Conforme o mapa 1, esta situada ao oeste do Estado de Mato Grosso do Sul, na divisa com o Estado do Mato Grosso, Bolívia e Paraguai. Sua população atual é de 99.741 habitantes, segundo o IBGE (2004).

Corumbá foi fundada no dia 21 de setembro de 1778, com a denominação de Albuquerque. Foi elevado a distrito pela Lei nº 04, de 19 de abril de 1838 e a município pela Lei nº 712, de 05 de agosto de 1850.

Embasados na história do Município de Corumbá e através dela procurando entender em que momento a atividade turística no município teve o seu início, nos reportamos à visão de Garms (1992, p. 13-20) que tece o seguinte relato:

A expansão do bandeirismo português nos fins do século XVII, início do século XVIII, teve repercussões espaciais no centro-oeste brasileiro. Neste período, a mineração do ouro deu origem a núcleos que atualmente constituem importantes cidades. [...] esse expansionismo português, fez também, com que fossem fundadas fortificações militares, que seriam o balizamento da presença e domínio da Coroa Portuguesa neste espaço. Entre estas fortificações destacam-se [...] Corumbá (1778).

Nos meados do século XIX, após a guerra do Paraguai (1864/67), há a internacionalização da navegação pelo rio Paraguai, passando Corumbá a constituir-se porto e ponto terminal desta, transformando-se em importante empório comercial distribuidor de produtos dos centros industrializados do Brasil Sul e Sudeste e da Europa. Ao mesmo tempo, ocorre à diversificação econômica regional com a instalação de charqueiradas, extração de erva mate e borracha, indústria açucareira, cujas produções eram coletadas e exportadas através de Corumbá, via rio Paraguai.

Ainda o mesmo autor relata que no início do século XX:

[...] a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, trouxe profundas alterações espaciais. Através dela há a penetração das relações do eixo São Paulo – Santos – Rio de Janeiro, para o interior do Mato Grosso, quebrando inclusive, a hegemonia que Buenos Aires e Montevidéu exerciam sobre a região, através da navegação fluvial.

A economia, que desde os primórdios da ocupação e colonização da região, estava assentada na atividade criatória, sofre mudanças com a presença da ferrovia, uma vez que haverá melhoria do rebanho que passa a ser exigidas pelos centros industriais consumidores do leste brasileiro, do eixo São Paulo – Santos – Rio de Janeiro. A carne não mais será consumida na forma de charque após a década de 50. O gado será comercializado e transportado vivo para ser engordado no oeste de São Paulo ou diretamente para os frigoríficos do sudeste brasileiro.

A partir da década de 60, com a implantação das rodovias, intensifica-se o comércio do boi em pé para as invernadas do oeste paulista. Este período, até meados da década de 70 [...] tendo sido considerado fase de prosperidade para a atividade criatória, havendo melhoria e crescimento do rebanho, sobretudo no município de Corumbá.

Após 1974, ocorre período de cheias anuais, [...]. Esta nova fase das águas interfere sensivelmente na atividade criatória, definindo mudanças técnicas e expansão das pastagens, o que leva aos desmatamentos, abertura de rodovias que gradativamente deixam de ser de uso da atividade, para atender outros setores econômicos e ao desenvolvimento regional. Estas mudanças, aliadas

as outras que ocorrem no planalto, onde a atividade agrícola assentada na soja torna-se intensa, geram problemas que atingem diretamente o Pantanal, alterando consideravelmente os ecossistemas pantaneiros especificamente e a região como um todo.

A crise econômica que se abate sobre o Pantanal, incita os seus diferentes setores socioeconômicos à busca de soluções, e entre elas surge o turismo. Este, como uma das formas de lazer, ocorre na região nos fins da década de 70. Reestrutura setores do espaço Pantanal, transformando a natureza em mercadoria, recria e reorganiza a infra-estrutura básica necessária para o consumo desta mercadoria. [...] Em termos gerais, este fluxo turístico para o Pantanal e Corumbá acentua-se nos fins desta década. Entretanto, quanto ao estabelecimento da função turística na cidade, pode-se afirmar que esta só se consolidou na década de 80.

A construção da infra-estrutura de atendimento a esta demanda modificou a paisagem urbana, através da edificação de hotéis de diversas categorias, além de adaptações de residências em pensões e pousada, sobretudo durante os anos 80. Uma peculiaridade deste setor, neste momento, é o surgimento do barco hotel, tipo de alojamento que oferece todas as vantagens de um hotel que se desloca pelas vias fluviais aos pontos desejados pelos seus clientes.

O setor de alimentação igualmente cresce. Inauguram-se, reformam-se e ampliam-se restaurantes, lanchonetes, bares, com diferentes categorias de estabelecimentos para o atendimento dos diferentes níveis de exigência da demanda do turismo.

Além destes setores, há o incentivo ao aparecimento de empresas e atividades vinculadas a realização do turismo, ou seja, empresas que oferecem equipamentos para passeios fluviais e terrestres, lojas de souvenirs e de artesanatos.

O processo de implantação e desenvolvimento do turismo como nova atividade econômica na cidade, e, portanto, de produção do espaço urbano, provoca a remodelação da ocupação de alguns setores, dentre os quais a mais expressiva ocorre no porto de Corumbá.

O seu casario, construído para sediar o comércio do final do século XIX e início do XX[...]. Atualmente, o turismo readapta o casario, reorganizando-o para o estabelecimento da função, que nele instala diversas atividades do setor.

Portanto, o estabelecimento do turismo na cidade, gradativamente transforma e molda a infra-estrutura existente, visando o atendimento de sua clientela. Assim, há o incentivo a modernização de todos os setores a ele ligados, mesmo que não atendam exclusivamente os visitantes.

Atualmente, as principais atividades econômicas do município são: a pecuária, o turismo e a mineração. Há vários projetos em andamento e que visam dinamizar a economia

local, entre eles é possível citarmos: o pólo industrial, que utiliza os minérios da região; a recuperação da hidrovia como um marco para o Mercosul; o avanço agrícola para a Bolívia; o gasoduto, que já foi construído, e a termoeletrica que utilizará o gás proveniente da Bolívia.

Considerado um dos principais pólos de atração turística de Mato Grosso do Sul, o município de Corumbá (Foto 1) além dos seus atrativos e das paisagens naturais, tem o acervo do Patrimônio Histórico Cultural e outras modalidades do turismo que movimentam variados setores e serviços da economia além de ser considerado um setor que oferece grandes oportunidades para a geração de emprego e renda e promove a abertura de novos empreendimentos comerciais.

Foto 1 – Vista Panorâmica do Município de Corumbá



Fonte: Arquivo da Empresa “O Pantaneiro Turismo” – cedida em outubro de 2005.

Logo, sendo o turismo uma das vocações do município, surgiu a necessidade de sabermos como essa atividade poderia influenciar no desenvolvimento econômico, social, cultural e no próprio desenvolvimento local do município atualmente.

“Ao considerar o espaço Corumbá e Pantanal Sul-matogrossense, estar-se-á considerando conjunto de objetos geográficos: transportes, infra-estruturas, demandas, meio ecológico, que se relacionam e se desenvolvem quantitativa e qualitativamente, em função das necessidades e disponibilidades de natureza social e econômica das comunidades que a ele estão afetas ou vinculadas”.(GARMS, 1993, p. 26).

Pautados na referida citação, ao mencionarmos a infra-estrutura para a região, consideramos os meios de hospedagem como uma das infra-estruturas de relevância e porque não afirmarmos: um dos pilares para atividade turística.

Neste contexto, os meios de hospedagem estão inseridos no primeiro grupo de empresas geradoras de serviços, conforme Beni (2003; p.187): “[...] a empresa hoteleira, um dos elementos essenciais da infra-estrutura turística, constitui um dos suportes básicos para o desenvolvimento do Turismo num país”.

Contudo, é na organização do turismo receptivo corumbaense que os serviços de hospedagem têm merecido destaque, não só pela quantidade de empreendimentos já existentes, como pela variedade de formas com que eles se apresentam: hotéis e pousadas urbanos, hotéis e pousadas rurais, barco-hotéis, camping etc. Entretanto, pouco é sabido sobre a maneira em que essas iniciativas têm sido potencializadoras de desenvolvimento local.

Sobre os meios de hospedagem – os hotéis com estrutura fixa na região urbana, objeto desse estudo, existem 24 estabelecimentos, mas apenas 15 foram considerados hotéis propriamente ditos e, desses, apenas 11 operando, segundo pesquisa realizada por Congro (2004), com os públicos-alvos: turistas e visitantes.

No tocante ao entendimento de facilidades, dificuldades e potencialidades e a fim de estabelecermos uma relação entre a hotelaria do município de Corumbá e Desenvolvimento Local Endógeno:

a) Facilidades podem ser consideradas como: atividades que permitem o envolvimento da comunidade no processo de prestação de serviços e do que poderia ser agregado de valor a esses serviços, baseados no envolvimento da comunidade-localidade com os empreendimentos hoteleiros, além das particularidades do setor público em relação aos incentivos fiscais para tal;

b) Por dificuldades consideramos o oposto do que vem caracterizado como facilidades;

c) E por potencialidades consideramos as latentes possibilidades de evolução da capacidade inovativa que a hotelaria turística corumbaense já detinha ou pudesse fazer emergir para o desenvolvimento endogenamente auto-sustentável tanto dela, quanto das diferentes comunidades-localidades situadas na área de abrangência de Corumbá. Damos ênfase principal às potencialidades que se orientam no sentido de estimular o espírito e a prática da cooperação produtivo-associativa (a serviço do turismo) - mas visando simultânea, imediatamente e/ou mediadamente a melhoria das condições de vida dessas comunidades, por preservação e adequado aproveitamento das culturas, memórias, identidades, peculiaridades ambientais e características econômico-comunitárias locais.

Assim, para atender a expectativa dessa atividade turística e ao mesmo tempo expandir outros segmentos turísticos, é necessária uma infra-estrutura em termos de hospedagem, não só especializada como também capaz de induzir a agregação de valor nos âmbitos de todas as comunidades-localidades que estão de alguma forma envolvidas nos raios da exploração turística.

REFERÊNCIAS TEÓRICAS

O conceito sobre “Desenvolvimento Local” ainda está passando por um processo de aprimoramento, razão pela qual buscamos o significado também de outros conceitos que permitam o melhor entendimento deste. Recorremos, inclusive, a um breve histórico do desenvolvimento, assim como ao entendimento do significado de local e de endogeneização para a efetiva configuração conceitual do “Desenvolvimento Local Endógeno”, que norteou esse estudo.

1.1. Breve Histórico sobre Desenvolvimento

A palavra desenvolvimento sempre esteve associada à palavra crescimento, e o termo desenvolvimento é muito confundido com crescimento econômico. Para entendermos o real significado de desenvolvimento, buscamos referenciais sobre o mesmo no contexto histórico e para tal recorremos inicialmente a Esteva (2000, p.59-83) o qual retrata em capítulo específico a questão: Desenvolvimento, em que o autor revela que o

desenvolvimento há séculos tem sido discutido, porém foi no início do século XX que foi configurado um novo significado e uso para a palavra: “[...] desenvolvimento deveria significar a mobilização política de um povo para atingir seus próprios objetivos; ou [...] ou desenvolvimento com autoconfiança, ciente de que precisamos ‘olhar para dentro’ e ‘buscar nossa própria cultura’ em vez de usar visões alheias emprestadas”;

O autor menciona que em 1962, o Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC) recomendou a integração dos dois aspectos de desenvolvimento e, nesse mesmo ano, foram propostas ações para a primeira década de desenvolvimento (1960-1970) que determinaram: “[...] o problema dos países subdesenvolvidos não é simplesmente o crescimento, mas sim o desenvolvimento [...] desenvolvimento é crescimento com mudanças [...] as mudanças, por sua vez, são sociais e culturais, econômicas, e qualitativas como quantitativas [...] o conceito-chave é melhorar a qualidade de vida das pessoas”.

Na verdade, para que o desenvolvimento ocorresse seria preciso ter no centro das ações o desenvolvimento humano através de oportunidades de emprego e a satisfação de suas necessidades, fato que ficou mais evidente em 1974 quando o mesmo autor revelou que uma nova Declaração (DECLARAÇÃO DE COCOYOC) - e veio a insistir que o propósito do desenvolvimento “[...] não deveria ser o desenvolvimento de coisas, mas sim o desenvolvimento do ser humano [...]” e que ‘Qualquer processo de crescimento’, [acrescentou], que não leve à satisfação (das necessidades básicas) – ou, pior ainda, que prejudique essa satisfação – é uma imitação grotesca da noção de desenvolvimento.”

Através da ótica deste autor entendemos que o desenvolvimento deve ocorrer inicialmente em escala humana, ou seja, o ser humano deve ser o centro de todas as atenções.

Ainda nesse contexto, o Relatório *Nosso Futuro Comum*, da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU - foi um dos documentos marcantes como

proposta para o Desenvolvimento Sustentável, conforme apresentado por Oliveira (apud COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991, p.46-47):

Satisfazer as necessidades e as aspirações humanas é o principal objetivo do desenvolvimento. Nos países em desenvolvimento, as necessidades básicas de grande número de pessoas – alimento, roupas, habitação, emprego – não estão sendo atendidas. Além dessas necessidades básicas, as pessoas também aspiram legitimamente a uma melhor qualidade de vida. Num mundo onde a pobreza e a injustiça são endêmicas, sempre poderão ocorrer crises ecológicas e de outros tipos. Para que haja um desenvolvimento sustentável, é preciso que todos tenham atendidas as suas necessidades básicas e lhes sejam proporcionadas oportunidades de concretizar as suas aspirações e uma vida melhor.

É notório que para ocorrer o desenvolvimento seria necessário que todos tivessem atendido as próprias necessidades básicas e fossem proporcionadas oportunidades de concretização das aspirações para uma vida melhor. Então, foi a partir deste relatório que novas conferências como a Conferência da ONU sobre o Meio Ambiente no Rio de Janeiro (RIO-92) e outros tratados passaram a ser formulados e realizados em prol do desenvolvimento mundial, marcando os anos 90 como a década de grandes debates, não apenas na escala mundial, mas em diversas escalas como as regionais e locais.

Ainda nessa busca de definições que auxiliassem o entendimento da construção do conceito em pauta, recorreremos a Ávila (2001, p.19-25), que a partir do ‘*Novo dicionário Aurélio*’ e comentários de vários outros autores, chegou à seguinte conclusão:

[...] no processo de desenvolvimento, o alvo central é o ser humano como artesão do seu êxito ou fracasso, pois se requer que cada um, ao se tornar responsável pelo seu próprio progresso, de toda ordem e em todas as direções, influencie o seu entorno como fonte irradiadora de mudanças, de evolução cultural, de dinamização tecnológica e de equilíbrio meio-ambiental. [Conclui-se que]... as duas frentes de desenvolvimento – a social e a econômica – andem interativamente juntas, a social potencializando as pessoas para se tornarem sujeitos e agentes inclusive da econômica e a econômica ensejando sustentação material e apoio instrumental ao alavancamento da social no curso da cadeia processual, disso resultando, aí

sim, partilhada quantidade-com-qualidade em todas as dimensões de concretude da vida humana [...].

Ficou claro, portanto, que o ser humano é o centro de toda e qualquer ação no processo de desenvolvimento, o que confirmamos ainda com Torras (apud MARTINS, 2002, p.51):

Entender o desenvolvimento, de fato, não se trata de mera questão conceitual, mas de postura e de sentimento, basicamente sustentados pela modéstia e promotores da simplicidade. A dimensão humana do desenvolvimento está fundamentalmente na valorização das pessoas em sua plenitude, que supõe crescimento econômico não como fim, mas como meio de deduzir as privações e as aflições humanas.

Dessa maneira, procuramos apresentar conceitos sobre desenvolvimento, além disso foi notório observarmos que o ser humano é o epicentro da discussão, o que não significa que o tema desenvolvimento se limita somente ao entendimento de seu acontecimento em escala humana, mas demonstra uma nova forma de entender a discussão que há algumas décadas vem sendo amplamente apresentada e que é considerada por Boisier (2001) como “[...]uma verdadeira proliferação de “desarrollos”: desarrollo sustentable, desarrollo humano y, términos de su dinámica, desarrollo “de abajo-arriba” y otros más”.

Em Buarque (apud BOISIER, 2001) encontramos o seguinte subsídio teórico que também nos auxiliou:

O desenvolvimento local dentro da globalização é uma resultante direta da capacidade de os atores e de a sociedade locais se estruturarem e se mobilizarem, com base na suas potencialidades e na sua matriz cultural, pra definir e explorar suas prioridades e especificidades, buscando a competitividade num contexto de rápidas e profundas transformações.

Para o referido autor: “Todo proceso de desarrollo endógeno se vincula al desarrollo local de una manera asimétrica: el desarrollo local es siempre um desarrollo endógeno, pero este puede encontrarse em escalas supra locales[...]”. Logo, o

desenvolvimento local vincula-se ao desenvolvimento endógeno e este ocorre em escalas, podendo ser: global, regional ou local.

Ao recorrermos a Le Bourlegat (2000, p.13) encontramos a seguinte contribuição: “[...] tendo em vista a globalização, discute-se a ordem interna do lugar como força de desenvolvimento [...]”, que se completa com Fonteles (2004, p.75) que diz: “A discussão do lugar e do território nos remete ao paradoxo do local e global”. Surgiu então uma nova preocupação, a de entendermos os conceitos que permeiam a questão do lugar. Lugar onde esse ser humano é capaz de ter as suas necessidades e potencialidades desenvolvidas.

1.2. Lugar

Para entendermos os conceitos sobre “lugar”, recorremos a Tuan (1983, p.4-6), que inicialmente trabalha com alguns questionamentos como: “Que é um lugar? O que dá identidade e aura a um lugar? [...] de que maneira as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar?”, ao responder ao seu próprio questionamento, ele diz que “[...] o significado de espaço freqüentemente se funde com o de lugar. “Espaço” é mais abstrato do que “Lugar”. O que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor”. O autor menciona que: “O sentimento por lugar é influenciado pelo conhecimento de fatos básicos [...]”.

Le Bourlegat (2004) ao tratar sobre o assunto explanado pelo mesmo autor, relata que:

[...] o espaço de relações construído pelo indivíduo e pelo grupo vai adquirindo significado, através do sentimento acumulado em relação aos objetos que o compõem, ao longo dos anos, incluídos na trajetória histórica tecida ao longo de sua vida. Assim, alguns elementos do espaço vivido passam a fazer parte de sua memória perceptiva, que o leva a atribuir um valor diferencial ao espaço vivido, sendo então percebido como seu ‘lugar’.

[...] Desse modo, o indivíduo constrói uma idéia de pertencimento ao lugar em que se insere, por atribuir a ele um sentimento de valor, que dá significado para a sua vida [...].

Com base nas citações de Tuan e de Le Bourlegat, entendemos que o lugar transforma-se em lugar à medida que o espaço sofre transformações, dessa maneira adquire definições e significados contínuos de acordo com o sentimento que passamos a ter e desenvolver por ele.

Ainda, segundo Tuan (1983 p.5): “[...] de que maneira as pessoas atribuem significados e organizam o espaço e o lugar? [...] o cientista social é tentado a ver a cultura como um fator explicativo. A cultura é desenvolvida unicamente pelos seres humanos”. Sob esse ponto de vista, entendemos que o ser humano é o responsável pelo sentimento de lugar e esse sentimento está relacionado com as questões culturais e étnicas de cada povo.

Em Martín (apud MARTINS, 2002) “[...] quando se fala de ‘Local’, está-se referindo à escala das inter-relações pessoais da vida cotidiana, que sobre uma base territorial constroem sua identidade. O lugar é essa base territorial, o cenário de representações e de práticas humanas que são o cerne de sua singularidade; o ‘espaço da convivência humana’, onde se localizam os desafios e as potencialidades do desenvolvimento”.

No tocante a base territorial, é preciso compreender o que é território e para tal entendimento recorreremos a Le Bourlegat (2004):

O território emerge como um produto da história da sociedade, fruto do processo de apropriação de uma porção do espaço por uma coletividade. Essa apropriação do espaço geográfico supõe um processo, não só de organização do espaço, como também de manifestação de sentimento de lugar e de constituição de uma ordem política.

Portanto, para complementarmos a idéia sobre território fizemos alusão a Raffestin (1993, p.143), o qual esclarece:

[... espaço e território não são termos equivalentes. É essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território. O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente, o ator ‘territorializa’ o espaço...].

Assim território, é o resultado do espaço em que o ser humano atribui algum sentimento provocado pela prática de diversas atividades, sejam elas sociais ou econômicas. Em Souza (1995, p.96) “[...] sempre que houver homens em interação com um espaço, primeiramente transformando a natureza (espaço natural) através do trabalho, e depois criando continuamente valor ao modificar e retrabalhar o espaço social, estar-se-á também diante de um território, e não só de um espaço econômico [...]”.

Então, território passa a ser o lugar em que o ser humano se torna capaz de realizar as suas necessidades, como também desenvolver as suas potencialidades atribuindo-lhe um sentimento de pertença.

Ao tratar sobre território, Le Bourlegat (set2004) tece ainda a seguinte relação:

A durabilidade das relações estabelecidas num território pode ser geradora de identidade do território, na medida em que possibilita união afetiva entre as pessoas que vivenciam o mesmo território e dessas com o lugar, originária das interações estabelecidas entre si num mesmo espaço físico, concreto. Nasce, portanto, da vivência, o vínculo cultural (mesmos hábitos, mesma história e mesmos sentimentos-religiosos, étnico ou racial). O sentimento de território (lugar) emerge como um campo de forças, quando a rede de interações sociais é capaz de atribuir uma identidade às pessoas e ao lugar, definindo-lhe limites. Através do sentimento de território, a identidade aflora como “alteridade” (diferença entre nós e os outros).

No território há a questão da fundamentação cultural, que é evidenciada por Thierry Verhelst (1992, p.201) que menciona:

[...] o desenvolvimento constitui um processo global que, em última análise, é cultural. É o aspecto cultural que dá sentido à atividade econômica, às decisões

políticas, à vida associativa, às lutas sociais, aos recursos técnicos, etc. O termo “sentido” deve ser usado em sua dupla acepção: significado profundo e objetivo ao desenvolvimento. É a cultura de um povo que deve determinar o que significa para ele “viver bem”. É a cultura que imprime seu ritmo à vida de uma comunidade, indicando o rumo que ela deve tomar. [...] a cultura é o próprio fundamento do desenvolvimento.

Além de considerarmos que a cultura imprime ritmo à vida de uma comunidade, é preciso interpretar o conceito de comunidade ao discutirmos o desenvolvimento local, que segundo Souza et.al. (2004):

[...] O desafio de conceituá-la na perspectiva do desenvolvimento local impõe, indispensavelmente, considerar as especificidades socioeconômicas, culturais e territoriais de cada lugar, sem romantismos e atento às vicissitudes do mundo atual.[...] As comunidades se caracterizam por agrupamentos com relacionamento primarizadas e secundarizadas, sendo a primeira resultante das interações espontâneas e íntimas e da lógica do cotidiano da comunidade e a segunda resulta das interações de comunidades que estão fora do espaço primário, onde existe uma grande fluidez de relacionamentos em outros espaços, desenvolvendo relacionamentos de caráter formal.[...]

Diante dos conceitos citados, foi possível o entendimento e a construção do conceito sobre Desenvolvimento Local, assim como a adoção de uma linha que fornecesse suporte ao estudo em questão.

1.3. Desenvolvimento Local

Mediante a explicitação de outros vocábulos buscamos entender a construção do conceito de desenvolvimento local, que ainda é muito recente, mas foi discutido inicialmente na Europa e mais recentemente na América Latina. Para subsidiar o nosso entendimento sobre o Desenvolvimento Local (DL) utilizamos os conceitos elaborados por Ávila (2003, p.17) que relata:

[...] o significado conceitual e real do DL pode ser encarado pelo menos sob as três seguintes óticas relacionais:

- a da relação do mundo desenvolvido com suas próprias periferias, carência e pobreza interna e socioeconomicamente desequilibradoras;
- a da atual relação de dependência e subjugo do mundo subdesenvolvido ao mundo desenvolvido;
- a da relação do mundo subdesenvolvido com suas próprias chances de efetiva e emancipadamente se desenvolver, a partir de comunidades-localidades concretas e bem definidas.

Entendemos, então, que o DL é um desenvolvimento centrado na comunidade, afirmação esta reforçada por Martins (2002, p.51) que esclarece:

[...] o DL aparece num contexto em que se esgotam as concepções de desenvolvimento associadas a progresso material (acumulo de riquezas), pessoal (“ ganhar a vida ”) e ilimitado (“ Quanto mais melhor “), mas, sobretudo é um produto da iniciativa compartilhada, da inovação e do empreendedorismo comunitários”, lembrando que o empreendedorismo é um comportamento, portanto pode ser estimulado e trabalhado.

Sendo o Desenvolvimento Local a organização comunitária, concordamos também com Ávila (2003, p.23-24) quando ele afirma:

[...] que há, no momento, clima nacional e internacional bastante favorável ao DL na perspectiva da endogeneização comunitário-local de capacidades, competências e habilidades para que cada comunidade-localidade comece a assumir seu próprio processo de desenvolvimento [...] e [...] importa que cada comunidade-localidade, apoiada e subsidiada por competentes agentes de DL se capacitem para distinguir assistência de assistencialismo [...].

Então, para que ocorra o Desenvolvimento Local pressupomos que a comunidade localidade tenha postura empreendedora, mas no sentido de que seja capaz, com o apoio ou os subsídios dos agentes externos, para assumir o seu próprio desenvolvimento:

O desenvolvimento local constitui esperançosa novidade exatamente porque talvez represente, no momento, a única proposta de progresso integral, em nível concretamente local, capaz de despertar e impulsionar a própria comunidade localizada a se desenvolver social, cultural, econômica e ecossistemicamente, na condição de sujeito e não de mero objeto de seu próprio progresso, inclusive no sentido de se relacionar equilibradamente com forças sociais, econômicas, culturais e ambientais que lhe influenciem

ou pressionem de fora para dentro, metabolizando, rejeitando ou sabendo administrar o que delas se possa aproveitar, se deva rejeitar ou se constitua imperativo/desafio de sadia convivência (ÁVILA, 2001, p.71-72).

Para reforçarmos a linha de pensamento de Ávila, encontramos em Martins (2002, p.54) a seguinte contribuição: “O verdadeiro diferencial do DL não se encontra em seus objetivos (bem-estar, qualidade de vida, endogenia, sinergias etc), mas na postura que atribui e assegura à comunidade o papel de agente e não apenas de beneficiária do desenvolvimento”.

Assim, o desenvolvimento deve acontecer a partir das bases comunitárias de uma localidade, de “baixo para cima”, devendo a comunidade-localidade assumir o seu próprio desenvolvimento e remeter a discussão da questão para a dimensão endógena, o que segundo Ávila (2001, p. 78-79) significa:

[...] a endogeneidade, no âmbito do desenvolvimento local, se constitui das capacidades, competências e habilidades entranhadas no interior das comunidades-localidades para que elas mesmas captem tanto as suas potencialidades e condições quanto todos os possíveis tipos de apoio e condições à disposição ou disponíveis de agências e agentes exteriores: primeiro, digerindo-os, isto é, associando-os e neles provocando reações que liberem seus ingredientes nutritivos de geração, manutenção ou aperfeiçoamento de progresso; ato-contínuo, metabolizando os energéticos de melhoria quantitativo-qualitativa em todas as dimensões de vida e dinâmicas de equilíbrio e harmonização quer das comunidades quer das localidades situadas em seus domínios de ação e responsabilidade espacial.

Diante desta citação, o autor esclarece que o DL de caráter endógeno tem sua ênfase fundamentada na comunidade-localidade, que recebe intervenções externas, sem perder, porém o foco, que é a endogeneização das suas capacidades, competências e habilidades. O autor ainda afirma com propriedade que “[...] o *desenvolvimento local* propriamente dito não se caracteriza nem como ‘descentralizado’ e nem descentralizando, mas sim, como ‘centrado’, [...]‘localizado no centro’ das próprias comunidades-localidades” (ÁVILA, 2001, p.84).

Logo, foi com base nessa perspectiva que desenvolvemos o estudo sobre hotelaria em termos de contribuição para a endogeneização do desenvolvimento local no município de Corumbá-MS.

1.4. Turismo e Meios de Hospedagem

Ao desenvolvermos um tema sobre hotelaria foi necessário trabalharmos conceitos relacionados ao turismo e aos próprios meios de hospedagem, para fazermos então a associação dos conceitos e explanarmos sobre o objetivo do estudo que foi: verificar as facilidades, dificuldades e potencialidades de contribuição da hotelaria em termos de desenvolvimento local endógeno.

Segundo Coriolano (2003, p. 17):

“O desenvolvimento e o turismo ocorrem em escalas globais ou locais. Há que se identificar às tônicas e abordagens dadas ao processo de desenvolvimento e ao desenvolvimento do turismo nos diversos lugares, porque elas podem vir associadas aos grandes grupos econômicos e ao capital ou vir associadas ao capital local privilegiando o lugar, os residentes e a cultura local”.

Ao mencionarmos o turismo foi notório entendermos que o mesmo necessita de uma variedade de serviços a disposição para que a atividade turística aconteça, daí a preocupação na citação de Coriolano: será que essa variedade de serviços contemplava os residentes do local?

Ao buscarmos uma resposta, entendemos que o turismo dado os efeitos multiplicadores que provoca em variados setores e serviços da economia é considerado um setor que oferece grandes oportunidades para a geração de emprego e renda, e, igualmente, para a abertura de novos empreendimentos comerciais.

Severino & Guimarães (2004) afirmam que: “O turismo interage nos três setores da economia, quando se desenvolve e provoca um processo de irradiação de benefícios que ultrapassem seu limite de atuação, incrementando não só os negócios do setor terciário, como também dos setores primário e secundário”.

Se o turismo provoca uma irradiação capaz de abranger todos os setores da economia, afirmamos então que ele passa a ser uma atividade protagonista de desenvolvimento econômico, conforme relata Beni (2003, p.72).

Beni (2003, p. 53-54) ainda afirma que:

[...] o turismo deixa de ser atividade meramente utilitária, [...] e passa a ser um ‘espaço’ qualitativamente diferente e superior, a partir do qual pode injetar renovada energia e informação aos sistemas social e cultural, para efeito de promover novas atitudes e realizações humanas. [...] neste desafio, o turismo, como alternativa de lazer ou de tempo livre, aparece sob uma nova consideração, respaldada em um formidável potencial [...] e passa a ser um ‘espaço’ qualitativamente diferente e superior, a partir do qual pode injetar renovada energia e informação aos sistemas social e cultural, para efeito de promover novas atitudes e realizações humanas.

Em Cruz (apud CASTELLI, 2005, p.111) afirma-se: “[...] que o turismo tem o espaço como seu principal objeto de consumo, a qualidade do espaço ou dos ambientes de modo geral é de fundamental importância para a hospitalidade turística de um lugar”. Isso significa que há um destaque para o lugar, principalmente em relação à questão da hospitalidade. Hospitalidade, que inicia na comunidade-localidade, onde existe o desenvolvimento da atividade turística e conseqüentemente da atividade hoteleira.

Castelli (2005, p.191) relata que: “[...] o turismo é, hoje, uma realidade de importância cada vez maior no contexto do desenvolvimento socioeconômico das nações, tornando-se uma fonte geradora de empregos e de divisas, um mercado em grande expansão, que necessitará de um grande contingente de recursos humanos altamente qualificados”.

Quando o autor menciona que será necessário um contingente de recursos humanos altamente qualificado, na verdade quer expressar que o papel dos meios de hospedagem na atividade turística é capaz de acrescentar valores ao local dependendo do grau de envolvimento da comunidade e esse envolvimento, por sua vez pode ser entendido a partir do grau de desenvolvimento das pessoas e do valor que as mesmas atribuem a essa atividade na medida em que corresponde aos seus anseios.

Os meios de hospedagem, neste contexto, estão inseridos no primeiro grupo de empresas geradoras de serviços, conforme Beni (2003; p.187): “[...] a empresa hoteleira, um dos elementos essenciais da infra-estrutura turística, constitui um dos suportes básicos para o desenvolvimento do Turismo num país”.

Nessa perspectiva, o estudo investigou se a atividade turística era uma atividade em ascensão no município, além do grau de contribuição dos meios de hospedagem, em especial o do tipo hotel, e se estes agregavam valores à atividade e ao local.

Ao tratarmos sobre os meios de hospedagem, recorreremos a classificação conforme o órgão de maior responsabilidade pelo turismo no Brasil – a Empresa Brasileira do Turismo (EMBRATUR), que instituiu pela Deliberação Normativa 367, de 23/11/96 a seguinte matriz de classificação dos meios de hospedagem:

QUADRO 01 - OS MEIOS DE HOSPEDAGEM DE TURISMO E AS CARACTERÍSTICAS QUE OS DISTINGUEM

Tipo	Localização	Natureza da edificação	Clientela preferencial	Infra-estrutura
Hotel (H)	Preferencialmente urbana	Normalmente, em edificação com vários pavimentos (partido arquitetônico vertical)	Mista, com executivos e turistas, predominando ora uns, ora outros.	Hospedagem e, dependendo da categoria, alguma infra-estrutura para lazer e negócios.
Hotel histórico (HH)	Em prédios, locais ou cidades históricas (no meio urbano e rural).	Prédio tombado pelo IPHAN ou de significado histórico ou valor regional reconhecido.	Mista, com executivos e turistas, com predominância variável de uns e outros.	Normalmente, restrita à hospedagem.
Hotel de lazer (HL)	Áreas rurais ou local turístico fora do centro urbano.	Normalmente, partido arquitetônico horizontal.	Turistas em viagens de recreação e lazer.	Áreas, instalações, equipamentos e serviços próprios para lazer e hóspedes.
Pousada (P)	Locais turísticos normalmente fora do centro urbano	Predominante, partido arquitetônico horizontal.	Turistas em viagens de recreação e lazer.	Restrita à hospedagem.

Fonte: Andrade (2000,p.45)

De acordo com a classificação acima e para o estudo em questão, o meio de hospedagem abordado foi do tipo hotel (H), cuja localização está na área urbana, com edificação constituída de vários pavimentos e atendendo a um público misto, cuja infra-estrutura atende ao lazer e aos negócios.

1.5. O que significa (Teoricamente) facilidades, dificuldades e potencialidades do Desenvolvimento Local Endógeno em termos de Hotelaria.

1.5.1. Sentido Geral

Sendo os meios de hospedagem um dos componentes da infra-estrutura necessária para que ocorra o desenvolvimento da atividade turística, eles representam a potencialidade de

um local para que essa atividade aconteça de forma ordenada. A estrutura hoteleira de uma região transformasse também em referência para o desenvolvimento local endógeno quando agrega valores à própria comunidade, assim como a própria comunidade no desenvolvimento de seus serviços, através da utilização da mão-de-obra e dos recursos naturais e culturais do local.

Conhecermos a contribuição dos meios de hospedagem, especificamente os hotéis da área urbana do município significou verificarmos a geração de empregos diretos e indiretos proporcionados pela atividade e, também, da capacidade que a mesma possui no tocante ao fato de provocar o associativismo, a cooperação, a capacidade inovativa ao local, entre outras atividades no âmbito de uma comunidade-localidade.

De acordo com Castelli (2005, p.133-134):

“[...] durante o século XIX, não somente Rio de Janeiro e São Paulo, mas inúmeras outras localidades, em diversas regiões do país, começaram a transformar-se em vilas e cidades, cada qual possuindo a sua história e dispondo de algum tipo de meio de hospedagem como parte integrante do seu desenvolvimento socioeconômico. [...] Na década de 1970, registrou-se o boom da hotelaria nacional, devido não só à expansão da atividade econômica registrada no país, como também aos incentivos fiscais e financiamentos especiais, como o Fundo Geral do Turismo (Fungetur), concedido ao setor”.

Com base no respectivo cenário e embasados na história do município de Corumbá, verificamos que na década de 80 ocorreu o *boom* da hotelaria e o surgimento de uma estrutura diferenciada das apresentadas, inclusive na matriz de classificação dos meios de hospedagem, que nesse caso são: os barcos hotéis (um tipo de alojamento que oferece as vantagens de um hotel, com o diferencial de poder se deslocar pelas vias fluviais e parar em pontos almejados pelos seus clientes), onde a hospedagem, o meio de transporte e a alimentação acontecem simultaneamente, o que caracterizou uma peculiaridade da região que está inserida no pantanal.

DIAGNÓSTICO BÁSICO POR FORMULÁRIOS DA REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ

O diagnóstico básico que apresentamos neste capítulo resultou da aplicação de dois tipos de formulários (Apêndice A e B): o primeiro foi destinado à compreensão da dimensão institucional e funcional geral da própria rede hoteleira de Corumbá; e, o segundo, que visou obter informações sobre os perfis pessoais e profissionais da mão de obra alocada nos hotéis. Portanto, as explicações concernentes a cada um desses dois tipos de formulários introduzem os respectivos subitens 2.1 e 2.2, a seguir.

2.1 Dimensão Institucional e Funcional Geral da Hoteleira em Corumbá

O formulário aplicado foi composto de três blocos alfabéticos:

- A. DADOS GERAIS**, com cinco questões numéricas: 1) registro de dados cadastrais (objetivou caracterizar juridicamente os hotéis por itens como: nome da empresa e nome fantasia, razão social, endereço rua/av., número, bairro, município, CEP, fone, fax, e-mail e home page); 2) identificação dos estabelecimentos através do registro na Empresa Brasileira do Turismo (EMBRATUR) e na Associação Brasileira da Indústria dos Hotéis

(ABIH); 3) forma de administração (proprietário e/ou gerente); 4) tempo de funcionamento; e 5) capacidade hoteleira ou número de leitos disponíveis.

B. NÍVEL DE OCUPAÇÃO, com três questões: 1) taxa média anual de ocupação; 2) períodos anuais considerados de alta e baixa temporada; 3) taxa média de ocupação por período sazonal.

C. MÃO-DE-OBRA UTILIZADA, com treze questões: 1) mão-de-obra atual; 2) mão-de-obra terceirizada; 3) mão-de-obra por área de atuação; 4) custo da mão-de-obra; 5) procedência dos empregados; 6) contratação de mão-de-obra em alta temporada; 7) exigências gerais para contratação de mão-de-obra; 8) tipos de entidades prestadoras de serviços terceirizados; 9) dificuldades para contratação de mão-de-obra local; 10) como é considerada a mão-de-obra local (avaliação geral); 11) existência ou não de plano de capacitação/treinamento de mão-de-obra nas empresas; 12) valor de investimento em capacitação/treinamento realizado pelas empresas; 13) entidades que ministram capacitações/treinamentos.

D. ABASTECIMENTO DE MATÉRIAS-PRIMAS, com três questões: 1). Gêneros Alimentícios; 2). Limpeza e higiene; 3) Hortifrutigranjeiros.

Abaixo, segue a apresentação (através de quadros e gráficos) das informações coletadas por blocos - A, B, C e D - e respectivas questões numéricas, como mencionadas acima.

Contudo, iniciamos pela explicitação das informações referentes à questão 2 do bloco A, devido ao fato de que embora os dados colhidos pela primeira tenham sido muito

importantes para o andamento da pesquisa, entendemos que não era necessária a divulgação, pois serviu apenas para uma identificação melhor elaborada de cada estabelecimento.

2.2.1 Bloco A – Dados Gerais (com as respectivas Questões seqüenciadas de A1 a A4):

A1- Dados Cadastrais: são informações cadastrais (como mencione anteriormente) que forneceram: razão social, endereço, telefone, home-page etc; e que não foram publicadas, mas constam nos arquivos da pesquisa.

A2 - Registros dos Hotéis nas entidades do setor: EMBRATUR e ABIH

Ao elaborarmos essa questão, intencionados verificar em que órgãos competentes do setor os respectivos hotéis pesquisados estavam registrados e/ou credenciados. A preocupação em buscarmos essa informação foi devido ao fato de que no Brasil há a EMBRATUR - o órgão governamental máximo no país responsável pelo desenvolvimento da atividade turística. Além desse órgão, há a Associação Brasileira da Indústria dos Hotéis (ABIH¹), que atua como um órgão técnico e consultivo no estudo e solução dos problemas do setor. No quadro dois, apresentamos os hotéis pesquisados e seus respectivos registros:

Quadro 2 – Registros dos Hotéis nas entidades do setor: EMBRATUR e ABIH

Hotéis	EMBRATUR	ABIH	EMBRATUR / ABIH	Nenhuma
1. Santa Mônica Hotel	X	X	X	
2. Hotel Santa Rita	X	X	X	
3. Hotel Laura Vicuña	X	X	X	
4. Virgínia Palace Hotel	X			
5. Salette Hotel				X
6. Gold Fish	X			
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	X	X	X	
8. Nacional Palace Hotel	X	X	X	
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	X			
10. Hotel Caçula	X	X	X	
11. Hotel Lincoln		X		

¹ Disponível em <http://www.abih.com.br/principal/entidade/perfil.php>

Ao analisarmos o quadro, constatamos que **09** - dos 11 hotéis - informaram que são registrados junto à Empresa Brasileira do Turismo (EMBRATUR), **07** apresentaram registro também na Associação Brasileira da Indústria dos Hotéis (ABIH), e apenas **um** hotel não apresentou nenhum registro nessas entidades. O fato acima revelado mostrou que nem todos possuem uma visão clara sobre a importância de vincularem-se a esses órgãos ou sinaliza que os órgãos governamentais passam por um momento de descrédito por parte do empresário.

O estabelecimento que possui os respectivos registros passa a ter a sua imagem divulgada nos próprios sites dos referidos órgãos e participam de eventos, com apoio dos mesmos.

A3. Forma de Administração

Dos 11 hotéis pesquisados, **10** pertencem a famílias e a forma de administração concentra-se no patriarca da família que idealizou o empreendimento (com exceção do número 6 - conforme o quadro 3, que integra a rede nacional denominada Clube Candeias Sport, Lazer e Recreação, e que funciona com uma gerência mais rigorosa, de acordo com normas padronizadas pela própria rede).

Quadro 3 – Forma de Administração

Hotéis	Proprietário	Proprietário/ Gerente	Gerente	Nenhuma
1. Santa Mônica Hotel			X	
2. Hotel Santa Rita		X		
3. Hotel Laura Vicuña		X		
4. Virgínia Palace Hotel		X		
5. Salette Hotel	X			
6. Gold Fish				X
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	X			
8. Nacional Palace Hotel			X	
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	X			
10. Hotel Caçula	X			
11. Hotel Lincoln			X	

A administração dos empreendimentos conforme detectamos foi: em **04**, são os próprios proprietários que administram os empreendimentos; em **03** os proprietários atuam com o auxílio de gerentes; e, em outros **03** são os gerentes que administram.

Na condução da aplicação do formulário observamos que o empresário detém um amplo conhecimento adquirido na própria prática diária, porém diante de um mercado em evolução, onde qualidade e produtividade são requisitos para enfrentarem a acirrada competitividade foi necessário ter a frente dos negócios indivíduos (Gerentes) com uma gama de competências voltadas para os seus setores de atividades. Quando tratamos sobre competências, nos referimos aos conhecimentos, habilidades e atitudes, em que o conhecimento técnico deve estar aliado às habilidades e as atitudes.

Nesse universo pesquisado, 06 empreendimentos estão atuando com um profissional - o gerente - que no nosso entendimento significa a busca pela profissionalização do empreendimento. Para o estudo desenvolvido, esse fato foi uma amostra significativa, pois revelou a absorção da mão-de-obra local, haja vista que hoje o município possui três instituições de ensino superior, e uma oferece um curso específico – o de Turismo - para atender a demanda de profissionais na área da atividade turística.

A4. Tempo de Funcionamento:

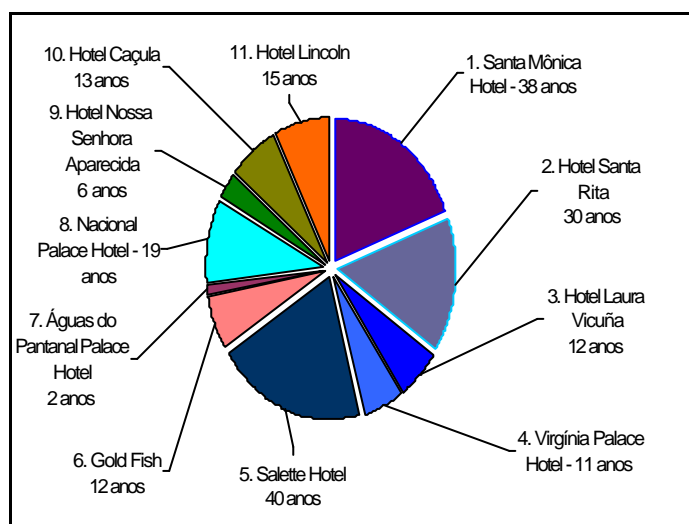
Outro fator considerado importantíssimo foi o tempo de funcionamento dos hotéis, ao explorarmos essa informação a intenção foi verificarmos se realmente o desenvolvimento do setor do turismo era uma vocação do município ou não, pois, constatamos que a abertura de empreendimentos hoteleiros em um local representa a ascensão da atividade turística. O quadro abaixo retrata a realidade no município estudado:

a) Quadro 04 – Tempo de Funcionamento a partir da década de 60

Hotéis	(Tempo de Funcionamento)
1. Santa Mônica Hotel	38
2. Hotel Santa Rita	30
3. Hotel Laura Vicuña	12
4. Virgínia Palace Hotel	11
5. Salette Hotel	40
6. Gold Fish	12
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	2
8. Nacional Palace Hotel	19
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	6
10. Hotel Caçula	13
11. Hotel Lincoln	15

Com base no quadro acima detectamos que o hotel mais antigo e em funcionamento tem 40 anos, ou seja, foi construído na década de 60, porém conforme o estudo sobre o município, pode-se confirmar que foi na década de 90 que realmente surgiram os empreendimentos hoteleiros na região urbana de Corumbá e onde a atividade começou a ganhar espaço. O gráfico 1 possibilita uma visualização melhor do exposto:

b) Gráfico 1



Vale ressaltarmos que o município detém na área portuária um outro tipo de empreendimento – os barcos-hotéis (empreendimentos com estruturas que oferecem a hospedagem, o meio de transporte e a alimentação simultaneamente e com variadas adaptações) próprios para o desempenho das atividades turísticas a que se propõem – o turismo de pesca.

O gráfico 01 mostra que o hotel mais novo existe a 06 anos e o mais antigo há 40 anos, contudo existe a exceção do hotel Águas do Pantanal, cujo proprietário salientou que o mesmo não é um hotel novo, porém está sob sua administração e em pleno funcionamento há apenas dois anos e três meses.

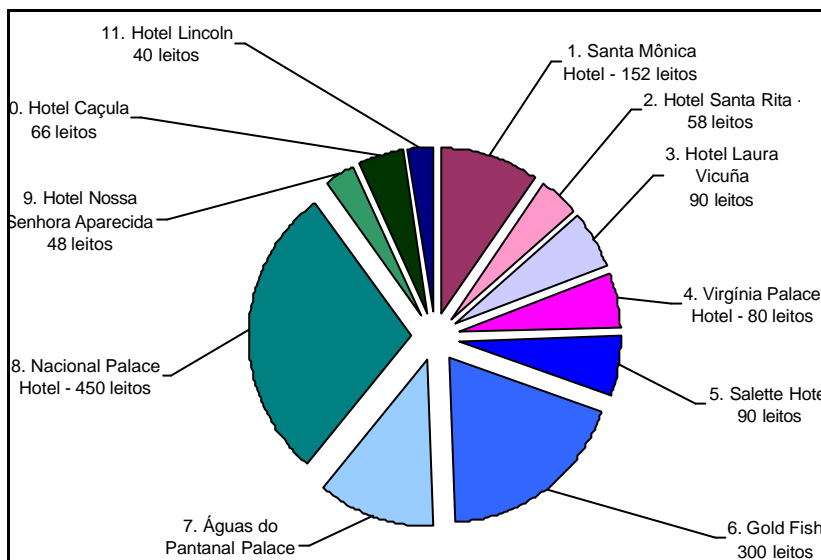
A5. Capacidade Hoteleira (leitos disponíveis):

Hoje, para o tipo de atividade turística desenvolvida – o Turismo de Pesca – é possível afirmar que a capacidade hoteleira no município é condizente ao produto turístico existente. Há, também, uma sinalização por parte dos próprios empresários em buscar novas segmentações das atividades turísticas para o município. Mas, é preciso estar atento a essas mudanças, pois incidirá na reestruturação da infra-estrutura e na prática da oferta dos serviços turísticos. Fato este que comprovamos com o quadro nº. 5, a seguir:

a) Quadro 05 - Capacidade Hoteleira

Hotel	Leitos
1. Santa Mônica Hotel	152
2. Hotel Santa Rita	58
3. Hotel Laura Vicuña	90
4. Virgínia Palace Hotel	80
5. Salette Hotel	90
6. Gold Fish	300
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	180
8. Nacional Palace Hotel	450
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	48
10. Hotel Caçula	66
11. Hotel Lincoln	40
Total	1.554

b) Gráfico 2



De acordo com o gráfico existe considerável oferta de leitos. O hotel com menor número de leitos é o Lincoln, respeitando inclusive a sua estrutura - pequena. Por outro lado, o Hotel Nacional é hoje o que oferece mais leitos, além de oferecer uma excelente localização e infra-estrutura quando comparado com os demais hotéis em estudo.

2.1.2 Bloco B – Nível de ocupação (Questões de B1 a B3):

• B1 – Média Anual de Ocupação

Ao questionarmos sobre o nível de ocupação dos hotéis, a intenção foi verificarmos como esses dados são analisados *a posteriori* pelos empresários, pois são dados que se bem tratados possibilitam traçar um planejamento para o empreendimento, seja ele financeiro ou em termos de modificações na estrutura e/ou de serviços oferecidos.

A identificação dessas taxas foi prevista para os períodos 2002, 2003 e 2004, mas durante a aplicação do formulário ficou evidente que não havia dados referentes a 2002 e 2003, só restando a opção pelas informações de 2004, estas, sim, disponibilizadas por todos. Salientamos que as referidas informações são estimativas fornecidas verbalmente, uma vez que não foi possível o acesso aos registros formais dos empreendimentos, assim apresentamos abaixo:

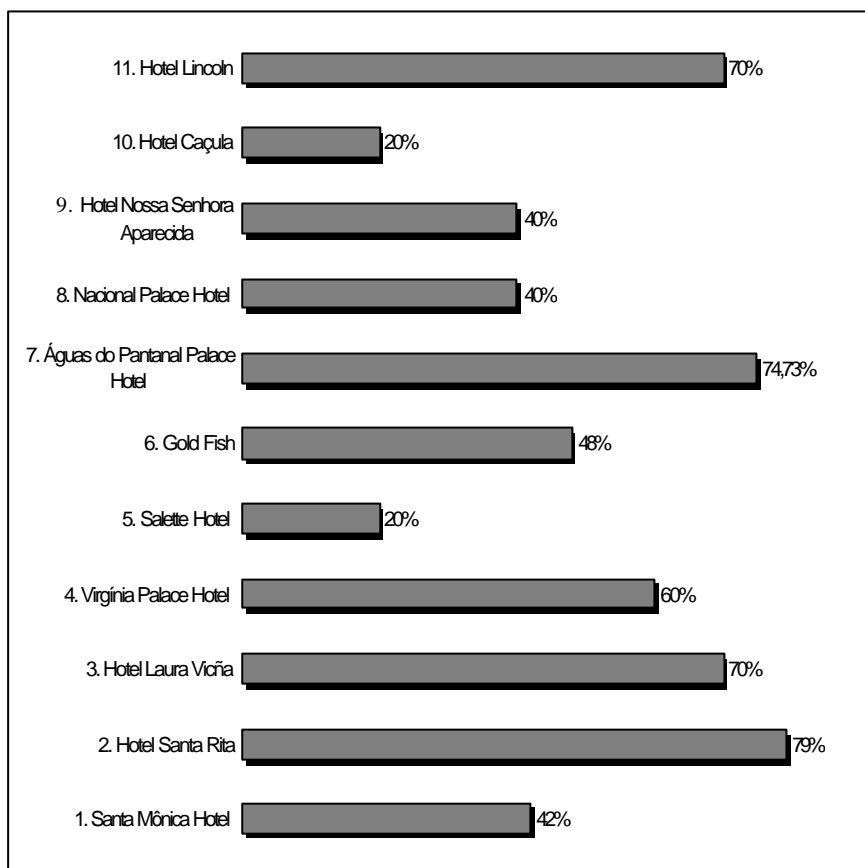
a) Quadro 06 – Taxa Média de Ocupação em 2004

Hotel	Taxa Média de Ocupação (%)
1. Santa Mônica Hotel	42%
2. Hotel Santa Rita	79%
3. Hotel Laura Vicuña	70%
4. Virgínia Palace Hotel	60%
5. Salette Hotel	20%
6. Gold Fish	48%
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	74,73%
8. Nacional Palace Hotel	40%
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	40%
10. Hotel Caçula	20%
11. Hotel Lincoln	70%

Ao verificarmos as informações sobre as taxas médias de ocupação disponibilizadas pelos hotéis, percebemos que o quadro apresenta dados que instigam a curiosidade no sentido de sabermos o porquê para alguns hotéis a taxa fica em torno de 40% e para outros 70%. E, ressaltamos que ainda há hotel operando com uma taxa de somente 20% de ocupação em período considerado de plena movimentação do setor no município.

A explicação que obtivemos na própria pesquisa para esses dados foi que a maioria dos empreendimentos trabalham com dois focos: o de mensalistas e de visitantes. O gráfico abaixo permite-nos uma visualização melhor dessas taxas:

b) Gráfico 3 (do quadro 06) – Gráfico em forma de barras.



A dificuldade em identificarmos a taxa de ocupação dos empreendimentos reflete a despreocupação ou certo descuido por parte dos empresários, no sentido de construir um perfil histórico de ocupação, o que ajudaria muito em termos de planejamento das futuras pretensões para os seus hotéis.

• B2. Períodos de Alta e Baixa Temporada

Para um município com tantas potencialidades naturais, históricas e culturais, será preciso rever o que pode ser feito nos meses considerados de baixa temporada e críticos, em que as ações conjuntas com o poder público servirão como uma estratégia primordial para alavancar a atividade nestes períodos.

• **Quadro 07 (B2) – Períodos de Alta e Baixa Temporada**

Nesse aspecto, as respostas foram unânimes: os meses de julho a outubro são considerados alta temporada, assim como o mês de fevereiro (carnaval). Já os meses de março, abril, maio e junho, são considerados de baixa temporada, mas os meses efetivamente críticos são novembro, dezembro e janeiro, conforme o quadro abaixo:

Hotel	Meses											
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Santa Mônica Hotel	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
2. Hotel Santa Rita	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
3. Hotel Laura Vicuña	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
4. Virgínia Palace Hotel	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
5. Salette Hotel	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
6. Gold Fish	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
8. Nacional Palace Hotel	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
10. Hotel Caçula	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico
11. Hotel Lincoln	Alta	Alta	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Alta	Alta	Alta	Crítico	Crítico

Legenda:

Alta Temporada	Alta
Crítico	Crítico
Baixa Temporada	Baixa

Considerando que no quadro 6 – Taxa Média de Ocupação (p. 58) ocorreu dificuldade de ter as informações para os anos de 2002, 2003 e ter 2004 como base em informações estimadas fornecidas verbalmente, se torna oportuno questionarmos se realmente existe alta e baixa temporada uma vez que não há dados comprobatórios até o momento da realização dessa pesquisa, o que percebemos é que os dados são baseados unicamente na atividade do turismo de pesca, que por lei só é permitido entre os meses de março a outubro,

perfazendo oito meses e os demais meses restantes são conhecidos como período da piracema, que se comparado com o quadro acima, comprova o período considerado crítico. O que foi considerado como Alta Temporada equivale aos períodos em que o Turismo de Pesca predomina, na realidade são períodos em que a legislação vigente permite a pesca esportiva e o turista pode levar uma certa quantidade de pescado para a cidade de sua origem. Porém, esse fato precisa ser revisto pela própria atividade, pois a legislação prevê para o ano de 2007 a modalidade do tipo “Pesque Solte” somente, o que não permitirá mais a pesca extrativista na região, e poderão refletir um novo cenário para a atividade e um repensar por parte dos empresários e poder público para o desenvolvimento de um outro produto turístico para a região.

Hoje, o índice de inatividade apresentado no período compreendido entre baixa temporada e períodos críticos tem provocado nos donos de hotéis a busca pela opção em oferecer e manter um número de vagas de suas unidades habitacionais para mensalistas (pessoas oriundas de outras regiões que provisoriamente pretendem permanecer no município em função das suas atividades laborais).

Todavia, para um município considerado como pólo de atratividade turística será preciso que os donos de hotéis repensem a atuação deles em termos de serviços oferecidos e o tipo de clientela, que deverá ser alinhada junto às pretensões do próprio poder público e da própria comunidade em relação a real vocação para o turismo.

• **B3 – Taxa média de ocupação período sazonal (Alta e Baixa Temporada)**

A sazonalidade significa: períodos de alta atividade e de baixa inatividade de movimento (compra e venda) turístico.

Por falta de acesso a registros formais e reais a informação sobre a ocupação por período de alta e baixa temporada mais precisa, prejudicaram não só essa análise estudada, como qualquer outra análise que poderá ser feita para delinear ações corretivas para o desenvolvimento da própria atividade do setor numa atividade maior que é a de um novo produto turístico para a região.

Desse modo, os dados não podem ser apresentados pela exigência que este documento tem em termos de cunho científico.

2.1.3. Bloco C – Mão de obra utilizada atualmente (Questões de C1 a C13)

O termo mão-de-obra utilizado, foi uma opção de terminologia que é usualmente adotada pelas referências que conduziram o desenvolvimento deste trabalho, sendo assim, podemos encontrar outras terminologias que se encaixam neste tópico, a saber: Recursos Humanos, Potencial Humano etc, depende muito da base teórica adotada e/ou selecionada para a linha de pesquisa.

Ao explorarmos essa questão, tivemos o intuito de verificarmos aspectos quantitativos e qualitativos da mão-de-obra utilizada no setor. O número relacionado aos resultados das coletas de dados com os hotéis sobre a mão-de-obra pode, em um primeiro momento, parecer um dado de pouco significado para um município de 99.441 habitantes, porém se considerarmos o número de dependentes que são mantidos com o salário oriundo da atividade, esse levantamento possibilita dimensionarmos os impactos diretos e indiretos do setor do turismo na economia local e verificarmos se há ocorrência de efeitos multiplicadores que contribuam para a expansão de outras atividades econômicas internas que se formam e temos como perceber o grau de importância da hotelaria no município. Por outro lado, retrata também a necessidade de diversificar a atividade turística no município, já que o mesmo tem

um único produto turístico (conhecido e formatado) que é o Turismo de Pesca, cuja atividade conta com um número significativo de barcos-hotéis que abrange um número bem maior em termos de utilização da mão-de-obra no período de temporada quando comparado aos hotéis. O diferencial entre um barco-hotel e um hotel é que após a temporada, a mão de obra fica ociosa para o barco-hotel; enquanto os hotéis - com baixa ou alta temporada - tendem a permanecer com o mesmo número de mão-de-obra ou um número reduzido. Segundo palestra proferida pelo empresário Geraldo Veríssimo Júnior²:

“O contexto atual do turismo é que trabalhamos oito meses e deixamos de trabalhar quatro meses gerando o desemprego de aproximadamente 940 empregados ligados diretamente à atividade do turismo de pesca, pois em média cada embarcação contrata vinte funcionários e estamos falando aqui de 47 embarcações atuantes nesse segmento.”

A referida fala do empresário constata a questão do diferencial acima citado.

A seguir no quadro nº. 08 apresentamos o quantitativo da mão-de-obra alocada hoje nos hotéis que fizeram parte desta pesquisa:

• **C1. Quadro 08 – Mão-de-Obra Fixa e Temporária**

Hotel	Mão-de-Obra Fixa	Mão-de-Obra Temporária
1. Santa Mônica Hotel	26	3
2. Hotel Santa Rita	18	6
3. Hotel Laura Vicuña	8	2
4. Virgínia Palace Hotel	8	2
5. Salette Hotel	12	2
6. Gold Fish	50	0
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	21	0
8. Nacional Palace Hotel	45	0
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	3	0
10. Hotel Caçula	3	0
11. Hotel Lincoln	5	0
Total	199	15

² Palestra proferida no 1º Fórum de Turismo de Pesca em 15 de dezembro de 2005 em Corumbá/MS.

A mão-de-obra alocada nos hotéis investigados atinge um total de 199 (cento e noventa e nove) pessoas fixas que permanecem no período considerado de alta e baixa e há a contratação de apenas 15 (quinze) pessoas temporárias para um período de alta temporada, as quais sabem que são contratações temporárias. Se tivéssemos uma informação precisa sobre o fluxo de turistas no município, poderíamos fazer uma interpretação do dado acima obtido verificando sua representatividade para o setor e para o local.

• C2. Terceirização da mão-de-obra utilizada

A Terceirização é uma prática usual adotada por algumas empresas em áreas diversas com a intenção de contratar empresas externas para fornecimento de recursos ou serviços.

Segundo Robbins (2003, p.16) “é uma extensão natural da iniciativa de enfatizar as competências centrais”. Essa questão foi feita levando em consideração a formação da pesquisadora – Administração - sendo a terceirização uma prática empresarial nos dias atuais e que poderia ocorrer na rede hoteleira local, porém, é uma prática que ainda não está disseminada na atividade hoteleira da cidade de Corumbá.

• C3. Distribuição da mão-de-obra por área funcional ou por setor

A distribuição da mão-de-obra por área observada foi por área funcional, e houve certo embaraço por parte dos respondentes ao informarem o número exato de funcionários alocados por setor dentro do hotel; número esse que não foi coerente com o total de funcionários informado; ficou, portanto, subentendido que um funcionário pode desenvolver mais de uma atividade em distintos setores. Assim observa-se que o problema identificado nas respostas a esta questão revela um aspecto importante na estrutura funcional dos hotéis, que é

o da polivalência funcional de seus funcionários buscando diminuir custos e, normalmente, em detrimento da qualidade dos serviços oferecidos e do nível de satisfação dos próprios funcionários.

Assim, para a apresentação dos dados a questão tornou-se inviável.

• **C4. Estrutura de custo com mão-de-obra (Em R\$ ou %)**

Para um empreendimento de qualquer natureza de atividade econômica é necessário ter os seus custos estruturados, inclusive com relação à mão-de-obra que tem alocado.

Entendemos por custos estruturados com relação à mão-de-obra: a remuneração líquida, os encargos sociais incidentes e outras. Ao indagarmos sobre esses custos só nos foi repassaram o valor líquido pago , pois muitos dos entrevistados não conheciam o percentual dos encargos incidentes no salário do seu funcionário e/ou não tinham uma certeza dos mesmos, de modo que apresentamos apenas a remuneração líquida. O valor sofre variações entre um mínimo de R\$300,00 (trezentos reais) e um máximo de R\$750,00 (setecentos e cinquenta reais) – vale ressaltarmos que o salário mínimo vigente no país e de acordo com a CLT é de R\$320,00 (trezentos e vinte reais) e o salário mínimo da categoria é de R\$350,00 (trezentos e cinquenta reais), porém o salário comercial praticado no município é de R\$450,00 (quatrocentos e cinquenta reais). Portanto, notamos que o salário pago por um determinado hotel estava abaixo do próprio salário mínimo. O quadro abaixo elucida melhor a remuneração líquida paga pelos hotéis entrevistados:

a) **Quadro 09 – Custo mão-de-obra (Remuneração Líquida)**

Hotel	Remuneração Líquida (R\$)
1. Santa Mônica Hotel	500,00
2. Hotel Santa Rita	380,00
3. Hotel Laura Vicuña	350,00
4. Virgínia Palace Hotel	350,00

5. Salette Hotel	350,00
6. Gold Fish	460,00
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	400,00
8. Nacional Palace Hotel	750,00
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	400,00
10. Hotel Caçula ²	300,00
11. Hotel Lincoln	350,00

Ao questionarmos sobre o valor total da folha de pagamento mensal do quadro de pessoal, a base foi a remuneração líquida e houve uma variação entre o mínimo de R\$ 1.600,00 (um mil e seiscentos reais) e o máximo de R\$30.000,00 (trinta mil reais). Entretanto, um dos hotéis não tinha a informação disponível. O dado acerca dos salários pagos nos permitiu uma noção sobre a movimentação financeira praticada pelo setor no município.

• C5. Procedência dos Empregados

Essa foi outra informação que consideramos crucial para o estudo desenvolvido, pois representou uma amostra da mão-de-obra local alocada no desenvolvimento da atividade e permitiu-nos afirmar que a atividade ocupa no mínimo 90% da mão-de-obra do local, ou seja, do próprio município de Corumbá.

a) Quadro 10 – Procedência Mão-de-obra

Hotel	Local
1. Santa Mônica Hotel	90%
2. Hotel Santa Rita	100%
3. Hotel Laura Vicuña	100%
4. Virgínia Palace Hotel	100%
5. Salette Hotel	100%
6. Gold Fish	100%
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	100%
8. Nacional Palace Hotel	100%
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	100%
10. Hotel Caçula	100%
11. Hotel Lincoln	100%

O quadro demonstra que apenas um hotel possui mão-de-obra oriunda de outra localidade, evidenciando que a grande maioria conta com 100% da mão-de-obra local.

Dos 11 hotéis, apenas 01 trabalha com 10% da sua mão-de-obra proveniente de outras cidades, os demais possuem 100% da mão-de-obra do local. Portanto, foi possível afirmarmos através deste dado que há uma valorização da mão-de-obra local por parte dos empreendimentos hoteleiros.

• **C6. Contratação de Mão-de-Obra Temporária**

A pesquisa revelou-nos que a maioria das empresas não costuma contratar funcionários para a alta temporada, o que pode interferir na qualidade da prestação dos serviços uma vez que ele permanece com o mesmo quadro seja para alta ou baixa temporada, dado esse que fora evidenciado no item C1. Quadro 08 – Mão-de-Obra Fixa e Temporária.

O quadro nº. 11 a seguir aponta que apenas 05 hotéis contratam para atender a alta temporada, assim mesmo a contratação é restrita a um número máximo de 06 funcionários a mais. Outro fato importante sobre esses hotéis, é que eles são considerados de pequeno porte quando comparados a pelos menos três outros hotéis dessa pesquisa. Fato este que nos fez persistir no questionamento sobre a qualidade dos serviços prestados.

a) Quadro 11 – Mão-de-Obra Temporária

Hotel	Mão-de-Obra Temporária
1. Santa Mônica Hotel	3
2. Hotel Santa Rita	6
3. Hotel Laura Vicuña	2
4. Virgínia Palace Hotel	2
5. Salette Hotel	2
6. Gold Fish	0
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	0
8. Nacional Palace Hotel	0
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	0
10. Hotel Caçula	0
11. Hotel Lincoln	0

Aqui apresentamos como confirmação dos dados já expostos sobre a contratação de mão-de-obra em período de alta temporada. Com exceção do Santa Mônica Palace Hotel, os demais hotéis podem ser considerados de pequeno porte devido a estrutura e quantidade de leitos oferecidos e revela mais uma vez a questão da polivalência dos funcionários nos demais hotéis.

• C7. Exigências para contratação mão-de-obra em geral

Nessa questão sobre a contratação, um fator despertou-nos atenção especial, a saber: os requisitos exigidos para esse fim apresentaram algumas respostas que consideramos preocupantes pela falta de noção sobre a legislação vigente em termos de constrangimentos e preconceito, pois encontramos dentre as várias exigências, a solicitação de boa aparência - que segundo a legislação vigente é um termo proibido por caracterizar discriminação e pode acarretar à empresa um processo civil; uma outra solicitação apontada seria a exigência de

alguns exames médicos - que são solicitados apenas quando a pessoa selecionada está no processo de contratação e este é conhecido como exame de admissão.

Observamos que a maioria dos empreendimentos utiliza no momento da contratação: currículos recebidos, indicação de amigos ou do próprio funcionário. Alguns utilizam os serviços da agência pública de emprego. As exigências mais citadas foram:

- Conhecimentos práticos na área de hotelaria.
- Ter o Ensino Médio Completo.
- Noções de informática.
- Ficha de boa conduta.
- Boa aparência.
- Noções de inglês.
- Cursos na área de qualidade no atendimento.
- Não se exige experiência.
- Curso superior em hotelaria e turismo para ocupar o cargo de recepção;
- Exames médicos.

Observação: as exigências relacionadas variam de acordo com a ocupação para a qual se contrata.

• C8. Tipo de empresas prestadoras de serviços para efetivar um processo seletivo para posteriori contratação

A pesquisa nos revelou que ainda faltam no município empresas especializadas para oferecer desde o processo seletivo até o processo de capacitação de mão-de-obra para as diversas ocupações que o setor hoteleiro oferece. Embora o município tenha instituições de ensino reconhecidas no mercado que possuem capacitações específicas para o setor.

Segundo as respostas obtidas não existem no município: cooperativas de trabalhadores para o setor; associações de classe da atividade; empresas de seleção e recrutamento específico para atender ao setor.

A forma usual de contratação é através dos currículos que são deixados na recepção dos hotéis, que depois são repassados para o setor administrativo; pela agência de emprego local e ainda através de indicações de amigos e/ou de funcionários.

• **C9. Maiores dificuldades na contratação da mão-de-obra local**

Abaixo relatamos os fatores considerados como dificultadores para o setor no momento de contratação da mão-de-obra local, pois nos itens a seguir verificamos aquilo que é percebido pela maioria dos proprietários e/ou gerentes dos hotéis pesquisados:

- Falta suporte técnico – empresas especializadas em oferecer a mão-de-obra específica para o ramo da hotelaria.
- Falta empresa especializada em serviços de treinamento e desenvolvimento de pessoas para a área de hotelaria e turismo.
- Falta a qualificação profissional das pessoas.

Dos 11 hotéis, apenas 04 proprietários disseram que não tem dificuldades, porque eles contratam pessoas sem experiência e as ensina. Já para outros 07 proprietários, a maior dificuldade diz respeito à questão da qualificação.

• **C10. Classificação Avaliativa da Mão-de-Obra Local**

Através dessa questão levantamos dados sobre a percepção que os gerentes e/ou proprietários têm sobre a mão-de-obra de seu estabelecimento de acordo com o quadro 12 a seguir:

Quadro 12– Classificação Avaliativa da Mão-de-Obra Local

Hotel	Mão-de-Obra		
	Ótima	Boa	Razoável
1. Santa Mônica Hotel			X
2. Hotel Santa Rita	X		
3. Hotel Laura Vicuña		X	
4. Virgínia Palace Hotel		X	
5. Salette Hotel			X
6. Gold Fish			X
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	X		
8. Nacional Palace Hotel		X	
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	X		
10. Hotel Caçula	X		
11. Hotel Lincoln			X

Ocorreu empate entre o nível ótimo e o nível razoável. O julgamento deste quesito foi baseado na questão da contratação com experiência ou sem experiência. Aqueles que não possuíam experiência, após capacitação foram considerados ótimos, sem vícios de outros locais; enquanto os que possuíam experiência foram classificados como razoáveis.

• **C11. Empresas com planos de capacitação/treinamento da mão-de-obra**

Na questão C9 diagnosticamos uma das maiores dificuldades na contratação da mão-de-obra local que era a falta de qualificação profissional das pessoas, na questão C10 que diz respeito à classificação avaliativa da mão-de-obra local, quatro dos onze respondentes consideram a mão-de-obra razoável; e, ao perguntarmos a esses empreendimentos sobre planos de capacitação/treinamento da mão-de-obra, observamos que dos 11 hotéis, apenas **04** proprietários disseram que possuem planos de capacitação/treinamento para sua mão-de-obra,

os outros **07** disseram que não, alguns justificaram que a capacitação/treinamento acontece quando há necessidade.

As empresas não possuem um programa ou um plano de capacitação, outros avaliam a capacitação ou treinamento como sendo gastos e não como fonte de investimento. Na realidade não há investimento e aqueles que se propõem em investir o fazem com algumas restrições se levarmos em consideração o número de funcionários existentes em seu empreendimento.

• **C12. Valor de investimento anual em capacitação/treinamento**

Dando continuidade a questão de capacitação/treinamento, buscamos valores e investimentos que esses empreendimentos planejam para oferecer aos seus funcionários com o intuito de melhor capacitá-los e assim oferecer um serviço de mais qualidade e ainda contar com a motivação do seu pessoal, porém, **05** proprietários e/ou gerentes dos hotéis não quiseram revelar o valor, **03** disseram que não tem planos de investimento nessa área e os outros **03** afirmaram que dispõem de uma verba em torno de R\$200,00(duzentos reais) a R\$300,00(trezentos reais) por mês para capacitação. O que dependendo do número de funcionários, revela pouco investimento para a melhoria dos próprios serviços prestados e ainda apresenta uma certa contradição, uma vez que na questão C9 apresentam como dificuldade a escassez da mão-de-obra qualificada. A pesquisa revelou-nos que quase 50% dos entrevistados não investem no seu quadro de funcionários em termos de capacitação.

• **C13. Ministrantes de Capacitações/Treinamentos**

O quadro a seguir aponta as principais empresas que ministram capacitações e/ou treinamentos para o setor:

Quadro 13 - Ministrantes de Capacitações/Treinamentos

Hotel	Capacitações/Treinamentos				
	Sebrae	Senac	Interno	Outros	Não respondeu
1. Santa Mônica Hotel	X				
2. Hotel Santa Rita	X	X			
3. Hotel Laura Vicuña	X				
4. Virgínia Palace Hotel			X		
5. Salette Hotel	X		X	X	
6. Gold Fish			X		
7. Águas do Pantanal Palace Hotel			X		
8. Nacional Palace Hotel	X				
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida					X
10. Hotel Caçula					X
11. Hotel Lincoln				X	

Portanto, percebemos que **04** hotéis realizam as capacitações/treinamentos internamente, **05** procuram os treinamentos oferecidos pelo Sebrae, **01** procura o Senac, **02** disseram que aproveitam quando há algum treinamento oferecido pela Associação Comercial de Corumbá (Outro) e apenas outros **02** não citaram nenhuma instituição ou entidade.

2.1.4 Bloco D - Abastecimento de Matéria-Prima:

Em relação ao abastecimento da matéria-prima e produtos utilizados para o café-da-manhã, serviço de copa, limpeza e lavanderia, observamos que os hotéis procuram o comércio local como: os supermercados e hortifrutigranjeiros das circunvizinhanças.

Observação: todos os hotéis oferecem apenas o café da manhã e serviços de copa. Porém, o proprietário do hotel Virgínia também é proprietário de um restaurante e oferece aos seus hóspedes preços diferenciados. Já o hotel Gold Fish, pertencente a uma

Cadeia de hotéis, arrenda o restaurante que fica nas próprias instalações e oferece almoço e jantar, mas algumas vezes é fechado para atender a eventos particulares.

Outro fator que consideramos importantíssimo para agregar valores ao estabelecimento é a exploração da cozinha regional. Contudo, detectamos que os hotéis não oferecem refeições, uma vez que possuem o espaço e que poderia ser considerado aqui como um diferencial, porém é subutilizado.

Em relação ao material de consumo para a manutenção da limpeza em geral do hotel e incluindo também os produtos para o café da manhã, são todos adquiridos em supermercados, padarias e frutarias do local. Esperávamos que houvesse algum relacionamento com as comunidades no sentido de elas serem fornecedoras de algum produto produzido no local, principalmente quando nos reportamos aos produtos para o café da manhã – queijos, ovos etc.

2.2 Perfis Pessoais e Profissionais da Mão-de-Obra Alocada nos Hotéis

O formulário aplicado aos funcionários dos hotéis também foi composto de três Blocos em seqüência numérica (1, 2 e 3) e respectivas Questões em ordem alfabética maiúscula (A, B, C, etc.).

Constatamos a existência de 199 funcionários fixos nos 11 hotéis investigados, mas o formulário de fato foi aplicado à amostra de 35 dentre eles, e a distribuição tanto dos funcionários quanto dos respondentes por hotel consta neste Quadro 14:

Quadro 14 – Distribuição de formulários conforme número de funcionários por hotel

Hotel	Nº Funcionários	Nº Formulários
1. Santa Mônica Hotel	26	4
2. Hotel Santa Rita	18	3
3. Hotel Laura Vicña	8	2
4. Virgínia Palace Hotel	8	2
5. Salette Hotel	12	3
6. Gold Fish	50	8
7. Águas do Pantanal Palace Hotel	21	3
8. Nacional Palace Hotel	45	7
9. Hotel Nossa Senhora Aparecida	3	1
10. Hotel Caçula	3	1
11. Hotel Lincoln	5	1
Total	199	35

Portanto, e apenas invertendo as codificações dos Blocos e correspondentes Questões (em relação às adotadas em todo o item 2.1, anterior), a ordem de seqüência deste item 2.2 evolui através da respectiva forma:

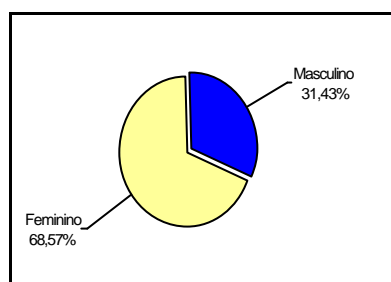
2.2.1 Bloco1 – Dados Pessoais (com Questões de 1A a 1H):

- **1A. Nome do entrevistado:** os nomes não foram divulgados, porém constam em arquivos da pesquisa e o principal objetivo era fazer contato posteriori para as entrevistas e ou para confirmar algum dado que por ventura não tivesse ficado claro para o estudo em curso.
- **1B. Sexo:** dos 35 respondentes, 11 (onze) são do sexo masculino e 24 (vinte e quatro) do sexo feminino.

O gráfico de nº 9 abaixo permite uma visualização melhor, além de mostrar que a maioria da mão-de-obra alocada nos referidos hotéis desta pesquisa é do sexo feminino, fato

que podemos justificar pelo tipo de trabalho que é desenvolvido internamente nos hotéis como: camareira, lavadeira, copeira, recepcionista etc.

a) Gráfico 4 – Sexo dos respondentes



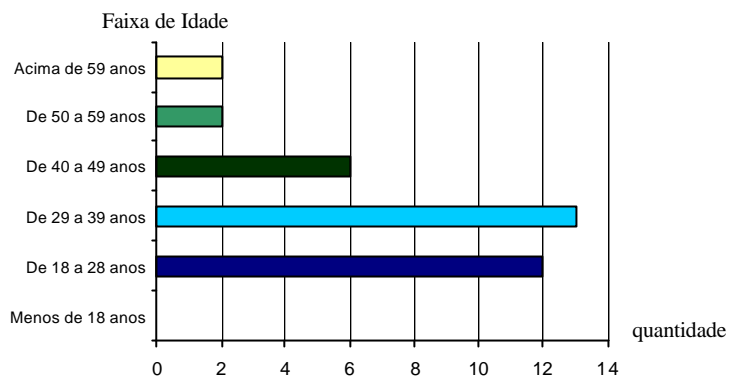
C. Faixa Etária

Ao questionarmos sobre a idade dos respondentes, ficou evidente que a grande maioria pertencia a faixa etária compreendida entre os 18 aos 39 anos, o que corresponde a um perfil considerado jovem.

a) Quadro 15 – Faixa Etária

Idade	Quantidade
Menos de 18 anos	0
De 18 a 28 anos	12
De 29 a 39 anos	13
De 40 a 49 anos	6
De 50 a 59 anos	2
Acima de 59 anos	2

O gráfico abaixo retrata melhor o perfil em termos de idade dos funcionários dos hotéis e revela que é uma atividade que pode ser exercida por diversas faixas etárias, o que para algumas atividades laborais no Brasil já não é permitido, como exemplo funcionários acima de 59 anos.

b) Gráfico 5 (Do quadro 15)

Há uma concentração maior na faixa entre 18 anos até 39 anos. Destacamos as faixas compreendidas entre 29 e 39 anos, que retrata um perfil jovem dos funcionários nos hotéis.

• 1D. Nacionalidade

Investigamos a través dessa questão a presença de estrangeiros atuando nesse setor, pois o município é fronteiro com cidades da Bolívia, e verificamos que todos os que trabalham no setor são brasileiros.

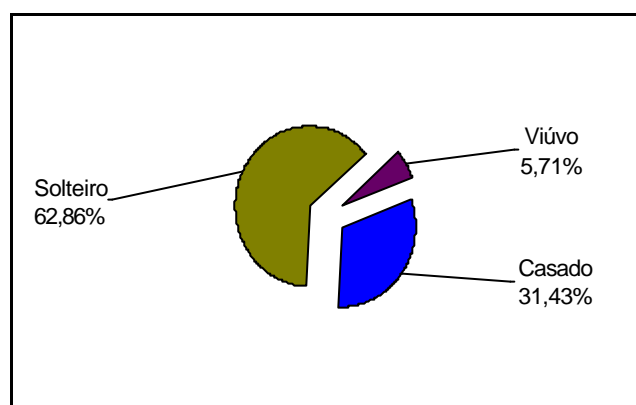
• 1E. Estado Civil

Ao questionarmos sobre o estado civil, na realidade queríamos saber quantas pessoas dependem diretamente dos recursos financeiros promovidos pelo desenvolvimento da atividade.

O quadro abaixo apresenta um número maior de solteiros.

a) Quadro 16 – Estado Civil

Estado Civil	Quantidade
Casado	11
Solteiro	22
Viúvo	2

b) Gráfico 6 (do quadro 16)

Através do gráfico podemos verificar que 62,86% do número de funcionários são solteiros, porém, não significa que não tenham dependentes que se beneficiam financeiramente e diretamente da atividade.

• 1F. Número de Dependentes dos Funcionários

Apesar de a maioria ser solteiro, os mesmos apresentam números consideráveis de dependentes, com podemos verificar através do quadro que se segue:

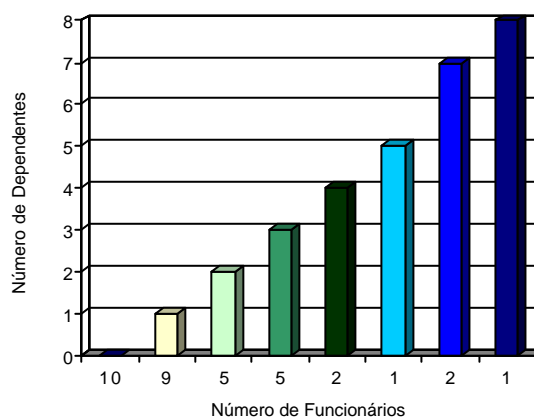
a) Quadro 17 – Números de dependentes

Número de Funcionários	Número de dependentes
10	00
09	01
05	02
05	03
02	04
01	05
02	07
01	08

Embora 10 funcionários não possuíssem dependentes, os demais possuem entre 01 a 08 dependentes diretos.

Esses dados podem ser mais bem visualizados no gráfico abaixo:

b) Gráfico 7 (do quadro 17)



• 1G. Escolaridade

Dos **35** funcionários que fizeram parte desta pesquisa, **18** concluíram o ensino médio (antigo 2º grau), **12** não completaram o ensino fundamental (1º grau), **02** concluíram o ensino fundamental, **02** não concluíram o ensino fundamental e apenas **01** possui curso superior.

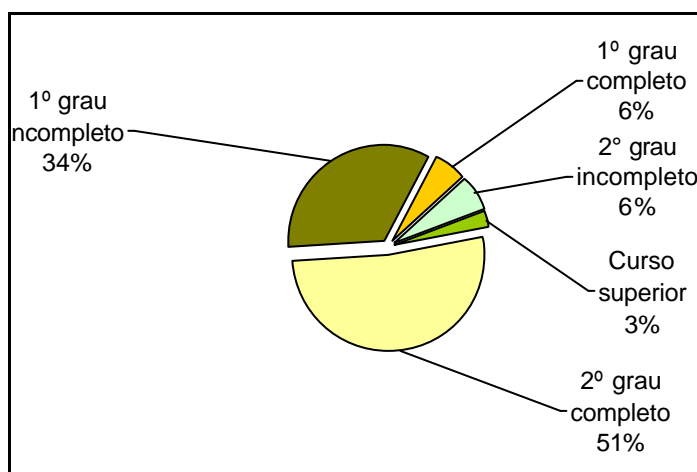
O quadro a seguir retrata o perfil do nível de escolaridade do setor.

a) Quadro 18 – Grau de escolaridade

Número de funcionários	Grau escolaridade
18	2º grau completo
12	1º grau incompleto
02	1º grau completo
02	2º grau incompleto
01	Curso superior

Esse dado se comparado com o grau de exigências que fora relatado pelos proprietários e/ou gerentes dos hotéis, revelam que a atividade não absorve mão-de-obra com ensino superior.

a) Gráfico 8 (do quadro 18)



O gráfico revela que a maioria da mão-de-obra nos hotéis (dentro do universo da amostra desta pesquisa) possui apenas o ensino médio (2º grau completo).

• 1H. Idiomas

Em se tratando de uma atividade ligada ao turismo, em um meio de hospedagem se torna essencial uma mão-de-obra bilíngüe para atender bem aos hóspedes.

Quadro 19 – Idiomas

Idioma	Quantidade
Espanhol	02
Inglês	01

Dos 35 entrevistados, apenas 03 conhecem outro idioma, contudo apenas 01 fala e escreve em inglês e os outros 02 falam fluentemente o espanhol.

A questão idioma foi um dado que revelou inclusive uma deficiência para os meios de hospedagem, já que a cidade é fronteira com o país da Bolívia, além de receber um número considerável de turistas oriundos de outros países por se tratar de uma região do pantanal.

2.2.2 Bloco 2 – Dados Residenciais (Questões de 3A a 3C):

• 3A. Localização das residências.

Visamos investigar e confirmar através dessa questão a origem da mão-de-obra. Constatamos que **28** funcionários são do município de Corumbá, provenientes de 13 bairros; **07** são provenientes do município vizinho – Ladário (três bairros deste município) - o que

implicaria em considerarmos a mão-de-obra de outras localidades, porém devido a grande proximidade entre os dois municípios não há essa distinção. Esse fato foi abordado com mais ênfase no capítulo IV.

- **3B e 3C:** estas duas questões tiveram a finalidade de captar uma amostra da realidade socioeconômica dos respondentes. Portanto, no tocante a Situação de Residência (**3B**), **22** moravam em casa própria, **09** em casa alugada e **04** dependiam de parentes; e de Telefone (**3C**), **20** tinham telefones fixos, **05** telefones celulares e **10** não tem telefones fixos e nem celulares. Todos esses recursos materiais são considerados como básicos para um ser humano. Para a pesquisa esse dado revelou que outros setores são movimentados financeiramente, como o mercado imobiliário e o de telefonia fixa e móvel.

3.2.3. Bloco 3 – Dados profissionais (Questões de 3A a 3O):

- **3A, 3B e 3C:** visaram respectivamente a captação dos nomes das empresas em que os funcionários trabalhavam (com endereços completos), bem como datas de admissão e cargos/funções que nelas exerciam (embora os dados colhidos sejam importantes para o andamento da pesquisa, não foram divulgados, mas estes constam dos arquivos da pesquisa).

- **3D. Quadro 20 – Faixas de recebimentos dos respondentes**

Recebimentos	Nº Funcionários	Percentual
Até um salário mínimo	7	20%
De um a três salários mínimos	28	80%

Observamos que **28** (80% dos entrevistados) funcionários tem renda que gira em torno de 1 a 3 salários mínimos e **07** (20% dos entrevistados) ganham até 1 salário mínimo.

Tabela 01 – Outras Fontes de Renda

Outras Fontes				
Pensão Alimentícia	Bolsa Família	Outras Atividades	Aposentadoria	Programas Governo
04	01	03	01	01

Perguntamos se eles contam com outras fontes de renda e **10** disseram que sim conforme especificado na tabela acima e os outros **25** vivem apenas com o salário recebido no hotel.

• **3E. Tempo de Serviço:**

a) **Tempo de Serviço**

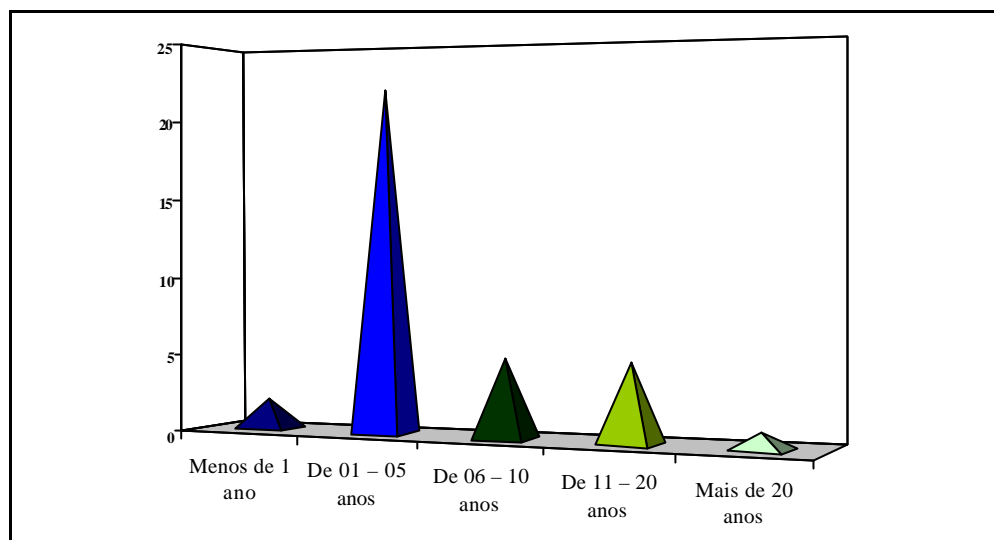
Essa informação retratou a permanência da mão-de-obra em termos de tempo na atividade, que serviu para subsidiar as análises do capítulo V.

A pesquisa revelou-nos que a maioria dos funcionários conta com menos de 06 anos de serviço na área da hotelaria.

a) **Quadro 21 – Tempo de Serviço**

Período	Número de Funcionários
Menos de 1 ano	2
De 01 – 05 anos	22
De 06 – 10 anos	05
De 11 – 20 anos	5
Mais de 20 anos	1

b) Gráfico 9 (do quadro 21)



Foram vários os fatores observados que contribuem para a permanência de um funcionário por um longo período de tempo em uma empresa, entre eles destacamos: a oportunidade de crescimento profissional, a satisfação, o clima organizacional que a empresa oferece dentre outros fatores.

- **3F. Funcionários fixos e temporários:** do total de entrevistados, **32** são fixos e apenas **03** temporários. Quando comparamos com o quadro 09 – Mão-de-obra fixa e temporária, da página 63 verificamos que a informação procede, uma vez que alguns dos gerentes e/ou proprietários dos hotéis da pesquisa disseram contratar para alta temporada, onde o número maior de contratação foi de 15 funcionários.

- **3G. Planos de carreira nas empresas:** **09** respondentes disseram que suas empresas têm planos de carreiras e **26** disseram que não (não conhecem ou não ouviram falar a esse respeito). Essa questão quis investigar quais as possibilidades que o empreendimento oferece

aos funcionários em termos de ascensão profissional. Um plano de carreira orienta o funcionário sobre as possibilidades de crescimento e desenvolvimento profissional dentro de uma empresa, o que não acontece na maior parte dos empreendimentos hoteleiros entrevistados.

• **3H. Planos de cargos e salários:** dos **35** respondentes, **24** disseram que não e **11** disseram que a empresa possui um plano de cargos e salários. Ao indagarmos sobre um plano de cargos e salários, na realidade queríamos confirmar a existência ou não de possibilidades de crescimento e desenvolvimento profissional que poderia ser oferecido pelos empreendimentos. Um plano de cargos e salários apresenta à empresa um mapa do que ela pode oferecer ao seu funcionário em termos de salários básicos ou fixos, assim como salários variáveis e benefícios que são oferecidos (um plano deste tipo possibilita uma organização melhor da alocação de recursos com a mão-de-obra, além disso, reflete também uma facilidade na hora da contratação por conter especificado as habilidades necessárias para cada cargo).

• **3I. Quadro 22 - Como os Funcionários são Treinados**

Número de Funcionários	Treinamentos Internos (Dia-a-dia)	Treinamentos Internos com instrutores Externos	Treinamento com os colegas	Treinamentos Externos
22	X			
02		X		
07			X	
04				X

Os funcionários responderam na seguinte ordem: **22** são treinados no dia-a-dia; **07** receberam treinamentos internamente com instrutores internos, ou seja, através de outros

colegas de trabalho que estão a mais tempo na empresa; **04** participaram de treinamentos em cursos externos; e, **02** através de treinamento interno com instrutores externos;

• **3J. Tipos de Treinamentos:**

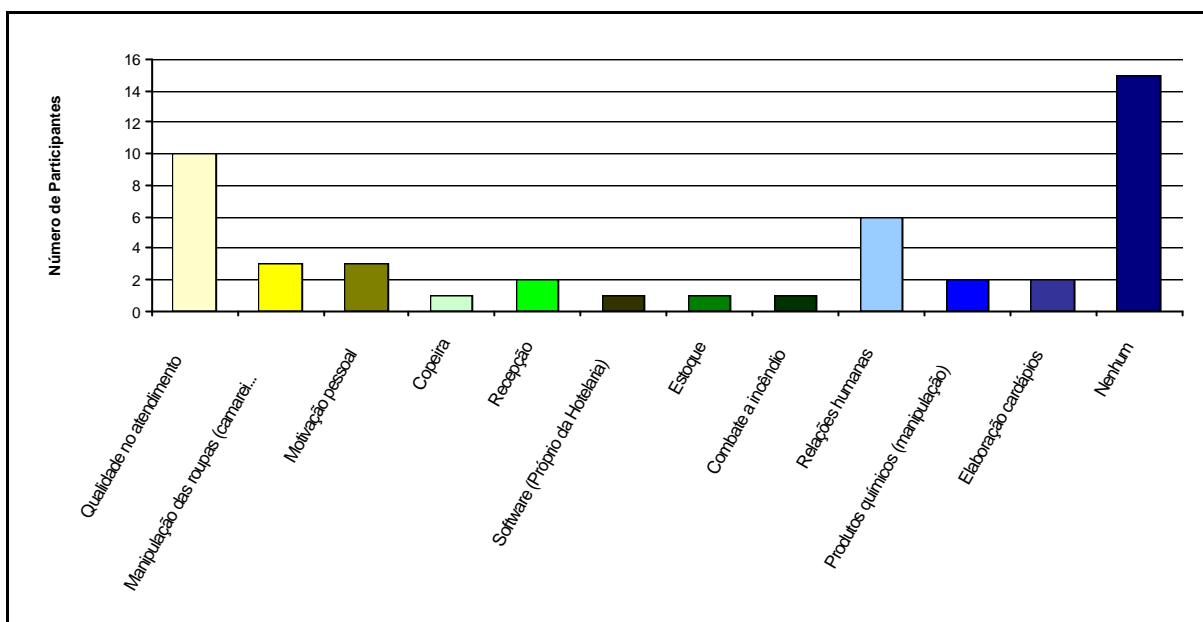
Nessa questão retratamos quanto as empresas investem na capacitação dos seus funcionários e revelou também os tipos de cursos.

a) **Quadro 23 – Tipos de Treinamentos**

Tipos de Treinamentos	Número de Participantes
Qualidade no atendimento	10
Manipulação das roupas (camareiras)	3
Motivação pessoal	3
Copeira	1
Recepção	2
Software (Próprio da Hotelaria)	1
Estoque	1
Combate a incêndio	1
Relações humanas	6
Produtos químicos (manipulação)	2
Elaboração cardápios	2
Nenhum	15

Ao indagarmos sobre os tipos de treinamentos que os funcionários recebem, há significativo número de funcionários que não receberam nenhum tipo de treinamento, justificando inclusive a resposta obtida no quadro 14 do item 2.1. quando retratamos a quantidade de empresas com planos de capacitação/treinamento da mão-de-obra.

b) **Gráfico 10 (do quadro 23)**



O gráfico demonstra mais nitidamente a informação de quantos funcionários participaram de treinamentos ou não.

Treinamento nos dias atuais significa manter atualizado o seu quadro de funcionários com as tendências de mercado, resultando numa melhor qualidade na prestação dos serviços.

• 3K. Situação Sindical

Verificamos através da situação sindical a capacidade associativa ou cooperativa dos funcionários, quesito fundamental para nossa discussão.

Quadro 24 – Situação Sindical

Número de Funcionários	Filiação a entidades de classe
24	Sindicato dos Hoteleiros
11	Não são filiados a nenhum tipo de entidade

Dos **35** funcionários, apenas **24** são filiados junto ao sindicato hoteleiro, enquanto **11** não participam absolutamente de nenhum tipo de associação. Essa questão nos fornece uma mostra da capacidade de associativismo entre o grupo entrevistado.

• **3L. Ocupação Atual x Ocupação Pretendida:**

Dos **35** funcionários entrevistados, **21** deles se consideram satisfeitos com o cargo que exercem, **14** funcionários disseram que não estão satisfeitos com o cargo que possuem, porém ao indagarmos sobre uma opção de cargo pretendido, apenas **06** disseram o cargo que almejam e os demais preferiram não responder.

A tabela esboça melhor a situação acima descrita:

Tabela 02 – Grau de Satisfação

Entrevistados	Satisfeitos	Insatisfeitos
35	21	14
100%	60%	40%

Abaixo apresentamos as ocupações atuais dos entrevistados e o quesito motivacional existente – satisfeito ou não-satisfeito:

Quadro 25 – Ocupação atual

Ocupação Atual (Satisfeitos)	Ocupação Atual (Não-Satisfeitos)
1. Ascensorista/Mensageiro	1. Copeira
2. Assistente administrativo	2. Camareira
3. Auxiliar de portaria	3. Recepcionista
4. Camareira	4. Assistente Administrativo
5. Copeira	5. Cozinheira
6. Cozinheira	6. Lavadeira
7. Garçom	7. Camareira
8. Gerente comercial	8. Mensageiro
9. Governanta	
10. Lavadeira	
11. Salgadeira	
Total de Satisfeitos = 21	Total de Não-Satisfeitos = 14

Nota: muitas respostas foram dadas à pergunta “Onde deseja chegar como Profissional? (pretende ter outra função dentro da empresa?)”, com base nestas é que formulamos o quadro exposto.

• **3M. As maiores dificuldades profissionais no ramo da hotelaria:**

Em todas as atividades, seja na área de produção ou de serviços, há inúmeras dificuldades que são enfrentadas por todos os envolvidos, algumas são passíveis de superação outras ainda devem levar algum tempo, seja em função da sua própria dinâmica, pela tecnologia ou por outros fatores inerentes a cada uma. Abaixo, agrupamos as dificuldades apontadas para o setor hoteleiro no município, a saber:

Dificuldades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A comunicação com os estrangeiros devido à falta de conhecimento de língua estrangeira. ▪ Alguns dos funcionários afirmaram que há muitos serviços e poucos funcionários para executá-los, causando sobrecarga sobre os mesmos. ▪ O horário de expediente. ▪ A maior dificuldade consiste em lidar com os hóspedes e os próprios colegas de serviço. ▪ Falta de capacitação/treinamento na área. ▪ Querer agradar a todos. ▪ A infra-estrutura da lavanderia. ▪ Falta de material suficiente para executar as suas atividades. ▪ A gerência e estrutura do ambiente de trabalho.

Analisando as dificuldades apontadas, verificamos que todas são possíveis de soluções, uma vez que estão intimamente ligadas a um processo de treinamento capaz de superar as mesmas; outros aspectos relacionados estão ligados ao uso de material existente

para o desenvolvimento do próprio trabalho que após uma conversa com o superior seria a solução.

• **3N. Facilidades de atuação profissional no ramo da hotelaria:**

Facilidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Para alguns funcionários a facilidade estava na Comunicação com os colegas e os hóspedes. ▪ O bom relacionamento com os colegas. ▪ Aos materiais e utensílios usados para o desenvolvimento do seu trabalho. ▪ A experiência a sua principal facilidade. ▪ O horário de trabalho.

Facilidades aqui expressam a visão do funcionário em relação ao seu trabalho e se compararmos com o quadro de dificuldades, verificamos antagonismos nas respostas, pois o que para alguns é considerado dificuldade para outros é facilidade.

Essa questão pode ser associada à questão do sentimento de pertença que cada um tem em relação ao seu ambiente de trabalho, a sua percepção da questão dos relacionamentos que se estabelecem por questões formais.

30. Pretende mudar de profissão: 15 funcionários disseram que não e 20 funcionários disseram que sim. Consideramos que alguns dos funcionários pretendem mudar de setor de atuação sem sair do ramo da hotelaria. Comparando esse dado ao quadro 28, percebemos que 21 estão satisfeitos e insatisfeitos tem apenas 14 funcionários, que na realidade gostariam de estar desenvolvendo outras funções dentro da própria atividade.

Entendemos que seria oportuno encerrar este subitem 2.2, e o próprio Capítulo 2, com a apresentação deste **Quadro 26 – Distribuição da Mão-de-Obra entrevistada por**

Categoria:

Categoria/função	Quantidade
Recepcionista	9
Camareira	10
Auxiliares de portaria	3
Mensageiro	2
Copeira	4
Gerente comercial	1
Assistente administrativo	1
Garçom	1
Cozinheira	1
Governante	1
Lavadeira	2
Total	35

Na atividade hoteleira há inúmeros postos de trabalho, porém no quadro acima deixamos claro os cargos existentes na maioria dos empreendimentos no município de Corumbá, o que não significa que outros cargos poderão surgir em função da ampliação e diversificação no setor na região.

PERCEPÇÕES SOBRE RELAÇÃO ENTRE A REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ E DESENVOLVIMENTO LOCAL: ENTREVISTAS

A principal finalidade das matérias compreendidas neste capítulo foi recolhermos amostras significativas de percepções sobre facilidades, potencialidades e dificuldades para procedermos diante da efetiva relação entre rede de hotelaria e Desenvolvimento Local, sobretudo no que concerne (de acordo com o objetivo da pesquisa) a fomento de capacidades associativo-cooperativas de aproveitamento, com agregação de valores e de iniciativas comunitário-locais para o desenvolvimento endógeno (de dentro para fora) das comunidades-localidades envolvidas.

Dado o “apertado” limite de tempo para a realização de toda a pesquisa, entendemos metodologicamente válido também, restringirmos a captação das amostras de percepções aos âmbitos dos fundamentais e estratégicos quatro segmentos de configuração da sociedade corumbaense por meio de: entrevistas com representantes do poder público-municipal, lideranças comunitárias, funcionários dos hotéis e os próprios hotéis diagnosticados (cf.cap. 2).

3.1 Percepções dos Representantes do Poder Público Municipal

Inicialmente, visitamos a Prefeitura Municipal de Corumbá com o intuito de conhecermos os programas e projetos voltados para o setor do turismo.

Começamos a nossa primeira visita no setor público, especificamente na Secretaria de Pecuária e Agricultura, que segundo o próprio secretário, desenvolve algumas atividades que se inter-relacionam com a atividade turística do município. Diante desta informação, ficou evidente a necessidade da entrevista e dada uma prévia do que gostaríamos de saber, repassamos um roteiro acerca da intenção da entrevista e agendamos uma data para a realização da mesma.

A segunda visita aconteceu na Superintendência de Integração das Políticas Sociais, que realiza um projeto junto às demais secretarias e privilegia atividades que agregam valores ao turismo. E, a terceira ocorreu na Secretaria de Turismo, inicialmente via telefone e correio eletrônico.

No dia da entrevista, apesar do roteiro informado no primeiro contato, percebemos que a informação específica que necessitávamos não seria obtida, uma vez que todas as secretarias contatadas foram criadas nesse ano de 2005, e passam por um processo de estruturação simultaneamente com o desenvolvimento de atividades pertinentes a cada uma, além da execução de alguns projetos contidos no Programa de Governo.

Contudo, antecipando-nos aos dados coletados, uma informação que fora unânime por todos os entrevistados foi de que a população, de modo geral, também está se adaptando a nova prática gerencial do poder público.

As informações que serão transcritas a seguir foram colhidas de forma não estruturada, porém, focalizada conforme Lakatos (2002, p. 94):

[...] É uma forma de poder explorar mais amplamente uma questão. Em geral, as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal [...] há um roteiro de tópicos relativos ao problema que se vai estudar e o entrevistador tem liberdade de fazer perguntas que quiser: sonda razões e motivos, dá esclarecimentos, não obedecendo, a rigor, a uma estrutura formal [...].

A seguir, apresentamos os dados coletados que considerados pertinentes ao objetivo deste trabalho. Os referidos dados foram tratados e apresentados por categorias, conforme segue.

3.1.1 Entrevistado: Sr. Juraci Aparecido Alves, Secretário Municipal de Pecuária e Agricultura - em 29/julho/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categoria
<p>O projeto da Cadeia Produtiva do Leite (Leite, Queijo, Doce) visa à alimentação alternativa, questões sanitárias, gestão dos grupos de produção do leite (incentivar a cooperativa) com intuito de produzir dois mil litros de leite na região do urucum. A Produção é primária e secundária. Social – investimento coletivos, que seria na infra-estrutura e individual – habitação. Ambiental – questões relacionadas a licenciamento. Diretriz – unidade de vendas de produtos artesanais da agricultura familiar, projeto que esta sendo discutido é sobre o produto – farinha de bocaiúva que é ainda artesanal a sua elaboração e pretende-se com esse projeto modificar o processo produtivo de artesanal para a industrialização. Há um projeto de criação da horta escolar para consumo próprio, projeto em concomitância com a secretaria de educação. A secretaria foi criada no início dessa gestão, tem seis meses. Temos um avanço em relação a alguns produtos - o leite que é produzido em sete assentamentos, esses contam com hum mil e quatrocentas famílias e duzentos e setenta agregads. O Ministério do Desenvolvimento da Agricultura mais o Ministério da Saúde respeitando a normativa 51 que proíbe venda do leite “<i>in natura</i>”.</p>	<p>Cadeia Produtiva do Leite (Leite, Queijo, Doce). Industrialização da Farinha de bocaiúva Artesanato Horta Escolar</p>	<p>POTENCIALIDADES</p>
<p>Com recursos do PRONAF – Cadeia Produtiva do Leite. Com os recursos do Pronaf, realizar capacitações no processo de gestão, organização e oficinas de laboratório e aproveitamento. Há também recursos do BID, privilegiando aí três assentamentos (Taquaral, Paiozinho e Tamarineiro II), atendendo a setecentas e oitenta e nove famílias no total, com linhas de produção, social e ambiental. Facilidade – criar um sistema de captação de água de chuva com capacidade para vinte mil litros de água – cisternas, projeto semelhante ao do município de Petrolina. Hoje o que se produz em termos de verduras e vendido nas feiras livres do município. Dificuldades: solos rasos e estiagem causam baixo índice da produção do leite. Dificuldade – água salobra. Problema – 60 % da população pertence a 3ª idade indo para 4ª idade.</p>	<p>Cadeia Produtiva do Leite (Leite, Queijo, Doce). Capacitações no processo de gestão, organização e oficinas de laboratório e aproveitamento. Criar um sistema de captação de água de chuva com capacidade para vinte mil litros de água.</p>	<p>FACILIDADES</p>
	<p>60 % da população pertencem a 3ª idade indo para 4ª idade.</p>	<p>DIFICULDADES</p>

Quadro nº. 27 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Conforme o quadro nº. 01, categorizamos como **potencialidade** a Cadeia Produtiva do Leite, que consiste no desenvolvimento de outros produtos derivados do leite como: o queijo, o doce etc. Esse item foi considerado potencialidade por conter produtos que compõem um típico café da manhã e poderão ser oferecidos aos hotéis como forma de agregação de valores da região, além de serem disponibilizados para venda como produto típico da região pantaneira, assim, uma parte da produção terá um destino certo e representa uma forma de valorização tanto dos produtos como das pessoas da terra. Nesse contexto, o turista que normalmente busca diferentes e novos produtos, passa a conhecer e prova tudo o que se refere ao local.

Um outro ponto considerado está relacionado com a industrialização da farinha de bocaiúva, que é outro fator de agregação de valores, pois o uso da farinha também está associado ao café da manhã dos hotéis por meio de receitas típicas e peculiares ao local, como o bolo de bocaiúva, a mousse e o sorvete.

Já o artesanato - quando elaborado a partir das matérias primas pertinentes ao local - consegue ser um diferencial, porque pode fazer parte da decoração dos hotéis, além de ser vendido em lojas de *souvenir* que ficam alocadas no interior do próprio hotel.

A horta escolar, por sua vez, inicialmente abastece as escolas e o conhecimento adquirido pelas crianças pode ser transferido para as famílias que, inclusive, poderão formar associações ou cooperativas com o intuito de oferecer esse material à comunidade local.

No tocante às **facilidades**, apresentamos a Cadeia Produtiva do Leite que faz com que o produtor e a comunidade se especializem em diversos ramos de atuação. Para isso, o Poder Público tem diversos tipos de financiamentos - específicos para capacitações no processo de gestão, organização, oficinas de laboratório e aproveitamento. Um outro fator que

configurou como facilidade consiste na criação de um sistema para captação da água proveniente de chuva, com capacidade para vinte mil litros de água, visto que na região dos assentamentos a água é salobra. Há, também, os projetos de incentivo pertinentes às melhorias para a região, como a capacitação das pessoas em diversos níveis para atuarem frente a linhas de trabalho, o que é considerado uma facilidade que poderá contar com o apoio dos hotéis (no sentido de fecharem parcerias na aquisição dos produtos produzidos). Outra facilidade é a questão da assistência de uma infra-estrutura capaz de criar as condições necessárias para o desenvolvimento de atividades laborais de acordo com as questões sociais, ambientais e de produção.

Em termos de **dificuldades**, o grande problema apontado pelo entrevistado está relacionado à idade da atual geração, que segundo ele, está na faixa entre a terceira e a quarta idade. Essa informação foi baseada em um banco de dados internos da secretaria e, foi confirmada através da realidade por ele vivenciada. Se essa informação for confirmada por estatísticas como a elaborada pelo IBGE, representará uma grande dificuldade porque para alguns setores seria difícil a inclusão destes em alguma unidade de produção características para os mais jovens, ficando a essa apenas os trabalhos que não implicam esforço físico que a própria condição da sua natureza não permite mais.

Face ao exposto, qual seria a relação entre todos esses dados com o desenvolvimento local endógeno? Através da entrevista percebemos que ocorre uma sinergia entre essas comunidades e o poder público. A comunidade tem pleiteado ajuda externa, porém, é ela que vislumbra a possibilidade da sua capacidade produtiva, e quando isso ocorre, ela tende a perceber a potencialidade e a capacidade própria, o que demonstra que o desenvolvimento local tem acontecido.

Qual seria, portanto, a relação com a hotelaria? Esta, por sua vez, poderá provocar um estímulo para essas comunidades - no sentido delas saberem que a produção tem destino certo: os hotéis. Estes poderão ser caracterizados como um agente externo que auxilia a comunidade na percepção das suas capacidades a partir do momento em que ocorre essa relação de troca.

3.1.2 Entrevistada: Senhora Superintendente Beatriz Rosália Ribeiro Cavassa de Oliveira – da Superintendência de Integração das Políticas Sociais - em 27/julho/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>A superintendência foi criada nesse governo atual. Objetivo da superintendência: proporcionar a junção de todas as secretarias. Projeto Prefeito Presente – surgiu no período de campanha como forma de programa de governo na busca de uma administração participativa. Objetivo do projeto: visa atendimento ao coletivo. A secretaria de cultura realiza um levantamento de potencialidades na música, dança e tudo que é cultura e que possa vir a agregar no desenvolvimento das atividades culturais do município. Em relação ao turismo, o passo importante que foi dado é a contratualização que ocorreu entre a prefeitura de Corumbá e outras cidades. Antes do lançamento do projeto, foi realizada uma reunião com o intuito de apresentar o projeto com intuito de mostrar a sua importância. Como acontece: mensalmente um bairro ou comunidade específica. O que é o projeto: são oferecidos serviços da própria prefeitura, serviços de documentação, serviços na área da saúde entre outros. A base é educação, cultura, saúde e lazer.</p>	<p>Projeto Prefeito Presente – surgiu no período de campanha como forma de programa de governo na busca de uma administração participativa. Objetivo do projeto: visa atendimento ao coletivo. Em relação ao turismo, o passo importante que foi dado é a contratualização que ocorreu entre a prefeitura de Corumbá e outras cidades.</p>	POTENCIALIDADES
<p>O projeto acontece em um final de semana do mês, previamente acordado antecipadamente com a liderança do bairro que irá receber o projeto. O projeto visa atendimento da coletividade e não individual. Realizado na sexta-feira e no sábado. Na sexta-feira que é o primeiro dia acontece o prefeito itinerante e suas secretarias, onde a comunidade pode fazer as suas reivindicações, onde há um encontro com a realidade de cada bairro, apesar de que o governo em seu plano tem essas informações, porém ele busca <i>in loco</i> verificar se é isso mesmo, qual a prioridade de cada bairro. O projeto é igual para todos os bairros, o que é oferecido para um também é oferecido para outro, o que diferencia são formas de atender as reivindicações de acordo com as necessidades. O projeto não tem uma data para terminar, entende-se que ele é um instrumento de provocação para o desenvolvimento do município. São 12 ações definidas, ou seja, serão doze ações, isso porque há bairros pequenos e próximos o que possibilita a ação estar atendendo regiões que na realidade são constituídas por vários bairros. A cidade esta dividida em: parte alta, parte baixa, zona rural e comunidades ribeirinhas. Já ocorreram quatro ações (até o dia desta entrevista), nos meses de maio, junho e duas em julho (Zona Rural e Ribeirinha). No caso dos assentamentos (Zona Rural) teve dois momentos – primeiro uma reunião prévia para conhecer a realidade e as necessidades e reivindicações, depois é que se efetivou o projeto, pois a realidade deles é diferente da região urbana. No caso da zona rural contou com a parceria do Banco do Brasil, (para apresentar questões sobre financiamentos próprios para o produtor rural). No caso da região ribeirinha, contaram com a colaboração da Marinha do Brasil, devido às particularidades da região se fez necessário o transporte por meio de embarcações e helicóptero para atender essas comunidades. Sei que ocorreu interesse de alguns empresários do setor de turismo, especificamente dos proprietários de barcos hotéis, durante essa ação, até porque essa comunidade esta instalada as margens do rio Paraguai, via de acesso dos roteiros das embarcações de turismo.</p>	<p>O que o projeto leva: educação, lazer, documentação, city tour onde a secretaria de turismo é encarregada, pois é incrível, mas as pessoas não conhecem a sua cidade.</p>	FACILIDADES

<p>Sei que ocorreu aí uma troca entre eles e a secretaria de turismo. O projeto é igual para todos com exceção desses dois casos. O que o projeto leva: educação, lazer, documentação, city tour onde a secretaria de turismo é encarregada, pois é incrível, mas as pessoas não conhecem a sua cidade. São oferecidos oficinas de salsaparrilha, alimentação alternativa, pintura e crochê. O que o projeto leva: educação, lazer, documentação, city tour onde a secretaria de turismo é encarregada, pois é incrível, mas as pessoas não conhecem a sua cidade.</p>	<p>O que o projeto leva: educação, lazer, documentação, city tour onde a secretaria de turismo é encarregada, pois é incrível, mas as pessoas não conhecem a sua cidade.</p>	DIFICULDADES
--	--	---------------------

Quadro nº. 28 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

A partir desta entrevista, consideramos como **potencialidade** o “Projeto Prefeito Presente” por entendermos que ele pode contribuir com a comunidade no sentido de despertá-la para a participação nas decisões que norteiam as vocações do município, além de estimular para a percepção da sua própria capacidade. O projeto é resultado do diagnóstico elaborado no período de campanha e que fora transformado em Programa de Governo com o intuito de ter a participação efetiva da comunidade, e o objetivo é atender ao coletivo.

Diante dessa visão do coletivo, o projeto oferece à comunidade visitada um *city tour*, que incentiva e desperta em todos os envolvidos, o desejo de conhecer e admirar as potencialidades do local. Essa preocupação existe porque foi detectado que a grande maioria da população não conhece os principais pontos de atratividade no município. Portanto, essa iniciativa foi entendida como potencialidade, porque desperta a comunidade para uma das vocações do município em que o turismo se torna **facilidade** uma vez que acaba estimulando a comunidade a pensar ou repensar em algum tipo de produto ou serviço que possa agregar valor à atividade turística, contudo, é uma **dificuldade** - porque segundo relato, as pessoas não conhecem a sua própria cidade e esse fato as leva a pensar na questão do sentimento de pertença, pois “como gostar daquilo que não conhecem?”. Esse é um desafio ao poder público diante de tantas outras variáveis ou necessidades que o próprio município apresenta.

Outro destaque foi o que a Superintendente considera como passo importante para o turismo, que é a *contratualização* que ocorreu entre a prefeitura de Corumbá e outras cidades, o que corresponde à inclusão do município dentro de roteiros compartilhados com outros municípios da região pantaneira.

De acordo com os fatos apresentados, qual seria, portanto a relação de todas essas informações com o Desenvolvimento Local de caráter endógeno? A partir do momento em que há políticas públicas incentivando a comunidade a vislumbrar as suas potencialidades em relação ao turismo, ele passa a se configurar no papel de um agente externo, é preciso saber se a comunidade consegue vislumbrar essa relação com o turismo para que ela passe a reivindicar o junto ao poder público apoio para a realização de atividades que contemplem o turismo e a rede hoteleira, aí sim teríamos o início do desenvolvimento local de caráter endógeno.

3.1.3 Entrevistado: Senhor José Carlos de Carvalho - Coordenador Setorial de Projetos - em 03/agosto/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>Eventos – buscando valorizar o que tem aqui. Propostas em cima da comercialização dos produtos – preparação do empresário, preparação dos produtos – desde a criação de roteiros dentro de um processo constante até efetivamente estar na prateleira. Eventos em conjunto com outros municípios que fazem parte do que chamamos região do pantanal sul onde estão incluídos o município de Corumbá, de Aquidauana, de Miranda, Anastácio e Porto Murtinho. Roteiros integrados, quando acontecer um evento em Miranda, Corumbá também estará presente e assim dentro de um processo organizado é que vai ocorrer o que chamamos de roteiros integrados. Plano de marketing para a região, como uma forma de saber a direção. A aproximação com a comunidade – projeto prefeito presente. Poder público – ações que estão em andamento e a busca pela representatividade dos setores, de forma que as reuniões são segmentadas. 1º segmento - barcos hotéis - até em função da obra do porto. 2º segmento – pousadas - estrada parque - que contou com a participação do presidente da Embratur e da Braztoa. 3º segmento – hotéis. 4º segmento – restaurantes e assim será até contemplar todos os segmentos. A Preocupação é conhecer o perfil do turista. Segundo criar a obrigatoriedade do cadastro da FNRH (FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES), que é a ferramenta que os meios de hospedagem utilizam para conhecer o turista Eventos – buscando valorizar o que tem aqui. GEOR _ Corumbá – várias ações – 2007 e 2009. Compromissos: desenvolvimento artesanato e do turismo. Ações técnicas – caravanas de negócios (natureza, patrimônio etc) próximos à realidade de Corumbá, como exemplos têm em Santa Catarina e Minas Gerais. Participação de feiras – a primeira será no próximo dia 17 a 21 de agosto – na fishing show em São Paulo, onde alguns empresários estarão no stand do estado de mato grosso do sul. Agenda de capacitação do turismo e artesanato. Capacitação público alvo – pessoal de linha de frente. Parceiro na capacitação é o Senac. Visitas técnicas com operadoras. Programa extenso e de fortalecimento da governança através de cursos, reuniões de sensibilização. Teremos uma consultora para identificar núcleos produtivos e trabalhar na melhoria e incentivar o associativismo, isso já irá acontecer com o artesanato. No momento são ações pontuais mais é necessário esse plano de marketing e em nível local é interessante. Temos um plano de ações estratégicas para o município com base em todos os planos existentes, como o elaborado pela IESPAN/UCDB em 2003, o realizado pela Agência 21 sob iniciativa da empresa Urucum Mineração e de outros que nos foram disponibilizados. Os funcionários da secretaria, através de reuniões tomaram conhecimento dos planos e a partir daí a secretaria utilizou essas informações para criar as ações.</p>	<p>Roteiros integrados, quando acontecer um evento em Miranda, Corumbá também estará presente e assim dentro de um processo organizado é que vai ocorrer o que chamamos de roteiros integrados. Plano de marketing para a região, como uma forma de saber a direção. A aproximação com a comunidade – projeto prefeito presente.</p>	POTENCIALIDADES
<p>Eventos – buscando valorizar o que tem aqui. Propostas em cima da comercialização dos produtos – preparação do empresário, preparação dos produtos – desde a criação de roteiros dentro de um processo constante até efetivamente estar na prateleira. Eventos em conjunto com outros municípios que fazem parte do que chamamos região do pantanal sul onde estão incluídos o município de Corumbá, de Aquidauana, de Miranda, Anastácio e Porto Murtinho. Roteiros integrados, quando acontecer um evento em Miranda, Corumbá também estará presente e assim dentro de um processo organizado é que vai ocorrer o que chamamos de roteiros integrados. Plano de marketing para a região, como uma forma de saber a direção. A aproximação com a comunidade – projeto prefeito presente. Poder público – ações que estão em andamento e a busca pela representatividade dos setores, de forma que as reuniões são segmentadas. 1º segmento - barcos hotéis - até em função da obra do porto. 2º segmento – pousadas - estrada parque - que contou com a participação do presidente da Embratur e da Braztoa. 3º segmento – hotéis. 4º segmento – restaurantes e assim será até contemplar todos os segmentos. A Preocupação é conhecer o perfil do turista. Segundo criar a obrigatoriedade do cadastro da FNRH (FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES), que é a ferramenta que os meios de hospedagem utilizam para conhecer o turista Eventos – buscando valorizar o que tem aqui. GEOR _ Corumbá – várias ações – 2007 e 2009. Compromissos: desenvolvimento artesanato e do turismo. Ações técnicas – caravanas de negócios (natureza, patrimônio etc) próximos à realidade de Corumbá, como exemplos têm em Santa Catarina e Minas Gerais. Participação de feiras – a primeira será no próximo dia 17 a 21 de agosto – na fishing show em São Paulo, onde alguns empresários estarão no stand do estado de mato grosso do sul. Agenda de capacitação do turismo e artesanato. Capacitação público alvo – pessoal de linha de frente. Parceiro na capacitação é o Senac. Visitas técnicas com operadoras. Programa extenso e de fortalecimento da governança através de cursos, reuniões de sensibilização. Teremos uma consultora para identificar núcleos produtivos e trabalhar na melhoria e incentivar o associativismo, isso já irá acontecer com o artesanato. No momento são ações pontuais mais é necessário esse plano de marketing e em nível local é interessante. Temos um plano de ações estratégicas para o município com base em todos os planos existentes, como o elaborado pela IESPAN/UCDB em 2003, o realizado pela Agência 21 sob iniciativa da empresa Urucum Mineração e de outros que nos foram disponibilizados. Os funcionários da secretaria, através de reuniões tomaram conhecimento dos planos e a partir daí a secretaria utilizou essas informações para criar as ações.</p>	<p>Poder público – ações que estão em andamento e a busca pela representatividade dos setores, de forma que as reuniões são segmentadas. 3º segmento – hotéis. Segundo criar a obrigatoriedade do cadastro da FNRH (FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES), que é a ferramenta que os meios de hospedagem utilizam para conhecer o turista. - A Fundação de turismo – proporcionou recursos financeiros para serem utilizados na qualificação em termos de subsidiar alguns cursos. - Os funcionários da secretaria, através de reuniões tomaram conhecimento dos planos e a partir daí a secretaria utilizou essas informações para criar as ações. - Lembrando que a feira de artesanato é uma solicitação da comunidade e a secretaria abraçou essa solicitação. - Há inclusive uma reivindicação de que a Feira passe a ser itinerante. Uma oportunidade seria de ela acompanhar um evento promovido pela secretaria da cultura que é à noite da seresta na praça.</p>	FACILIDADES

<p>Hoje temos um Centro de informações turísticas no aeroporto, onde a participação dos empresários fora crucial para a sua efetivação, além de contarmos com o apoio da INFRAERO na cedência do espaço.</p> <p>Estamos na busca da efetivação do Sistema de 0800 – para disponibilizar informações turísticas sobre o município.</p> <p>Há perspectivas de um centro de informações turísticas na rodoviária também.</p> <p>Há vários projetos com o intuito de captar recursos para a região.</p> <p>Durante os dias do projeto divulgamos sobre a REDE TRAF (Turismo Rural na Agricultura Familiar) e o GEOR (Gerenciamento Orientado para Resultados).</p> <p>Levamos a programação de eventos.</p> <p>Estamos imbuídos em aproximar a comunidade através da inclusão digital, já tivemos uma técnica da secretaria que esteve em Brasília participando de um treinamento e que irá atuar aqui.</p> <p>O projeto com o apoio do Banco do Brasil, a intenção é começar com os bairros próximos ao rio, inicialmente pelo bairro do Beira-Rio, onde há famílias que trabalham com o turismo de pesca e a pesca profissional.</p> <p>A Feira do artesanato – é outra forma de aproximação com a comunidade e estamos trabalhando para a sua divulgação e definição do que é realmente uma feira de artesanato.</p> <p>Lembrando que a feira de artesanato é uma solicitação da comunidade e a secretaria abraçou essa solicitação.</p> <p>Há inclusive uma reivindicação de que a Feira passe a ser itinerante. Uma oportunidade seria de ela acompanhar um evento promovido pela secretaria da cultura que é à noite da seresta na praça.</p> <p>São vários os projetos.</p>	São vários os projetos.	DIFICULDADES
--	-------------------------	--------------

Quadro nº. 29 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Destacamos como **potencialidade** nesta entrevista os Roteiros Integrados, os quais quando colocados em prática movimentarão o setor turístico não só internamente como proporcionarão um deslocamento para além do próprio município. Esse projeto tem condições de alavancar as potencialidades do local e estimular as pessoas a fazerem parte deste processo que acabará se configurando, também, como um processo de aprendizado contínuo para as comunidades envolvidas. Outra potencialidade é a preocupação em traçar um Plano de Marketing para a região, o qual funcionará como uma bússola tanto para a comunidade, para os empresários como para o próprio poder público - a fim de saber a direção das ações para o desenvolvimento de uma atividade como é a turística de forma planejada. A aproximação com a comunidade via projeto Prefeito Presente é um sinal de mudança, principalmente pelo poder público em relação à comunidade que se sente mais valorizada e parte de um processo.

Em termos de **facilidades**, destacamos as ações que estão em andamento e a busca pela representatividade dos setores através de reuniões segmentadas, em que a rede hoteleira do município foi considerada como o terceiro segmento em relação às próprias atividades turísticas desenvolvidas no município. Uma outra facilidade é a criação da obrigatoriedade do cadastro da FNRH (FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES), que é a ferramenta que os meios de hospedagem utilizam para conhecer o turista e conseqüentemente para conhecer a demanda turística no município. Um outro ponto importante é o apoio recebido da Fundação de Turismo, que proporciona recursos financeiros para subsidiarem parte do custo aplicado em cursos para serem utilizados na qualificação das pessoas neste setor. Consideramos facilidade a forma como a secretaria aproveitou todas as informações existentes em planos e documentos diversos sobre a capacidade do município em desenvolver a atividade turística a partir dos seus funcionários, através de reuniões em que todos tomaram conhecimento dos planos e começaram a utilizar essas informações a fim de criar as ações. Outro destaque como facilidade foi a questão da feira de artesanato, que segundo o coordenador, é uma solicitação da comunidade e a secretaria “abraçou” essa solicitação e está revendo as reivindicações para que a Feira seja itinerante. Uma oportunidade que também envolve a secretaria de cultura do município.

Como **dificuldade**, destacamos a questão da existência de vários projetos. Será que vários projetos não vão acabar se configurando como uma imposição, como uma vontade apenas de uma das partes envolvidas? Será que essa ação não será configurada como desenvolvimento para o local ao invés de desenvolvimento local? A comunidade e a rede hoteleira têm condições de acompanhar todos os projetos?

Portanto, o que observamos durante as entrevistas com o Poder Público foi que existem potencialidades, dificuldades e facilidades. O poder público tem atuado de forma

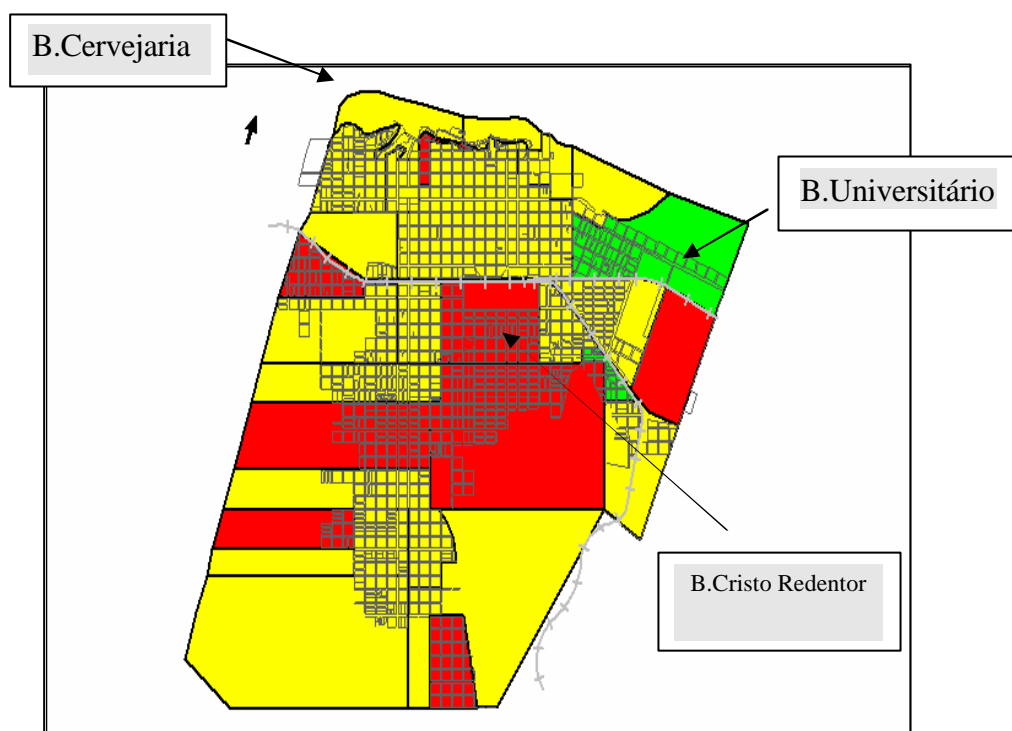
participativa, porém há de se ter cuidado, como é o caso de vários projetos para o turismo, pois se a comunidade não conhece a cidade, no processo de descoberta das suas potencialidades será preciso saber sensibilizá-la para o desenvolvimento destes projetos, com intuito dela se sentir parte do processo, de querer que o turismo seja realmente uma alternativa de atividade no município capaz de gerar renda, inclusão social e principalmente de valorização do local dos seus residentes, dos seus costumes, de sua tradição. Dessa forma, o Desenvolvimento Local de caráter endógeno estaria acontecendo. E, em relação à rede hoteleira, para que ela seja um pilar dessa atividade, será preciso receber incentivos com o intuito de investir na sua estrutura, na dinamização das suas atividades e, principalmente, no desenvolvimento das pessoas.

3.2 Percepções das Lideranças Comunitárias

Para a realização das entrevistas com as lideranças comunitárias, buscamos junto a Casa do Plano Diretor de Corumbá a relação dos presidentes de bairros. Fizemos uma seleção com base nos dados contidos no **Atlas de Inclusão e Exclusão Social de Corumbá** (2004) para sabermos sobre algumas características básicas do local pesquisado e assim pudéssemos ter subsídios para nortearmos a entrevista sobre a percepção em relação à atividade turística no município. A entrevista aconteceu com as lideranças dos bairros (Cf.Figura 03):

- ✓ Cervejaria,
- ✓ Cristo Redentor e
- ✓ Universitário, conforme se segue:

Mapa 2 - Inclusão/Exclusão social



Fonte: Atlas de Inclusão e Exclusão Social do Município de Corumbá
(2004, p.123 – 124, mapa 71).

3.2.1 Entrevistado: Senhor Everaldino Luís de Campos – Presidente da Associação de Moradores do Bairro Cervejaria – em 29/set/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>De 8% a 10% trabalham como porteiros, recepcionistas nos hotéis; Importante a biologia. Cacimba – ponto turístico. Há potencialidade – câmara fria para 20 toneladas para fornecimento do pescado. Aula para alfabetizar e a culinária/artesanato com o “Peixe”. 60% da comunidade são pescadores profissionais; Existe o mais novo, já com capacitação, no máximo 2 filhos. O mais antigo – família = 6 pessoas na residência. Cursos – capacitando pessoas para trabalhar. Projeto – crochê, barro e panificação. Cacimba – urbanização e lajotamento. Parque eco da cacimba – funciona a secretaria do meio ambiente – onda há salas com panfletos sobre o município e aberto para visitantes. Escola Creche Temos conhecimento. 80% dos pescadores profissionais são analfabetos. Não esta clara o grau de dificuldade da comunidade Não temos um centro comunitário. Cooperativa – foi desativada. O que falta é a união dos pescadores. Dificuldade – condições financeiras</p>	<p>De 8% a 10% trabalham como porteiros, recepcionistas nos hotéis; Importante a biologia. Cacimba – ponto turístico, urbanização e lajotamento Há potencialidade – câmara fria para 20 toneladas para fornecimento do pescado. Aula para alfabetizar e a culinária/artesanato com o “Peixe”.</p>	POTENCIALIDADES
	<p>Existe o mais novo, já com capacitação, no máximo 2 filhos. Parque eco da cacimba – funciona a secretaria do meio ambiente – onda há salas com panfletos sobre o município e aberto para visitantes.</p>	FACILIDADES
	<p>80% dos pescadores profissionais são analfabetos. Cooperativa – foi desativada. O que falta é a união dos pescadores.</p>	DIFICULDADES

Quadro nº. 30 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

O que observamos, em termos de **potencialidade**, foi à percepção do senhor Everaldino ao dizer que em seu bairro existem pelo menos de 8% a 10% dos moradores que trabalham como porteiros, recepcionistas nos hotéis. Consideramos uma potencialidade essa percepção de oferta de postos de trabalho oferecidos pelos hotéis à própria comunidade. Uma

outra potencialidade foi o grau de importância dado aos moradores do referido bairro que estudam biologia, pois ele considera o conhecimento importantíssimo para as atividades do turismo e, em especial, ao turismo de pesca - já que os moradores deste têm como atividade principal a pesca. Assim como a percepção de que há potencialidade em se construir um local com câmara fria (para 20 toneladas) para armazenamento e comercialização do pescado foi uma demonstração do autoconhecimento das capacidades da comunidade do bairro.

Outro destaque foi em relação às aulas para alfabetizar acompanhadas de aulas de culinária e artesanato, provenientes do produto “Peixe”. Todas essas informações foram consideradas como potencialidades por serem iniciativas da própria comunidade e ter total relação com a nossa linha de pesquisa sobre o Desenvolvimento Local de caráter endógeno.

Como **facilidade**, percebemos a preocupação que existe entre os moradores mais novos em buscar continuamente capacitação, além da conscientização da estrutura familiar de acordo com as suas reais capacidades de renda. A valorização da Cacimba tanto pelos moradores quanto pelo poder público - que urbanizou o local e lajotou, além de manter o Parque Eco da Cacimba, local onde funciona a Secretaria do Meio Ambiente e onde há salas com panfletos sobre o município - tornou-a um local aberto para os visitantes e sinônimo de orgulho para os residentes do bairro.

Consideramos como **dificuldade** a questão de que 80% dos pescadores profissionais são analfabetos, dado que se confirma ao buscarmos referências no Atlas de Inclusão e Exclusão Social.

Outro fator que se caracterizou como dificuldade foi a desativação de uma cooperativa que existia no bairro devido à falta de união entre os próprios pescadores, mas que segundo o senhor Everaldo, eles estão lutando pela estruturação de uma nova

cooperativa, até por esse motivo estão oferecendo cursos de alfabetização acompanhados de cursos sobre o melhor aproveitamento do peixe.

A entrevista do senhor Everaldino apresentou um quadro de boas perspectivas de relacionamento entre a rede hoteleira e a endogeneização do desenvolvimento local.

3.2.2 Segunda entrevista – Senhor Sebastião dos Santos Correa – Presidente da Associação de Moradores do Bairro Cristo Redentor – Corumbá (MS) – em 30/set/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
Existem muitas verdurarias, porém saem vendendo porta em porta. Temos um grupo de dança Temos um grupo de dança Sede da associação e a igreja foram construídas por um grupo de padres italianos.	Existem muitas verdurarias, porém saem vendendo porta em porta. Temos um grupo de dança	POTENCIALIDADES
Existem muitas verdurarias, porém saem vendendo porta em porta. Há três meses na presidência da associação, encontra muita dificuldade, inclusive pela dívida deixada por anteriores.	Sede da associação e a igreja foram construídas por um grupo de padres italianos.	FACILIDADES
Não temos nada a oferecer A área do bairro cristo redentor é grande, dentro dele existem os conjuntos cravo vermelho e vitória régia. Bairro antigo Comunidade dividida Não há cooperação	Bairro antigo Comunidade dividida Não há cooperação Não temos nada a oferecer	DIFICULDADES

Quadro nº. 31 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Destacamos da entrevista com o senhor Sebastião como potencialidade, a existência de muitas verdurarias e um grupo de dança. Poderá ser potencialidade se a comunidade perceber que pode formar uma associação-cooperativista e fornecer não só as verduras, como as hortaliças aos hotéis, restaurantes e similares. Seria uma produção mais saudável e uma fonte de renda para a comunidade. Com relação ao grupo de dança, é sabido

que a secretaria de cultura tem cadastrado todos os grupos da cidade no sentido de realizar um trabalho de valorização dos mesmos e criar um vínculo com a atividade do turismo, principalmente o de eventos.

Destacamos como facilidade o fato de que o bairro possui uma sede da associação e uma igreja, pontos de referência para a própria comunidade que facilita os momentos de encontro e de discussão sobre os assuntos pertinentes ao bairro.

Segundo o senhor Sebastião, o bairro é um dos mais antigos bairros do município e ele sente que é uma grande dificuldade a falta de cooperação entre eles, os moradores do bairro, a comunidade é dividida e não acredita que eles têm algo a oferecer.

Essa entrevista nos oportunizou a percepção de que por se tratar de um bairro localizado na parte alta da cidade e por ter recebido ajuda de um grupo de italianos, a comunidade não vislumbra a atividade turística no município. A impressão que ficou foi que a comunidade espera apenas dos agentes externos, o que caracteriza o desenvolvimento para o local. É um bairro que está localizado na linha de exclusão social segundo o **Atlas de Inclusão e Exclusão Social de Corumbá** (2004). Para atingirmos o objetivo deste trabalho, a entrevista colaborou no sentido de alertar que há muito para se fazer para que o turismo e a atividade hoteleira venham a configurarem-se como meios de transformação do processo de endogenia para o desenvolvimento local neste bairro.

3.2.3 Terceira entrevista – Senhor Airdo Gil da Costa – Presidente da Associação de Moradores do Bairro Universitário – Corumbá (MS) - em 01/out/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
UFMS – Centro de Convenções Viação – shopping Galpão da vila mamona Feira de artesanato – uma vez por mês UFMS – cursos de biologia, geografia e história. Parceria – associação e universidades Escolas estaduais Escolas municipais Posto de saúde Sistema “S” Carpintaria – artesanato em madeira Quatro grandes conjuntos – equivale a +/- 5000 pessoas em cinco conjuntos residenciais – Belmiro Maciel, Vila mamona, conjunto vila marítima, conjunto paiaguás e maplan.	- UFMS – Centro de Convenções - Viação – shopping - Feira de artesanato – uma vez por mês - Parceria – associação e universidades	POTENCIALIDADES
Campo de futebol Não há atrativo Não há visão Shell Cimento Itaú Trilho para carga granel Viação (Antiga Fábrica de produção de produtos têxteis). Não há cooperativas ou qualquer tipo de associação.	- Campo de futebol - Carpintaria – artesanato em madeira	FACILIDADES
	- Não há cooperativas ou qualquer tipo de associação.	DIFICULDADES

Quadro nº. 32 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

O bairro universitário segundo o **Atlas de Inclusão e Exclusão Social de Corumbá** (2004), está localizado na faixa daqueles de maior inclusão social do município, e na entrevista com o presidente da associação do bairro, o senhor Airdo, o que ele percebe como **potencialidade** para a atividade do turismo é o Centro de Convenções da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e o próprio Campus Universitário no bairro, outro ponto que ele vê como potencialidade para a atividade é o prédio da Viação (Antiga fábrica de produtos têxteis), que na sua visão poderia ser transformado em um shopping, de modo que atrairia os turistas para o bairro. Ele citou a Feira de Artesanato, a qual poderia acontecer nas

imediações do bairro uma vez por mês. Ainda demonstra a importância de uma parceria entre a associação e as universidades como forma de alavancar as potencialidades citadas.

Outro ponto considerado como **facilidade** foi a existência de um campo de futebol que sempre recebe um número considerável de jogadores de toda a parte do município e a existência, atualmente, de uma carpintaria que tem ganhado destaque na mídia por produzir diversos artesanatos, em madeira, que retratam as belezas do pantanal. Em contrapartida, como dificuldade, ele não vê a formação de cooperativas ou associações-cooperativas.

A entrevista com o senhor Airdo demonstra também pouca afinidade com o desenvolvimento local e com a atividade hoteleira. Apesar do bairro estar entre os de maior inclusão social, não apresenta perspectivas para o desenvolvimento de produtos ou serviços capazes de acrescentarem valor ao estudo em questão devido à falta de sensibilização da comunidade em perceber as potencialidades que possui e que não são exploradas com esse objetivo.

Diante das entrevistas feitas com as lideranças comunitárias, percebemos que essa relação que buscamos entre a hotelaria e endogeneização do desenvolvimento local em Corumbá somente são percebidas no bairro cervejaria. O que justifica essa maior percepção, talvez possa ser explicado através do conhecimento que possuímos sobre o bairro, adquiridos no desenvolvimento de um trabalho sobre a comunidade de pescadores profissionais em Corumbá, em que ficou claro que é o bairro que mais percebe o turismo como atividade e que tem trabalhado pelo desenvolvimento das suas capacidades - no sentido de oferecer produtos e serviços que acrescentam valores à atividade e que acaba por se caracterizar como o início do desenvolvimento local.

Logo, o bairro cervejaria que é constituído por pescadores profissionais, piloteiros, isqueiros, artesãos, entre outras profissões ligadas ao turismo apresenta um outro fato que

merece destaque: ele está localizado próximo as margens do Rio Paraguai, do Porto Geral, do Casario do Porto, além de possuir a Casa do Massa Barro (uma referência em desenvolvimento do artesanato de barro), a fabrica de refrigerante típico da região, é o local onde acontecem os maiores eventos do município, é onde se encontra o Parque Eco da Cacimba e onde ocorre todo o movimento do turismo de pesca (o único produto formatado do município até o momento), além de contar com o Moinho Cultural que vem desenvolvendo um projeto social de suma importância para os moradores da região.

Todos esses componentes citados fazem com que o bairro cervejaria tenha essa relação mais próxima com o estudo em questão, porém não significa que os demais não possam contribuir, pois no Bairro Cristo Redentor há também um atrativo turístico que é o monumento do Cristo Rei do Pantanal, que está localizado no pico do morro São Felipe e que proporciona uma visão panorâmica do município, além de ter a possibilidade de se formar associações ou cooperativas para fornecer verduras, hortaliças e frutas, artesanatos e atrações folclóricas típicas da região. Portanto, percebemos que falta sensibilizar essa comunidade para o “desabrochar” das suas capacidades. Nesse bairro, com certeza, os agentes externos serão primordiais para essa sensibilização.

Com relação ao Bairro Universitário, apesar de ser o bairro de maior inclusão social, ainda não vislumbrou suas potencialidades e capacidades de adicionar valor à atividade turística, também é um bairro que necessita da ajuda dos agentes externos para a sensibilização.

3.3 Percepções dos Representantes da Hoteleira de Corumbá

3.3.1 Primeira entrevista - Senhora Leonilde Clara Melo Antunes Lito – Proprietária do Hotel Virgínia Palace - Corumbá (MS) - em 30/set/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>Há um senhor que fornece os doces, há 8 anos ele é de um assentamento. Cursos no Senac Estágio para estudantes de turismo Eu não dou emprego para 30 pessoas, dou no mínimo para 90 pessoas (Família). A própria comunidade não se especializa Linha de crédito As pessoas não vêem o turismo como potencialidade Governo prega que tem linha de crédito e não tem, hoje o comerciante que não tem restrição, não é comerciante. Gostaria de ter um prédio meu, tenho projetos, mas como? Quero um restaurante no hotel, mas como? O turista diz: O que vou fazer aqui com minha família? Não há produtos formatados Falta profissional Turismo histórico A “pessoa” só quer levar para a Bolívia. O salário é pouco, porém é de acordo com a realidade, hoje trabalho com representantes comerciais e mensalistas, que é o filão do mercado que optei. Maior dificuldade – investimento em capacitação. Pessoas são muito acomodadas – acho que é uma questão de cultura. Maior dificuldade é a comunidade perceber a vocação do município, investir em capacitação. Passeio com família – falta. Guia para trilhas – falta. Histórico de Corumbá – não sabe. Poder público só cobra. Trabalho com tarifa única de jan a dez, não tem baixo e nem alta temporada, trabalho com mensalistas, atendo turistas-grupos de estudantes, universitários. Material de abastecimento – supermercado. Existe um “cara” que tem horta - porém ele não faz preço diferenciado. Como no supermercado é um dia só para oferecer verduras, hortaliças, preciso congelar para ter na semana toda. Falta parceria.</p>	<p>- Há um senhor que fornece os doces, há 8 anos ele é de um assentamento.</p>	POTENCIALIDADES
	<p>- Eu não dou emprego para 30 pessoas, dou no mínimo para 90 pessoas (Família).</p>	FACILIDADES
	<p>- A própria comunidade não se especializa - As pessoas não vêem o turismo como potencialidade - O turista diz: O que vou fazer aqui com minha família? - Não há produtos formatados - Falta profissional - Maior dificuldade – investimento em capacitação. - Pessoas são muito acomodadas – acho que é uma questão de cultura. - Maior dificuldade é a comunidade perceber a vocação do município, investir em capacitação. - Falta parceria.</p>	DIFICULDADES

Quadro nº. 33 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Destacamos como **potencialidade** a existência de fornecedor de doces típicos da região, que são oferecidos no restaurante e também no hotel de propriedade da senhora Clara. È visto como potencialidade por absorver produto do local. Ela vê como **facilidade** para a comunidade o fato de proporcionar emprego para trinta pessoas, que na verdade se contar com os dependentes acaba configurando 90 pessoas dependentes da atividade da hotelaria e do restaurante. A empresária aponta como **dificuldade** o fato da comunidade não se especializar, não ver a atividade turística como potencialidade do local. Segundo ela, a falta de opções de lazer ao turista é algo precário, não há produtos formatados e a falta de profissionalismo é ponto considerado como dificuldade para o desenvolvimento da atividade. As pessoas não investem na capacitação, são pessoas acomodadas, talvez essa acomodação seja uma questão cultural da região e faltam parcerias.

Diante do contexto desta entrevista, o que consideramos mais notório são as dificuldades que estão relacionadas ao desenvolvimento de duas atividades importantíssimas no desenvolvimento da atividade turística de uma região que são: os setores da hotelaria e de refeições, que necessitam de pessoas com atitudes, habilidades e conhecimentos das atividades para que a mesma aconteça dentro de padrões de qualidades exigidas pelo turista.

3.3.2 Segunda entrevista - Senhorita Carolina Salek Sokolovsky – Gerente do Santa Rita Hotel – Corumbá (MS) - em 11/out/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>Os hotéis deveriam absorver melhor essa mão-de-obra vinda da universidade, inclusive como estagiários. Falta um contato, uma parceria entre empresa e instituição de ensino. Cooperativas de produtos como leite, queijo, doce etc. Reciclagem Curso de Turismo Apoio dos órgãos municipais A rede hoteleira emprega apenas com o 2º grau. É um produto mais barato, mais saudável. É mais fácil comprar aqui, onde é mais barato, mais perto, do que comprar em São Paulo. Vários assentamentos. Fácil locomoção. Você acha “receptionistas” com 10 anos de experiência, sabe tudo de recepção e não tem um curso na área. A maioria das pessoas possui curso de informática. Já trabalharam em hotéis, pousadas. Os estagiários aprendem no dia-a-dia e a empresa agrega valor. É importante também falar que em Corumbá, o mundo globalizado já se fala em reciclagem. Estamos fazendo o seguinte: “As camareiras querem levar as latinhas, elas juntam e cada dia uma leva. É melhor, pois se deixarmos que o caminhão leve quem vai recolher esse material e o catador de lixo que é a função dele”. Todos os hotéis fazem isso, porém não tem nada aqui. Entre eles, dividem, faz revisão – tal semana uma pessoa leva papel, outra leva lata. Elas acham que o sindicato do bairro resolve tudo. Faculdade de turismo – oferecer parceria junto à rede hoteleira para proporcionar estágios. Falta de parcerias No momento não podemos comprar os produtos destes produtores rurais pela falta de um selo da vigilância sanitárias. Conseguir uma associação entre o produtor e o consumidor. Falta estrutura (expl. Ensacamento do leite é artesanal). Faltam órgãos de representatividade atuante na cidade – geralmente buscamos informações tudo em Campo Grande. Falta de reciclagem Falta de parceria entre Instituição Ensino e a rede hoteleira. A própria pessoa tem que se conscientizar da sua própria qualificação. Separamos vidro, papel, plástico, chega no dia da coleta o caminhão junta tudo. quer dizer...o que adianta a gente</p>	<p>Os hotéis deveriam absorver melhor essa mão-de-obra vinda da universidade, inclusive como estagiários. Uma parceria entre empresa e instituição de ensino. Cooperativas de produtos como leite, queijo, doce etc. Reciclagem</p>	<p>POTENCIALIDADES</p>
	<p>Curso de Turismo Fácil locomoção</p>	<p>FACILIDADES</p>

separar.	A rede hoteleira emprega apenas com o 2º grau Falta de parcerias Falta de reciclagem Faltam órgãos de representatividade atuante na cidade – geralmente buscamos informações tudo em Campo Grande. A própria pessoa tem que se conscientizar da sua própria qualificação.	DIFICULDADES
----------	---	---------------------

Quadro nº. 34 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

O que destacamos nessa entrevista como **potencialidade** foi a percepção da necessidade de absorver os profissionais que estão saindo das universidades - em especial a de turismo, como forma de oportunizar aos mesmos uma vivência da teoria. Seria de grande valia a parceria entre a rede hoteleira e as universidades. Outro destaque foi para o incentivo para a formação de cooperativas de produtos como: leite, queijo, doce etc. e uma cooperativa para trabalhar com os produtos recicláveis que iria gerar mais postos de trabalho e melhoria na condição de vida de algumas famílias.

Foram apontadas várias **facilidades**, porém consideramos apenas a questão de que a rede hoteleira emprega hoje pessoas com apenas o ensino médio completo, o que diferencia de uma indústria, por exemplo, que necessita de técnicos ou graduados em diferentes setores. É uma vantagem que a hotelaria oferece a comunidade. Como ponto de **dificuldade** foi apresentada a falta de parcerias, a falta de uma indústria de reciclagem na cidade, falta de representatividade do setor e falta da conscientização da necessidade de que cada um é responsável pela sua própria qualificação.

Face ao exposto, ficou claro que ainda falta a percepção da comunidade em querer buscar o desenvolvimento das suas capacidades. A impressão que tivemos foi a de que todos ficam esperando as coisas acontecerem e esperando que alguém entregue algo pronto em suas mãos, o que acaba por não se configurar como desenvolvimento local e sim desenvolvimento

para o local, em que é preciso somente forças externas para que o desenvolvimento aconteça, inclusive o desenvolvimento aqui se configura como o econômico e não o de pessoas.

3.3.3. Terceira entrevista - Senhor Tony Yarzon – Gerente do Santa Mônica Palace Hotel – Corumbá (MS) - em 11/out/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
Turismo Região rica O relacionamento entre a comunidade facilita ao turista em se sentir mais à vontade na cidade.	- O relacionamento entre a comunidade facilita ao turista em se sentir mais à vontade na cidade.	POTENCIALIDADES
70% das compras para o hotel são provenientes do local (Frutarias, frigoríficos e mercados). Estamos tendo mais suporte, devido aos cursos oferecidos pelo Senac e Sebrae – treinamentos. Quando alguém vem para ser selecionado pelo hotel, ele já apresenta noção da atividade e isso facilita bastante. A secretaria hoje esta mais séria, para atender não só o empresário como a comunidade. Balcão de informações no aeroporto e a previsão de um balcão na rodoviária. A secretaria hoje esta mais séria e mais competente para nos dar suporte. Hoje a nossa mão-de-obra já tem alguns anos conosco e sabe o valor da hotelaria, do turismo em sua vida.	- 70% das compras para o hotel são provenientes do local (Frutarias, frigoríficos e mercados). - Estamos tendo mais suporte, devido aos cursos oferecidos pelo Senac e Sebrae – treinamentos. - A secretaria hoje esta mais séria, para atender não só o empresário como a comunidade. - Balcão de informações no aeroporto e a previsão de um balcão na rodoviária. - Hoje a nossa mão-de-obra já tem alguns anos conosco e sabe o valor da hotelaria, do turismo em sua vida.	FACILIDADES
O fato de morarmos aqui, nós sabemos do que acontece na cidade, a comunidade não nos procura para divulgar algo que possa oferecer ao turista. Visão geral da população, conscientizar e dar suporte a atividade turística. 30% dos produtos utilizados são provenientes de fora. A comunidade precisa se conscientizar em conhecer a história da cidade, a grande maioria não sabe informar nada sobre a cidade ao turista.	- O fato de morarmos aqui, nós sabemos do que acontece na cidade, a comunidade não nos procura para divulgar algo que possa oferecer ao turista. - Visão geral da população, conscientizar e dar suporte a atividade turística.	DIFICULDADES

Quadro nº. 35 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

O destaque desta entrevista como **potencialidade** consistiu na busca de um melhor relacionamento com a comunidade, o que facilitaria ao turista em se sentir mais à vontade na cidade.

Como **facilidade**, consideramos a aquisição de produtos utilizados no hotel, onde 70% dos produtos são provenientes do local (frutarias, frigoríficos e mercados), há facilidade no que consiste na questão da busca da qualificação, por contar com os suportes oferecidos pelo Senac e pelo Sebrae – treinamentos. Outro destaque foi a credibilidade da secretaria de turismo, que hoje está mais séria no tocante a atender não só o empresário como a comunidade e tem criado ações importantes como o Balcão de informações no aeroporto e a previsão de um balcão de informações na rodoviária.

Como **dificuldade**, o que foi apresentado é a falta de interação da comunidade com a hotelaria no sentido de oferecer atividades típicas da região e estendê-las ao turista. Um ponto que chama a atenção foi o fato da falta de visão geral da população, falta de conscientizar e dar suporte a atividade turística.

Diante das entrevistas realizadas com os representantes da rede hoteleira com o intuito de buscarmos subsídios para o nosso estudo, o que percebemos como unânime entre os representantes e diagnosticamos como dificuldade foi a ausência da participação ativa da comunidade. Hoje, a comunidade não tem nada a oferecer a rede hoteleira além da mão-de-obra, essa que na sua maioria não é especializada e não busca especialização, além de poucas políticas de incentivos aos estabelecimentos para fomentar a atividade.

3.4 Percepções dos Funcionários da Rede Hoteleira de Corumbá

3.4.1 Primeira entrevista - Senhor Osmar da Costa Santos – funcionário do Lincoln Hotel - Corumbá (MS) - em 05/dez/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
Grande potencial é a nossa cidade – Corumbá – que é uma cidade histórica; Temos o potencial que é a rede hoteleira; Nossa cidade é totalmente turística;	Cidade turística; Rede Hoteleira;	POTENCIALIDADES
A população ela não tem essa resistência que Corumbá é uma cidade turística;	A população ela não tem essa resistência que Corumbá é uma cidade turística;	FACILIDADES
Vontade política é muita lenta para desenvolver os projetos que nós temos; Cursos/treinamentos esporádicos; Divulgação – nós estamos precisando de consumidor, nós estamos precisando do turista;	Divulgação	DIFICULDADES

Quadro nº. 36 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Segundo o senhor Osmar, que é natural do estado de São Paulo e há muitos anos decidiu fixar residência no município de Corumbá, a cidade hoje se tornou uma segunda terra natal. Fato que na sua fala é percebido através de um sentimento de pertença muito forte pela região, o que o levou a dizer que são muitas as **dificuldades** e destacou a falta de uma representatividade política na região, capaz de fazer algo mais pela mesma e também falta uma divulgação mais intensa, positiva pela imagem de Corumbá.

Como **facilidades**, ele considerou que a população não demonstra resistência quando se afirma que Corumbá é uma cidade turística - embora uma parcela significativa não conheça os atrativos da própria região, porém um trabalho de divulgação seria capaz de resolver isso. Apontou como **potencial**, o desenvolvimento da atividade turística principalmente pelo fato da cidade possuir uma rede hoteleira boa, apesar de que ainda faltam treinamentos específicos que atendam a necessidade da hotelaria e do turismo aqui na região.

Na entrevista com o senhor Osmar, ficou entendido que através da atividade do turismo e da hotelaria já é possível ver no município alguns fatores que considera terem acontecido em função dessas atividades, como por exemplo, a criação de um curso superior de turismo, pois ele acredita esse curso tem a responsabilidade de capacitar a mão-de-obra para o desenvolvimento das atividades pertinentes ao setor sendo um diferencial para uma cidade turística como é Corumbá.

De acordo com o objetivo do estudo e a fala do senhor Osmar concluímos que a hotelaria promove o desenvolvimento da região.

4.4.2 Segunda entrevista

Pela dificuldade que encontramos e até uma certa resistência por parte de alguns funcionários que já haviam respondido ao nosso formulário e devido ao tempo para a finalização deste trabalho, tivemos que optar por uma entrevista coletiva em que o apoio da gerencia do referido hotel foi fundamental, além é claro da receptividade dos seus funcionários em pararem por alguns minutos as suas atividades para nos conceder essa entrevista. A entrevista contou com a participação dos seguintes funcionários: Cristiane Rodrigues dos Santos (Recepcionista há 06 meses); Débora Miranda Gonçalves (Camareira há 07 anos); Joanita Arino de Arruda (Camareira há 26 anos); Jones Catarino de Oliveira (Ascensorista há 06 meses); Maria Madalena Lopes (Lavadeira há 12 anos); Sônia Farias da Silva (Lavadeira há 12 anos).

Entrevista Coletiva com seis funcionários do Hotel Santa Mônica - Corumbá (MS) - em 09/dez/2005.

A seguir apresentamos a entrevista dentro das respectivas categorias que se enquadram de acordo com o objetivo deste estudo:

Relatos / Depoimentos Descrição I	Unidades de Significado Descrição II	Categorias
<p>Eu achei que o turismo se desenvolveu muito aqui na nossa cidade, trouxe muita geração de emprego; Para nós o turismo esta sendo um objetivo bom, uma grande opção para nós;</p> <p>Não tenho certeza, mas acho que o turismo aqui de Corumbá é a segunda renda, a economia principal atualmente é o turismo, junto ao de pesca, o da melhor idade e agora esta entrando o turismo rural. Nós temos uma potencialidade.</p> <p>O turismo para Corumbá, restaurando as coisas daqui, trazendo muito desenvolvimento;</p> <p>O turismo de Pesca é tão importante também, por exemplo: hoje um hotel esta com 45 hospedes sendo que se for em fevereiro a outubro raramente tem vaga nesse hotel, veja a diferença, a falta que o turismo faz em Corumbá, sem falar nos piloteiros, tudo parado.</p> <p>O nosso hotel aqui não depende da pesca, bom para nós, porque se dependesse exclusivamente da pesca, hoje estaria sem emprego.</p> <p>Trabalhamos com a terceira idade, mensalistas, empresas.</p> <p>Estão restaurando tudo, casas, podia ser melhor, depende de pessoas mais capacitadas para renovar, para chamar atenção do turista.</p> <p>A nossa situação financeira melhorou, o hotel deu essa oportunidade.</p> <p>Temos participação.</p> <p>Aqui é um hotel que você tem vontade de trabalhar, você fica torcendo para ficar sempre cheio, aqui o proprietário valoriza a mão-de-obra, os funcionários e investe.</p> <p>Fizemos cursos pagos pelo hotel, o patrão – ele – não deixa o funcionário parado no tempo.</p> <p>A firma quem faz somos nós e se o hotel esta cheio de hospedes é porque ele é bem tratado.</p> <p>Gostamos de trabalhar aqui, gosto do que faço, o trabalho nos dá oport unidade de conhecer novas pessoas, é bom.</p> <p>A casa nossa é aqui.</p> <p>Amamos nossa cidade.</p> <p>Não há dificuldades, porque o patrão explica, ensina, melhora o nosso ambiente e equipamentos de trabalho.</p> <p>O que torna fácil é a prática que já temos e um ensina o outro, há união;</p> <p>Esperamos que melhore mais;</p> <p>É a primeira vez que estamos todos juntos e sentimos isso muito bom.</p> <p>Muitos dependem do turismo e várias atividades dependem dele, como os táxis, o comércio local.</p> <p>Se nós tivéssemos mais políticos pela cidade, hoje Corumbá seria três, quatro vezes melhor, mais divulgado.</p> <p>Se tivéssemos algo ou alguém para falar mais da cidade seria melhor.</p> <p>Falta uma associação, sindicato para categoria, falta atitude, ação para isso.</p>	<p>Para nós o turismo esta sendo um objetivo bom, uma grande opção para nós;</p> <p>Não tenho certeza, mas acho que o turismo aqui de Corumbá é a segunda renda, a economia principal atualmente é o turismo, junto ao de pesca, o da melhor idade e agora esta entrando o turismo rural. Nós temos uma potencialidade.</p> <p>Estão restaurando tudo, casas, podia ser melhor, depende de pessoas mais capacitadas para renovar, para chamar atenção do turista.</p> <p>A firma quem faz somos nós e se o hotel esta cheio de hospedes é porque ele é bem tratado.</p> <p>Esperamos que melhora mais;</p>	<p>POTENCIALIDADES</p>
<p>O nosso hotel aqui não depende da pesca, bom para nós, porque se dependesse exclusivamente da pesca, hoje estaria sem emprego.</p> <p>Trabalhamos com a terceira idade, mensalistas, empresas.</p> <p>A nossa situação financeira melhorou, o hotel deu essa oportunidade.</p> <p>Temos participação.</p> <p>Aqui é um hotel que você tem vontade de trabalhar, você fica torcendo para ficar sempre cheio, aqui o proprietário valoriza a mão-de-obra, os funcionários e investe.</p> <p>Fizemos cursos pagos pelo hotel, o patrão – ele – não deixa o funcionário parado no tempo.</p> <p>Gostamos de trabalhar aqui, gosto do que faço, o trabalho nos dá oport unidade de conhecer novas pessoas, é bom.</p> <p>A casa nossa é aqui.</p> <p>Amamos nossa cidade.</p>	<p>O nosso hotel aqui não depende da pesca, bom para nós, porque se dependesse exclusivamente da pesca, hoje estaria sem emprego.</p> <p>Trabalhamos com a terceira idade, mensalistas, empresas.</p> <p>A nossa situação financeira melhorou, o hotel deu essa oportunidade.</p> <p>Temos participação.</p> <p>Aqui é um hotel que você tem vontade de trabalhar, você fica torcendo para ficar sempre cheio, aqui o proprietário valoriza a mão-de-obra, os funcionários e investe.</p> <p>Fizemos cursos pagos pelo hotel, o patrão – ele – não deixa o funcionário parado no tempo.</p> <p>Gostamos de trabalhar aqui, gosto do que faço, o trabalho nos dá oport unidade de conhecer novas pessoas, é bom.</p> <p>A casa nossa é aqui.</p> <p>Amamos nossa cidade.</p>	<p>FACILIDADES</p>
<p>Se tivéssemos algo ou alguém para falar mais da cidade seria melhor.</p> <p>Falta uma associação, sindicato para categoria, falta atitude, ação para isso.</p> <p>Se nós tivéssemos mais políticos pela cidade, hoje Corumbá seria três, quatro vezes melhor, mais divulgado.</p>	<p>Se tivéssemos algo ou alguém para falar mais da cidade seria melhor.</p> <p>Falta uma associação, sindicato para categoria, falta atitude, ação para isso.</p> <p>Se nós tivéssemos mais políticos pela cidade, hoje Corumbá seria três, quatro vezes melhor, mais divulgado.</p>	<p>DIFICULDADES</p>

Quadro nº. 37 – Percepções detectadas e apresentadas na forma de categorias.

b) Comentário

Se realizar uma entrevista individual já é um desafio, desenvolver uma coletiva foi ao mesmo tempo um desafio e uma experiência inédita, pois os funcionários que participaram desta ficaram muito à vontade para falar, estavam entusiasmados e alegres pelo fato de, inclusive, estarem nos auxiliando nesta pesquisa, fato marcante que é uma característica do próprio corumbaense – a hospitalidade.

Durante a entrevista ficou claro que esses possuem uma visão da potencialidade do local em termos de desenvolvimento da atividade turística, talvez essa percepção mais clara se dê pelo fato de conviverem diariamente e diretamente com a atividade que se constitui um dos pilares do turismo.

Outro ponto significativo da entrevista e que contempla o estudo foi a facilidade que demonstraram, o orgulho de estarem inseridos no contexto do turismo através da atividade que exercem. Além de relacionarem a importância da atividade da rede hoteleira na economia do local, porém apresentam como dificuldades a falta de representatividade seja no setor, seja ou questões políticas.

A entrevista revelou também o sentimento de pertença que o grupo tem pelo espaço em que ocorre a dinâmica dos relacionamentos primários e secundários, formais e informais, refletindo características do desenvolvimento local de caráter endógeno.

**DISCUSSÃO: FACILIDADES, POTENCIALIDADES E DIFICULDADES DE
RELAÇÃO ENTRE A REDE HOTELEIRA DE CORUMBÁ E O
DESENVOLVIMENTO LOCAL.**

A rede hoteleira no município de Corumbá representa um dos componentes necessários para o desenvolvimento da atividade turística. Atividade essa que foi consolidada através do turismo de pesca e que hoje sinaliza para a diversificação de outras possibilidades potenciais de exploração turística, como as de aproveitamento da cultura, da gastronomia, do artesanato e de eventos típicos da região, uma vez que é uma atividade considerada como uma das vocações do próprio município.

O atual governo municipal em seu Programa de Governo tem trabalhado com eixos considerados estratégicos como: o desenvolvimento local e a gestão comunitária – através destes, contempla o desenvolvimento do turismo no município de forma planejada.

O presente estudo procurou conhecer tanto o programa - através de algumas secretarias, como os empreendimentos hoteleiros da área urbana da cidade de Corumbá. Foram observadas as características do ponto de vista da origem, estrutura e funcionamento; o apoio político e institucional recebido; a percepção dos proprietários e funcionários; assim como a relação desenvolvida com a comunidade local no sentido de que pudéssemos verificar as potencialidades, facilidades e dificuldades de implementação do desenvolvimento local endógeno através dessa atividade – a hotelaria.

Ao discutirmos a relação da rede hoteleira com o desenvolvimento local endógeno, recorreremos ao nosso referencial teórico (cap. 1), especificamente nas citações de Coriolano (2003) e Ávila (2001), os quais esclarecem que identificar abordagens dadas ao processo de desenvolvimento e do desenvolvimento do turismo significava verificar principalmente se esses empreendimentos privilegiam o capital local e os residentes, bem como a cultura do local, que no âmbito do desenvolvimento local remete a endogeneização, e se esse foi constituído das capacidades, competências e habilidades entranhadas no interior das comunidades-localidades com o intuito de que as mesmas pudessem captar tanto as suas potencialidades e condições, quanto todos os possíveis tipos de apoio e condições a disposição ou disponíveis pelos empreendimentos hoteleiros.

Nessa perspectiva apresentamos as análises desenvolvidas, conforme segue:

4.1. Análise de facilidades, potencialidades e dificuldades para o DL a partir dos dados diagnosticados (cap.2 item 2.1 e 2.2).

A análise que segue foi baseada nos dados diagnosticados e, desse modo, ao avançarmos além dessas bases diagnosticas preliminares, a pesquisa galgou um patamar bem mais qualitativo: o de análise de facilidades, dificuldades e potencialidades na relação entre a rede hoteleira e as perspectivas de implementação do desenvolvimento local de natureza endógena em Corumbá.

Ao nos reportarmos a um dos objetivos específicos deste estudo - através do qual propomos observar as ações empreendidas pelos proprietários, gerentes e funcionários, em termos de facilidades e dificuldades em suas habilidades cooperativas, interativas e de valorização das potencialidades locais para a irradiação de mudanças que repercutissem na

dinamização da economia e no desenvolvimento humano local - constatamos que as ações empreendidas pelos proprietários e/ou gerentes se deparam com obstáculos gerados pela falta de sistematização de informações sobre o próprio empreendimento hoteleiro corumbaense; portanto, quando estas forem sistematizadas e trabalhadas, elas oferecerão, sem dúvida, visão e perspectivas mais claras e adequadas a respeito das oportunidades e ameaças, especificamente sobre esse mercado; inclusive no sentido em que as pessoas envolvidas poderão saber o que pleitear em termos de política integradora de propósitos e ações entre o poder público, as oportunidades turísticas e as comunidades locais.

Verificamos que não ocorre oscilação do nível de ocupação e contratação de funcionários em períodos de alta temporada, ou seja, não há aumento e nem diminuição da mão-de-obra alocada, o que representa menos desemprego na região no tocante a este segmento de atividade e inclusive colabora para que a dinâmica da economia não seja afetada de forma agressiva. A permanência da mesma mão-de-obra nos períodos de sazonalidade facilitou a diversificação da maneira de oferecer os alojamentos, ou seja, atualmente os hotéis estão recebendo um público que não vem ao município apenas para visitar ou realizar alguma atividade turística, hoje há um público que permanece no município por um período de vários meses, devido ao fato de desenvolver atividades especializadas no setor industrial (emergente na região), o que caracteriza o público como mensalista na rede hoteleira.

Apesar de não ocorrer oscilação no número de funcionários, a pesquisa revelou que não há um plano de investimentos contínuos na capacitação desta mão-de-obra, a maioria dos funcionários da rede hoteleira possui apenas o ensino médio, não possui conhecimentos de outros idiomas, mas por outro lado representa 90% do local, ou seja, os funcionários são residentes em Corumbá.

Um dado importante que não podemos deixar passar despercebido é que a Cidade de Corumbá fica há menos de 10 quilômetros do município de Ladário, o que faz com que a rede hoteleira tenha um número significativo de pessoas oriundas deste município - dado que não configura como mão-de-obra estreitamente local, ainda assim, os demais dados apontam para um número significativo de mão-de-obra local absorvida pela rede hoteleira.

Quando nos referimos à questão da dinamização da economia local, verificamos que através do salário pago aos funcionários da rede hoteleira, esse movimento inclusive outros setores como: o imobiliário e o de telefonia, além de outros.

Em relação ao tempo de vida dos hotéis, verificamos que as aberturas de empreendimentos ocorreram durante a década de 80 e que desde então não há sinalização para reestruturação ou edificação de novos empreendimentos, o que é possível evidenciar através da estagnação da atividade na região. Urge, portanto, a necessidade de ações conjuntas com o poder público e a comunidade a fim de repensarem se essa atividade é realmente uma vocação do município e assim trabalharem novos produtos turísticos.

Contudo, vale ressaltarmos que trabalhar novos produtos exige também novas posturas: na forma de gerenciamento dos empreendimentos; no tratamento dado aos funcionários a fim de contribuir com o desenvolvimento humano; na relação com a comunidade, com os fornecedores locais, enfim há uma necessidade de traçar um mapa das várias atividades que estão inter-relacionadas com a atividade turística e detectar o que ela é capaz de gerar em termos de economia e de desenvolvimento.

O resultado dos dados obtidos nos proporcionou uma visão mais clara sobre os envolvidos diretamente com a atividade: os funcionários – os quais na sua grande maioria não conseguem relacionar a atividade com o seu próprio desenvolvimento e o desenvolvimento local.

O município tem potencial para o desenvolvimento do turismo, o que falta é a visão por parte dos munícipes até para que o desenvolvimento local aconteça de dentro para fora e não de fora para dentro, como vem acontecendo. Os investimentos existentes em termos de empresas atuantes na atividade turística na cidade em sua grande maioria pertencem a pessoas oriundas de outras regiões, de forma que o desenvolvimento do turismo não conta com o capital local e ainda não é constituído totalmente das capacidades, competências e habilidades das comunidades-localidades.

4.2. Análise de facilidades, potencialidades e dificuldades para o DL a partir dos pontos de vista dos representantes do Poder Público Municipal (cap.4 item 4.1).

Esta análise converge para um dos objetivos deste estudo, que foi justamente verificarmos a contribuição da relação entre a rede hoteleira e as perspectivas de desenvolvimento local de natureza endógena em Corumbá, através da categorização do que seriam potencialidades, dificuldades e facilidades do próprio ponto de vista do poder público, aqui representado por duas secretarias e uma superintendência.

Na análise desenvolvida a partir dos pontos de vista destes representantes do poder público, ficou evidenciado que a população, de modo geral, está se adaptando a nova prática gerencial proposta pelo poder público que tende a provocar uma transformação das comunidades-localidades no sentido de mudança de postura – ou seja, sair da condição de meros agentes para agentes efetivos do seu próprio desenvolvimento - o que se configuraria como desenvolvimento local endógeno.

O estreitamento das relações com a comunidade tem acontecido através do “Projeto Prefeito Presente”, que fora enfatizado por todas as secretarias que fazem parte do universo dessa pesquisa. O referido projeto além de disponibilizar um contato mais direto de

todas as secretarias com a comunidade, procura através da secretaria de turismo oferecer um *city tour* à comunidade com a intenção de divulgar os atrativos turísticos do município, por outro lado não há o envolvimento de empresas, principalmente daquelas que atuam na atividade. É um projeto que poderia ser repensado no sentido de trazer as empresas e as instituições envolvidas com a atividade turística para uma ação conjunta com a comunidade e assim despertar-las para uma das vocações do município – o turismo.

O poder público por sua vez possui outros projetos que em parte beneficiam a comunidade como exemplo destacamos os assentamentos, que segundo dados de uma de nossas entrevistas, nos foi informado que é uma vontade dos assentados, pois eles têm pleiteado o desenvolvimento de projetos com a participação de agentes externos, como o IDATERRA e a EMBRAPA para a execução desses.

Através da secretaria de turismo, o poder público tem desenvolvido uma série de projetos com a intenção de criar novos produtos turísticos e dinamizar toda a infra-estrutura existente na região e desse modo promover a abertura de novos investimentos nos mais diversos setores que contemplam a atividade turística. Por outro lado surge uma preocupação relacionada ao número elevado de projetos que podem fazer com que a secretaria se centralize apenas em uma vertente de trabalho e deixe de promover outras ações como a própria sensibilização da comunidade para o desenvolvimento da atividade como uma vocação do município. Além de poder trabalhar com mecanismos que estreitem mais a relação entre empresários e comunidade.

Verificamos que falta especialização para os funcionários da rede hoteleira, fato que não deve ser muito diferente em outras atividades que estão ligadas ao turismo, pois há uma carência por parte dos empresários no tocante ao recebimento de incentivos do poder público, que em contra partida poderia solicitar uma absorção maior da mão-de-obra local,

assim como investimentos em educação profissionalizante para os mesmos, pois percebemos uma carência de empresários mais arrojados a fim de investirem nos seus empreendimentos em termos de infra-estrutura e recursos humanos.

O município possui potencial, falta sensibilização, conscientização e interação entre os envolvidos: o poder público, os empresários e a comunidade.

Há muito que se fazer para efetivamente termos o turismo com base em desenvolvimento local endógeno no município de Corumbá, esse fazer implica em entender e trabalhar a cultura local.

4.3. Análise de facilidades, potencialidades e dificuldades para o DL a partir dos pontos de vista dos líderes comunitários (cap. 4 item 4.2).

Na realização das entrevistas, selecionamos líderes de alguns dos bairros pertencentes às faixas de inclusão e exclusão social até com o intuito de registrarmos as diferenças em termos de percepções nas diferentes faixas sociais do município.

O local de maior evidencia de relacionamento com a rede hoteleira e o turismo e o próprio desenvolvimento local foi detectado no bairro de faixa intermediária – o Bairro Cervejaria – que como facilidade tem a percepção dos pontos turísticos no próprio bairro, assim como a noção da mão-de-obra empregada no setor, além de vislumbrar a atividade turística como uma oportunidade de desenvolvimento das habilidades, capacidades da comunidade-localidade, seja através da oferta de mão-de-obra, da elaboração de artesanato, da elaboração de matéria prima para a gastronomia local, além de uma participação efetiva da comunidade nas atividades culturais de tradições locais.

Os referidos dados diferenciaram o Bairro Cervejaria do Bairro Cristo Redentor - que é um bairro que está na faixa de exclusão social, onde a comunidade não vislumbra

alternativas de desenvolvimento. Podemos afirmar que a comunidade não apresenta características para que o desenvolvimento local de caráter endógeno aconteça no momento, de maneira evidente que não há nenhuma relação ou mesmo possibilidade de relação com a rede hoteleira. Nada produzem, nada os identifica, há um forte sentimento de dependência e ausência de sentimento de pertença pelo local, a percepção que se tem é como se o turismo, a rede hoteleira e o desenvolvimento local fossem peças dissociadas umas das outras. O desenvolvimento da localidade esta totalmente na mão dos políticos e da política local. Por outro lado, é uma região que possui potenciais para o desenvolvimento de diversas ações que se inter-relacionam com o turismo, a hotelaria e para o desenvolvimento de caráter endógeno, pois poderia ocorrer a difusão e o incentivo de práticas associativas comunitárias locais no sentido de aproveitamento da região a fim de criarem diversos setores de transformação de matéria prima, como a bocaiúva, a criação de horta e outras atividades pertinentes às características locais.

Em relação ao Bairro Universitário, bairro considerado de maior inclusão social, não há sinais que evidenciam a relação com o turismo e/ou a rede hoteleira, apesar de apresentar características relevantes para a atividade, porém falta percepção dos próprios residentes conforme explanou o líder comunitário, que até a presente pesquisa não vislumbrava nenhuma possibilidade de relação com a hotelaria.

As entrevistas com esses líderes comunitários evidenciaram a falta de um trabalho de sensibilização da comunidade para um despertar, pois o município possui vários elementos que permitem afirmar que é uma cidade com vocação turística, mas devido à falta de percepção tem deixado de se desenvolver, de aproveitar as riquezas naturais, culturais e étnicas da região - o que possibilitaria o efetivo desenvolvimento local através do turismo e de todos os setores envolvidos para a realização da atividade turística.

A população local não “acordou” para as possibilidades de seu próprio desenvolvimento, ainda está muito a mercê do tipo de desenvolvimento para o local; em que os agentes externos chegam, utilizam os recursos e vão embora não agregando valores ao local, e dessa maneira trazem uma série de danos sociais, econômicos e ambientais para a região.

A falta de percepção impede que o desenvolvimento local de caráter endógeno aconteça efetivamente no município como um todo. As questões culturais precisam ser estudadas e analisadas profundamente, para então sabermos como promover uma sensibilização da comunidade local, como acorda-la desse sono profundo que a impede de vislumbrar as potencialidades e as próprias capacidades de desenvolvimento humano e crescimento econômico.

Percebemos que as comunidades-localidades são muito distantes das possibilidades de desenvolvimento da região, são muito acomodadas e até mesmo sem afetividade pela região que tem tantas potencialidades naturais e culturais, que se bem trabalhadas transformariam a região em um lugar melhor.

Ouvimos sempre o mesmo discurso relacionado ao fato de que precisamos “resgatar” a nossa identidade cultural e uma pergunta continua: Como resgatar aquilo que não conhecemos e que não possuímos sentimento por ele? Essa dificuldade pode ser transformada em facilidade a partir de um trabalho contínuo de sensibilização, de educação para o efetivo conhecimento e desenvolvimento de um sentimento de pertença a região. Trabalho que pode e deve começar através das lideranças comunitárias.

4.4. Análise de facilidades, potencialidades e dificuldades para o DL a partir dos pontos de vista dos proprietários e/ou gerentes da rede hoteleira (cap. 4 item 4.3).

Diante do diagnóstico e da entrevista aplicada com os gerentes e/ou proprietários da rede hoteleira do município de Corumbá, ficou evidente que a grande dificuldade enfrentada por todos é a falta de representatividade perante o poder público em qualquer esfera, seja municipal, estadual ou federal. Além disso, nem todos possuem um registro na EMBRATUR ou na ABIH, ambas entidades representativas do setor.

A falta de uma associação local forte impede que esses empresários tenham a oportunidade de discutir junto ao poder público as suas dificuldades e facilidades, fatos que os impede de ver e colocar em prática as suas potencialidades. Além da falta de uma representatividade do setor, há outras questões que estão relacionadas às atitudes, habilidades e competências no desenvolvimento de suas atividades profissionais.

O estudo em questão revelou a falta de profissionalização do setor, que requer conhecimentos práticos assim como conhecimentos teóricos para um bom desenvolvimento das atividades. Faz-se necessário um plano de investimentos na capacitação, o que representaria uma contribuição efetiva para o desenvolvimento humano e conseqüentemente uma qualidade maior na prestação de serviços. Por outro lado, a própria comunidade também não se especializa, apresentando uma mão-de-obra despreparada para a atividade, o que demonstra a falta de um relacionamento mais efetivo com a própria comunidade no sentido de acreditar que o turismo é uma vocação latente no município.

A grande facilidade apresentada pelo setor foi que ainda há muito espaço na gastronomia local para ser trabalhado, falta um espaço de alimentação, de entretenimento e de hospedagem dentro da tipicidade local. O turista não quer o rotineiro, ele quer o diferente, o lúdico que o faça “se desligar das turbulências” vivenciadas diariamente em sua cidade de origem.

O Potencial consiste no fato de que cada lugar é único, as pessoas são únicas, os serviços são únicos e a cultura de um lugar é única também. Há muito potencial no município para ser trabalhado através dos próprios meios de hospedagem, a começar pelo incentivo da utilização dos recursos naturais existentes na região. Um dos fatores que já pode ser considerado relevante foi que os hotéis oferecem apenas café da manhã, deixando de explorar em restaurantes de suas dependências a grande potencialidade da gastronomia local, o que poderia aproveitar e agregar valor aos ingredientes em condições de produção local bem como se tornar, inclusive, alternativa de lazer para os próprios corumbaenses nos períodos das baixas temporadas. Enquanto isso acontece com os hotéis, um dos grandes atrativos dos barcos-hotéis no período da pesca e dos passeios pantaneiros tem sido justamente a gastronomia local, oferecida aos turistas durante os dias (em maioria cinco) que neles se hospedam, embora sem sistemático plano e sistema de aproveitamento e agregação de valor em termos da capacidade sócio-produtiva local.

A falta da mão-de-obra capacitada, a falta de incentivo e a falta de concorrência efetiva, são fatores que impedem uma transformação da atividade hoteleira, a qual tem muito para contribuir a fim de que o desenvolvimento local endógeno aconteça no município de Corumbá.

4.5. Análise de Facilidades, Potencialidades e Dificuldades para o DL a Partir dos Pontos de Vista dos Funcionários da Rede Hoteleira (4.4).

Com relação aos pontos de vista dos funcionários, através do diagnóstico e da entrevista, observamos que a grande maioria não vislumbra a atividade como potencialidade e sim como facilidade. Consideram facilidade por proporcionar uma oportunidade de emprego

em que o nível de escolaridade exigido ainda é o ensino médio e as habilidades humanas se tornam o requisito fundamental para diversas funções dentro do ambiente hoteleiro.

Na fala dos entrevistados notamos um forte sentimento de pertença pela região, o que não descarta a insatisfação com a representatividade política, pois segundo os entrevistados a região possui potencial turístico, o que falta é um investimento na divulgação da região.

Ainda como facilidades eles consideram que a população em geral não apresenta resistência quando afirmam que Corumbá é uma cidade turística, embora uma parcela significativa não conheça os atrativos da própria região, porém um trabalho de divulgação interno seria capaz de resolver essa questão.

A grande dificuldade que observamos por parte dos funcionários da rede hoteleira é que a maioria nunca estabeleceu uma relação da atividade com o desenvolvimento social e econômico da região. Poucos têm em mente o que querem para si, não há estabelecimento de metas profissionais, não há perspectiva de algum tipo de associação ou cooperação para o desenvolvimento da atividade no sentido de melhorar as próprias condições de trabalho. Assim, observamos que a comunidade deve se “libertar das amarras” que impedem o seu próprio desenvolvimento.

Dessa forma, o desenvolvimento local endógeno no município de Corumbá só ocorrerá quando inicialmente existir uma grande ajuda dos agentes externos no sentido de sensibilizar a população local para que a mesma consiga ver as potencialidades locais, que poderá acontecer através do associativismo ou cooperativismo, pois há muitas ações que podem ser desenvolvidas e que serão capazes de transformar toda matéria-prima disponível na região em produtos que agregarão valores à cultura e à identidade local, que através da rede hoteleira poderá estabelecer uma relação de troca simultânea de bens de consumo e de

serviços, pois esta poderia provocar um estímulo para essas comunidades - no sentido delas iniciarem uma produção, seja de produtos hortifrutigranjeiros, de entretenimento cultural, de artesanato ou mesmo saberem que a produção tem um destino certo: os hotéis, onde estariam assumindo o papel de agente que auxilia a comunidade na percepção das suas capacidades a partir do momento em que ocorre essa relação de troca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Desenvolvimento Local pressupõe o despertar das próprias potencialidades comunitário-locais, inclusive as que dizem respeito às características étnicas e históricas da região. No entanto, em Corumbá verificamos que a dificuldade de sobreviver apenas do turismo ainda não resultou em iniciativas reais que expressem o claro dimensionamento relacionado a uma perspectiva marcadamente social. Pelo contrário, o que foi revelado pela pesquisa é que o município conta apenas com iniciativas de “*desenvolvimento no local*”, o qual é sediado no município, implantado por agentes externos e sem o envolvimento da comunidade-localidade no sentido de que ela mesma se torne paulatinamente apta a pensar, a organizar e agir como *sujeito* e não *mero* objeto do seu próprio desenvolvimento.

Nossa pesquisa galgou patamares qualitativos que subsidiaram as análises do que representaria facilidades, dificuldades e potencialidades na relação entre a hotelaria e as perspectivas de implementação do Desenvolvimento Local de natureza endógena em Corumbá.

Em alguns momentos consideramos o mesmo assunto como facilidades e potencialidades pelo seu inter-relacionamento e interdependência como eles se apresentaram.

Logo, podemos tecer em nossas considerações finais, até pelo que já é sabido através da pesquisa, que os empreendimentos hoteleiros podem auxiliar como agentes externos do Desenvolvimento Local endógeno do município de Corumbá e dessa maneira as concernentes comunidades poderão criar e implementar associações de auto-sustentação tanto para o turismo quanto para elas mesmas, através de ações que envolvam desde a produção hortifrutigranjeira até o lazer-entretenimento alheio e próprio.

Discutindo as potencialidades, facilidades e dificuldades do ponto de vista do poder público, das lideranças comunitárias e das representatividades da rede hoteleira e dos funcionários dos mesmos, entendemos que o Poder Público está buscando e propondo ações

mais pontuais e concretas para o desenvolvimento do turismo na região, assim como os representantes da rede hoteleira estão dando mais credibilidade ao poder público, porém sentem a falta da participação ativa da comunidade.

Entendemos que potencialidades diante do contexto apresentado neste capítulo seria justamente essa percepção da rede hoteleira em estar buscando junto à comunidade, produtos e serviços capazes de agregarem valores a sua atividade, respaldados pelo poder público. O que pretendemos foi tecer uma teia de relações voltadas para o desenvolvimento da atividade, não só como fator gerador de renda, mas como de valorização das potencialidades humanas existentes na região. Há muita potencialidade na região em termos naturais e culturais, o que falta é o despertar da comunidade em geral. A pergunta que uma parte significativa entre todos os entrevistados que nos fizeram foi: O turismo é uma vocação do município? Será que as pessoas têm essa visão?

A resposta encontrada foi: há um caminho a ser percorrido o qual necessita da sensibilização da comunidade como um todo para essa percepção, pois foi diagnosticado que uma boa parte da comunidade não conhece a cidade. Então veio outro questionamento: como valorizar o que não é conhecido? Será preciso um trabalho que apresente a “teia de relação” que é constituída a partir do desenvolvimento da atividade turística em uma região. Através desse trabalho, a forma de pensar e agir se tornarão passos importantes para que ocorra o desenvolvimento local.

A rede hoteleira é uma fonte de capacidade para transmitir essa forma de pensar e agir, ela é capaz de incentivar a criação das associações-cooperativas para a produção de diversos produtos, criando assim, mais postos de trabalho capazes de incluir socialmente as pessoas neste processo do desenvolvimento da atividade turística.

Nosso estudo revelou que ainda há um longo caminho a ser percorrido, uma vez que existe a necessidade de se conhecer melhor a cultura local, as influências e verificar quais são as “amarras” que estão impedindo que a comunidade-localidade seja projetada em busca do próprio desenvolvimento e desse modo possa estreitar mais as relações com o poder público, com os empresários e com a própria comunidade, em contrapartida, faz-se necessário que o mesmo ocorra com o próprio poder público a fim de que este possa chamar a comunidade para um envolvimento mais efetivo quanto às decisões locais e possa dirimir ações em conjunto, assim efetivamente será possível estabelecer uma real parceria que viabilizará o crescimento e a expansão do setor de turismo e todos os envolvidos terão maior participação e poder de decisão sobre as ações e iniciativas tomadas tanto na esfera econômica, quanto social, histórica e cultural – fato que configurará um novo momento para o município de Corumbá e para os seus atrativos turísticos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA 21. Plano de Desenvolvimento sustentável de Corumbá. Rio de Janeiro. Setembro de 2004.

ANDRADE, Nelson. Hotel - Planejamento e projeto. Paulo Lucio de Brito, Wilson Edson Jorge. 2ª ed. São Paulo – Editora Senac – São Paulo, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DOS HOTÉIS (ABIH). Disponível em (<http://www.abih.com.br/principal/entidade/perfil.php>)> acessado em 29/11/2005.

ÁVILA, Vicente Fideles de. *Cultura, desenvolvimento local,, solidariedade e educação*. 2003 Disponível em <<http://www.ucdb.br/colóquio/arquivos/Fideles.pdf>> acessado em 04/04/2004.

ÁVILA, Vicente Fideles de et al. *Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupo e análise de conceitos*. 2. ed. Campo Grande: Editora UCDB, 2001.

BARROS, Maria Cristina Lanza de. ATLAS: Inclusão/Exclusão Social/ Maria Cristina Lanza de Barros (Organização) Bárbara Regina Gonçalves S. Barros, Marcos Serrou do Amaral, Mônica de Carvalho Magalhães Kassar. CORUMBÁ: EDITORA UFMS, 2005.p.123 –124 – mapa 51.

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac, 2003.

BOGDAN, Robert e BIKLEN, Sarri. *Investigação qualitativa em Educação: uma introdução a Teoria e aos métodos*. Trad. Maria João Álvares et al. Portugal: Porto Editora, 1994.

BOISIER, Sergio. Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando?. Disponível em <http://www.cedet.edu.ar/biblo_nueva/PDF%20Transformaciones%20globales/boisier.pdf> acessado em 29/11/2005.

CASTELLI, Geraldo. *Hospitalidade: na perspectiva da gastronomia e da hospitalidade*. 1. ed., São Paulo: Saraiva, 2005.

CONGRO, Christiane Rodrigues et al. *Hospitalidade na hotelaria urbana de Corumbá*. Trabalho apresentado no IV Simpósio sobre Recursos Naturais e Sócio-econômicos do Pantanal – SIMPAN 2004, realizado em Corumbá-MS, no período de 23 a 26 de novembro de 2004.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira (org) In: O Turismo de inclusão e o desenvolvimento local. Fortaleza: FUNECE, 2003.

ESTEVA, Gustavo. Desenvolvimento. In: SACHS, Wolfgang (edit.). *Dicionário do desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder*. Trad. Vera L.M. Joscelyne, Susana de Gyalokay e Jaime A. Clasen. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000.

FONTELES, José Osmar. Turismo e impactos socioambientais. São Paulo: Aleph, 2004.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. Análise de conteúdo. Brasília: Plano Editora, 2003.72p.

GARMS, Armando. Pantanal: O Mito e a Realidade. Tese de doutorado apresentada ao departamento de geografia, FFLCH_USP. São Paulo, 1993.

HOUAISS, Antonio (1915-1999) e VILLAR, Mauro de Salles (1939 -). *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IBGE. *Cidades*. Disponível em < www.ibge.gov.br/cidadesat>, acessado em 14 de julho de 2005.

INDICADORES BÁSICOS DE MATO GROSSO DO SUL. Disponível em < [.http://www.iplan.ms.gov.br/indicadoresbasicos/Aspectos_do_Territ%F3rio.htm](http://www.iplan.ms.gov.br/indicadoresbasicos/Aspectos_do_Territ%F3rio.htm)> acessado em julho de 2003.

ITO, Claudemira Azevedo. Corumbá: o espaço da cidade através do tempo - Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2000.104p.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Maria de Andrade. Técnicas de pesquisa. 5ª ed. Atlas, 2002. São Paulo.

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. Ordem local como força interna de desenvolvimento. *INTERAÇÕES: Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, n. 1, set. 2000, p. 13-20.

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. Construção humana de “Espaço – Tempo” e “Lugar”. Setembro de 2002. Disponível em <<http://www.ucdb.br/docentes/Cleonice>> acessado em 16/09/2004.

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. Território: noções conceituais. Setembro de 2004. Disponível em <http://www.ucdb.br/docentes/Cleonice>> acessado em 12/09/2004.

MARTINS, Sérgio R. Desenvolvimento local – questões conceituais e metodológicas. *INTERAÇÕES: Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, vol.3, n. 5, set. 2002, p.51-59.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.) DESLANDES, Suely Ferreira, CRUZ NETO, Otávio, GOMES, Romeu. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

OLIVEIRA, Gilson BaTista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. Ver. FAE, Curitiba, v.5, n.2, p-37-48, maio/ago.2002. Disponível em < http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/uma_discussao_sobre.pdf>. acessado em outubro de 2005.

OLIVEIRA, Ruitter Cunha de Oliveira. *Plano de Governo*. Corumbá: MS, 2004.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. Trad. Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

SEVERINO, Susana S. & GUIMARÃES, Maurício I. *A importância da mensuração do potencial turísticos: empreendendo em turismo*. Disponível em: <www.ene.ufsc.br/enenpre2003/arquivos/chamada_de_trabalhos_enempre_2003.pdf.> >acessado em 12/07/2004.

ROBBINS, Stephen Paul, 1943 – Administração: mudanças e perspectivas / Stephen Paul Robbins; [Tradução Cid Knipel Moreira]. – São Paulo: Saraiva, 2003.

SILVA, Edna Lúcia de. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação/Edna Lúcia da Silva, Estera Muszkat Menezes. - 3ª ed. rev. atual. – Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC – 2001. 121p. Disponível em <<http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia%20da%20Pesquisa%203a%20edicao.pdf>> acessado em 07/08/2005.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. *O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.p.77-116.

SOUZA, Roosiley dos Santos et. Al. Plano de Desenvolvimento Turístico CORUMBÁ – MS. Instituto de Ensino Superior do Pantanal/Universidade Católica Dom Bosco. Comissão Técnica: Carlos Augusto Espíndola, Fabiana Artigas, Jeane Costa Matos, Roosiley dos Santos Souza. Novembro.2003.

TUAN, Yi Fu, 1930 – Espaço e lugar: a perspectiva da experiência/ Yi-Fu Tuan; tradução de Livia de Oliveira – São Paulo: DIFEL, 1983.1983.

VERHELST, Thierry G. O Direito à diferença – Sul-Norte: Identidades culturais e desenvolvimento. Trad. Maria Luíza César. Editora Vozes. Petrópolis. Rio de Janeiro, 1992.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Modelo do Formulário

Aplicado com os proprietários e/ou gerentes dos hotéis.

APÊNDICE B – Modelo do Formulário

Aplicado com os funcionários dos hotéis.

ANEXOS

ANEXO A – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DOS HOTÉIS EM CORUMBÁ (MS)

ANEXO B – MAPA 71 – CORUMBÁ-MS – INCLUSÃO / EXCLUSÃO SOCIAL

ANEXO C - ENTREVISTAS