

TURISMO RECEPTIVO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E HOSPITALIDADE

Hilário Ângelo Pelizzer

pelizzer@anhembi.br

Resumo: O turismo receptivo de São Paulo é um produto altamente significativo pelas suas excepcionais potencialidades. Podemos afirmar que São Paulo ainda não despertou para o mercado turístico nacional e de modo especial do próprio Estado e o mundo. Embora a era da informação e da comunicação, a integração viabilizada pela internet pelos sistemas operacionais e outras tecnologias interativas, ainda não estão disponíveis para este produto desconhecido. O objetivo desta reflexão e contribuição é mostrar que as potencialidades do turismo receptivo de São Paulo ainda não foram descobertas como grande destinação turística, pelas autoridades vinculadas, entidades do setor privado e pela própria comunidade. Uma nova tendência para o incremento e fortalecimento do turismo receptivo de São Paulo necessita eclodir urgentemente, visando fomentar o comércio e os serviços com qualidade, hospitalidade e profissionalismo.

Introdução

A atividade do setor de turismo, comumente denominada de a “indústria do turismo”, vem crescendo de maneira extremamente rápida e constante em todo o mundo, gerando e garantindo um avanço econômico, social e político nos mais diversos países e regiões e, permitindo, assim, a movimentação de viagens de lazer, turismo de negócios, turismo de eventos e estudo do meio, provocando a expansão do mercado de trabalho e a geração de empregos diretos e indiretos.

O objetivo desta contribuição e reflexão é mostrar que as potencialidades do turismo receptivo da Cidade de São Paulo ainda não foram descobertas como grande destinação

turística. O turismo da Capital Paulista, podemos assim dizer, está estruturado e organizado para receber o consagrado turismo de negócios e de eventos. Sua localização e as condições de infra-estrutura de acesso, comunicações, meios de hospedagem, sistema viário, suas riquezas ou potencialidades naturais, folclóricas, culturais, gastronômicas, de lazer/entretenimento e esportivas comportam o volume de demanda existente. O que ainda nos falta é a integração e a percepção da comunidade e demais setores governamentais para que seja entendido o turismo receptivo de forma profissional e não como vem sendo ignorado e desconhecido. A demanda (turística) de pessoas/público para este segmento pode ser na direção do Interior do Estado e de outros Estados para a Capital e do exterior para a Capital. A exploração desta tendência já consagrada é tarefa de todos (iniciativa privada, poder público e ongs do setor). A Capital do Estado de São Paulo prima pelos eventos (esportivos, culturais, gastronômicos, artísticos, musicais, científicos, agro-flora e agro-pecuária, entre tantos outros) e pelo turismo ou viagens de negócios.

A presente contribuição consiste numa pesquisa descritiva (quanto aos fins), baseada na interpretação da realidade do mercado e face à vivência e convivência no setor de turismo. A pesquisa exploratória foi feita apenas no levantamento primário das poucas Agências de Turismo que ainda se dedicam a este tipo de turismo especializado. Na prática ainda não existe uma integração com os possíveis mercados emissores e receptivos e vice-versa; muito menos a existência da interconexão possibilitada ou disponibilizada pela Internet e a percepção da comunidade, iniciativa privada, ação estatal e ong's afins. A base de sustentação do referencial teórico e metodológico é a Teoria da Organização Humana-TOH, a teoria dos 14 sistemas sociais específicos-sse (Müller, 1.967).

Os principais resultados almejados desta contribuição seriam a possibilidade de se inserir nas discussões e nos projetos ligados à Cidade e ao Comércio o conceito e necessidades urgentes deste setor ignorado e denominado de **Turismo Receptivo**.

O Turismo como Atividade

O turismo é uma atividade que vem crescendo a cada ano que passa. O Turismo vem atraindo e mobilizando cada vez mais pessoas. É uma atividade dinâmica, técnica e de múltiplos

conhecimentos, devido aos diversos setores que ele envolve e estes setores se diversificam em sub-setores. O leque de possibilidades e alternativas que o turismo envolve é extremamente amplo. Podemos dizer que o turismo é um “sistema” e como tal, podemos afirmar que os componentes do sistema de turismo são os seguintes setores:

- Empresas de Transportes (Aéreos, Rodoviários, Ferroviários, Marítimos, Fluviais, Lacustres);
- Hotelaria (todos os tipos de meios de hospedagem - Hotéis, Pousadas, Navios, Barcos, Chalés, Campings, Motéis, Resorts, Flats, Casas de Repouso, Hospitais);
- Agências de Turismo (Agências de Viagens, Agência de Viagens e Turismo, Operadoras Turísticas, Operadoras de Receptivo, Representantes);
- Locadoras de Veículos;
- Restaurantes;
- Empresas de Congressos e eventos;
- Casas de Câmbio;
- Estâncias Turísticas, Termas e Ecológicas;
- Empreendimentos Turísticos (Parques Temáticos, Parques Ecológicos, etc);
- Faculdades de Turismo, Escolas Técnicas de Turismo, Escolas Livres de Turismo, Institutos/Centros e Associações de Estudos e Pesquisas de Turismo;
- Empresas de Assessoria e Consultoria em Turismo;
- Órgãos Oficiais de Turismo (Federal, Estadual, Municipal e Regional);
- Municípios com Vocação Turística;
- Guias e monitores de Turismo;
- Associações, Sindicatos e Federações de Turismo (ABIH, ABAV, SINDETUR, FENACTUR, ASTA, COTAL, IATA, SNEA, OACI/ICAO, SERNAI, FAVECC, AVIRRP, e AVIESP. Etc.);
- Imprensa Especializada em Turismo (Programas de Rádio, TV, publicidade, Revistas Técnicas, Periódicos de Turismo);
- C&VB-Convention and Visitor Bureau, etc.

Turismo e Economia

O turismo é um grande gerador de negócios, de serviços diretos e indiretos e de bem estar social. O turismo corresponde a um movimento permanente de pessoas e requer determinados serviços para recebê-las bem. Os grupos de pessoas que se locomovem ou deslocam de um lugar para outro fazendo turismo, denominam-se correntes turísticas. Elas podem ter caráter nacional e internacional. Assim, aonde o cliente chega é chamado de Núcleo Receptor (constituindo-se no denominado **Turismo Receptivo**) e de onde ele parte (ou inicia a sua viagem...) é chamado de Núcleo Emissor (constituindo-se no denominado de **Turismo Emissivo**). Assim, quando o turista (viajante...) viaja/desloca faz diversas despesas. Essas despesas são denominadas de consumos (gastos), que correspondem ao dinheiro que o turista gasta em:

- Transporte (toda modalidade de deslocamento). Alojamento/ Hospedagem. Alimentação. Compras Diversas. Diversões/entretenimento e outros gastos pessoais e específicos.

Vejamos a seguir o quadro do ciclo econômico dos gastos em turismo:

QUADRO 1

Pelo quadro abaixo, podemos ver que o turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de uma país - estado - município e região. Os efeitos diretos são resultantes da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente alguma coisa.

Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo.

Ex.: Um hotel com estrutura física pronta, para entrar em funcionamento precisa comprar: toda roupa de cama, mesa e banho; todas as camas, armários, todo material de uso nos restaurantes, decoração interna, etc. e toda infinidade de itens de um meio de hospedagem.

Por outro lado, o setor público também se beneficia do turismo de duas formas:

- indiretamente: por meio de impostos que arrecada da empresa privada, e
- diretamente: pelas taxas que cobra dos turistas (vistos, atestados e taxas alfandegárias) e taxas para os empresários explorarem a atividade turística no país.

FLUXO DE GASTOS TURÍSTICOS NO SISTEMA ECONÔMICO

OS TURISTAS GASTAM EM: ORIGEM DOS GASTOS	A INDÚSTRIA GASTA EM: DESTINO DOS GASTOS	BENEFICIÁRIOS FINAIS	
1- Hospedagem	<ul style="list-style-type: none"> ■ Salários e ordenados ■ Gorjetas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ acessórios para praia ■ acionistas, advogados ■ administradores 	<ul style="list-style-type: none"> ■ cozinheiros ■ dentistas ■ editoras
2- Alimentação	<ul style="list-style-type: none"> ■ Encargos sociais ■ Comissões ■ Música e lazer 	<ul style="list-style-type: none"> ■ açougueiros ■ agências de automóveis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ eletricitas ■ engenheiros ■ empresas de laticínio
3- Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gastos administrativos ■ Serviços legais e técnico-profissionais 	<ul style="list-style-type: none"> ■ agências de publicidade e propaganda ■ agências de viagens 	<ul style="list-style-type: none"> ■ estabelecimentos atacadistas ■ estacionamentos e oficinas
4- Transportes	<ul style="list-style-type: none"> ■ Compras de bebidas, alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ arquitetos artistas e artesãos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ eventos esportivos
5- Passeios	<ul style="list-style-type: none"> ■ Compras de materiais e mantimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ balconistas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ faxineiras, arrumadeiras ■ fazendeiros, granjeiros
6- Recreação	<ul style="list-style-type: none"> ■ Manutenção e consertos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ bancos ■ boates e discotecas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ fornecedores de material de escritório
7- Presentes e Souvenires	<ul style="list-style-type: none"> ■ Publicidade e propaganda 	<ul style="list-style-type: none"> ■ caixas ■ carpinteiros 	<ul style="list-style-type: none"> ■ gráficas ■ hotéis, flats, resorts, campings, complexos turísticos, motéis e pousadas
8- Fotografia	<ul style="list-style-type: none"> ■ Serviços de utilidade pública 	<ul style="list-style-type: none"> ■ clubes ■ cias. de seguro ■ cias. de transporte 	<ul style="list-style-type: none"> ■ importadoras ■ médicos, enfermeiras
9- Remédios e Cosméticos	<ul style="list-style-type: none"> ■ Transporte ■ Licenças 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prêmios de seguros ■ corretores de imóveis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ professores ■ mercearias, pescadores
10- Roupas, etc . . .	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prêmios de seguros ■ Aluguéis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ jardineiros, jornais e rádio 	<ul style="list-style-type: none"> ■ organizações culturais
11- Centros de Convenções	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mobiliário e instalação ■ Amortização de empréstimos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ locadoras de automóveis ■ lojas de equipamentos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ pintores ■ postos de gasolina ■ proprietários de imóveis
12- Outros	<ul style="list-style-type: none"> ■ Impostos diretos e indiretos ■ Reposição do capital fixo ■ Pagamento de retorno aos investimentos ■ Outros 	<ul style="list-style-type: none"> ■ lojas de roupas ■ lojas de souvenirs ■ lojas de fábrica de móveis ■ teatros e cinemas ■ tintureiros e lavanderias financeiras 	<ul style="list-style-type: none"> ■ restaurantes, bares ■ sindicatos ■ farmácias ■ borracheiros ■ empresas de congressos e eventos ■ guias de turismo ■ outros

Assim, o dinheiro que entra por conceito de turismo multiplica-se na economia traduzindo-se em:

- aumento da arrecadação de impostos e de taxas. Melhoria da urbanização. Fortalecimento e incremento da demanda de mão-de-obra para serviços turísticos. Incremento no ingresso

de divisas para equilibrar a balança comercial. Fortalecimento da indústria da construção civil e da demanda da mão-de-obra respectiva. Tantos outros benefícios diretos e indiretos.

Mas, conforme Wahab, ao analisar o turismo na Europa, na década de 70, afirma que "o turismo internacional é uma atividade econômica mundial que já demonstrou seu papel insubstituível no comércio internacional, definindo seus relacionamentos na troca de bens e serviços, como exportador invisível em países turisticamente avançados". (Wahab,1977, P. 94).

Podemos perceber que o turismo internacional traz ao país receptor habitantes temporários (os denominados de turistas, visitantes, viajantes, excursionistas, congressistas, passageiros, hóspedes, etc), cujo efeito no sistema monetário traduz-se em ingresso da moeda estrangeira (divisas) e em arrecadação de impostos. Os países receptores de turismo tem uma injeção de divisas (dinheiro), enquanto os países emissores (país de origem do turista) perdem divisas (saída de dinheiro), o que pode levar ao desequilíbrio na balança de pagamentos.

Portanto, as despesas turísticas na balança de pagamentos, colocam-se na "Balança de Serviços". A aquisição de bens e todo tipo de gasto no exterior por parte dos turistas (viajantes) é uma exportação, por isso o turismo é chamado de "exportação invisível".

Assim sendo, podemos compreender porque o turismo representa uma fonte de riqueza inesgotável em torno de suas várias atividades. Podemos concluir, também, que o turista (visitante...) faz várias ou muitas despesas ou muitos gastos. Essas despesas ou esses gastos chamam-se **consumos** (de alimentação, de transporte, de passeios, de compras, de diversões, de lazer, de hospedagem, saúde, etc.).

Todas as pessoas que viajam gostam de locomover-se com rapidez, segurança e comodidade e muitas vezes por aventura. Embora o trem tenha sido o maior motivador e pioneiro das primeiras etapas do desenvolvimento do turismo, com a abertura das rodovias pavimentadas, o automóvel e o ônibus passaram a ser o meio de transporte mais utilizado, para as curtas e médias distâncias.

O Turismo está estritamente ligado à escolha dos meios de transporte, dependendo do tempo e do dinheiro que o turista (viajante, excursionista, passageiro, usuário, consumidor) dispõe para a viagem.

Assim, quando os turistas (viajantes ...) viajam, chegam ao seu destino por via terrestre, por via marítima ou fluvial e por via aérea. Conseqüentemente eles (turistas) desembarcam:

- nos Terminais Rodoviários, nos Terminais Ferroviários, nos Aeroportos (e Heliportos) e nos Portos.

Turismo Receptivo – Novas Tendências

O produto turístico pode ser entendido como o “conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas organizações”, conforme definição de (Vaz 1999, p. 67).

Por outro lado, o sistema de produção de turismo é composto por quatro agentes básicos que são:

a- Produtores/Fornecedores (meios de hospedagem, empresas de transporte, locadoras de veículos, restaurantes e bares, centros de convenções, feiras e exposições, parques temáticos e ecológicos e demais serviços locais de apoio).

b- Distribuidores/Prestadores de Serviços (Agências de Turismo – operadoras turísticas e operadoras turismo receptivo);

c- Facilitadores (casas de câmbio, guias e monitores de turismo, despachante, serviços financeiros, animadores de turismo, despachantes, etc.).

d- Consumidores (Pessoa física ou jurídica): turistas, passageiros, viajantes, clientes.

O produto turístico, por sua vez, não pode ser visto, tocado ou fisicamente inspecionado antes da compra, mas tão somente durante o consumo.

Conclusão:

Hoje, o mundo vive um momento em que as inovações tecnológicas e as possibilidades de obtenção instantânea de informações estão alterando a maneira como as pessoas se comunicam, estudam, pesquisam, relacionam-se e efetuam transações. É no turismo que ocorrem as maiores mudanças e inovações. O Turismo Receptivo passa a ser um meio de se processar uma nova tendência de sobrevivência de muitas cidades, como é o caso de São Paulo.

A reestruturação ou a reengenharia do turismo receptivo precisa ser implementada também, para fortalecer o turismo receptivo convencional, e, acenando para a implementação do turismo segmentado ou especializado, objeto desta reflexão.

Todos os interessados e envolvidos com o turismo da Cidade de São Paulo precisam compreender o processo de desenvolvimento e incremento do turismo receptivo e da hospitalidade, pois quem não disponibilizar mais rápida e eficazmente informação, conhecimento e conteúdo no momento da decisão de compra do cliente não terá também a vantagem qualitativa e quantitativa em relação à concorrência.

Referências Bibliográficas:

- 1- ACERENZA, Miguel Angel. *Agencias de Viajes – Organización y Operación*. Editorial Trillas-Série Turismo – México, 1997, 187 p.
 - 2- ELDER, L.Teixeira. *Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos*. ADM & TEC- Instituto de Administração e Tecnologia. Recife. 1998. 150 p.
 - 3- PAGE, Stephen J. *Transporte e Turismo*. Ed. Bookman, Porto Alegre, 2001. 349 p.
 - 3-WAHAB, Salah-Eldin A. *Introdução à Administração do Turismo*. São Paulo: Pioneira, 1977. 242 p.
- In myd:Arq.Turismo Receptivo/I Colóquio Intl.05-1