

3.7 Capacitação do setor privado envolvido com o turismo

A análise da capacitação do setor privado envolvido com o turismo voltou-se para avaliação do emprego, distribuição por áreas de trabalho e qualificação profissional no setor de hotelaria, restaurantes, operadoras (agências de viagem receptivas) e locadoras. Em outros termos, procurou-se detectar a capacidade de prestação de serviços ao turista em setores estratégicos para esta área.

Para traçar o perfil do empresariado envolvido com o turismo, foram aplicados 20 questionários junto a empresários de portes pequeno, médio e grande, dos segmentos de hotéis e pousadas, agências de viagens, barracas de praia, bares e restaurantes.

Ao que tudo indica, dentre os empresários que atuam no setor turístico, é grande a participação do capital local. Quase sempre investidores de pequeno e médio porte, esses empresários organizam seus negócios com base em uma empresa do tipo familiar. Esses proprietários, mesmo ocupando a posição de administradores, quase sempre não possuem especialização que os capacite ao exercício da atividade turística, inclusive aqueles que têm nível superior (46% dos entrevistados). Os cursos ministrados pela EMBRATUR, voltados para o ensino de administração hoteleira, foram os mais citados como o principal instrumento de capacitação específica. Dentre os empresários que possuem formação de nível médio (46%), percebe-se que os cursos oferecidos pelo SEBRAE são os mais apreciados. Os proprietários/gerentes que possuem nível primário (8%) também são treinados pelos programas da referida instituição.¹

Observou-se, também, que as empresas turísticas – hotéis – e suas correlatas - bares e restaurantes -, trabalham com um elevado contingente de funcionários – entre 30 e 40 pessoas -, entretanto, apenas 30% dessas ocupações são formalizadas. Os demais postos de trabalho decorrem da prestação de serviço sazonal. Quase todos os empresários disseram já ter oferecido a seus funcionários treinamentos oriundos do SEBRAE e do SENAI. No entanto, de acordo com o parecer dos agentes de turismo, tanto públicos quanto privados, presentes nos grupos focais, “o atendimento ao público ainda deixa a desejar”.²

A qualificação de pessoal que atende o turista é um aspecto que demanda atenção do PRODETUR II. Entretanto, para que esse trabalho resulte em ações práticas transformadoras, é necessário que haja, principalmente, investimento em educação básica. Segundo nos informa a PNAD-IBGE, em 1999, dentre todas as pessoas ocupadas nas diversas atividades turística no Piauí, cerca de 32% não tinham instrução ou apresentavam menos de 1 ano de estudo. Dentre os trabalhadores que possuem de 1 a 7 anos de estudos, estavam inclusos 48,4% dos ocupados. Desses, apenas 3,3% possuíam nível superior. Agências de viagens e segmento transportes são aqueles que mais comumente absorvem profissionais qualificados. Ver tabelas a seguir.

Tabela DCA 01. Pessoas ocupadas em atividades de turismo e correlatas por anos de estudo no Piauí – 1999 (em %)

Discriminação	Total	Sem Instrução e menos de 1 ano	1 a 3 anos	4 a 7 anos	8 a 11 anos	12 anos e mais
Ocupados	46,49	8,8	26,4	37,4	25,3	2,2

(Fonte: PNAD/IBGE – In: Instituto de Hospitalidade, 2001).

Tabela DCA 02. Pessoas ocupadas em atividades de turismo e correlatas por níveis de remuneração no Piauí – 1999 (em salários mínimos)

Discriminação	Até 1 sm	Mais de 1 a 2 sm	Mais de 2 a 3 sm	Mais de 3 a 5 sm	Mais de 5 a 10 sm	Mais de 10 sm
Ocupados	34,1	25,3	11,0	6,6	6,6	1,1

(Fonte: PNAD/IBGE – In: Instituto de Hospitalidade, 2001).

¹ Pesquisa direta aplicada pela Ruschmann Consultores, em março de 2002. Ver questionários em anexos.

² Idem.

Tais indicadores de educação e de salário serão aqui utilizados como recurso indicativo da visão do empresariado com relação ao valor e à qualidade dos empregados prestadores de serviço ao turista. Considerando-se o elevado contingente de ocupados (59,4%) que recebem remuneração máxima de até 2 salários mínimos e dispõem de instrução de nível fundamental (72,6%), é possível supor que esse limite é um entrave real ao desenvolvimento da capacitação de atendimento ao público. Inscrito em um contexto recorrente na região Nordeste do país – baixo nível educacional e padrão salarial –, esses dilemas merecem uma atenção especial por parte dos gestores públicos e da iniciativa privada.

Segundo pôde ser constatado nos questionários aplicados³, de maneira geral, os empresários declararam ter preocupação com o meio ambiente. A necessidade de realização de obras de infra-estrutura – saneamento básico, água tratada, limpeza urbana, energia elétrica -, sobretudo na região do litoral, foi apontada pelo conjunto de entrevistados como sendo uma situação crítica que gera desequilíbrio no sistema ambiental. A prática atualmente implementada pelos empresários e pelos organismos públicos visando ao tratamento do lixo no Pólo Costa do Delta, será, a seguir, transcrita do documento Informações Municipais (1999) como sendo ilustrativa do perfil do empreendedor e da qualidade do serviço público, suportes fundamentais para a qualificação de um produto turístico:

"Pode-se constatar que o manuseio e o destino do lixo variam conforme o nível cultural dos proprietários, gerentes ou responsáveis pelos estabelecimentos. Nas colônias de férias, em que o usuário 'se sente em casa', e predomina como responsável a figura do caseiro – geralmente com baixo nível de instrução -, é costume se lançar o lixo nos quintais ou outras áreas livres. Quando este se avoluma, mesmo havendo coleta pública, é queimado ou enterrado no local, indiscriminadamente.

Nos hotéis e pousadas localizados nas áreas urbanas, o lixo é ensacado e colocado em *containers* ou sobre o passeio público. Entretanto, observou-se que a coleta é deficiente, principalmente quando os estabelecimentos estão localizados distante do centro. Também existem hotéis situados em povoados, onde a coleta é realizada em carroças. Constatou-se, também, que, em um universo de 50 estabelecimentos pesquisados, apenas um recicla o lixo, aproveitando parte dele, conscientemente, para ser usado como adubo".

Outros aportes urbanos, como instalação do sistema de telefonia, sinalização de ruas e segurança também foram relacionados como fatores que além de beneficiar a população local, ainda poderão propiciar a atração de investidores nacionais e/ou internacionais, assim como o aumento no fluxo de turistas extra-regionais.

Segundo parecer de empresários e agentes públicos é ainda pouco comum no Estado a prática de intercâmbio organizacional entre os envolvidos com o turismo e suas atividades correlatas. Nos municípios do litoral não há associações de empresários, até porque essa atividade não tem aporte econômico que justifique esse tipo de iniciativa, apesar de algumas agências de viagem e hotéis pertencerem a associações sediadas em Teresina. Há uma iniciativa recente denominada "Parceiros do Turismo", que tem tido um papel fundamental na mudança desse quadro.

O grupo é formado por representantes de diversas instituições do *trade*, além do governo, a saber: ABIH, SENAC, IBAMA, PRODETUR, PIEMTUR, SENDEC, BN, SINGTUR, SINDETUR, SERT/SENAT, UESP, PNMT, SINHORES, SKALL, ABEOC, CUB, Sindicato dos Transportes Rodoviários. O principal objetivo do grupo é desenvolver ações conjuntas visando a obtenção de resultados para o turismo do Estado. Neste sentido, aconteceu em Abril de 2002, em Parnaíba, o primeiro Workshop de integração dos Parceiros de Turismo. No evento, todas as instituições participantes apresentaram o seu trabalho atual e a partir daí começaram a ser alinhavadas parcerias entre as entidades que

³ Pesquisa Ruschmann Consultores.

tenham objetivos em comum para uma determinada ação. A característica interessante desse grupo é o apoio que vem sendo dado pelo setor público. O primeiro evento foi organizado pela presidência da empresa estatal de turismo (PIEMTUR) e contou com a presença do vice-governador do Estado.

A experiência do Conselho de Turismo do Pólo Costa do Delta não tem sido muito bem sucedida, pois não conseguiu, até então, constituir-se em um referencial de convergência para os agentes turísticos. Sabe-se, também, que algumas agências de viagem e hotéis pertencem a associações sediadas em Teresina.

Na capital, foram identificadas quatro associações representativas do setor. São essas:

- Sindicato das Empresas de Turismo – SINDETUR: organização relativamente recente, conta com doze membros associados. Representativo dos segmentos de agências de turismo e transportes, seus associados pretendem agregar outros, a exemplo, de locação de automóveis e empresas de eventos. Atualmente são pouco expressivas as ações implementadas por essa instituição;
- Associação Brasileira das Agências de Viagem – ABAV: a despeito da importância nacional desse organismo, em Teresina essa associação conta com apenas dezesseis membros. Segundo declaração do presidente, no momento, essa entidade passa por dificuldades financeiras e institucionais, encontrando-se sob intervenção da ABIH nacional por motivo de má administração gerencial;
- Conventions and Visitors Bureau de Teresina: recentemente criado, esse conselho é constituído a partir de outras entidades: ABAV, Sindetur, Skall;
- Skall: filiada a uma associação internacional ligada a atividades turísticas, é formada por vinte e dois membros, e tem por objetivo promover ações e eventos voltados para os interesses de seus filiados.

Constata-se que tais entidades são reflexo de um *trade* ainda em estruturação. Nenhuma das entidades visitadas agrega o conjunto de proprietários que atuam no turismo. Talvez o SINDETUR futuramente possa vir a ser a experiência mais próxima de um associativismo empresarial, posto que abrange empresários de múltiplos segmentos. Entretanto, segundo declaração do presidente da entidade, a falta de interesse da hotelaria em participar do sindicato torna parcial essa possibilidade de integração.

Considerando-se o perfil regional, tanto do empresário que atua na atividade turística quanto do turista, seja sua visita motivada pelo turismo de negócio ou de tratamento de saúde, em Teresina ou, ainda, pelo turismo de lazer do tipo veraneio, na Costa do Delta, pode-se supor que exista uma significativa conexão entre os diversos ramos econômicos. O fornecimento da atividade pesqueira nos municípios do litoral e entre esses e a capital foi citado pela maioria dos entrevistados como sendo uma das principais articulações empresariais existentes. Essa atividade e, em especial, a carcinicultura, nos últimos anos vêm ganhando espaço regional, chegando seus produtos a serem vendidos para outros estados da região, a exemplo do Maranhão e do Ceará.

Tanto no litoral quanto em Teresina existe uma forte dependência dos segmentos de alojamento e alimentação, especialmente desse último, em relação às produções agropecuárias locais. Segundo resultados apurados na pesquisa direta, a maioria dos estabelecimentos demanda a produção de hortifrutigranjeiros e de produtos pecuários produzidos nas áreas estudadas.

Quase 100% das unidades do ramo de bares, restaurantes e similares pesquisados em Teresina disseram comprar no próprio município a maioria dos produtos usados.

Já os empresários pesquisados nos municípios do litoral declararam praticar suas compras básicas na região, até porque o plantio agrícola é uma das principais atividades desenvolvidas nos municípios. O município de Parnaíba atua como principal centro de

abastecimento regional, seja através da venda de produtos hortigranjeiros, seja através das vendas industriais.

Também merece destaque a ligação entre o comércio varejista e atacadista de Teresina e o de Parnaíba, assim como o fornecimento de alguns produtos comerciais do Maranhão para a capital. Conforme citado anteriormente, o município de Parnaíba é o principal fornecedor comercial da região Costa do Delta. Diante da importância da produção moveleira, voltada para atender ao público das classes C e D, praticada no Estado, acredita-se que esse é um setor que permite uma interligação regional.

Ao que se sabe, e mediante a estrutura do turismo no Piauí, é de se supor que ainda não tenham sido firmados vínculos entre o setor empresarial local e os empresários externos, visando à comercialização de seus produtos. Caso se mantenha crescente a produção da carnicultura e haja uma melhoria no sistema de transporte da região Costa do Delta, sobretudo a ampliação do aeroporto de Parnaíba, essa poderá ser uma atividade capaz de promover tal associação. Outra oportunidade de investimento é o aproveitamento profissional do turismo voltado para o mercado externo do Delta do Parnaíba.

A partir da aplicação de questionários a empresários que atuam em atividades turísticas, tanto em Teresina quanto no litoral, identificaram-se questões como: principais problemas enfrentados pelos empreendedores locais; implantação de programas de qualidade nos estabelecimentos; articulação com os gestores públicos do turismo e impressões sobre o Conselho de Turismo do Pólo e sobre o PDITS.

Independente do tamanho da empresa, os maiores problemas apontados pelos entrevistados foram de ordem financeira e de capacitação de seus empregados. Muitos demonstram intenção de investir em modernização e ampliação, mas reclamam da falta de recursos e de apoio do setor público.

Quanto à capacitação de empregados, as queixas vêm desde a formação educacional básica da mão-de-obra, classificada como precária, até as dificuldades de conciliar as necessidades da demanda com a disponibilidade da oferta, além da escassez de cursos. Uma outra dificuldade, especialmente do micro e pequeno empresários, diz respeito à liberação da mão-de-obra. “A liberação de pessoal para treinamento se torna difícil para os microempresários, dado o reduzido quadro de empregados, muitos ainda sem vínculo efetivo nas empresas.” (CEPRO, 2001, p.193).

A comercialização também aparece como um dos entraves, principalmente para empresários do ramo de alimentação. Eles reclamam da falta de mercado. No Pólo Costa do Delta, boa parte dessa dificuldade está associada a sazonalidade característica do tipo de turismo desenvolvido nessas áreas. Em Parnaíba e Teresina essa dificuldade é relativamente menor, pois o turismo praticado nesses municípios se baseia não apenas no veraneio regional, mas também no turismo de saúde, negócio, educação, etc.

As maiores reclamações quanto ao entrave na expansão da comercialização, no entanto, são relativas à ação do estado no tocante à infra-estrutura básica, como saneamento, abastecimento de água, energia, comunicações. Apesar de já estarem sendo alvo de investimentos públicos, com a implantação do PRODETUR I, ainda existem muitas dificuldades associadas a essas questões.

Outros entraves apontados pelos empresários, em sua minoria, relacionam-se com os aspectos burocráticos – trabalhista e fiscal. Todavia, quanto a esse assunto, não houve muitas explicações por parte dos pesquisados.

Apesar das dificuldades, alguns empresários demonstram confiança no crescimento do mercado, principalmente em relação aos empreendimentos de maior porte. As agências de viagem vêm se estruturando na corrida pelo atendimento ao turista, mas poucos investiram em programa de qualidade; dos pesquisados, apenas 10% aplicaram programas de qualidade em seu estabelecimento.

Tanto nos textos temáticos quanto na pesquisa direta, pode-se constatar que não é muito significativa a articulação entre os setores públicos e os empresários que atuam em segmentos turísticos. Entre os empresários, são recorrentes os depoimentos que expressam a necessidade de ampliar a relação entre os governos estadual e municipal e o segmento empresarial.⁴ Também, pode-se identificar que a demanda por resolução de problemas, que, segundo os empresários, são bastante graves, como a questão de infra-estrutura e da falta de apoio financeiro, é apontada como prioritária. Dentre os empresários pesquisados, apenas 5% admitiram manter alguma articulação com os gestores públicos do turismo, todos eles do segmento de agências de viagem. As deficiências organizacionais e gerenciais das instituições públicas destinadas ao desenvolvimento do turismo, certamente, podem ser apontadas como limitantes à articulação inter setorial. Espera-se que, após os investimentos praticados pelo PRODETUR I, esses organismos venham contribuir para minimizar esse entrave ao desempenho positivo do turismo regional.

Ao que tudo indica, o Conselho de Turismo do Pólo Costa do Delta limita-se a existência formal, posto que, dentre os empresários e agentes setoriais entrevistados, a totalidade informou desconhecer a existência de tal organismo. A fragilidade do empresariado de turismo somada às deficiências identificadas no setor público, vêm dificultando a execução de tal proposta. Até mesmo em pólos regionais mais consolidados, a exemplo de Salvador e Porto Seguro, tal experiência encontra-se em estágio inicial.

Visando identificar o nível de compromisso dos empresários com relação ao PDITS foicolocada na pesquisa direta, um item exclusivo sobre este tema. Novamente, os resultados deixam a desejar. Dentre os empresários entrevistados, tanto em Teresina quanto nos municípios do litoral, apenas um, pertencente ao ramo de hotéis, afirmou ter algum comprometimento com o PDITS – visando à melhoria de instalações e à capacitação dos empregados.

O curto tempo de amadurecimento das ações do programa e o tipo de relação política predominante na região são fatores decisivos para explicar tal postura. Vale ressaltar que as reuniões realizadas visando à elaboração da segunda etapa do PDITS foram uma oportunidade real para a divulgação do referido programa, tanto para os empresários quanto para a comunidade, a exemplo do encontro com os agentes comunitários de Barra Grande, em Luís Correia.

3.7.1 Conclusão e tratamento dos problemas identificados

O estudo da capacitação do setor privado envolvido com o turismo mostrou que na primeira etapa do PRODETUR/PI I, os empresários não foram envolvidos pelo programa – a maioria dos entrevistados disse não ter conhecimento sobre os objetivos traçados pelos organismos públicos, principalmente os agentes que atuam no litoral. Por isso, urge que se estabeleça entre as partes interessadas um canal participativo de informações e de tomada de decisões, permitindo assim, que o conjunto dos interessados defina as melhores alternativas para o desenvolvimento do segmento turístico no Estado.

Faz-se necessário também, firmar programas públicos com o intuito de ampliar o controle da informalidade, que é bem expressiva no setor de turismo – desde as pousadas voltadas para o atendimento ao mercado da saúde até o segmento prestador de serviço de transporte. Tal controle do serviço irá fomentar não somente uma melhora na qualidade da oferta desse tipo de atividade, como também ampliará a arrecadação pública, a qual poderá ser transferida para investimentos em outros serviços públicos, a exemplo da educação, fundamental à melhoria da qualidade de atendimento ao turista e ao cidadão que reside nos municípios em questão.

⁴ CEPRO, op. cit. p.5.