

# HOTÉIS E FLATS NO BRASIL: A LUTA PELA ISONOMIA

## HOTELS AND FLATS IN BRAZIL: THE FIGHT FOR ISONOMY

**Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Departamento de Turismo, Campus Central, Ponta Grossa, PR, Brasil; (42) 3220-3455; e-mail: rubiatin@uepg.br

*Recebido para publicação em 06/08/2004*

*Aceito para publicação em 16/11/2004*

### RESUMO

A expansão do mercado turístico nacional acompanha a tendência mundial e tem exigido, do setor hoteleiro, maior atenção à sua crescente complexidade. Objetivou-se, com esta pesquisa, verificar a influência da ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira, como entidade de classe, na formação do mercado hoteleiro nacional. A metodologia utilizada foi exploratória, observando-se, sobretudo, os aspectos relacionados à falta de regulamentação dos flats e similares. No início da década de 1990, ocorreu um expressivo crescimento das empresas hoteleiras estrangeiras, as quais incorporaram à hotelaria novos conceitos de gestão, provocando um reflexo no mercado nacional. A entrada desses conceitos foi responsável por inovar idéias, excluir serviços oferecidos tradicionalmente e, de certa forma, também contribuiu para desestruturar ainda mais o já desacreditado sistema de classificação hoteleira vigente. O mercado hoteleiro sofreu, então, um impacto por não conseguir acompanhar a nova sistemática de administração. Enquanto a hotelaria tradicional mantinha seu produto na mesma qualidade e preço das grandes redes, os flats, por não pagarem os mesmos impostos que os hotéis, trabalhavam com taxas de manutenção bem abaixo das exigidas pelas autoridades competentes. A ABIH, considerando este panorama, resolveu lutar para garantir a igualdade de mercado, buscando parcerias que pudessem orientar a regulamentação da hotelaria nacional. A discussão chegou à Câmara dos Deputados, a qual apoiou as reivindicações da ABIH, ampliando a legislação através da Deliberação Normativa nº433 de dezembro de 2002. Conclui-se, portanto, que a consolidação de uma associação de classe pode garantir a igualdade de direitos, como no exemplo estudado.

Palavras-chave: concorrência na hotelaria, meios de hospedagem, política hoteleira

### ABSTRACT

The expansion of the national tourism market has followed the world trends and has required from the accommodation industry further attention to its increasing complexity. This work aims at verifying the influence of ABIH – Brazilian Association

of the Accomodation Industry as a trade union, in the formation of the national accomodation market. The methodology applied was exploratory, taking into account mainly the aspects related to lack of regulations to flats and similar units. In the early nineties, there was a remarkable growth of the foreign accomodation companies, which brought new management concepts to the accomodation industry, which resulted in a reaction of the national market. The advent of such concepts was responsible for new ideas such as the elimination of services which were traditionally offered. Therefore, it also contributed to somehow dismantle the already existing and discredited system of hotel classification. The accomodation industry suffered an impact because it was not able to cope with the new system of administration. While the traditional system managed to keep its standards of quality at the same level as the big chains, the flats, which do not pay the same taxes imposed to hotels, could work with a much lower maintenance cost, even lower than required by law. The ABIH, taking this fact into consideration, decided to fight for equality in the market, seeking partnerships to better inform the regulation of the national accomodation industry. The discussion was taken to the Deputy Chamber, which supported ABIH claims, complementing the existing law through the Normative Act no. 433 of December 2002. The conclusion is that the consolidation of an association can guarantee equality of rights, as in the example studied.

Key words: competition in the accomodation industry, types of accomodation, accomodation policy

Pretende-se, com este texto, analisar a atuação da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH como uma organização social, verificando sua influência no mercado hoteleiro nacional, e suas ações como entidade representativa dos hoteleiros no Brasil.

Entende-se por hoteleiros, os proprietários de empresas hoteleiras, os gerentes e os administradores de hotéis. A ABIH foi a entidade escolhida para delimitar as empresas para este estudo, por ser uma das associações responsáveis por inúmeras atividades na área hoteleira e por lutar por condições de igualdade no mercado hoteleiro nacional, desenvolvendo inúmeras conquistas nos últimos anos.

O objeto de estudo utilizado para analisar o mercado hoteleiro brasileiro e a influência da ABIH como entidade de classe, foi a relação existente entre as empresas hoteleiras filiadas à Associação e os reflexos do crescente aumento dos flats, apart hotéis, condo hotéis e similares para a hotelaria nacional.

O Turismo é, nos dias atuais, uma atividade reconhecida mundialmente pela sua importância como fonte de desenvolvimento econômico. Porém, a atividade turística deve, também, ser analisada através dos enfoques social, cultural, ambiental, humano e, no de suas inter-relações.

Sabe-se que os deslocamentos realizados pelo homem, ocorrem há milhares de anos. Algumas modalidades de turismo são verificadas desde as mais antigas civilizações. A que se ressaltar, que nem todo deslocamento humano pode ser considerado como turismo; é a motivação de viagem que irá caracterizá-lo. Mesmo assim encontram-se, ao longo dos tempos, alguns movimentos turísticos, como por exemplo, o termalismo e o turismo em eventos esportivos.

A partir do século XX o turismo passa por uma grande evolução, principalmente depois da Segunda Guerra Mundial quando, entre outros, o sentido de liberdade, a curiosidade pelos cenários da guerra e os avanços tecnológicos contribuíram para o aumento do número de deslocamentos com finalidade turística. Na década de 1950 começa a ser desenvolvido o que denominamos “turismo de massa”, quando grandes fluxos de pessoas se deslocam a determinados locais turísticos, normalmente regiões litorâneas ou locais “da moda”. Essa modalidade, por não ser orientada e planejada, é uma das responsáveis pela degradação dos ambientes naturais culturais e históricos.

O turismo no Brasil levou muitos anos para se estruturar pois, a princípio, não havia nenhum interesse em se conhecer o País e sim, em se desbravá-lo. Ini-

cialmente, a movimentação de pessoas era a dos bandeirantes e depois, por motivos de comércio. O pouso ocorria geralmente em instituições religiosas como conventos e seminários.

Os historiadores registram no início do século XVII o aparecimento do primeiro hotel oficial de São Paulo, seguido poucos anos mais tarde pela cigana Francisca Rodrigues, que montava sua estalagem e talvez o primeiro restaurante da gastronômica cidade de São Paulo, que anunciava entre outras coisas, carne, bijou e farinha. (Duarte, 1996 p. 15)

Atualmente, de acordo com as entidades de classe, os meios de hospedagem devem oferecer, no mínimo, alojamento para uso temporário em unidades habitacionais específicas para esta finalidade, além de serviços mínimos como: recepção e portaria, para atendimento e controle permanentes de entrada e saída; guarda de bagagens e objetos pessoais dos hóspedes em local apropriado; conservação, arrumação e limpeza das instalações e equipamentos. Os meios de hospedagem dividem-se em: estabelecimentos classificados, não classificados e extra-hoteleiros. Neste trabalho foram analisados os estabelecimentos hoteleiros que para o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR<sup>1</sup> (1995) é a:

pessoa jurídica que explora ou administra meio de hospedagem e que tem em seus objetivos sociais o exercício da atividade hoteleira. Para caracterizar-se um meio de hospedagem de turismo a empresa necessita: ser licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviço de hospedagem; ser administrado ou explorado comercialmente por empresa hoteleira e que adota, no relacionamento com os hóspedes, contrato de hospedagem, com as características definidas pelas legislações aplicáveis; atender aos padrões classificatórios previstos pela legislação em vigor; manter permanentemente os padrões da classificação.

Historicamente o turismo brasileiro apresenta uma característica intervencionista do Estado. No que

se refere à participação em empresas privadas, o País inicia uma política vinculada ao turismo controlando, sobretudo, as ações de agências de viagens e empresas hoteleiras. O Decreto-lei 406 de 4 de maio de 1938 já dispunha sobre a venda de passagens aéreas, rodoviárias e marítimas. (Cruz, 2001 p. 43)

Pela necessidade de padronizar e regularizar as empresas ligadas ao turismo, o referido decreto tinha como finalidade orientar investidores; construir instrumento da política de incentivos às atividades turísticas e resumir, sistematizar e codificar padrões para a hotelaria. Previa também, uma ação coordenadora de um organismo público destinado ao desenvolvimento do setor turístico, tendo levado à aprovação o regulamento geral para classificação dos meios de hospedagem.

Também na década de 1930, é criado o primeiro órgão de administração pública federal, “trata-se da divisão de turismo do então Departamento de Imprensa e Propaganda (...) que tinha como principal atribuição ‘superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo’ (Decreto-lei 1.915 de 27 de dezembro de 1939)” (Cruz, 2001 p. 44).

A regularização estatal propõe, também, uma Política Nacional de Turismo que tem seu registro oficial com a Constituição Jurídica em 1958 (Decreto nº 44.868) criando a COMBRATUR – Comissão Brasileira de Turismo. Seu regimento, aprovado no início da década de 1960, traz, de forma clara, a finalidade da COMBRATUR: “(...) coordenar, planejar e supervisionar a execução da Política Nacional de Turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do país, no que respeita ao turismo interno e internacional”. (Cruz, 2001 p.42) Suas funções eram, ainda, de promoção e estímulo, por todos os meios ao seu alcance, dos planos e equipamentos turísticos, em especial ao que se referia à construção e remodelação de hotéis; criação de serviços e instalações que ampliassem e completassem as zonas turísticas e, a realização, com a colaboração de Estados e Municípios, do inventário das áreas de interesse existentes no País, a fim de ser levantado o patrimônio natural, com a finalidade de protegê-lo.

A criação e organização de órgãos públicos que

<sup>1</sup>Embratur – Criada em 1966 e regulamentada através do decreto-lei nº 55 de 18 de novembro de 1966 denominada inicialmente como Empresa Brasileira de Turismo e posteriormente de Instituto Brasileiro de Turismo.

representem o turismo no País é a realização do “pensamento autoritário do estímulo controlado da cultura, são criados, após 64, as principais instituições estatais que organizam e administram a cultura nas suas mais diferentes expressões” (Ortiz, 2003 p. 85). Dentre elas, o autor ressalta a criação da EMBRATEL, EMBRAFILME, FUNARTE e do Conselho Federal de Cultura, do Conselho Nacional de Cultura e EMBRATUR com o objetivo de estabelecer uma política nacional de turismo.

A COMBRATUR permanece como mentora da Política Nacional de Turismo até 1962. Sua extinção provoca um intervalo até o ano de 1966, com o advento da EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo.

Em 1966 é criado o CNTUR - Conselho Nacional de Turismo e ocorre a regulamentação da EMBRATUR, através do Decreto-lei nº 55 de 18 de novembro de 1966 definindo, entre outras ações, a Política Nacional de Turismo. É criado, nesta época, o FUNGETUR que atua através de incentivos fiscais na implantação de hotéis. A intervenção do Estado contribui para o desenvolvimento de uma política de turismo como parte integrante de uma política de cultura no Brasil

as ações estatais tendem assim a adquirir um caráter sistêmico, centralizadas em torno do Poder Nacional. Daí a busca incessante pela concretização de um Sistema Nacional de Cultura (o que não é conseguido) e a efetiva consolidação de um Sistema Nacional de Turismo em 1967, ou um Sistema Nacional de Telecomunicações. O Estado procura, desta forma, integrar as partes a partir de um centro de decisão. Dentro desse quadro a cultura pode e deve ser estimulada. (Ortiz, 2003 p. 82)

Para Cruz, a intervenção estatal no turismo ocorre nos âmbitos participativo; de indução e de controle. Em âmbito participativo, a intervenção nas atividades de turismo é exercida nas atividades econômicas; e no âmbito de indução, orientando o comportamento do mercado; e no sentido de controle “estabelecendo todas as regras a serem seguidas pela iniciativa privada na condução das atividades” (Cruz, 2001 p. 41), sendo, desta forma, um regulador do turismo. A partir des-

te período a EMBRATUR passa a organizar as ações governamentais nas atividades turísticas através de leis e decreto-leis.

Com relação ao turismo, a política estatal se preocupou mais com a iniciativa privada, financiando a construção e reforma de empresas hoteleiras e controlando a ação das agências de viagens e turismo. Porém não se preocupou em preparar as áreas de interesse turístico em outras necessidades como, por exemplo, a de infra-estrutura e recursos turísticos. Afirma-se essa posição governamental, até mesmo, com o órgão de apoio ao turismo, inicialmente EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo e que, mais tarde, passa a denominar-se EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, deixando de possuir um caráter lucrativo, porém permanecendo com a mesma denominação, pois já nesta época, era internacionalmente conhecida como o órgão representativo do governo brasileiro.

O Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR tem por finalidade “formular, coordenar, executar e fazer executar a política nacional do turismo, além de executar as diretrizes que forem traçadas pelo governo por intermédio do CNTur – Conselho Nacional de Turismo”.

São atribuições da EMBRATUR: a elaboração e implementação da Política Nacional de Turismo; a promoção do turismo interno e externo; a capacitação de recursos humanos; o desenvolvimento de campanhas de conscientização; a administração do Fundo Geral do Turismo; a coordenação da Câmara Setorial de Turismo; o fomento aos investimentos privados no setor; o registro, classificação e fiscalização dos empreendimentos turísticos; a representação do Brasil nos organismos internacionais do turismo como a OMT – Organização Mundial de Turismo; entre outras.

Além da EMBRATUR e do Ministério do Esporte e Turismo promoverem o turismo, a atividade é parte integrante da Constituição da República de 1988 que traz em seu Artigo 180: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”. (Manede, 2002 p. 19) O autor destaca, com isso, que o turismo passa, segundo a Constituição da República, a receber a condição de fator de desenvolvimento econômico e social, promoção e

incentivo estatal.

Apesar de toda a estrutura apresentada acima, o Brasil encontra-se aquém de sua potencialidade de utilização dos recursos do turismo, estando em 29º lugar na recepção de turistas estrangeiros, abaixo de países menores em dimensão territorial e em potencialidade turística, como o Uruguai e o México.

A utilização de um turismo massivo no País, buscando o máximo de aproveitamento econômico, provocou a degradação em vários atrativos e regiões turísticas, com uma exploração desordenada de seus ambientes naturais, culturais e históricos em diversos níveis e aspectos. Para Cruz, (2001 p. 34), “a história das políticas urbanas no Brasil envolve concepções errôneas, omissão e participação equivocada do poder público, e ainda, intervenções acertadas”. Para a autora, é uma história que revela mais erros que acertos, comprovando-se isto com a própria realidade urbana das cidades brasileiras com auto grau de favelização; falta de infra-estrutura básica urbana e turística; violência, entre outros problemas. Pode-se constatar, portanto, que a implantação de empresas turísticas, por si só, não é capaz de desenvolver o turismo.

A aplicabilidade das políticas de turismo no País, teve grande impacto com relação ao aproveitamento dos atrativos turísticos naturais e culturais. Por ser uma política quase que essencialmente vinculada ao ganho econômico e à ajuda a grandes empreendimentos privados, ocorreu um choque entre as ações do turismo e a cultura dos locais receptores, segundo Ortiz, (2003 p. 87)

não resta dúvida que a política estatal pós-64 tem um impacto efetivo sobre o mercado cultural, ela atua no entanto de diferentes maneiras e através de uma pluralidade de formas. Por exemplo, a política de turismo tem um impacto no processo de mercantilização da cultura popular. Não é por acaso que as casas de cultura popular, sobretudo no nordeste, se encontram sempre associadas às grandes empresas de turismo, que procuram explorar as atividades folclóricas e os produtos artesanais.

Estes problemas não são exclusivamente das políticas vinculadas ao turismo, mas sim, da relação das ações do turismo com outras políticas setoriais. Como

citado por Ortiz, a forma como ocorrem no País leva a mercantilização da cultura e, mais recentemente, leva, a iniciativa privada, a criar ambientes que possam utilizar o potencial turístico mascarando os problemas sociais da região, fato inverso ao que deveria ocorrer.

A vivência do turismo planejado deve proporcionar, à comunidade, melhores condições sociais, através do aumento de capital de giro, de infra-estrutura, entre outros benefícios. Contudo, as formas de confinamento criadas pelas grandes empresas, normalmente de capital estrangeiro e pouco preocupadas com os problemas sociais e ambientais da localidade, fazem o turismo ser de grande valia para si e de pouco benefício à comunidade receptora. Um exemplo são as rotas alternativas do turismo urbano que desviam alguns locais como favelas e bairros pobres, mascarando a verdadeira realidade social das regiões turísticas.

Além disso, o que acontece atualmente no País, é uma descaracterização cultural, ocorrida principalmente nos grandes *resorts* do nordeste. Nestes locais, geralmente, suas danças folclóricas e tradições são demonstradas fora de seu contexto social, sendo, muitas vezes, modificadas para atrair mais a atenção do turista e tornar-se mais rentável aos empreendimentos hoteleiros. Estes locais passam a ser formas de confinamento, pois o turista não sai do hotel para conhecer a região, usufruindo apenas da infra-estrutura e atividades oferecidas pela própria empresa hoteleira.

As políticas nacionais de turismo, durante muitos anos, privilegiaram a construção de hotéis, parques e outros empreendimentos, acreditando que estes espaços seriam os únicos responsáveis pelo desenvolvimento do turismo. Porém “sem um ambiente social e cultural favorável não há outra saída senão investir na construção de uma forma de turismo segregada que impede o turista de conhecer de fato o local de sua visita” (Becker, apud Cruz, 2001 p. 36), aí, então, são criadas essas formas de confinamento, pois “criar o simulacro é mais fácil que reconstruir o entorno. Entre uma e outra alternativa encontra-se uma opção política” (Cruz, 2001 p. 36).

Como demonstrado acima, o mercado hoteleiro brasileiro sofre os impactos do setor de serviços no País. E, como consequência das políticas públicas aplicáveis ao setor, o Brasil, nos últimos anos, apresenta uma tendência a construir grandes espaços de lazer

em locais privados, levando o turista a confinamentos que lhe garantam diversão em um ambiente seguro. Por outro lado, tem-se um expressivo número de empreendimentos hoteleiros nas grandes cidades. A partir da década de 1990 nota-se um crescimento das empresas hoteleiras estrangeiras, que incorporaram, à hotelaria nacional, novos conceitos de gestão baseados na hotelaria americana, provocando assim, um reflexo muito grande no mercado nacional acostumado ao modelo europeu de gerenciamento hoteleiro. Até então, grande parte das empresas apresentava uma administração familiar, em hotéis de pequeno e médio portes.

A entrada desse novo conceito hoteleiro, no Brasil, foi responsável por movimentar grandes somas. Entre os anos de 1998 a 2002 (Caixeta, 2002 p. 42) foram cerca de 6 bilhões de dólares na construção de hotéis, *resorts* e pousadas, o que gerou cerca de meio milhão de novos empregos.

As novas formas administrativas inovaram conceitos, diminuindo o número de funcionários por unidade habitacional; retiraram serviços oferecidos tradicionalmente e, de certa forma, contribuíram para desestruturar, ainda mais, o já desacreditado sistema brasileiro de classificação hoteleira. As bandeiras internacionais, por si só, já são a segurança dos serviços oferecidos, uma vez que trabalham com a padronização dos serviços e estruturam as políticas de marketing e divulgação em grande escala.

Como conseqüência, o mercado hoteleiro tradicional sofreu um impacto por não conseguir mais vender seu produto na mesma qualidade e preço das grandes redes. Neste momento, a representatividade das entidades e associações de classe, torna-se um instrumento importante na luta pela igualdade dos direitos. No Brasil, o mercado hoteleiro é representado por sindicatos patronais e de empregados, e dentre outros pode-se exemplificar com o Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares – SHBR e a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH, foco de estudo nesta pesquisa.

A ABIH foi fundada em 9 de novembro de 1936, durante o I Congresso Nacional Hoteleiro ([www.abih.com.br/site](http://www.abih.com.br/site), 2001). Atua como um órgão técnico e consultivo no estudo e solução dos problemas da área hoteleira. Tem como principal objetivo a arregimentação da classe, visando a defesa dos interesses de ordem jurídica, moral e econômica dos ho-

teleiros do Brasil.

A partir do ano de 1948, com a realização do II Congresso Nacional Hoteleiro, quando houve a admissão de novos associados, a ABIH começou a consolidar o seu crescimento, constituindo-se realmente na entidade pioneira da classe hoteleira. É uma associação de âmbito nacional, possuindo representatividade em todos os Estados do Brasil. É membro da Associação Inter-Americana de Hotéis, com sede em Nova Iorque, e por meio desta, filiada à Associação Internacional da Hotelaria – AIH, com sede em Paris, considerada a mais representativa associação de classe hoteleira no mundo. Sob a presidência Getúlio Vargas, na ocasião Presidente da República, e por intermédio do então Ministro Tancredo Neves, a ABIH foi reconhecida como Órgão de Utilidade Pública, através do Decreto n° 35.452 de 03/05/1954.

A ABIH é vista, na atualidade, como uma organização social institucionalizada, a qual representa uma categoria patronal e que expressa as idéias de um grupo social, buscando as suas reivindicações, através de seus representantes, das suas reuniões, de seus debates e de suas assembléias. Pode também representar parte de um movimento social amplo, que busca dar garantias a seus associados nas condições de trabalho e de mercado, entre outras.

A ABIH congrega sob a mesma orientação, hotéis e similares de todos os recantos do País. Representa seus associados nas mais diversas solicitações, constituindo-se em um eixo de identificação de idéias de um grupo social. É uma organização surgida de uma demanda interna em busca de igualdade na concorrência do mercado hoteleiro local, visualizando possibilidades internas de organização para as suas necessidades.

Os protagonistas dos movimentos sociais podem ser classes sociais, etnias, religiões, partidos políticos, regiões ou grupos sociais que lutam pelo reconhecimento de uma causa em comum, que pode ser a transformação, ou mesmo, a preservação de dadas relações sociais, quando as mesmas se encontram ameaçadas. Os “movimentos sociais são a ação conflitante de agentes das classes sociais, lutando pelo controle do sistema de ação histórica” (Touraine apud Ammann, 1991). Esses movimentos sociais nem sempre lutam pelo acesso e conquista do poder, podem também lutar para a conquista de direitos ou de igualdades.

A associação em estudo iniciou uma luta pelas condições de igualdade econômica no mercado hoteleiro nacional face a mudanças ocasionadas pela entrada de empresas hoteleiras estrangeiras, alterações estas que estavam, até mesmo, contrariando as leis vigentes no País, pois os *flats*, apart-hotéis e condomínios, eram construídos com os equipamentos mais modernos da hotelaria mundial, prestavam serviços hoteleiros, mas, por venderem parte de suas unidades habitacionais, eram registrados como condomínios residenciais. Isto provocou uma alteração no mercado financeiro hoteleiro. Uma empresa prestadora de serviços hoteleiros deve pagar, entre outros, impostos como ISS – Imposto Sobre Serviços e todos os encargos funcionais. Porém, na situação em que estavam registrados os *flats* e similares, estas empresas registravam os funcionários em cargos diferenciados, os quais possuem piso mínimo salarial mais baixo e impostos menores que os da indústria hoteleira. Por exemplo, os recepcionistas eram registrados como porteiro e as camareiras, como servente ou auxiliar de limpeza. Estas atitudes, além de burlar as leis nacionais, acabavam por lesar os trabalhadores destes postos de serviço.

AABIH, como entidade de classe, passou a estudar formas de fazer equivaler os flats e os apart-hotéis como empresas hoteleiras, solicitando auxílio de pesquisadores e consultores da área hoteleira para enquadrar, esse novo sistema, nas categorias de serviços hoteleiros. Foi adotado o Sistema do Turismo – SISTUR, de autoria do Professor Doutor Mário Carlos

Beni, em que, o turismo (Beni, 1998 p.43) “deve ser considerado um sistema aberto que, conforme definido na estrutura de sistemas, permite a identificação de suas características básicas, que se tornam elementos do sistema”. Portanto, o turismo divide-se em “oferta e demanda turísticas” (ver quadro 1). A oferta turística engloba tudo o que o núcleo receptor tem a oferecer. Suas características são: a impossibilidade de ser estocada, os recursos são imóveis, e a dependência da concorrência de mercado e do interesse do cliente. A demanda turística visa satisfazer uma necessidade espiritual, cultural, sociológica e de lazer, sendo uma das forças que compõem o mercado turístico. A demanda turística apresenta características próprias que são: a elasticidade grau de sensibilidade às mudanças na estrutura de preço ou nas diversas condições econômicas do mercado; a sazonalidade desequilíbrio ou oscilação na utilização de serviços turísticos e a sensibilidade com relação aos aspectos políticos, econômicos e climatológicos.

O mercado turístico é composto pela infra-estrutura de acesso que permite o deslocamento do turista; pela infra-estrutura básica urbana, também utilizada pela população local e pela super-estrutura, como os teatros, cinemas, centro de convenções e outros formadores do produto turístico.

Portanto, o produto turístico é o conjunto de elementos materiais e imateriais postos à disposição do consumidor com o objetivo de satisfazê-lo. Conforme pode ser visualizado no quadro 1:

Quadro 1 - Sistema de turismo



Fonte: Beni, 1998 p. 42

Assim, o mercado hoteleiro faz parte do Sistema de Turismo no conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, em que os meios de hospedagem “representam um conjunto de edificações, de instalações e de serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística.” (Beni, 1998 p. 299)

Conceitualmente, um hotel padrão pode ser entendido como um “estabelecimento comercial de hospedagem que oferece aposentos mobiliados, com ba-

nheiro privativo, para ocupação eminentemente temporária, incluindo serviço completo de alimentação e outros”. Já um apart-hotel é visto, pelo autor, como um meio de hospedagem não classificado (lembrando que a publicação do estudo é anterior a reivindicação da ABIH), e pode ser definido como “estabelecimento comercial de hospedagem com serviço de recepção e telefonia, cujas unidades habitacionais têm instalações mínimas como dormitório, sala de estar, banheiro pri-



vativo e pequena cozinha. É provido de certos serviços gerais colocados opcionalmente à disposição do usuário tais como arrumação, limpeza, lavanderia e outros.” Os *flats* são conceituados como “condomínio residencial, cujas unidades habitacionais podem, eventualmente, ser locadas a terceiros por tempo determinado. As instalações físicas são mais amplas do que as do apart-hotel. Fornece os mesmos tipos de serviço.” (Beni, 1998 p.303)

Com base nestas definições e o auxílio de profissionais da área, a ABIH, iniciou um movimento de busca pela igualdade social, política e econômica na classificação das empresas hoteleiras. Até que, após audiência pública realizada, a Comissão de Economia, Indústria, Comércio e Turismo da Câmara dos Deputados decidiu apoiar as reivindicações da entidade de classe, ampliando a legislação sobre os meios de hospedagem, definindo e normatizando o setor hoteleiro. Em 6 de Janeiro de 2003 foi publicada em Diário Oficial a Deliberação Normativa nº 433 de Dezembro de 2002 em que o Instituto Brasileiro de Turismo determinou a obrigatoriedade de todos os *flats*, apart-hotéis, ou condo-hotéis se cadastrarem como empresas hoteleiras, “sendo administrados por empresas hoteleiras limitadas ou sociedades anônimas, e que utilizem procedimentos operacionais e jurídicos que não prejudiquem as isonomias fiscal, tributária, de serviços públicos e de posturas legais entre todos os hotéis, *flats*, apart-hotéis, condo-hotéis e similares.”

Para o presidente da ABIH, Edson Ziolkowski (www.abih.com.br/site em janeiro de 2003) “esta é uma expressiva vitória da hotelaria nacional. A ABIH encampou esta batalha e agora podemos comemorar o resultado”. Este é um exemplo de que os movimentos sociais lutam por determinadas questões, no contexto das relações de produção, baseando-se nas proposições de Ghon (1997 p. 243) para quem “estamos numa nova era de relações entre a sociedade e o Estado.” A autora apresenta três fatores para demonstrar as diferentes interpretações dos movimentos sociais:

primeiro mudanças nas ações coletivas da sociedade civil, no que se refere ao conteúdo, suas práticas, formas de organização e bases sociais; segundo, mudanças nos paradigmas de análise dos pesquisadores; terceiro, mudanças na estrutura econômica e nas políticas estatais.

O caso apresentado, é um exemplo concreto dessas novas reflexões a respeito dos movimentos sociais que podem, também, ser representados em bases patronais. Mesmo que a análise acima esteja em uma organização institucionalizada como a associação de proprietários de hotéis, pode-se observar que sujeitos que reivindicaram igualdade na legislação e no mercado hoteleiro nacional, buscavam, sim, salvaguardar seu patrimônio, mas também estavam preservando os empregos diretos e indiretos, gerados no setor e a legalidade jurídica para todas as empresas.

Em análise conclusiva, demonstra-se, aqui, que as entidades de classe podem ser vistas como expressões de movimentos sociais, pois apresentam todas as categorias destes movimentos como: a participação; a busca pela cidadania e, a representação de identidade coletiva na luta por suas reivindicações sociais. Para Dagnino (1994 p. 103) os movimentos sociais podem ser analisados pelo seu caráter inovador ou mesmo no sentido original, que, atualmente, pode-se falar de uma nova cidadania “com caráter de estratégia política expressando um conjunto de interesses, desejos e aspirações de uma parte sem dúvida significativa da sociedade”. A noção de cidadania vai além, assumindo, também, as questões de democracia “a emergência dos sujeitos sociais de novo tipo e de direitos de novo tipo, a ampliação do espaço da política”. Com isso os movimentos sociais passam a trabalhar a democracia em um conjunto de práticas sociais indo além do conceito tradicional de democracia e cidadania.

Lembrando que o “movimento social é uma ação coletiva de caráter contestador, no âmbito das relações sociais, objetivando a transformação ou a preservação da ordem estabelecida na sociedade” (Ammann, 1991) e, que o objetivo das associações, dos grupos sociais ou, em um sentido mais amplo, dos movimentos sociais pode ser a transformação ou, contrariamente, a preservação de relações sociais dadas, quando as mesmas se encontram ameaçadas, como no caso em estudo, a preservação das condições iguais e justas na luta pelo espaço de mercado e pela preservação da hotelaria nacional.

#### REFERÊNCIAS

1. ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira. Disponível em [www.abih.com.br/site](http://www.abih.com.br/site)

2. AMMANN, S. B. **Movimento popular de bairro**: de frente para o Estado em busca do parlamento. São Paulo: Cortez, 1991.
3. BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.
4. CAIXETA, N. **A explosão do turismo**. Exame: ano 35, março de 2002.
5. CRUZ, R. de C. **Política de turismo e território**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.
6. DAGNINO, E. **Anos 90**: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994.
7. DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros**: conceitos básicos. São Paulo: SENAC, 1996.
8. EMBRATUR. Disponível em [www.embratur.com.br](http://www.embratur.com.br)
9. GHON, M. **Teoria dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Loyola, 1997.
10. MANEDE, G. **Manual de direito para administração hoteleira**. São Paulo: Atlas, 2002.
11. ORTIZ, R. **Cultura brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2003.