

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS**

FRANCISCA LÚCIA SOUSA DE AGUIAR

**REQUISITOS DO SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE
HOSPEDAGEM NOS EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS DO BEACH PARK**

FORTALEZA – CEARÁ

2018

FRANCISCA LÚCIA SOUSA DE AGUIAR

REQUISITOS DO SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE
HOSPEDAGEM NOS EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS DO BEACH PARK

Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos do Centro de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios Turísticos. Área de Concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientador: Prof. Dr. André Riani Costa Perinotto.

FORTALEZA – CEARÁ

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Estadual do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Aguiar, Francisca Lúcia Sousa de .
Requisitos do sistema brasileiro de classificação
de meios de hospedagem nos empreendimentos
hoteleiros do beach park [recurso eletrônico] /
Francisca Lúcia Sousa de Aguiar. - 2018 .
1 CD-ROM: il.; 4 ¼ pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do
trabalho acadêmico com 134 folhas, acondicionado em
caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado profissional) - Universidade
Estadual do Ceará, Centro de Ciências e Tecnologia,
Mestrado Profissional em Gestão de Negócios
Turísticos, Fortaleza, 2018 .
Área de concentração: Gestão de Negócios Turísticos.

Orientação: Prof. Dr. André Riani Costa Perinotto..

1. Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de
Hospedagem (SBClass). 2. Requisitos do SBClass. 3.
Beach Park. 4. Resorts. 5. Netnografia. I. Título.

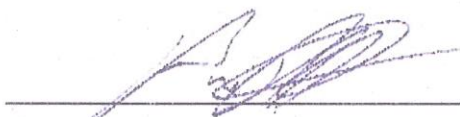
FRANCISCA LÚCIA SOUSA DE AGUIAR

REQUISITOS DO SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE
HOSPEDAGEM NOS EMPREENDIMENTOS HOTELEIROS DO BEACH PARK

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Curso de Mestrado Profissional em
Gestão de Negócios Turísticos do Centro
de Ciências e Tecnologia da Universidade
Estadual do Ceará, como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre em
Gestão de Negócios Turísticos. Área de
Concentração: Gestão de Negócios
Turísticos.

Aprovado em: 27 de agosto de 2018.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. André Riani Costa Perinotto (Orientador)
Universidade Federal do Piauí - UFPI



Prof.ª Dra. Rúbia Valério Naves de Souza
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE



Prof.ª Dra. Sandra Maia Farias Vasconcelos
Universidade Federal do Ceará – UFC

AGRADECIMENTOS

Ao Senhor meu Deus, a Ele seja dada toda honra, glória e louvor. Gratidão eterna por fazer morada constante em minha vida e, por sua misericórdia, ter sido abençoada para ter determinação, perseverança e direcionamento para o início, desenvolvimento e conclusão desta Dissertação.

A Jesus Cristo que ofereceu sua vida em meu favor e intercedeu junto ao Pai para que enviasse seu Espírito Santo, consolador e amigo onipresente, tão especial em todas as horas de minha existência e carência de sua presença e calmaria.

Ao meu amado esposo, Reginaldo Queiróz, por seu amor, carinho, encorajamento e apoio perenes, por meio dos quais me sinto mais forte e presenteada todos os dias. Além de ser um pai maravilhoso, como quem nosso filho pode contar sempre.

Ao meu amado filho, Lorenzo, um dos maiores motivos de minha vida para a busca da realização de meus sonhos, os quais gerarão bênçãos para seu precioso viver.

À minha amada mãezinha, Antonia, por seu amor incondicional, amizade ímpar, confiança e todos os felizes sentimentos e ações que sempre me dedicou; pois estes foram e sempre serão motivos de fortalecimento para cada etapa vencida.

Ao meu pai, pela credibilidade depositada em mim como vitoriosa e, por, mesmo ausente, estar comigo em pensamentos e sonhos, fazendo-me perseverar e vencer.

À minha querida madrinha, Cosminha, por ter sido enviada por Deus a nossa família, e cuidar do nosso Lorenzo com tanto amor e carinho, o que deixa meu coração em paz, abaixo do precioso sangue de Cristo, todas as vezes que preciso me ausentar.

Ao Professor André Perinotto, pelas orientações e direcionamentos tão significativos para minha evolução acadêmica e por acreditar na minha capacidade de enveredar por nova metodologia, a qual enriqueceu minha pesquisa e a tornou mais interessante.

Aos meus familiares e amigos, que são encorajadores e torcem por minhas conquistas.

À amiga Ivonete, pela parceria e amizade nessa trajetória acadêmica e de vida.

Aos gestores, técnicos e professores do Campus IFCE de Baturité, pelo incentivo, apoio e compreensão em relação às minhas ausências para concluir este trabalho.

Aos meus alunos e orientandos do IFCE Campus de Baturité pela compreensão nos muitos momentos de ausência, por conta do tempo dedicado a esta conclusão.

Aos gestores do Beach Park que me receberam nos resorts do Complexo, a fim de tornar minha pesquisa concreta, a partir dos dados coletados através deles.

Às professoras Sandra Maia e Rúbia Valério, que aceitaram o convite para compor minha Banca de Defesa, são referências para mim, como pessoas e profissionais.

Aos amados irmãos em Cristo Jesus, de nossa Congregação, aos quais roguei orações durante esta etapa e pela compreensão de nossos Pastores e dos Ministérios, em momentos de ausência.

A querida Adriana, por sempre ter sido tão disponível, atenciosa e eficiente durante todo o tempo em que estive no Mestrado.

Aos coordenadores e professores do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, pelo aprendizado e conhecimentos proporcionados.

Aos amigos do Mestrado, pelos momentos compartilhados em todas as aulas de nossas disciplinas e fora delas.

“Tudo tem o seu tempo determinado, e há tempo para todo o propósito debaixo do céu. Há tempo de nascer, e tempo de morrer; tempo de plantar, e tempo de arrancar o que se plantou; tempo de matar, e tempo de curar; tempo de derrubar, e tempo de edificar; tempo de chorar, e tempo de rir; tempo de prantear, e tempo de dançar; tempo de espalhar pedras, e tempo de ajuntar pedras; tempo de abraçar, e tempo de afastar-se de abraçar; tempo de buscar, e tempo de perder; tempo de guardar, e tempo de lançar fora; tempo de rasgar, e tempo de coser; tempo de estar calado, e tempo de falar; tempo de amar, e tempo de odiar; tempo de guerra, e tempo de paz”.

(Eclesiastes 3:1-8)

RESUMO

Nesse trabalho propõem-se analisar os requisitos que são propostos pelo Ministério do Turismo (Mtur) para a classificação da tipologia resort no Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) nos três empreendimentos hoteleiros, auto classificados de resorts, que fazem parte do complexo turístico do Beach Park. Para tal, busca-se verificar quais requisitos do SBClass são atendidos pelos resorts do Beach Park, a partir da Matriz de Classificação do SBClass; e, investigar a avaliação, por parte dos clientes, em relação aos serviços, infraestrutura e sustentabilidade nos meios de hospedagem estudados. Dessa forma, utiliza-se como metodologia: a pesquisa documental e netnográfica, com abordagem qualitativa; bem como, a pesquisa de campo. Os instrumentos de coleta de dados utilizados para a pesquisa documental foram: um questionário contendo 10 questões, e a Matriz de Classificação - Tipologia Resort do Mtur, aplicados com os gestores de cada um dos resorts estudados. Já para a pesquisa netnográfica, a coleta de dados aconteceu a partir de 66 avaliações postadas na plataforma do TripAdvisor, entre março a maio de 2018. Como resultado dos dados levantados, obteve-se um percentual para o atendimento dos requisitos de: infraestrutura, serviços e sustentabilidade de, respectivamente: 86, 83 e 100% de itens obrigatórios presentes nos três resorts do Beach Park. Esse percentual pode ser confirmado por meio das 66 avaliações realizadas pelos hóspedes dos três resorts, que tiveram os requisitos analisados individualmente, para cada resorts, com: 25, 22 e 19 avaliações, as quais ficaram com 95%, compreendidas nas pontuações: excelente, muito bom e razoável; e somente 5% na pontuação: ruim e horrível. Os dados mostram que os itens propostos na Matriz de Classificação condizem com a realidade do meio hoteleiro, tendo em vista que os empreendimentos do Beach Park adotam como parâmetro de observação outros empreendimentos da mesma categoria, ou seja, outros resorts 4 estrelas, pois não foram classificados pelo SBClass. Contudo, constatando também, que, pelo Mtur, os empreendimentos em estudo não poderiam ser classificados como resorts, pois precisariam atender a 100% dos itens obrigatórios presentes na matriz de classificação.

Palavras-chave: Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass). Requisitos do SBClass. Beach Park. Resorts. Netnografia.

ABSTRACT

In this dissertation, we propose to analyze the requirements that are proposed by the Ministry of Tourism (Mtur) for the classification of the resort typology in the Brazilian System of Classification of Means of Lodging (SBClass) in the three hotel developments, classified as resorts, which are part of the Beach Park tourist complex. To do this, it is sought to verify what SBClass requirements are met by the Beach Park resorts, from the SBClass Classification Matrix; and, to investigate clients' evaluation of services, infrastructure and sustainability in the hosting environments studied. Thus, it is used as methodology: the documental and netnographic research, with qualitative approach; as well as, field research. The data collection instruments used for documentary research were: a questionnaire containing 10 questions, and the Mtur Classification Matrix - Resort Typology, applied with the managers of each of the studied resorts. For the netnographic survey, data collection took place from 66 evaluations posted on the TripAdvisor platform between March and May 2018. As a result of the data collected, a percentage was obtained to meet the requirements of: infrastructure, services and sustainability, respectively: 86, 83 and 100% of mandatory items present at the three Beach Park resorts. This percentage can be confirmed through the 66 evaluations made by the guests of the three resorts, which had the requirements analyzed individually for each resort, with: 25, 22 and 19 evaluations, which were 95% included in the scores: excellent, very good and reasonable; and only 5% on the score: bad and horrible. The data show that the items proposed in the Classification Matrix are consistent with the reality of the hotel environment, considering that the Beach Park ventures adopt as a parameter of observation other enterprises of the same category, ie other 4 stars resorts, since they were not classified by SBClass. However, also observing that, by Mtur, the enterprises under study could not be classified as resorts, since they would need to meet 100% of the mandatory items present in the classification matrix.

Keywords: Brazilian System of Classification of Means of Hosting (SBClass), SBClass Requirements, Beach Park, Resorts, Netnography.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma Ministério do Turismo	26
Figura 2 – Organograma Ministério do Turismo	26
Figura 3 – Segmentação da demanda para resorts – 2015	36
Figura 4 – Distribuição de resorts/Regiões brasileiras	36
Figura 5 – Previsão de oferta futura de implantação de resorts no Brasil	37
Figura 6 – Área inicial do Beach Park	39
Figura 7 – Mapa do parque aquático	42
Figura 8 – Estrutura do Acqua Show	43
Figura 9 – Estrutura do Acqua Circo	43
Figura 10 – Área do parque aquático do Beach Park	44
Figura 11 – Visão aérea do Beach Park Suítes Resort	45
Figura 12 – Oceani Beach Park Hotel	47
Figura 13 – Oceani Beach Park Hotel	48
Figura 14 – Acqua Beach Park Resort	48
Figura 15 – Wellness Beach Park Resort	50
Figura 16 – Beach Park Spa by L’Occitane	51
Figura 17 – Beach Park Spa by L’Occitane	51
Figura 18 – Restaurante Beach	52
Figura 19 – Palco Beach Sounds Park Praia	52
Figura 20 – Chandon Bubble Lounge	52
Figura 21 – Categorias dos meios de hospedagem	55
Figura 22 – Processo participativo de criação do SBClass	58
Figura 23 – Aviso sobre reformas nos resorts do Beach Park.....	69
Figura 24 – Filtros para seleção de avaliações no TripAdvisor	69
Figura 25 – Opção para ver avaliações no TripAdvisor	70
Figura 26 – Modelo de Avaliação no TripAdvisor	72
Figura 27 – Site do SBClass	75
Figura 28 – Tabela de valores para Classificação	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Cronologia das atrações do Parque Aquático	41
Quadro 2 –	Quantidade de avaliações para os resorts A, B e C de março a maio de 2018 no TripAdvisor	70
Quadro 3 –	Divisão do quantitativo de itens da Matriz do SBClass – Tipologia Resort (4 estrelas)	78
Quadro 4 –	Quantitativo de itens da Matriz do SBClass – Tipologia Resort aplicados aos Resorts A, B e C	78
Quadro 5 –	Ausência de itens nas UH	80
Quadro 6 –	Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Áreas comuns (AC)	89
Quadro 7 –	Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Unidades Habitacionais (UH)	91
Quadro 8 –	Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Alimentos e Bebidas (A&B)	92
Quadro 9 –	Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Serviços	94

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

A&B	Alimentos e bebidas
ABIH	Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABR	Associação Brasileira de Resorts
ABRASEL	Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento
AC	Áreas Comuns
ADIBRA	Associação de Empresas de Parque Aquático do Brasil
BSH	Best Hospitality Asset Management Company
CADASTUR	Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos
CMC	Comunicação Mediada pelo Computador
EL	Eletivos
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
ETE	Estação de Tratamento de Efluentes
FHC	Fernando Henrique Cardoso
FOHB	Fórum de operadores hoteleiros do brasil
GPTW	Great Place to Work
IAAPA	International Association of Amusement Parks and Attraction
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IE	Infraestrutura
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
ISO	International Organization for Srandartization
M	Mandatários
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio
MET	Ministério do Esporte e Turismo
MICT	Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MTUR	Ministério do Turismo
NSA	Não Se Aplica
OMT	Organização Mundial do Turismo
PNT	Plano Nacional de Turismo

PNUMA	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PRODETUR-CE	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará
PRODETURIS	Programa de Desenvolvimento do Turismo do Litoral do Ceará
RMF	Região Metropolitana de Fortaleza
SBCLASS	Sistema Brasileiro de Classificação de Meios Hospedagem
SBM	Sociedade Brasileira de Metrologia
SETUR-CE	Secretaria de Turismo do Ceará
SICT	Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo
UH	Unidades Habitacionais
WWA	World Waterpark Association

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	A EVOLUÇÃO DO TURISMO E DO HOTEL RESORT	17
2.1	A ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DO CEARÁ	19
2.2	OS RESORTS COMO MEIOS DE HOSPEDAGEM	29
3	OS RESORTS DO BEACH PARK À LUZ DOS REQUISITOS DO SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM	38
3.1	O BEACH PARK NO CONTEXTO DO COMPLEXO TURÍSTICO DO PORTO DAS DUNAS	38
3.2	O SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM	54
3.3	OS REQUISITOS DE INFRAESTRUTURA, SERVIÇOS E SUSTENTABILIDADE DO SBCLASS	60
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	66
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	73
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
	REFERÊNCIAS	106
	APÊNDICE	112
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO COM OS GESTORES DOS RESORTS	113
	ANEXO	115
	ANEXO A – MATRIZ DE CLASSIFICAÇÃO - TIPOLOGIA RESORT...	116

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da atividade turística é de grande relevância para toda e qualquer sociedade, tendo em vista que

o turismo é uma atividade historicamente realizada pelas pessoas, a partir das viagens e estadas em lugares diferentes de onde residem, o que lhes proporciona viver atividades diferentes das desenvolvidas na sua rotina diária, ligadas à realização de uma viagem e onde o destino turístico lhes ofereça facilidades e atenda às suas necessidades. (OMT *apud* MOTA, 2013, p.18).

Para o atendimento das distintas necessidades de um turista, dentre elas a de hospedagem, foi necessária a implantação e o desenvolvimento dos meios de hospedagem, vastamente diversificados e percebidos no histórico da hotelaria.

O progresso dos empreendimentos hoteleiros vem ocorrendo desde o início até a atualidade, em distintos aspectos. Sua estrutura e seus serviços foram recebendo nova roupagem, acrescidos de tecnologias sofisticadas, atendimento com focos específicos para cada um dos segmentos sociais: crianças, jovens, adultos, idosos, dentre outros. Tais empreendimentos, ao longo da história, foram apresentando, a partir de suas características específicas, uma diversidade de tipologias, como pode ser constatado por Beni (2002), que divide os empreendimentos em hoteleiros e extra hoteleiros, listando um total de 21 tipologias. Já Campos (2005) apresenta 22 tipologias, sendo que algumas já são diferentes das citadas pelo primeiro autor. Logo, essa diversidade passou a dificultar ao turista a busca pelo empreendimento ideal ao atendimento de suas necessidades.

Diante disso, o Ministério do Turismo – Mtur (BRASIL, 2010), com o objetivo de “possibilitar a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxiliar os turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas”, optou por uma classificação padronizada, coerente com as diversidades dos tipos de meios de hospedagem e baseada em critérios técnicos. Assim, lançou a Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011, a qual instituiu o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios Hospedagem (SBClass), “como estratégia para promover e assegurar a competitividade em um mercado global altamente disputado”. (BRASIL, 2010)

É a partir desse histórico que surge a motivação para falar do tema estudado, tendo em vista que, desde 1977, os governos do Brasil buscam implantar um sistema de classificação de meios de hospedagem que seja eficiente e possua requisitos que atendam às necessidades dos empreendimentos hoteleiros, bem como dos hóspedes. O fato de estudar os requisitos presentes na Matriz de Classificação do último Sistema de Meios de Hospedagem implantado, em 2011, o SBClass, dentro de três resorts conceituados, por fazerem parte do Complexo Turístico Beach Park, torna-se uma oportunidade de verificar se os requisitos propostos na referida Matriz condizem com a realidade presente nos meios de hospedagem.

Pelo fato de ter sido selecionado dentre tantas tipologias existentes no mercado hoteleiro para fazer parte dos sete empreendimentos de classificação oficial do MTur, e apresentar como categoria o número máximo de estrelas, quatro ou cinco, o resort configura-se como um significativo meio de hospedagem para os cenários nacional e internacional.

A Associação Brasileira de Resorts (ABR, 2017) define resorts como “empreendimentos hoteleiros, construções de alto padrão nas instalações e serviços, voltados primordialmente para lazer e turismo”. Esses foram crescendo consideravelmente em ocupação ao longo dos anos, como divulga o presidente da ABR, Rotunno (2017), informando que as taxas de ocupação geral dos resorts brasileiros apresentaram crescimento no 1º trimestre de 2017 de 68,3%, a qual obteve aumento em relação a 2016.

A ABR foi fundada em 2001, a partir da iniciativa dos líderes dos melhores resorts do País, os quais se uniram para identificar, avaliar e discutir a situação desse importante, exclusivo e diferenciado segmento do turismo nacional. Nesse momento, a ABR conta em seu quadro associativo com 49 dos mais importantes resorts do Brasil. (ABR, 2018).

Dentre eles, estão os empreendimentos hoteleiros, auto classificados de resorts pelo Beach Park, pertencentes ao complexo turístico do Beach Park, um complexo aquático localizado no litoral do Ceará, voltado para diversão, lazer e turismo, tendo como uma de suas melhores atrações o maior parque aquático da América Latina e o segundo maior do mundo.

Nesse contexto, surgem os questionamentos elencados a seguir: Como os Resorts do Beach Park atendem aos requisitos do Sistema Brasileiro de

Classificação dos Meios de Hospedagem (SBClass)? Qual a relevância da aplicação e execução dos requisitos do SBClass para os hóspedes que se hospedam nos resorts do Beach Park? Como a aplicação dos requisitos de serviços, infraestrutura e sustentabilidade em um empreendimento hoteleiro colabora para a avaliação dos hóspedes?

Para responder aos questionamentos anteriores, esse estudo tem como objetivo principal analisar os requisitos propostos para a classificação da tipologia resort no Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) nos três empreendimentos hoteleiros, auto classificados de resorts, que compõem o complexo turístico do Beach Park, que são: Beach Park Suítes Resort, Beach Park Acqua Resort, e Beach Park Wellness Resort. Tendo como objetivos específicos: verificar quais requisitos do SBClass, mandatórios e eletivos, são atendidos pelos empreendimentos hoteleiros do Beach Park, a partir da matriz de classificação do SBClass; explanar sobre os requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade do SBClass; e investigar a avaliação, por parte dos clientes, em relação aos serviços, infraestrutura e sustentabilidade nos meios de hospedagem estudados.

2 A EVOLUÇÃO DO TURISMO E DO HOTEL RESORT

Discorrer sobre o conceito de turismo é realizar uma longa viagem que se apresenta com informações novas e significativas o tempo todo. Em meio às oscilações pelas quais o turismo vem passando nos últimos anos, a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2017) afirma que o ano de 2017 caracterizou-se por um crescimento sustentado em muitos destinos e uma recuperação firme naqueles que sofreram diminuições em anos anteriores. Os resultados foram em parte moldados pelo aumento econômico global e pela robusta demanda de saída de muitos mercados de fontes tradicionais e emergentes, particularmente por uma recuperação dos gastos com turismo do Brasil, após alguns anos de declínio.

Contudo, até se chegar aos muitos destinos que o turismo alcançou em todo o mundo, ele passa por um processo de evolução na sociedade. Coriolano (2014) expõe que o turismo passou a existir no momento em que o homem encontra o prazer de viajar, tendo nesse ato a satisfação e a felicidade em realizá-lo. As viagens atuam como estimulantes de vários aspectos que permeiam a vida, sejam as ideias, os sonhos ou as ações humanas. E fazer turismo é sinônimo de satisfazer a necessidade de lazer do homem na sociedade.

O lazer que é proporcionado a partir do turismo pode se configurar por meio de várias possibilidades, como o turismo associado às águas, que gera novos modelos aos espaços naturais, principalmente os litorais, denominados de orlas marítimas, que desenvolvem o fenômeno *water fronts*, que são:

Porções de terras valorizadas por suas localizações em acidentes geográficos que margeiam oceanos, mares e rios, como baías, enseadas, cachoeiras ou outro fenômeno qualquer. Mas, somente com o investimento fixo em infraestrutura, essa potencialidade passa a servir ao lazer e ao turismo, como é o caso dos complexos portuários modernos que se transformam em atrativos turísticos. O Porto Madera, em Buenos Aires, as Cataratas de Iguazu, e vários resorts litorâneos no Brasil são exemplos de *water fronts*. (CORIOLANO, 2014, p. 25).

Esses *water fronts* têm a proposta de trazer beleza, inovação e atratividade para o público que os visita, o que faz parte da realidade do turismo, o estímulo à competição de lugares, que, por meio de projetos de reordenamento de baías, enseadas, ilhas, costas, faixas litorâneas conseguem ser transformados em

atrativos turísticos ou espaços do espetáculo, verdadeiras vitrines espaciais junto ao mar. Os portos, os parques aquáticos e os resorts são belos *water fronts* em muitos países. (CORIOLANO, 2014, p. 26).

O Brasil, que é vastamente rico em diversas belezas, configura-se como um valioso ponto de referência, tendo o Ceará como um estado que é excelente exemplo para tais. Isso faz com que o papel ocupado pelo turismo no conjunto das relações econômicas do estado seja bastante considerável, visto que ele se apresenta ainda como um meio de reorganização de espaços geográficos, de ampliador da produção de territórios e que gera ampla movimentação na economia de diversos municípios no país. Tais fatores se apresentam como significativos para ajudar na dinamização e no fortalecimento desses locais, o que pode ser percebido pelas oportunidades que são geradas para o território em si, bem como para os que residem nele. (CORIOLANO; FERNANDES, 2014).

Sobre essa inserção e promoção dos lugares onde o turismo atua, Coriolano e Fernandes (2014) falam que os fatores que contribuem significativamente para tal atuação são os atrativos turísticos, que no litoral são: as praias, dunas, falésias, coqueiros, fontes de água doce, lagoas e enseadas, o que gera ao turismo, de forma considerável, o aproveitamento do sol e do mar, levando-se em conta essas belezas naturais e a preferência dos visitantes.

A oferta turística é fortalecida pelos equipamentos hoteleiros, resorts, pousadas e parques temáticos. A cultura cearense é riquíssima, mas ainda pouco direcionada ao turismo. A implantação dos grandes empreendimentos turísticos está concentrada principalmente em Fortaleza e nos municípios de Aquiraz, Beberibe, Camocim, Cascavel e Caucaia. (CORIOLANO; FERNANDES, 2014, p. 153).

Diante da ampliação da oferta hoteleira de grande porte, como a implantação dos resorts, é notório que o processo de “turistificação” que ocorre no Ceará é irreversível, e as circunstâncias mostram, pelo cenário vigente, que haverá mais crescimento e aceleração dos fluxos e equipamentos turísticos, que a todo tempo estão sendo implantados, gerando outras territorialidades turísticas, com a presença dos grandes hotéis, dos *resorts*, dos parques aquáticos, o que é extremamente valioso e imprescindível para a economia do estado.

Frente a tal realidade, percebe-se como relevante realizar uma explanação sobre a atividade turística no estado do Ceará, a fim de compreender como se deu sua origem e seu desenvolvimento.

2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DO CEARÁ

Antes da apresentação da atividade turística no Ceará, tornam-se necessários alguns enfoques acerca da origem e da história do turismo em si. O turismo, de acordo com alguns autores, possui suas origens em tempos distantes, datados na antiguidade, quando foram realizadas as primeiras viagens pelos povos antigos, em detrimento do comércio, passando, no decorrer dos anos, por amplo desenvolvimento, o qual é marcado através de inúmeros fatores. Destes, fazem parte as viagens ocorridas na Idade Média, que tinham propósitos educacionais e eram direcionadas aos jovens da nobreza.

De acordo com Barreto (2002), o século VIII a.C., na Grécia, é apontado como período em que o turismo se inicia. Existe a tese de que os primeiros viajantes foram os fenícios e, sendo realizada uma pesquisa em tempos anteriores, seria possível encontrar antecedentes ainda mais remotos. Os romanos, em suas viagens, também foram cogitados como os prováveis primeiros turistas. (BARRETO, 2002).

Para Barbosa (2002), as viagens sempre acompanharam o ser humano como se fossem um movimento físico e de ideias. Surgem na história como forma de representação de uma das mais remotas atividades humanas.

Entende-se, frente às explanações relacionadas ao princípio da atividade turística, que esta foi gerada por meio das viagens, que possibilitaram ao homem o deslocamento dos lugares de onde habitava para outras regiões. Contudo, o período em que essa atividade foi oficializada, bem como quais povos deram origem a ela, são questionados, pois não há precisão quanto a esses fatos.

De acordo com Barreto (2002), aquilo a que chamados de turismo hoje, entre os séculos II e XV, passa por várias dificuldades. A primeira delas é marcada pela ausência de viagens, em decorrência das lutas ocorridas no império e da destruição das estradas; outra dificuldade foi evidenciada por meio das peregrinações realizadas pelos cristãos para Roma; já no sistema de hospedagem da Itália, em decorrência das cruzadas; e, consideravelmente, no começo das viagens transoceânicas de descoberta, as quais tornaram possível o conhecimento de um novo mundo e o interesse para a sua explanação. A autora ressalta, ainda, sobre as viagens particulares, as quais passaram a se fazer mais vigentes no século

XVI, quando os meios de comunicação eram escassos e a forma de conhecer o mundo, bem como outros atrativos, era viajando.

E é nessa época em que surgem os dois tipos de roteiros que consolidam a atividade turística, o *Petit Tour*¹ e o *Grand Tour*², classificados por Oliveira (2005), os quais foram viagens ocorridas na França, no século XVI, como sendo os dois tipos de viagem que deram início aos tempos do turismo. Ainda sobre o mesmo assunto, Barreto (2002) destaca que o turismo acontecia de uma forma diferente de hoje, pois eram realizados *tours*, os quais eram viagens de ida e volta destinadas aos homens, podendo ser de aventura e também esporádicas. Nessa mesma linha, Barbosa (2002, p. 32) se refere ao *Grand Tour* como “o primeiro exemplo significativo de viagem de lazer em grande escala”. O autor ressalta a grande importância deste *Tour* e destaca o momento de transição pelo qual passou, deixando de ser clássico e tornando-se romântico.

A partir daí, a atividade turística desponta, surgindo então a necessidade de infraestrutura para melhor atender ao que as pessoas desejavam. E foi nos séculos XVI, XVII e XVIII, conforme Barreto (2002), que ocorreram fatos que trouxeram crescimento e desenvolvimento ao turismo, como o aparecimento do primeiro hotel do mundo, das primeiras carruagens, dos excêntricos que viajavam para realizar feitos notáveis, as melhorias pelas quais os transportes passaram, bem como o acontecimento da Revolução Industrial, que gerou a necessidade do surgimento de um capitalismo organizado.

Nesse período, o turismo voltou-se para o campo educativo, em que a viagem era indispensável ao aprendizado. Também ocorreu, no final desse último período, uma percepção quanto ao potencial econômico do turismo, e ainda o interesse de pessoas pela natureza, sendo tal fase denominada de turismo “romântico”.

Observa-se que as primeiras viagens com propósito comercial foram de fundamental importância para o início da atividade turística, uma vez que proporcionaram ao homem não só um simples deslocamento, e sim o interesse deste em se aventurar, desbravar novos lugares e, através disso, realizar atividades que beneficiaram a amplitude do turismo. O avanço na melhoria das estradas, a propagação dos meios de transporte, bem como o surgimento dos meios de

¹ Percorria a região do Vale do Loire.

² Incluía o percurso nas regiões da Provence, Lyon, Paris e se expandia para Florença e Roma.

hospedagem foram, também, fatores positivos para o desenvolvimento do turismo, pois impulsionaram o crescimento de sua demanda, atingindo paulatinamente diferentes facções da sociedade: os comerciantes, a nobreza, os estudantes, trabalhadores assalariados, a melhor idade, entre outros.

Posterior a esse período, surge um novo turismo, a partir do século XIX, quando novos valores são inseridos na sociedade, após a Revolução Industrial, do século XVIII. Nesse período, é de fundamental importância o desenvolvimento ocorrido em relação à construção das ferrovias, principalmente por proporcionar a diminuição do custo das viagens. Nesse mesmo século, segundo Barreto (2002, p. 51), “começaram as primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente de viagens, e esse é o começo do turismo moderno”. Thomas Cook, citado por Barbosa (2002, p. 52), é considerado “o grande ícone do turismo”, tendo ele sido o pioneiro na atividade e o responsável pelo surgimento da maior agência de viagens de todos os tempos, a partir da criação das viagens em grupo.

Por sua vez, Barreto (2002, p. 52) ressalta a influência de Thomas Cook quando este trata o turismo como produto de mercado: “As inovações de Cook marcam a entrada do turismo na era industrial, no aspecto comercial. No social, promoveu um significativo avanço, pois seu sistema permitiu que as viagens ficassem mais acessíveis para os chamados segmentos médios da população.” (BARRETO, 2002, p. 52).

Enquanto Barreto e Barbosa comentam o turismo analisando seu potencial econômico, Trigo (1995) mostra o turismo do século XIX com um caráter residencial, em que as pessoas saíam de suas residências habituais e se deslocavam para outra durante um período do ano. Acrescenta, ainda, que as viagens eram realizadas a partir de uma motivação que despertasse os viajantes, podendo essa se relacionar ao refúgio da rotina diária, a questões referentes à saúde ou ainda ao clima atraente de certas regiões.

Os aspectos referentes a segurança, salubridade, alfabetização e reivindicação dos trabalhadores por um tempo maior de lazer são apresentados por Barreto (2002) como de grande contribuição para o desenvolvimento do turismo nesse século. O último aspecto apresentado, o que se refere ao lazer, é citado por Dumazedier (1999, p. 74) da seguinte forma: “Evidentemente, é no tempo liberado pelo trabalho e em especial no lazer, que o adulto pode, acima de tudo, consumir os bens e serviços culturais”. A afirmação do autor reflete a importância da conquista

da sociedade pelo tempo livre, visto que este lhe resultaria em benefícios e ainda tornaria possível o favorecimento do turismo, por meio do consumo realizado.

O século XIX pode ser claramente percebido como um período em que o turismo ganha mais força em virtude de fatores distintos: a Revolução Industrial, que instigou o conceito de tempo livre e direito ao lazer, ganhando maior apoio, a partir de uma aderência mais enfática por parte da população trabalhista; bem como a criação das primeiras agências de viagens, organizadoras de pacotes que incluíam vários destinos turísticos e possibilitavam aos viajantes um leque mais amplo de opções. Contudo, os respectivos fatores que atuavam com tanto impulso para ascensão da atividade turística no mundo foram interrompidos com o início da Primeira Guerra Mundial e, conseqüentemente, com a queda da Bolsa de Valores de Nova York, em 1929.

Paralelo à crise de 29, aconteceram dois fatos de grande relevância para o turismo. Um deles, mediante afirmativa de Oliveira (2005), foi o surgimento do turismo social, na Alemanha e Itália, o qual se caracterizava pelo primeiro financiamento das viagens de férias dos operários.

O outro, citado por Barreto (2002), dizia respeito à instalação do primeiro *Free Shop*³, no aeroporto de Amsterdã, em favorecimento aos turistas, visto que lhes consentia o direito de comprar mercadorias a preços baixos, sem impostos. O setor sofreu uma interrupção ainda mais brusca com a Segunda Guerra Mundial, em 1939, à medida que a estagnação ocorrida se estende por todo mundo. (TRIGO, 1995).

A completa paralisação do turismo durou até 1949. Após esse período, a atividade retoma seu vigor com toda força, a partir do conhecimento da utilização dos aviões como meio de transporte para as viagens. Posteriormente, tais meios de transporte tornaram-se fortes concorrentes dos navios, já que gastavam bem menos tempo no percurso das viagens. (OLIVEIRA, 2005).

Infere-se, a partir das explanações pertinentes às duas grandes guerras mundiais, que, durante o período em que estas ocorreram, o turismo foi visivelmente afetado no país, tendo seu desenvolvimento estagnado. Entretanto, a diferença entre tais guerras é que, durante a primeira, a estagnação não foi geral, visto que despontaram importantes acontecimentos em outros países, como o turismo social e

³ Lojas localizadas no interior de salas de embarque e desembarque de aeroportos, onde produtos são vendidos com isenção ou redução de impostos.

a compra de mercadorias a preços mais acessíveis nos aeroportos, os quais foram significativos para a história da atividade em questão. Já na segunda, a parada ocorreu a nível mundial, impossibilitando qualquer avanço que viesse a beneficiar a atividade, fatos esses recuperados ao seu término, uma vez que o turismo, promovendo viagens aéreas, mostrou-se mais atrativo e logo alcançou êxito.

Pouco tempo depois, começavam a ser vendidos pacotes turísticos aéreos, dado seguido pelo surgimento das operadoras turísticas, fatores determinantes do “começo do turismo coletivo, a ‘excursão organizada’, que atualmente leva o nome de “*all inclusive tour*”, “*package*” ou pacotes Barreto (2002, p. 52). Essas novas tecnologias foram atreladas ao turismo frente às necessidades de expansão que este apresentava.

O desenvolvimento tecnológico, como afirma Oliveira (2005), permitiu ao turismo uma maior eficiência nos serviços ofertados, bem como uma maior acessibilidade por parte dos consumidores, que viriam a se tornar mais assíduos às ofertas turísticas, sendo esses considerados como um suporte principal da economia de muitas nações.

É nítido que os progressos sociais e tecnológicos foram indispensáveis ao despontar do turismo como atividade de maior acesso a distintas camadas sociais, sendo exemplos relevantes: as férias concedidas aos operários; a compra de mercadorias nos aeroportos sem impostos; a utilização dos aviões como meios de transporte que otimizavam o tempo das viagens; e, ainda, os pacotes turísticos, que, por serem coletivos, resultavam em custos individuais reduzidos.

Evidencia-se, assim, que o turismo é uma atividade que tem prosperado significativamente no decorrer da História, fato que vem despertando o interesse de estudiosos sobre seu conceito, o qual tem sido aperfeiçoado e atualizado. Dentre as muitas definições desse termo, uma das mais contemporâneas, que complementa de forma bastante positiva a definição feita pela OMT, em 1994, afirma:

Turismo consiste no deslocamento voluntário e temporário, por um período inferior a um ano consecutivo, de um ou mais indivíduos, que por complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem de seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância econômica, sociocultural, ambiental e política entre os emissores e receptores. (MOTA, 2001, p. 19).

Partindo do cenário mundial, o turismo passa a se fazer presente em

países com atrativos condizentes com o que o público procurava. O Brasil, rico em recursos naturais, desperta a curiosidade de outros povos, tendo sua origem turística no momento de seu descobrimento, pelos povos portugueses.

A História do turismo no Brasil, de acordo com Ignarra (2003, p. 6), “começa com seu próprio descobrimento”. Remetem-se às primeiras expedições marítimas, visto que tais viagens foram de caráter exploratório e levaram navegadores de distintas nacionalidades a explorarem as costas brasileiras. Seu desenvolvimento prosseguiu com a criação do turismo de negócios, o qual foi originado a partir da instalação das capitânicas hereditárias e do Governo-Geral no País. Porém, até metade do século XVIII, o Brasil ainda se mostrava deficiente quanto à hospedagem.

Segundo Barreto (2002), o turismo como fenômeno social chega ao Brasil após 1920, tendo sua fase de consolidação em 1923, com a fundação do “*Touring Club*”, denominado Sociedade Brasileira de Turismo⁴. Diferente das tendências da Europa, o turismo surge em nosso país atrelado ao lazer e, na metade do século XX, mais pessoas passam a usufruir das viagens.

O turismo no Brasil desponta na década de 50. Barreto (2002, p. 56) diz que “a partir de 1950, grandes contingentes passam a viajar, mas, apesar de ser principalmente um turismo de massa, nunca atingiu o total da população. As classes altas consomem turismo particular e as classes médias, turismo de massas” (BARRETO, 2002, p. 56).

Na década de 80, até meados dos anos 90, o desenvolvimento do turismo brasileiro é insatisfatório e consideravelmente inferior, quando comparado com outros países das Américas. Sua perda de espaço no continente ocorre em decorrência de inúmeros fatores: pequena entrada de turistas no país, queda no índice do turismo internacional, conseqüente redução dos turistas estrangeiros, dentre outros (TRIGO, 1995).

Nota-se que o histórico da atividade turística no Brasil passa por períodos de altos e baixos, em decorrência dos acontecimentos ocorridos no mundo, os quais geraram reflexos diretos aos setores da economia. Porém, a estabilidade volta a prevalecer quando no cenário mundial cessam os conflitos, e as viagens tornam-se

⁴ Sociedade criada para divulgar os recursos turísticos do país junto às chamadas classes superiores da sociedade e reverter a paranoia pela cultura europeia que dominava as elites brasileiras, bem como os ultrapassados conceitos burocráticos e sociais prevalecentes na época.

novamente possíveis.

Rodrigues (2003) destaca que os primeiros anos da década de 90 são referentes ao período em que o Brasil se mostra com seu potencial turístico em alto nível. Coloca que tal fato se fez possível a partir da objetivação de uma efetiva transformação dos recursos em atrativos, realizada pelas políticas públicas⁵.

A existência das políticas públicas com foco nos fatores relacionados ao turismo aconteceu a partir dos primeiros Ministérios, criados no Governo Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso (FHC), respectivamente: o Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT) e o Ministério do Esporte e Turismo (MET), postos em vigor, respectivamente, nos anos de 1992 e 1998. (BRASIL, 2016, 2014).

O MICT foi criado com a finalidade de aplicar uma política de desenvolvimento voltada para a indústria, o comércio exterior, os serviços, o turismo, dentre muitos outros setores relativos ao comércio.

Abstrai-se, a partir da criação do MICT, que ele foi idealizado para proporcionar estratégias para o desenvolvimento do turismo no país. Contudo, nos anos posteriores à sua criação, tal Ministério foi focalizando suas atividades mais especificamente no comércio, na indústria e nas tecnologias, vindo, no ano de 1999, a transformar-se em Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC).

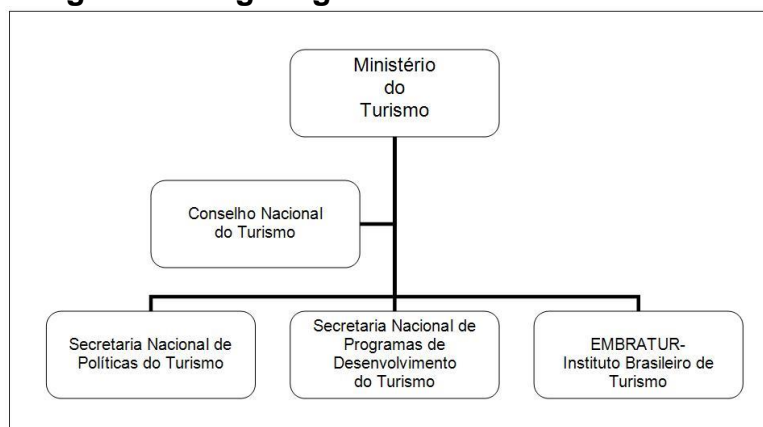
Diante das modificações ocorridas no MICT e o paralelo crescimento da atividade turística no país, ocorreu a criação do MET, cujas responsabilidades se voltavam para a promoção do desenvolvimento do turismo, através de sua divulgação no país e no exterior; e da prática dos esportes. Ainda em 1999, o MET recebeu uma forte parceria: o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), que foi vinculado a este Ministério com o intuito de fortalecer o Brasil enquanto potencial turístico. Fundada em 1966 como Empresa Brasileira de Turismo, a EMBRATUR foi reconhecida em 1991 como Autarquia Especial, passando a ser denominada: Instituto Brasileiro de Turismo.

Em 2003, já no governo de Luis Inácio Lula da Silva, foi criado o Mtur, com a missão de desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável.

⁵ Políticas Públicas compreendem as decisões de governo em diversas áreas que influenciam a vida de um conjunto de cidadãos. São os atos que o governo faz ou deixa de fazer e os efeitos que tais ações ou a ausência destas provocam na sociedade. É importante explicitar que Política Pública não é o mesmo que Decisão Política, pois Política Pública envolve mais que uma decisão política e requer diversas ações estrategicamente selecionadas para implementar as decisões tomadas. (SEBRAE, 2009).

Suas propostas geraram inovação na condução de políticas públicas através da gestão descentralizada, guiada pelo pensamento estratégico. O Mtur, seguindo a estrutura de um Ministério, apresenta em sua composição inicial a estruturação por órgãos que lhe disponibilizam, direta ou indiretamente, assistência necessária nos assuntos referentes ao turismo, sendo eles dispostos, hierarquicamente, conforme o organograma da Figura 1, que segue:

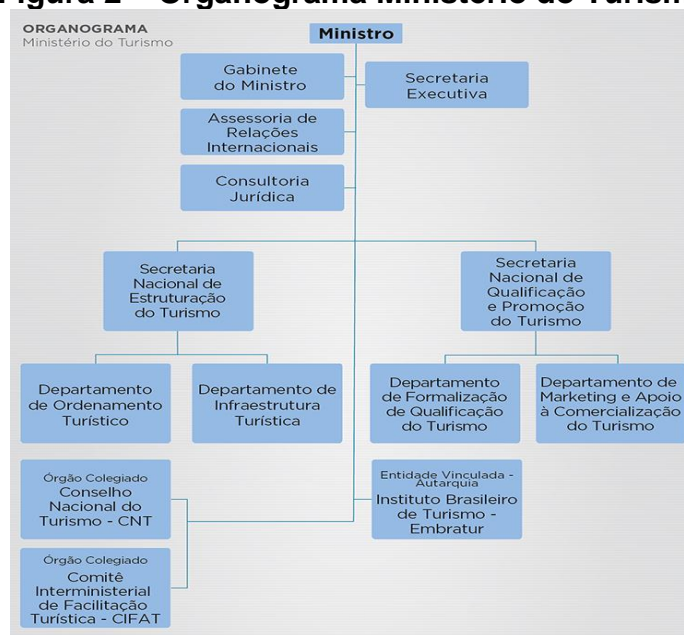
Figura 1 – Organograma Ministério do Turismo



Fonte: BRASIL (2007).

O Mtur, após outras mudanças em sua estrutura, chega à estrutura que se apresenta no organograma da Figura 2, com o acréscimo de departamentos, conselhos e comitês:

Figura 2 – Organograma Ministério do Turismo



Fonte: BRASIL (2017).

Com relação à existência dos Ministérios, evidencia-se que eles geraram vasto progresso no que concerne ao turismo enquanto atividade fortalecedora da economia nacional; bem como impulsionaram a elaboração e implantação de projetos focados em distintos segmentos da sociedade, tendo em vista tornar o turismo acessível e expansivo. E a expansão que o turismo foi adquirindo com o passar dos anos rendeu-lhe a criação de um Ministério exclusivo, o Mtur, o qual busca atuar de forma organizada por meio do apoio dos órgãos que lhes são competentes.

Até se ter esse suporte mais direcionado para o turismo, houve muitas necessidades do estado do Ceará no âmbito de estruturar e promover o turismo. Logo, foi elaborado, em 1989, o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Litoral do Ceará (PRODETURIS), que se propunha, segundo Coriolano (1998, p. 82), a “estruturar o litoral para o turismo dentro das condições técnicas que preparem e organizem o recebimento de fluxos turísticos sem descaracterizar a base natural e sócio cultural”. Este programa foi executado em duas fases, tendo sido iniciado, no período de sua segunda fase, o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará (PRODETUR-CE), visando promover a atividade turística no Ceará e nos seus núcleos territoriais, a partir de uma ampla urbanização nas áreas correspondentes.

Benevides (1998) diz que:

O PRODETUR se apresenta como concepção estratégica de desenvolvimento regional orientada para mapear e organizar o espaço físico de todo o litoral cearense, [...] com vistas a detectar suas possibilidades de investimentos públicos e privados, dentro de uma perspectiva que leve em conta a preservação do patrimônio físico, ecológico e cultural das áreas estudadas. (BENEVIDES, 1998, p. 33).

O turismo foi escolhido como atividade norteadora para uma modernização da economia cearense, e a concretização para o desenvolvimento de tal atividade foi impulsionada com a criação do PRODETUR-CE. “O turismo constitui-se em uma saída estratégica para o desenvolvimento econômico do Ceará”. (BENEVIDES, 1998, p. 30).

Por meio das definições apresentadas acerca dos dois programas pautados no desenvolvimento do turismo do litoral do Ceará, percebe-se que ambos utilizaram a atividade turística como uma válvula de escape para promover a

economia do estado. Sendo que o primeiro, o PRODETURIS, realizou um estudo de viabilidade pautado nas condições naturais, a fim de permitir o ingresso de uma demanda compatível com o que o meio disponibilizava. Já o segundo, o PRODETUR, mais voltado para a modernização, utilizou estratégias para urbanizar todo o território do estado, não fugindo aos seus princípios de preservação.

Nos anos que se seguiram ao PRODETUR, o turismo do Ceará recebeu a coordenação da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo (SICT) até 1995, quando passou a ser coordenado pela Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR-CE), cuja missão destinava-se a fortalecer o estado como destino turístico nacional e internacional, de forma sustentável, com foco na geração de emprego e renda, na inclusão social e na melhoria de vida do cearense.

É visível que tais programas foram de grande relevância para o desenvolvimento do estado. Os resultados seguintes às políticas de propagação do turismo no Ceará foram positivos, e os atrativos naturais, culturais e históricos presentes passaram a ser mais percebidos e de fundamental importância para a sua contribuição como potencial turístico.

Benevides (1998) cita a hospitalidade cearense como sendo um fator bastante favorável e atraente aos turistas que visitam o estado pela primeira vez, tornando-se esses uma demanda motivada a outras voltas ao Ceará. Diante de tal demanda, o estado necessita e implanta novos meios de hospedagem, vindo a atender aos turistas com maior eficiência e prontidão.

Levando em conta as considerações realizadas, torna-se evidente a potencialidade turística do Ceará no cenário nacional, migrando também para o internacional. Tal potencial apresenta uma ampla projeção para a amplitude da instalação de novos meios de hospedagem, visto que o estado tem território disponível para tal feito, bem como um cenário paisagístico bastante atraente. Tal fator possibilita uma maior tendência para implantação de meios de hospedagem de grande porte, como é o caso do resort, definido pela ABR (2018), como um empreendimento hoteleiro de alto padrão em instalações e serviços, fortemente voltado para o lazer em área de amplo convívio com a natureza, na qual o hóspede não precise se afastar para atender às suas necessidades de conforto, alimentação, lazer e entretenimento.

Partindo-se dos pressupostos da importância dos resorts enquanto âncora para o *trade* turístico, e juntando tal fator à disponibilidade do estado em

território, bem como seu atraente cenário paisagístico, percebe-se a necessidade de explicar acerca de tal empreendimento, seu histórico e sua atuação no cenário nacional e estadual.

2.2 OS RESORTS COMO MEIOS DE HOSPEDAGEM

O surgimento dos primeiros hotéis, segundo Campos (2005), ocorreu da necessidade de alojamento para as pessoas que realizavam viagens, bem como sequencialmente pelos que tomaram conhecimento dos pontos de lazer, como as termas. O progresso dos meios de hospedagem tornou-se mais visível e lucrativo a cada novo período. Primeiramente, vieram as hospedarias, que migraram para pousadas; algumas, na Inglaterra, criadas a partir de monastérios que fecharam, dando origem a modernos hotéis, exemplificados, principalmente, pelo *New Inn* e o *George*. Posteriormente, vieram os hotéis de estruturas mais amplas, que se desenvolveram até os grandes hotéis de luxo e mega *resorts*.

A atividade hoteleira teve seu início concomitante ao desenvolvimento do comércio, no período da antiguidade. Inúmeros foram os fatores que contribuíram para a amplitude de tal atividade. Os viajantes que trafegavam pela rota comercial tinham necessidade de se alojar durante seu percurso, daí apareceram as primeiras hospedarias. Paralelo a isso, surge o interesse pelas estâncias hidrotermais, das quais se propagou a fama provinda dos benefícios gerados pelas águas com propriedades terapêuticas. Logo, se fizeram necessários mais alojamentos para comportar os visitantes que se direcionavam às cidades em busca de tais estâncias. No decorrer dos anos, mais precisamente na Idade Média, outro meio de hospedagem passou a ser bastante utilizado, os mosteiros. (ANDRADE, 2000).

Campos (2005, p. 74), a exemplo de outros autores, como Aldrigui (2007) e Andrade (2000), explica sobre a importância dos monastérios, bem como de outras instituições religiosas em relação ao ato da hospedagem, o que torna evidente a sua contribuição para o progresso dos meios de hospedagem.

De início um serviço informal, essa hospitalidade dispensada pelos religiosos tornou-se, mais tarde, uma atividade organizada, com a construção de quartos e refeitórios separados, e monges dedicados ao atendimento dos viajantes. Posteriormente, foram construídos prédios próximos aos monastérios, destinados exclusivamente aos hóspedes, dando origem às pousadas. (CAMPOS, 2005, p. 74).

Frente às explicações, infere-se que a repercussão dos meios de hospedagem está atrelada de forma bastante enfática aos fatores econômicos, os quais foram presentes nas viagens iniciais, em detrimento do comércio. Ainda em relação à propagação de tais meios, não se pode deixar de ressaltar o papel das instituições religiosas, que, por meio de suas ações hospitaleiras, contribuíram grandemente para a História dos empreendimentos hoteleiros.

Já no final do século XVIII, com o advento da Revolução Industrial, a hotelaria decolou como uma atividade econômica, proporcionando a construção de novos hotéis em vários países, como Inglaterra e Estados Unidos. Esse processo continuou posteriormente, devido às condições econômicas, que foram ampliadas em decorrência da Revolução, repercutindo em um maior índice de viagens por parte da população. Nos anos seguintes, o número de construções de hotéis cresceu em larga escala, tendo nos meios de transporte um fator positivo em relação ao surgimento desses empreendimentos (ANDRADE, 2000).

Campos (2005) relata sobre a forte influência das civilizações grega e romana para a evolução da hotelaria, tendo em vista que a primeira notícia sobre a criação de um ambiente destinado especificamente à hospedagem surgiu no período da realização dos jogos olímpicos, na Grécia, vindo, mais tarde, a serem acoplados a esses espaços os balneários. A contribuição de Roma foi dada através da criação das termas, as quais propagaram o lazer e disponibilizavam de espaços com grande luxo e dimensões.

Conforme os dados apresentados, fica explícita a notável contribuição dos meios de transporte para a disseminação da hospedagem, uma vez que facilitaram os deslocamentos, promovendo as viagens. Os fatores sociais, reflexos das mudanças ocorridas na economia, são também de grande relevância para a evolução do cenário hoteleiro, uma vez que possibilitaram a uma parcela maior da sociedade o acesso a viagens, logo a necessidade de mais espaços para a hospedagem. Tais evoluções, ocorridas no contexto mundial, são reflexos para a implantação e o desenvolvimento do setor hoteleiro em todo o território nacional.

No Brasil, a atividade hoteleira começou no período colonial, com a hospedagem de viajantes em estabelecimentos ao longo das cidades, como fazendas, conventos e casarões. A hotelaria ganhou força no seu desenvolvimento com a chegada da corte real portuguesa ao Rio de Janeiro e a abertura dos portos,

fator este que possibilitou o ingresso do maior fluxo de pessoas no país, fazendo com que casas de pensão, hospedarias e tavernas abrissem suas portas aos viajantes. (ANDRADE, 2000).

Em decorrência da abertura dos portos, cidades como Rio de Janeiro, Salvador e Santos, chamadas portuárias, apresentaram, no século XIX, uma maior tendência ao desenvolvimento no campo hoteleiro (ALDRIGUI, 2007).

Com base nas palavras de Andrade (2000), no início do século XX, a existência de hotéis no Rio de Janeiro ainda era insatisfatória, levando autoridades políticas à criação de um Decreto-Lei que isentava de impostos municipais, por sete anos, os cinco primeiros hotéis que se instalassem na cidade. No ano seguinte ao da criação do Decreto, foi inaugurado o primeiro grande hotel na cidade, “O Avenida”. Somente a partir da década de 30, começaram a ser instalados os hotéis de grande porte, sendo sua ocupação promovida pelos cassinos, os quais funcionavam nas mesmas instalações. Durante mais de uma década, os jogos foram uma atividade de grande representatividade para a promoção dos meios hoteleiros. Entretanto, em 1946, eles foram proibidos, resultando na desativação de diversos hotéis.

É notável que a busca por meios de hospedagem tornou-se mais acirrada no momento em que o número de pessoas vindas de fora começou a crescer no país, apresentando ênfase para as cidades dotadas de portos. Entretanto, a demanda não era plenamente atendida, em virtude da insuficiência de hotéis, o que culminou com um ato de valiosa propulsão para a atividade hoteleira, a isenção de impostos aos primeiros hotéis construídos naquele momento. O resultado provindo do Decreto gerou frutos de bastante valia para o campo hoteleiro, fazendo emergir os grandes hotéis, fator este de forte repercussão que viria a afirmar o sucesso da hotelaria.

Após serem fechados vários hotéis, por conta do fluxo de hóspedes, que reduziu com a proibição dos jogos, a hotelaria sofreu uma queda brusca, voltando, segundo Campos (2005), a se reerguer no final da década de 60, com a criação da então EMBRATUR, que favoreceu a aprovação de vários projetos elaborados no período da criação das superintendências de desenvolvimento de distintas regiões do país. Essas superintendências tinham por finalidade averiguar projetos industriais que possibilitassem a criação de empregos e o desenvolvimento local. Aqueles que apresentassem interesse em investir nos projetos receberiam incentivos fiscais e

financeiros. Logo, as empresas relacionadas ao turismo e à hotelaria apresentaram seus projetos, buscando serem contempladas com os incentivos propostos. Os resultados dos investimentos aplicados no campo hoteleiro foram os melhores, pois na década de 70 ocorreu uma duplicação na capacidade das empresas hoteleiras nacionais de grande porte, enfatizando Campos (2005, p. 83) “a hotelaria brasileira adquiriu *status* semelhante ao dos países desenvolvidos.”.

Dias (1991) apud Aldrigui (2007, p. 24) classifica em três fases a evolução da hotelaria:

A primeira aquela composta pelos *innskeepers*⁶ e hotéis do século XVIII; a segunda, que viu surgir a grande hotelaria e início da transição da administração familiar para a gestão empresarial; e a terceira fase, já no século XX, quando o progresso tecnológico vai determinar a evolução dos equipamentos, principalmente com o telefone e o telegrafo, e a redução dos serviços de luxo, levando ao surgimento da hotelaria de classe intermediária. (DIAS, 1991 apud ALDRIGUI, 2007, p.24).

Complementando a classificação, Aldrigui (2007, p. 24) denomina ainda uma “quarta fase da hotelaria mundial: aquela onde convivem a hotelaria minimalista⁷ econômica, absolutamente funcional, prática e acessível, e a imponência e exuberância dos grandes resorts e hotéis de luxo, templos da experiência e do consumo”.

Com referência ao histórico dos resorts, Mill (2003, p. 20) explana de forma bastante completa, fazendo uma abordagem desde os primórdios até os dias de hoje:

Os primeiros banhos, introduzidos no século dois antes de Cristo, eram pequenos e modestamente equipados. Os homens eram separados das mulheres. Mais tarde, os banhos se integraram, aumentaram e ficaram mais ornamentados. Eles serviam tanto a fins sociais como de saúde. (MILL, 2003, p. 20).

O autor faz referência à propriedade curativa da água dos banhos que atraía, cada vez mais, um público sedento por conhecer os benefícios tão largamente divulgados, o que culminou com melhorias nas estruturas desses locais, tendo sido na Inglaterra, mais precisamente em uma fonte perto de Liege, que o *Spa*, tendo como significado fonte, foi batizado. Consequentemente a isso, outro

⁶ Nomenclatura utilizada para se referir a pequenos hotéis, sendo estes chamados de *auberges*, na França; *Kros*, na Dinamarca; e *Rum*, na Suécia.

⁷ Relativo aos empreendimentos hoteleiros que disponibilizam um menor número de ofertas.

fator que fez crescer a fama dos spas foi a divulgação das propriedades curativas das águas salgadas, realizada por especialistas da medicina, o que repercutiu para que os espaços disponibilizassem de maior privacidade. Logo, surgiu e prosperou a indústria suíça de resorts que, no começo do século XVIII, tornou tais empreendimentos conhecidos como resorts de verão, que tiveram atrelados a seus atrativos várias atividades sociais, revelando grande destaque para os jogos.

Observa-se que o surgimento dos resorts se deu, significativamente, em relação aos banhos, que proporcionavam lazer àqueles que os frequentavam. As pessoas se sentiam atraídas, à medida que buscavam tranquilidade e outros motivos que favorecessem suas vidas. Com a divulgação propagada dos benefícios a respeito das águas, houve ainda uma maior procura por tais espaços, o que culminou com a fama, respectiva, dos spas e resorts, os fazendo surgir e prosperar em outros países, como cita Mill (2003, p. 22).

Os primeiros resorts nos Estados Unidos foram criados no Leste e, assim como na Europa, foram construídos ligados a *spas*. No século dezoito, foram abertos resorts na Virgínia, Nova Iorque e na Virgínia Ocidental. Mais ou menos ao mesmo tempo, os resorts litorâneos começaram a se popularizar. (MILL, 2003, p. 22).

Frente ao estado de Guerra Civil no século XIX, conforme Mill (2003), as fontes tiveram sua popularidade abalada e então as atividades sociais foram implantadas com mais ênfase que anteriormente, tendo nos jogos uma forte atração e nos encontros amorosos uma boa investida, em decorrência do maior índice de mulheres solteiras por conta dos muitos homens que morreram na guerra. Já no século XX, predominava a operação de resorts no verão, como é o caso do hotel-resort típico da América do Norte, vindo, com o surgimento dos automóveis, a se popularizar o resort de inverno. Nesse mesmo período, com o despontamento da Segunda Guerra Mundial, houve uma parada nos negócios dos resorts, que vieram a operar com sucesso no final da guerra, momento em que ocorreu uma prosperidade na economia, vindo a tornar o lazer acessível a uma parcela maior da população.

Na metade do século, no ano de 1955, houve a criação do parque temático da Disneylândia, sendo este, nos anos posteriores, imitado por inúmeros outros. Na década seguinte, ocorreu a criação dos resorts para as quatro estações, adaptação realizada para atrair distintos grupos durante todo o ano. Ainda se

falando de evolução, definiu-se o padrão para os resorts familiares, que foi implantado com a inauguração da Disney World, na Flórida, em 1971. (MILL, 2003).

Com base nas informações disponibilizadas, depreende-se que os abalos causados pela Guerra Civil, como a redução da demanda às fontes e aos resorts, não foram de todo mal, visto que tais empreendimentos se mobilizaram em busca de novas atividades, as quais passaram a atrair distintos segmentos sociais. Essa mobilização prosperou e fez emergir resorts com programações disponíveis durante todas as estações do ano.

Na Segunda Guerra, a redução da demanda é repetida e também superada, bem como é seguida pelo favorecimento da economia, a qual torna o lazer uma atividade mais amplamente difundida na sociedade. Tal acesso repercute e traz mais uma inovação, que é o direcionamento dos serviços de resorts ao público família. Isso prospera até a atualidade, com distintos direcionamentos e diversificadas atividades para atrair e entreter todos os públicos.

No Brasil, o início da implantação de resorts ocorreu em 1979, na Ilha de Itaparica, situada na Bahia, com a implantação do Club Méditerranée, hoje denominado de Club Med⁸. Posterior a ele, já na década de 80, em 1989, surgiram vários outros resorts, destacando-se o Transamérica Comandatuba, que, naquele período, apresentava-se como o hotel mais completo, atendendo a todas as necessidades dos hóspedes (HANSING, 2016).

A ABR (2009) destaca que “as experiências bem-sucedidas no litoral baiano (Praia do Forte, Comandatuba e Itaparica), a partir de meados dos anos 80 posicionaram o segmento de resorts no Brasil”, ressaltando que a explosão do crescimento dessa área, em 2000, se deu devido aos grandes empreendimentos que chegaram ao país, por meio das grandes redes hoteleiras, as quais proporcionaram uma abrangência para a profissionalização do setor. Tem-se como exemplo os megaresort Costa do Sauípe (BA), Blue Tree de Angra dos Reis (RJ) e Summerville, em Porto de Galinhas (PE). Ocorreu um acréscimo de 2500 novos quartos em 2001, ou seja, uma representatividade de 110% em comparação ao ano 2000.

⁸ O Club Med no Brasil possui três empreendimentos: um na ilha de Itaparica (inaugurado em 1979) e um na praia de Trancoso (inaugurado em 2002), ambos no estado da Bahia, além de outra unidade na baía de Angra dos Reis, no Rio de Janeiro. Mais recentemente, a empresa começou a oferecer Villages Eco Nature by Club Med, hotéis exclusivos localizados em reservas naturais preservadas, oferecendo aos hóspedes férias diferenciadas, graças a um contato único com a natureza, a fauna e a flora (MUNDO DAS MARCAS, 2018).

É feita ainda pela ABR uma referência ao resort como sendo um segmento multicampeão: em investimentos, geração de empregos, oferta de apartamentos, arrecadação de impostos e, ainda, por seu efeito multiplicador na economia nacional.

O resort, voltado para o lazer, é classificado por Huffadine (1999) em três tipos. Os de mercado, aqueles que priorizam convenção, eventos e outras facilidades; os de destino, com disponibilização de amplas atrações (*golf, ski, praia, spa, casino, ecoturismo, conferência, temáticos*); e, por último, os resorts de propriedade, caracterizando-se por serem pequenos hotéis com apenas uma ou duas atrações. No entanto, essa última classificação não se faz presente no cenário atual dos resorts, à medida que eles possuem uma grande diversidade de atrações e opções de lazer e entretenimento.

Observa-se, mediante a explanação realizada a respeito da instalação dos resorts no Brasil, que já no início eles foram construídos em alto padrão, o cinco estrelas. Sua representatividade e maiores padrões foram se ampliando, cada vez mais, fazendo-se possível, como mostra Huffadine (1999), uma distinta classificação, de acordo com os serviços que neles são disponibilizados.

Os resorts enquadram-se dentro dos principais segmentos de demandas hoteleiras no Brasil, que são: negócios, lazer e grupos de eventos, os quais vão ter variação no seu percentual de acordo com o tipo de hotel. No caso dos resorts, mais da metade da incidência de hóspedes que os procuram, conforme apresentado na Figura 3, é com o objetivo em lazer.

Figura 3 – Segmentação da demanda para resorts - 2015

Segmentação da demanda 2015 <i>Market mix 2015</i>			
Segmento <i>Segment</i>	Resorts		
	Receita Total por apto ocupado (R\$) <i>Total Revenue per occupied room (R\$)</i>		
	Acima de / Above R\$ 810	Abaixo de / Under R\$ 810	Brazil
Negócios <i>Business</i>	8.7%	3.9%	5.5%
Lazer <i>Leisure</i>	57.9%	71.0%	66.7%
Grupos de eventos <i>Groups</i>	30.0%	15.8%	20.6%
Tripulação <i>Crew</i>	0.2%	0.2%	0.2%
Outros <i>Other</i>	3.1%	9.0%	7.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Fonte: Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil - FOHB (2016).

Atualmente, esse empreendimento se faz presente em todas as regiões do Brasil, com incidência de implantação em quase todos os estados do país, excetuando-se Tocantins, no Norte; Maranhão, Paraíba e Piauí, no Nordeste; Espírito Santo, no Sudeste; e Distrito Federal, no Centro-Oeste.

A BSH Internacional⁹ (2014) listou os 119 resorts existentes nas cinco regiões dos estados brasileiros. Destes, enumeram-se por região: 53 no Nordeste, 37 no Sudeste, 17 no Sul, 09 no Centro-Oeste e 03 no Norte, como mostra a Figura 4:

Figura 4 – Distribuição de resorts/Regiões brasileiras

Regiões	Resorts	Resorts	UHs
Norte	3	2,52%	859
Nordeste	53	44,54%	12.954
Centro Oeste	9	7,56%	1.832
Sul	17	14,29%	3.992
Sudeste	37	31,09%	7.440
Total	119	100,0%	27.077

Fonte: BSH Internacional (2014).

⁹ A Best Hospitality Asset Management Company é uma empresa completa de hospitality asset management. Especialista em investimentos hoteleiros, opera em todas as fases do investimento, desde a identificação de oportunidades, conceituação de produtos, estruturação de projetos e negócios, montagem de pacotes financeiros até a gestão do investimento. Atua, portanto, em planejamento, desenvolvimento e gestão de investimentos hoteleiros. (BSH INTERNACIONAL, 2014).

A mesma empresa fez um levantamento, em 2014, de uma previsão de implantação de resorts que seriam implantados no Brasil, como elenca a Figura 5:

Figura 5 – Previsão de oferta de implantação de resorts no Brasil

ANO	EMPREENHIMENTO	CIDADE	UHS
2014	Gran Solare Resort e Suítes	Maceió	232
2015	Maluí Manso Hotel Iate Golfe & Resort	pada dos Guimar	244
2015	Riviera Park Thermas Flat Service	Caldas Novas	782
2015	Salinas Japaratinga	Japaratinga	300
2016	Magia Hotel Suíte	Maceió	220
2016	Hot Beach Resort Olímpia	Olímpia	484
2017	Novotel Itu Terras de São José	Itu	343
Total	7		2605

Fonte: BSH Internacional (2014).

Dos resorts previstos com lançamento pela BSH Internacional (2014), para o período de 2014 a 2017, apenas dois deles não foram inaugurados, sendo: o Salinas de Japaratinga, com inauguração prevista para 2018, e o Magia Hotel Suíte.

O número de resorts implantados no Brasil eleva-se de 119, em 2014, para 124 em 2017. Tal crescimento faz com que se torne cada vez mais evidente o desenvolvimento e a repercussão que têm tomado os resorts pelo país.

Em se tratando dos resorts já instalados na região Nordeste, o Ceará tem um número total de nove: em Aquiraz, Beach Park Suítes Resort, Beach Park Wellness Resort, Beach Park Acqua Resort, Aquaville Resort, Carmel Charme Resort, Dom Pedro Laguna Resort All Inclusive; em Beberibe, Coliseum Beach Resort All Inclusive; em Cumbuco, Carmel Cumbuco Resort e Vila Galé Cumbuco All Inclusive.

Analisa-se, frente às colocações referentes ao progresso da implantação dos resorts no estado do Ceará, que a projeção atingida mostra a possibilidade de grande favorecimento, tanto para a demanda que receber benefícios com seus serviços, quanto para os empregos que são gerados por meio deles. E para aprofundamento dos requisitos do SBClass, serão utilizados os três resorts do Beach Park: Beach Park Suítes Resort, Beach Park Wellness Resort e Beach Park Acqua Resort.

3 OS RESORTS DO BEACH PARK À LUZ DOS REQUISITOS DO SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Compreender o SBClass a partir do estudo em meios de hospedagem específicos, de forma concreta, é uma proposta bastante interessante, visto que possibilita conhecer a aplicabilidade de cada um dos itens que compõem a matriz de classificação relativa ao resort. A referida matriz é composta pelos requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade.

O fato de escolher os resorts do Complexo Turístico Beach Park para serem analisados dá-se pelo fato da grande representatividade de tais empreendimentos no contexto do turismo no estado do Ceará, com repercussão dentro e fora do Brasil, bem como para compreender a visão de tão grande empreendimento frente a essa proposta de implantação do SBClass pelo MTur nos empreendimentos hoteleiros do país.

Assim, para se conhecer sobre a implantação e o desenvolvimento dos resorts do Beach Park enquanto meios de hospedagem de grande porte que são e sua importância no município onde atuam, promovendo geração de emprego, renda e qualificação profissional para seus colaboradores, muitos absorvidos da comunidade, faz-se necessário conhecer como se deu tal processo.

3.1 O BEACH PARK NO CONTEXTO DO COMPLEXO TURÍSTICO DO PORTO DAS DUNAS

Com o propósito de compreender o grande significado do Beach Park no aumento do potencial turístico para a região em que ele se localiza, é importante explicar sobre o Porto das Dunas, que, de acordo com Rufino (2015), surgiu em 1979, situado a 25 quilômetros de Fortaleza, como um loteamento de praia no município de Aquiraz, o qual foi criado como espaço de veraneio para as famílias da capital que possuíam maiores condições financeiras. Na década de 1970, o cenário da praia do Porto das Dunas, no município de Aquiraz, era bastante diferente do espaço moderno e desenvolvido que se tornou, não existiam casas, energia elétrica, estradas, e praticamente nenhum acesso à praia. Houve sempre uma subordinação do Porto das Dunas ao desenvolvimento de Fortaleza, que se apresenta como principal centro econômico da metrópole e do estado do Ceará, responsável por

abrigar 68% dos mais de 3,5 milhões de habitantes da Região Metropolitana, conforme o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (RUFINO, 2015). Esse loteamento encontra-se diretamente ligado a Fortaleza pela CE-025, o que lhe garante a conexão direta com os eixos de expansão da população de mais alta renda dessa metrópole.

De acordo com Rufino (2015), a diferenciação do loteamento Porto das Dunas dentro da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF) torna-se mais evidente a partir de meados da década de 1980, quando um conjunto de estratégias articulou de maneira privilegiada o loteamento com o desenvolvimento turístico de Fortaleza. Isso ocorreu, segundo Vasconcelos (1992), em 1985, ano em que Arialdo Melo Pinho e João Eduardo Gentil, sendo este último filho de João Gentil Junior, dono da imobiliária “Water Parks”, da Flórida e do Hawai, nos Estados Unidos, tiveram a iniciativa de implantar um restaurante na região, mas devido a esse não ficar na beira da praia, então veio primeiro a barraca de praia, instalada no loteamento e inaugurada em 14 de dezembro de 1985, tendo sua área original de 84.905,10 m² (Figura 6), conforme Benevides (1988), engenheiro de avaliações do complexo.

Figura 6 – Área inicial do Beach Park.



Fonte: Benevides (1988).

A barraca apresentava-se como um grande atrativo para a localidade, tendo em vista que oferecia qualidade em seus serviços, buscando atrair e conquistar turistas e donos de casas de praia, com o intuito principal de captar novos compradores para os lotes que ainda estavam disponíveis para venda.

Quinze mesas de madeira com guarda-sóis e um quiosque com bar e cozinha. Essa era a estrutura da barraca de praia. Na lista de funcionários, estavam dois atendentes, dois cozinheiros e cinco garçons. A novidade chegou a Fortaleza, de onde as pessoas saíam para conferir algo inédito no Ceará. Não faltava clientela para desfrutar da boa comida, do serviço de qualidade e da bela praia. (REVISTA BEACH PARK, 2015, p. 17).

A partir desse início, a referida barraca passou a mostrar “um novo conceito de serviços, com diferenciais jamais vistos no estado”, “mistura de rústico com sofisticado, decoração com palha e madeira, inspirada em empreendimentos do Caribe e Miami” (RUFINO, 2015, p. 85). Algo que também tornava a barraca muito atraente era o fato de ser isolada de outros empreendimentos, situando-se na orla e com uma tranquilidade que lhe era exclusiva e particular, mas sempre agregando aos seus serviços aspectos que a diferenciavam, como quando:

Passou a alugar equipamento náutico, como pranchas de surf e morey boogie. Na mídia campanhas publicitárias que anunciavam “a maior atração turística de Fortaleza”, e ônibus saíam da Beira Mar de Fortaleza cheios de turistas, graças às parcerias com agentes de viagem. O espaço começou a ficar pequeno e ganhar ampliações, como 500 mesas, mais quadras de vôlei, salas de aulas, ambulatório, duchas, som ambiente, pista de ultraleve e passeios de buggy. O sucesso, segundo João Gentil, era por conta da sinergia com a praia. (REVISTA BEACH PARK, 2015, p. 17).

Paralelo ao sucesso que a barraca já fazia, veio a construção e inauguração, em 1986, do primeiro restaurante, o Azul do Mar, com estrutura e culinária sofisticadas, tendo como chef de sua cozinha Bernard Twardy, um alemão criado na França que proporcionou uma verdadeira revolução aos pratos disponíveis no cardápio do restaurante, mesclando a culinária regional com a francesa, o que resultou em preparos diferenciados e atraentes ao público.

Contudo, mesmo com os empreendimentos gastronômicos já instalados e repercutindo positivamente, os sócios do Beach Park queriam mais, desejavam instalar ali um parque aquático, a fim de haver todo o aproveitamento dos vastos recursos naturais que o local já possuía. Dessa forma, buscaram inspiração em empreendimentos nos Estados Unidos, viajando para lá em 1987, e encontraram em Orlando o que procuravam e conseguiram a permissão para levar o modelo ao Brasil, e foi o que fizeram. Iniciaram, em junho de 1988, as obras do Splash Diversões Aquáticas, nome primeiro que foi dado ao parque, vindo em 31 de março de 1989 a nascer o primeiro parque aquático do Brasil, já chamado de Acqua Park,

o qual foi evoluindo, inovando e implantando novas atrações a cada ano que passava, como mostra o Quadro 1:

Quadro 1 – Cronologia das atrações do Parque Aquático

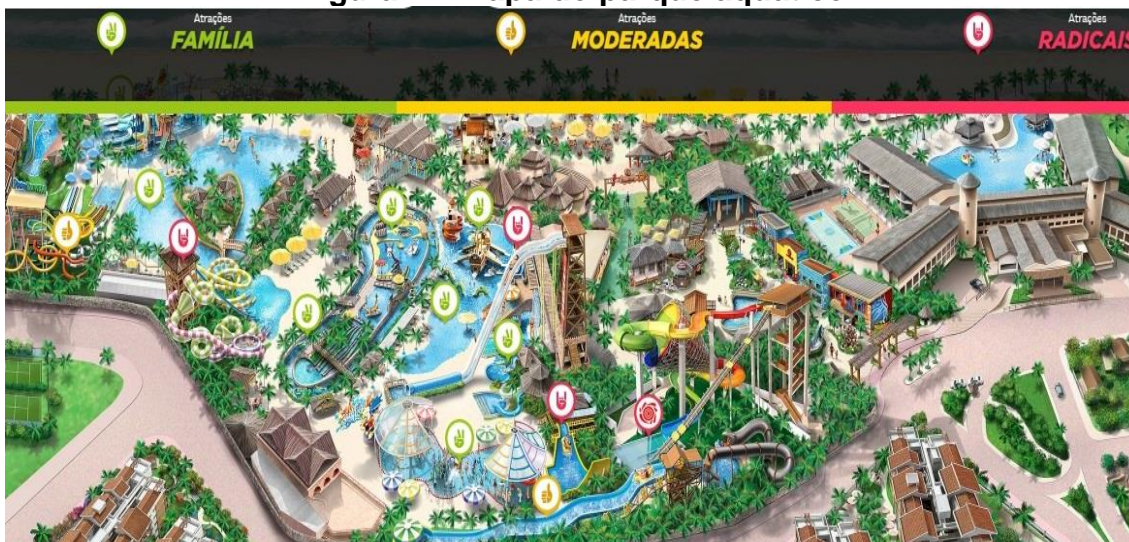
Ano	Atração	O que é
1989	Free-Fall, Kamikaze e Caracol	São toboáguas que vieram posteriormente a serem chamados, respectivamente, de: Sarcófago, Enigma da Esfinge e Najas.
1991	Correnteza encantada	Uma piscina circular, em forma de rio, com 300 metros de comprimento.
1991	Arca de Noé	Um playground aquático para crianças, com animais em forma de toboáguas.
1994	Ilha do Tesouro	Com navio pirata, seis toboáguas e um dragão-marinho que solta fumaça pelas narinas.
1994	Aquabismo	Uma rampa gigante para escorregar.
1996	Mais de 20 mil m ² de área molhada	Com quatro novas torres, oito toboáguas, espelho-d'água, fontes e túneis.
1996	Atlântida	Corredeiras, pistas de altas velocidades, descidas íngremes e curvas radicais, reunindo as atrações Atlantis, Vulcanos, Tchibum, Hupa & Hopa e Moreia Negra.
1997	Insano	O mais alto toboágua do mundo, com 41 metros de altura, uma vista incrível e quatro segundos de queda para uma piscina.
1999	Kalafrio	Onde duas pessoas, sentadas numa boia, descem em uma rampa que lembra uma de <i>skate</i> e sobem mais sete metros de altura.
2006	Acqua Show	Onde um balde gigante que, após um apito, despeja 1.800 litros de água, em forma de cachoeira.
2009	Ramubrinká	São sete toboáguas, com altura, formato, velocidade e inclinação diferentes.
2011	Acqua Circo	São 53 brinquedos interligados, para crianças de até 12 anos, com piso de <i>peble-flex</i> (anti-derrapante e anti-impacto). Com capacidade para 430 pessoas ao mesmo tempo, e possui o tema circo. Considerado o maior <i>playground</i> aquático do mundo.

Fonte: Revista Beach Park (2015).

A partir de todas as atrações implantadas desse seu início, o parque aquático do Beach Park reúne um total de 15 atrações, classificadas como para:

família (Arca de Noé, Maremoto, Aqua Show, Aquabismo, Aqua Baby, Aqua Circo, Correnteza Encantada e Ilha do Tesouro); moderadas (Atlantis, Hupa & Hopa e Ramunbriká); e radicais (Insano, Calafrio, Arrepius e Vaikuntudo), representadas pelos ícones verde, amarelo e vermelho, respectivamente, conforme mostrado no mapa do parque (Figura 7).

Figura 7 – Mapa do parque aquático



Fonte: Beach Park (2018).

É possível observar, diante da grandeza do parque aquático e da diversidade de opções para a diversão que possui, que o complexo tem muitas atrações que são diferenciadas e atraentes, a nível mundial, como o Acqua Show (Figura 8), que reúne 78 brinquedos interativos para todas as idades, sendo dividido em seis plataformas com capacidade para 300 pessoas. O brinquedo possui vários personagens infantis que são temas exclusivos do parque e tem 4 toboáguas, mais 14 canhões, moinhos e hélices d'água, jatos, duchas, chafarizes, calhas e gêisers, além do ícone principal da atração, um grande balde de 1.800 litros, localizado bem ao centro do brinquedo, que provoca uma enxurrada de água despejada a cada hora. (BEACH PARK, 2018).

Outra significativa atração é o Acqua Circo (Figura 9), um *playground* aquático com características interativas e que possui 53 brinquedos. A atração movimenta mais de 1 milhão de litros de água por hora e comporta 430 pessoas simultaneamente. A atração recebeu o prêmio Impact Award 2011, o qual elege a atração de maior impacto entre os novos produtos lançados por mais de quatro mil parques temáticos e aquáticos do mundo. A premiação foi realizada pela

International Association of Amusement Parks and Attraction (IAAPA), em Orlando, nos Estados Unidos. O Acqua Circo é uma atração concebida pela Imagic Brasil, empresa no segmento de projetos de entretenimento, temáticos e turísticos. “No mundo dos parques temáticos, esse prêmio equivale a vencer a Copa do Mundo. E com um time em que todos os jogadores jogam no Brasil”, disse, na época, o presidente da Imagic Brasil, Leonardo Fontenele (PANROTAS, 2011).

Figura 8 – Estrutura do Acqua Show



Fonte: elaborado pela autora (2018).

Figura 9 – Estrutura do Acqua Circo



Fonte: Beach Park (2018).

O parque aquático do Beach Park é considerado o maior e mais bem equipado da América Latina, contando com uma média de 900 funcionários e uma área de 35 mil metros quadrados (Figura 10). Essa estrutura possibilita que os visitantes se divirtam e usufruam de uma ampla área de lazer e entretenimento. Ressalta-se, ainda, a qualidade das atrações, bem como a atmosfera positiva do lugar, no qual são atrelados, o atendimento qualificado dos funcionários ao fato de ser situado junto à beira mar, diferencial considerável do parque, tendo em vista que é um dos poucos do mundo com uma localização tão privilegiada. (BEACH PARK, 2018).

Figura 10 – Área do parque aquático do Beach Park



Fonte: Beach Park (2018).

Todas as inovações que passaram a ser implantadas têm um grande significado para a elevação do potencial turístico da região do Porto das Dunas. No entanto, é importante também destacar que as iniciativas de valorização do turismo na região, conforme Rufino (2015), aconteceram ainda pelo incentivo da promoção do turismo enquanto política pública de desenvolvimento regional do estado do Ceará.

Sobre as inovações do Beach Park, é de grande importância ressaltar a implantação do seu primeiro resort, à medida que a cadeia produtiva do turismo se estrutura em três grupos que são bases de serviços que se complementam: os transportes (aéreos, terrestres, marítimos, flúvio-marítimos); a hospedagem (hotéis, pousadas, albergues e campings); e os serviços de alimentação. Dentre os serviços de hospedagem, os hotéis têm papel de destaque, pois “como um dos meios de hospedagem, constituem um dos principais agentes econômicos do turismo em uma localidade ou região” (SCHENINI et al., 2005, p. 8).

Já se tendo instalado a barraca de praia, o primeiro restaurante e o parque aquático, sete anos depois, veio o hotel, com o propósito de agregar, com o serviço de hospedagem, fazendo com que o tripé da cadeia produtiva do turismo viesse a funcionar efetivamente na região, levando-se em conta que o meio de hospedagem, a partir de Bernardelli Junior (2014, p. 02), tem a “possibilidade de transformar positivamente a região onde se ache instalado, por meio da oferta de postos de trabalho e da dinamização do comércio local, com o aumento do fluxo de visitantes.”.

Assim ocorreu com a implantação do hotel junto ao complexo, que foi construído em 1996, com a bandeira Caesar Tower, vindo em 1998 a se chamar Beach Park Suítes Resort, que dispunha de 175 suítes, seguindo o padrão dos melhores hotéis do mundo. Hoje, o Suítes Beach Park Resort conta com ampla área de lazer e turismo (Figura 11), dispendo de 198 suítes com vista para o mar, piscina com 700 metros quadrados de espelho d'água e rodeada por coqueiros, bar molhado, quadra poliesportiva, quadra de tênis, fitness center, saunas, teatro, Kid's Club (espaço destinado às crianças de 04 a 12 anos, com monitores, brinquedoteca, banheiros, copa baby e baby room), sala de internet, wi-fi, loja de conveniência, *guest service*, lavanderia, acompanhamento nutricional aos hóspedes com restrições alimentares e *room service*; bem como o Jangada's bar (bar molhado, com drinks exóticos, petiscos, pratos à la carte), e o Restaurante Porto das Dunas, com buffet no café da manhã; serviço à la carte no almoço; e buffets temáticos, relacionado a alguma culinária do mundo, no jantar (BEACH PARK, 2018).

Figura 11 – Visão aérea do Beach Park Suítes Resort



Fonte: Beach Park (2017).

Referindo-se à iniciativa do Beach Park em construir um hotel, Bruno (1999, p. 111) afirma que este “se deparou com a necessidade da implantação de um meio de hospedagem adjacente para atender à demanda”. Essa colocação é realmente bastante válida, visto que os dados a respeito das buscas pelo resort

confirmam o sucesso que ele vem obtendo, desde a sua implantação, assim como os comentários positivos em sites como o TripAdvisor¹⁰.

O resort em questão foi o percussor para o atendimento da demanda que procurava uma hospedagem de alto padrão na região do Porto das Dunas, próximo ao parque aquático, com sua estrutura e aspectos diferenciados, buscando sempre atrair os hóspedes da maneira mais positiva possível, desde as imagens em sua página até o primeiro contato do hóspede com a marca, como destacam Rocha e Coriolano (2014, p. 88-89):

O Beach Park Suítes Resort tem *home page* atraente, desperta nos turistas o desejo de adentrar o mundo de fantasia criado pelo resort. Os tons agradáveis de amarelo e azul compõem o cenário para a estimulação de “pseudodesejos”. Os visitantes são encantados logo no primeiro contato com as imagens das belezas naturais do Ceará para, posteriormente, vivenciá-las apenas no interior da infraestrutura do resort. A ilusão é condicionada, sobretudo, pelo slogan “a onda é ser feliz agora” e a logomarca em que até a foca – animal típico do clima frio – se deleita sorridente numa cadeira de praia sob o sol do Ceará. (ROCHA; CORIOLANO, 2014, p. 88-89).

Com a perspectiva de crescimento e busca por hospedagem, cada vez mais intensificada, o Beach Park continuou sua expansão no âmbito da implantação de outros empreendimentos. Primeiro, arrendou o prédio do Oceani Hotel, em 2012, buscando uma disponibilidade maior de unidades para o Complexo, e pela proximidade do parque aquático, teve interesse pelo empreendimento em questão, que passou a ser denominado de Oceani Beach Park Hotel (Figuras 12 e 13), contando com 115 UHs, sendo divididas em: standard, grand standard, superior, suítes standard conjugado, suítes júnior e suítes master, indo de 18 a 40 m². Em sua área de lazer, há: quadra de vôlei de praia, quadra de tênis, quadra poliesportiva, quiosque de jogos, sala de ginástica, sauna; bem como possui serviços de kid’s Club, loja de conveniência, massagem à beira mar, salões de eventos e wi-fi. Dispõe ainda de opções gastronômicas, como o Restaurante Palhas, com serviço de buffet no café da manhã; serviço à la carte no almoço; e buffet com opções variadas da culinária brasileira no jantar; e o Bar do Mar, com cardápio disponível das 09 às 22 horas. (BEACH PARK, 2018).

¹⁰ Plataforma de recomendação especializada no setor do turismo, que possibilita a seus usuários planejar e reservar viagens, além de fazer avaliações sobre suas experiências ao redor do mundo, representando um forte canal de prospecção de clientes. (SEBRAE, 2015, p. 03).

Figura 12 – Oceani Beach Park Hotel

Fonte: Beach Park (2018).

Figura 13 – Oceani Beach Park Hotel

Fonte: Beach Park (2018).

Posterior ao arrendamento do Oceani Hotel, ocorreu, para outras implantações no Complexo, de acordo com Rufino (2015), uma associação a duas das maiores incorporadoras nacionais (Inpar e Gafisa), configurando-se como a primeira grande parceria entre grupos locais e nacionais em Fortaleza, o que gerou como resultado a construção de três grandes empreendimentos nos arredores do parque aquático:

O Beach Park Acqua Resort primeiro desses empreendimentos - foi lançado em 2005 com um Valor Global de Venda (VGV) de 40 milhões de reais e 225 unidades, em sistema misto, hotelaria e residencial. O segundo empreendimento - o Beach Park Living - lançado em 2006, repetia os 40 milhões de reais de VGV e possuía 157 unidades de dimensões variáveis, destinadas a usos exclusivamente residenciais. O terceiro, e maior dos empreendimentos - Beach Park Wellness Resort - lançado em 2009, consolidava a ideia de usos mistos (hotelaria e usos residenciais), e projetava um VGV de 100 milhões de reais, a partir de 360 unidades. (RUFINO, 2015, p. 13).

Diante dessa realidade, é extremamente notável que o papel das atividades turísticas em municípios litorâneos da RMF é relevante para o setor, bem como os empreendimentos turísticos que potencializem o turismo local, a fim de desenvolvê-los, como é o caso dos resorts e complexos turísticos, que são priorizados para serem implantados, pelo investimento de milhões de dólares que os empresários fazem. E o Porto das Dunas é exemplo de uma localidade que se expandiu em torno de um desses complexos construídos em seu território, que é o exemplo do Beach Park.

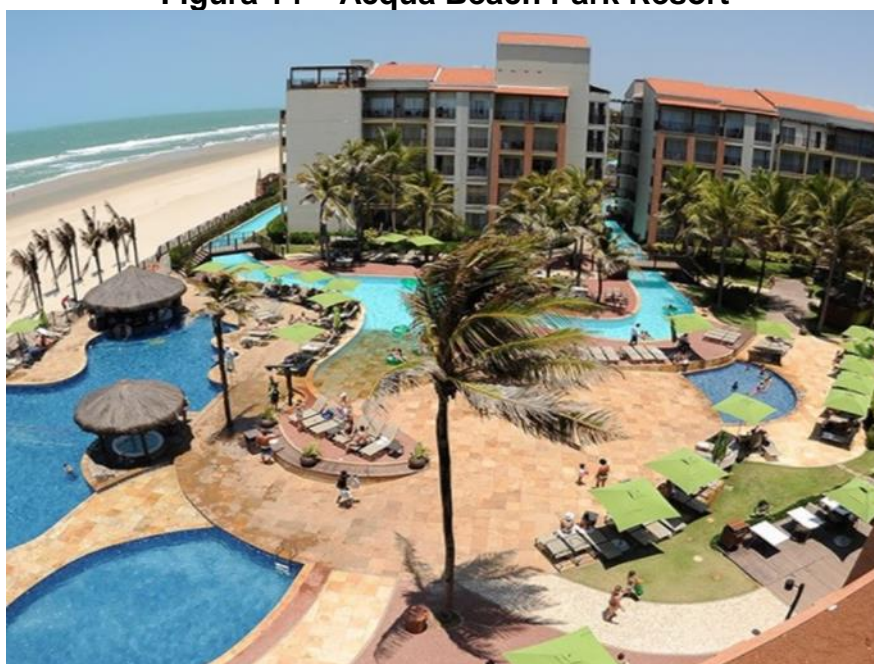
Portanto, é evidente que o contexto de implantação do Beach Park no Porto das Dunas foi um “casamento” entre a oportunidade de um local de beleza natural, até então inexplorado, com as ideias de grandes empresários, investidores e visionários, como fundamenta muito bem Coriolano (2014):

A natureza está cada vez mais transformada em atrativos naturais para o turismo. Os elementos encontrados na natureza, os bens naturais, após identificados e apropriados, são transformados em recursos naturais, por sua condição de recurso econômico, de produzir mercadorias. O uso é que confere ao bem natural a categoria de recurso. A incorporação do litoral como espaço de ócio, como recurso, implicou a configuração de atividades econômicas que o transformassem em mercadoria capaz de ser consumida ou usada. Assim, passou-se a vender o sol, o mar, o verde, mas também as terras litorâneas, sendo o turismo uma outra forma de acumulação capitalista. (CORIOLANO, 2014, p. 24-25).

O Beach Park foi utilizando todos os espaços ao seu entorno, tendo 200 mil m² de área construída, com os outros dois resorts bastante estruturados para receber e hospedar toda a vasta demanda de turistas para a região, sendo eles: O Acqua Beach Park Resort e o Wellness Beach Park Resort.

O Acqua Beach Park Resort (Figura 14) é um resort que possui 13.000m², tendo 145 apartamentos (standard, standard superior, suítes júnior, suítes luxo e suítes premium), com dimensões entre 25m² e 72m².

Figura 14 – Acqua Beach Park Resort



Fonte: Beach Park (2018).

Sua ampla área de lazer tem a piscina de borda infinita, que dá a sensação de continuidade e a impressão de que o resort se une ao mar, a piscina infantil, o Kid's Club, e o Acqua Link, rio que percorre todo o resort e leva os hóspedes até o Parque Aquático, configurando-se como uma experiência bem divertida para eles.

Classificado pelo grupo como o primeiro resort aquático integrado do Brasil, visto que uma das opções para sair do hotel e chegar ao parque é um rio de correnteza artificial, o Acqua Link, no qual os hóspedes sentam em uma boia e deslizam pelas corredeiras até chegar ao destino. Como disse Murilo Pascoal, diretor geral do Beach Park: "Este é o grande diferencial do empreendimento. O nosso cliente já entra no clima do parque aquático desde a saída do hotel, uma ótima diversão para adultos e crianças. (HOTÉLIER NEWS, 2007).

Esse segundo resort do Beach Park pode ser considerado um mix de empreendimento hoteleiro e residencial, contando com uma completa infraestrutura de serviços e lazer. Possui acqua bar, loja de conveniência, sala de fitness, deck molhado em frente à praia, quadras de tênis e poliesportiva, restaurante, piscina infantil (com raia), fraldário, recreação, playground, Solarium Spa com água aquecida, Acquagym (equipamentos de fitness para atividades físicas dentro d'água), área de lazer totalmente equipada e decorada, acompanhamento nutricional para hóspedes com restrições alimentares, equipe de lazer com programação para adultos e crianças (a partir de 04 anos) e especial para bebês: baby-sitter (serviço terceirizado, cobrado à parte e solicitado com antecedência), aluguel de carrinho de bebê, berço e banheirinha e suítes amplas e luxuosas, de frente para o mar. (BEACH PARK, 2018).

O Acqua dispõe ainda de espaços voltados à alta culinária, como o Restaurante Aquiraz (com buffet no café da manhã; serviço à la carte no almoço; e cozinha show, com pratos diferentes todos os dias, preparados ao vivo pelo chef, no jantar; e o Toaçu Bar (Bar Molhado, com drinks, petiscos e pratos à la carte); e acresce ainda os seguintes serviços: wi-fi, área fitness, atividades recreativas, loja de conveniência, massagem, quadra de tênis, quadra poliesportiva, show de humor e música.

Toda a estrutura do resort em questão é voltada para a maior comodidade e entretenimento dos hóspedes, atrelando serviços que atendem desde

as crianças até os idosos, buscando sempre aliar sofisticação, conforto e diversão, a fim de satisfazer a todos que lá se hospedam.

O terceiro resort implantado no Complexo, o Wellness Beach Park Resort (Figura 15), foi inaugurado em 2013, com 360 unidades habitacionais (UHs), sendo divididas em: apartamentos suíte júnior, suíte luxo, suíte premium e suíte wellness. Foi idealizado a partir da união dos conceitos de resort e spa, trazendo em seu nome o conceito de “resorts bem-estar”, segmento de resorts já existente nos principais centros turísticos do mundo, criado com o intuito real de explorar o conceito de bem-estar em sua estrutura e serviços, dispendo de um verdadeiro complexo de lazer, com: quadra poliesportiva, salão de jogos, playground externo, três piscinas, hidromassagem, área para praticar exercícios ao ar livre, salas de massagens, saunas a vapor e seca, bar molhado, tenda zen, brinquedoteca, wi-fi, área fitness, kid’s club, loja de conveniência e equipe de recreação. (BEACH PARK, 2018).

Figura 15 – Wellness Beach Park Resort

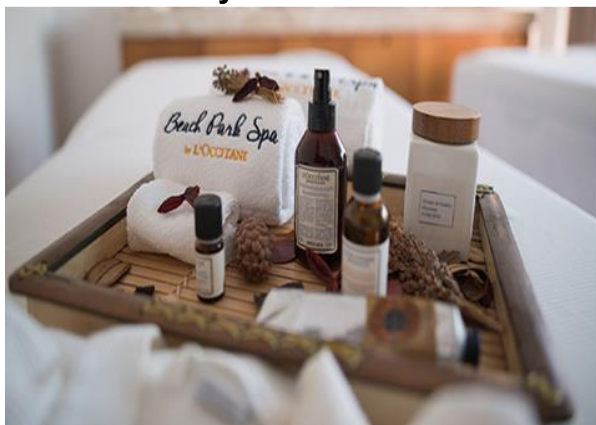


Fonte: Beach Park (2018).

O resort em questão apresentou como diferencial os serviços do spa, o Beach Park Spa by L'Occitane (Figuras 16 e 17), que foi planejado objetivando garantir momentos de bem-estar e conforto aos clientes, aos hóspedes e ao público em geral. É um ambiente com padrão internacional de qualidade em estrutura e atendimento, que possui diversas opções de tratamentos para o corpo e para a face:

aromacologia (massagens, esfoliação e terapias), karitê para face e corpo (máscara para o rosto e massagem para o rosto e corpo), amêndoa – tratamentos corporais (desintoxicante e modelador), tratamentos immortelle (Para regenerar e firmar a pele), e tratamentos verbena (Massagem Provençal com Pindas). Seu funcionamento acontece das 11:00 às 23:00 horas.

**Figura 16 – Beach Park Spa
by L’Occitane**



Fonte: Beach Park (2018).

**Figura 17 – Beach Park Spa
by L’Occitane**



Fonte: Beach Park (2018).

Já na área de alimentos e bebidas, o resort possui o restaurante Azul do Mar, com buffet no café da manhã; serviço à la carte no almoço; e cozinha show, com pratos diferentes todos os dias e preparados ao vivo, no jantar. E o lobby bar, local para relaxar, com petiscos e drinks disponíveis.

Vinculado a todos os resorts, tem-se o Beach Park Praia, um espaço atrelado às propostas de lazer dos resorts, onde ficam à disposição dos hóspedes o Restaurante Beach Park Praia (Figura 18), um amplo restaurante ao ar livre, que tem como especialidade caranguejo e comidas típicas nordestinas, o qual recebeu os prêmios de Melhor Caranguejo 2004, 2009 e 2014; e melhor Barraca de Praia 2004, 2009, 2012 e 2017, ambos pela Revista Veja; o Palco Beach Sounds (Figura 19), projeto em que bandas locais se apresentam ao vivo, com trilha sonora que inclui música nacional, pop, rock, reggae, ska, samba-rock, instrumental etc., indo do hit ao clássico, abrangendo música para todos os gostos. Dispõe ainda do Chandon Bubble Lounge (Figura 20), um espaço com espreguiçadeiras, puffs e sofás, que tornam o ambiente mais agradável e descontraído, com um cardápio planejado para que cada prato seja harmonizado com uma variação específica de Chandon.

Figura 18 – Restaurante Beach Park Praia



Fonte: Beach Park (2018).

Figura 19 – Palco Beach Sounds



Fonte: Beach Park (2018).

Figura 20 – Chandon Bubble Lounge



Fonte: Beach Park, 2018.

O Complexo Turístico Beach Park conta com o Parque Aquático; um hotel, o Oceani Beach Park Hotel; três resorts: Beach Park Suítes Resort, Beach Park Acqua Resort, e Beach Park Wellness Resort, implantados, respectivamente, nessa ordem de apresentação; um spa, o Beach Park Spa by L'Occitane; e os espaços na praia, o Palco Beach Souds, o Chandon Bubble Lounge e o Restaurante Beach Park Praia. Assim, tem-se uma estrutura completa para atender aos turistas que buscam conhecer o parque aquático e hospedarem-se em suas proximidades, para terem diversão e conforto atrelados em sua estadia na Praia do Porto das Dunas.

Frente à sua grande dimensão e representatividade para o turismo e a hotelaria, o Beach Park é filiado a importantes órgãos de turismo e lazer, no Brasil e no exterior, fazendo parte da *World Waterpark Association (WWA)*; International

Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA); Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento (ABRASEL); e Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH). Durante seus trinta anos de funcionamento, já conquistou importantes prêmios, dentre eles estão: Qualidade World Waterpark Association (WWA), Industry Leadership (WWA), Melhor Parque do País (Jornal O Estado) e Melhor Parque Temático (Revista Viagem e Turismo). (BEACH PARK, 2007).

Em 2017, o referido complexo turístico acumulou vários títulos, como o segundo melhor parque aquático do mundo pelos usuários do TripAdvisor, empreendimento com melhor Barraca de Praia, de acordo com a Revista Veja Comer & Beber Fortaleza, e o reconhecimento como uma das melhores empresas para trabalhar pelo selo Great Place to Work (GPTW), e é um dos principais destinos turísticos, que recebe visitantes de várias partes do Brasil e de outros países durante o ano todo, tendo “pelo segundo ano consecutivo, atingido a marca de 1 milhão de pessoas que se divertiram no melhor Acqua Park da América Latina e segundo melhor do mundo” (Associação de Empresas de Parque Aquático do Brasil - ADIBRA, 2018).

Entende-se que o propósito das pessoas que passam pelo complexo gira em torno da diversão, do descanso, da hospedagem e de parcerias de negócios, tendo a seu favor um vasto cenário de beleza natural do litoral cearense. O fato de ser considerado um dos destinos turísticos mais visitados do país tem um grande significado para o diretor-geral do Beach Park, Murilo Pascoal, conforme afirmou em entrevista à ADIBRA (2018):

O mérito é fruto do trabalho, esforço e dedicação de toda a equipe, que conta atualmente com 2.500 colaboradores diretos. “Para nós, o reconhecimento dos visitantes é tão importante quanto o dos colaboradores, em quem confiamos toda a responsabilidade de oferecer um atendimento de excelência ao público e a quem nos esforçamos para proporcionar o melhor ambiente de trabalho”, ressalta. (ADIBRA, 2018).

As áreas dotadas de um maior valor paisagístico, que mostram nítidas características que atraem visitantes, são planejadas para que lá sejam implantados os empreendimentos de grande porte. Portanto, “a quantidade de empreendimentos do tipo resort instalados na orla marítima demonstra a extensão dos projetos desenvolvidos pela prática turística no litoral cearense e a forma como essa

atividade se apropria desses lugares.” (ROCHA; CORIOLANO, 2014, p. 90).

O Complexo Turístico Beach Park configura-se de forma muito clara como exemplo dessa realidade, e sua criação despertou, inevitavelmente, os olhares atentos de todo o *trade*, definido por Mota (2001, p. 71) como sendo “as áreas envolvidas na prestação de serviços para atender às necessidades comuns de todos os turistas”, direcionados para si, por todas as representações de crescimento que já apontavam para o turismo, a partir de sua implantação.

Dessa maneira, o referido complexo pode ser visto como um referencial de estudo, frente à vasta dimensão que possui e por todos os equipamentos que engloba, a exemplo, os resorts, meios de hospedagem que estão presentes no SBClass, sobre o qual se explanará acerca de sua implantação, desenvolvimento e atuação na hotelaria.

3.2 O SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

À medida que a hotelaria passou a se expandir em todo o mundo, percebeu-se a importância, por meio de alguma maneira, de possibilitar aos turistas que buscavam se hospedar ter qualidade e comodidade em sua estadia. De acordo com Duarte (2005), surgiu, a princípio na Europa, o sistema de classificação de hotéis, indicado por estrelas, o qual, posteriormente, veio a se expandir para todo o mundo. De maneira oficial, conforme Castelli (2003), a classificação dos meios de hospedagem ocorreu no final da década de 60, com o propósito de dar aos clientes a percepção do que estaria nos empreendimentos hoteleiros à espera deles, bem como possibilitar aos donos desses empreendimentos a percepção do que esses precisavam adequar para melhor atender e se enquadrar nos moldes propostos pelo padrão de estrelas. Sobre o uso das estrelas, Santos e Kadota (2012) ressaltam que voltou a vigorar em território nacional em 2010, com a criação do SBClass, após anos de indefinição do sistema de classificação hoteleira, o qual sofreu profundas alterações entre 1998 e 2002.

Em se tratando do sistema de classificação dos meios de hospedagem no Brasil, historicamente falando, ele tem evoluído consideravelmente, desde a década de 70, e passou a ser obrigatório em 1977, quando foi criada a Lei nº 6.505. Essa lei dispõe sobre as atividades e serviços turísticos; estabeleceu condições para o seu funcionamento e fiscalização; e considerou como serviços turísticos os prestados

pelos seguintes empreendimentos: Hotéis, Albergues, Pousadas, Hospedarias, Motéis, e Hotéis-residências, tendo como requisitos de classificação conforto, serviços e preços. Em 1980, foi publicado o Decreto nº 84.910, que regulamentou os dispositivos da Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, referentes aos meios de hospedagem de turismo e criou um capítulo exclusivo sobre a classificação dos empreendimentos. Já em 1991, a Lei nº 8.181 deu ao Instituto Brasileira de Turismo (Embratur) a função de classificar os empreendimentos dedicados às atividades turísticas. Mas somente em 2002 foi divulgada a Deliberação Normativa nº 429, a partir da qual os meios de hospedagem passaram a ser classificados em categorias (BRASIL, 2014). Essas categorias são representadas por símbolos, as estrelas, conforme mostra a Figura 21:

Figura 21 – Categorias dos meios de hospedagem

Categoria	Estrelas
Super Luxo	★★★★★SL
Luxo	★★★★★
Superior	★★★★
Turístico	★★★
Econômico	★★
Simple	★

Fonte: BRASIL (2002).

Diante das várias alterações pelas quais o sistema de classificação de hotéis foi passando ao longo dos anos, vários autores foram apresentando seus posicionamentos. Tem-se como exemplo Lawson (2003), o qual afirma que o sistema de classificação de hotéis constituía-se em dois tipos: classificações oficiais, aquelas que têm seus padrões delimitados por órgãos governamentais; e classificações independentes, pelas quais os hotéis recebem vistoria e avaliação por empresas ou associações específicas.

A classificação hoteleira, quanto aos diferentes tipos de hospedagem, se mostra semelhante em autores como Beni (2000), Andrade (2000) e Lawson (2003). Contudo, cada um deles apresenta suas particularidades, as quais são observadas e explicitadas nesse tópico, a fim de tornar mais evidentes os motivos pelos quais foi criado, em 2011, o último Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de

Hospedagem.

Os dois primeiros autores são os que mais se aproximam, pelo fato de citarem, de forma bem próxima, os mesmos meios de hospedagem. Porém, Beni (2000) disponibiliza uma maior quantidade deles e, ainda, os engloba em dois grupos distintos: os hoteleiros, que se caracterizam pela possibilidade de uma melhor distinção quanto aos seus serviços ofertados; e os extra hoteleiros, os quais disponibilizam a hospedagem, sem ofertar uma possível comparação entre os serviços neles existentes. Já Lawson (2003) expõe a classificação por meio da quantidade de apartamentos, partindo de estabelecimentos que possuem uma quantidade menor que 25, e indo até os que contabilizam um número maior que 1000.

Dentre os meios de hospedagem hoteleiros, como classifica Beni (2000), está o hotel-padrão, com ocupação eminentemente temporária, incluindo serviço completo de alimentação, entre outros. Em combinação com as características deste, tem-se o hotel de saúde, spa, que se diferencia pelo interesse de seus hóspedes em benefícios para a saúde física e mental. Ainda com semelhanças ao primeiro, pode-se citar o hotel-residência ou suíte *service*, que dispõe de serviços de alimentação parciais e seu aluguel básico é cobrado por uma semana completa. Já o *Timeshare* é um estabelecimento comercial hoteleiro diferenciado, visto que utiliza o processo de tempo compartilhado, com venda de títulos de propriedades individuais, sendo que tal processo garante ao sócio patrimonial o uso de alojamento, segundo uma programação previamente estendida. Esse empreendimento pode atuar isolado ou integrante da rede hoteleira.

Voltados para recreação e entretenimento, listam-se por Beni (2000): os hotéis de lazer, os quais se localizam fora dos centros urbanos, oferecendo amplas áreas não edificadas com cenários paisagísticos deslumbrantes; o hotel-clubes, próprio ou credenciado por entidades associativas ou clubes de serviço, que atende a uma clientela dirigida, com grande redução no preço de diárias. E um outro, de grande destaque, citado por Andrade (2000), é o resort, empreendimento de grande porte, localizado próximo a atrativos da natureza, dispendo de instalações sofisticadas e classificação de quatro ou cinco estrelas.

Ainda na categoria de lazer, com foco voltado para a prática de atividades recreacionais campestres e de contato com a natureza, Beni (2000) dispõe sobre o hotel fazenda, que varia de uma simples pousada até um hotel de luxo, tendo suas

instalações com elementos que lembram atividades agrícolas e pastoris; e o eco hotel, situado em florestas tropicais ou em áreas naturais protegidas, com arquitetura e estrutura construtiva adaptadas às condições do meio ambiente no sentido de preservar a integridade da paisagem e integrar o hóspede no primitivismo do entorno original. Com características similares, Andrade (2000) lista os hotéis de selva (*Lodges*), estruturados sob a forma de chalés, cabanas e similares, tendo seu destino voltado ao turismo termal, de caça, de pesca e de aventura.

Sob uma óptica de atendimento direcionada à praticidade e comodidade, Andrade (2000) enumera: os hotéis econômicos, que têm instalações mais simples e oferecem tarifas reduzidas; o hotel em terminal de transporte, destinado a alojar passageiros em trânsito aguardando conexões; os motéis, sendo estes comumente localizados próximos às rodovias, com tarifas cobradas por horas. E, ainda, nos mesmos moldes, com serviços voltados às facilidades do hóspede, apresentam-se: os hotéis centrais, localizados em áreas de intensa atividade comercial ou de lazer; e hotéis não-centrais que visam atender a uma demanda específica, como a de áreas de atrativos turísticos.

Além dos vários equipamentos hoteleiros enumerados, existem ainda os hotéis históricos e os hotéis-cassino, pouco comuns e, os últimos, inexistentes no Brasil. Os primeiros, voltados ao benefício e à preservação da História, correspondem a antigas instalações reconhecidas pelo Poder Público por sua importância histórica. Os hotéis-cassino são hotéis em que a renda principal resulta dos jogos de azar.

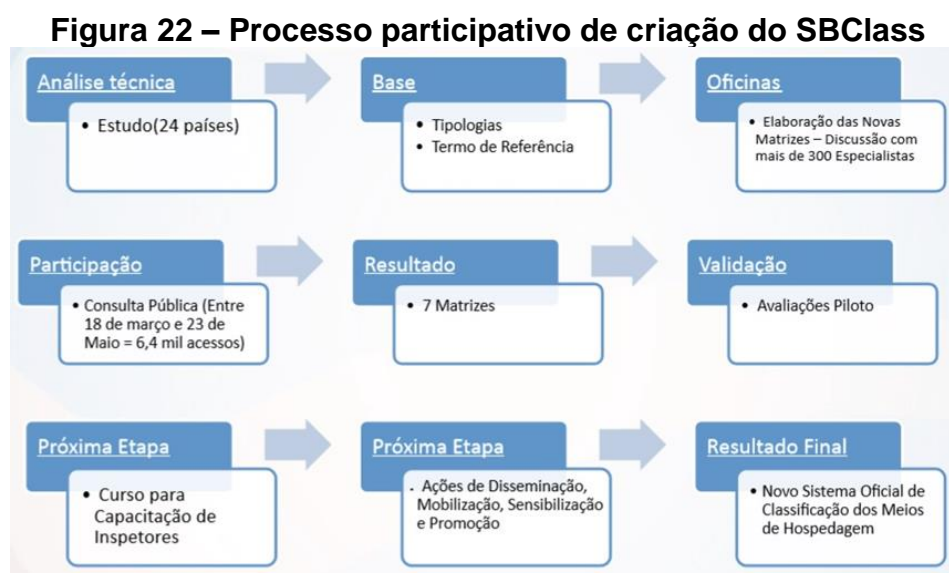
Em se tratando de equipamentos extra hoteleiros, o número de opções citadas é também considerável, em virtude dos vários propósitos a que se destinavam. Dispunham tanto de espaços elaborados para lazer, quanto atendem aos que buscam a um simples pernoite.

Para esses empreendimentos, Beni (2002) lista-os juntamente às suas características, sendo eles: a colônia e o acampamento de férias, com foco no lazer; os albergues de turismo, que possuem traços não tão fortes no atendimento ao lazer, e sim no turismo social; o apart-hotel, o flat e a segunda residência, caracterizando-se, respectivamente, em: empreendimento comercial, condomínio residencial e imóvel próprio para utilização em férias, fins de semana e feriados prolongados. Com traços também referentes à locação, são listados: o acampamento turístico (*Camping*), o móvel locado, a pousada e o parador. Por fim,

o autor enumera os meios de hospedagem que se enquadram nos moldes mais simples da oferta de serviços: as hospedarias, pensões e os quartos leitos em casas de família.

Tais empreendimentos, ao longo da História, foram apresentando, a partir de suas características específicas, uma diversidade de tipologias, como pode ser constatado por Beni (2002), que divide os empreendimentos em hoteleiros e extra hoteleiros, listando um total de 21 tipologias; já Campos (2005) apresenta 22 tipologias, sendo que algumas já são diferentes das citadas pelo primeiro autor. Essa diversidade passou a dificultar ao turista a busca pelo empreendimento ideal ao atendimento de suas necessidades.

Dessa forma, o MTur, com o objetivo de “possibilitar a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxiliar os turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas”, optou por uma classificação padronizada, coerente com as diversidades dos tipos de meios de hospedagem e baseada em critérios técnicos, após realizar todo um processo de pesquisas e estudos, conforme mostra o fluxograma da Figura 22. Assim, editou a Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011, a qual instituiu o “Sistema Brasileiro de Classificação de Meios Hospedagem (SBClass), como estratégia para promover e assegurar a competitividade em um mercado global altamente disputado”. (BRASIL, 2010).



Fonte: BRASIL (2010).

Com a criação do SBClass, o MTur voltou-se para o propósito de atender à diversidade da oferta hoteleira nacional, estabelecendo, de forma participativa, em

parceria com o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), a Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM) e a sociedade civil, sete tipos de meios de hospedagem, sendo eles: Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel. O pré-requisito para o empreendimento solicitar e participar do processo de classificação seria a regularidade do cadastro do Meio de Hospedagem no Mtur, por meio do Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), um Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, o qual foi criado em 2008, a partir do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2007-2010:

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 em seu Macroprograma “Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos” visou à normatização dos prestadores de serviços turísticos. Foi com esse intuito que surgiu o Cadastur, onde diversos integrantes da atividade turística têm seu cadastro obrigatório e outros tantos a possibilidade de cadastro opcional. Ele nasceu da necessidade do Ministério do Turismo de regulamentar o setor. Anteriormente o cadastro era feito pela Embratur, quando esta tinha *status* de empresa de turismo. Porém, quando essa passou a ser uma autarquia, com a criação do Mtur, em 2003, percebeu-se uma grande oferta de prestadores de serviços que não sofriam a obrigatoriedade de nenhum cadastro oficial junto ao órgão de turismo, e esta situação dificultava o desenvolvimento de uma política de qualificação das empresas e profissionais do ramo turístico. (RELATÓRIO CADASTUR, 2012, p. 07).

Visando à implantação dessa política de qualificação para as empresas do segmento turístico, de acordo com o Relatório Cadastur (2012), o Cadastur apresenta uma gestão descentralizada, distinguindo-se da gestão centralizada da Embratur, tudo em Brasília, dificultando a interlocução com as empresas do setor. Dessa maneira, por meio de convênio, o Mtur delega aos órgãos de turismo dos estados a responsabilidade pelos cadastros dos prestadores de serviços turísticos de sua Unidade Federativa (UF), enquanto que na Embratur era tudo centralizado em Brasília, e este distanciamento geográfico não possibilitava uma interlocução efetiva com as empresas do setor.

O Cadastur, acessado de forma *online*, realizado gratuitamente, permite o acesso a diferentes dados sobre os prestadores de serviços turísticos cadastrados, visando promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil.

Após verificação de cadastro junto ao Mtur, a empresa interessada em receber a classificação poderia dar continuidade ao processo de classificação em

uma das sete tipologias presentes no SBClass, com suas respectivas categorias. Para diferenciarem-se as categorias, adotou-se a consagrada simbologia de estrelas, porém estabeleceram-se requisitos específicos para cada tipologia, sendo eles: infraestrutura, serviços e sustentabilidade, os quais serão abordados, a partir de seus conceitos e especificidades.

3.3 OS REQUISITOS DE INFRAESTRUTURA, SERVIÇOS E SUSTENTABILIDADE DO SBCLASS

O SBClass está fundamentado em uma série de requisitos a que os meios de hospedagem devem atender, sendo eles: infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Tais requisitos são divididos em: Mandatórios (M), que possuem cumprimento obrigatório pelo meio de hospedagem; e Eletivos (EL), de livre escolha do meio de hospedagem, tendo como base uma lista pré-definida com tais requisitos para cada tipologia.

Os requisitos de infraestrutura, conforme o SBClass, estão vinculados às instalações e aos equipamentos, sendo ambos necessários a todos os empreendimentos hoteleiros. Os resorts, definidos conforme Brasil (2010, p. 07) como “hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento”, apresenta a necessidade de cumprimento para possuir em sua infraestrutura uma diversidade de instalações e equipamentos que atendam aos requisitos solicitados.

Encontrando-se o Brasil no rol dos destinos turísticos mundiais, diversos empreendimentos hoteleiros estão investindo de forma bastante enfática em infraestrutura moderna e dispendo de serviços diferenciados de lazer, com o propósito de atrair cada vez mais clientes. Dentre as instalações e os equipamentos, tem-se: academias, campos de golfe, piscinas privativas, DJs internacionais, spas, galerias de artes, lojas de conveniência e artesanato, com destaque para os produtos locais, piscina com bar molhado, hidromassagem, sauna, paisagens belíssimas, dentre outros. Nessa perspectiva, os empreendimentos proporcionam aos seus hóspedes a oportunidade exclusiva de diversão e lazer, atrelando inovação e experiências inéditas, o que os coloca em condição de diferencial com atrativos que proporcionam satisfação e fidelização dos clientes.

Para a tipologia Resort, o SBClass estabelece as categorias de quatro estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo), o que se configura como o nível máximo para um empreendimento possuir, tendo em vista que, pelo SBClass, uma tipologia pode ter de uma a cinco estrelas, mas nem todas as tipologias classificadas dentro do Sistema atingem a todos os níveis, como é o caso dos resorts, que se destacam assim pela grande estrutura que possuem e pela diversidade de itens que dispõem em sua estrutura, em todos os requisitos.

Portanto, pode-se ter tal percepção a partir do requisito de infraestrutura, o qual apresenta a maior quantidade de itens na Matriz de Classificação (Anexo 1), e está vinculado às instalações e aos equipamentos (BRASIL, 2010, p. 06).

Na referida Matriz, os itens desse requisito são divididos em: Áreas comuns, Unidades Habitacionais (UH) e Alimentos e bebidas (A&B). As áreas comuns (AC) estão relacionadas a todos os aspectos que são utilizados pelos hóspedes dentro do hotel de maneira coletiva: banheiros sociais, salas de reuniões, salas de ginástica, academias, toalhas para piscina, jornais, cadeiras de sol etc. Logo, precisam ser cuidados e preservados para o uso satisfatório de todos os hóspedes. Quanto a UH, “é o espaço que compreende as áreas principais de circulação comuns do estabelecimento destinado à utilização pelo hóspede, para bem-estar, higiene e repouso.” (CASTELLI, 2003, p. 57). Assim, tem-se como as AC a necessidade do cuidado com a limpeza, manutenção, decoração e outros pontos mais que são percebidos pelos clientes.

Por fim, tem-se a área de A&B, a qual, dentro da estrutura organizacional e funcional do hotel, de acordo com Castelli (2003), é a mais complexa. Para o autor, ela exige uma grande demanda de profissionais para executarem a mão de obra e, em contrapartida, pode ter um retorno financeiro menor do que o investimento feito. Assim, alguns hotéis optam por terceirizar essa área, o que pode não ser positivo, dependendo da empresa terceirizada. No entanto, muitos outros hotéis têm observado que a área em questão pode ser bastante rentável para o hotel, com uma representatividade de 40% ou mais da receita do empreendimento. Mas, para que isso se concretize, a empresa necessita ter uma organização e controle excelentes, dispondo de um gestor que atue com excelência à frente administração.

No que se refere ao requisito de serviços, esses estão vinculados à oferta de serviços, sendo o conceito de serviço definido por Vieira (2004, p. 77) como:

Ações, atos que, diferentemente dos produtos, possuem um enfoque intangível, pois seu resultado ou produto final é sempre um sentimento, seja ele de satisfação ou não. E isso varia de pessoa para pessoa, isto é, cada cliente poderá ter uma reação diferente para um mesmo tipo de serviço. (VIEIRA, 2004, p. 77).

Mesmo que a tecnologia tenha se expandido e progredido consideravelmente nas empresas hoteleiras, o elemento humano permanece a atuar como imprescindível para a oferta dos serviços disponibilizados, ou seja, “a demanda é humana, e a oferta depende fundamentalmente do elemento humano.” (CASTELLI, 2003, p. 36), o qual necessita ser qualificado, a fim de garantir que o nível de serviços prestados seja o melhor possível. E as empresas que prestam serviços, a fim de serem competitivas, precisam investir na qualificação de seus colaboradores, por meio de treinamentos e educação.

Para Castelli (2003, p. 37), “o profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca, através da prestação de seus serviços, a satisfação das necessidades e dos desejos de outros seres humanos”. Assim, é imprescindível que os profissionais sejam qualificados para poderem prestar serviços de excelência e, dessa forma, o empreendimento possa ter hóspedes satisfeitos e que façam avaliações positivas, que demonstrem seu interesse em retornar.

Por fim, falando sobre o último requisito da Matriz de Classificação, tem-se os requisitos de Sustentabilidade, para o qual Brasil (2010, p. 06) explica que:

Os requisitos de sustentabilidade estão vinculados às ações de sustentabilidade (uso de recursos, de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações). (BRASIL, 2010, p. 06).

Atender a essas necessidades no turismo é algo de extrema importância, por isso, a sustentabilidade nesse segmento é defendida de maneira ampla e busca garantir a preservação de recursos naturais, bem como defender a cultura e integridade de comunidades visitadas, fazendo com que o turista se aproxime dos residentes locais e haja empatia entre ambos. E para que aconteça a promoção dessa temática nos destinos turísticos, o Brasil dispõe das normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e de políticas de incentivo do Mtur. Possui ainda as políticas públicas desenvolvidas pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA),

as quais buscam promover a produção e o consumo sustentáveis, tendo esses importância em seus respectivos significados:

Produção sustentável é a incorporação, ao longo de todo ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais. Já o consumo sustentável pode ser definido, segundo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), como o uso de bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes durante todo ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações. (BRASIL, 2018).

A partir do momento em que os conceitos que giram em torno da sustentabilidade passam a ser propagados na hotelaria, a responsabilidade socioambiental, que está ligada a ações que respeitam o meio ambiente e a políticas que tenham como um dos principais objetivos a sustentabilidade (BRASIL, 2018), entram verdadeiramente em ação.

Essa é uma real necessidade do setor, levando-se em consideração que o turismo é um dos mais importantes segmentos econômicos no Brasil, tendo os hotéis como prestadores de serviços turísticos que causam, de acordo com Cooper et al. (2007), significativos impactos ambientais, os quais são variados e complexos e geram modificações nos espaços socioambientais. As áreas em que podem ocorrer esses impactos são: na utilização da água, no uso de energia, na reciclagem, no descarte de resíduos e na fragilidade da própria natureza, local onde são instalados os empreendimentos.

Portanto, diante dos problemas ambientais gerados pelas atividades econômicas, surgiu um cenário de resposta, o qual, pela perspectiva de Epelbaum (2006, p. 116), determinou os rumos da gestão ambiental, definida por ele como: “A aplicação dos princípios de planejamento e controle na identificação, avaliação, controle, monitoramento e redução dos impactos ambientais a níveis predefinidos”. É possível se perceber na atualidade essa temática tão evidente, seja nas empresas de forma generalizada, e mais propriamente nos empreendimentos hoteleiros, onde podem ser vistas ações constantes para serem colocados em prática os princípios que norteiam a variável ambiental no meio corporativo. E certamente, pela perspectiva de Bernardelli Junior (2014), esse é um fator que faz com que as empresas adotem a gestão ambiental em seus negócios como um elemento que

lhes proporcione vantagens competitivas, vantagens essas que só tendem a se ampliar, como bem enfatiza o Secretário-Geral da ONU, Zurab Pololikashvili (2018):

As viagens internacionais continuam a crescer fortemente, consolidando o setor de turismo como um dos principais impulsionadores do desenvolvimento econômico. Como o terceiro setor de exportação do mundo, o turismo é essencial para a criação de emprego e a prosperidade das comunidades em todo o mundo. No entanto, à medida que continuamos a crescer, devemos trabalhar mais juntos para garantir que este crescimento beneficie todos os membros de cada comunidade de acolhimento e está em conformidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. (ZURAB POLOLIKASHVILI, 2018).

Para fortalecer as práticas sustentáveis no turismo, a adoção do requisito de sustentabilidade para compor o SBClass tem um relevante significado, uma vez que norteia os empreendimentos a adotarem padrões que condizem com os princípios socioambientais tão propagados e imprescindíveis para o bom desenvolvimento de uma empresa e dos colaboradores que nela atuam. Com o intuito de fortalecer o que já está proposto atualmente, a ABNT está desenvolvendo:

Uma norma voltada para a sustentabilidade nos meios de hospedagem, que servirá como base para um novo protocolo da entidade mundial responsável pela padronização de produtos e serviços, a ISO (sigla em inglês de International Organization for Standardization). O documento brasileiro intitulado “Meios de hospedagem — Sistema de gestão da sustentabilidade — Requisitos” irá embasar o que já está sendo chamado de ISO/CD 21401, com previsão de publicação para o segundo semestre de 2018. A decisão foi anunciada no ano dedicado ao Turismo Sustentável pela Organização das Nações Unidas (ONU). A norma foi criada pela ABNT, em parceria com o Comitê Brasileiro de Turismo, do qual o Ministério do Turismo faz parte. (BRASIL, 2018).

Frente a tal iniciativa, tão recente e aprofundada, faz-se ainda mais evidente a importância dada ao requisito da sustentabilidade no âmbito do turismo, e a adoção dessa norma pelos meios de hospedagem só tende a fortalecer o setor, uma vez que:

Os turistas estão mais exigentes, e os destinos turísticos cada vez mais competitivos. A adoção da norma possibilita a redução de custos operacionais e de impactos socioambientais; contribui para a conservação e a recuperação da biodiversidade; promove a justiça social e a valorização da cultura local; estimula a participação e a transparência nos processos de decisão e representação comunitária; e proporciona destaque no mercado com a certificação do empreendimento. (BRASIL, 2018).

Portanto, a partir da conceituação, da explanação e do aprofundamento

acerca dos três requisitos que compõem o SBClass, o referido estudo propõe-se a realizar uma análise de cada um deles a partir dos resorts do Beach Park. Assim, far-se-á a explanação dos procedimentos metodológicos da pesquisa e a respectiva apresentação e discussão dos resultados.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base na metodologia para o alcance do objetivo, houve a necessidade da inserção do pesquisador no ambiente de investigação, nos empreendimentos hoteleiros auto classificados de resorts pelo Beach Park, localizados no Porto das Dunas. Dessa forma, optou-se pelos três empreendimentos, por serem os que se enquadram na tipologia resort e fazem parte do Complexo Turístico Beach Park, o qual possui o maior Parque Aquático da América Latina.

Essa pesquisa classifica-se como documental, a qual, de acordo com Marconi e Lakatos (2016, p. 157), tem como característica: “que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias”. A pesquisa conta com a utilização de fontes primárias e secundárias, as quais Schuller (2003, p. 83) define, respectivamente, como: “as que provêm de organismos que realizaram as observações”; e “quando se recorre a dados já publicados ou que, sem haver sido publicados, foram recompilados originalmente por outros”. Ou seja, as fontes primárias resultam de uma observação feita pelo pesquisador de determinado documento e do ambiente virtual; e as fontes secundárias podem ser exemplificadas a partir dos estudos apresentados em congressos, seminários, publicados em periódicos, dissertações de mestrados, teses de doutoramentos etc.

O estudo apresenta-se com visão crítica da realidade para analisar os requisitos do SBClass nos empreendimentos hoteleiros do Beach Park, utilizando-se de uma abordagem qualitativa, a qual, de acordo com Gil (2002, p. 133):

Depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação. Pode-se, no entanto, definir esse processo como uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório. (GIL, 2002, p. 133).

As fontes primárias documentais usadas na referida pesquisa de campo, na qual “o objeto/fonte é abordado em seu meio ambiente próprio.” (SEVERINO, 2007, p. 123), foram duas: a Matriz de Classificação dos Meios de Hospedagem –

Tipologia Resort, do Ministério do Turismo (2010) – (Anexo 1), e as 66 avaliações dos usuários postadas na plataforma do TripAdvisor.

Com a Matriz de Classificação dos Meios de Hospedagem – Tipologia Resort, buscou-se realizar uma explanação sobre os requisitos nela propostos e, assim, poder verificar e analisar quais deles existem nos resorts A, B e C do Beach Park, a partir de um levantamento feito com os gestores dos referidos empreendimentos. A referida Matriz é estruturada em 114, 65 e 13 itens, de infraestrutura, serviços e sustentabilidade, respectivamente. E esses se dividem em: Mandatórios (M) - obrigatórios e Eletivos (EL) - opcionais. Para destacar a resposta nos itens existentes no resort, o gestor foi orientado a colocar um asterisco (*) ao lado do M ou EL, presentes nas colunas das categorias de 4 ou 5 estrelas da Matriz de Classificação.

Outro instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa de campo foi o questionário, que, de acordo com Severino (2007, p. 125), é: “um conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados, com vistas a conhecer a opinião dos mesmos sobre os assuntos em estudo”. O questionário aplicado, separadamente, em cada um dos três resorts, constituiu-se de 10 perguntas (Apêndice A), sendo que as 05 primeiras abordam sobre a classificação dos resorts; e as 05 últimas tratam sobre a percepção dos gestores em relação às avaliações dos hóspedes nas redes sociais.

A coleta de dados nos resorts concretizou-se entre os dias 22 de março a 17 de abril de 2018, período em que efetivamente foi possível realizar a aplicação dos questionários com os gestores.

Por fim, para confirmar os dados coletados juntos aos resorts, julgou-se necessário analisar as opiniões dos clientes que se hospedaram nos empreendimentos estudados, a partir das avaliações postadas no site TripAdvisor, plataforma que possui “83,4 milhões de usuários únicos mensais, 2,8 milhões de usuários únicos mensais no Brasil, 125 avaliações por minuto, 2,8 mil tópicos publicados nos fóruns/dia” (SEBRAE, 2015, p. 01). Para isso, realizou-se uma pesquisa Netnográfica, entendendo que:

O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em

1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico. (BRAGA, 2007, p. 05).

Kozinets (2002 apud CORREIA, 2017, p. 165) refere-se à netnografia como uma ferramenta de pesquisa qualitativa que adapta as técnicas da abordagem etnográfica ao estudo de culturas e comunidades que estão surgindo através da comunicação mediada pelo computador (CMC). Trata-se de uma abordagem capaz de prover informações de simbolismos, significados e padrões de consumo de grupos de consumidores *on-line*. A netnografia implica em uma análise do papel das redes sociais nas respostas dos sujeitos envolvidos que postam suas avaliações.

Para tal metodologia, conforme Kozinets (2010), a pesquisa é feita a partir de um passo a passo que se deve seguir: escolher quais tópicos analisar, selecionar a amostra, detectar a identidade cultural dos indivíduos em foco e, por fim, fazer a coleta e análise de dados. Essa última pode ser feita a partir de tipos distintos de captura, que são:

1. Dados coletados e copiados diretamente dos membros (usar filtros para otimizar a pesquisa);
2. Informações das práticas comunicacionais dos membros;
3. Dados levantados em entrevistas com membros por e-mails ou chats;
4. Relatório e *feedback* dos pesquisados.

Nessa perspectiva, foram pesquisadas, no Site TripAdvisor (2018), as opiniões/avaliações dos clientes que já se hospedaram nos resorts do Beach Park. Primeiramente, selecionou-se no filtro “Época do ano” o período de dezembro a fevereiro (Dez-Fev), tendo em vista que corresponde ao período de alta estação e vislumbra-se encontrar muitas avaliações relativas ao período. Contudo, a partir do momento em que se começou a fazer a leitura e a análise das avaliações, percebeu-se de forma recorrente reclamações pertinentes às reformas que estavam ocorrendo nos resorts. E o foco dos hóspedes nesse fato, nas avaliações postadas, não gerava comentários relativos aos requisitos propostos para análise: os serviços, a infraestrutura e a sustentabilidade. Então, já sabendo que o período seguinte disponível no filtro “Época do ano” seria de Março a Maio (Mar-Mai) e que já haviam nesses meses ocorrido várias melhorias e as reformas estariam mais próximas do

fim, como informado nas páginas de cada resort (Figura 23), acreditava-se que se conseguiria coletar mais informações referentes aos requisitos nas avaliações feitas pelos hóspedes, daí a escolha pelo período de março a maio de 2018.

Figura 23 – Aviso sobre reformas nos resorts do Beach Park

Acqua | Beach Park | Resorts e Parque em Fortaleza

teste.beachpark.com.br/mobile/resorts/acqua

Informamos que durante o período de 19/02 a 29/06 estaremos realizando a pintura da fachada externa do bloco Barlavento e retrofit dos apartamentos.

Fonte: Beach Park (2018).

Portanto, o levantamento das avaliações foi realizado no período de março a maio de 2018, sendo feito de forma separada para cada um dos resorts. É importante ressaltar que, seguindo os passos propostos por Kozinets (2010), opta-se por fazer um filtro das avaliações que se deseja analisar no site, sendo ele “Época do ano” - meses de março a maio, e “Idioma” - Português, como mostra a Figura 24.

Figura 24 – Filtros para seleção de avaliações no TripAdvisor

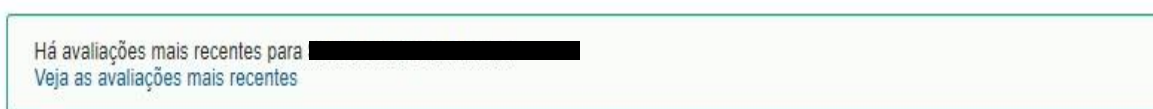


Fonte: TripAdvisor (2018).

Com essa filtragem, obteve-se um total de 316, 179 e 276 avaliações para os resorts A, B e C, respectivamente. No entanto, observando as avaliações após ter selecionado o filtro “Época do ano”, percebeu-se que o TripAdvisor

apresenta avaliações de todos os anos para o período de março a maio, desde que o resort começou a fazer parte do site. Assim, tem-se, na ordem, para os resorts A, B e C, avaliações desde: março a maio de 2012; maio e abril de 2013; e março e maio de 2013. Dessa forma, optou-se em fazer uma análise somente das avaliações referente a março, abril e maio de 2018, devido aos dados serem os mais atuais. Como já explicitado, foi feito um levantamento das avaliações realizadas somente nesse período. Primeiro, selecionou-se a opção “Veja as avaliações mais recentes” (Figura 25), que fica disponível logo abaixo do total de avaliações feitas para o resort.

Figura 25 – Opção para ver avaliações no TripAdvisor



Fonte: TripAdvisor (2018).

Mas, quando se seleciona o filtro “Época do ano” – março a maio, essa opção desaparece da página. Então, a opção para coletar as avaliações do período desejado foi a partir da verificação individual de todas as opções presentes no filtro “Pontuação de viajantes”: excelente, muito bom, razoável, ruim e horrível. Após feito isso, chegou-se ao número de avaliações postadas nos meses de março a maio de 2018 para os resorts A, B e C, que totalizaram 66, sendo respectivamente, para cada resort: 25, 22 e 19 avaliações, conforme apresentado no quadro 2, ficando 95% compreendidas nas pontuações: excelente, muito bom e razoável; e somente 5% na pontuação: ruim e horrível.

Quadro 2 – Quantidade de avaliações para os resorts A, B e C de março a maio de 2018 no TripAdvisor

Pontuação de Viajantes	Resort A	Resort B	Resort C
1. Excelente	10	10	06
2. Muito bom	09	08	08
3. Razoável	06	03	03
4. Ruim	-	01	01
5. Horrível	-	-	01
Total	25	22	19

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir desse resultado, foram analisadas todas as 66 avaliações feitas no TripAdvisor para os resorts A, B e C até o dia 02 de maio de 2018, data em que foram realizadas, pelo pesquisador, as análises das referidas avaliações.

Em todas as avaliações há informações importantes: nome e imagem do usuário do TripAdvisor (mantidos nessa pesquisa confidenciais, devido à ética de pesquisa na netnografia); data em que o cliente avaliou; tema dado pelo cliente à avaliação; texto descritivo; *feedback* de agradecimento do TripAdvisor, com um *emotion* (curtiu), seguido de uma breve explicação do site sobre a avaliação postada: “Esta avaliação representa a opinião subjetiva de um membro do programa TripAdvisor e não da TripAdvisor LLC.”; e, por fim, o *feedback* do Gerente Geral do resort. Todas essas informações podem ser observadas na Figura 26:

Figura 26 – Modelo de Avaliação no TripAdvisor

Ótima estadia

O [redacted] é um hotel perfeito para quem viaja com crianças. Eles possuem uma equipe de recreação ótima e animada. Hotel conta com uma piscina grande (porém não aquecida), uma jacuzzi e a praia. Da para ir a pé até o beach park. Hotel fica colado na vila azul do mar. Enfim, da para passar ótimos dias lá sem precisar de carro. E a facilidade do cartão do quarto também ser o ingresso do beach park e servir de cartão de consumo tanto no hotel, no beach park e na vila azul do mar, o que faz com que não precise andar com Dinheiro ou cartão de crédito. Os quartos estão sendo reformados, a área da suite double deluxe que nos ficamos já está reformada. Quartos possuem varanda com rede para relaxar. Gostei bastante da estadia e com certeza pretendo voltar. Destaque para o [redacted] do bar da piscina e o garçom [redacted] do restaurante do hotel.

[Mostrar menos](#)

Hospedou-se em: abril de 2018, viajou com a família

Peça informações [redacted]

👍 1 Obrigado, Silviast_13

Esta avaliação representa a opinião subjetiva de um membro do programa TripAdvisor e não da TripAdvisor LLC.

BeachParkBrasil, Diretor-Geral do(a) [redacted] respondeu a esta avaliação

Resposta em 3 de Abril de 2018

Olá [redacted]

Muito obrigado pelo seu tempo utilizado para avaliar e comentar o nosso resort. Ficamos muito satisfeitos em saber que gostou da nossa Recreação e demais serviços do resort.

Esperamos recebê-la novamente em um futuro próximo no [redacted]

Gerente Geral

Fonte: TripAdvisor (2018).

Terminada a análise das avaliações no TripAdvisor, foi possível fazer a verificação dos dados apresentados pelos gestores no questionário e Matriz de Classificação aplicados, a partir da percepção dos hóspedes, o que pode ser constatado no tópico que segue, o qual trata sobre os resultados encontrados e as suas respectivas discussões.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para dar prosseguimento ao texto, divide-se em duas partes e posteriormente uma análise geral com cruzamento dos dados, dos levantamentos e das análises do TripAdvisor. A primeira se refere aos questionários aplicados; e a segunda, relacionada à análise das avaliações no TripAdvisor.

Partindo da análise das dez respostas do questionário aplicado, em cada um dos três resorts, tem-se, primeiramente, a análise das respostas dadas às cinco primeiras perguntas, as quais abordam sobre a classificação dos resorts. Assim, tem-se como resultado da pergunta 01 que: os três resorts são apresentados por seus gestores como sendo da categoria de quatro estrelas, o que, de acordo com eles, é uma definição dada por parâmetros em modelos de hotéis da mesma tipologia, e também de quatro estrelas. Diante dessa primeira resposta, fica evidenciado o caráter de independência que os hotéis apresentam em relação à classificação oficial do Mtur, pois se auto classificam como resorts e com quatro estrelas.

Para verificar essa percepção sobre o aspecto da independência, é questionado na pergunta 02 se o resort possui cadastro regular no Cadastur, sendo esse obrigatório para todas as empresas pertencentes ao setor do turismo. A resposta obtida foi a de que o grupo Beach Park Hotéis e Turismo S/A tem cadastro no Cadastur, mas com validade até outubro de 2017, e não foi possível fazer a renovação imediata, devido a pendências no CNPJ de uma das empresas do Grupo. Os gestores relataram que está havendo um empenho da empresa em resolver todas as pendências, a fim de fazer a atualização do Cadastur. Inclusive, um dos gestores enfatizou que esse processo é bem simples e pode ser feito *online*, e o objetivo da empresa é legalizar a situação do cadastro junto ao Mtur, até mesmo pela fiscalização que está ocorrendo nesse período, junto a todos os empreendimentos do *trade*, como foi destacado.

Sobre a fiscalização citada, conforme o Mtur (2018), ela faz parte de uma campanha de sensibilização do Mtur, iniciada em 2017 em todo o país, para reduzir a informalidade no setor, tendo em vista que o Brasil possui mais de 31,3 mil estabelecimentos de hospedagem, mas apenas 8.154 possuem cadastro regular, o

que equivale a 26% dos estabelecimentos em funcionamento, estando todos os outros funcionando na ilegalidade, o que equivale a um total de 74%.

A campanha acontece em parceria com as Secretarias de Turismo das capitais dos estados do Brasil e inicialmente a fiscalização se dará de maneira educativa, a fim de alertar os empresários sobre a importância do Cadastro para seus respectivos estabelecimentos. Contudo, os servidores que ocuparam os cargos de fiscais do Cadastur, junto ao Mtur, terão autoridade para autuar e multar, se houver necessidade, a empresa que estiver irregular, podendo o valor das multas variar de R\$1.186 até R\$ 854 mil. Tal atitude se faz necessária, como explica o ex-ministro do Turismo, Marx Beltrão:

O Turismo é um segmento fundamental da economia nacional, responsável pela geração de empregos e renda para a população brasileira, mas precisamos avançar em busca da profissionalização de nossos serviços e para isso é preciso sair da ilegalidade. Só assim conseguiremos dar ao turismo o destaque que ele merece. (BRASIL, 2017).

Sobre a execução dessa campanha em Fortaleza, denominada “Operação Verão Legal”, teve início no final de fevereiro de 2018, visando fiscalizar todos os prestadores de serviços ligados ao turismo, ocorrendo em parceria com a Secretária de Turismo do Ceará (SETUR), que enfatiza “Quem for flagrado com cadastro fora de validade será considerado ilegal e pode ser autuado.” (SETUR, 2018). Essa situação é o motivo da preocupação dos gestores, que estão empenhados para realizar a referida renovação, como já citado.

Para o ex-secretário do Turismo do Ceará, Arialdo Pinho, essa ação é importante, tanto para o setor quanto para o turista, que poderá receber um serviço mais qualificado. “A operação permite que o prestador de serviço possa estar atento aos seus deveres e se legalize. Assim, o visitante pode ter a segurança de estar contratando bons serviços no nosso estado”, ressalta:

No Ceará, a média de prestadores de serviços turísticos cadastrados é de 41,9%. Isso significa que dos 4.430 prestadores, 1.859 estão no Cadastur. Entre os prestadores de serviço estão incluídos os meios de hospedagem (39,1%), guias de turismo (69,5%), agências de viagens (28,3%), transportadoras (40%), organizadoras (33,8%), restaurantes (12,1%) e infraestrutura de apoio a eventos (50%). (SETUR, 2018).

Com a referida medida, o Mtur tem como expectativa garantir o cadastro dos meios de hospedagem em funcionamento na capital cearense. Desta feita, é importante e considerável para todos os empreendimentos que fazem parte do complexo Beach Park estarem em conformidade com essa atualização cadastral.

Após a verificação do cadastro dos resorts no Cadastur, tem-se a pergunta 03, a qual interroga se o resort já foi classificado por algum Sistema de Classificação Oficial do Governo. A resposta foi negativa para todos os empreendimentos, sendo apresentado como motivo o fato de que há por parte da diretoria a escolha em modelo de negócio com base nos hotéis quatro estrelas, de dentro e fora do Brasil. Inclusive, no período em que estavam sendo agendadas as datas para serem realizadas as entrevistas com os gestores, houve um momento em que todos os gestores se ausentaram, viajando para a Europa e realizando visitas em diversos hotéis, como forma de melhor qualificarem seus empreendimentos no Ceará. Portanto, o fato de nunca terem sido classificados pelo Mtur como resort classificaria os respectivos empreendimentos em hotéis de lazer, e não em resorts.

Expandindo a pesquisa, é questionado, na pergunta 04 se o gestor já conhece ou ouviu falar sobre o SBClass. Como resposta, um deles disse não conhecer o Sistema, e os outros dois disseram que a informação obtida em 2017 era a de que o Sistema estava momentaneamente desativado.

Diante dessa última informação, foi feita nova investigação, a fim de averiguar a real situação do Sistema, sendo visitada a página do SBClass, na qual foi acessado o link “Lista dos Classificados”, em que aparece a seguinte mensagem “Não há meios de hospedagem com o certificado de classificação válido no âmbito do SBClass” (BRASIL, 2018), conforme Figura 27:

Figura 27 – Site do SBClass



Fonte: Brasil (2018).

Frente a essa nova informação, ficou a dúvida se os meios de hospedagem passariam por uma atualização cadastral no ano de 2018, então foi enviada a solicitação dessa informação ao email: atendimento.cgqt@turismo.gov.br, do qual não se obteve retorno. Assim, aprofundando-se na pesquisa, foi possível chegar à referida minuta, de 17 de fevereiro de 2017, de Projeto de Lei com propostas que alteram a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que confirma a desativação do SBClass:

[...] detectou-se que a forma de classificação realizada pelo Governo Federal não estava de acordo com a dinâmica de consumo dos brasileiros e, tampouco, com as referências de classificação utilizada pela iniciativa privada nacional e internacional. Foram investidos cerca de dez milhões de reais no SBClass. E de um universo superior a vinte e cinco mil meios de hospedagens existentes no País, há, hoje, apenas 59 efetivamente classificados. Se for considerada a estimativa de investimento de dez milhões de reais, o custo seria de cerca de cento e sessenta e nove mil reais por cada meio de hospedagem classificado. Concluiu-se que a classificação de meios de hospedagem, nos moldes adotado pelo Governo, estava ineficiente e inadequada aos padrões utilizados pela iniciativa privada. Diante disso, optou-se por desativar o Sistema de classificação (SBClass) e transformar as matrizes de classificação existentes em material orientador, e, do mesmo modo, resolveu-se estudar novas tipologias, a exemplo de hotel boutique, hotel selva e albergues, desenvolvendo critérios e matrizes para servir de referência para o mercado. (BRASIL, 2017).

Evidencia-se, diante dessa constatação, a relevância da verificação das informações coletadas no momento das entrevistas realizadas, à medida que eles acabam proporcionando novos resultados e, conseqüentemente, perspectivas para outras pesquisas. O fato de saber que o SBClass foi desativado certamente é

importante, até para que a informação seja confirmada com os gestores que prestaram parte de seu tempo para as respostas do questionário do trabalho em questão.

É interessante observar, ainda, da citação apresentada na minuta, o trecho que diz: “E de um universo superior a vinte e cinco mil meios de hospedagens existentes no País, há, hoje, apenas 59 efetivamente classificados” (BRASIL, 2017). Ou seja, de 2011 até 2017, foram seis anos de atuação do SBClass e o resultado foi mínimo, o que expressa sua repercussão nos meios de hospedagem realizada de maneira inexpressiva. Inclusive, o gestor que informou não conhecer o Sistema perguntou se era necessário pagar algum valor para se cadastrar, e a resposta foi positiva. O valor cobrado para ser feita a vistoria e ser dado o Certificado pelo SBClass tem preços determinados e cobrados por empreendimento, como pode ser visto na tabela de valores para classificação, na Figura 28:

Figura 28 – Tabela de valores para Classificação

Tipo	Categorias 1 e 2	Categoria 3	Categoria 4	Categoria 5
Hotel	R\$ 1.257,96	R\$ 1.467,62	R\$ 1.677,28	R\$ 1.677,28
Hotel Fazenda	R\$ 1.677,28	R\$ 2.515,92	R\$ 3.354,56	R\$ 3.354,56
Hotel Histórico	X	R\$ 1.257,96	R\$ 1.467,62	R\$ 1.677,28
Resort	X	X	R\$ 2.515,92	R\$ 5.031,34
Flat/Apart Hotel	X	R\$ 1.257,96	R\$ 1.467,62	R\$ 1.677,28
Pousada	R\$ 838,64	R\$ 1.257,96	R\$ 1.677,28	R\$ 1.677,28
Cama & Café	R\$ 838,64	R\$ 1.257,96	R\$ 1.257,96	X

Acrescido de:

- Retorno, caso necessite
- Distância e Diária

Pagamento dividido em 2 parcelas:
1ª na solicitação e 2ª na manutenção
(em torno de 18 meses da classificação)

Conforme Portaria do Inmetro nº 273/2011

Fonte: Brasil (2018).

O fato de descrever essa repercussão inexpressiva é ainda enfatizado quando se analisa a resposta dos outros gestores que tinham conhecimento sobre o sistema a partir dos meios de comunicação, da experiência hoteleira e de pesquisa

realizada no site do Ministério do Turismo. Mas em nenhum momento é citado que foi feito contato por parte de representantes do Mtur, responsáveis pelo SBClass, para realizar a classificação dos resorts, sendo eles pertencentes ao Complexo Turístico Beach Park, conhecido dentro e fora do Brasil.

Entretanto, mesmo que os resorts do Beach Park não tenham sido classificados por nenhuma Classificação Oficial do Governo, mais especificamente pelo SBClass, desde sua implantação até sua desativação, o que durou seis anos, é bastante relevante observar o resultado obtido a partir da verificação de todos os requisitos da Matriz de classificação do SBClass, com seus respectivos itens, mandatórios e eletivos, nos três resorts estudados.

A partir do estudo e análise da Matriz de Classificação do SBClass para Resort, tem-se o quantitativo total de itens apresentados para cada requisito, bem como a exposição detalhada da quantidade de itens: Mandatórios (M), Eletivos (EL) e os que Não se Aplicam (NSA) à tipologia de resort quatro estrelas, expostos no Quadro 3, que segue:

Quadro 3 – Divisão do quantitativo de itens da Matriz do SBClass – Tipologia Resort (4 estrelas)

Requisitos da Matriz	Total	M	EL	NSA
1. Infraestrutura	114	88	22	04
1.1 Áreas comuns (AC)	47	38	07	02
1.2 Unidades habitacionais (UH)	60	45	14	01
1.3 Alimentos e Bebidas (A&B)	07	05	01	01
2. Serviços	65	36	24	05
3. Sustentabilidade	13	08	05	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir da visualização do Quadro 3, no qual, somando-se todos os itens da Matriz, tem-se um total de 192, fica óbvio que o requisito de infraestrutura é o que mais possui itens solicitados, com representatividade de 59% dos itens, os quais ficam divididos em: áreas comuns, UH e A&B. Posteriormente, apresentam-se os serviços, requisito com 34% dos itens que compõem a Matriz; e finalmente, tem-se o requisito de sustentabilidade, o que tem a menor representatividade, com apenas 7% dos itens de toda a Matriz. Tendo como intuito fazer uma apresentação

dos dados quantitativos do referido quadro de forma mais real, elabora-se o Quadro 4, no qual é mostrado o quantitativo dos itens de cada requisito da Matriz do SBClass que existe em cada um dos resorts pesquisados, após verificação junto aos gestores de cada resort. Para cada resort foi utilizada na tabela uma letra que o representa: A, B e C.

a

**Quadro 4 – Quantitativo de itens da Matriz do SBClass –
Tipologia Resort aplicados aos Resorts A, B e C**

Requisitos da Matriz	Total	M	A	B	C	EL	A	B	C
1. Infraestrutura	114	88				22			
1.1 Áreas comuns (AC)	47	38	35	35	35	07	02	03	03
1.2 Unidades habitacionais (UH)	60	45	40	40	41	14	03	03	04
1.3 Alimentos e Bebidas (A&B)	07	05	03	04	03	02	02	00	00
2. Serviços	65	36	30	30	30	24	15	16	16
3. Sustentabilidade	13	08	08	08	08	05	01	00	00

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Observando o Quadro 4, é possível realizar uma análise individual de cada requisito. Inicia-se com o requisito de infraestrutura, mais especificamente no aspecto referente às áreas comuns, para o qual se tem três itens que não se encontram presentes, igualmente, em todos os resorts, que são o 16, 21 e 26 (Ver anexo A):

- 16. Adaptador de tomada para padrões estrangeiros à disposição sob pedido;
- 21. Espaço para leitura;
- 26. Espaço para eventos e apresentações.

Sobre o item 21, um dos gestores destacou o fato de que, excetuando-se o A, os outros dois resorts foram construídos como condomínios e posteriormente passaram por adaptações para tornarem-se resorts. Assim, o espaço não é tão amplo, na verdade, percebe-se nos dois empreendimentos uma estrutura mais

vertical, que busca abranger o que a tipologia “pede”, mas que ainda não comporta tudo o que cliente espera. Já relativo ao item 26, vale ressaltar que o Oceani Hotel, o qual faz parte do Grupo Beach Park, é o local destinado a receber toda a demanda para eventos, tendo em vista que possui salões para atender às solicitações, tendo estrutura para atender até 300 pessoas, com área de 312m², que pode ser dividida em três salões (Batoque, Iguape e Prainha), de acordo com a necessidade do evento e solicitação do cliente (BEACH PARK, 2018).

Ainda sobre os itens de infraestrutura, agora no aspecto relativo às UH, tem-se como ausente nos três resorts os itens 88 e 107 (Ver anexo A):

- 88. Canetas, lápis ou lapiseiras e bloco de notas em 100% das UH;
- 107. Manual de serviços disponíveis na UH em português e mais dois idiomas.

Sobre o item 88, foi informado que a sua não utilização se dá pelo fato de que já havia sido implantado nas UH em outro momento. Mas não eram utilizados pelos hóspedes, por não ser um público de negócios, que fica a maior parte fora do quarto, a fim de aproveitar os atrativos naturais e de lazer dos resorts; ou era utilizado por crianças, que acabavam usando nas paredes da UH. Logo, o item não tem a utilização necessária ou nem mesmo é utilizado. Já com relação ao item 107, ele fica disponível de forma *online* para os hóspedes. Contudo, foi relatado o interesse em deixar disponível na UH, tendo em vista que se torna mais acessível para os hóspedes; é um item que está em processo para implantação.

Dando continuidade à análise, têm-se outros cinco itens (56, 59, 60, 85 e 95 - Ver anexo A) que se fazem presentes em alguns dos resorts e ausente em outro, como mostra a marcação feita com um X para o item que se encontra ausente no resort, apresentada no Quadro 5:

Quadro 5 – Ausência de itens nas UH

Item	Descrição	A	B	C
56	Portas duplas de comunicação entre UH conjugáveis (se existirem) ou sistema que só possibilite sua abertura quando por iniciativa dos ocupantes de ambas as UH.		X	
59	Porta malas ou local apropriado para abrir as malas em 100% das UH.	X	X	
60	Saco para lavanderia.	X		
85	Poltrona ou sofá em 100% das UH.	X		
95	Bidê ou ducha manual em 100% das UH.		X	X

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Pela marcação realizada no Quadro 5, faz-se uma análise dos itens: o 56 está ausente no resort B, devido à estrutura como foi construído o prédio, a princípio um condomínio residencial. Mas, para atender a alguma solicitação por parte do hóspede, buscam-se quartos próximos, a fim de solucionar o pedido. O item 59 ainda está em fase de implantação nos dois resorts que ainda não o dispõem, visto que é de interesse de vários hóspedes, a fim de não utilizar a cama para colocar suas malas. Para os outros itens, 60, 85 e 95, não houve menção em implantá-los nos resorts que não os possuem.

Finalizando a análise do requisito de infraestrutura, tem-se o aspecto voltado para o setor de A&B. Nesse, dos 05 itens listados como obrigatórios, apenas dois deles foram assinalados como ausentes (Ver anexo A):

- 108. Pelo menos dois bares;
- 110. Pelo menos dois restaurantes com cardápios diferentes.

Pertinente ao item 108, dos três resorts, apenas um deles conta com dois bares, o C, sendo bar caracterizado por Castelli (2003, p. 467) como “um local público, onde se vendem bebidas alcoólicas, acompanhadas, por vezes, de petiscos”, o qual tem o *lobby* bar e o bar molhado. Os outros dois têm um bar para cada. Quanto ao item 110, todos os resorts contam, cada um, com um restaurante, o que, de acordo com a gestão, se dá dessa forma por atender muito bem à demanda dos empreendimentos. Inclusive, foi ressaltado pela gestão que os cardápios são bastante variados, tendo pratos que atendam a diversas

especificidades, como: veganos, vegetarianos, intolerantes à lactose, dentre outras. Tudo é elaborado com o suporte de nutricionistas, ressaltando que o complexo tem uma equipe de quatro nutricionistas e quatro auxiliares de nutricionistas, e o padrão dos restaurantes não deixa a desejar a variedade ofertada em seus respectivos cardápios.

Esse padrão de qualidade nos restaurantes, pelo qual os resorts prezam, é constatado na resposta da pergunta 05 do questionário, quando é indagado se o resort já havia sido classificado por outro Sistema de Classificação, foi respondido para os três resorts que foram certificados pelo ISO 22000, que é:

Uma norma destinada a sistemas de gestão da segurança alimentar. Tem suas diretrizes voltadas para o âmbito alimentar, mas também propõe a adoção das mesmas para tratar questões éticas e promover a conscientização de consumidores. Ela tem o objetivo principal de estabelecer regras para criar uma gestão de controle de perigos nos alimentos, sejam esses perigos biológicos, químicos ou físicos, e também fazer com que a empresa estabeleça programas de monitoramento e melhorias na questão da segurança alimentar. Foi publicada em 1 de setembro de 2005, e é complementar de outra norma internacional bem conhecida: a ISO 9001. (NORMAS TÉCNICAS, 2018).

Essa definição da ISO 22000 mostra, no âmbito da dimensão técnica, os aspectos que são observados e colocados em prática por uma empresa que conquista tal certificação e expressam que esta possui certa qualidade dos alimentos, a qual é também possível devido a uma eficaz comunicação com os parceiros comerciais. De maneira ampla, ter a ISO 22000 proporciona à empresa a fidelização do cliente, devido a ser uma comprovação de que a empresa possui segurança alimentar, a qual atende a um padrão internacional, visto ainda que “A comida complementa uma parte substancial e atrativa que o destino tem para oferecer” (SCARPATO, 2002 apud SILVA, 2016, p. 12). Logo, seu significado perpassa o cenário do setor de A&B e se expande para toda a gestão da empresa que a possui.

Frente à análise realizada sobre todos os aspectos do requisito de infraestrutura, é possível evidenciar que, dos 91 itens obrigatórios da Matriz para classificar o empreendimento em resort quatro estrelas, os três resorts estudados apresentam um percentual médio de 86% dos itens de infraestrutura presentes em suas instalações, o que se destaca com um índice representativo, levando-se em conta o fato de os resorts não a terem usado como parâmetro de referência, e sim

outros hotéis da mesma categoria no Brasil. A partir de um cenário real, entende-se que os itens da Matriz foram elaborados de forma coerente para a tipologia em estudo.

Acerca da explanação sobre o quantitativo de itens relativos ao requisito de serviços, tem-se uma igualdade nos resultados encontrados, à medida que, dos 36 itens obrigatórios, os resorts A, B e C apresentam a quantia de 30 deles, sendo ausentes os itens 04, 21, 24, 53, 56 e 57 (Ver anexo A):

- 04. Serviço de *guest relations / concierge*;
- 21. Disponibilização de kit de costura a pedido;
- 24. Disponibilização do material para lustrar sapatos a pedido;
- 53. Serviços de estética (por exemplo: limpeza da pele, etc);
- 56. Serviço de orientação por profissionais competentes para as atividades de aventura oferecidas;
- 57. Serviço de orientação por profissionais competentes para as atividades náuticas oferecidas.

Sobre a ausência desses itens, alguns foram justificados pela gestão dos empreendimentos. O item 04 está sendo avaliado para implantação inicialmente no resort B; o 21 não se faz totalmente ausente, pois diante de uma situação emergencial por parte do hóspede, são disponibilizadas agulha e linha para o mesmo; o 24, entende-se pela falta de demanda, logo a não necessidade; sobre o 53, já existe um projeto para ser feita a disponibilização desses serviços em um espaço que será implantado ao lado do spa; sobre os itens 56 e 57, a ausência se dá pelo fato de essas atividades não serem oferecidas nos resorts.

Considera-se relevante ressaltar que o quantitativo de itens do requisito serviços que existem nos resorts atendem a um percentual de 83% do total que está presente na Matriz de classificação. Compreende-se que é um índice considerável, levando-se em conta que os resorts não utilizaram a matriz como parâmetro para a implantação dos serviços, mas, de forma comparativa, possuem a maior parte do que ela propõe para a existência deles nos empreendimentos da tipologia em estudo.

Com os percentuais de 86% de atendimentos aos itens obrigatórios para o requisito de infraestrutura e 83% para os itens do requisito de serviços, os empreendimentos hoteleiros não estariam classificados pelo Mtur como resort, visto que precisariam atender a 100% de todos os itens obrigatórios propostos pela matriz de classificação.

Finalmente, chega-se ao terceiro requisito da matriz, sustentabilidade, para o qual tem-se um índice de 100% dos itens mandatórios presentes nos três resorts. Esse é o requisito com uma menor quantidade de itens, apenas 13 no total, e 08 mandatórios. Entretanto, a atenção para esses, que são obrigatórios, faz toda uma diferença para o desenvolvimento sustentável da empresa, abrangendo toda sua estrutura, visto que as medidas são permanentes em distintos âmbitos:

- Redução do consumo de energia;
- Redução do consumo de água;
- Gerenciamento de resíduos sólidos;
- Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados;
- Programa de treinamento para empregados;
- Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade;
- Medidas permanentes para valorizar a cultura local. (Por exemplo: itens de entretenimento, gastronomia, decoração etc.);
- Medidas permanentes para geração de trabalho e renda, para a comunidade local.

Cada um dos itens expostos possui fundamentação em alguma prática desenvolvida não somente pelos resorts pesquisados, mas por todo o complexo do Beach Park. Inclusive, ainda sobre a pergunta 05 do questionário, houve a resposta que os resorts foram certificados também pela ISO 14001, a qual se refere ao Sistema de Gestão Ambiental, tomando por base a ISO 14000, que:

Especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver uma estrutura para a proteção do meio ambiente e rápida resposta às mudanças das condições ambientais. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e

outros passíveis de serem controlados por ela. A implementação dessa norma deve ser buscada por empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar seguras sobre políticas ambientais praticadas ou demonstrar estar de acordo com práticas sustentáveis a clientes e a organizações externas. (CERTIFICAÇÃO ISO, 2018).

A ISO 14001:2015 incorpora, além de questões estratégicas, a preocupação com a cadeia de valor, ciclo de vida, entre outras mudanças. Sua aplicação faz com que a empresa reduza consumo de recursos, gerando redução de custos, logo, amplia seus ganhos econômicos. A norma, em sua versão atual, aborda ainda sobre os aspectos sociais, observados a partir da avaliação das expectativas de todas as partes que fazem parte da empresa, gestores, colaboradores e clientes.

Já é sabido que a ISO 14001, na sua versão atual, proporciona ganhos econômicos, pois, ao reduzir o consumo de recursos, também reduz custos, mas agora esse enfoque ganha forças, o que agregará valor para as empresas que conquistarem essa certificação.

Sobre as reduções de consumo dos recursos, é possível destacar o uso consciente da água, pois, desde sua fundação, o Beach Park tem sido pioneiro no reaproveitamento da água devido à construção, há sete anos, da própria Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), na qual a água utilizada no parque e nos hotéis é reaproveitada para o paisagismo do complexo. Toda água passa por uma análise rigorosa, feita por técnicos capacitados, que garantem a qualidade do produto final e a sua reutilização na irrigação dos jardins. O objetivo do complexo é que no futuro a estação de tratamento seja ampliada para que novas áreas verdes sejam também mantidas por essa água, garantindo a sustentabilidade do lençol freático (BEACH PARK, 2018).

A conquista da ISO 14001 pelos resorts do Beach Park, ou mais amplamente por todo o Complexo, é reflexo de todas as práticas socioambientais que são desenvolvidas *in loco*, as quais reafirmam o compromisso, firmado por grandes empresas, de reduzir o impacto ambiental e ampliar os negócios, um grande reconhecimento internacional de gestão ambiental. Ou seja, possuir a ISO 14001 constata que os selos verdes e práticas ecologicamente corretas são verdadeiramente desenvolvidas nos empreendimentos em questão, com propósitos éticos e que visam também os aspectos de economia para a empresa, não dizem

que existem somente para promover o marketing, e sim pelo fato de realmente serem desenvolvidas e praticadas ações sustentáveis em todo o complexo.

Todo o complexo, de acordo com o Beach Park (2018) possui 2.595 funcionários e tem uma escola de capacitação para eles. A atitude da empresa em capacitar seus colaboradores é imprescindível para ter-se a qualidade esperada pelo cliente, como bem aborda Vieira (2004, p. 58): “A permanente qualificação do colaborador é fator essencial para que o hotel mantenha excelentes padrões de qualidade no atendimento e possa ser destaque nesse segmento, afinal, sem atendimento altamente qualificado, a empresa hoteleira não tem sentido.”. (VIEIRA, 2004, p. 58).

A escola em questão começou em maio de 2016, com foco inicial em gastronomia e serviço de alimentos e bebidas voltados à hotelaria. O principal objetivo é formar funcionários especialistas nos negócios do complexo, tendo suas atividades divididas em três fases:

- Formação: Ensinar o funcionário a fazer sua tarefa da maneira correta;
- Aprimoramento: Ensinar o funcionário a fazer bem tudo que o Beach Park faz;
- Especialização: Já especialista em seu cargo, o funcionário irá aprender técnicas avançadas, buscando inovações e tendências do mercado.

Em cada etapa são disponibilizados módulos diferentes (cozinha, bar, sistema de gestão e segurança dos alimentos, limpeza e gerenciamento), que variam de acordo com o cargo, contando com aulas práticas e teóricas, as quais são ministradas por profissionais internos ou terceirizados. O Beach Park tem o intuito de se tornar formador de mão de obra para o mercado de trabalho, a fim de atender toda a comunidade de Aquiraz e, posteriormente, de Fortaleza.

Em 2018, o Beach Park mais uma vez é parte da lista do GPTW:

Um Programa de Certificação que foi criado para reconhecer organizações que valorizam pessoas, através do qual, para se certificar, uma organização precisa realizar uma pesquisa com seus funcionários. Se 70% dos funcionários afirmarem que possuem um excelente ambiente de trabalho de acordo com a metodologia GPTW, a organização será certificada. (GPTW, 2018).

Das dez empresas premiadas em 2018, o Beach Park Hotéis e Turismo figurou na lista das três empresas grandes, conforme classificação do Programa, juntamente com a Accor Hotels e o Grupo Rio Quente.

Frente a toda explanação e fundamentação dos itens de sustentabilidade presentes no complexo Beach Park (incluindo os hotéis, o restaurante da praia e o parque aquático), destacando-se as iniciativas de uso sustentável dos recursos naturais, consumo consciente da água e energia, destinação adequada dos resíduos, prevenção da poluição, qualificação de seus colaboradores e processo que visam à melhoria contínua dos processos de gestão, evidencia-se a liderança de todo o complexo no desenvolvimento socioambiental do Porto das Dunas.

Concluída a análise das respostas dadas às 05 primeiras perguntas, parte-se para as outras 05, as quais fazem uma abordagem da percepção dos gestores em relação às avaliações dos hóspedes nas redes sociais.

Na pergunta 06, é questionado qual a opinião do responsável (ou responsáveis) pelo resort sobre os sites que classificam os meios de hospedagem mediante as avaliações dos usuários (TripAdvisor, Decolar, Booking). As respostas obtidas foram as seguintes: “É um ótimo mecanismo para sabermos a opinião dos hóspedes sobre o resort”, e “Acreditamos que é uma oportunidade boa de sabermos a visão do cliente e podermos melhorar os pontos fracos e falhas cometidas”.

Esse posicionamento por parte dos gestores reflete o quão importante é a adoção do marketing digital por parte das empresas, sendo esse conceituado como: “A promoção de marcas por meio de mídias eletrônicas. Sua aplicação pode ser medida, o que proporciona uma relação efetiva com os clientes, trazendo informações suficientes para conhecê-los e oferecer a eles produtos e serviços de forma assertiva.” (SEBRAE, 2014, p. 02).

Dessa forma, com a crescente busca de informações turísticas na internet, torna-se importante para os empreendimentos hoteleiros, restaurantes, agências de viagens e atrativos de maneira geral planejarem estratégias de marketing digital.

Na pergunta 07, é questionado se o responsável (ou responsáveis) pelo resort acredita que o fato das avaliações desses sites (TripAdvisor, Decolar, Booking) serem subjetivas (emocional, parcial) mudaria a avaliação, no sentido de desqualificá-la. Para essa, a resposta, em comum, obtida dos gestores foi a de que “Na maioria dos casos, mesmo o cliente agindo na emoção é possível analisar e

comparar com a realidade e tirar o que é passivo de melhorias”. Assim, percebe-se a importância dada às avaliações feitas pelos clientes no meio virtual, à medida que:

Os clientes que utilizam a Internet para efetuarem suas compras podem ser definidos como consumidores eletrônicos. Este consumidor cibernético pode ter várias outras denominações como, por exemplo, *e-consumer*, consumidor eletrônico, simplesmente consumidor, entre outras. Os consumidores têm a liberdade de visitar sites para busca de dados e comparações entre os produtos, podem utilizar agentes inteligentes que atendem suas preferências, oferecendo novas sugestões, e também contam com a facilidade de comunidades virtuais na Internet, as quais transferem um grande poder de negociação aos consumidores. (ESTEVEZ, 2011, p. 09).

Tal atenção pode ainda ser reafirmada a partir da resposta dada à pergunta 08, quando foi questionado se o resort se baseia nos comentários da internet para melhorar sua infraestrutura e seus serviços. Obteve-se o sim como resposta para todos os empreendimentos, sendo ressaltado pelos gestores que é utilizado como padrão para todos os resorts a plataforma do TripAdvisor, na qual: “Os perfis empresariais têm que ser negócios que atuam no segmento de acomodações, restaurantes ou atrações e são cadastrados como locais permanentes, e para participar da rede, têm que estar enquadrados em diretrizes específicas da plataforma.” (SEBRAE, 2015, p. 02).

Nesse site, a Gestão criou a partir da ferramenta “Grupo de concorrentes”, duas opções de análise:

1. Internos - Resorts do Beach Park (Suítes, Wellness e Acqua);
2. Externos – Resorts de outros estados do Brasil (Optou-se para realizar o *benchmarking*¹¹ os seguintes resorts: Rio quente, Sauipe, Clube Med, Iberostar e Salinas Maceió).

A partir dos empreendimentos escolhidos para realizar o comparativo, o TripAdvisor mostra, em gráficos, o resultado entre os conceitos dos resorts que foram comparados, tanto os internos como os externos. Assim, o gestor pode ter

¹¹ Método para comparar o desempenho de um processo ou produto com o seu similar, que esteja sendo executado de maneira mais eficaz e eficiente, dentro ou fora da organização, visando entender as razões do desempenho superior, adaptar à realidade da empresa e implementar melhorias significativas. (Fundação Nacional de Qualidade - FNQ, 2018, p.04).

essa visualização diária de seu *status* dentro do site, através de seu *login* de acesso.

Na pergunta 09, é questionado se o resort dá algum *feedback* para as avaliações dos clientes realizadas nos sites de avaliação. A resposta obtida por todos os gestores foi uma só, “sim”, sendo destacado que “esse feedback acontece, de um ano para cá, diariamente para todos os comentários postados na página do TripAdvisor, site que é utilizado oficialmente por todos os resorts”. Outro site em que são dados *feedbacks* imediatamente, caso surja demanda, é o “Reclame aqui”.

Tal atitude realizada pela gestão dos resorts apresenta-se, conforme Esteves (2011), como uma estratégia de marketing *on-line*, a qual visa à satisfação do consumidor pós-consumo, a partir de um tratamento personalizado destinado a cada um deles, quando respondidas às avaliações de maneira individualizadas.

Diante desse questionamento, com sua respectiva resposta, percebe-se a necessidade de fazer uma análise das avaliações postadas pelos hóspedes no site do TripAdvisor, nos três resorts, de maneira individual para cada empreendimento, seguindo-se a respectiva ordem dos resorts: A, B e C.

Para todas as análises, relembra-se que foi feito um filtro sobre a época do ano, concentrando-se nas avaliações da época de março a maio de 2018, para o idioma português. A partir de tal filtragem, obteve-se um resultado de 66 avaliações feitas no TripAdvisor para os resorts A, B e C, ou seja, foram analisadas as opiniões de 66 pessoas, mas essas opiniões foram realizadas para os três resorts, sendo 25 para o resort A, 22 para o resort B e 19 para o resort C, no período selecionado para análise.

A partir das avaliações postadas pelos hóspedes no período selecionado, foram analisados os aspectos pertinentes aos requisitos estudados: infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Pelo fato de não haver um parâmetro para seguir, optou-se por retirar de cada uma das postagens feitas pelos hóspedes os adjetivos que atribuíam aos aspectos relacionados aos requisitos de estudo.

Primeiramente, foi feito o levantamento dos requisitos de infraestrutura (IE), no âmbito das áreas comuns (AC). Foram elencados todos os locais considerados como áreas comuns, citados pelos hóspedes em suas avaliações, de cada um dos resorts, tendo como resultado um quadro que separa, por resort, essas atribuições em colunas, para o qual se tem o seguinte resultado, como exposto no Quadro 6:

Quadro 6 – Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Áreas comuns (AC)

			A	B	C
IE	AC	Hotel	Ótimo (2), maravilhoso, ideal, perfeito para quem viaja com crianças, para a família não existe lugar melhor, luxo total, bom e razoável.	Confortável (2), excelente, bom, perfeito, maravilhoso, ótimo.	Limpo (3), excelente, calmo, familiar, incrível, confortável, maravilhoso, espaços próximos (gera praticidade), novo, bem cuidado, visual de tirar o fôlego, muito bom, excelente para famílias.
		Piscinas		Ótimas (3), excelentes, com ótima qualidade da água.	Linda, agradável, borda infinita, fantástica, acesso direto ao parque (o que é sucesso para as crianças), excelente integração com o parque.
		Acesso ao parque	Livre, ótimo, vale a pena, permite entrada mais cedo.		Ótimo (2), excelente integração com o parque, fácil acesso, ligação exclusiva e direta.
		Vila Azul ¹²	Próxima (3), possui ponte de acesso com o hotel.		
		Copa kids	Ótima (2), com frutas disponíveis durante o dia.		
		Área de lazer	Excelente (2), limitada.	Ótima (2), possui várias opções.	
		Academia	Top.		
		Estacionamento	Privativo.		
		Localização		Ótima (4), privilegiada.	
		Sala de jogos		Ótima.	
			Brinquedoteca		

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Das 66 pessoas que avaliaram as áreas comuns dos três resorts, houve um total de 73 atribuições, tendo em vista que algumas delas se repetem em diferentes postagens. Por exemplo: qualificar o hotel A em “ótimo” se repete em

¹² A Vila Azul do Mar é um espaço criado pelo Beach Park com o propósito de proporcionar diversão, entretenimento e relaxamento a todos que visitam o Complexo. Possui lojas, restaurantes, brincadeiras e uma programação variada, com cinema, música ao vivo etc. (BEACH PARK, 2018).

duas postagens, e assim por diante, como detalhado no Quadro 6. Dessas 73 atribuições, 31 foram positivas em relação ao hotel de maneira geral (para os três resorts), o que representa um percentual de 47% dos aspectos atribuídos aos resorts.

Diante do Quadro 6, é possível observar que, para as áreas comuns, foram citados nas avaliações para os três resorts: o hotel, sempre comentado pelos hóspedes com adjetivos que o qualificam: ótimo, confortável, maravilhosos (adjetivo comum para os três resorts) etc. Alguns dos adjetivos são citados em diferentes avaliações, conforme o número apresentado na frente da característica atribuída, que se refere ao número de vezes em que foi mencionada nas avaliações, exemplo: ótimo (2). Os outros pontos expostos foram: piscinas, acesso ao parque, Vila Azul, área de lazer, copa kids, academia, estacionamento, localização, sala de jogos e brinquedoteca. Desses, alguns são comuns a mais de um resort (B e C - piscinas; A e C – acesso ao parque; A e B – área de lazer; e outros foram citados somente para um resort (A – Vila Azul, copa kids, academia, estacionamento; B – localização, sala de jogos; C – brinquedoteca).

Para todas as áreas, as avaliações nos resorts A, B e C foram positivas, excetuando-se um comentário no resort A, que atribui à área de lazer a característica de ser limitada, o que é contrário a dois comentários que a definem como excelente; e um comentário que define a brinquedoteca como pequena. Essas atribuições positivas dadas pelos hóspedes têm um significado bastante relevante quando feita a comparação com os itens apontados como existentes nos resorts, a partir da Matriz de Classificação, que possui 92% dos itens obrigatórios das AC presentes nos três resorts. Logo, confirma-se a informação diante da análise das avaliações do TripAdvisor, as quais ainda reforçam essa constatação pela maioria dos títulos postados pelos hóspedes nos assuntos das avaliações, os quais são positivos, a exemplo: *“Voltaremos – expectativas superadas”*, *“Estadia maravilhosa”*, *“Muito boa estrutura”*.

Essa sequência de adjetivos que qualificam as áreas AC dos resorts também é feita nas avaliações das UH, como mostra o Quadro 7:

Quadro 7 – Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Unidades Habitacionais (UH)

IE	UH	A	B	C
		Confortáveis (6), limpas (4), Espaçosas (3), reformadas (3), ótimas (2), agradáveis (2).	Confortáveis (5), ótimas (4), amplas (4), limpas (4), boas, muito boas.	Amplas (2), limpas, excelentes, ventiladas, agradáveis.

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Do levantamento das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Unidades Habitacionais (UH), como mostra o Quadro 7, obteve-se, das 66 avaliações postadas, 45 atribuições feitas às UH, sendo todas positivas. E houve repetição de um mesmo adjetivo por diferentes pessoas, como: qualificar as UH do resort B em confortáveis se repete em cinco postagens. O quantitativo de pessoas que comentaram sobre esse aspecto nos resorts A, B e C foram, respectivamente: 20, 19 e 06. Assim, para os resorts A, B e C, os elogios para as UH aparecem em: 80%, 81% e 31% das avaliações feitas. Isso reflete o nível de qualidade que as UH possuem na percepção dos hóspedes, o que é confirmado pelos empreendimentos quanto ao atendimento dos itens obrigatórios existentes de acordo com a Matriz de Classificação, 88% deles.

Finalizando a análise do requisito de infraestrutura na percepção dos hóspedes, tem-se o item pertinente ao setor de A&B, o qual foi dividido, a partir das avaliações no TripAdvisor, em: restaurante, refeições e preços, obtendo-se o resultado que segue no Quadro 8:

Quadro 8 – Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Infraestrutura – Alimentos e Bebidas (A&B) (Continua)

IE	A&B	A	B	C
		Restaurante	Excelente, perfeito, ambiente incrível, ponto fortíssimo do resort, cardápio <i>gourmet</i> para todos os gostos.	Ótimo, imbatível, cardápio variado e bem bolado, excelente, menu regional, amplo, cozinha internacional, falha na reposição do buffet.
Refeições	Maravilhosas, fantásticas, deliciosas, muito boas, bastante variadas, sempre	Excelentes (2), deliciosas, nota máxima, maravilhosas, saborosas, gostosas.	Excelente (2), sensacional, muito boa, farta, gostosas, sobremesas	

(Conclusão)

			muito saborosas.		maravilhosas, deliciosas. Destaque para café da manhã e jantar.
		Preços	Abusivos (3), exorbitantes (3), altos (2), muito caros (2), exagerados, bem caros, um pouco caros.	Caros (no hotel e no parque), exageradamente caros, tudo é extremamente caro, expressivos (mas vale muito essa experiência), estratosféricos.	Absurdos (2), salgados, mas de qualidade incontestável; exorbitantes, fora da realidade, bem salgados, caros.

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Como apresenta o Quadro 8, houve, das 66 postagens realizadas, 64 comentários referentes a A&B, os quais ficaram divididos: 18 para o aspecto restaurante; 21 para o aspecto refeições; e 25 para o aspecto preço. Sobre o restaurante e as refeições, das 39 pessoas que comentaram, somente duas atribuições foram negativas, e as outras 37 foram positivas, teceram elogios no que diz respeito aos três resorts. Já no que se refere a preços, do total de 25 pessoas que comentaram para os três resorts, 100% foram comentários negativos, com a atribuição de adjetivos pejorativos, havendo observação de apenas dois hóspedes sobre: o quanto “vale a pena a experiência”, mesmo os preços sendo expressivos; e, a “qualidade incontestável”, ainda que os preços sejam salgados.

Pelo Quadro 8, é possível observar sobre os itens: restaurante e refeições, considerando-se restaurante, de acordo com Castelli (2003, p. 297), “o estabelecimento que fornece ao público alimentação mediante pagamento”, que ambos mantêm a confirmação dada pelos resorts em comparação com o atendimento à Matriz de Classificação, a qual é dada pelos hóspedes nas avaliações que apresentam características positivas, tanto para a estrutura do restaurante: excelente, perfeito, cardápio variado (comum para os três resorts) etc; como para a qualidade das refeições servidas: maravilhosas (comum para os três resorts), fantásticas, deliciosas etc. Excetua-se dessas somente um comentário para o resort C, sobre possuir fila de espera.

Em contrapartida, no item relativo a preços, os comentários são, em sua totalidade, negativos, nos três resorts, aparecendo no total de 13, 05 e 07 vezes nas avaliações, o que representa o percentual de 52%, 36% e 22% de reclamações da totalidade das avaliações feitas.

Relacionado a esse ponto, na pergunta 10, é colocada a seguinte questão: verificando os *feedbacks* dos gerentes de cada resort no site TripAdvisor, há posicionamentos sobre os comentários realizados. Contudo, no que se refere ao fator “preço de alimentos e bebidas”, não há um posicionamento para o hóspede, isso se dá por algum motivo específico? As respostas foram reunidas, por serem semelhantes, apresentando-se, em uma só, da seguinte maneira:

A política de preço é determinada pela empresa, os gerentes não têm permissão para falar sobre isso com os clientes, é uma decisão da mesma em não abrir essa discussão publicamente, pois não há interesse em diminuir os valores, consideramos uma forma de selecionar o público. (GESTÃO BEACH PARK, 2018, ADAPTADA PELA AUTORA) .

Analisando essa resposta, faz-se necessário destacar que, por terem a repercussão de avaliações postadas nas redes sociais de maneira tão enfática, e por receberem as avaliações dos clientes, o foco deveria ser no interesse dos clientes, em suas expectativas, e não em utilizar o preço como uma forma de seleção do público, mas verificar as possibilidades de que ele não seja um fator tão recorrente para reclamações. Quando é colocado por um dos gestores que “Há sempre comentários, para os quais o gerente analisa e busca correções”, deveria ser levado em conta esse aspecto, foco de tantas reclamações.

Diante dessa análise, é nítido que os pontos positivos devem ser mantidos, no âmbito da qualidade do ambiente e das refeições servidas. Contudo, no que se refere aos preços, frente ao quantitativo de críticas apresentadas pelos hóspedes, o resort poderia fazer uma análise sobre esse aspecto, partindo dos custos de cada prato ou bebida, tendo em vista que:

A determinação do custo é feita com o objetivo de determinar o lucro, controlar as operações e tomar decisões. As informações geradas de custos determinam os custos dos insumos aplicados na produção, bem como em diversas áreas que compõem uma organização, reduzem os custos dos insumos aplicados na produção ou nas diversas áreas que compõem uma organização; controlam as operações das atividades; auxiliam para tomar decisões ou resolver problemas especiais; reduzem desperdícios de materiais, tempo ocioso; e determinam a elaboração de orçamentos. (MEGLIORINI, 2001 apud CARDOSO, 2013, p. 208).

Tal análise poderia auxiliar na tomada de decisões que se direcione à satisfação do cliente, também sobre o quesito dos preços, a fim de observar se realmente é válido mantê-los como estão, sendo um ponto citado, de maneira tão

recorrente pelos hóspedes, inclusive alguns relatam não comer ou beber nos resorts pelo fato de considerarem os preços muito altos, ou até fora da realidade, como citado em algumas avaliações, como exposto no Quadro 8.

Agora, parte-se para a análise das avaliações no requisito Serviços, para a qual foi elaborado o Quadro 9, que apresenta todos os itens citados e categorizados pelos hóspedes:

Quadro 9 – Resultado das avaliações para os Resorts A, B e C no TripAdvisor - Requisito Serviços

(Continua)

		A	B	C
Serviços	Funcionários	Atenciosos (5), gentis (2), excelentes, educados, agradáveis, solícitos, simpáticos, dedicados, merecem nota dez, alguns são citados pelo nome.	Atenciosos (4), altamente eficientes.	Bem treinados (2), diferenciais, disponíveis, ótimos, muito atenciosos, educados, dão show, pró ativos, amáveis.
	Atendimento	Ótimo (2), bom (2), excelente, irretocável.	Bom (2), impecável, ótimo, atencioso, check-in demorado.	Diferencial, houve falhas.
	Beach Friends	Excelentes (3), alegres, carismáticos, gentis, animados, interagem muito bem, melhor equipe, animação total (sem palavras), valem muito a pena, possuem atividades para todas as idades, equipe muito boa.	Animados (2), equipe show, completo sistema de diversão no hotel, disponíveis, promovem várias atividades na piscina.	Atenciosos, promovem diversão o dia todo (Até as 22:00hs), dão conta de cuidar de tudo, ótimos, com brincadeiras sempre novas, possuem atividades para toda a família, excelente equipe.
	Segurança	Ótima, total (na piscina e na praia), muito boa.	Ótima, ponto forte (no hotel e no parque).	Ótima, a preparação dos salva-vidas é de tirar o chapéu.
	Cartão para consumo	Prático (3), faz o hóspede ganhar tempo, e não há		

		necessidade de andar com dinheiro.		
	Monitores do Kids Club	Animados, proativos, esforçados para animar todas as crianças.		
	Vila Azul	Atividades todas as noites, shows bons e fantásticos.		
	Guias	Atenciosos, gentis e disponíveis.		
	Estadia	Maravilhosa, ótima.		
	Parque		Ótimo (3), Brinquedos seguros.	
	Camareiras		Ótimo, maravilhoso, impecável.	
	Internet	Intermitente.	Sem funcionar nas áreas comuns	

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Para o requisito serviços, das 66 avaliações nos três resorts, houve um total de 101 atribuições feitas pelos hóspedes. Esse quantitativo se dá pelo fato de que são mencionados nas avaliações: funcionários, atendimento, Beach Friends, segurança, camareiras, cartão para consumo, monitores do Kids Club, Vila Azul, guias, estadia, parque, camareiras e internet; todos relacionados aos serviços prestados nos resorts. Para todos eles, com exceção da internet, citada nos resorts A e B como “Intermitente, sem funcionar nas áreas comuns”; e no atendimento, citado no resort C que “Houve falhas”, há somente comentários e adjetivos positivos, os quais se repetem para os resorts A, B e C – em funcionários, atendimento, Beach Friends e segurança; somente para o resort A – em cartão para consumo, monitores do Kids Club, Vila Azul, Guias e estadia; e somente para o Resort B – em parque e camareiras.

Dos que são comuns a todos os resorts, destacam-se: os funcionários, chamados nas empresas de colaboradores; e os Beach Friends, que aparecem

citados em, respectivamente, 29 e 25% das avaliações. Essa representatividade é bastante significativa, tendo em vista que é pelos funcionários que são desempenhadas todas as atividades do empreendimento, desde sua reserva até o momento de seu checkout. Castelli (2003, p. 127), ao falar sobre perfis de organizações empresariais, enfatiza a respeito do “Momento da verdade, que é aquele espaço de tempo em que os clientes interagem com algum aspecto da empresa e dessa interação obtêm um resultado positivo ou negativo”. Para Castelli (2003, p. 129):

Nos momentos da verdade, os colaboradores são peças-chaves, pois são eles que estão, ao interagir com os clientes, gerando o principal produto da empresa. Naquele momento, o produto é o agir do colaborador. O lucro da empresa depende do resultado positivo desse momento, ou seja, se o pessoal de serviço, enfatiza Albrecht, for ativo, agradável, caloroso, amigável, cooperativo e usar de iniciativa para resolver o problema do cliente, então suas horas da verdade serão brilhantes, e o cliente tenderá a generalizar essas experiências, criando uma boa imagem geral do serviço. (CASTELLI, 2003, p. 129).

Como pode ser visto no resultado para “Funcionários”, no Quadro 9, as características atribuídas a eles em todos os resorts são positivas: atenciosos, gentis, excelentes, educados, agradáveis, solícitos, simpáticos, dedicados, eficientes, disponíveis, proativos etc. Isso confirma a boa imagem obtida do serviço por meio das avaliações, de maneira ampla, ou seja, os colaboradores destacaram-se nos momentos da verdade que tiveram com os clientes em momentos e situações distintos.

Sobre o setor da recreação e animação, é imprescindível para entreter e fazer com que o hóspede tenha atividades durante todo o tempo dentro do hotel. Para Appelt (2006, p. 04):

A recreação tem por objetivos a adaptação e integração entre indivíduos, ela bem planejada e organizada tem o intuito de divertir e educar os participantes, completando a formação, ampliando e despertando interesses culturais, além do desenvolvimento da capacidade física e orgânica do indivíduo. Facilitando o agrupamento por idade ou afinidades, desenvolve ocupação no tempo ocioso, adquire hábitos de relações interpessoais, desinibe e desbloqueia, desenvolve a comunicação verbal e não-verbal, descobre habilidades lúdicas, desenvolve a adaptação emocional, descobre sistemas de valores e por fim, da evasão ao excesso de energia e aumenta a capacidade mental do indivíduo. (APPELT, 2006, p. 04).

Quanto aos recreadores ou animadores, Corrêa (2002, p. 04) ressalta: “São requisitados nos hotéis de lazer quase como uma exigência dos clientes (hóspedes); o seu papel no primeiro momento é o de entrosar o pessoal, promover a integração entre os clientes, os quais sem a imediação dos animadores não o fazem.” (CORRÊA, 2002, p. 04).

Tal exigência se dá pelo fato de que a função desses profissionais é de extrema relevância para o tempo de permanência dos hóspedes nos empreendimentos em questão, tendo em vista que os clientes passam a maior parte do tempo dentro do resort, e a equipe de recreação, de acordo com Coelho (2003 apud APPELT, 2006, p. 06):

Transforma um simples final de semana com a família em dias inesquecíveis. O tio está sempre alegre. Um exemplo de amizade, respeito e educação. Um espelho para crianças. Ele jamais insiste, porém sugere diversas propostas de lazer para os hóspedes. Não diz palavras de baixo calão. É comunicativo e acolhedor. Tem bom senso e empatia. (COELHO, 2003 apud APPELT, 2006, p. 06).

Essa colocação feita pelo autor reflete de forma muito semelhante a muitos dos comentários lidos nas avaliações sobre “os tios”, mencionados em todos os resorts: “A equipe de animação é fantástica, independente da sua idade, dos 2 aos 80.”, “Os monitores são muito animados e estão sempre disponíveis”, “Melhor equipe de recreação, os Beach Friends mais incríveis que já conhecemos” (são citados nesse comentário os nomes de todos os “tios”), como são chamados os animadores, para haver um maior vínculo, principalmente com as crianças.

Por fim, no que se refere ao requisito de serviços, diante dos dez pontos relatados como positivos pelos hóspedes em suas avaliações no TripAdvisor, vale ressaltar algumas das funções necessárias para uma melhor satisfação do hóspede, conforme Cavassa (2001, p. 14):

a) Procurar que sua estada lhe permita reencontrar-se; b) Satisfazer as necessidades dos sentidos, paralelamente às necessidades motivacionais de caráter espiritual; c) Oferecer um ambiente de grupo e de entorno de nítida qualidade humana que lhe proporcione satisfação psicossociológica; d) Motivar as satisfações dos sentidos, oferecendo qualidade nos meios que estão em contato direto com o indivíduo (camas, móveis, enfeites, pinturas, diversas comodidades, etc.); e) Satisfazer o senso estético da pessoa, ofertando ambiente agradável na arquitetura e na decoração; f) Adaptar medidas de segurança e conforto que garantam a estabilidade física e emocional do hóspede, eliminando situações que, de alguma forma, possam afetar sua tranquilidade: riscos, ruídos, ambiente hostil ou

descuidado, por meio de mecanismos de isolamento acústico, música ambiente, excelente acústica, limpeza e higiene. (CAVASSA, 2001, p. 14).

Torna-se evidente que a satisfação é obtida pelos hóspedes nos resorts A, B e C, tendo muitos dos aspectos citados por eles presentes nas funções elencadas pelo autor, bem como na confirmação, por parte dos resorts, ao atendimento dos itens presentes na Matriz de Classificação, 83% no total.

Concluindo-se a análise de todos os requisitos, chega-se ao da sustentabilidade, para o qual o único aspecto citado, nos três resorts, que tem relação com o meio ambiente é a referência feita em alguns das avaliações à praia, colocando que é: “muito bem cuidada, excepcional, exclusiva, muito boa, bem tranquila, espetacular, linda e belíssima.” Mas, sobre as medidas permanentes para redução do consumo, em todos os âmbitos, reciclagem e reutilização de materiais ou outro aspecto que se refira a questões sustentáveis nos empreendimentos, não é feita nenhuma menção por parte dos hóspedes em suas avaliações.

Entretanto, o fato de ser mencionada a praia como bem cuidada e todos os outros adjetivos que recebeu, em todos os resorts, já pode ser considerada uma percepção do hóspede sobre os aspectos ambientais atrelados aos empreendimentos, tendo em vista que os comentários são feitos nas avaliações desses resorts. Acredita-se que, se houvesse algum aspecto ambiental que vissem, de forma nítida, como errado, comentariam, como bem fundamenta a Revista Hotéis (2016), que divulgou em sua matéria “Sustentabilidade na hotelaria” que a empresa Mapie¹³, em 2016, realizou uma pesquisa sobre o “Futuro da Hotelaria”, a qual revelou que “75% dos hóspedes da nova geração consideram a estrutura ambientalmente sustentável como um item que faz a diferença no hotel.” Assim, os resorts deixam claro o atendimento às questões ambientalmente sustentáveis, quando pontuam 100% do atendimento aos itens obrigatórios presentes na Matriz de Classificação com suas práticas desenvolvidas nos resorts A, B e C, o que pôde ser confirmado pelas certificações ISO recebidas.

Diante de toda a análise realizada acerca dos resorts A, B e C do Beach Park, a partir das respostas dos questionários, da Matriz de Classificação e das avaliações no TripAdvisor, tem-se um resultado considerável e importante, à medida

¹³ Empresa que presta, desde 2009, consultoria especializada em hotelaria, gastronomia, turismo e serviços, buscando por soluções inteligentes, bem como, metodologias consistentes e criativas para que os clientes alcancem resultados efetivos na indústria da hospitalidade. (MAPIE, 2018)

que se constatou a confirmação da presença efetiva dos requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade nos respectivos empreendimentos. Dessa maneira, chega-se às considerações finais da pesquisa em questão.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho investiga os requisitos do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) nos empreendimentos hoteleiros do Beach Park, mais especificamente os que são auto classificados pelo Beach Park como resorts. Os requisitos em questão são: infraestrutura, serviços e sustentabilidade.

A relevância do tema estudado se dá pelo fato de que, há muitas décadas, os governos do Brasil buscam implantar um sistema de classificação de meios de hospedagem que seja eficiente e possua requisitos que atendam às necessidades dos empreendimentos hoteleiros, bem como dos hóspedes. Logo, o fato de estudar os requisitos presentes na Matriz de Classificação do último Sistema de Meios de Hospedagem implantado, em 2011, o SBClass, dentro de três resorts conceituados, por fazerem parte do Complexo Turístico Beach Park, torna-se uma oportunidade de verificar se os requisitos propostos na referida Matriz condizem com a realidade presente nos meios de hospedagem.

O resultado do estudo proporciona para o meio acadêmico, para a sociedade, para os empreendimentos que são objetos de estudo, e para a própria autora, a resposta dessa análise, a qual constata que, após tantas tentativas para se chegar aos requisitos ideais em uma Matriz de Classificação, o Mtur tem um resultado positivo nessa sua última matriz desenvolvida, a qual é analisada de forma detalhada a partir de cada coleta de dados em cada um dos resorts estudados.

Contudo, dos resorts pesquisados, chegou-se ao resultado de que nenhum deles foi classificado pelo SBClass ou qualquer outro sistema oficial de classificação do Mtur. E, diante da verificação a partir da Matriz de Classificação proposta para a tipologia resort, os três resorts atendem, em todos os requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade, um percentual de, respectivamente: 86, 83 e 100% dos itens propostos como obrigatórios presentes em suas instalações e serviços adotados, o que não os classificaria como resorts pelo Mtur, tendo em vista que precisariam atender a 100% dos itens obrigatórios.

Mas o índice atingido de forma considerável pelos resorts, mesmo que não sendo em sua totalidade, mostra que aquilo que está proposto na Matriz de Classificação condiz com a realidade do meio hoteleiro, tendo em vista que os resorts do Beach Park adotam como parâmetro de observação outros

empreendimentos da mesma categoria, ou seja, outros resorts quatro estrelas, de outros estados do Brasil. O fato de terem outros empreendimentos como parâmetros, e não um Sistema de Classificação Oficial, implantado pelo Governo, reflete a forma desacreditada como vem sendo vistas as ações e políticas públicas do turismo, implantadas pelo Mtur desde sua criação, em 2003.

Tal percepção foi constatada pela não adesão dos resorts do Beach Park aos Sistemas de Classificação implantados, durante os 15 anos em que existe o Mtur, e é confirmada, durante a pesquisa, com a informação de desativação do SBClass pelo ex-ministro do Turismo, Marx Beltrão, na minuta feita em 17 de fevereiro de 2017, de Projeto de Lei com propostas que alteram a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. A justificativa deu-se pelo fato de que só haviam sido classificados pelo SBClass 59 meios de hospedagem, do total de mais de 25 mil existentes no Brasil, o que constatou seu fracasso na adesão pelas empresas hoteleiras.

Portanto, evidencia-se a falta de adesão dos meios de hospedagem junto ao Sistema de Classificação proposto pelo Mtur, pois durante 6 anos de existência de um Sistema de Classificação, ter-se um percentual médio de 2% de adesão do total é algo inexpressivo, que põe em questão e análise as ações do Mtur junto aos segmentos onde atuam. Essa não adesão por parte dos empreendimentos, em todo o Brasil, ocorre possivelmente pela ausência de planejamento para o turismo no Brasil que seja duradouro, reflexo da presença instável de líderes que fiquem à frente do Ministério em questão. Desde sua implantação até então, o Mtur já apresentou 12 ministros em seu comando, ou seja, cada um possui pensamentos diferentes, que geram ações e projetos distintos, daí instaura-se a instabilidade e falta de crédito pelas empresas que teriam o Mtur como referência ou suporte de orientação.

O processo de desenvolvimento para a temática escolhida exigiu bastante leitura e pesquisa, em distintas fontes, inclusive para se apropriar das metodologias adotadas: documental e netnográfica. No âmbito documental, estudar a Matriz de Classificação por inteiro, verificar sua divisão a partir de itens e tabular esses dados foi um desafio, tendo em vista que não se tinha um modelo pronto para tal. Então, teve-se que criá-lo, para o qual adotou-se a elaboração de vários formulários. Quanto à netnografia, metodologia até então nunca utilizada pela pesquisadora, possibilitou um desbravar em relação ao levantamento e tabulação de

dados no âmbito da hotelaria, visto que não foi encontrado nenhum estudo do Brasil com características semelhantes. Logo, fazer um cruzamento dos dados levantados na pesquisa documental, com a pesquisa netnográfica (por meio da plataforma TripAdvisor), na qual as avaliações são feitas pelos hóspedes de maneira real, “sem maquiagens”, proporcionou um crescimento incrível, nos âmbitos: pessoal, pela maturidade adquirida; profissional, pois como docente do Curso de Tecnologia em Hotelaria e pesquisadora, existe a constante necessidade de atualização e reciclagem, seja quanto ao mundo por inteiro, ou ao turismo e à hotelaria, em específico; e acadêmico, pela evolução pessoalmente reconhecida no processo de escrita desta dissertação, para a obtenção do título de mestre, após duas graduações e uma especialização cursadas há 10 e 4 anos, é, sem dúvidas, uma valiosa conquista de conhecimentos e técnicas que permanecerão e serão companheiras rumo à Tese.

Aponta-se que os objetivos geral e específicos foram alcançados, o geral, que foi analisar os requisitos propostos para a classificação da tipologia resort no Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) nos três empreendimentos hoteleiros, auto classificados de resorts, que compõem o complexo turístico do Beach Park, à medida que se conseguiu analisar os requisitos propostos para a classificação do resort no (SBClass) nos três resorts citados, a partir da aplicação da Matriz de Classificação, em cada um dos empreendimentos, fazendo-se um paralelo da existência dos itens, por meio das avaliações dos clientes que se hospedaram nos três resorts. E os específicos, que foram: a) verificar quais requisitos do SBClass, mandatórios e eletivos, são atendidos pelos empreendimentos hoteleiros do Beach Park, a partir da matriz de classificação do SBClass, verificação essa que foi feita a partir da referida matriz, realizando-se uma exposição desse resultado por meio de quadros com quantitativos expostos para cada um dos requisitos explanados; b) explanar sobre os requisitos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade do SBClass, o que foi concretizado de maneira individual sobre cada requisito, a partir da fundamentação de vários autores, bem como de fontes infográficas com posicionamentos atuais sobre tais requisitos; e c) Investigar a avaliação, por parte dos clientes, em relação aos serviços, infraestrutura e sustentabilidade nos meios de hospedagem estudados, o que foi possível diante das avaliações postadas na plataforma do TripAdvisor pelos clientes que se hospedaram nos três resorts, no período de março a maio de 2018.

É possível evidenciar que os questionamentos elencados foram respondidos. Os resorts do Beach Park atendem aos requisitos do Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem de forma insuficiente, pois, dos três requisitos que exigem o atendimento de 100% dos itens obrigatórios, os resorts só alcançaram essa totalidade no requisito de sustentabilidade, mas, para infraestrutura e serviços, o percentual alcançado foi de respectivamente: 86 e 83%. Quanto à aplicação e execução dos requisitos estudados, são percebidos pelos clientes que se hospedam nos resorts do Beach Park, os quais apontam em suas avaliações, conforme período dos dados coletados no TripAdvisor, pontos positivos para todos os requisitos, sendo destacados itens específicos nas avaliações, principalmente para infraestrutura e serviços; à medida que o requisito de sustentabilidade, os comentários, são relativos somente à praia. Há também atribuições negativas dos clientes em alguns, como destacado no item “preços”, no que se refere ao setor de A&B dos resorts.

Sobre os desafios no percurso dessa pesquisa, eles existiram de forma bastante concreta, iniciando-se pela dificuldade em ter retorno por parte de um setor específico do Beach Park, no sentido de conseguir a orientação de alguém que pudesse responder ao questionário da pesquisa. Essa tentativa frustrada ocorreu por diversas vezes, durante vários meses, através de e-mails não respondidos ou ligações com promessas que não se concretizavam. Então, já sentindo desânimo nessa insistência, conseguiu-se o direcionamento para se falar com outra pessoa, gerente administradora de um dos resorts, a qual deu melhor encaminhamento para se conseguir um momento da pesquisadora com os gestores, para a aplicação do questionário e Matriz de Classificação. A partir disso, foram encaminhados e-mails a todos os gerentes gerais dos três resorts, para os quais não se obteve retorno. Diante da necessidade imediata de aplicar os instrumentos de coleta da pesquisa, a pesquisadora realizou ligações individuais para cada resort, a fim de conseguir agendar horário com os gerentes de cada um deles. Atitude positiva, a qual resultou no efetivo agendamento, para dias e horários diferentes, e respectiva aplicação dos instrumentos de coleta de dados, mesmo com visível falta de receptividade por um dos gestores.

Esse difícil retorno por parte da gestão do empreendimento em estudo é algo que dificulta o levantamento de dados, bem como gera desestímulo no pesquisador em retornar ao local para pesquisas posteriores. Fato lamentável, tendo

em vista que o meio acadêmico seria enriquecido com tantas possibilidades de pesquisas que poderiam partir de todo o Complexo Turístico Beach Park, o qual tem muitas possibilidades de temáticas a serem trabalhadas. Mas, para que isso ocorra, a administração geral deveria se posicionar aos gestores sobre a importância do empreendimento como objeto de estudo, e da relevância das pesquisas e seus respectivos resultados para o empreendimento, bem como para a sociedade.

Em face dos dados da pesquisa, percebe-se como necessário um posicionamento do Mtur quanto ao uso das Matrizes de Classificação como documentos norteadores dos empreendimentos hoteleiros para adequação aos itens relativos aos requisitos de: infraestrutura, serviços e sustentabilidade, das tipologias para as quais já foram criadas as Matrizes. Para esse direcionamento, poderia ser verificada a possibilidade de uma parceria com as Secretarias de Turismo de cada estado, a fim de divulgar junto às empresas e tornar concreta a utilização das Matrizes nos empreendimentos, para ter-se um padrão das tipologias quanto aos parâmetros já existentes. A partir dessa ação, o Mtur necessita pensar na criação de um Sistema de Classificação Oficial do Governo que seja de adesão obrigatória, mas gratuita, a fim de terem-se empresas hoteleiras com padrões definidos, as quais se cadastrem e recebam fiscalizações, para verificação do atendimento aos requisitos propostos pelo Mtur em sua nova classificação, que pode usar como parâmetro as Matrizes de Classificação existentes e as novas matrizes que forem elaboradas para outras tipologias.

Quanto aos resorts do Beach Park, entende-se como relevante que os gestores possam observar quais itens encontram-se ausentes nos hotéis, de acordo com a Matriz do SBClass, e possam implantá-los. Pois mesmo que o SBClass tenha sido desativado, as matrizes que já haviam sido desenvolvidas para as sete tipologias das quais os resorts fazem parte tornaram-se um parâmetro de referência pelo Mtur, para uso e adequação dos empreendimentos. Deveria ser uma preocupação do Complexo Beach Park se adequar por completo a esses parâmetros do Mtur, tendo em vista que ele é o Ministério que regulamenta a atuação dos empreendimentos do Brasil. E para o Beach Park, por ser uma referência para o turismo e a hotelaria, seria importante não apresentar fragilidades e insucessos frente a um Sistema Oficial de Classificação, e sim ser exemplo, aderindo e agregando valores, a partir de seu cumprimento na íntegra. Até porque os itens que faltaram ser atendidos nos hotéis para atingirem os 100% e serem

enquadrados na tipologia resort foram poucos, correspondendo a 14 e 17% dos itens de infraestrutura e serviços que se mostraram ausentes. Uma ação de implantação desses itens, pela gestão, resolveria e adequaria os empreendimentos na tipologia resort, de acordo com todos os requisitos propostos pelo Mtur na sua matriz oficial de classificação.

Enfrente aos dados levantados e resultados encontrados nesse estudo, sugere-se para pesquisas futuras investigar a importância e necessidade de um Sistema de Classificação para os meios de hospedagem no Brasil, os quais encontram-se, após desativação e não sucesso do SBClass, sem nenhum Sistema Oficial de Classificação ativo, tem-se apenas as Matrizes que foram criadas e, hoje, podem ser usadas como material orientador.

Finalmente, manifesta-se o contentamento de terem sido alcançados os objetivos propostos inicialmente, bem como terem-se obtido respostas aos questionamentos levantados. Registre-se, assim, a satisfação em poder contribuir com reflexões a respeito dos empreendimentos hoteleiros, em especial dos resorts, apresentados em número tão amplo no Brasil; e mais ainda, sobre o Sistema Brasileiro de Classificação desses empreendimentos, assunto que oportunizará estudos posteriores e uma longa e prazerosa caminhada de estudo.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESORTS. **Resorts**. Disponível em: <<https://resortsbrasil.com.br/>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS DE PARQUE AQUÁTICO DO BRASIL. **Beach park**. Disponível em: <<http://www.adibra.com.br/392/page/beach-park-e-um-dos-destinos-turisticos-mais-visitados-do-mundo.html>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de Hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007. (Coleção ABC do Turismo).

ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lucio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: planejamento e projeto**. São Paulo: SENAC, 2000.

APPELT, Joice Luiza; LOPES, Luciana Aparecida Melo. Análise Comparativa da atuação dos profissionais do lazer em 2 Resorts: Sheraton Vistana Resort e Rio Quente Resort. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006. Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul, RS: Universidade de Caxias do Sul, 2006.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das Viagens e do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995.

BEACH PARK. Disponível em: <<https://www.beachpark.com.br>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

BENEVIDES, Ireleno Porto. **Turismo e PRODETUR: Dimensões e olhares em parceria**. Fortaleza: EUFC, 1998.

BENEVIDES, Wagner. **Engenharia de Avaliações: Beach Park Hotéis e Turismo S.A.** Fortaleza: [s.n.], 1988.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2002.

BERNARDELLI JUNIOR, José Maria et al. Sistema de Gestão ambiental na operação dos empreendimentos hoteleiros. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 6, n. 4, p. 564-582, out./dez, 2014.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. **Histórico da Defesa Comercial no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/licitacoes-e-contratos/9-assuntos/categ-comercio-exterior/146-sistemas-on-line-54>>. Acesso em: 07 mar. 2018.

_____. Ministério do Turismo. **Cadastur: Mais de 70% dos meios de hospedagem do país estão irregulares.** 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8181-cadastur-mais-de-70-dos-meios-de-hospedagem-do-pa%C3%ADs-est%C3%A3o-irregulares.html>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

_____. Ministério do Turismo. **Iniciada fiscalização do Cadastur.** 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8031-minist%C3%A9rio-do-turismo-iniciar%C3%A1-fiscaliza%C3%A7%C3%A3o-do-cadastur.html>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

_____. Ministério do Turismo. **Cartilha de Orientação Básica: Resort.** Brasília, 2010.

_____. Ministério do Turismo. **Classificação dos meios de hospedagem.** Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/index.jsp>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

_____. Ministério do Turismo. **Portaria Nº 100, de 16 de junho de 2011.** Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), esta-belece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/portarias/20110621.html>>. Acesso em: 12 jan. 2018

_____. Ministério do Esporte. **Criação do Ministério do Esporte e Turismo.** Disponível em: <<http://portal.esporte.gov.br/institucional/historico.jsp>>. Acesso em: 07 mar. 2018.

_____. Ministério do Meio Ambiente. **Responsabilidade.** Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental>>. Acesso em: 18 fev. 2018

BRUNO, Priscila Lopes; FRANZINI, Raquel Xavier Gomes. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. (Org.). **Os Parques Temáticos e a Indústria do Entretenimento.** São Paulo: Futura, 1999. p. 93-112.

BSH INTERNACIONAL. **Resorts no Brasil.** [S.l.:s.n.], 2014.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; GONSALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a Turismo e Hotelaria.** Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2005.

CARDOSO, Jaqueline de Fátima. Custos e preço de venda: Um estudo em restaurantes bufê por peso. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 6, n 1, p. 206-224, jan. 2013.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira.** 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CAVASSA, César Ramires. **Hotéis: gerenciamento, segurança e manutenção**. São Paulo: Roca, 2001.

CEARÁ. Secretaria de Turismo. **Cadastur: Ação vai fiscalizar prestadores de serviços ligados ao turismo**. 2018. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/index.php/noticias/43515-2018-02-27-19-47-20>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

CLUB MED. **Mundo das marcas**. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/club-med-exclusive-spots.html>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

COOPER, Chris et al. **Turismo: princípios e práticas**. Tradução Alexandre Salvaterra. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. A utopia da sustentabilidade no turismo. In: CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **O turismo e a relação sociedade – natureza: realidade, conflitos e resistências**. 2. ed. Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; FERNANDES, Laura Mary Marques. Políticas de Turismo: Ações e Contradições da Realidade Cearense. In: CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **O turismo e a relação sociedade – natureza: realidade, conflitos e resistências**. 2. ed. Fortaleza: EdUECE, 2014.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **O Turismo Litorâneo Cearense: do local ao global**. As comunidades de Flexeiras e Guagiru Trairí – CE. 1998. 145f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 1998.

CORRÊA, Evandro Antonio. **O papel do animador sócio-cultural em hotéis de lazer**. 2002, p.1- 6, disponível em: <www.geocities.com/foropermanentedetiempolibre>. Acesso em: 14 maio 2018.

CORREIA, Rafaela Rodrigues; ALPERSTEDT, Graziela Dias; FEUERSCHUTTE, Simone Ghisi. O Uso do método Netnográfico na Pós-Graduação em Administração no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 19, n. 47, p. 163-175, abr. 2017. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/2735/273551593011/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

DUARTE, Vládir Vieira. **Administração de Sistemas Hoteleiros**. São Paulo: Senac, 2005.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo: SESC, 1999.

EPELBAUM, Michel; VILELA JUNIOR, A; DEMAJORIVIC, J. **Modelos e ferramentas de Gestão Ambiental: desafios e perspectivas para as organizações**. São Paulo: SENAC, 2006.

ESTEVEES, Yohans de Oliveira. Marketing, internet e o comportamento do e-consumidor. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 7., 2011. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: [s.n.], 2011.

FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL. **Hotelaria em Números: Brasil 2016**. São Paulo: [s.n.], 2016.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. **Benchmarking**. Disponível em: <<http://www.fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GREAT PLACE TO WORK. **Hotéis**. Disponível em: <[http://lastpiece.gptw.com.br/connect-empresa/beach+park+hoteis+e+turismo+/<](http://lastpiece.gptw.com.br/connect-empresa/beach+park+hoteis+e+turismo+/)>. Acesso em: 06 mar. 2018.

_____. **Melhores empresas para trabalhar – Hotelaria**. [S.l.:s.n.], 2018.

HANSING, Bárbara. Resorts no Brasil: Evolução histórica e o comportamento das sub segmentações no biênio 2013/2014. **Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, v. 5, n. 5, mar. 2016.

HOTELIER NEWS. **Beach Park Acqua Resort (CE) é lançado oficialmente em SP**. 2007. Disponível em: <<https://hoteliernews.com.br/noticias/beach-park-acqua-resort-ce-e-lancado-oficalmente-em-sp-34367>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

HUFFADINE, Margaret. **Resort Design: Planning, Architecture and Interiors**. London: McGraw-Hill, 1999.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

ISO 14001. **Certificação**. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

ISO 22000. **Normas técnicas**. Disponível em: <<https://www.normastecnicas.com/iso/iso-22000/>>. Acesso em: 18 de abr. 2018.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing: Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação**. [S.l.:s.n.], 2010

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

LAWSON, Fred. **Hotéis e Resorts: planejamento, projeto e reforma**. Trad. Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MAPIE. Disponível em: <<http://www.mapie.com.br/#/sobre>>. Acesso em: 14 maio 2018.

MILL, Robert Christie. **Resorts**: administração e operação. Tradução de Sônia Kahl. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MOTA, K. C. N.; VIANNA, S. L. G.; ANJOS, F. A. **Competitividade das destinações turísticas**: estudos de casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

MOTA, N. **Marketing Turístico**: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas 2001.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento**: Planejamento e Organização. 5. ed. Ver. e ampl. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Resultados do Turismo Internacional**: o maior em sete anos. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/>>. Acesso em: 15 jan. 2018.

PANROTAS. **Atração do Beach Park recebe prêmio em Orlando**. 2011. Disponível em: <http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/parques-tematicos/atracao-do-beach-park-recebe-premio-em-orlando_73251.html>. Acesso em: 03 mar. 2018.

POLOLIKASHVILI, Zurab. **Panrotas**. 2018. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/internacional/2018/01/turismo-internacional-cresce-13-bilhao-viajaram-em-2017_152568.html>. Acesso em: 03 mar. 2018.

SUSTENTABILIDADE na hotelaria. **Revista hotéis**, v. 2, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/sustentabilidade-na-hotelaria/>>. Acesso em: 14 mai. 2018.

ROCHA, Adriana Marques; CORIOLANO, Luzia Neide M. T. Territórios de Espetáculo para o Turismo em Fortaleza. In: CORIOLANO, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **O turismo e a relação sociedade – natureza**: realidade, conflitos e resistências. 2. ed. – Fortaleza: EdUECE, 2014.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.) **Geografia do turismo: novos desafios**. 3ª ed. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.p. 50-53.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria De Turismo. **Relatório Cadastur**: Prestadores de serviços turísticos do RS. Porto Alegre, 2012.

RUFINO, Maria Beatriz. O imobiliário como frente de expansão da metrópole: contradições na produção do espaço do Porto das Dunas. **EURE**, v. 41, n. 124, p. 69-90, seti. 2015,

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; KADOTA, Décio Katsushigue. **Economia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2012. (Série turismo).

SCHENINI, Pedro Carlos; LEMOS, Renato Nunes; SILVA, Fernando Amorim da. Sistema de Gestão Ambiental no Segmento Hoteleiro. In: SEMINÁRIO DE GESTÃO DE NEGÓCIOS, 2., 2005. Curitiba. **Anais....** Curitiba: FAE, 2005.

SCHLUTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: ALEPH, 2003.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Relatório de inteligência. Série: **Canais digitais – TripAdvisor**. Brasília: SEBRAE, 2015.

_____. **Boletim: Marketing digital para agências e receptivos**. Brasília: SEBRAE, 2014

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Miguel Sérgio Rego da. **Gastronomia, Hotelaria e Turismo: A importância da Portugalidade em Food & Beverage no Mercado Hoteleiro**. 2016. 145f. Dissertação (Mestrado em Gestão Hoteleira) - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal, 2016.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. Série apontamentos. São Paulo: Editora SENAC, 1995.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. São Paulo: SENAC, 1995. (Série apontamentos).

TRIPADVISOR. **Acqua Beach Park Resort**. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303285-d3337325-Reviews-Acqua_Beach_Park_Resort-Aquiraz_State_of_Ceara.html>. Acesso em: 02 maio 2018.

TRIPADVISOR. **Suítes Beach Park Resort**. Disponível em: <https://www.TripAdvisor.com.br/Hotel_Review-g303285-d3337325-Reviews-Acqua_Beach_Park_Resort-Aquiraz_State_of_Ceara.html>. Acesso em: 02 mai. 2018.

TRIPADVISOR. **Wellness Beach Park Resort**. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303285-d3941294-Reviews-Wellness_Beach_Park_Resort-Aquiraz_State_of_Ceara.html>. Acesso em: 02 maio 2018.

VASCONCELOS, Erilane Rebouças de. **Complexo Turístico do Porto das Dunas: Beach Park**. 1992. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso Graduação em Ciências do ambiente) – Fundação Edson Queiroz, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, 1992.

VIEIRA, Elenara Vieira de. **Qualidade em serviços hoteleiros: a satisfação do cliente é função de todos**. Caxias do Sul, RS: Educus, 2004.

APÉNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado com os Gestores dos Resorts

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ - UECE

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS – MPGNT

**QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO NOS RESORTS DO
BEACH PARK**

Data: ___/___/___ Entrevistador – Aluna: Francisca Lúcia Sousa de Aguiar

Entrevistado: _____

Cargo que exerce no Resort: _____

01 Assinale por qual Resort está respondendo e quantas estrelas o mesmo possui.

() Wellness Beach Park Resort () 4 estrelas () 5 estrelas

() Acqua Beach Park Resort () 4 estrelas () 5 estrelas

() Suítes Beach Park Resort () 4 estrelas () 5 estrelas

02. O resort já teve ou possui cadastro regular no sistema CADASTUR?

() Sim () Não - Por qual motivo?

03. O resort já foi classificado por algum Sistema de Classificação Oficial do Governo?

() Sim () Não - Por qual motivo?

04. O responsável (ou responsáveis) pelo resort já conhece ou já tinha ouvido falar sobre o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SBCLASS)?

() Sim () Não - Se sim, por qual instrumento de divulgação?

05. O resort já foi classificado por algum outro Sistema de Classificação?

() Sim () Não - Por qual motivo?

06. Qual a opinião do responsável (ou responsáveis) pelo resort sobre os sites que classificam os meios de hospedagem mediante as avaliações dos usuários (tripadvisor, decolar, booking)?

07. O responsável (ou responsáveis) pelo resort acredita que o fato das avaliações desses sites (TripAdvisor, Decolar, Booking) serem subjetivas (emocional, parcial) mudaria a avaliação, no sentido de desqualificá-la?

08. O resort se baseia nos comentários da internet para melhorar sua infraestrutura e seus serviços?

09. O resort dá algum feedback para as avaliações dos clientes realizadas nos sites de avaliação?

() Sim () Não - Por qual motivo?

10. Verificando os feedbacks dos Gerentes de cada resort no site TripAdvisor, há posicionamentos sobre os comentários realizados, contudo, no que se refere ao fator “preço de alimentos e bebidas”, não há um posicionamento para o hóspede, isso se dá por algum motivo específico?

Obrigada pela atenção!

ANEXO

ANEXO A – Matriz de Classificação - Tipologia Resort

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ - UECE**MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS – MPGNT**

Data: ___/___/___ Entrevistador – Aluna: Francisca Lúcia Sousa de Aguiar

Entrevistado:

Cargo que exerce no Resort: _____

❖ Assinale por qual Resort está respondendo:

- () Suítes Beach Park Resort () 4 estelas () 5 estelas
 () Acqua Beach Park Resort () 4 estelas () 5 estelas
 () Wellness Beach Park Resort () 4 estelas () 5 estelas

**MATRIZ DE CLASSIFICAÇÃO DE
MEIOS DE HOSPEDAGEM**

PORTARIA MINISTERIAL MTUR Nº 100/2011

RESORT**OBSERVAÇÕES GERAIS:**

1- As siglas assinaladas para cada categoria têm o significado, a saber:

M – Requisito mandatório

EL – Requisito eletivo

2- Os números indicados na coluna “OBS” remetem aos itens OBSERVAÇÕES arrolados no fim das áreas envolvidas (infraestrutura, serviços e sustentabilidade) de cada matriz.

3- Para destacar sua resposta nos itens existentes no resort, pode colocar um asterisco (*) ao lado do M ou EL presentes nas colunas das categorias de 4 ou 5 estrelas.

RESORT - INFRAESTRUTURA

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Áreas Comuns	★★★★	★★★★★	OBS
1	Aspecto externo compatível com a categoria	M	M	1
2	Sinalização exterior clara e em bom estado de conservação	M	M	2
3	Área de estacionamento ou marina	M	M	3
4	Jardim	M	M	4
5	Entrada de serviço independente	M	M	
6	Estado de conservação e manutenção das instalações e da construção em boas condições	M	M	5
7	Estado de conservação e manutenção dos equipamentos e do mobiliário em boas condições	M	M	6
8	Decoração e ambientação compatível com a categoria	M	M	7
9	Sistema de sinalização interno que permita fácil acesso e circulação por todo o estabelecimento, em português e em mais um idioma	M	M	
10	Empregados uniformizados e identificados	M	M	
11	Área ou local específico para o serviço de portaria	M	M	
12	Área ou local específico para o serviço de recepção	M	M	
13	Local para guarda de bagagens	M	M	
14	Carrinhos para transporte de bagagens	M	M	
15	Adaptador de tomada à disposição sob pedido	M	M	
16	Adaptador de tomada para padrões estrangeiros à disposição sob pedido	M	M	
17	Elevadores	M	M	8
Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Resort			Infraestrutura	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Áreas Comuns	★★★★	★★★★★	OBS
18	Equipamento telefónico nas áreas sociais para uso do hóspede	M	M	
19	Climatização (refrigeração / ventilação - forçada ou natural - / calefação) adequada nas áreas sociais	M	M	
20	Banheiros sociais, masculino e feminino, separados entre si, com ventilação natural ou forçada	M	M	
21	Espaço para leitura	M	M	9
22	Jornais diários e revistas disponíveis nas partes comuns	M	M	
23	Jornais diários e revistas em idiomas estrangeiros disponíveis nas partes comuns	EL	M	
24	Sala para escritório virtual / <i>business center</i> , com equipamentos (com no mínimo computador e impressora)	M	M	
25	Sala de reuniões com equipamentos	M	M	10
26	Espaço para eventos e apresentações (por exemplo: teatro, música, projeção de cinema, etc)	M	M	
27	Salão de jogos equipado	M	M	11
28	Sauna seca ou vapor	M	M	
29	Sinalização água quente / fria nos lavatórios e chuveiros	M	M	
30	Oferta de pelo menos 2 tipos de piscinas	M		12
31	Oferta de pelo menos 3 tipos de piscinas		M	12
32	Relação de 1 m ² de área de piscina (espelho d'água) por capacidade máxima de hóspedes	M		
33	Relação de 1,5 m ² de área de piscina (espelho d'água) por capacidade máxima de hóspedes		M	
34	Cadeira e guarda sol disponível para praia, quando aplicável	EL	M	

Resort	Infraestrutura
---------------	-----------------------

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Áreas Comuns	★★★★	★★★★★	OBS
35	Toalha para uso externo por hóspede	M	M	
36	Sala de Ginástica /Musculação com equipamentos	M	M	
37	Campo de Golfe com 9 ou 18 buracos	EL	EL	
38	Centros de Tratamentos de Estética e de Revitalização da Saúde ou do Bem Estar Geral	M	M	
39	Centro Eqüestre disponível para os hóspedes	EL	EL	
40	Clube Infantil	EL	EL	13
41	Instalações e equipamentos para pelo menos 3 atividades de aventura disponíveis para os hóspedes (por exemplo: Rapel, Tirolesa, <i>Aquaride</i> , <i>Rafting</i> , <i>Arvorismo</i> , <i>Trecking</i> , etc)	EL	EL	
42	Instalações e equipamentos para pelo menos 3 opções de atividades náuticas disponíveis para os hóspedes (por exemplo: Caiaque, <i>Jet Ski</i> , Lanchas, Esqui, Pedalinho, <i>Windsurfe</i> , Mergulho, etc)	EL	EL	
43	Pelo menos 3 equipamentos esportivos disponíveis para os hóspedes (por exemplo: Campo de Futebol, Quadra Poliesportiva, Arco e flecha, Voleibol, Minigolfe, etc)	M	M	
44	Quadra de Tênis disponível	M	M	
45	Gerador de Emergência com partida automática ou manual, com cobertura nos apartamentos e áreas sociais, para manutenção de todos os serviços essenciais	M	M	14
46	Medidas de segurança	M	M	15
47	Medidas de segurança nas atividades recreativas e desportivas	M	M	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Unidades Habitacionais (UH)	★★★★	★★★★★	OBS
48	UH com área de 25 m ² ou mais, considerando quarto, ante-sala, e banheiro, desconsiderando varanda, em no mínimo 80% das UH	M	M	

Resort	Infraestrutura
---------------	-----------------------

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Unidades Habitacionais (UH)	★★★★★	★★★★★	OBS
49	Disponibilidade de UH com banheira	EL	M	
50	Varandas em pelo menos 25% das UH	EL	M	
51	Decoração e ambientação compatível com a categoria	M	M	7
52	Estado de conservação e manutenção das instalações e da construção em boas condições	M	M	5
53	Estado de conservação e manutenção dos equipamentos e do mobiliário em boas condições	M	M	6
54	Local e equipamento para passar roupa à disposição nas áreas comuns ou nas UH	EL	M	
55	Disponibilidade de UH conjugáveis	EL	EL	
56	Portas duplas de comunicação entre UH conjugáveis (se existirem) ou sistema que só possibilite sua abertura, quando por iniciativa dos ocupantes de ambas as UH	M	M	
57	Tranca interna nas UH	M	M	
58	Armário, <i>closet</i> ou local específico para a guarda de roupas em 100% das UH	M	M	
59	Porta malas ou local apropriado para abrir as malas em 100% das UH	M	M	
60	Saco para lavanderia	M	M	
61	Berço para bebês a pedido	M	M	16
62	Mesa de cabeceira para cada leito ou entre dois leitos em 100% das UH	M	M	
63	Lâmpada de leitura junto às cabeceiras em 100% das UH	M	M	
64	"Cardápio" de travesseiros	EL	EL	

65	Travesseiro e cobertor complementar a pedido	M	M	
Resort			Infraestrutura	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Unidades Habitacionais (UH)	★★★★	★★★★★	OBS
66	Travesseiro e cobertor complementar na UH	EL	M	
67	Colchões com dimensões superiores ao padrão nacional	M	M	17
68	Roupa de cama, banho e colchoaria em bom estado de conservação	M	M	
69	Cesta de lixo em 100% dos quartos	M	M	
70	Espelho de corpo inteiro em 100% das UH	M	M	
71	Água potável disponível em 100% das UH	M	M	18
72	Mini refrigerador em 100% das UH	M	M	
73	Minibar equipado em 100% das UH	M	M	
74	Copos em 100% das UH	M	M	
75	Climatização (refrigeração / calefação) adequada em 100% das UH	M	M	
76	Controle da temperatura de climatização pelo hóspede na UH	M	M	
77	Dispositivo para regulagem da intensidade da luz elétrica na UH	EL	M	
78	Tomada em 100% das UH	M	M	19
79	Ramais telefônicos em 100% das UH	M	M	
80	TV em 100% das UH	M	M	
81	Controle remoto de TV em 100% UH	M	M	
82	Canais de TV por assinatura em 100% das UH	M	M	

Resort	Infraestrutura
---------------	-----------------------

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Unidades Habitacionais (UH)	★★★★	★★★★★	OBS
83	Canais de TV a cabo <i>pay per view</i> em 100% das UH	EL	EL	
84	Dispositivos para reprodução de filmes (como por exemplo: <i>Blue-Ray</i> ou DVD) nas UH	EL	EL	
85	Poltrona ou sofá em 100% das UH	M	M	
86	Uma mesa com cadeira em 100% da UH	M	M	
87	Acesso à <i>internet</i> disponível nas UH	M	M	
88	Canetas, lápis ou lapiseiras e bloco de notas em 100% das UH	M	M	
89	Cortina ou persiana em 100% das UH	M	M	
90	Vedação opaca móvel (corta-luz) nas janelas em 100% das UH	M	M	
91	Sinalização água quente/fria nos lavatórios e chuveiros	M	M	
92	Água quente no chuveiro em 100% dos banheiros	M	M	
93	Água quente no lavatório	EL	M	
94	Lavatório com bancada e espelho	M	M	
95	Bidê ou ducha manual em 100% das UH	M	M	
96	Sabonete, uma toalha de banho e uma de rosto por hóspede	M	M	
97	Roupa em 100% das UH	EL	M	
98	Chinelo em 100% das UH	EL	M	
99	Tapete ou piso (toalha) em 100% dos banheiros	M	M	
REQUISITOS		CATEGORIA		

Nº	Unidades Habitacionais (UH)	★★★★	★★★★★	OBS
100	Secador de cabelo em 100% das UH	M	M	
101	Espelho com lente de aumento em 100% das UH	EL	M	
102	Suporte ou apoio para produtos de banho no <i>box</i>	M	M	
103	Extensão telefônica em 100% dos banheiros	EL	M	
104	Cesta de lixo em 100% dos banheiros	M	M	
105	8 amenidades, no mínimo, em 100% das UH		M	
106	6 amenidades, no mínimo, em 100% das UH	M		
107	Manual de serviços disponíveis na UH em português e mais dois idiomas	M	M	
REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Alimentos & Bebidas (A&B)	★★★★	★★★★★	OBS
108	Pelo menos 2 bares	M		
109	Pelo menos 3 bares	EL	M	
110	Pelo menos dois restaurantes com cardápios diferentes	M		
111	Oferta de três restaurantes ou mais, com cardápios diferentes		M	
112	Relação de lugares instalados em restaurantes/capacidade máxima de hóspedes maior ou igual a 50%	M	M	
Resort			Infraestrutura	
REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Alimentos & Bebidas (A&B)	★★★★	★★★★★	OBS
113	Cardápio do restaurante em português e mais dois idiomas	M	M	
114	Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc)	M	M	16

Resort	Infraestrutura
---------------	-----------------------

OBSERVAÇÕES:	
GERAL	"Disponibilidade" não significa que a infraestrutura seja oferecida de forma gratuita.
	Quando posturas ou legislações específicas (municipal ou estadual) forem aplicáveis, estas devem prevalecer.
1	A fachada, acessos e calçamento devem estar cuidados e ser compatíveis arquitetonicamente com a categoria.
2	A sinalização exterior do resort (nome, logotipo - se houver / sinalização de entrada, estacionamento, etc) deve ser clara e apresentar-se sem defeitos, avarias ou mau funcionamento.
3	O estacionamento é obrigatório, para os casos em que há acesso por terra e a marina é obrigatória nos casos onde houver acesso somente por água.
4	Existência de jardim com tratamento paisagístico e mantido em boas condições.
5	As instalações e o aspecto geral da construção devem apresentar manutenção apropriada e ausência de manchas, goteiras, descascamento de revestimentos, etc.
6	Os equipamentos e mobiliários devem apresentar boas condições de conservação e funcionamento, sem avarias ou defeitos, em especial os que provoquem riscos para os usuários.
7	A decoração e ambientação deve ser coerente e atender às expectativas correspondentes à categoria. Simplificadamente e em caráter ilustrativo, espera-se que um resort de 4 estrelas seja confortável e um resort de 5 estrelas seja sofisticado ou luxuoso.
8	4 estrelas: elevador obrigatório para construções a partir de 3 andares.
	5 estrelas: elevador obrigatório.
9	O espaço para leitura deve ser situado em área afastada do salão de jogos, áreas de recreação, etc.
10	A sala de reuniões deve comportar pelo menos 30 pessoas. Os equipamentos devem incluir a disponibilização de projetor de imagens de computador (pode ser mediante locação para os hóspedes).
11	O salão deve dispor de pelo menos 3 opções de jogos.
12	Tipos de piscina: piscina, piscina infantil, piscina térmica ou piscina olímpica, piscina com hidromassagem, piscinas de ondas, etc. - Tipos de águas: clorada, salinizada ou de água do mar, etc.

13	A oferta do clube Infantil requer a disponibilidade de monitores especializados (conforme item 64 de Serviços).
14	Serviços essenciais - elevador, refrigerador, freezer, sinalizações de emergência, sistemas de proteção e combate a incêndio.
15	Trata-se de medidas destinadas a assegurar a segurança do hóspede, como circuitos internos de TV, dispositivos bloqueadores liberados por chave magnética nos elevadores, etc.
16	Os resorts somente para adultos (que não admitem crianças explicitamente) estão dispensados deste requisito.
17	As dimensões consideradas como padrão nacional são: a) para camas de solteiro, largura de 88 cm por comprimento de 188 cm; b) para camas de casal, largura de 138 cm e comprimento de 188 cm.
Resort	Infraestrutura

OBSERVAÇÕES:	
18	Água própria para consumo humano.
19	Trata-se de uma tomada livre, com facilidade de acesso, no quarto ou na sala, para uso pelo hóspede. A legislação estabelece a necessidade de as tomadas contarem com indicação da voltagem de maneira visível.

RESORTS - SERVIÇOS

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Descrição	★★★★	★★★★★	OBS
1	Serviço de recepção aberto por 24 horas com capacidade de atendimento em dois turnos com fluência em português e mais dois idiomas estrangeiros e, no terceiro turno, com fluência em português e mais um idioma estrangeiro	M	M	1
2	Capacidade de atendimento em cada turno, na portaria, em português e com conhecimento instrumental em mais um idioma estrangeiro	M	M	1
3	Serviços de mensageiro no período de 24 horas	M	M	
4	Serviço de <i>guest relations / concierge</i>	M	M	
5	Serviço de manobrista 24 horas	EL	M	
6	Serviço de <i>transfer</i>	M	M	
7	Serviços de telefonia em português e mais dois idiomas estrangeiros	M	M	
8	Serviço de despertador	M	M	
9	Serviço de cofre em 100% das UH	M	M	
10	Cobertura de seguros contra roubos, furtos e de responsabilidade civil	M	M	
11	Serviço de atendimento médico de urgência	M	M	2
12	Serviço de atendimento médico regular disponível no empreendimento	M	M	
13	Serviço de segurança por intermédio de pessoal formado e dedicação exclusiva, próprio ou contratado	M	M	
14	Serviço de mordomo		EL	
15	Serviço de conexão à <i>internet</i> nas áreas sociais	M	M	
16	Serviço de facilidades de escritório virtual / <i>business center</i> (no mínimo: acesso à <i>internet</i> , obtenção de cópias, impressão de documentos)	EL	M	
17	Serviço de suporte - Tecnologia de Informação	M	M	
Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Resort			Serviços	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Descrição	★★★★	★★★★★	OBS
18	Serviço de eventos (departamento especializado, pessoal com dedicação exclusiva)		EL	
19	Disponibilização de informações e folhetos turísticos	M	M	
20	Disponibilização de guarda-chuvas a pedido	EL	EL	
21	Disponibilização de <i>kit</i> de costura a pedido	M	M	
22	Serviço de costura a pedido		EL	
23	Disponibilização de <i>kit</i> de amenidades para higiene pessoal a pedido	EL	EL	3
24	Disponibilização do material para lustrar sapatos a pedido	M	M	
25	Serviço de limpeza diária da UH em uso	M	M	
26	Serviço de limpeza para as UH a pedido	M	M	
27	Serviço de troca de roupas de cama e banho diariamente	M	M	4
28	Serviço de abertura de cama	EL	M	
29	Disponibilização gratuita em 100% das unidades de cesta de frutas e/ou outras cortesias especiais	EL	EL	
30	Serviço "Não perturbe" / "Arrumar o quarto"	M	M	
31	Serviço de lavanderia	M	M	
32	Serviço de lavanderia para o mesmo dia	EL	M	
33	Serviço de passadeira	M	M	
34	Serviço de passadeira (retorno em até 1h)	EL	M	
Resort			Serviços	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Descrição	★★★★	★★★★★	OBS

35	Disponibilizar equipamento para passar roupa	EL	EL	
36	Serviço de refeições leves e bebidas nas UH (<i>room service</i>) no período de 18 horas	M		
37	Serviço de refeições leves e bebidas nas UH (<i>room service</i>) no período de 24 horas		M	
38	Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar	M	M	
39	Serviço "a la carte" em pelo menos um restaurante	EL	M	
40	Cardápio com cozinha regional ou típica em um dos restaurantes	EL	M	
41	Cardápio com cozinha internacional em um dos restaurantes	M	M	
42	Serviço de preparação de dietas especiais (por exemplo: vegetariana, hipocalórica, etc)	EL	M	
43	Serviços diferenciados para crianças (por exemplo: cardápio, sinalização específica, etc)	M	M	
44	Serviço de bar por 24 horas ininterruptas (mesmo que em bares diferentes)	EL	M	
45	Área exclusiva de fumantes	EL	EL	
46	Página na <i>internet</i> em português e mais dois idiomas estrangeiros	EL	M	
47	Sistema de visualização e fechamento de conta diretamente na UH		EL	
48	Serviço de informação sobre a conta na UH	EL	EL	
49	Pagamento com cartão de crédito ou de débito	M	M	
50	Serviço de entrega de jornal no quarto	EL	EL	
51	Mínimo de 6 serviços acessórios oferecidos em instalações no próprio resort (por exemplo: salão de beleza, babá, loja de conveniência, locação de automóveis, agência de turismo, etc) - No caso dos serviços acessórios serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	
Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Resort			Serviços	

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Descrição	★★★★	★★★★★	OBS
52	Serviços de massagens (por exemplo: massoterapia, talassoterapia, shiatsu, etc) - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	EL	M	
53	Serviços de estética (por exemplo: limpeza da pele, etc) - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	
54	Serviços de revitalização e relaxamento (por exemplo: pedras quentes, banhos aromáticos, etc) - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	EL	M	
55	Serviço de orientação por profissionais competentes para a prática de atividades esportivas nos equipamentos fornecidos - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	5
56	Serviço de orientação por profissionais competentes para as atividades de aventura oferecidas - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	5
57	Serviço de orientação por profissionais competentes para as atividades náuticas oferecidas - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	5
58	Atividades físicas orientadas (por exemplo: yoga, caminhadas, alongamento, pilates, ginástica, hidroginástica, etc) - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	M	M	5
59	Aulas de dança ministradas por professor - No caso dos serviços serem terceirizados, monitorar e controlar a qualidade dos serviços oferecidos	EL	EL	
60	Programas Recreativos Próprios, para adultos e crianças, com recreadores e atendimento nos três turnos do dia (manhã, tarde e noite)	EL	M	
61	Programas Recreativos Próprios, para adultos e crianças, com recreadores e atendimento em dois turnos do dia (manhã, tarde ou noite)	M		
62	Monitores capacitados para acompanhamento no Clube Infantil	M	M	5
63	Oferta de espetáculos	EL	EL	
64	Oferta de atividades culturais, que não espetáculos, como exposições, feiras de artesanato, etc	EL	EL	
65	Oferta regular de cinema ou peças de teatro	EL	EL	

Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Resort	Serviços
--	-----------------

OBSERVAÇÕES:	
GERAL	"Disponibilidade" não significa que a infraestrutura seja oferecida de forma gratuita. Quando posturas ou legislações específicas (municipal ou estadual) forem aplicáveis, estas devem prevalecer.
1	A competência deve ser da equipe, não necessariamente de uma pessoa em particular.
2	O hotel deve possibilitar o atendimento do hóspede, em situações de emergência, por um médico. Exemplos incluem atendimento por médico (próprio ou não) cobrindo atendimentos de emergência, atendimento por serviços de ambulância, com paramédicos e equipada para primeiros socorros, para remoção para atendimento por um médico.
3	O <i>kit</i> de amenidades deve conter, no mínimo: sabonete, pasta de dentes, escova de dentes, creme de barbear, aparelho de barba descartável, hidratante, <i>shampoo</i> , condicionador.
4	Ou quando mudar o hóspede.
5	Os serviços de orientação e os monitores são obrigatórios caso o resort ofereça as instalações e equipamentos.

RESORT - SUSTENTABILIDADE

Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Resort	Sustentabilidade
--	-------------------------

REQUISITOS		CATEGORIA		
Nº	Descrição	★★★★	★★★★★	OBS
1	Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica	M	M	1
2	Medidas permanentes para redução do consumo de água	M	M	1
3	Medidas permanentes para o gerenciamento dos resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem.	M	M	2

4	Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação ao serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las.	M	M	
5	Programa de treinamento para empregados	M	M	3
6	Medidas permanentes de seleção de fornecedores (critérios ambientais, socioculturais e econômicos) para promover a sustentabilidade	EL	EL	
7	Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade	M	M	
8	Medidas permanentes para valorizar a cultura local	M	M	4
9	Medidas permanentes para geração de trabalho e renda, para a comunidade local	M	M	
10	Medidas permanentes para promover produção associada ao turismo	EL	M	5
11	Medidas permanentes para minimizar a emissão de ruídos das instalações, maquinário e equipamentos, das atividades de lazer e entretenimento de modo a não perturbar o ambiente natural, o conforto dos hóspedes e a comunidade local	EL	EL	
12	Medidas permanentes para tratamento de efluentes	EL	EL	
13	Medidas permanentes para minimizar a emissão de gases e odores provenientes de veículos, instalações e equipamentos	EL	EL	

OBSERVAÇÕES:	
1	As ações devem incluir monitoramento do consumo, utilização de fontes alternativas, coleta e aproveitamento da água da chuva etc.
2	As boas práticas de gestão de resíduos preconizam os chamados "3 R", que são reduzir, reutilizar e reciclar. Nem sempre há disponibilidade de facilidades para reciclagem. O empreendimento deve evidenciar a implementação da abordagem dos "3 R" no gerenciamento dos seus resíduos sólidos, de acordo com as boas práticas consagradas (por exemplo, coleta seletiva).
3	Deve incluir os temas da redução do consumo de energia elétrica, de água e da produção de resíduos sólidos.
4	Por exemplo: itens de entretenimento, gastronomia, decoração, etc.
5	Considera-se produção associada ao turismo a produção artesanal, agropecuária ou industrial que detenha atributos naturais ou culturais de uma determinada localidade ou região capazes de agregar valor ao produto turístico.