

A VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DO HOTEL COSTA LESTE NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS-MS

Fabiana Elias Padilha¹

Esp Luziane Albuquerque²

RESUMO

O presente artigo será realizado no município de Três Lagoas - MS, cujo objetivo é analisar o setor hoteleiro, que está inserido dentro da área mercadológica do setor, motivo que ocasionou o projeto de Implantação do Hotel Costa Leste no referido município, cujo propósito específico é de comportar os futuros hóspedes que estarão em circulação, seja por motivos diversos tais como: negócios, turismo, entre outros; possibilitando conforto e bem-estar aos mesmos. Neste sentido, toma-se como fonte para pesquisa, a leitura de diversos nomes do campo de hotelaria e turismo. Cabe lembrar ainda que, buscou-se a análise do setor hoteleiro do município, enfocando os critérios que visam enriquecer toda a estadia das pessoas que estarão no referido hotel. Em que nos reportam os fatos, pode-se dizer que, o Hotel Costa Leste estará capacitado e qualificado para corresponder ao seu público alvo. Neste sentido, o Hotel Costa Leste, vem proporcionar um fator positivo à cidade, pois trará empregos e qualificação quanto à mão-de-obra.

PALAVRAS-CHAVE

Capacitação; Emprego e Implantação

1. A VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DO HOTEL COSTA LESTE NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS- MS

1.1 TRÊS LAGOAS E AS MUDANÇAS SÓCIO-ECONÔMICAS COM A CHEGADA DAS INDÚSTRIAS

Três Lagoas está em pleno desenvolvimento no setor sócio-econômico, e ainda é o centro do chamado Bolsão Sul-Matogrossense, região rica em arrecadação de impostos do estado de Mato Grosso do Sul e cuja principal ati-

AUTORES

1 Discente do Curso Turismo da AEMS – Faculdades Integradas de Três Lagoas/MS.

2 Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS.

vidade econômica é a pecuária (WIKIPÉDIA, 2007).

É importante enfatizar que, com a crise no setor, no entanto, a indústria e o turismo despontam como alternativas ao município e à região. Segundo o IBGE, Três Lagoas tem um total de 1.497 estabelecimentos comerciais e 323 indústrias de transformação. Na indústria do turismo, por sua vez, Três Lagoas faz parte da chamada Costa Leste de Mato Grosso do Sul, (fator crucial à nível geográfico, para desenvolver estratégias comerciais à cidade e região).

Neste sentido:

Tabela 1: Crescimento do Produto Interno Bruto (PIB)

ANO	PIB (R\$)	PIB PER CAPITA (R\$)
1999	403.766.000,00	5.139,04
2000	444.703.000,00	5.575,45
2001	615.556.281,00	7.602,27
2002	695.419.268,00	8.461,22
2003	906.426.249,00	10.865,81
2004	991.504.452,00	11.712,98

Fonte: Wikipédia (2007, p. 4).

Especificamente considerando a tabela, observa-se que, durante os últimos seis anos, o Produto Interno Bruto (PIB), obteve uma considerada expressão (fatores que vem somar pontos positivos ao município, gerando expectativas quanto ao pólo industrial ao qual a cidade está inserida). Com efeito, esta evolução do PIB, como apontado, deve-se ao setor da pecuária, cuja exportação de carne bovina alcança diversas regiões e outros países como Israel e Europa. Neste sentido, a renda gerada pela pecuária também sempre movimentou outros setores da economia municipal, como o comércio e serviços.

Isto posto, cabe lembrar que, Três Lagoas está entre as três cidades do estado com maior participação na composição do PIB estadual em 2004, com R\$ 991.504.452,00 (novecentos e noventa e um milhões, quinhentos e quatro mil e quatrocentos e cinquenta e dois reais), e ainda, Três Lagoas é responsável por 0,15% do crescimento do PIB brasileiro (no ano de 2007).

Neste sentido, sabe-se ainda que, Três Lagoas, é apontada como a cidade promissora, no que diz respeito à vinda de indústrias ao município, fato

que pode ser observado por todos, com a implantação de indústrias tais como: Mabel, Cortex, Schincariol, Metalfrio, Nelitex, Kidy, Avant, Tubotec, GS Plásticos, Multibrasil, entre outros.

Em meados da década de 1990, um artigo da Revista Exame apontou Três Lagoas como um dos maiores pólos de desenvolvimento do Brasil. A cidade receberia bilhões de dólares em investimentos e cresceria de forma surpreendente. A partir deste momento, começaram a surgir especulações de que a cidade seria a nova São Paulo, por Três Lagoas possuir posicionamento estratégico com fácil acesso aos mercados do Sudeste, Sul, Centro-Oeste e América do Sul, além de ter a sua disposição os transportes rodoviário, fluvial, ferroviário e todos os tipos de matéria-prima e mão-de-obra.

Sendo assim, a última administração municipal de Issam Fares e a atual de Simone Tebet focaram suas atenções em permitir o desenvolvimento da indústria na cidade. Desde os anos de 1990, muitas foram as indústrias que ali se instalaram, devido à qualidade de sua água; companhias de águas minerais e bebidas também se expandem no município, entretanto outras empresas de grande porte também otimizadas com as vantagens às quais Três Lagoas proporciona instalaram empresas, como a Petrobrás (usina termelétrica).

Entre todos esses investimentos, no entanto, um dos maiores será feito pelas companhias International Paper e Grupo Votorantim. US\$ 1,15 bilhão será investido para a construção de fábrica com capacidade para produzir quinhentas mil toneladas de papel branco ao ano em Três Lagoas, a partir do primeiro trimestre do ano de 2009. É salutar lembrar que, durante a construção da fábrica de papel, dez mil trabalhadores deverão ser empregados, o PIB municipal também será triplicado, aumentando em 13,5% o PIB sul-matogrossense e em 0,15% o PIB brasileiro.

Contraditoriamente ao que ocorre na zona rural, no perímetro urbano a especulação imobiliária decorrente da expansão industrial tem triplicado ou mesmo quadruplicado preços de imóveis.

No que concerne os fatos, Três Lagoas, participou da FEIPAN, no ano de 2005, com o objetivo de levar as indústrias de Três Lagoas e seus produtos, fortalecendo o crescimento das atividades no município, fomentando ao estado o pólo industrial da cidade (PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS LAGOAS, 2005).

Isto posto cabe enfatizar que foram expostos produtos industrializados da Mabel, Schincariol, Metalfrio, Nelitex, Kidy, Avant, Tubotec, GS Plásticos e Multibrasil, (todas as despesas e aluguéis de stands para a exposição de Três

Lagoas, foram custeados pela prefeitura). “Estamos levando as indústrias de Três Lagoas para todo o Estado do Mato Grosso do Sul. Com isso pretendemos trazer para o município maior crescimento e reconhecimento de nossos potenciais e atrativos” (TEBET, 2005 apud PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS LAGOAS, 2005, p. 2).

Especificamente considerando a questão, Três Lagoas quanto ao setor sócio-econômico, objetiva oferecer às indústrias benefício fiscal como oportunidade de negócios (LARA, 2004). Neste sentido, a cidade teve a competência de atrair indústrias para se instalarem em seu território mediante a estratégia estadual de isenção tributária, que concede descontos de impostos, além de dar incentivos fiscais e econômicos. Dessa forma, os gerentes e proprietários das indústrias de diversas localidades do país visualizaram o benefício fiscal como uma oportunidade de negócios, pois é uma questão de estratégia com o objetivo de gerar vantagens competitivas em seu mercado específico, ou seja, Três Lagoas– MS em que, após o ano de 1997, os administradores municipais decidiram, estrategicamente, convidar os proprietários de empresas de outras regiões, para instalarem as suas unidades no pólo industrial do município, oferecendo uma série de vantagens e benefícios fiscais. De 1997 a 2004, vinte e duas empresas, de diversos setores se instalaram no município (LARA, 2004).

Em face aos objetos de análise, sabe-se ainda que, os benefícios fiscais existem em todo o Estado de Mato Grosso do Sul e a lei que os concede é a de nº 1239 de 18/12/1991, regulamentada pela lei complementar nº 93, denominada MS Empreender, que tem como objetivo o desenvolvimento do estado e seus municípios, e que versa sobre isenção de impostos para as empresas que se instalarem em qualquer cidade do Estado de Mato Grosso do Sul, com descontos de até 67% dos principais impostos estaduais, por um período de tempo determinado; que segundo Lara (2004), oferece uma série de outras vantagens, tais como: doação de terrenos, incentivos municipais e outros.

Nesta ótica, os gerentes e proprietários das indústrias que se instalaram no município de Três Lagoas, mediante o benefício fiscal, após 1997, estão diante de uma questão de estratégia empresarial, pois a implantação correta das estratégias pode assegurar a eficiência das indústrias, garantindo vantagens competitivas sustentáveis, contribuindo para um cenário futuro positivo, pois há vários fatores que podem influenciar o mercado de Três Lagoas.

Neste sentido, sabe-se que, Três Lagoas, oferece oportunidades de negócios tais como: benefício fiscal, mão-de-obra em abundância, infra-estrutura,

energia em abundância, gás natural, ferrovia, hidrovia, entre outros.

Contudo, segundo Lara (2004), as indústrias que estão se instalando em Três Lagoas estão em busca da estratégia de diferenciação de preço, com esforços no sentido de reduzir os custos de fabricação para ter um preço competitivo, e assim, destacarem-se no mercado, pois, a isenção tributária, que atraiu indústrias para o município de Três Lagoas, possibilitou uma grande oportunidade de negócios para as mesmas alcançarem as suas estratégias, e em sua maior parte, estão alcançando eficácia na sua instalação, gerando vantagens competitivas sustentáveis, principalmente com relação ao custo de produção, principal estratégia de diferenciação encontrada.

1.2 ANÁLISE DOS HOTÉIS EXISTENTES NO MUNICÍPIO E A IMPLANTAÇÃO DO HOTEL COSTA LESTE NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS – MS

Considerando o atual processo de desenvolvimento sócio-econômico pelo qual o município de Três lagoas, vem passando, observa-se que há uma considerada expressão do fluxo de pessoas em circulação na cidade. Neste sentido, para atender a essa demanda, o município dispõe de hotéis, pousadas, pensões e ranchos como forma de comportar seus hóspedes.

Considerando os fatos, observa-se que há maiores exigências quanto aos serviços prestados no setor de hotelaria a estes hóspedes, (pois, trata-se em grande parte de empresários que visita a cidade com vistas ao desenvolvimento no setor industrial). Isto posto, cabe enfatizar que, essa tendência vem acompanhada da exigência do mercado, onde pessoas de maior poder aquisitivo procuram não apenas um hotel, mas o conforto e a qualidade de seus serviços. Entretanto, tais aspectos não devem ser ignorados, uma vez que o hotel deseja permanecer no mercado, pois, como observado, o município de Três Lagoas, já está inserido na área mercadológica do setor hoteleiro do mundo globalizado.

Entretanto, considerando tais aspectos, sabe-se que atualmente o referido município dispõe de poucos hotéis conceituados à nível empresarial para atender o público alvo tais como: Hotel OT, Vila Romana Park Hotel e o Real Park Hotel.

Em face ao objeto de análise Três Lagoas atualmente dispõe de 16 (dezesesseis) hotéis para comportar os visitantes que aqui chegam tais como: Hotel Avenida; Hotel Carajás; Hotel Central; Hotel Ypê Park; Hotel Líder; Hotel Minas; Hotel Modelo; Hotel Novo Hotel; Hotel OT; Hotel Reis; Hotel Santa Catarina; Ho-

tel Três Lagoas; Hotel SanVille; Hotel Vila Romana Park Hotel; Hotel Real Park Hotel; e Pousada no Tucunaré.

Diante destas considerações, todos estes hotéis estão em pleno funcionamento a fim de atender o fluxo de pessoas em circulação na cidade, assim também como os respectivos empresários que vêm ao município visando à instalação de indústrias no pólo industrial do referido município.

Analisando os fatos, observa-se que se faz necessário a implantação de um hotel diferenciado e qualificado para atender ao público alvo de empresários e executivos que vem ao município. Dessa forma, sabe-se também que o referido hotel precisa estar preparado em todos os seus departamentos para suprir esta necessidade e a um público alvo tão exigente.

Para tais medidas faz-se necessário a implantação do Hotel Costa Leste no município de Três Lagoas para suprir esta lacuna no setor hoteleiro. Diante destas considerações, fatores tais como: competitividade, estratégias de marketing, qualificação de mão - de - obra e infra-estrutura são requisitos necessários para atender aos hóspedes esperados, uma vez que o setor hoteleiro do município de Três Lagoas está inserido dentro da área mercadológica no que diz respeito à globalização.

Nesta ótica Castelli (1996), ressalta que, além da flexibilidade e da agilidade em acompanhar as mudanças por parte da classe dirigente é preciso prestar atenção para outro fato. Fato novo no contexto atual, ou seja, trata-se da internacionalização ou globalização da economia. Com efeito, as empresas, neste caso defronta-se-ão com novos padrões de qualidade que não serão mais aqueles da região ou da nação, mas aqueles das melhores empresas do bloco econômico e do mundo. Ou seja, se quiser continuar no mercado, competitiva portanto, deve-se ater-se a esses novos referenciais. Deve romper barreiras do provincianismo. As empresas hoteleiras estão inseridas neste contexto, embora estejam ainda condicionadas às certificações internacionais, exigidas para as empresas do ramo industrial para poderem competir.

Outro fator não menos importante, mas de crucial importância ao setor hoteleiro está relacionado à qualidade total dos serviços e infra-estrutura da empresa (hotel), que segundo Castelli (1996), entre os objetivos da qualidade total não estão apenas os lucros, mas também os melhoramentos gerais em áreas como treinamento do empregado, a satisfação do hóspede, a garantia da qualidade dos serviços prestados, o controle do custo, o volume, o controle da energia e desenvolvimento de novos produtos.

Em face ao objeto de análise, a qualidade total de serviços está diretamente ligado ao “zero defeito”, ou seja, não pode haver erros. Castelli (1996), define zero não como um programa de motivação, mas um padrão de desempenho que consiste em fazer o trabalho certo logo da primeira vez e sempre. Considerando os dados mencionados, fatores como estes apontados, têm como objetivo a satisfação dos hóspedes (motivos pelos quais há todo desempenho, para atendê-lo), dessa forma, a busca pela satisfação do cliente, está no resultado de adquirir bens e serviços ao mesmo que deseja prioritariamente segundo Castelli (1996), usufruir satisfatoriamente dos serviços e produtos do hotel ao qual se encontra.

Considerando os fatos, Miranda e Miranda (2004), ressalta que para haver bom funcionamento e qualidade nos serviços prestados, faz-se necessário a descrição de funções e seleção de fatores críticos de sucesso, ou seja, em todo o mundo os hotéis de certo porte trabalham com planilhas descritivas de funções para as diferentes áreas prevendo todas as tarefas e responsabilidades de cada cargo, que devem ser conhecidas e praticadas por todos os funcionários, servindo como instrumentos de controle de desempenho para as gerências.

Diante de todas as considerações, Miranda e Miranda (2004), ressalta que, marketing, é fator crucial para que o empreendimento seja um sucesso, pois não basta apenas diversificar, haver qualidade, e outros fatores de pata-mar inigualável se não há público (hóspedes), para usufruir e recomendar aos colegas e familiares quanto aos serviços e qualidade prestados. Dessa maneira, o primeiro e fundamental passo para o sucesso de mercado do hotel foi dado na concepção do produto, ou seja, um hotel na medida para o seu público alvo (padrões enfatizados pelo Hotel Costa Lesta, em sua implantação na município de Três Lagoas, para o seu público alvo).

Nesta ótica, com o produto certo, seu projeto de marketing será divulgado, através dos folds (não importando o tamanho que seja), todos constarão informações contidas nessa ficha (inclusive o mapa de acesso), descrição dos atrativos ou utilidades ao redor tais como: o turismo local, dependências internas do hotel, apresentando sua infra-estrutura e tecnologias aos quais poderão ser usufruídas.

Com efeito, poderão ser utilizados, como marketing: as propagandas na mídia, publiceditorial, promoções, merchandising (lembrancinhas), comunicação visual, relações públicas entre outros.

Em face ao objeto de análise, um fator crucial sem dúvida do hotel

está em sua hospedagem propriamente dita, entretanto esta área, junto com o setor de alimentos e bebidas, é a mais tangível e visual do hotel (HSIEH, 2006). Especificamente considerando a questão, o hóspede construirá o conceito e a imagem do hotel, por meio de seus contatos com os funcionários que atendem a essas áreas, do tipo de decoração nos diversos aposentos, da limpeza a do asseio em geral.

Neste sentido, segundo Hsieh (2006), o cenário representa o contexto sócio-econômico no qual estará inserido o empreendimento. Essa avaliação fornece dados sobre os quais se farão projeções dos resultados futuros (estas são as mesmas fases analisadas para a implantação do Hotel Costa Leste, no município de Três Lagoas). Dessa forma, a abrangência está intimamente ligada ao tipo de turismo que se quer atingir.

Com efeito, as estratégias são os caminhos que o hotel vai adotar para alcançar os resultados desejados, visando a competitividade, a qualidade e todos os fatores inseridos dentro da área mercadológica do setor hoteleiro, visando claro a globalização.

Retornando as questões anteriores, o presente artigo, objetiva o estudo da área mercadológica do sistema hoteleiro, a fim de implantar o Hotel Costa Leste no município de Três Lagoas, uma vez que o mesmo apresenta no setor sócio-econômico, tendências favoráveis para desenvolver o referido projeto, observando através de análise que há uma lacuna no setor de hotelaria do referido município, no que se refere maior praticidade, viabilização, conforto, infra-estrutura, mão-de-obra qualificada em todos os setores e salas de reuniões, com tecnologia de ponta, com o intuito de hospedar de forma confortável os empresários que estarão em circulação na cidade.

Entretanto, para tais análises, foi necessário haver uma pesquisa qualitativa e exploratória; com empresários do setor de hotelaria e pessoas voltadas ao setor empresarial, visando obter opiniões de como está o setor hoteleiro do município, uma vez que a cidade comporta e requer o que há de novo no setor.

Após feita a pesquisa, e com as análises dos dados, os empresários foram unânimes quanto à implantação de um novo hotel. Com relação às análises de pessoas com visão empresarial, todas aprovaram a implantação do Hotel Costa Leste para o município (conforme anexos).

Contudo, após as análises, verificou-se que Três Lagoas, comporta sem dúvida a implantação do Hotel Costa Leste, uma vez que a mesma oferece infra-estrutura, fluxo expressivo de empresários e pessoas do setor empresarial em

circulação com perspectivas de progresso e desenvolvimento.

É importante salientar que, durante a última administração municipal de Issam Fares, foram feitos esforços para que a Costa Leste de Mato Grosso do Sul recebesse sinalização turística por parte do Ministério da Integração Nacional. Da mesma forma, a atual administração, está sendo aprimorada a integração entre os diversos ramos do setor, assim como estão tendo seu treinamento aperfeiçoado funcionários de hotéis, restaurantes e outros. Foi também criado um guia gastronômico da cidade e a prefeitura agora concentra esforços na estruturação e comercialização dos roteiros turísticos da Costa Leste (PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS LAGOAS).

Considerando os fatos acima mencionados, pode-se concluir que, com a Implantação do Hotel Costa Leste, sem dúvida alguma vem gerar ao município um fator positivo, pois o mesmo gerará empregos, e a arrecadação aos cofres municipais, uma vez que o referido hotel estará mostrando a outros estados e regiões o que Três Lagoas oferece no setor turístico e as vantagens e praticidade de se hospedar em um hotel preparado e qualificado para receber os hóspedes que o procuram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o término do artigo, ficou claro as transformações sócio-econômico que o município de Três Lagoas – MS, vem passando nos últimos anos, transformações favoráveis com a implantação de indústrias ao município, gerando empregos e infra-estrutura à cidade no que diz respeito as arrecadações de impostos e maior fluxo de pessoas em circulação.

Neste sentido, baseado nos fatos concretos da pesquisa, observou-se também a real necessidade da implantação do Hotel Costa Leste, o qual vem preencher a lacuna do setor hoteleiro do referido município, no que diz respeito a um hotel qualificado e preparado em todos os setores para hospedar os empresários e executivos que vem à cidade seja por trabalho, turismo, entre outros.

Considerando os fatos e observando a proposta, é fato mencionar que o Hotel Costa Leste vem somar fatores positivos, quanto à sua implantação no município, pois como mencionado anteriormente o mesmo vem gerar empregos e também divulgar através do marketing o turismo treslagoense e oferecer seus serviços, produtos e mão-de-obra qualificada, uma vez que o referido hotel se enquadra perfeitamente na área mercadológica do setor hoteleiro da

globalização o qual estão os conceituados hotéis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLI, Geraldo. Excelência em hotelaria. 5. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

HSIEH, Ernesto. Pousada entre o sonho e a realidade. São Paulo: Manole, 2006.

LARA, Clézio Antônio. Estratégias empresarial e vantagens competitivas em indústrias de Três Lagoas-MS. 2004. [acessado em: 03 set. de 2007]. Disponível em: <http://www.facef.br/facefpesquisa/2006/nr1/v9n1artigo4.pdf>

MIRANDA, Roberto Lira; MIRANDA, Roberto de Ávila. Como montar e gerir uma pousada. São Paulo: Book Mídia, 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE TRÊS LAGOAS. Três Lagoas participa da FEIPAN 2005 e é destaque no Estado. 2005. [acessado em: 03 set. de 2007]. Disponível em: <http://www.treslagoas.ms.gov.br/noticias/?id=217>

WIKIPÉDIA. Economia de Três Lagoas. 2007. [Acessado em 03 de set. de 2007]. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia>