A ESCASSEZ DA MÃO DE OBRA QUALIFICADA E A EFICIÊNCIA DAS AGÊNCIAS DE TURISMO EM ILHA GRANDE - RJ

Ana Maria Guimarães da Mota

Carla Kiyokawa Wolf

Elizabeth Kyoko Wada

RESUMO: O presente artigo foi desenvolvido a partir da pesquisa de campo realizada por Maria Simone Santos da Silva em 2013, que teve como problema de pesquisa "Por que da escassez de mão de obra qualificada nas agências de turismo da Vila do Abraão" e como objetivo geral compreender se há relação entre a falta de mão de obra qualificada e a eficiência dos serviços prestados. Como objetivos específicos buscou descrever os empreendimentos e os tipos de serviços existentes nas agências de turismo da Vila do Abraão; esclarecer como são trabalhados o turismo e a hospitalidade nas agências; e identificar os *stakeholders* envolvidos neste processo. A metodologia utilizada foi pesquisa exploratória com estudo de casos múltiplos e entrevistas semiestruturadas em três das agências de turismo da Vila do Abraão, concluindo que o turismo é a principal fonte de renda dos moradores, onde os serviços ofertados são suficientes para atender tanto os turistas como os moradores, com os nordestinos como um dos principais *stakeholders* que contribuem com a mão de obra para este serviço na comunidade.

Palavras-chave: Hospitalidade; *Stakeholders*; Agência de Turismo; Mão de Obra; Ilha Grande.

ABSTRACT: This article was developed from field research conducted by Maria Simone Santos da Silva in 2013, which had the research problem "Why is there a shortage of skilled manpower in the tourism agencies of the Vila Abraão" and as a general objective to understand if there is a relationship between lack of skilled manpower and efficiency of services. Specific objectives sought to describe the developments and the types of services available at tourist offices of the Vila Abraão; clarify how they are worked in the hospitality and tourism agencies; and identify the stakeholders involved in this process. The methodology was exploratory research study with multiple cases and semi-structured interviews in three of the tourist agencies of the Vila Abraão, concluding that tourism is the main source of income for the residents, where the services offered are sufficient to meet both tourists and residents, with northeastern people as one of the key stakeholders who contribute the manpower for this service in the community.

Keywords: Hospitality; Stakeholders; Tourist Agency; Manpower; Ilha Grande.

INTRODUÇÃO

A Ilha Grande é um lugar repleto de belezas naturais, situado no Município de Angra dos Reis. Segundo dados do *site* da Ilha Grande/RJ (www.ilhagrande.org), no passado esta bela ilha foi invadida e atacada por piratas, serviu de rota para o tráfico de escravos e foi palco de muitas outras histórias. A Ilha Grande possui 193 km2 e mais de 100 praias de águas verdes azuladas, vegetação exuberante formada pela mata atlântica, cachoeiras, animais silvestres e clima tropical o ano inteiro.

O local de maior estrutura turística é a Vila do Abraão. Nesta localidade encontram-se o maior número de moradores, pousadas, restaurantes e pequenas agências de turismo que promovem os passeios de barco, traslados, mergulho, caminhadas em trilhas, rapel, remo entre diversas outras atividades possíveis na região.

Na pesquisa de campo realizada por Maria Simone Santos da Silva em 2013 na Vila do Abraão, foram identificadas as dificuldades dos prestadores de serviços turísticos, profissionais que recebem e acolhem os turistas, organiza roteiros históricos e culturais, e desenvolvem atividades inerentes à hospitalidade. Como suas principais funções são prestar informações, assistência e orientação ao turista, um dos maiores problemas encontrado foi à dificuldade em atender a grande demanda de turista estrangeiro devido à falta de um segundo idioma, no entanto havia cortesia e interesse em ajudar este público, mesmo com esta deficiência. Porém, a falta de profissionais era claro com inúmeras placas expostas em estabelecimentos turísticos com anúncios de vagas para contratação, o que despertou interesse em compreender a relação entre a escassez de mão de obra qualificada com a eficiência e a qualidade dos serviços prestados.

Para entender a problemática da escassez de mão de obra qualificada, e alcançar o objetivo proposto foi necessário conhecer as agências e seus serviços, assim como sua relação com os colaboradores e seu envolvimento com os seus *stakeholders,* que são grupos que influenciam ou são influenciados por elas. Abordando também a questão da hospitalidade, que de acordo com Camargo (2004) é o ato de acolher os viajantes que se encontram fora de seu local de origem.

As seguintes hipóteses foram testadas: (H1) os empreendimentos e serviços por eles ofertados são suficientes para atender a comunidade e a demanda turística; (H2) o turismo é o principal meio de sobrevivência dos moradores da Vila do Abraão; (H3) nordestinos que vivem na Vila do Abraão são um dos principais *stakeholders*.

A metodologia utilizada foi pesquisa empírica de caráter exploratório, com o estudo de casos múltiplos. As evidencias foram encontradas através de levantamento bibliográfico e entrevistas semiestruturadas e autogeradas, em que o primeiro entrevistado indica os próximos, sendo inicialmente realizadas em três agências de turismo da Vila do Abraão: Nativos *Tour*, Caiçara *Tour* e Avant *Tour* onde cada gestor de uma delas indicou dois principais *stakeholders,* totalizando nove entrevistas.

1. HOSPITALIDADE E AGÊNCIAS DE TURISMO

As primeiras manifestações de hospitalidade de acordo com Grinover (2007) ocorreram por conta das viagens e deslocamentos dos homens por lugares que não haviam visitado antes, sendo acolhidos com hospedagem e alimentação.

Para Bueno (2003, p.1) “A hospitalidade remonta há vários séculos, tendo sido associada tanto a aspectos sociais quanto religiosos (...) entre várias tentativas de defini-la, o ponto comum seria a abertura para o acolhimento. Esse acolhimento, que já foi um dever sagrado, moral e social, sempre teve aspectos diversos”.

Na descrição de Walker (2003, p. 28) “As primeiras referências à hospitalidade remontam à Grécia e Roma antigas, quando o desenvolvimento do comércio e das viagens contribuíram para o aparecimento de alguma forma de acomodação para passar a noite se tornasse uma necessidade”. Ainda os romanos tiveram grande influência no que se dizem respeito à hospitalidade, as viagens eram frequentes e as estalagens e tavernas passaram a receber mercadores, estudiosos e atores em suas dependências. Com a queda do Império Romano, quase toda a referência que se tinha na época em relação à hospitalidade desapareceu por ordens religiosas, fazendo com que deixasse de existir a maioria das hospedarias, inclusive os mosteiros que acolhiam os viajantes.

Guerrier *apud* Cruz (2002, p. 39) diz “A hospitalidade em si é um fenômeno muito mais amplo, que não se restringe à oferta, ao visitante, de abrigo e alimento, mas sim o ato de acolher, considerado em toda sua amplitude”. De acordo com Grinover *apud* Castelli (2005, p. 141) “Desde os primórdios, o homem foi fascinado por viagens, movido por necessidades e desejos dos mais variados, como férias, negócios aventuras, saúde e religião. As viagens agregam valor às pessoas, tantos para os visitantes quanto para os visitados”.

Camargo (2004) propõe demarcar a hospitalidade por meio de dois eixos de tempos/espaços e um eixo cultural, baseado nas ações compreendidas pela noção de hospitalidade, e o eixo social, baseado na interação social.

> 1) Recepcionar: O ato de acolher as pessoas, do bem receber, a hospitalidade antes de se tornar um gesto da vida social, constitui um ritual da vida privada.
> 2) Hospedar: Ainda que a hospitalidade não envolva necessariamente o ato de hospedar, não há como deixar de incluir nessa categoria o calor humano dedicado a alguém sob o mesmo teto.
> 3) Alimentar: Em algumas culturas, a oferta de alimento delimita e concretiza o ato de hospitalidade.
> 4) Entreter: Receber as pessoas implica entretê-las de alguma forma, e por algum tempo, proporciona-lhes momentos agradáveis (CAMARGO, 2004, p.15-16).

Dias (2002) afirma que, na prática, a hospitalidade, assim como a qualidade, são experiências sentidas pelos hóspedes. Elas provêm, especialmente, dos fatores sociais, envolvendo seus contatos com outras pessoas, sejam elas outros clientes ou hóspedes, moradores da localidade, motoristas ou funcionários.

Segundo a oferta de hospitalidade comercial Lashley e Morrison (2004, p.19) descrevem:

> A oferta de hospitalidade comercial depende da reciprocidade com base na troca monetária e dos limites da concessão de satisfação aos hóspedes que, no fim, causam impacto sobre a natureza da conduta hospitaleira e da experiência da hospitalidade. Tanto o anfitrião quanto o hóspede entram em conjuntura de hospitalidade com reduzido senso de reciprocidade mútua.

Ao se referir às agências de viagens, deve-se recordar do importante papel que elas desempenham no mercado turístico, uma vez que definidas as categorias, cada uma delas trabalham com seus respectivos produtos direcionados aos clientes

e, presta atendimento de forma a satisfazer suas necessidades e solicitações. Beni (1998 *apud* DANTAS, 2002, p. 14) diz que os serviços são imateriais, logo para que haja serviço tem que haver contato direto entre o prestador de serviços e o cliente.

Na prática vale destacar a hospitalidade em forma de serviços, em como os atendentes das agências recebem seus clientes, como os trata, pois segundo Dantas (2002) a forma como é passada a informação sobre o produto que o cliente deseja adquirir é essencial para que o mesmo fique satisfeito e retorne.

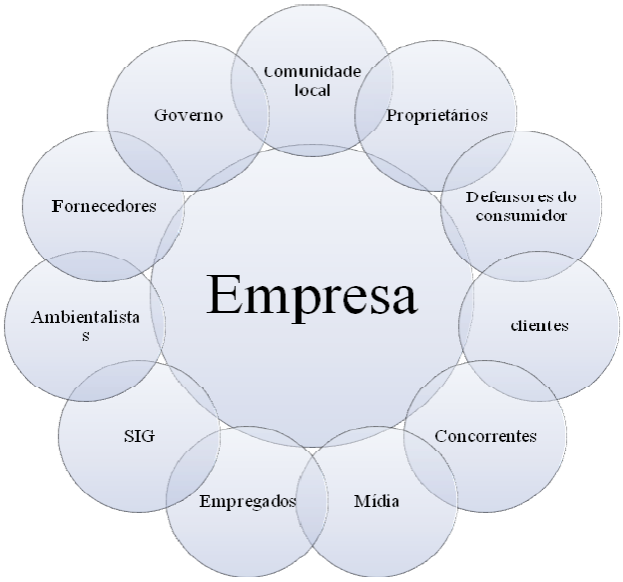
Quando a população local não é inserida na cadeia produtiva do turismo pode ocorrer inospitalidade, uma vez que esta não enxerga oportunidades de desenvolvimento na atividade. Esta inospitalidade também pode ocorrer pelo turista para com a comunidade local, uma vez que a massificação do turismo proporcionou um distanciamento e entre esses dois públicos e agravou problemas de infraestrutura e serviços, que outrora eram capazes de atender a população fixa.

É na hospitalidade, portanto, que se deve buscar estabelecer relações amistosas entre o turista e a localidade visitada. Para Camargo (2004) a hospitalidade é um ato transformativo a partir do acolhimento do outro, pois os atores envolvidos nesse ato não serão mais os mesmos. Os canais de distribuição desempenham papel fundamental na intermediação dos serviços turísticos para os visitantes e, portanto a hospitalidade deve estar presente na relação cliente e prestador de serviço.

2. *STAKEHOLDERS* E TURISMO RECEPTIVO

Para Freeman (1984) *stakeholder* é qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou é afetado para alcançar os objetivos da empresa. Abaixo a figura 1 mostra a visão de *stakeholder* da empresa, de acordo com Freeman (1984).

FIGURA 1 - *Stakeholder View of Firm*



Fonte: Adaptado de Freeman, 1984.

De acordo com Freeman e McVea (2001) a gestão de *stakeholder* teve como objetivo preparar meios de gerenciar os muitos grupos e relacionamento, resultando em uma forma estratégica. No entanto a administração precisa descobrir suas relações com os *stakeholders* com a finalidade de aumentar estratégia de negócios.

De acordo com Godoy, Teixeira, et al., (2007), a confiança e a cooperação são ingredientes fundamentais na construção e preservação de relacionamentos com os diversos *stakeholders* que podem contribuir para a vantagem competitiva das empresas.

O turismo é cada vez mais visto como uma das principais fontes para a geração de desenvolvimento socioeconômico em uma região. Para Olivieri e Odloak (2007), as viagens são fatores significativos para qualquer economia local, regional ou nacional, pois a presença constante de turistas aumenta o consumo, incrementa as demandas por maior produção de bens e serviços, gerando mais lucros.

Segundo Dittmer (2001), nos últimos anos, importantes mudanças sociais e econômicas tornaram possível para um maior número de pessoas a viajarem. Que incluem aposentadoria antecipada, maior longevidade, semana de trabalho mais

curta, mais tempo de lazer, o aumento da renda disponível, maior mobilidade, famílias menores, e as mudanças em padrões de gastos.

Para Beni (2001), há vários tipos de turismo, turismo de descanso ou férias, turismo cultural, turismo científico, turismo religioso, turismo de negócios e compras, turismo de aventura, turismo da terceira idade, turismo educacional e outros.

De acordo com Barreto (2003, p.15), chama-se turismo tanto ao ato praticado pelos turistas, quanto ao sistema comercial montado para transforma-los, hospeda-los, entretê-los, aos serviços prestados dentro desse sistema, e a série de ralações comerciais, políticas e sociais que acontecem a partir desse ato praticado pelos turistas.

Cooper (2007, p. 346) define que os atrativos proporcionam aos destinos a razão mais importante para o turismo de lazer, “assim uma atração turística é um foco para atividades recreativas e, em parte, educativas, desempenhadas tanto por excursionistas quanto por turistas, e que são frequentemente divididos com a população local”.

Já para Beni (2003), a direção do fluxo turístico, pode ser classificado como: turismo emissivo fluxo de saída de turistas que residem em uma localidade e / ou turismo receptivo: fluxo de turistas em um determinado local.

Porém, na concepção de Barreto (2003), por sua própria natureza o turismo pode ser emissivo (envia turista para fora do local) ou receptivo (recebe os turistas vindos de fora) o turismo emissivo é economicamente passivo, já que não traz dividendos para o núcleo emissor (país ou cidades), enquanto o turismo receptivo é ativo, por ativar, movimentar a economia local. (BARRETTO, 2003, p. 17).

3. ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS

3.1 Ilha Grande – RJ

Segundo Turisangra (2010 *apud* KOGA, 2011) a Ilha Grande é a maior ilha do estado do Rio de Janeiro, localizada no município de Angra dos Reis (figura 2). Está a 150 km de distância do Rio de Janeiro e a 400 km de São Paulo.

FIGURA 2 - Mapa da Ilha Grande

Fonte: www.ilhagrande.org.

3.2 Os Empreendimentos e Serviços Ofertados na Vila do Abraão

Segundo dados do *site* da Ilha Grande/RJ (www.ilhagrande.org) a Vila do Abraão é conhecida como "capital da Ilha Grande". Nela está localizada maioria dos meios de hospedagem como pousadas, *campings,* casas de praia e suítes para alugar, além disso, o turista pode dispor de restaurantes e outros comércios como as agências de passeios e mergulhos, guias de trilhas e barcos para traslados. Não há carros circulando, pois não é permitida a circulação de veículos à combustão na Ilha (exceto os oficiais), somente traineiras e saveiros que levam turistas aos passeios pela Ilha Grande. A travessia pode ser feita em Conceição de Jacareí, Angra dos Reis, Mangaratiba ou Catamarã, através das Barcas S/A, Escunas e Saveiros.

Na Vila do Abraão, bem como na Ilha Grande, não há agências bancárias ou caixa eletrônico 24 horas. Há posto de saúde 24 horas, DPO (polícia militar), corpo de bombeiros, *lan house* (*internet*), lojas de artesanatos e roupas, correios, chaveiro, jornaleiro e farmácia.

O Pico do Papagaio é um dos pontos turísticos, este pode ser avistado logo na chegada à Vila, tendo ainda diversos atrativos históricos como a Igreja São

Sebastião localizada na pequena praça, as ruínas de Lazareto e Aqueduto, as cachoeiras dos Escravos e da Feiticeira, as praias do Morcego, Abraãozinho, Guaxuma, Crena, Comprida, Bica, Julia, Canto e Preta, além de trilhas.

A Vila também conta com eventos, como *Réveillon*, Carnaval, Ilha do *Zouk*, Festival da Música e Festa Caipira, que ocorrem na praça e cada um em determinado mês.

3.3 Caracterização dos Objetos de Estudo

- **Agência Nativos *Tour***

A agência Nativos *Tour* está localizada na Rua Getúlio Vargas – Vila do Abraão em Ilha Grande – Angra dos Reis – RJ, com início das suas atividades em maio de 2013, com foco principal na venda de passeios náuticos. A agência dispõe de roteiros que incluem desde praias próximas como Abraãozinho e Feiticeira com valores entre R$ 20,00 e R$ 25,00, a passeios de meia volta e volta completa à Ilha, que contemplam sete praias com valores em torno de R$ 120,00 a R$ 170,00. O empreendimento conta com três colaboradores, sendo dois sócios. A Sra. Mônica Barbosa uma das sócias, o Sr. Fabiano, outro sócio, também responsável pelo transporte dos turistas na lancha, e o Sr. Armando Dias responsável pelas vendas.

- **Agência Caiçara *Tour***

A agência Caiçara *Tour* está localizada na Rua Getúlio Vargas – Vila do Abraão – Ilha Grande – Angra dos Reis – RJ. Exerce suas atividades desde dezembro de 2008. Vende passeios náuticos, com roteiros que incluem a Lagoa Azul, Lagoa Verde, Lopes Mendes, Ilhas de Angra, Feiticeira, Meia volta ou Volta Completa a Ilha, aplicam preços semelhantes aos das outras agências. A Caiçara *Tour*, oferta passeios que podem ser feitos de saveiros, escunas ou lanchas, disponibiliza diversos produtos de moda e acessórios praianos. Para prestar estes serviços a loja conta com quatro colaboradores, sendo dois sócios e dois *freelancers*

que trabalham somente aos finais de semana. Nesta agência o turista também pode contar com o serviço de traslado para o continente.

- **Agência Avant *Tour***

A Agência Avant *Tour* localiza-se na Rua da Praia, em frente ao cais de turismo na Vila do Abraão – Ilha Grande – Angra dos Reis – RJ. Trabalha com passeios náuticos, com roteiros iguais aos das agências citadas anteriormente. Outro atrativo é a conexão para o Rio de Janeiro. Tendo também como diferencial uma *lan house* com serviços de *internet* para os turistas.

3.4 Mão de Obra Qualificada na Ilha

Koga (2011) em sua dissertação apontou uma carência em relação à disponibilidade de mão de obra na Vila do Abraão – Ilha Grande – Angra dos Reis – RJ. Além disso, ao aprofundar-se nesta análise, verificou que havia "[...] uma migração de nordestinos que se mudaram para a ilha com perspectivas de melhor emprego e obtenção de riqueza rápida" (KOGA, 2011, p. 90).

Acrescenta ainda que esta mão de obra é "[...] sem preparo anterior ou mesmo conhecimento e experiência para o serviço" [...] "não tem qualificação ou grande empenho em relação ao serviço de hospedagem" (KOGA, 2011, p. 90).

Com base neste contexto verifica-se que a deficiência continua e que o mesmo ocorre não somente nos meios de hospedagem, mas também em outros setores do turismo, como por exemplo, nas agências de turismo, objeto de estudo escolhido pela autora. E que pode ser comprovado com o depoimento da sócia da Agencia Nativos *Tour*:

> [...] na verdade a Ilha Grande de uma forma em geral, hoje não tem mão de obra qualificada em nada, as pessoas vêm pra cá e aprendem a trabalhar, alguns falam inglês outros nem tanto, mas a maioria que fala inglês aprendeu a falar aqui, na verdade a grande maioria. [...] São poucos que vieram de fora já sabendo, o rapaz que trabalha conosco, o Armandinho sabe, porque estudou fora daqui, quando ele veio já sabia falar inglês, não aprendeu a falar aqui, mais o contratamos por pura sorte, porque aqui não

> podemos escolher alguém que fale inglês pra empregar, senão não empregamos ninguém (BARBOSA, 2013).

Já a gerente da pousada Bugio Sra. Nancy Almeida (2013) explica que a falta de mão de obra qualificada está ligada a grande rotatividade de funcionários na ilha, ou seja, estas pessoas não se comprometem a ficar por grandes períodos em seus trabalhos.

> Aqui o problema do funcionário é que muitos são de fora, oitenta por cento são baianos, e alguns vem por um tempo, então trabalham um ou dois meses e não gostam ou não se adaptam, e vão embora, então a gente tem que procurar alguém que queira mesmo ficar (ALMEIDA, 2013).

A sócia da Agência Caiçara *Tour* Sra. Fátima Silva (2013) ao comentar sobre a falta de mão de obra qualificada afirma que *"Hoje há excesso de mão de obra não-qualificada".* Ao serem questionados sobre este problema de rotatividade na ilha, a maioria dos entrevistados concordam com a Sra. Mônica Barbosa da Agência Nativos *Tour* que coloca a falta de moradia, estrutura e alto custo local como um de seus principais motivos e confirma "Aqui você não pode cobrar qualificação porque não tem alguém que qualifique, por isso acabamos aceitando o que tem, senão ficamos sem funcionário" (BARBOSA, 2013). Muitos vão para ilha durante o verão e começam o trabalho, porém logo em seguida partem para outro destino, ficam somente um mês.

Já a Sra. Nancy Almeida diz que na Ilha existem alguns estabelecimentos que dispõem de funcionários e espaço propício para realizar o treinamento, "Temos que ficar treinando às vezes, porque mão de obra que saiba trabalhar com pousada mesmo é muito pouco" [...] "são preparados lá naquela pousada, porque é maior, acho que são cinco ou seis chalés e cinqüenta quartos" (ALMEIDA, 2013).

Os vendedores das agências de passeios afirmam que ao chegar funcionário novo, o mais velho de casa passa as devidas informações, mas não se trata de um treinamento formal, como consta na fala do Sr. Reinaldo Silva, vendedor na Agência Avant *Tour* "na verdade um ensina o outro. Neste caso eu sou o mais antigo aqui. O que entrou depois de mim já foi se adequando, porque também já era vendedor de outra empresa" (SILVA, 2013). Por ser uma função ligada às atividades

turísticas é imprescindível conhecer os roteiros e mapa do local, e o Sr. Bruno Fernandes ressalta a importância de o novo funcionário fazer o roteiro disponibilizado pela agência, para que através dessa experiência possa atuar com mais segurança nas vendas, já que vivenciou os mesmos passeios que serão ofertados aos turistas: "Acho que a melhor maneira possível de um treinamento, é fazer os passeios primeiro, para depois você interagir e vender" (FERNANDES, 2013).

Além disso, aqueles que falam duas ou mais línguas possuem maiores chances nas vendas, uma vez que muitos dos turistas e visitantes são estrangeiros, logo, "todo mundo aqui fala duas línguas, tem inclusive um que fala três, então nesta agência o cliente é atendido de qualquer maneira" (SILVA, 2013), citação feita pelo Sr. Reinaldo Silva, vendedor da agência Avant *Tour,* que possui este diferencial na região.

3.5 Estudo de Casos Múltiplos nas Agências de Turismo: Nativos *Tour*, Caiçara *Tour* e Avant *Tour*

Buscou-se com a investigação responder a seguinte questão, "Por que há falta de mão de obra qualificada?" e esclarecer as seguintes hipóteses: (H1) os empreendimentos e serviços por eles ofertados são suficientes para atender a comunidade e a demanda turística; (H2) o turismo é o principal meio de sobrevivência dos moradores da Vila do Abraão; (H3) nordestinos que vivem na Vila do Abraão são um dos principais *stakeholders*.

A metodologia aplicada no presente trabalho foi a pesquisa empírica, com estudo de casos múltiplos com entrevistas semiestruturadas e roteiro previamente definido em três agências de turismo da Vila do Abraão.

3.6 Teste das Hipóteses

Hipótese 1

A primeira hipótese de que os empreendimentos e serviços por eles ofertados são suficientes para atender a comunidade e a demanda turística foi confirmada em sua unanimidade pelos entrevistados, onde relataram que os moradores nem sempre fazem os passeios, mas compram travessias para Angra dos Reis e Conceição do Jacareí para utilizar de serviços que não são oferecidos na Ilha, como: serviços de banco, médicos, supermercados, entre outros. Entretanto quando os moradores fazem os passeios são concedidos descontos. Como se pode ver no trecho de entrevista cedido pela Sra. Mônica Barbosa, sócia da Nativos *Tour* em que ela diz:

> Passeio é muito difícil, mas travessia para Conceição de Jacareí e para Angra dos Reis, nós conseguimos vender pra morador também. [...] porque quando é morador que vai passear, nós conseguimos cortesia no barco ou na lancha. O morador quase não paga passeio, só se forem vinte pessoas, ai tem que pagar (BARBOSA, 2013).

Já a Sra. Fátima Silva, sócia da agência Caiçara, apontou um grande detalhe em seu atendimento à comunidade, em que não fornece apenas a cortesia, mas, leva para conhecer o paraíso onde vive:

> O morador, geralmente quando procura passeio, procuramos dar uma cortesia porque, assim, tem muita gente que nasceu no Abraão, conhece o Abraão, e conhece muito mal Lopes Mendes. Tem uma praia aqui chamada Japariz, que é onde os barcos param para o almoço, tem cinco restaurantes lá. Eles, por exemplo, não conheciam Lopes Mendes. Então, um dia, nós pegamos o nosso barco, combinamos com eles, fomos lá buscá-los, e levamos para Lopes Mendes para passar o dia (SILVA, 2013).

Notou-se que os moradores apesar de terem suas casas na Ilha, os mesmos também utilizam os meios de hospedagem. Conforme depoimento da Sra. Nancy Almeida eles “Ficam e a gente já faz um preço mais em conta” (ALMEIDA, 2013). O mesmo ocorre nos restaurantes, não somente os turistas utilizam dos serviços como também os moradores. Com a dinâmica da ilha, a facilidade de almoçar fora e o preço acessível possibilita que os moradores também façam suas refeições nos restaurantes. Conforme o Sr. Adilson Abreu, gerente do restaurante *Master* Comida Mineira relata em seu trecho de entrevista.

> Nós temos hoje muitos clientes da ilha, mas um indica o outro. Quando a pessoa chega na pousada diz “indica um restaurante legal?”, aí o cara fala “olha eu almoço nesse restaurante aqui”, então eles já vem indicados e tem pessoas também que, por exemplo, vêm de outros países. [...] E os moradores. É claro que morador tem um preço diferenciado. (ABREU, 2013).

Pode-se verificar que as agências de turismo atendem em sua maioria, os turistas por conta dos passeios. Já o morador é atendido normalmente em sua folga, quando embarca para fazer compras em Angra dos Reis. Conforme afirma o Sr. Bruno Fernandes vendedor da Nativos *Tour*:

> Sobre atender o próprio morador, sim atendemos na folga dele, o mesmo vai para Angra fazer compras, entre outras coisas. [...] às vezes chega um morador aqui, “A minha mãe está aqui, veio para cá, por favor, será que não dá para você dar uma cortesia para Lopes Mendes?” (FERNANDES, 2013).

O Sr. Gilvan Oliveira (2013), marinheiro autônomo, acrescenta que além dos turistas, ele atende “Os moradores também, claro que muito menos, a frequência é muito menor, mas a gente atende os moradores também.”. E afirma que não há diferença no atendimento entre morador e turista “[...] Sim, o mesmo atendimento, claro que às vezes tem moradores que saem com você e às vezes conhecem o roteiro até mais do que você, mas a gente dá aquela atenção especial também” (OLIVEIRA, 2013).

<u>Hipótese 2</u>

Na segunda hipótese de que o turismo é o principal meio de sobrevivência dos moradores da Vila do Abraão, buscou compreender qual era a principal fonte de renda dos moradores desta comunidade e se os mesmos consideram que os turistas eram bem vindos no destino turístico. Esta hipótese foi confirmada por todos os entrevistados que em seus depoimentos discorreram sobre a fonte de renda afirmando que há muitos anos atrás e antes da implosão do presídio era a pesca, mas que nos dias atuais eles vivem do turismo e que se não fossem os turistas não existiria economia local. Esta afirmação pode ser confirmada com base no trecho de

entrevista cedido pela Sra. Mônica Barbosa, sócia da Nativos *Tour* onde a mesma cita:

> Noventa e cinco por cento de certeza. [...] porque se não tem turismo não tem emprego, se não tem emprego você não vai poder comprar nada no mercado, porque não vai ter dinheiro. [...] Sem turismo não tem nada. Só o turista na verdade, se não tem turista a pousada fecha, aqui mora um monte de baiano e quinhentos paraibanos e vão todos embora. O mercadinho não vende comida, o açougue não vai vender nada, a farmácia também vai fechar porque não tem ninguém aqui, cadê o dinheiro que circulava aqui? Não vai ter mais. Hoje vivemos do turismo mesmo (BARBOSA, 2013).

Sabe-se que a ilha possui diversos serviços turísticos como meios de hospedagem, restaurantes, agências de turismo com passeios náuticos, agências de mergulho, entre outros, no entanto Koga (2011 *apud* Prado, 2003) diz que a abertura destas empresas se deu por conta do aumento de turistas na ilha. Dada situação faz com que a comunidade se manifeste de forma positiva com a presença do turista, “Turismo é turismo, não tem outra coisa aqui que não seja turismo. Até o vendedor de doce depende do turista, porque o morador local não compra, por ser muito caro” (SILVA, 2013).

A prática do turismo como atividade econômica está fincada na cultura dos moradores da Vila do Abraão, pois gera renda e movimenta a economia local. Nos dias atuais os trabalhadores têm esta consciência e valorizam suas profissões dentro do turismo, bem como o atendimento aos turistas, independente de sua origem. Esta afirmação pode ser melhor entendida no trecho de entrevista com o Sr. Bruno Fernandes:

> [...] eu acho que turismo e hotelaria são o forte daqui e todas as outras áreas são o suporte. O mercado tem que haver, por conta dos muitos moradores daqui, as pizzarias, os restaurantes, senão é a barca cheia, como falei dos farofeiros que chegam ai para comer o PF de R$15,00 que eu particularmente no inverno adquiro. [...] Se o cara parar para pesquisar, tudo é movido pelos turistas que vem para cá, o dinheiro entra quando tem gente na ilha, quando não tem, o que vai ter movimento é o mercado, ou seja, as coisas que são votadas para os moradores. O turismo mesmo em si é que faz o dinheiro girar, [...] Tudo é por causa do turismo. [...] Eu vejo a barca cheia, quando está chegando, já abro aquele sorriso de orelha a orelha. E digo graças a Deus "eles chegaram!” (FERNANDES, 2013).

Hipótese 3

A terceira hipótese foi confirmada e fundamentada a partir dos depoimentos dos entrevistados, que ao serem indagados sobre a origem e condições de moradia dos colaboradores da região, afirmam que muitos são nordestinos e que estes vivem na vila do Abrão, sendo um dos principais *stakeholders* dos empreendimentos. Moram numa *kitnet* e pagam um valor alto, por este motivo acabam dividindo o espaço com outras pessoas. Muitos moradores que ali viviam acabaram migrando para Angra dos Reis em busca de uma vida melhor, entretanto aqueles que permaneceram na ilha nos dias atuais vivem bem das atividades advindas do turismo. Conforme entrevista obtida com o Sr. Gilvan Oliveira (2013).

> [...] a maioria das pessoas que moram hoje aqui não são nativos. Vieram de fora para trabalhar, foram gostando, aí o tio chamava o filho que chamava a mãe. [...] Hoje em dia você vê gente da Paraíba, tem baiano, nordestinos que moram aqui e trabalham em pousada e com turismo também. Porque muitos moradores daqui diziam "o Continente é melhor", acabaram indo embora também. Então aqui não tinha mão de obra. Então o pessoal começou a chamar pessoas de fora, da Bahia. Por falta de mão de obra e começou a trazer o pessoal. Hoje em dia você vê muita gente fixo aqui mesmo, que tem casa, que tem tudo aqui. [...] muitas pessoas têm casa própria, muitos, o dono do estabelecimento aluga um lugar e colocam eles pra morar. [...] Não, não é barato não, mas aí que está, eles se reúnem em cinco ou seis pessoas (OLIVEIRA, 2013).

A Ilha Grande recebe muitos nordestinos e muitos deles acabam ficando por causa do salário que recebem. Como afirma a Sra. Fátima Silva:

> Isso aqui virou uma entrada de pessoas de fora, nordestinos, Norte e Nordeste, tem muita gente aqui, muita mesmo, trabalhando aqui. [...] Então, uma pessoa que vem lá da Bahia ou da Paraíba, que vem às vezes passando fome, literalmente, chega aqui com um salário de 1200-1800 reais ou 1700-1500 reais numa carteira, que nunca tiveram carteira profissional, eles ficam. [...] A massa operária hoje do Abraão, não estou falando da Ilha Grande não, e sim do Abraão, porque o maior é aqui, são baianos e paraibanos (SILVA, 2013).

Mas o nordeste não é o único destino emissor de mão de obra, há também pessoas de diversas partes do Brasil e do mundo, como afirma O Sr. Armando Dias (2013) estas pessoas vêm "De todo lugar do mundo." e fala inclusive sobre sua origem.

> [...] Eu sou do Rio de Janeiro, estamos dentro do Rio de Janeiro. [...] Porém não sou da Ilha Grande, Rio de Janeiro tem vários outros lugares. [...] A maioria das pessoas que vem pra cá são de fora como argentino, que são muitos aqui. [...] na Bahia mesmo tem um lugar gigante, ótimo pra turismo, Camamu inteiro está aqui, praticamente todo mundo está aqui, fecharam a porta de lá e vieram pra cá (DIAS, 2013).

Segundo Bruno Fernandes (2013) muitos trabalhadores são da Bahia e vivem numa casa para dez pessoas, diminuindo desta forma o valor do aluguel. Além disso, quando estes voltam para sua cidade natal acabam trazendo parentes para trabalhar e morar na Vila do Abraão.

> Isto aqui está parecendo a Bahia em minha opinião, porque eles chegam, e estão se infiltrando de tal forma. Eles alugam uma casa por mil reais, aqui o aluguel é o mais caro do mundo, só deve perder para o Leblon, no Rio de Janeiro. Colocam cinco beliches onde moram dez pessoas na casa. Sendo que três trabalham no mercado, dois em outro estabelecimento. Para os patrões, é muito lucrativo. O cara vem, fica um ano, vai para a Bahia passar férias e volta com mais dois primos. Assim vai indo, entendeu? (FERNANDES, 2013).

Para os proprietários é comum receber pessoas de outras localidades, cidades, estados e até mesmo de outros países “Até da argentina tem gente trabalhando aqui. Inclusive da Europa.” [...] “Tem de vários lugares, do Rio, da Bahia, da argentina, de são Paulo” Santos (2013). Para eles o importante é ter esta massa trabalhando para receber os turistas na ilha. Com o problema de moradia na localidade, os funcionários do restaurante *Master* Comida Mineira são recebidos em um alojamento pago pelo próprio estabelecimento comercial. Desta forma, além de receber o salário o colaborador recebe também abrigo. Conforme trecho de entrevista com o Sr. Adilson Abreu (2013):

> Ontem chegou um garçom lá do mato grosso do sul. [...] Tem outro rapaz paulista que veio de São Paulo é claro, tem o Valter que veio de Niterói, tem o cozinheiro que veio de Campo Grande - Mato Grosso do Sul, tem um pessoal do Rio, Volta Redonda. [...] Temos um alojamento de funcionários. [...] além do salário, a gente paga o aluguel (ABREU, 2013).

Reinaldo Silva diz que a maioria da mão de obra encontrada na Ilha Grande não é do nativo e sim de fora e afirma ainda que todos os colaboradores moram na Vila do Abraão. De acordo com a entrevista concedida Silva (2013) alega que:

> São pessoas que já moram aqui, mas a maior parte da mão de obra não é o nativo que mora na Ilha Grande, é gente que vem de fora pra morar aqui. Por exemplo, eu sou de Minas, o Sabino que trabalha comigo é de São Paulo, a Adriana também é de São Paulo, o Ângelo é do Rio de Janeiro. Mas todos moram aqui. Eu já morei aqui, depois que me casei fui morar em Angra dos Reis, mas eu venho e volto todo dia, porque tem uma lancha rápida que me leva e me traz (SILVA, 2013).

Com foco na falta de mão de obra qualificada a Sra. Nancy Almeida (2013) aponta que "Aqui o problema do funcionário é que muitos são de fora, oitenta por cento são baianos." [...] "Eles têm que alugar casa aqui e quase não tem casa. Por isto eles precisam ir embora [...]".

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Vila do Abraão é um destino turístico contemplado por sua beleza natural e cultural. Suas muitas praias, cachoeiras, patrimônios históricos e culturais representam um local cheio de paz e calmaria para aqueles que buscam o entretenimento e o repouso.

Os moradores e colaboradores são parte deste paraíso e cada um com sua peculiaridade completam o serviço. Deste modo o objetivo geral desta pesquisa que foi compreender a relação entre a falta de mão de obra qualificada e a eficiência dos serviços prestados por eles, foi atingido diante das entrevistas e depoimentos dos participantes. E pode-se concluir que a escassez de mão de obra ocorre em virtude da alta rotatividade de moradores e da falta de treinamentos profissionais, embora haja uma positiva relação entre os colaboradores que recebem ajuda de seus colegas ou ambientes de trabalho para se aperfeiçoar e garantir uma eficiência dos serviços mais adequada. Embora muitas vezes isso ainda não seja atingido da melhor forma.

Ao descrever os empreendimentos e os tipos de serviços existentes nas agências da Vila do Abraão com base no conteúdo disponibilizado no *site* oficial da Ilha Grande, material impresso como *folder*, catálogo e cartão postal cedido pelos colaboradores de cada empreendimento no momento da entrevista, os depoimentos dos entrevistados foram fundamentais para acrescentar e comprovar as informações obtidas por estes canais.

Para esclarecer como são trabalhados o turismo e a hospitalidade nas agências, percebeu-se que os colaboradores aplicam o conceito de hospitalidade no momento da abordagem ao cliente e se preocupam com o atendimento que é ofertado ao mesmo, mesmo muitas vezes não tendo toda experiência ou estrutura para recebê-lo.

A identificação dos *stakeholders* foi feita com sucesso, com a identificação das demandas de públicos importantes, levantando opiniões de pessoas externas à empresa, construção de consensos a partir de diferentes pontos de vista e obtenção de informações que ajudaram a pesquisa.

Buscou-se com o presente trabalho, através do referencial teórico e das pesquisas de campo esclarecer aspectos observados em visita a Vila do Abraão, entretanto no decorrer do mesmo surgiram alguns pontos que foram levantados pelos próprios entrevistados sobre áreas relacionadas ao turismo.

Os preços praticados pelos estabelecimentos da Vila do Abraão são igualitários, logo não possibilita que os moradores, turistas e visitantes busquem ou pesquisem melhores preços, “você chega aqui no mercado e tem um Nescau custando R$5,35, no outro está R$5,37. Você nunca vê uma diferença de preço legal, não tem aquele negócio de pesquisa” [...] “não há concorrência” (FERNANDES, 2013). Nas agências de passeios, acontece da mesma forma, são praticados os mesmos preços, bem como ofertam os mesmos passeios. Logo os clientes escolhem o local de compra de acordo com o atendimento, ou seja, onde são melhores atendidos, o que faz com que a hospitalidade comercial ocorra ainda mais intensa.

Neste processo foi percebida a grande insatisfação por parte dos colaboradores e proprietários em relação aos serviços públicos, e até mesmo a atuação do governo na comunidade, pois faltam recursos, infra estrutura local pois a área turística não possui serviços como banheiros públicos, bebedouros, centro de informações ao turista, entre outros. A participação do setor público no destino desenvolvendo projetos de capacitação profissional, incentivando a atividade turística para os colaboradores permanecerem na ilha e investindo em estrutura, seria de grande valor. O cais que recebe os cruzeiros marítimos que levam muitos turistas a região também necessita de revitalização, além de um prolongamento nos

horários das barcas do governo que possibilitaria maior flexibilidade na travessia dos moradores, turistas e visitantes da Vila do Abraão – Ilha Grande – Angra dos Reis – RJ.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 13.ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2003.

BUENO, M. **Os Domínios da Hospitalidade**. In: BUENO, Marielys Siqueira, 2003.

CAMARGO, L. O. D. L. **Hospitalidade:** Coleção ABC Turismo. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, L. O. L.; OLIVEIRA, N.A**. Os Seguros-Viagem:** Relações Hospitaleiras entre Agentes e Clientes. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Vol 5, Nº 12, jun-jul 2012.

COOPER, C. FLETCHER J. FYALL A. GILBERT D. WANHILL S. **Turismo Princípios e Práticas.** 3.ed. Bookman, 2007.

CRUZ, R. D. C. A. D. **Hospitalidade Turística e Fenômeno Urbano no Brasil:** Considerações Gerais. In: DIAS, C. M. D. M (Org.). Hospitalidade Reflexões e Perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

DANTAS, J. C. S. **Qualidade do Atendimento nas Agências de Viagens**: Uma Questão de Gestão Estratégica. São Paulo: Roca, 2002.

DIAS, C. M. D. M. **Hospitalidade Reflexões e Perspectivas**. Baruer: Manole, 2002.

DITTMER, Paul R. ***Dimensions of the Hospitality Industry***: An Introduction. New York: John Wiley & Sons, 2001.

FREEMAN, R. E. & MCVEA, J. ***A Stakeholder Approach to Strategic Management***. Forthcoming in M. Hitt, E. Freeman, and J. Harrison (Eds.). Handbook of Strategic Management. Oxford: Blackwell Publishing, 2001.

FREEMAN, R. E. ***Strategic Management*: *A Stakeholder Approach***. Minnesota: Pitman, 1984.

GODOY, A. S. et al. **Gestão do Fator Humano:** Uma Visão Baseada em Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2007.

GRINOVER, L. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo.** São Paulo: Aleph, 2007.

GRINOVER, L. **Hospitalidade e Qualidade de Vida**: Instrumentos para a Ação. In: GRINOVER, L. **Hospitalidade:** Um Tema a ser Reestudado e Pesquisado. In: DIAS, C. M. D. M (Org.). Hospitalidade Reflexões e Perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

KOGA, E. S. **Análise dos Stakeholders e Gestão dos Meios de Hospedagem**: Estudo de Casos Múltiplos na Vila do Abraão, Ilha Grande, RJ. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

LASHLEY, C. & MORRISON, A. (Orgs.). **Em Busca da Hospitalidade**: Perspectivas para um Mundo globalizado. Barueri – SP: Manole, 2004.

OLIVIERI, M. D. F. A.; ODLOAK, E. Turismo de Compras - Revitalização do Bairro do Brás na cidade de São Paulo. Revista Científica FAMEC/FAAC/FMI/FABRASP, jun. 2007.

VILA DO ABRAÃO. Disponível em: <www.ilhagrande.org.br>. Acesso em: 10 out. 2013.

WALKER, J. R. **Introdução a Hospitalidade**. Barueri: Manole, 2002.