



GOSTAR DE HOSPEDAR NÃO É O BASTANTE PARA
EMPREENDER EM HOTELARIA

PERFIL DE NEGÓCIOS DE HOTELARIA (HOTÉIS E Pousadas) - SEBRAE 2014



SEBRAE

GOSTAR DE HOSPEDAR NÃO É O BASTANTE PARA
EMPREENDER EM HOTELARIA

PERFIL DE NEGÓCIOS DE HOTELARIA (HOTÉIS E POUSADAS) - SEBRAE 2014

Recife, 2014



Entidade civil sem fins lucrativos, constituída como serviço autônomo e criada pela Lei 8.029, de 13 de abril de 1990, mantida e administrada pela iniciativa privada, através de seu Conselho Deliberativo.

Conselho Deliberativo | Pernambuco 2014

Associação Nordestina da Agricultura e Pecuária - ANAP

Banco do Brasil - BB

Banco do Nordeste do Brasil - BNB

Caixa Econômica Federal

Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco - Faepe

Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Pernambuco - Facep

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco - Fecomércio

Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco - Fiepe

Instituto Euvaldo Lodi - IEL

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Pernambuco - SDEC

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - Senai/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - Senar/PE

Universidade de Pernambuco – UPE

Presidente

Pio Guerra

Diretor-superintendente

Roberto Castelo Branco Coelho de Sousa

Diretor técnico

Aloísio Ferraz

Diretora administrativo-financeira

Adriana Lira de C. Barreto

Comissão de Editoração Sebrae Pernambuco

Aloísio Ferraz

Angela Saito

Carla Almeida

Eduardo Maciel

Janete Lopes

Jussara Leite

Roberta Amaral

Roberta Correia

Tereza Nelma Alves

Equipe técnica

Alexandre Ferreira

Maria Izabel Francisca

Valeria Carneiro Rocha

Gerente da Unidade de desenvolvimento Territorial RMR Mata Norte

Roberta Correia

Consultora de conteúdo

Viviane Santos Salazar

Revisão gramatical e ortográfica

Betânia Jerônimo

Capa

Marcela de Holanda | www.zdizain.com.br

Projeto gráfico e diagramação

Z.diZain Comunicação | www.zdizain.com.br

© 2014. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco – Sebrae/PE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, total ou parcial, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contato

Sebrae/PE

Rua Tabaiaras, 360 - Ilha do Retiro - Recife

Fone: (xx) 81 2101.8400 / Fax: (xx) 81 2101.8500

Internet: www.sebrae.com.br

www.pe.sebrae.com.br

É permitida a reprodução total ou parcial desta obra, desde que citada a fonte.

Introdução	5
O Mercado	6
1. O mercado dos meios de hospedagem	6
2. O empreendedor	8
2.1 Por que empreender?	8
2.2 Qual o papel do empreendedor/dono do negócio?	9
O empreendimento	11
3. Por onde começar?	11
3.2 O projeto e plano de negócios	12
4. Para quem (público)?	14
5. Onde (localização e ponto)?	15
6. O que oferecer (produto)?	17
6.1 Reservas	18
6.3.1 O apartamento (UH)	20
6.3.2 Enxoval	21
6.4 Alimentos e bebidas	22
6.5 Manutenção	23
6.6 Administrativo e financeiro	24
6.7 Recursos humanos	25
7. Por quanto e como vender?	27
7.1 Formação de preço	27
7.2 Canais de distribuição: como o seu cliente terá acesso ao seu produto?	28
8. Como comunicar e divulgar?	29
8.2 As ferramentas de comunicação e a hospitalidade	30
9. Outros pontos importantes na abertura de um negócio de hospedagem	31
9.1 Legislação relacionada	31
9.2 Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)	33
9.2.2 Outras inovações	35
9.3 A pousada e o meio ambiente	36
9.4 Acessibilidade	39
10. Conceitos importantes (glossário)	41
Referências	43

Introdução

O aumento do turismo doméstico e internacional, impulsionado pelos eventos esportivos no país, tem feito o mercado hoteleiro crescer e estimulado muita gente a investir seus recursos em novos empreendimentos neste segmento, pois a hospedagem representa 33% dos gastos totais de uma viagem.

Porém, do sonho à realidade, há um longo caminho a ser percorrido e pouca informação disponível sobre as principais dificuldades e as inúmeras providências a serem tomadas por quem quer abrir uma pousada.

Assim, esta cartilha é resultado da necessidade de atender à demanda de empreendedores que buscam se aventurar pelo setor de hospedagem. Administrar um pequeno negócio hoteleiro pode ser o projeto de vida de alguns profissionais liberais, de funcionários graduados de importantes empresas ou de pessoas que já atuam no setor, mas desejam ter o seu próprio negócio.

O primeiro lembrete para quem vai se aventurar no setor de hospedagem é que qualquer meio de hospedagem, seja ele hotel ou pousada, não tem chave. Ou seja, depois que você abrir, ele nunca mais vai fechar! Sábados, domingos e feriados provavelmente serão os dias de mais trabalho para você. Enquanto os outros estarão se divertindo, você estará trabalhando. Por isso, é preciso gostar muito do que faz.

Quando se fala em hotelaria, a principal ideia que temos é dos grandes complexos hoteleiros, com dezenas de apartamentos. Mas este é um guia para quem quer abrir um negócio com um perfil mais tímido, não menos interessante e desafiador: as pousadas.

Como qualquer negócio, uma pousada precisa ser pensada como um todo, com seus setores interligados. Deve ser concebida para um público-alvo determinado e ter uma proposta de valor coerente com os desejos desse público-alvo.

Boa leitura! Esperamos que, ao final, você tenha adquirido novos conhecimentos e que eles aumentem suas chances de sucesso, caso decida seguir em frente e aventurar-se no setor de hospedagem.



O Mercado

1. O mercado dos meios de hospedagem

O mercado dos meios de hospedagem no Brasil apresenta números cada dia mais atraentes para os investidores. Tanto a diária média quanto as taxas de ocupação estão em ascensão no país, graças aos investimentos feitos nos últimos anos na divulgação das belezas naturais do país no exterior e entre os brasileiros.

No âmbito público, o Ministério do Turismo (Mtur) é o órgão responsável pela normatização e fiscalização dos meios de hospedagem no Brasil, por meio do Sistema Brasileiro de Meios de Hospedagem, que classifica os meios de hospedagem em hotel, *resort*, hotel fazenda, hotel histórico, pousada, cama e café, *flats* e apart-hotel. Esta cartilha foi elaborada para auxiliar o empreendedor a montar uma pousada ou um meio de hospedagem do tipo cama e café. Para este último meio de hospedagem, dedicaremos um capítulo especial.

Já no âmbito privado, a Abih (Associação Brasileira da Indústria Hoteleira) representa o setor e tem filiais em todos os estados da federação. Para mais informações, acesse o *site* www.abih.com.br.

Mas o que é uma pousada? O Mtur define pousada como um “meio de hospedagem de característica arquitetônica predominantemente horizontal, com até três pavimentos, 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção e alimentação, podendo ser construída em um prédio único ou com chalés ou bangalôs”, sendo classificada de uma a cinco estrelas. Deve-se lembrar que este sistema de classificação é voluntário e está baseado em três requisitos: infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Caso deseje obter mais informações sobre o Sistema Brasileiro de Meios de Hospedagem, acesse o *site* www.turismo.gov.br.

Por fim, é importante destacar que, nas últimas décadas, o perfil do consumidor mudou bastante. O turista é cada dia mais livre, com maior liberdade de escolha, tem a tendência de passar menos tempo em cada



destino e procura cada vez mais interagir com a população local. Para atender a essas novas demandas dos hóspedes, duas grandes tendências emergem com bastante força no mercado hoteleiro mundial. Ao mesmo tempo em que se desenvolvem hotéis econômicos, que procuram oferecer um serviço mais simplificado, uma estrutura mais prática e um preço altamente competitivo, surgem em paralelo meios de hospedagem que procuram oferecer um atendimento altamente especializado e customizado, com preços mais elevados.

ANOTAÇÕES

Relacione outros dados do setor e pesquise sobre outras tendências de mercado de hospedagem.



2. O empreendedor

2.1 Por que empreender?

Antes de falarmos da pousada, é importante que você gaste algumas horas refletindo sobre os motivos que o levam a querer montar seu próprio negócio. São cinco os principais motivos elencados pela maioria das pessoas: necessidade, busca da independência, não ter mais patrão, ganhar mais dinheiro, realização pessoal e busca por horários flexíveis.

A necessidade é um bom motivo para empreender? Para milhões de empresários do setor informal e de pequeno porte, a resposta é certamente sim. Mas grande parte dos empreendedores “por necessidade” encontra dificuldades para sustentar a família e vive na corda bamba. É importante se qualificar para aproveitar as oportunidades e trabalhar duro.

Se você acha que ter o seu próprio negócio é sinônimo de não ter um patrão e ter horários mais flexíveis, você está enganado. Você não terá um patrão, mas muitos padrões, tantos quantos clientes tiver. Cada cliente será uma espécie de patrão para o qual você trabalhará. Quanto aos horários, estes podem até ser mais flexíveis, mas não significa que você trabalhará menos. Talvez trabalhe até mais do que se tivesse um emprego.

E a independência? Você pode até se livrar da figura do chefe ou patrão, mas não será necessariamente mais independente do que antes, pois dependerá de outras pessoas, empresas e entidades públicas, a fim de fazer com que o seu negócio dê certo.

Não ter um salário fixo pode ser ruim, mas também pode ser vantajoso. Se o empreendimento for bem planejado e tiver uma organização adequada, seus ganhos podem ser bem maiores do que seriam se você estivesse trabalhando como empregado em alguma empresa.

A realização pessoal talvez seja a mais correta das razões para empreender. Ao abrir seu próprio negócio, você se permite investir no que realmente gosta e acredita ser feliz trabalhando em algo que dá prazer. Mas o ato de empreender



implica alguns riscos. Não existe negócio 100% seguro. É essencial gostar de encarar desafios e superar obstáculos.

Essas são as principais causas que levam a maioria das pessoas a querer empreender. Você quer abrir por um desses motivos? Então pense muito bem, pois nem tudo são flores! Mas, sem dúvida, a satisfação pessoal de ter a própria empresa, fazer o que gosta e trabalhar no que acredita é inigualável!

2.2 Qual o papel do empreendedor/dono do negócio?

Depois de refletir sobre as razões que o levam a querer ter seu próprio negócio, é hora de pensar sobre qual será o seu papel no novo empreendimento. O primeiro passo é você pensar nas suas habilidades e, com base nelas, definir qual será a sua função. Por exemplo, se você tem habilidade com as pessoas, pode se encarregar de toda a parte de atendimento ao público e/ou da área de recursos humanos. Se tem habilidade com números, pode assumir a área financeira do empreendimento.

É importante salientar que por se tratar de um pequeno negócio, provavelmente o empreendedor terá vários papéis ou funções. Mas lembre-se que a pousada não é a sua casa (você pode até morar no mesmo terreno ou mesmo bem próximo) e requer planejamento, organização e controle de suas diversas áreas e atividades, ou seja, deve ser muito bem administrada. Caso você não tenha as habilidades necessárias para conduzir seu negócio, existe a possibilidade de contratar um gerente para administrar a pousada. Pense nisso!!!!

ANOTAÇÕES

Quais as razões que estão lhe impulsionando a empreender?



Qual será o seu papel no novo negócio?



O empreendimento

3. Por onde começar?

3.1 Tudo começa com uma ideia

Depois de entender bem qual é a razão que o leva a empreender e o seu papel, você, empreendedor, deve ter uma visão muito clara sobre a ideia do seu negócio de hospedagem.

O perfil do empreendimento deverá ser obrigatoriamente dado por você. É preciso definir o que você quer antes de iniciar o projeto de construção ou de reforma de algum imóvel que já tenha e queira transformar em uma pousada. As questões a serem analisadas são as mais variadas: o número de Unidades Habitacionais (UHs), os serviços oferecidos, o público-alvo, as características da localidade (praia, montanha, cidade), os equipamentos que serão construídos (piscina, sauna, parquinho, estacionamento etc), a sazonalidade (alta e baixa estação).

O ponto de partida de qualquer empreendimento deve ser sempre uma pesquisa de mercado, que vai responder às questões básicas sobre a demanda por hospedagem, a oferta disponível na região, a localização mais adequada etc. E com base nessa pesquisa de mercado, você deverá elaborar um Plano de Negócios.

ANOTAÇÕES

Descreva a sua ideia. Tente ser o mais específico possível.



3.2 O projeto e plano de negócios

A elaboração de um Plano de Negócios é uma etapa importante para o sucesso do empreendimento. Neste documento, você deve delinear todos os pontos importantes da abertura de um novo negócio e os passos a serem seguidos. Ao pensar e planejar todas as etapas, as possibilidades de sucesso aumentam consideravelmente.

O Plano de Negócios contempla vários itens importantes como levantamento dos gastos com investimento, previsão de receitas e cálculo de retorno sobre o investimento. A partir daí, será possível verificar a viabilidade econômico-financeira do negócio, bem como definir as etapas a serem seguidas para a execução e montagem do novo empreendimento.

Também é necessário que você defina componentes importantes e vários detalhes na operação do seu negócio. Você precisa responder às seguintes perguntas:

- O que você pretende realmente vender? Ou seja, que “produto” ou “serviço” você estará apresentando no seu estabelecimento?
- Para quem você está planejando o novo negócio? Qual é o seu público-alvo?
- Onde estará localizado?
- Por quanto e como você pretende comercializar o seu produto?
- E como será a comunicação e divulgação com o mercado?

Com o objetivo de ajudar você a responder a essas perguntas estruturadoras, os próximos tópicos o ajudarão a refletir sobre tais questões.

Depois que o conceito do negócio estiver bem formado, com as informações captadas sobre o mercado e sobre o público-alvo, você pode precisar de um projeto arquitetônico para melhor planejar a construção ou reforma do meio de hospedagem.

O olhar profissional do arquiteto pode otimizar o aproveitamento dos espaços físicos, adequando a funcionalidade às necessidades do seu futuro cliente. Seja qual for o perfil ou tamanho do seu negócio, simples ou requintado, o arquiteto, munido de informações sobre a sua operacionalização, poderá ajudar no planejamento dos espaços.



4. Para quem (público)?

A escolha do público deve ser o primeiro passo de um plano de abertura de qualquer tipo de negócio. Você deve responder à seguinte pergunta: “Quem é o hóspede”? A partir daí, fica mais fácil definir o tipo de pousada a ser construído, bem como sua estrutura e seus serviços e equipamentos.

O empreendedor deve começar descrevendo as características do público escolhido dentro de um determinado segmento – por exemplo, famílias em férias, casais em lua de mel, congressistas etc, além de seus hábitos de consumo ao viajar e se hospedar. Elas viajam sozinhas ou acompanhadas? Como escolhem os meios de hospedagem? Quais são os meios de transporte usados para se deslocarem? Ou seja, após a definição do público-alvo, é interessante pensar nas suas necessidades ao viajar e se hospedar.

Um negócio só existe quando atende a alguma necessidade de um grupo de pessoas (consumidores). No nosso caso, essa necessidade é de hospedagem. Uma pessoa viajando a negócios terá necessidades distintas de uma família que viaja de férias com seus filhos. Assim, quanto mais você conhecer o seu público-alvo e seus hábitos de consumo, melhor estruturará o seu negócio para atender a essas necessidades e satisfazer o seu cliente.

ANOTAÇÕES

Descreva seu público-alvo e reflita sobre quais são suas necessidades de hospedagem.

5. Onde (localização e ponto)?

Os serviços de hospedagem são fornecidos pessoalmente (funcionários) a seus consumidores diretos, sendo produzidos e consumidos no ponto de venda, ou seja, enquanto o funcionário está fazendo o *check in*, o hóspede está consumindo esse serviço. Assim, os serviços devem ser fornecidos onde há uma demanda. Você deve montar a sua pousada em uma localidade que receba um fluxo de viajantes que necessitem de hospedagem.

As pessoas costumam viajar por razões diversas: lazer, negócios, participar de eventos, motivos de saúde, tratamento médico, motivos religiosos, entre outras. Assim, escolha um local onde haja um fluxo de turistas ou uma previsão de fluxo turístico para aquela cidade. Por exemplo, a instalação de uma grande montadora de automóveis em uma cidade do interior do país pode gerar uma demanda de visitantes para aquela localidade.

Depois de escolhida a cidade, é importante também pensar em que parte da cidade se estabelecerá a sua pousada, porque essa localização além de fazer parte do produto (pousadas que estão à beira-mar têm um diferencial em relação aos concorrentes que se localizam no centro da cidade), é uma das principais influências na viabilidade econômico-financeira do negócio e no público-alvo que será atingido. Se a sua pousada for perto de uma universidade, provavelmente isto atrairá jovens estudantes; já se tiver próxima a rodovias, atrairá as pessoas que estão buscando apenas uma noite de descanso para seguir viagem.

ANOTAÇÕES

1. Qual é a cidade onde você pretende implantar o seu negócio de hospedagem? Essa cidade possui vocação turística? Qual é o tipo de turista que a cidade atrai?



2. E dentro da cidade, onde se localiza o seu empreendimento? O local é adequado para atrair o seu público-alvo?



6. O que oferecer (produto)?

O produto principal de uma pousada é a hospedagem, ou seja, o apartamento. As áreas que são responsáveis por prover tal serviço são a recepção e a governança. Mas existem outras áreas que dão suporte ao serviço de hospedagem: alimentos e bebidas, manutenção, eventos, recursos humanos e a área administrativo-financeira. A seguir, uma breve exposição sobre cada uma dessas áreas.



6.1 Reservas

O setor de reservas tem o objetivo de vender o hotel tanto para hóspedes individuais quanto para grupos, com a finalidade de maximizar a receita gerada pela diária. É responsável por estabelecer as diárias cobradas e a taxa de ocupação da pousada.

Atenção especial também deverá ser dada às regras relacionadas com as diárias e suas tarifas. É preciso estabelecer um regulamento específico para ocorrências como cancelamentos, reembolsos, pagamento antecipado, garantia de *no-show* etc.

Em pousadas menores, as atividades do setor de reservas poderão ficar a cargo também da recepção.

6.2 Recepção

A recepção é o coração da pousada e o principal elo entre todos os outros setores. É na recepção que ocorre o registro do hóspede (*check in*). Durante toda a sua permanência no hotel, ele interage com a recepção solicitando informações, fazendo reclamações e elogios, e pagando a conta na saída (*check out*). A recepção é o cartão de visitas de uma pousada, pois é o primeiro e o último contato do hóspede com o estabelecimento.

Em uma empresa de menor porte, a recepção pode também ser responsável pelas atividades de reserva dos apartamentos, serviços de telefonia, mensagens e *concierge*.

E o que é o serviço de *concierge*? É o atendimento personalizado ao hóspede, fornecendo informações complementares sobre a cidade e a pousada, providenciando programas turísticos, viagens, bilhetes para teatros, shows e outros serviços solicitados. Apesar de ser uma atividade comum nos hotéis



de luxo, pode e deve ser adaptada ao seu pequeno empreendimento. Para tal, é necessário que seus funcionários sejam muito bem informados sobre o que acontece na cidade e tenham uma boa rede de relacionamento.

Em termos de estrutura física, deve ter uma mesa ou um balcão com cadeira para a recepcionista, sofás ou cadeiras para os hóspedes (precisarão preencher documentos) e um espaço para guardar malas.

6.3 Governança

O setor de governança é responsável pela limpeza da pousada – áreas comuns e apartamentos. Como a área que precisa ser mantida limpa é muito grande, quase sempre este departamento é o maior em termos de número de funcionários. A lavanderia também é de responsabilidade da governança. Mesmo que você terceirize este serviço, a governança será ainda responsável por gerenciar esse processo (controle de qualidade, entrega e recebimento de todo o enxoval etc).

A limpeza dos apartamentos é a essência do departamento de governança e, na maioria dos casos, esta atividade determina, a longo prazo, o sucesso ou o fracasso do negócio. Por isso deve ser muito bem executada. Quando o apartamento é limpo, a satisfação dos hóspedes é grande. Porém, se o trabalho de limpeza não é bem executado, aumentam as reclamações e o nível de satisfação do hóspede diminui bastante.

Em termos de estrutura física, dependendo do tamanho da pousada, será necessário um espaço para guardar material de limpeza e todo o enxoval em uso (toalhas, lençóis, fronhas, cobertores etc). O espaço deve possuir chave e poucas pessoas devem ter acesso.

Como a governança é uma atividade de grande importância para a pousada, dedicaremos mais algumas páginas para falar do apartamento e do enxoval.



6.3.1 O apartamento (UH)

A principal função de uma pousada é acomodar aqueles que estão longe de casa. Por isso, o quarto é o principal produto/serviço de uma pousada. Normalmente os hóspedes passam pelo menos 1/3 da sua estadia dentro do quarto. Assim, o *design*, o *layout*, a decoração e os móveis escolhidos são fundamentais para atender às necessidades dos hóspedes.

As decisões sobre as UHs (tamanho, facilidades etc) dependem do tipo de hóspede que se pretende atingir, como já visto anteriormente nesta cartilha. Abaixo, exemplos de equipamentos que podem compor a UH:

- cama de casal (preferencialmente do tamanho *queen* – 1,58m de largura X 1,98m de comprimento) ou duas camas de solteiro;
- criado-mudo;
- luminárias de cabeceira;
- armário com cabides;
- TV;
- frigobar (cada vez mais é disponibilizado vazio para os hóspedes usarem como quiserem);
- ar-condicionado ou lareira (montanha);
- mesa e cadeiras;
- porta-malas;
- cofre;
- telefone.

Para o banheiro:

- vaso sanitário;
- ducha higiênica;
- pia;
- chuveiro e ou banheira;
- porta-toalhas.

A limpeza e a arrumação do apartamento devem ser feita diariamente. Todo o trabalho da camareira deve ser verificado cuidadosamente para garantir que a acomodação esteja limpa e arrumada para o hóspede. Produtos de limpeza profissionais devem ser utilizados corretamente (diluídos) para garantir a higienização adequada dos espaços - principalmente dos banheiros – e economizar.

Deve-se ter atenção também para os procedimentos de troca do enxoval. Antes essa troca era diária, atualmente, por questões de responsabilidade ambiental, é recomendado que a troca aconteça a cada dois dias.

Você sabia...

Uma pesquisa realizada pela Mapie, em 2013, no Brasil, constatou que dentre os itens mais valorizados pelos hóspedes, em um meio de hospedagem, destacam-se: qualidade da cama, qualidade e disponibilidade de Wi-Fi nos apartamentos, qualidade da ducha, silêncio nos apartamentos, disponibilidade de tomadas, mesa de trabalho no apartamento e iluminação adequada. Já os itens menos valorizados foram espaço com videogame, *spa*, banheira, piscina e bar conhecido e movimentado. Para mais detalhes sobre a pesquisa, acesse o *site* <http://www.mapie.com.br>.

6.3.2 Enxoval

Outro item que merece a atenção do empreendedor é o enxoval, pois refletirá diretamente no conforto e na satisfação do hóspede, bem como nos custos do empreendimento. O enxoval de cama e banho é composto basicamente por toalhas de banho e de rosto, roupões, tapetes para o piso do banheiro, lençóis, fronhas, edredons, capas de edredons, colchas, capas de travesseiros, travesseiros e protetores de colchão. Sua diversidade e qualidade dependerão do público-alvo escolhido. O enxoval também é um verdadeiro cartão de visitas do hotel e alguns produtos como toalhas e roupões são sonhos de consumo de muitos hóspedes.



Na escolha do enxoval, o que se deve priorizar, além da durabilidade, é o conforto e a praticidade, ou seja, tecidos 100% de algodão que utilizam 180 fios ou mais - por polegada quadrada - são mais resistentes e mantêm a suavidade, mesmo após muitas lavagens.

Independente da qualidade dos produtos, na maioria dos hotéis a cor branca predomina, pois as vantagens são muitas: o branco não sofre desbotamento, mantendo sua característica original; não há problema na reposição de peças brancas, pois elas sempre serão facilmente encontradas; é mais fácil remover manchas; o branco evidencia qualquer tipo de sujeira e por isso promove bem-estar no hóspede, pela certeza de higienização da peça, uma vez que se pode visualizá-la mais facilmente.

E qual é a quantidade ideal de itens do enxoval? É necessário multiplicar cada conjunto pela quantidade de leitos (camas). O resultado deve ser multiplicado por quatro. Um conjunto deve estar “vestindo” a cama, um conjunto deve estar lavando, outro passando e outro descansando (tempo entre uma lavagem e outra).

24

6.4 Alimentos e bebidas

Além da hospedagem, toda pousada tem que oferecer também algum serviço de alimentos e bebidas. No mínimo, deve-se oferecer o café da manhã e, dependendo da localização e do público-alvo, devem ser oferecidos outros serviços de alimentação como almoço, jantar, ceia e chá da tarde, ou mesmo serviços de banquetes (em caso de eventos).

Em termos de estrutura física, é preciso pensar em uma área com mesas e cadeiras para os hóspedes tomarem o café da manhã, além de uma área para se montar o *buffet* das comidas. É necessário também pensar na cozinha onde serão preparadas as refeições. Quanto mais complexos forem os serviços prestados pela pousada (café da manhã, almoço, jantar, *coffee break*, coquetéis etc), maior deverá ser a área da cozinha. Serão necessários

mais equipamentos (geladeiras, freezers, fogões, fornos, bancadas para o pré-preparo, pias etc) e locais para armazenar não só os alimentos, mas também todo o material de serviço (panelas, louças, talheres, copos etc).

O lixo merece uma atenção redobrada, pois precisa ficar em um local reservado, longe das áreas de circulação e preparo dos alimentos. Para os aspectos construtivos, é necessário que esse espaço esteja de acordo com a RDC nº216, da Anvisa, que dispõe sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

6.5 Manutenção

Prédios e equipamentos bem mantidos garantem que os hóspedes tenham uma experiência positiva durante a sua estadia, o que pode aumentar as vendas. Caso os hóspedes se deparem com instalações mal cuidadas, torneiras pingando, vazamentos, lâmpadas queimadas e chuveiros quebrados, por exemplo, a insatisfação deles aumentará e o potencial de vendas diminuirá.

Assim, a manutenção é responsável pelas atividades necessárias para manter a pousada e tudo que há dentro dela em boas condições de uso. Os custos de manutenção estão diretamente relacionados com o projeto arquitetônico da pousada e com a escolha dos equipamentos e do tempo de vida do empreendimento. À medida que a pousada envelhece, os custos de manutenção em geral aumentam. No rol das despesas fixas de um estabelecimento deste tipo, a manutenção tem um peso grande e se situa em torno de 3% - em alguns casos pode chegar a 15% da receita bruta.

Em geral, a manutenção pode ser preventiva ou corretiva. A preventiva é aquela realizada com o objetivo de reduzir ou evitar a quebra dos equipamentos. É planejado o trabalho da manutenção, que tem por objetivo verificar com periodicidade toda a estrutura e os equipamentos do hotel, no sentido de evitar a sua utilização em condições inadequadas. Já a manutenção corretiva é aquela que é feita quando o equipamento apresenta alguma falha.



6.6 Administrativo e financeiro

Seja qual for o porte do seu negócio, além da atividade final relacionada com a hospedagem, toda empresa precisa também realizar atividades meio, ou seja, de retaguarda administrativa.

Uma pequena pousada provavelmente não terá um setor dedicado exclusivamente às funções administrativas da empresa. Assim, deverão os proprietários (ou mesmo um gerente) se responsabilizar por esta área com as seguintes funções:

- compras (receber os pedidos de compras, fazer cotação de preços, efetuar as compras, receber as mercadorias, verificar a qualidade e quantidade, e distribuir os itens comprados entre os diferentes setores da pousada);
- estoque (controla e deve definir um estoque mínimo das mercadorias para que não falte nada, registrando a entrada e saída de mercadorias);
- custos (controla os custos das mercadorias e dos bens; faz a auditoria do enxoval, dos equipamentos e dos utensílios; controla também os custos de água, luz, telefone etc);
- contas a pagar (controla as despesas e faz os pagamentos nos prazos estipulados);
- contas a receber (cuida da receita do hotel, cobra agências e cartões de crédito, emite duplicatas e avisos de cobrança);
- escrituração contábil e fiscal (para cumprir a legislação, é necessário realizar uma série de tarefas administrativas. Para esta atividade, geralmente conta-se com um contador, a ser contratado).

Uma parte muito importante de qualquer negócio é a sua “saúde” financeira, ou seja, o negócio tem que dar lucro para ser sustentável a longo prazo. Conhecendo bem os números do seu negócio, será possível compará-lo com os seus principais concorrentes e avaliar a sua posição no mercado. A seguir, os principais indicadores financeiros utilizados na hotelaria para a tomada de decisão:

- taxa de ocupação mensal e anual;
- receita total e receita por hóspede;
- custos variáveis (de acordo com a ocupação);
- custos fixos (aluguel, luz, IPTU etc);
- custos financeiros (comissões, juros, taxas de banco etc).

Ao fazer essa comparação, você poderá ter uma ideia se o negócio vai bem ou não, e tomar decisões mais acertadas.

6.7 Recursos humanos

A hotelaria é uma atividade que depende de pessoas. A pousada só consegue ser bem-sucedida quando tem as pessoas certas trabalhando nas funções certas. Na hotelaria, os recursos humanos são uma das principais matérias-primas, visto que os serviços serão sempre prestados por pessoas.

Geralmente, nas pousadas, os serviços mais burocráticos de registro de empregados, folha de pagamento e recolhimento dos impostos trabalhistas ficam a cargo do escritório de contabilidade ou do contador contratado.

Além desses processos administrativos do departamento de pessoal, é necessário também cuidar do desenvolvimento das pessoas, capacitando-as e treinando-as para oferecer um padrão de qualidade nos serviços, pois a essência da hospitalidade são pessoas (funcionários) servindo outras pessoas (clientes).

Principalmente nos pequenos estabelecimentos, a área de recursos humanos é muito delicada. Os funcionários precisam ser polivalentes, pois o tamanho do empreendimento não permite a contratação de especialistas. Assim, um recepcionista, muitas vezes, será também o agente de reservas, o *concierge*, o mensageiro, o telefonista, o caixa etc. Ao mesmo tempo, é necessário que eles sejam treinados e educados para lidar com um público muitas vezes bastante exigente.



A pousada é um empreendimento que funciona 24 horas durante toda a semana e também nos fins de semana, portanto é preciso ter atenção especial com as escalas de trabalho para garantir que as leis trabalhistas sejam cumpridas (atualmente, no Brasil, o máximo permitido por lei são 44 horas semanais).

ANOTAÇÕES

Pense sobre as áreas e funções que serão necessárias para fazer a sua pousada funcionar. Quais as habilidades que os funcionários deverão ter? Quantos deverão ser contratados?

7. Por quanto e como vender?

7.1 Formação de preço

Depois de formatar o seu produto (neste caso, a sua pousada), é necessário pensar e decidir quanto cobrar pelos serviços prestados. Preço é o valor monetário expresso numericamente, associado a uma mercadoria ou serviço. No nosso caso, são os serviços de hospedagem que chamamos de diária.

No Brasil, o valor da diária inclui normalmente a hospedagem e o café da manhã. Existem também outros tipos de diária que você pode estabelecer, tais como a diária com meia pensão, que além dos serviços de hospedagem e do café da manhã, inclui também outra refeição (almoço ou jantar), ou mesmo a diária com pensão completa, que além da hospedagem inclui as três refeições.

Você pode também elaborar pacotes temáticos ou promocionais – lua de mel, datas comemorativas, Natal, réveillon, carnaval etc. Um pacote é acertado quando o hotel combina a venda da unidade habitacional com um ou mais produtos ou serviços, para tornar a sua oferta mais atrativa.

Como todas as outras decisões, o preço estabelecido pela pousada deve estar de acordo com o nível dos serviços prestados, das instalações físicas (terão um impacto direto sobre os custos) e do público-alvo que se pretende atingir. Além destes fatores internos, é necessário também pensar em alguns fatores externos como o mercado e os principais concorrentes.

É preciso também considerar os períodos de alta e de baixa estação para estabelecer a política de preços. Por exemplo, se a sua pousada está localizada em uma praia nordestina, a alta estação inclui os meses de verão e os fins de semana. Nestes períodos, não é vantajoso oferecer nenhum desconto na diária. Porém, no período de baixa estação, para tentar aumentar a ocupação, é interessante oferecer descontos no valor das diárias.



7.2 Canais de distribuição: como o seu cliente terá acesso ao seu produto?

Depois de formulado o preço dos serviços que serão oferecidos, será possível analisar qual a forma mais eficaz de comercializar o seu produto. É preciso, mais uma vez, conhecer bem o seu público-alvo. Jovens, por exemplo, tendem a reservar os hotéis através da internet, utilizando cartões de crédito como garantia da reserva. Já pessoas mais velhas provavelmente irão buscar uma agência de viagens para reservar algum meio de hospedagem.

Além do cliente, é necessário também analisar quem são os seus parceiros, ou seja, quem são as empresas que podem intermediar o processo de compra e venda. É necessário divulgar o seu empreendimento em operadoras e agências de viagem e turismo.

Agências virtuais de turismo ou *sites* de reserva (decolar.com, booking.com etc) também podem ser ótimos parceiros, porém deve-se atentar para aspectos de contrato que incluam condições de pagamento, prazos para repasse de valores, taxas e regras de tarifa. Por exemplo, para estes casos, garantias de *no-show* devem ser exigidas, pois você não vai querer bloquear um apartamento esperando por um hóspede que não chega, quando você poderia ter ocupado esse apartamento com outro cliente. Quem pagará por isto?

8. Como comunicar e divulgar?

A comunicação é muito importante para qualquer empreendimento, pois não adianta nada a pousada existir se ninguém souber. O conceito de comunicação entre empresa e cliente é bastante amplo e abrange desde a propaganda até os espaços físicos, as cores e a marca utilizada.

Assim, as decisões importantes sobre o que é o seu negócio deverão ser transmitidas com todos os detalhes, desde a aparência dos espaços físicos até a logomarca e os folhetos de divulgação. Cada ponto de contato entre cliente e pousada deve comunicar a mesma imagem do negócio. Por exemplo, se a pousada foi construída com o objetivo de ter um clima mais informal e rústico de praia, utensílios, objetos de decoração e peças de comunicação (folhetos, folders e banners) deverão ter a “cara” do estabelecimento.

8.1 Criando uma identidade para o seu estabelecimento

A marca e os outros elementos visuais de uma empresa devem transmitir o conceito do negócio. A imagem certa deverá ser comunicada, garantindo que o público entenda corretamente qual o foco da pousada. Por isso, a marca, as cores e o tipo de fonte, dentre outros, compõem detalhes visuais importantes para a formação dessa imagem junto ao público.

Nos dias de hoje, ter uma identidade visual bem elaborada contribui bastante para uma divulgação eficaz, já que o consumidor tornou-se bastante visual e atento ao mundo virtual.

O conceito e a imagem que se quer passar para o cliente poderão contar com a ajuda de um profissional - um *designer*, responsável por criar a identidade visual do seu negócio.

Outra aquisição importante é um “banco fotográfico” com imagens bem trabalhadas, em alta resolução, feitas por um profissional, o qual pode ajudar a transmitir o conceito do seu estabelecimento.



8.2 As ferramentas de comunicação e a hospitalidade

Para garantir uma boa clientela para a pousada, é necessário comunicar ao mercado que o negócio existe. É preciso também manter essa comunicação atualizada, gerando sempre novos conteúdos. São várias as ferramentas de comunicação e marketing: promoção de vendas, propaganda, empenho da própria equipe de vendas, eventos, experiências etc. Por isso, é preciso selecionar com cuidado as formas e os canais de comunicação, para não se jogar dinheiro fora.

Mais uma vez, é necessário conhecer o público-alvo do negócio para implementar uma comunicação eficiente e usar a criatividade para anunciar em locais menos tradicionais, mas que façam parte do dia a dia do seu cliente. Isto pode trazer um retorno bem maior.

Para o lançamento de um novo serviço, é necessário que haja ações mais efetivas de comunicação, tais como visitas às agências e operadoras de viagem, lançamento de *site*, envio de *press release* para a imprensa especializada, convites para *bloggers* e jornalistas conhecerem a pousada. Tudo isto pode ser usado para atrair a atenção do público-alvo.

Outra ação de divulgação específica do setor de hospedagem são os "*famtours*". Trata-se de um convite com estadia e demais serviços pagos pelo dono da pousada (anfitrião) para os agentes de viagem e/ou jornalistas, com o objetivo de divulgar o negócio.

As redes sociais também são consideradas excelentes vitrines para o seu negócio. É interessante ter uma página nas principais redes virtuais ou mesmo um *site*. Apenas atente para a necessidade de atualizar constantemente os conteúdos nesse meio virtual, porque não existe nada mais frustrante para o consumidor do que páginas com informações desatualizadas ou sem conteúdo relevante.

9. Outros pontos importantes na abertura de um negócio de hospedagem

9.1 Legislação relacionada

Para abrir qualquer negócio, é necessário seguir uma série de leis, normas e diretrizes. Por se tratar de um conhecimento bastante específico, é recomendável que o empreendedor contrate um profissional especializado para auxiliá-lo em todos os trâmites legais. Aqui daremos algumas diretrizes básicas para a abertura da empresa e listaremos algumas leis mais específicas para o setor.

Há três etapas a serem consideradas: a primeira é relativa ao terreno, à construção, às questões ambientais etc; a segunda se refere à constituição da empresa, ou seja, à formulação do negócio; a terceira é a etapa de operacionalização do negócio propriamente dita.

Existem leis federais, estaduais e municipais que tratam das questões ambientais que podem interferir direta ou indiretamente na atividade hoteleira, principalmente se o terreno estiver localizado em uma unidade de conservação que pode ser federal, estadual ou municipal.

A Lei de Uso e Ocupação do Solo é municipal e define as regras para as áreas consideradas urbanas. O que não for urbano é rural e, portanto, regulamentado pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra).

A Lei de Uso e Ocupação do Solo tem o objetivo de normatizar as construções e definir o que pode ser feito em cada terreno particular. Concentra-se em normas técnicas de edificações (recuos, número de pavimentos, altura máxima) e no zoneamento da cidade. Você deve pesquisar sobre a Lei de Uso e Ocupação do Solo do município onde pretende construir o seu empreendimento.

A segunda etapa refere-se à constituição da empresa. A primeira providência é definir a natureza jurídica do empreendimento. Empresário (antiga firma individual) e Sociedade Empresarial Limitada são tipos mais comuns. Em caso de sociedade, os empreendedores devem definir o tipo de participação de cada



sócio e obrigatoriamente deve existir pelo menos um sócio administrador, já que os outros serão sócio-quotistas.

Para abrir uma empresa, é necessário consultar alguns órgãos federais, estaduais e municipais. O primeiro passo é o registro do ato de abertura da empresa na Junta Comercial do Estado. Em seguida, a Receita Federal deve emitir um número de CNPJ e, por fim, a Secretaria de Finanças do município emitirá a inscrição municipal. O Sebrae dispõe de um serviço de contadores voluntários, no setor de Orientação Empresarial, os quais podem dar mais informações e orientações sobre esse processo.

Para a abertura de microempresa e de empresa de pequeno porte, não é necessário ter a assinatura de um advogado. É importante também ter a assessoria de um contador, pois este profissional pode executar boa parte dos trâmites legais e ainda prestará esclarecimentos com relação à definição do tipo de empresa, questões tributárias etc.

O empreendedor também deve estar atento ao Código de Defesa do Consumidor (Lei n° 8.078, de 11/9/1990) e às suas especificações, bem como às portarias do Ministério do Trabalho.

A pousada também prestará serviços de alimentação (pelo menos o café da manhã). Assim, é importante ficar atento também à legislação específica, tais como as normas da Anvisa para a manipulação de alimentos - a RDC n° 216, de 15 de setembro de 2004.

Abaixo, uma pequena lista de algumas leis, normas e resoluções importantes para o setor de hospedagem:

- Lei Federal n° 10.098, de 2000, que regulamenta os requisitos de acessibilidade para as edificações de uso coletivo e os prestadores de serviço;
- Lei n° 8.069, de 13/7/1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), que dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente;

- Lei Federal nº 8.078, de 1990, que dispõe sobre a proteção e defesa do consumidor, ou mesmo da coletividade equiparada, nas relações de consumo;
- Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004, da Anvisa, que dispõe sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação;
- Norma ABNT/NBR 15401, de 30/11/2006, que dispõe sobre os requisitos do Sistema de Gestão da Sustentabilidade para os meios de hospedagem.

9.2 Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)

Atualmente é impossível pensar em qualquer empreendimento sem considerar os benefícios e avanços alcançados pelas tecnologias da informação e comunicação. Mesmo as pousadas menores são obrigadas a fazer uso de *softwares* (Sistemas de Gestão Hoteleira) e *hardwares* no seu dia a dia. De um modo geral, as pousadas podem usar as TICs nas seguintes áreas:

- comunicações (e-mail, telefone, mensagens, internet);
- controle (reservas, chaves, faturamento, cobranças);
- finanças (orçamentos, contabilidade e tributação);
- administração (tomada de decisão, informações administrativas, armazenamento e manipulação de dados);
- marketing (vendas *on line*, comunicação *on line*, perfil dos clientes, campanhas de publicidade).

Nesta cartilha, enfocaremos alguns usos mais comuns.

9.2.1 Sistema de Gestão Hoteleira (SGH)

Embora o principal elemento do serviço prestado – um sorriso, uma saudação amigável, o tratamento cortês do hóspede – não possa ser automatizado, grande parte do trabalho de um hotel ou pousada pode ser simplificada e garantida pela adoção de um Sistema de Gestão Hoteleira (SGH). A adoção de



um SGH aumenta a eficiência operacional e maximiza a agilidade na execução das tarefas a serem realizadas, ao tempo que aumenta o controle operacional.

O primeiro passo para a escolha de um SGH é pensar nas suas necessidades, registrando exatamente quais os processos do hotel que devem ser informatizados. Com base nas necessidades analisadas, é necessário escolher um *software*. Existem muitas empresas especializadas em desenvolver Sistemas de Gestão Hoteleira para pequenos estabelecimentos. Esses sistemas podem ser adaptados a qualquer realidade e tamanho de empreendimento. A funcionalidade do SGH é muito importante. Você deve perguntar: “É fácil aprender a usar esse sistema”? “Ele atende às minhas necessidades”? Por fim, depois de escolhido o *software*, é necessário escolher as máquinas (*hardware*) para executar o programa e identificar onde ele será instalado (recepção, almoxarifado, restaurante).

Com um SGH, as informações fornecidas são rápidas e precisas. O sistema informatizado disponibiliza, a qualquer momento, os seguintes relatórios:

- situação das UHs (vagas limpas, ocupadas, sujas);
- lista de *check out* do dia;
- relação de reservas de grupo;
- relação dos hóspedes na casa;
- *rooming list*;
- taxa de ocupação;
- relatórios financeiros etc.

ANOTAÇÕES

Pesquise na internet empresas que desenvolvem Sistemas de Gestão Hoteleira e enumere os produtos que essas empresas dispõem. Qual dos produtos melhor se adequa ao seu novo estabelecimento?

9.2.2 Outras inovações

Cada dia mais os hotéis de todo o mundo estão usando a tecnologia de maneiras diferentes, tanto para acelerar e personalizar o atendimento quanto para economizar recursos. Por exemplo, alguns hotéis já oferecem o *check in* por meio de aplicativo nos smartphones. Mas a grande novidade é que, depois do *check in*, você vai receber um código e com um aplicativo instalado no smartphone poderá abrir a porta do quarto. Demais, não é?

Alguns hotéis também já estão costurando chips que usam a tecnologia RFID (identificação por rádio frequência) nos seus enxovais, de modo que quando um carrinho da lavanderia passar pelo sensor, o número de itens no seu interior já será computado.

Outra tendência é a interatividade e a conectividade em espaços públicos. A nova geração mudou o jeito de trabalhar, busca conectividade e não quer mais ficar isolada nos apartamentos quando se hospedam em hotéis. Assim, há um forte investimento para transformar as áreas comuns dos hotéis em ambientes interativos. É possível integrar vários ambientes - restaurante, bar, lobby, criando espaços conectados por rede aberta de internet, bancadas e espaços amplos usados para apresentações artísticas, exposições e festivais gastronômicos, degustações de vinho, cervejas artesanais, caipirinhas e petiscos locais.



Alguns hotéis estão emprestando o Google Glass (óculos inteligentes) para atrair hóspedes. Os óculos permitem tirar fotos, filmar, assistir a vídeos, fazer buscas na internet e ligações telefônicas, entre outras funções, a partir de comandos verbais ou dos olhos. E, no final, os hóspedes podem levar para casa as fotos tiradas no Glass em um cartão de memória. Gostou?

ANOTAÇÕES

Pesquise outros exemplos de como a tecnologia pode auxiliar no seu negócio de hospedagem.



38

9.3 A pousada e o meio ambiente

Desde os anos 90, cresceu a preocupação com os efeitos das ações humanas sobre o meio ambiente, principalmente quando estamos nos referindo à atividade turística em que o meio ambiente é também um atrativo. Sem a natureza bem preservada, boa parte da atividade turística desaparece e alguns meios de hospedagem perdem a razão de existir.

Os meios de hospedagem estão reconhecendo, cada vez mais, a necessidade de usar a energia, a água e outros recursos de forma responsável. Controlar o consumo não é apenas uma responsabilidade social, mas principalmente um bom negócio.

Aqui daremos algumas ideias para você pensar em como inserir ações de sustentabilidade ambiental no seu negócio de hospedagem.

Edificações e sistemas de água

Por meio do uso racional da água no seu empreendimento, você pode ter não apenas benefícios ambientais, mas principalmente econômicos. Algumas dicas:

- use a inclinação do terreno a seu favor. Armazene água nas áreas mais elevadas, pois assim você abastece a pousada por gravidade;
- proteja os reservatórios de água do sol (para evitar evaporação);
- use equipamentos que reduzam significativamente o consumo de água (torneiras com sensor de movimento, válvulas de descarga com duplo acionamento);
- capte água da chuva. No Brasil, a legislação exige que essa água seja usada para fins não potáveis (para aguar os jardins da pousada, por exemplo);
- use novas tecnologias (geradores de ozônio, lâmpadas ultravioletas e salinizadores) para o tratamento da água da piscina. A tendência é reduzir e até eliminar o uso de produtos químicos industrializados no tratamento da água da piscina.

Edificações e sistemas de energia

As despesas com energia são das maiores, quando se trata de meios de hospedagem. Assim, economizar energia é muito bom. Medidas simples, fontes alternativas e soluções tecnológicas podem reduzir a dependência e o consumo de energia elétrica. Algumas dicas:

- use aquecedores solares, a gás e serpentinas em fogões a lenha para aquecer a água;
- use outras fontes de energia (limpas ou renováveis - fotovoltaica (solar) e eólica (ventos), microcentrais hidrelétricas (rios e córregos);
- use equipamentos que reduzem o consumo de energia, tais como sensores de presença, lâmpadas fluorescentes ou do tipo led, máquinas de lavar, geladeiras e aparelhos de refrigeração com selo Procel de economia de energia;



- favoreça sempre a iluminação natural;
- prefira pilhas e baterias recarregáveis para controles remotos, carregadores e outros aparelhos eletrônicos.

Edificações e sistemas de materiais

A escolha dos materiais de construção tem impacto direto no nível de sustentabilidade de um negócio. Algumas dicas:

- use materiais naturais (produzidos de forma artesanal ou com pouca industrialização), encontrados na própria região;
- utilize materiais de construção reciclados, reutilizados e certificados. No Brasil, existem dois tipos de selo verde para as madeiras: o FSC (EUA) e o Cerflor (Inmetro);
- na hora de mobiliar, decorar e equipar a sua pousada, prefira produtos que possam ser reciclados ao fim da sua vida útil, pense na durabilidade deles e não economize na qualidade. E valorize o artesanato local - além de deixar a sua pousada mais charmosa, você contribui para a geração de trabalho e renda na região.

OUTRAS DICAS

- Conheça e valorize a cultura local - crie uma lojinha para divulgar e vender os artigos produzidos no local (artesanato, comida, roupas etc).
- Se houver estrutura, promova apresentações musicais, exposições etc.
- Use o paisagismo funcional - utilize as plantas com características específicas para o cumprimento de determinadas funções. Por exemplo, o gergelim atrai insetos e evita que outras plantas sejam atacadas.
- Tenha uma horta e cultive alimentos orgânicos.
- Valorize a economia local, privilegiando o consumo de bens produzidos na região (tenha uma rede de fornecedores locais).
- Organize-se com outros pousadeiros para fazer compras coletivas, pois isto reduz os custos e pode otimizar o transporte.
- Na compra do enxoval, opte por tecidos que durem mais e proporcionem uma secagem mais rápida.

- Crie um programa de gestão de resíduos (lixo) para a sua pousada. A regra fundamental é diminuir a produção de lixo.

9.4 Acessibilidade

Também é um indicador de sustentabilidade. Você deve estar preparado para receber e acolher a diversidade humana. Para tal, seu projeto arquitetônico deve contemplar todas as especificações de que trata a Lei nº 10.098, de 2000. No Brasil, os portadores de necessidades especiais somam mais de 45 milhões e representam cerca de 24% da população (segundo dados do IBGE de 2010). De um modo geral, é necessário evitar barreiras físicas (arquitetônicas, principalmente, como as escadas) e de comunicação, que possam inibir ou constranger o acesso dessas pessoas a qualquer área da pousada. É importante pensar também nas pessoas com mobilidade reduzida (ainda que temporária), tais como gestantes, idosos e obesos.

9.5 Um tipo especial de hospedagem: cama e café

É importante ressaltar que há um tipo muito especial de hospedagem chamado no Brasil de cama e café (pode ser classificado entre uma e quatro estrelas). Este tipo de hospedagem é baseado no sistema *Bed and Breakfast* (B&B), de origem irlandesa, em que o visitante se hospeda na casa de um habitante local que lhe oferece, todos os dias, um delicioso café da manhã incluído na diária. Este sistema é muito adequado ao estilo brasileiro de sempre acolher com carinho seus hóspedes.

A hospedagem cama e café integra o conceito de turismo responsável e, dentre os seus benefícios, é possível citar:

- menor impacto ambiental, já que não há construção de novas estruturas;
- troca de experiências e conhecimentos entre os habitantes da comunidade, favorecendo a integração dos serviços com as práticas



profissionais (transporte e *tour* turístico, artesanato, produção de produtos típicos etc);

- intercâmbio cultural entre turistas e habitantes locais por meio da convivência direta e cotidiana entre hóspede e empreendedor;
- melhor distribuição das receitas geradas pela atividade turística, visto que o dinheiro que deriva do movimento turístico vai diretamente para as famílias e a comunidade local.

ANOTAÇÕES:

Pesquise localidades que implantaram o conceito de cama e café. Quais são as principais características desses estabelecimentos?

10. Conceitos importantes (glossário)

- *All inclusive* (tudo incluído): define o sistema no qual todas as despesas (refeições, bebidas alcoólicas, gorjetas) estão incluídas na diária paga pelo hóspede.
- Auditoria noturna: processo de conciliação financeira realizado diariamente pela recepção para gerar relatórios informativos.
- CHD: abreviação de *children* (crianças dos dois aos 11 anos).
- *Check in*: procedimentos necessários para a entrada no hotel.
- *Check out*: procedimentos necessários para a saída do hotel (fechar e pagar as contas).
- *Concierge*: funcionário do hotel que oferece importantes serviços aos hóspedes, incluindo informações sobre atrações turísticas locais, compra de ingressos para shows, recomendações de restaurantes, *city tours* e outros programas de entretenimento.
- *Day use*: utilização da UH apenas durante o dia (paga-se geralmente um preço menor).
- Diária balcão: diária mais cara que um hotel pode cobrar por uma UH específica.
- Diária média: média de todas as tarifas aplicadas por um hotel em uma noite. Calcula-se dividindo a receita de apartamentos, já deduzido o café da manhã, pelo total de apartamentos ocupados no ano (excluindo-se as cortesias e o uso da casa).
- Diária ou tarifa: usada para designar o período que está sendo reservado ou pago. Em alguns hotéis, as diárias começam e terminam ao meio-dia; em outros, às 14h.
- *Early check in*: entrada no hotel antes do horário estabelecido.
- *Guest comment*: observação por escrito feita pelo hóspede para elogiar ou criticar o hotel.
- *Late check out*: saída do hotel após o horário programado. Geralmente a tolerância é de duas horas.
- Leito: o número de leitos refere-se ao número de camas que o hotel dispõe. Em uma UH, podemos ter dois, três, quatro ou mais leitos.
- Meia pensão: sistema de hospedagem que inclui a UH e também duas refeições (café da manhã e almoço ou café da manhã e jantar).
- *No-show*: não comparecimento de um hóspede em um hotel.



- *Overbooking*: acontece quando um hotel reserva um número maior de UHs do que mantém disponível. É o mesmo que vender além da capacidade.
- *Par stock*: estoque de suprimentos. Por exemplo, o *par stock* de toalha de banho deve ser quatro vezes o número de toalhas para vestir o hotel.
- Pensão completa: sistema de hospedagem que inclui a UH e também as três refeições (café da manhã, almoço e jantar).
- Taxa de ocupação: indicador pelo qual se estabelece a relação entre o número de UHs vendidas a cada noite e o número total de UHs que o hotel mantém disponível para locação. É expressa em porcentagem. É obtida dividindo-se o número total de apartamentos ocupados, excluindo cortesias e uso da casa, pelo número de apartamentos disponíveis no ano.
- *Transfer*: traslado.
- UH: abreviação de Unidade Habitacional, que pode ser um quarto, uma suíte, um chalé, um apartamento ect. É o principal produto de venda de um hotel ou pousada.
- VIP: do inglês Very Important Person (pessoa muito importante).
- *Voucher*: documento emitido por uma agência de viagens ou operadora, reservando acomodação no hotel.
- *Walk-in*: hóspede que chega ao hotel sem reserva, à procura de um apartamento. Deve-se pedir sempre uma garantia de pagamento como um número de cartão de crédito ou o pagamento da primeira diária adiantado.

Referências

BANCO SANTANDER. **Guia de sustentabilidade:** meios de hospedagem. São Paulo.

HAYES, D.K.; NUNEMEIER, J.D. **Gestão de Operações Hoteleiras.** São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2005.

ISMAIL, A. **Hospedagem:** *front office* e governança. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MEDDLIK, S.; INGRAM, H. **Introdução à Hotelaria:** gerenciamento e serviços. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SENAC/DN. **Pousada:** como montar e administrar. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.





