



HOTEL FAZENDA



APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO	3
MERCADO	6
PARQUE HOTELEIRO	7
RENTABILIDADE	7
LOCALIZAÇÃO.....	9
EXIGÊNCIAS LEGAIS ESPECÍFICAS	11
REGISTRO DA EMPRESA:	12
CDC	14
TABACO	14
ESTRUTURA	15
PESSOAL.....	18
AUTÔNOMOS	22
EQUIPAMENTOS.....	23
RECEPÇÃO	24
RESTAURANTE	24
QUARTOS	24
LAVANDERIA.....	25
FORNECEDORES.....	25
MATÉRIA PRIMA / MERCADORIA	28
ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO	31

AUTOMAÇÃO	33
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	36
INVESTIMENTOS	38
ADEQUAÇÃO DO IMÓVEL.....	39
CAPITAL DE GIRO.....	40
CUSTOS	43
DIVERSIFICAÇÃO/ AGREGAÇÃO DE VALOR.....	45
DIVULGAÇÃO	47
INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS	49
EVENTOS.....	51
ENTIDADES EM GERAL	53
NORMAS TÉCNICAS	57
DICAS DO NEGÓCIO	59
PESQUISAS.....	60
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DO EMPREENDEDOR ...	62
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR.....	64
GLOSSÁRIO	66
EXPEDIENTE	67



HOTEL FAZENDA

APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO



AVISO:

Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

O surgimento de hotéis fazenda veio a suprir uma realidade que vinha sendo relegada a segundo plano, que era o convívio com a vida rural. Isto porque o êxodo rural para os centros urbanos, principalmente os de grande porte, iniciado nos anos 1970 e acentuado nos anos 1980, provocou uma espécie de ruptura entre a vida urbana e a rural.

Assim o surgimento dos hotéis fazenda possibilitou o redescobrimto da zona rural pela população urbana, em especial por sair da rotina do cotidiano atribulado das grandes cidades, passando da agitação para a tranquilidade bucólica.

Um hotel fazenda está inserido no contexto do turismo rural, comumente associado às ideias de turismo sustentável e ecoturismo. O Acordo de Mohonk (EUA), assinado por vinte países em 2000, assim define os dois conceitos:

- Turismo Sustentável é aquele que busca minimizar os impactos ambientais e socioculturais, ao mesmo tempo em que promove benefícios econômicos para as comunidades locais e destinos (regiões e países);

- Ecoturismo é o turismo sustentável em áreas naturais que beneficia o meio ambiente e as comunidades visitadas, promove o aprendizado, respeito e consciência sobre aspectos ambientais e culturais.

Nos termos do Acordo de Mohonk para o Turismo Sustentável, é recomendável que um hotel fazenda, na condição de empresa turística, observe os seguintes princípios:

- Estar comprometida com o manejo ambiental;
- Promover a retroalimentação de sua clientela;
- Saber avaliar eventuais impactos negativos sociais, culturais, ambientais e econômicos, inclusive estabelecendo estratégias para manejo e mitigação;
- Seus funcionários deverão estar capacitados, educados, responsáveis e ter conhecimento e consciência sobre manejos ambiental, social e cultural;
- Ter mecanismos para monitorar e relatar seu desempenho ambiental;
- Controlar a emissão de ruídos e gases;
- Estar adequadamente implantada com relação ao ambiente natural;
- Evitar danos ao local ao implementar o paisagismo ou a recuperação do ambiente natural relativamente à situação original;
- Evitar impactos visuais e luminosos;
- Fazer uso sustentável de materiais e insumos – recicláveis e reciclados – produzidos localmente;
- Minimizar a produção de dejetos e assegurar sua adequada disposição;
- Minimizar os impactos ambientais de sua operação;
- Promover a conservação da biodiversidade e a integridade dos ecossistemas;

- Promover a redução e o uso sustentável de água;
- Promover a redução e o uso sustentável de energia;
- Promover o adequado tratamento e disposição de águas residuais;
- Promover o manejo adequado da drenagem, solo e águas pluviais;
- Adquirir, utilizar e manter a posse de terras de forma apropriada;
- Possuir mecanismos para assegurar o reconhecimento dos direitos e aspirações de comunidades indígenas e locais;
- Possuir medidas para proteger a integridade da estrutura social das comunidades locais;
- Promover impactos positivos (benéficos) na estrutura social, cultural e econômica local;
- Estabelecer mecanismos de forma a assegurar que as relações trabalhistas e as práticas industriais sejam justas e estejam em conformidade com a legislação;
- Estabelecer mecanismos para minimizar impactos econômicos negativos e maximizar benefícios econômicos para a comunidade;
- Fomentar contribuições para a manutenção do desenvolvimento da infraestrutura comunitária;
- Utilizar-se de práticas éticas comerciais.

Do ponto de vista técnico, a Organização Mundial do Turismo (OMT) classifica o hotel fazenda como um estabelecimento de alojamento coletivo, com serviços complementares à arrumação do quarto.

Portanto, o empreendimento deverá ser concebido com visão profissional, desde o seu projeto embrionário, o que irá requerer uma avaliação objetiva sobre a forma de atuação, bem como as expectativas comerciais.



MERCADO



A crise nos mercados da Europa e dos Estados Unidos criou um ambiente atrativo para investimentos na indústria hoteleira nacional. Conforme o documento “Investimentos no Brasil: Hotéis & Resorts – 2011”, elaborado pela BSH Travel Research, cerca de R\$ 7,3 bilhões devem ser aplicados na construção de 198 novos hotéis até 2014 - a maior parte deles nas regiões Sudeste e Nordeste – com a geração de mais de 30 mil empregos diretos.

Entre 2010 e 2011 foram investidos R\$ 370,6 milhões em novas obras e reformas no setor hoteleiro, segundo dados do Ministério do Turismo. Afora os megaeventos esportivos que ocorrerão no Brasil, a decisão dos empreendedores levou em conta o bom desempenho da economia brasileira e estabilidade financeira do país.

Como exemplo deste entusiasmo, pode-se citar a companhia Brazil Hospitality Group (BHG), braço de hotéis da GP Investments, que recentemente divulgou sua intenção de abrir 40 novos hotéis próprios ou em parcerias nos próximos cinco anos. O BHG deve investir R\$ 600 milhões nesta empreitada.

Frente ao apetite dos investidores pelo mercado hoteleiro, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) criou uma linha de crédito de R\$ 1 bilhão para reforma e construção de novos hotéis. Somente nos sete primeiros meses de 2010, o banco registrou pedidos de financiamento no total de R\$ 610 milhões.

Para receber algum recurso, o pretendente precisa apresentar uma garantia equivalente a 130% do valor do empréstimo. Entretanto, o BNDES assegura que as taxas de juros diminuem e os prazos se alargam caso o candidato opte por tecnologias que garantam racionalização energética e sustentabilidade.

PARQUE HOTELEIRO

O parque hoteleiro nacional é formado por 25 mil hotéis e pousadas, 70% deles de pequeno e médio porte, com até 50 apartamentos. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), 410 hotéis (no total de 42 mil apartamentos) estão localizados em São Paulo. Os estabelecimentos independentes (desvinculados das redes hoteleiras nacionais ou internacionais), com quantidade de quartos superior a vinte, são maioria no setor – respondem por 56% do total de hotéis e por 65% da oferta de apartamentos.

Especialistas do setor acreditam que a expansão da rede hoteleira deverá manter ascendente a curva de contratações de funcionários. Cerca de 100 mil profissionais atuam no setor hoje, dos quais 40 mil na capital paulista. Os investimentos impulsionam não apenas a criação de novos postos de trabalho, como também geram oportunidades para empresas que se propõem a fornecer serviços e produtos – desde uniformes para os funcionários, enxovais de cama e banho, produtos de higiene, serviços de limpeza, até alimentação pronta.

RENTABILIDADE

O aumento do poder aquisitivo da população brasileira foi responsável, em 2010, pelo melhor desempenho da história da hotelaria nacional. Pesquisa da consultoria Jones Lang LaSalle Hotels revelou que o setor obteve, naquele ano, receita líquida de cerca de R\$ 500 milhões, e que a diária média se situou em R\$ 180,00. Os hóspedes tupiniquins superaram os estrangeiros na ocupação dos 400 estabelecimentos pesquisados: 84,5% contra 15,5%. A taxa média de ocupação alcançou 68%, e a receita por apartamento disponível ficou em R\$ 122,00.

Os turistas que visitaram o país em 2010 declararam como o principal motivo da viagem lazer, o que corresponde a 46,1%; enquanto 23,3% vieram a negócios, eventos e convenções e 30,6% vieram por outros motivos.

A maioria dos que vieram a lazer (60,2%) foram motivados por sol e praia; seguidos por natureza, ecoturismo ou aventura (26,9%); cultura (8,5%); e outros motivos (4,4%).

O gasto médio diário foi de US\$66,27, enquanto a permanência média foi de 17,2 dias.

O estudo da Jones Lang LaSalle Hotels também constatou o crescimento do principal indicador de rentabilidade dos hotéis em 2010 – 17,3% em comparação com 2009. Este índice é conhecido como revpar, e tem origem no cruzamento das médias das diárias com as taxas de ocupação dos apartamentos. Para 2012, a Jones Lang estima que o revpar permaneça acima de 10%.

Quanto ao comportamento das tarifas praticadas pelo setor hoteleiro, pesquisa da agência de turismo Carlson Wagonlit Travel (CWT) indica que os reajustes das diárias no Brasil podem atingir o percentual de 34,1% em 2012. Já na América Latina, a média de aumento deve alcançar 12,2%.

Os turistas estrangeiros que visitaram o país em 2010 declararam o lazer como principal motivo da viagem, o que corresponde a 46,1%; enquanto 23,3% vieram a negócios, eventos e convenções, e 30,6% aqui estiveram por outros motivos.

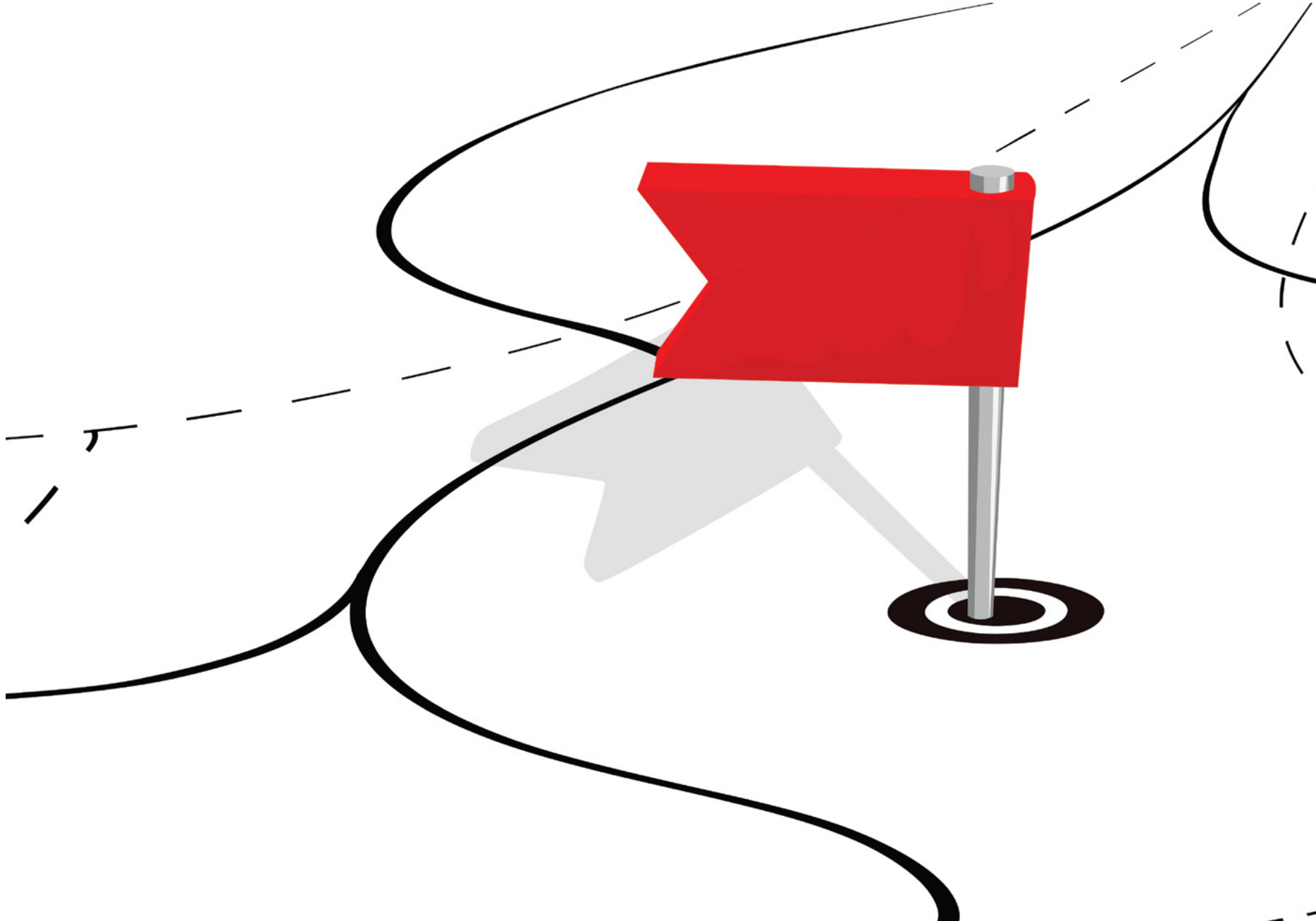
A maioria dos que vieram a lazer (60,2%) foram motivados por sol e praia; seguidos por natureza, ecoturismo ou aventura (26,9%); cultura (8,5%); e outros motivos (4,4%).

O gasto médio diário foi de US\$ 66,27 por indivíduo, enquanto a permanência média foi de 17,2 dias.



HOTEL FAZENDA

LOCALIZAÇÃO



Para identificar o local ideal para instalação de um hotel fazenda é necessário que o empreendedor defina qual o público alvo que se pretenda atingir e atender. A partir dessa definição deve-se pensar a localização ideal para o empreendimento hotel fazenda, devendo atentar os seguintes pontos:

- **Facilidades de acesso:** deve-se priorizar locais que sejam atendidos por uma boa malha viária, tanto asfáltica quanto vicinais. Isto não significa dizer que tenha que ser estruturado o hotel fazenda as margens de rodovias, pelo contrário, deve ser localizado a boa distância desse tipo de pavimentação. Isto visa garantir tranquilidade ao ambiente.
- **Fazenda e sua estrutura:** o ideal que o local seja atendido por uma grande quantidade de água, de preferência com nascentes dentro da propriedade. Se a propriedade se enquadrar como RPPN – Reserva Particular do Patrimônio Natural, tornar-se-á um ponto extremamente positivo para compor o ambiente físico da fazenda e por consequência um elemento que ensejará o aumento de interesse do público em geral pelo estabelecimento comercial.
- **Facilidade de contratação de mão-de-obra:** a definição da localização deverá ser entremeada com a facilidade de contratação de mão-de-obra para atender a demanda de hotel fazenda, pois não será simples deslocar grupos de colaboradores já treinados e qualificados de localidades distantes do empreendimento. Desta forma será importante estar a uma distância razoável de cidades, mas que possibilite fácil deslocamento de funcionários até o empreendimento.

- **Propriedade e posse:** o imóvel que será instalado o hotel fazenda deverá, de preferência, ser próprio ou no mínimo ter cessão de posse seja com arrendamento ou outra forma, mas com prazo mínimo de 25 (vinte e cinco) anos. Isto para garantir que após estar estruturado o empreendimento, e o imóvel não sendo próprio, poderá o proprietário requerer a qualquer tempo a devolução, o que será, com certeza um prejuízo ou mesmo uma grande “briga” judicial.

Resolvido os pontos citados acima, basta ajustar a viabilização do hotel fazenda.



HOTEL FAZENDA

EXIGÊNCIAS LEGAIS ESPECÍFICAS



Montar um hotel fazenda exige a observância de procedimentos legais, tais como:

REGISTRO DA EMPRESA:

De forma geral, a primeira providência é procurar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada ao seu projeto e preencher os formulários de inscrição exigidos pelos órgãos públicos.

O contador pode informar também sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas antes de contratá-lo, certifique-se de que este prestador de serviço seja um profissional habilitado no Conselho Regional de Contabilidade e de que não existam reclamações registradas contra ele. Dê preferência aos contadores que ofereçam, além de assessoria fiscal e tributária, outros serviços contábeis.

Para legalizar a empresa, o empreendedor deverá cumprir as seguintes etapas:

a) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher a Contribuição Sindical Patronal anualmente);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar.

b) Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar o hotel fazenda para fazer a consulta de local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial.

c) Requerer cadastramento como prestador de serviço turístico junto ao Ministério do Turismo.

O empreendedor deve ainda atender o disposto na legislação pertinente ao seu segmento empresarial, como exemplo cita-se:

- **Lei Nº 11.637, de 28 de Dezembro de 2007** – Dispõe sobre o programa de qualificação dos serviços turísticos e do Selo de Qualidade Nacional de Turismo.
- **LEI nº - 11.771, de 17 de Setembro de 2008** – Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, no desenvolvimento e no estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, sobre atividades e serviços turísticos, e condições para o seu funcionamento e fiscalização; o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, relacionado ao exercício e à exploração de atividades e serviços turísticos; e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991, que renomeia a Embratur e dá outras providências.
- **Decreto nº 7.381, de 02 de Dezembro de 2010** – Regulamenta a Lei no 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e dá outras providências.
- **Portaria nº 268, de 22 de Dezembro de 2011** – Dá nova redação aos arts. 13 e 15 da Portaria nº 177, de 13 de setembro de 2011, que estabelece o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes – SNRHos, regula-

menta a adoção da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FNRH e do Boletim de Ocupação Hoteleira – BOH.

- **Portaria 127, de 28 de Julho de 2011** – Dispõe sobre delegação de competência do Ministério do Turismo – MTur a órgãos da administração pública estadual, municipal e do Distrito Federal, para cadastramento, classificação e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos.
- **Portaria 130, de 26 de Julho de 2011** – Institui o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur, o Comitê Consultivo do Cadastur – CCCad e dá outras providências.
- **Portaria 126, de 26 de Julho de 2011** – Dispõe sobre a criação do Centro de Informações Turísticas 2014- CIT-14 e dá outras providências.

Em alguns Estados e Municípios, os estabelecimentos que produzem e/ou manipulam alimentos somente podem funcionar mediante licença de funcionamento e alvará expedido pela autoridade sanitária competente. A vistoria no estabelecimento segue o código sanitário vigente e é feita pelos fiscais da prefeitura local.

As ações de Vigilância Sanitária são realizadas seguindo critérios técnicos e jurídicos; todas as exigências decorrem da legislação em vigor nas esferas federal, estadual e municipal, entre as quais se destacam:

- **Decreto-Lei 986/69** – Institui normas básicas sobre alimentos;
- **Lei nº. 6.437/77 e alterações posteriores** – Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, a necessidade da responsabilidade técnica e dá outras providências;
- **Lei nº. 7.967/89** – Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária e dá outras providências;

- **Resolução ANVISA RDC nº 216/04** – Regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação;
- **Resolução ANVISA RDC nº. 218/05** – Regulamento técnico de procedimentos higiênico-sanitários para manipulação de alimentos e bebidas preparados com vegetais.

Todo o controle da produção, distribuição e comercialização de bebidas, alcoólicas e não alcoólicas, está sob a supervisão do Ministério da Agricultura, tomando por base a legislação de alimentos. Dentre os normativos mais importantes destacam-se:

- **Lei nº. 8.918, de 14.07.94.** Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da Comissão Intersectorial de Bebidas e dá outras providências;
- **Lei nº. 9.294, de 2 de julho de 1996.** Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumigantes, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal;
- **Decreto nº 2.314, de 04.09.97.** Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas;
- **Decreto nº 6871, de 4 de junho de 2009.** Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas;
- **Lei 8069/90.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente. Estabelece a proibição da venda de bebidas alcoólicas à criança ou adolescente no artigo 81.

Se houver execução musical, deve-se atentar para a Lei 9610/98. É de responsabilidade do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), a arrecadação de direitos autorais pela execução pública de músicas nacionais e estrangeiras.

CDC

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Publicado em 11 de setembro de 1990, o CDC busca equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores em todo o território brasileiro.

O CDC somente se aplica às operações comerciais em que a relação de consumo estiver presente, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Para tanto, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final.

Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pelo estabelecimento. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda, e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas.

TABACO

A partir de 2009, muitos Estados da Federação promulgaram leis regulamentando o consumo de cigarro em bares, restaurantes e lanchonetes.

Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná proibiram o tabaco inclusive nas áreas externas. Se as mesas estiverem dispostas nas calçadas, fumar será permitido desde que a área seja aberta e haja algum tipo de barreira, como janelas fechadas ou parede, que impeça a fumaça de entrar no estabelecimento. A multa no Rio chega a R\$ 30 mil, enquanto a máxima em São Paulo é de R\$ 1.642. A multa máxima no Paraná é de R\$ 5,8 mil.

Entre os Estados que aprovaram leis antifumo mais brandas situam-se Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraíba, Rondônia, Sergipe e Tocantins. Em todos, exceto a Paraíba, é previsto um espaço para o fumante (fumódromo), de acordo com a Lei 9294/96 e com o Decreto nº 2018/96.



HOTEL FAZENDA

ESTRUTURA



A estrutura de um hotel fazenda dependerá da expectativa que o empreendedor tenha em relação ao seu negócio, por isso variará bastante de um estabelecimento para outro. Contudo ressalta-se que alguns pontos são extremamente necessários, principalmente a ambientes de atendimento ou cliente, áreas de acomodação, lazer, lavanderia, administrativo, área social, dentre outros.

Assim apresenta-se abaixo uma ideia de composição estrutural de cada ambiente:

a) Área social

- Lobby
- Portaria/recepção
- Sanitário masculino/ feminino
-

b) Área de Lazer Internas/Integradas

- Salas de estar/ leitura
- Sala de TV
- Sanitários masculino e feminino
- Bar
- Vestiários
- Piscina adulto
- Piscina infantil
- Quadras de esportes
- Salão de jogos

- Restaurante
- Bar molhado

c) Área de Lazer externa

- Arborismo
- Trilhas ecológicas
- Matas nativas
- Lagoas
- Riacho para pescaria
- Equitação
- Carro de boi
- Dentre outros

d) Administrativo

- Balcão de recepção
- Balcão de informações
- Caixas
- Depósito de bagagem
- Sala de espera e secretaria

e) Hospedagem

- Apartamentos standard
- Suítes
- Dentre outros

f) Cozinha

- É necessário que exista uma área restrita e independente para recebimento e estocagem de mercadorias e produtos in natura, sendo exigidos prateleiras com espaço médio de no mínimo 25 cm entre as tábuas;
- A linha de produção e manipulação de alimentos tem que ser totalmente independente das outras áreas, podendo ter acesso a esta área apenas as pessoas envolvidas na manipulação dos alimentos e devidamente paramentadas;
- Requerem-se lavatórios com torneiras de acionamento sem o contato direto com as mãos, podendo ser por sensor elétrico ou outra que não requeira o uso direto das mãos, para higienização dos funcionários envolvidos na preparação e manipulação dos alimentos;
- O estabelecimento tem que ter vestiário para que os funcionários possam trocar suas vestimentas usuais pelo uniforme da empresa, principalmente os envolvidos com a preparação e manipulação dos alimentos, separados por sexo.

g) Lavanderia

- Área de recebimento e triagem
- Lavanderia
- Depósito de roupa limpa
- Passandaria

As áreas indicadas acima são sugestões, portanto, na definição da estrutura física deverá ser analisado o quantitativo de chalés ou apartamentos, pois será a partir dessa definição que será possível mensurar o número de pessoas que será possível serem atendidas por vez.

Assim não é sugerido uma área mínima para a parte física, no entanto no que tange a propriedade rural a mesma deverá ser em torno de 40 hectares de área com boa preservação e com ótima estrutura de mananciais de água. Salienta-se que a presença do empreendedor nesse segmento empresarial é fundamental, pois dará credibilidade a esse novo negócio.

O Instituto EcoBrasil recomenda que a montagem de um hotel fazenda observe os seguintes princípios básicos sustentabilidade:

- Aproveitamento adequado das condições naturais locais;
- Implantação e análise do entorno;
- Qualidade ambiental interna e externa;
- Redução dos resíduos;
- Redução do consumo de água;
- Redução do consumo energético;
- Reciclar, reutilizar e reduzir os resíduos sólidos;
- Criatividade e inovação.



PESSOAL



Considerando os ambientes sugeridos para serem instalados no hotel fazenda, apresenta-se uma ideia do quadro de funcionários fixos para o início das atividades que deve ser na ordem de 20 (vinte), distribuídos conforme abaixo:

a. Departamento de Reservas: pelo menos uma pessoa para atuar no setor de reservas de hospedagem, informações gerais sobre o hotel fazenda, dentre outros. O departamento de reservas poderá ser alocado juntamente com a área de recepção, mas desde que não atrapalhe o desempenho dos recepcionistas;

b. Recepção: deverá ter pelo menos duas pessoas para atuar como recepcionistas, sendo tais pessoas responsáveis pelo atendimento aos clientes. São tais profissionais que estarão sempre em contato com os clientes/hóspedes, desde a sua chegada e permanência até o momento de partida;

c. Governança: pessoa responsável pela organização das diversas áreas do hotel fazenda, garantindo um alto nível de arrumação dos apartamentos/chalés e demais serviços de para os hóspedes;

d. Gerência: será responsável pela parte administrativo-financeira e operacional da empresa;

e. Camareira: a quantidade de pessoas para esse setor será de acordo com o quantitativo de apartamentos/chalés que o hotel fazenda contar. Assim entende-se que o adequado é uma pessoa para essa área a cada 5 (cinco) apartamentos/chalés;

f. Lavanderia: o número de pessoas para esse setor será em conformidade com o tamanho do hotel fazenda, no que tange a capacidade de hóspedes simultâneos. Mas para iniciar será importante que tenha pelo menos duas pessoas nessa área, sendo uma para operar as máquinas e outra para passar;

g. Equipe de eventos/animação: deverá ter no mínimo duas pessoas para trabalhar a área de animação cultural e esportiva do hotel fazenda, mantendo os hóspedes integrados com as atividades do empreendimento;

h. Guia ecológico: será muito importante que o hotel fazenda tenha em seu quadro funcional uma pessoa para atuar como guia nos passeios ecológicos, trilhas, caminhadas, dentre outras atividades relacionadas a natureza;

i. Garçom/garçonete: a definição da quantidade desses profissionais irá depender do número de pessoas que o hotel fazenda terá condições de recepcionar por vez. Assim o ideal que para iniciar tenha no mínimo duas pessoas para essa área;

j. Barman: o hotel fazenda deverá contar com pelo menos uma pessoa para essa área, pois será quem irá preparar drinks elaborados, sendo um item a mais na diversão dos hóspedes;

k. Cozinheiro (a): deverá ter pelo menos um profissional dessa área no hotel fazenda, visando dar uma qualidade nos pratos solicitados pelos clientes;

l. Auxiliar de cozinha: no mínimo um funcionário para exercer esta função. Esse colaborador poderá atuar tanto no auxílio geral da cozinha, como assistente do Chef quanto fazer o serviço de copeiro, ou seja, aquele que lava as louças, copos e talheres. Mas ressalta-se que se possível tenha um copeiro no quadro de funcionários, para ter bem separado os afazeres e também para simplificar o processo, evitando assim a segregação de funções;

m. Serviços gerais: o hotel fazenda deverá contar com pelo menos duas pessoas para e manter a higiene geral das diversas áreas integrantes do empreendimento;

n. Segurança: o hotel fazenda deverá investir fortemente em segurança, devido o risco eminente de sinistros nesse tipo de empreendimento. Assim poder-se-á optar por ter seguranças contratados ou terceirizar essa área funcional.

É imprescindível que os funcionários sejam alfabetizados. Além disso, outras características interessantes são:

- Agilidade;
- Raciocínio rápido;
- Capacidade de observação;
- Paciência;
- Facilidade de organização;
- Flexibilidade;
- Disponibilidade de horário;
- Simpatia;
- Bom humor;
- Pró-atividade;
- Responsabilidade;
- Urbanidade;
- Discrição;
- Controle emocional.

Caso prefira capacitar novos colaboradores para atender melhor aos clientes e convidados, o empresário deverá recorrer a cursos específicos existentes no mercado. O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), por exemplo, oferece treinamentos voltados para hotelaria, bares e restaurantes-escola em diferentes regiões do país. Em instalações próprias que propiciam o conhecimento dos diferentes ramos da hotelaria e da culinária, os alunos que frequentam esses ambientes educacionais saem para o mercado de trabalho com experiência e traquejo.

Grande parte dos cursos é oferecida gratuitamente, em parceria com governos, instituições de ensino profissionalizante, sindicatos e associações do setor. As aulas são ministradas por instrutores e profissionais do mercado.

Na esfera federal, o Programa Nacional de Acesso à Escola Técnica (Pro-natec) pretende qualificar 240 mil trabalhadores do setor de hotelaria como barman, sushiman, camareira, receptivo e garçons até 2014. Para tanto, o Ministério da Educação estruturou 32 cursos específicos e três de idiomas - inglês, espanhol e libras (linguagem dos sinais). Também existem cursos de aperfeiçoamento profissional oferecidos à distância pelo programa Bem Receber Copa, do Ministério do Turismo.

Outro bom exemplo de capacitação é o Programa de Melhores Práticas para o Ecoturismo – MPE, instituído pelo Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO), associação civil sem fins lucrativos que trabalha para conservar a diversidade biológica do País.

O MPE/FUNBIO visa a compartilhar práticas com chances de sucesso entre os atores da indústria turística – prestadores de serviços e grupos de interesses (comunidades locais, etc). O programa oferece cursos práticos nas seguintes áreas, entre outras:

- Agroecologia;
- Alternativas Econômicas Sustentáveis;
- Áreas Protegidas;
- Biodiversidade;
- Condução de Visitantes;
- Desenvolvimento Sustentável;

- Educação Ambiental;
- Educação Sanitária;
- Excursionismo;
- Fontes Alternativas de Energia;
- Geografia da Paisagem;
- Hotelaria de Selva e Pousadas;
- Importância e Formas de Organização;
- Interpretação Ambiental;
- Legislação Ambiental;
- Legislação Turística;
- Marketing de Produtos Ecoturísticos;
- Orientação Terrestre;
- Observação de Aves;
- Observação de Fauna;
- Observação de Flora;
- Organização Social;
- Processamento Artesanal de Alimentos;
- Saneamento Básico;
- Segurança e Primeiros Socorros;
- Sistemas Agroflorestais;
- Trabalho com Populações Tradicionais;
- Trilhas/Interpretação/Capacidade de Carga;
- Unidades de Conservação.

A qualificação dos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora o desempenho do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. Em geral, o treinamento dos colaboradores busca desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;
- Habilidade de relacionamento;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Bom conhecimento do setor;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Por sua vez, o empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados. A entidade oferece palestras, capacitação gerencial, treinamentos, projetos, programas e soluções empresariais, com foco no empreendedorismo, setores estratégicos, políticas públicas, tecnologia e inovação, orientação ao crédito, acesso ao mercado, internacionalização, redes de cooperação e programas de liderança.

AUTÔNOMOS

Uma das principais dúvidas dos empreendedores diz respeito à contratação de pessoas físicas (profissionais autônomos) ou jurídicas (empresas) para prestação de serviços sem vínculo empregatício.

A fim de diminuir os encargos sociais, as empresas buscam a “terceirização”. No entanto, é fundamental estar atento ao tipo de atividade que pode ser terceirizada.

Não é possível contratar terceiros para realizarem serviços relacionados às atividades que justificaram a criação da empresa. A contratação pode abranger atividades intermediárias da contratante, desde que não haja relação de emprego entre as partes. Ou seja, a relação entre contratante e contratado não pode ser como aquela existente entre patrão e empregado, caracterizada pelos elementos de subordinação, habitualidade, horário, pessoalidade e salário.

Vantagens da contratação de serviços de terceiros:

- Mais participação dos dirigentes nas atividades-fim da empresa;
- Concentração dos talentos no negócio principal da empresa;
- Maior facilidade na gestão do pessoal e das tarefas;
- Possibilidade de rescisão do contrato conforme as condições preestabelecidas;
- Controle da atividade terceirizada por conta da própria empresa contratada.

Desvantagens que este tipo de contratação pode acarretar:

- Sofrer autuação do Ministério do Trabalho e ações trabalhistas em caso de inobservância das obrigações mencionadas no item acima;
- Fiscalização dos serviços prestados para verificar se o contrato de prestação de serviços está sendo cumprido integralmente, conforme o combinado;
- Risco de contratação de empresa não qualificada.

Antes da contratação, recomenda-se verificar se o pessoal disponibilizado pela empresa terceirizada consta como registrado, e se os direitos trabalhistas e previdenciários estão sendo respeitados e pagos.



HOTEL FAZENDA

EQUIPAMENTOS



Os equipamentos necessários para montagem de um hotel fazenda, considerando um empreendimento de pequeno porte, são os seguintes:

RECEPÇÃO

- Microcomputador e Impressora;
- Telefone e Fax;
- Arquivo;
- Máquina de calcular;
- Internet;
- Balcão de atendimento.

RESTAURANTE

- Balcões;
- Balança eletrônica;
- Balança digital;
- Impressora cupom fiscal;
- Jogos de panelas;
- Facas;
- Bixelas;
- Pratos;
- Talheres;
- Copos;
- Botijões de gás;

- Toalhas;
- Esprededores industriais de frutas;
- Batedeiras;
- Refrigeradores;
- Freezer;
- Fritadores;
- Fogão industrial;
- Exaustores;
- Mesas;
- Cadeiras;
- Rechauds;
- Fornos;
- Jogo de mesas.

QUARTOS

- Cama;
- Colchão de casal;
- Colchão de solteiro;
- Frigobar;
- Ar condicionado;
- Televisão;
- Telefone;

LAVANDERIA

- Máquina de lavar roupas;
- Secadora;
- Calandra;
- Mesa para passar roupa.

Em relação à tecnologia, o seu nível de emprego é relativamente baixo em um hotel fazenda, pois tanto o atendimento quanto as demais atividades desse tipo de empreendimento podem se desenvolver de forma tradicional.

Mas isto não implica em dizer que o empreendedor possa deixar de buscar máquinas e equipamentos que simplifiquem e automatize seu empreendimento.

Convém que o empreendedor busque informações junto aos fabricantes para conhecer o tempo médio de obsolescência dos equipamentos. Assim, ele poderá realizar a análise de custo-benefício para sua aquisição (se novos ou usados), bem como planejar a reposição quando necessária.

FORNECEDORES

Aços Macom Indústria e Comércio

 [Clique para acessar Aços Macom](#)

Bematech

 [Clique para acessar Bematech](#)

Casas Bahia

 [Clique para acessar Casas Bahia](#)

Dinox Indústria e Comércio

 [Clique para acessar Dinox](#)

Extra

 [Clique para acessar Extra](#)

Fnac

 [Clique para acessar Fnac](#)

Itautec

Site  Clique para acessar Itautec

Lojas Americanas

Site  Clique para acessar Lojas Americanas

Magazine Luiza

Site  Clique para acessar Magazine Luiza

Metalúrgica Siemens

Site  Clique para acessar Siemens

Polar Refrigeração

Site  Clique para acessar Polar Refrigeração

Ponto Alpha Equipamentos

Site  Clique para acessar Ponto Alpha

Ponto Frio

Site  Clique para acessar Ponto Frio

Positivo Informática

Site  Clique para acessar Positiva

Progás Indústria Metalúrgica

Site  Clique para acessar Progás

Sweda

Site  Clique para acessar Sweda

Submarino

Site  [Clique para acessar Submarino](#)

Todeschini

Site  [Clique para acessar Todeschini](#)

Walmart

Site  [Clique para acessar Walmart](#)



HOTEL FAZENDA

MATÉRIA PRIMA / MERCADORIA



Compreende os ingredientes para a elaboração do café da manhã oferecido aos hóspedes, bem como para os demais pratos do restaurante (se houver). Caso o empreendedor mantenha um bar nas dependências do hotel fazenda, as bebidas mais requisitadas são:

ALCOÓLICAS

NÃO - ALCOÓLICAS

Alcoólicas:

1. Aguardente de cana;
2. Campari;
3. Cerveja e/ou chope;
4. Conhaque;
5. Espumante;
6. Licor;
7. Martini;
8. Run;
9. Tequila;
10. Uísque;
11. Vinho;
12. Vodka.

Não-alcoólicas:

1. Água mineral;
2. Chá mate;
3. Energético;
4. Refrigerante;
5. Suco.

Entre as opções de petiscos mais comuns para serem consumidos principalmente à beira da piscina encontram-se:

<p>AMENDOIM TORRADO</p>	<p>AZEITONAS</p>	<p>BATATA FRITA</p>
<p>BOLINHO DE BACALHAU</p>	<p>EMPADINHA</p>	<p>FILÉ EM TIRAS</p>
<p>LINGUIÇA FRITA</p>	<p>MANDIOCA FRITA</p>	<p>PASTÉIS VARIADOS</p>



SALSICHA BOCK



TÁBUA DE FRIOS

Os itens descritos acima são apenas sugestões, pois esse segmento apresenta grandes possibilidades de criação de outros serviços complementares para o empreendimento.

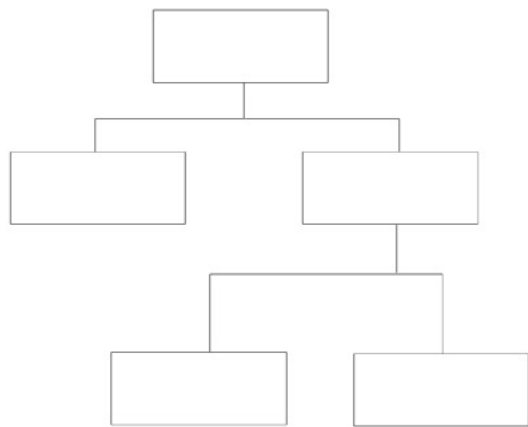
Entretanto, o principal produto de hotel fazenda será a oferta de hospedagem com qualidade que esse segmento requer, sendo, portanto, o mesmo produto a ser ofertado rotineiramente.

O hotel fazenda deve oferecer complementarmente a hospedagem atividades que integrem os hóspedes à rotina na vida rural, tais como:

- Passeio a cavalo;
- Fabricação artesanal de doces e queijos;
- Ordenha (tirar leite) manual no curral, passando inclusive pela peia das vacas;
- Colheita de frutas e verduras frescas em pomar e horta;
- Passeio de charrete;
- Passeio em trilhas ecológicas;
- Pesca esportiva;
- Dentre outros.



ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO



O processo produtivo de um hotel fazenda basicamente é a oferta de hospedagem, no entanto tem as atividades complementares, por isso será importante criar uma vinculação na ordem de execução das tarefas. Segue abaixo um roteiro como sugestão:

1. Hospedagem: os apartamentos ou chalés devem estar preparados, com todo o asseio e higiene, visando estar sempre prontos para receber hóspedes novos, ou serem mantidos nessa situação para satisfação das pessoas que já estiverem hospedadas.

2. Refeições: por se tratar de um hotel fazenda, não havendo, teoricamente, oferta de opções de alimentação fora desse ambiente, indica-se trabalhar com o sistema de “pensão completa”. Assim, deverão ser oferecidas pelo menos 3 (três) refeições que são: café da manhã das 6h às 10h; almoço das 12h às 15h e jantar das 19h às 23h. Opcionalmente poderá ter o atendimento da área de room service, pelo no período das 23h até às 6h da manhã.

3. Passantes: o hotel fazenda deverá ter a oferta de serviços para “passantes” que são as pessoas que não querem se hospedar, apenas querem passar um dia no hotel fazenda. Para esses casos deverão ser oferecidos serviços diferenciados, desde a taxa de entrada, custo de alimentação, definição de espaços que poderão utilizar, etc. Deve-se atentar para o fato de que os passantes não podem representar “agitação” para os hóspedes, pois a preferência deverá ser sempre de quem esteja hospedado.

4. Lazer externo: deverá ser feita uma programação completa por período para a realização das atividades de lazer externo ao hotel fazenda, tais como passeio em trilhas ecológicas secas ou molhadas, passeios de: charrete, a cachoeiras, a cavalos, esportes radicais, pescaria, dentre outras. Para a realização de cada atividade deverá ser programado um horário específico, vi-

sando com isto atender à demanda e expectativas dos hóspedes, pois pode ser que alguns queiram participar do máximo de atividades possível. Deve-se atentar também para o fato de que tais atividades devem ser orientadas e acompanhadas sempre por profissionais qualificados.

5. Lazer interno: a oferta de lazer interno, normalmente no parque aquático ou sala de jogos, deverá ser programada com atividades de interação entre os hóspedes. Tais atividades deverão ser conduzidas por profissionais qualificados e com conhecimento da área, em especial as que envolvem atividades físicas.

6. Atividades específicas da área rural: as atividades de ordenha manual em curral, colheita de frutas e hortaliças, fabricação artesanal de doces variados e de queijos, deverá sempre respeitar os horários tradicionais, como por exemplo:

a. Ordenha manual em curral – deve ser oferecido entre as 6h às 8h, no período matutino e das 16h às 17h no período vespertino;

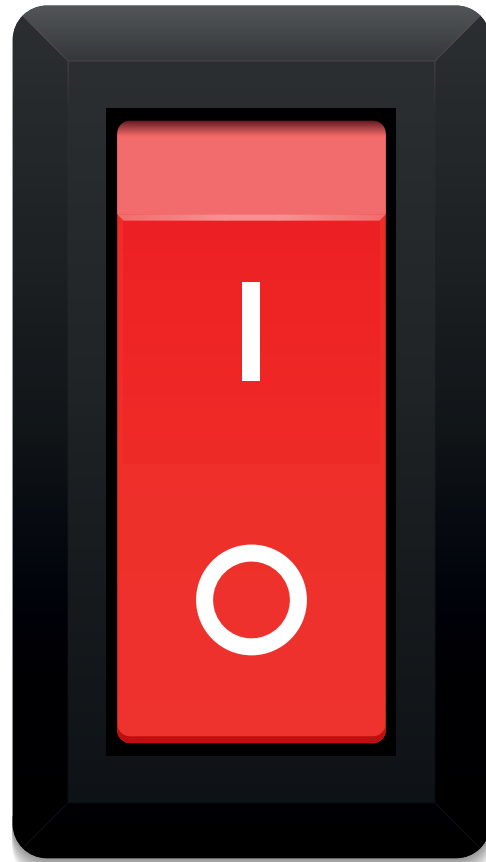
b. Colheita de frutas e hortaliças – deve ocorrer no horário das 7h às 9h da manhã;

c. Fabricação artesanal de doces e queijo – deve sempre iniciar-se após o encerramento da atividade de ordenha manual de leite, sempre no período matutino, o que poderá ocorrer no período entre as 8h até às 11h. A fabricação de queijo poderá ocorrer opcionalmente no período vespertino no horário compreendido entre as 14h às 16h.



HOTEL FAZENDA

AUTOMAÇÃO



O nível de automação não é tão expressivo, isto porque as atividades oferecidas em um hotel fazenda sempre buscam manter a rusticidade com que as propriedades rurais eram servidas no passado.

Assim torna-se ideal que o empreendedor proceda à automatização do setor de reservas, recepção e bares do hotel fazenda, visando agilidade no atendimento e segurança em seus processos, traduzindo esses procedimentos em satisfação do seu cliente.

Para as demais áreas o ideal é que funcionem de forma bem rústica, mas claro que com extrema tranqüilidade e segurança. Mas a rusticidade será vista como um elemento positivo para os visitantes.

Para o processo inicial de automação entende-se que com três microcomputadores será possível viabilizar uma gestão automatizada. Para esse processo o ideal é ter um software para auxiliar na gestão do hotel fazenda; no entanto, caso o empreendedor queira deixar esta opção para um segundo momento, será necessário que os controles sejam executados provisoriamente em planilhas eletrônicas construídas segundo as necessidades e expectativas do empreendedor, mas também da exigência do negócio.

Assim o ideal é que se identifique no mercado um software integrado capaz de auxiliar em todo o processo administrativo, financeiro, comercial e operacional. O processo de escolha do sistema poderá ser apoiado por profissionais qualificados visando à definição de um software amigável e que possibilite a gestão integrada da empresa em todas as suas áreas, inclusive que viabilize o controle de custos operacionais, controle de estoque de produtos e itens destinados ao consumo do hotel e dos hóspedes, tais como mantimentos, bebidas entre outros. Esse processo visa melhorar a gestão do empreendimento.

Ressalta-se que a empresa é parte integrante da vida do empresário, portanto, conhecer todos os seus atos e fatos será de fundamental importância, já que uma empresa bem gerida estará bem encaminhada rumo ao sucesso empresarial.

Sistemas de automação comercial precisam ser muito bem desenvolvidos, de forma a não oferecer possibilidade de venda desconectada do sistema emissor de cupom fiscal, para evitar fraudes. O mercado oferece hoje sistemas com funcionalidades diferenciadas para o segmento de hotéis, bares e restaurantes. Exemplos: bloqueio e liberação automáticos de apartamento, reservas pela internet, vendas descentralizadas por meio de comandas eletrônicas e terminais touch screen, favorecendo a presença mais ativa do garçom junto ao cliente do bar e restaurante;

Alguns benefícios proporcionados pela automação comercial:

- Rapidez na verificação de informações;
- Agilidade no atendimento do caixa;
- Maior comodidade para o consumidor;
- Redução de tarefas manuais;
- Diminuição de erro nas vendas;
- Melhoria nos índices de satisfação dos clientes;
- Facilidade para apuração de resultados;
- Aumento da produtividade;
- Melhorias na gestão do negócio;

- Redução da burocracia;
- Agilidade na apuração dos impostos;
- Eficiência no processo de fiscalização.

No quesito fiscal, uma alternativa para os administradores é o software disponível nos sites das secretarias estaduais de Fazenda. O programa gratuito, contudo, não possibilita o armazenamento das notas pelo prazo de cinco anos, mais o ano fiscal corrente, conforme a legislação determina.

O processo de automação consome, em média, entre 5% e 8% do investimento inicial do negócio. Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor.

Algumas empresas de software disponibilizam ainda equipamentos para automação como balança, impressoras, CPUs, gavetas de dinheiro, além dos serviços de instalação, configuração, treinamento e manutenção.

No campo gerencial, a automação facilita o controle de diversos processos – administrativo, caixa, financeiro, entre outros. Por isso, é recomendável a adoção de um sistema informatizado para quem esteja abrindo um negócio, mesmo que pequeno. Atualmente existem diversos softwares que podem auxiliar o empreendedor. Seguem algumas opções:

- AS Gestor empresarial 1.59;
- Empresarial Master Plus 2.0 (gratuito);
- Empresarial Master Sênior 2.0 (gratuito);

- Express Gestão de Televendas (gratuito);
- Gestão de Clientes (CRM) 2.10;
- Hábil empresarial (gratuito);
- Praticus Gestão empresarial;
- Totus Free 70608 (gratuito).

Além de fácil utilização, um software gerencial deve incorporar, dentre outros, itens como:

- **Cadastro:** clientes, funcionários, fornecedores;
- **Movimentos:** reservas, vendas e serviços;
- **Relatórios:** serviços a executar, vendas por cliente, vendas por período, vendas a receber, estoque, aniversariantes do mês;
- **Consultas:** preços, recebimentos, pagamentos, vendas;
- **Gráficos:** evolução das vendas, despesas, pagamentos;
- **Financeiro:** controle de caixa, cheques recebidos, cheques emitidos, controle de despesa, contas a pagar, controle de funcionários, compras;
- **Segurança:** backup dos dados.



HOTEL FAZENDA

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO





Este segmento se caracteriza por entregar os serviços diretamente ao consumidor.



INVESTIMENTOS



Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento em que ele se torna autossustentável. Pode ser caracterizado como:

- **Investimento fixo:** engloba o capital empregado na compra de imóveis (se for o caso), equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, veículos;
- **Investimentos pré-operacionais:** são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisa de mercado, registro da empresa, decoração, honorários profissionais e outros.

O investimento, em média, para montar um hotel fazenda que disponibilize 20 apartamentos ou chalés deverá girar em torno do que segue abaixo:

- Recepção e escritório – **R\$ 6.000,00;**
- Decoração e compra de mobiliário – **R\$ 95.000,00;**
- Equipamentos e utensílios da cozinha, do bar e do restaurante – **R\$ 60.000,00;**
- Sistema de som ambiente, com acervo de músicas nacionais e internacionais – **R\$ 15.000,00;**
- Maquinário industrial para lavanderia – **R\$ 20.000,00;**
- Abertura da empresa e divulgação inicial – **R\$ 10.000,00;**
- Total do investimento total – **R\$ 206.000,00.**

ADEQUAÇÃO DO IMÓVEL

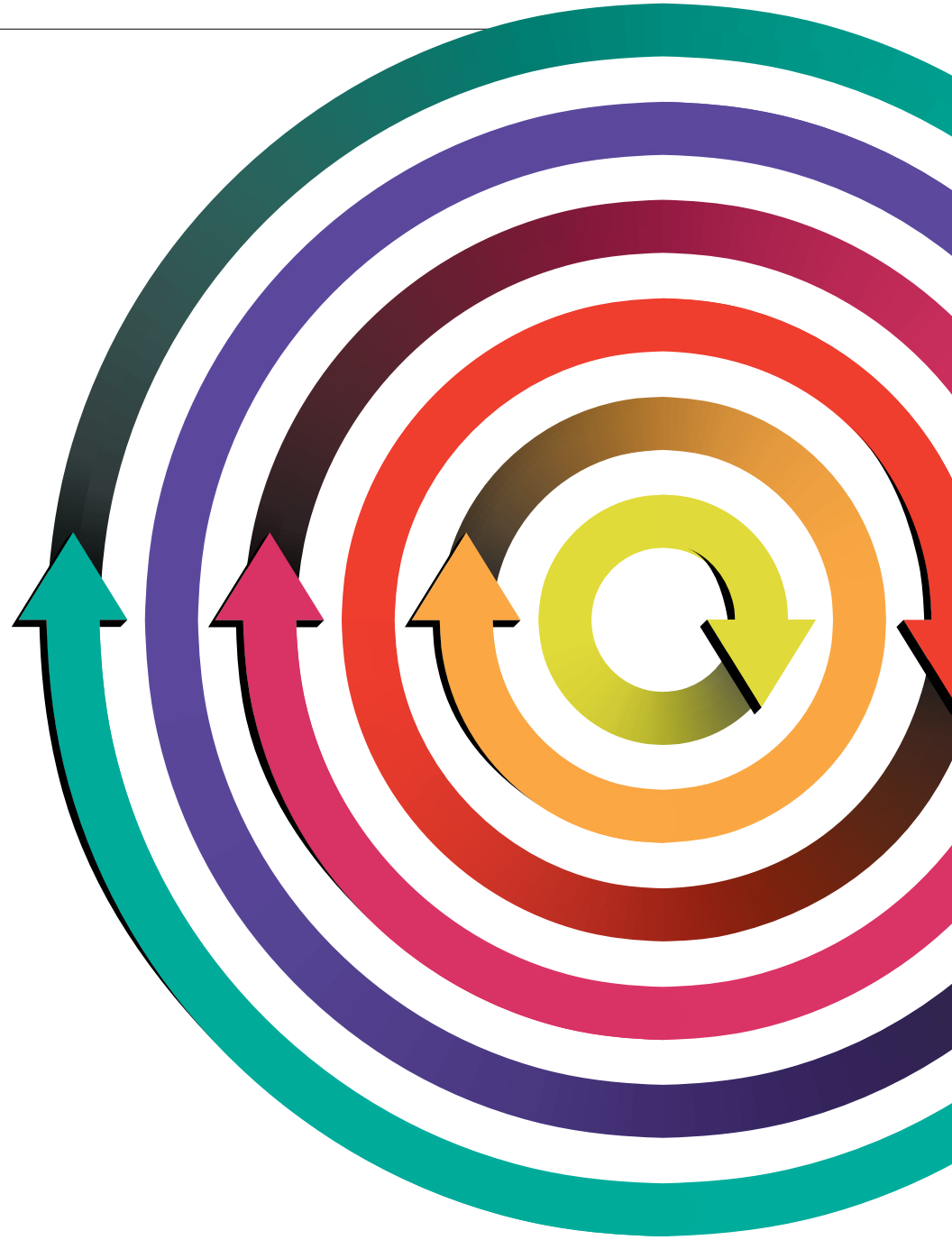
Para este segmento empresarial, o espaço para funcionamento do hotel fazenda deverá, preferencialmente, utilizar a construção que porventura o local oferecer, com as adaptações necessárias. Mas caso não seja possível ou não exista nenhuma construção deve-se então proceder a edificação do imóvel do hotel fazenda.

As informações aqui prestadas servem apenas como referência, a partir de um exemplo hipotético. Os valores acima irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, necessidade de reforma do imóvel, tipo de mobiliário, etc. Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no SEBRAE.



HOTEL FAZENDA

CAPITAL DE GIRO



Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem menores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores,

impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades e sazonalidades desse mercado;
- Baixo volume de hospedagens;
- Recessão da economia do país, momento em que o turismo reflui, apresentando uma relativa retração;
- Redução do preço do dólar, fator que estimula o turismo ao exterior;
- Pagamento das parcelas de possíveis financiamentos de equipamentos ou mobiliários.

O empreendedor deverá proceder ao levantamento criterioso da necessidade de capital de giro que seu empreendimento irá requerer em um determinado período pré-definido, por exemplo, 90 dias. Com base nesse levantamento, deverá ser multiplicada essa necessidade de capital de giro para tantos quantos períodos similares entender que será necessário para suportar a movimentação operacional da empresa até que o negócio empresarial atinja sua auto-sustentação.

Ressalta-se que normalmente o tempo de retorno desse segmento empresarial será atingido a longo prazo. Geralmente a necessidade de capital de giro é de nível médio-alto. Sendo assim, o nível de capital de giro irá variar na ordem de 20% a 30% do faturamento estimado.



HOTEL FAZENDA

CUSTOS



São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas comerciais, insumos consumidos no processo de prestação e execução de serviços, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, prestação e venda de serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Seguem algumas categorias referenciais, com intuito de exemplificar a proporcionalidade dos gastos:

- Aluguel e condomínio – o valor dependerá da localização e do tamanho do imóvel;
- Energia elétrica – **R\$ 4.000,00;**
- Telefones e acesso à internet – **R\$ 1.550,00;**
- Assessoria contábil – **R\$ 622,00;**
- Recursos para manutenções corretivas – **5% do custo** do equipamento ao ano;
- Despesas com vendas e divulgação – em torno de **3% das vendas;**
- Produtos para higiene dos funcionários e limpeza da empresa – **R\$ 8.200,00;**
- Salários e pró-labore – **R\$ 28.000,00;**

- Taxas e contribuições – **R\$ 5.500,00.**

O empreendedor deve primar pelo controle da prestação de serviços, de forma criteriosa, mantendo em níveis pré-estabelecidos no Plano de Negócio, as despesas e os custos, buscando alternativa para minimizar esses dois elementos, mas sem comprometer o nível de prestação de serviços de um hotel fazenda.



HOTEL FAZENDA

DIVERSIFICAÇÃO/ AGREGAÇÃO DE VALOR



Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os concorrentes não ofereçam. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com serviço prestado.

No segmento de hotel fazenda, o produto principal desse tipo de empreendimento é a hospedagem. No entanto, o empreendedor deverá implementar atividades complementares ao seu negócio, visando agregar maior valor a sua atividade principal e diversificar o mix de produtos ofertados em seu empreendimento hoteleiro.

Nessas atividades complementares à hospedagem, poderão ser oferecidos, entre outros:

- Passeios a cavalo, de carro de boi, de trator, de charrete, dentre outros;
- Passeios em trilha ecológica, folclórica (para escolas infantis e juvenis);
- Esportes radicais tais como: rapel, rafting, arborismo, etc;
- Banhos em água corrente, cachoeiras, piscinas naturais, etc;
- Ordenha manual de vacas e cabras;
- Cursos de culinária da fazenda;

- Cursos de artesanato regional;
- Marcenaria e outras atividades manuais.

Todos esses itens podem ser oferecidos fora do preço da diária para não onerá-la.

Essas atividades com certeza agregarão valor ao seu produto principal que é hospedagem, como também será uma diferencial de seu hotel fazenda, visando atrair o maior número de pessoas possível.



HOTEL FAZENDA

DIVULGAÇÃO



O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do consumidor. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

Recomenda-se que o empreendedor elabore um plano de comunicação do negócio e o coloque em prática pelo menos três meses antes de começar a operar. Estratégias de comunicação dirigidas às redes sociais (LinkedIn, Facebook, Twitter, entre outras) mostram-se muito adequadas nessa etapa. Por meio delas, o empreendedor poderá compartilhar conteúdos relacionados ao segmento em que irá atuar.

Abaixo, algumas ações mercadológicas eficientes e de custo acessível:

- Montar um website com a oferta de serviços e demais valores empresariais;
- Confeccionar flyers para distribuir em universidades, escolas, academias de ginástica, lojas e escritórios comerciais, entidades sindicais, entre outros;
- Publicar anúncios em jornais e revistas especializados em meio ambiente e turismo;
- Criar promoções dirigidas às operadoras e agências de viagens;
- Anunciar em sites de busca, que geram maior volume de tráfego e vendas.

Caso seja interesse do empreendedor, um profissional de marketing e/ou comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanhas de divulgação específicas.



HOTEL FAZENDA

INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS



O segmento de HOTEL FAZENDA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5510-8/01 como a atividade de hotéis e pousadas combinadas ou não com o serviço de alimentação, poderá optar pelo SIMPLES Nacional – Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa, R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional:

Site  **Clique para acessar o site da Receita**

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio

ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

MEI (Microempreendedor Individual): para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 – Anexo XIII.

Site  **Clique para acessar o site da Receita**

Neste caso, este segmento não pode se enquadrar no MEI, conforme Resolução 94/2001.

Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN – Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.



HOTEL FAZENDA

EVENTOS



ADVENTURESPO RTS FAIR

Local: Anhembi - São Paulo – SP



Clique para acessar o site Adventure Fair

CONGRESSO ABAV E FEIRA DAS AMÉRICAS

Riocentro, Rio de Janeiro - RJ



Clique para acessar o site Feira das Américas

CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES (ABRASEL).



Clique para acessar o site Abrasel

FEIRA NACIONAL DE TURISMO RURAL.



Clique para acessar o site Feira de Turismo Rural

FISTUR – FEIRA INTERNACIONAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA GASTRONOMIA, HOTELARIA E TURISMO

Palácio das Convenções do Anhembi - São Paulo – SP



Clique para acessar o site FisTur

NORTE/NORDESTE DO BEM – FÓRUM DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE

Hotel Blue Tree Tower – Rio Poty – Teresina - PI



Clique para acessar o site Eventos Turismo

NOVA EQUIPOTEL

Pavilhão Anhembi, São Paulo - SP



Clique para acessar o site Equipotel

RESTAUBAR SHOW

Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Donos de Bares, Restaurantes, Cafeterias, Pizzarias e Clubes
Transamerica Expo Center - São Paulo – SP



Clique para acessar o site Restaubar



HOTEL FAZENDA

ENTIDADES EM GERAL



ABAV – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGEM

Av. São Luís, 165 - 1º andar, conj. 1 B – Centro
CEP 01046-001 - São Paulo – SP
Telefone: (11) 3231-3077/Fax: (11) 3259-8327

Email → abav@abav.com.br

Site → [Clique para acessar o site ABAV](#)

ABEOC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS

Rua Teixeira da Silva, 660 - 10º andar - conj. 101 - Paraíso
CEP 04002-033 - São Paulo - SP
Telefone: (11) 3887-3743/3887-4397/Fax: (11) 3884-4894

Email → secretaria@abeoc.org.br

Site → [Clique para acessar o site Abeoc](#)

ABETA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA

Rua Prata, 32 - Cruzeiro
CEP 30310-100 - Belo Horizonte - MG
Telefone: (31) 3227-1678/3261-5707

Site → [Clique para acessar o site abeta](#)

ABIH – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS

SCN, Quadra 01, Bloco F, Lojas 121 e 125, Ed. América Office Tower
Brasília – DF
Telefone/fax: (61) 3326-1177

Email → secretariaibh@abih.com.br

Site → [Clique para acessar o site Abih](#)

ABRAJET – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISTAS DE TURISMO

Rua Glória, 366 sala 802- Glória - Rio de Janeiro – RJ
Telefone: (21) 2507-3055/ 242-3969

Site → [Clique para acessar o site Abrajjet](#)

ABTR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TURISMO RURAL

Av. José Cesar de Oliveira, 181, sala 304, Vila Leopoldina
CEP 05317-000 - São Paulo – SP
Telefone: (11) 3641-5566



Clique para acessar o site ABTR

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA



Clique para acessar o site Anvisa

BRAZTOA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE OPERADORAS DE TURISMO

Av. Ipiranga, 324, Bloco C, 14º andar - República
CEP: 01046-010 – São Paul - SP
Telefone: (11) 3259-9500 /Fax: (11) 3255-1226



braztoa@braztoa.com.br



Clique para acessar o site Braztoa

EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO



Clique para acessar o site BrazilTuor

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CONVENTIONS E VISITORS BUREAX

SBN Qd. 01 Bl. B Nro 14 6º Andar - Sala 602 Ed. CNC - Asa Norte
CEP 70.040-010 – Brasília - DF
Telefone/Fax: (61) 3966-9400



bcvb@bcvbk.org.br



Clique para acessar o site CBCVB

FENACTUR – FEDERAÇÃO NACIONAL DE TURISMO

Largo do Arouche, 290 - 9º andar - Vila Buarque
CEP 01219-010 - São Paulo – SP
Telefone: (11) 3221-6947/3225-9820/3225-0278



fenactur@uol.com.br



Clique para acessar o site Fenactur

MINISTÉRIO DO TURISMO



Clique para acessar o site Ministério do Turismo

SERVIÇO NACIONAL DO COMÉRCIO – SENAC



Clique para acessar o site Senac



HOTEL FAZENDA

NORMAS TÉCNICAS



As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

A norma técnica NBR 15.401:2006 – Meios de hospedagem – Sistema de gestão da sustentabilidade – requisitos é aplicável ao negócio.



HOTEL FAZENDA

DICAS DO NEGÓCIO



No meio rural ainda são encontradas diversas propriedades que mantiveram até a atualidade suas estruturas bem conservadas, bem como foram mantidos também as matas, os córregos, rios ou riachos, sem alterar sua forma original. Sendo então esse ambiente passível de ser instalado um hotel fazenda.

Isto porque esses ambientes conservados em sua essência podem se transformar em atrações turísticas, gerando para o seu instituidor a geração de benefícios financeiros e um bem maior para a sociedade. Diante disto apresenta-se algumas dicas para quem tem interesse em ingressar nesse segmento:

- O ramo hoteleiro consiste em receber, atender e servir bem o seu hóspede. Assim o ideal é que o proprietário do hotel fazenda esteja presente diariamente no estabelecimento;
- Deve-se buscar dotar o ambiente do hotel fazenda de ares bastante familiar, aconchegante, personalizado, e acima de tudo muito confortável, de forma que o hóspede não sinta-se apenas um turista, mas sim um visitante;
- A área destinada a instalação de hotel fazenda deverá ser procedido numa reserva ambiental, o que contribuirá sobremaneira para o encantamento do cliente, pois já contará com uma paisagem atraente, mas deverá ser trabalhado complementarmente outros pontos de afeição à área tais como: - represas, rios ou córregos com muitos peixes, ter uma base de reflorestamento dentre outras;
- O restaurante deverá servir a comida em um fogão a lenha (movido a briquetes ou lenha de reflorestamento). Possibilitando a oferta de comidas típicas da área rural, aliado a oferta de bebidas regionais;

- Normalmente quem busca um hotel fazenda quer uma mudança total de seu cotidiano. Diante disto o hotel fazenda deverá promover situações inusitadas ou no mínimo totalmente diferentes da rotina de uma cidade ou de um hotel tradicional. Assim é interessante disponibilizar atividades tipicamente rurais aos hóspedes, tais como: passeios a cavalo, charretes, trilhas para caminhada, pesca e passeios a barco, a trator, carro de boi, manejo de animais, produção de cachaça, ordenha, pomares, psicultura, aviculturas e outras inúmeras atividades de uma fazenda;
- O empreendedor de um hotel fazenda deverá promover atrações culturais rurais, tais como dança folclórica, folia de reis, apresentação de violeiros, duplas caipiras, repentistas e outras atividades culturais da região;
- A segurança do hotel fazenda é primordial, principalmente por estar instalado tal empreendimento em regiões ermas. Assim o empreendedor deverá preparar-se para oferecer total segurança aos seus hóspedes;
- Deverá sinalizar de forma clara e precisa as formas de acesso ao hotel fazenda, com placas de sinalização, simplificando a chegada e saída do hotel fazenda;
- O hotel fazenda deverá estar dotado de posto de atendimento à primeiro socorros.

PESQUISAS

O empreendedor precisa estar atento ao grau de satisfação dos clientes, buscando identificar qual a percepção que eles têm em relação à qualidade e diferencial dos serviços oferecidos. Para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando formulários online objetivos, que permitam

extrair as informações desejadas. Ele também deve criar mecanismos que capturem as ideias dos colaboradores e parceiros, além de manter uma postura aberta para receber qualquer observação que chegar à empresa.

Avaliar ou visitar concorrentes diretos ajuda na hora de adequar a estrutura do negócio com base em casos reais. Não é razoável utilizar todos os recursos financeiros na montagem da empresa. Recomenda-se manter algumas reservas para garantir o capital de giro do empreendimento.

Casar boas ideias com serviços e atendimento de qualidade pode levar uma empresa a se diferenciar das concorrentes. Recrutar funcionários criativos pode ajudar a alavancar os negócios.



CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DO EMPREENDEDOR



O empreendedor que pretenda ingressar no segmento de hotel fazenda deve ter algumas características básicas, tais como:

- 1.** Ter conhecimento específico sobre o segmento de hotelaria e suas diversas variações, tais como bares, lanchonetes, restaurante, dentre outros. Esse conhecimento pode ser adquirido por ter trabalhado na área, com a participação em cursos e eventos sobre o assunto, etc;
- 2.** É ideal que tenha conhecimento adicional sobre gestão de bares e restaurantes. Ter conhecimento sobre turismo e suas diversas modalidades, conhecer razoavelmente a área de marketing;
- 3.** Será importante que o empreendedor tenha conhecimento das atividades e rotinas de uma propriedade rural;
- 4.** De preferência o empreendedor deverá ter formação superior na área de hotelaria, turismo, ou cursos assemelhados, com especialização em gestão de negócios;
- 5.** Faz-se necessário que o empreendedor esteja sempre atento às novas possibilidades de mercado. Ser capaz de elaborar mix de produtos de seu hotel que agreguem qualidade a região e principalmente aos frequentadores do empreendimento;
- 6.** Buscar melhorar o nível de seu negócio, participando de cursos específicos sobre hotelaria, bares, restaurantes e similares, bem como em gestão empresarial;
- 7.** Ter altíssimo nível e habilidade no tratamento com pessoas, tanto com seus colaboradores quanto com clientes, fornecedores e demais membros da área hoteleira, enfim, com todos que de forma direta ou indireta tenham ligação com a empresa;

8. Ser empreendedor com visão de futuro, antecipando tendências, prospectando possível viés na área de hotelaria, buscando agregar eventos estruturados a serem realizados no hotel fazenda, bem como ser capaz de inovar na condução do empreendimento.

As características indicadas acima são apenas direcionamentos. Isto não quer dizer que um empreendedor que talvez não se sinta com tais características tenha que desistir de investir neste novo negócio. Contudo, esse empresário terá que se esforçar um pouco mais que os que já contam com tais habilidades, para conduzir seu empreendimento ao ponto que fora idealizado em seu plano de negócio.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Cartilha sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Disponível em:

Site  **Clique para acessar o site Anvisa**

Acesso em 01 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo..Plano Nacional de Turismo 2007-2010. Brasília, 2007.

CHINEM, Rivaldo. Marketing e divulgação da pequena empresa. São Paulo : Senac, 2006.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa, PISA, Beatriz Jackiu. Administrando micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro : Elsevier, 2010.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo: la experiencia de las Américas. Madrid, 2010.

Sites relacionados:

Site  **Clique para acessar o site Ecobrasil**

Site  **Clique para acessar o site Hotel Invest**

Site  **Clique para acessar o site WWF**

GLOSSÁRIO

Atividades turísticas: em conjunto com as atrações de um lugar, constitui a motivação básica da viagem. São os atos que o consumidor realiza para que o turismo aconteça. Em outras palavras, são o objetivo de sua viagem e a razão pela qual o cliente compra os serviços.

Back-office: setor do hotel responsável pelos serviços e atividades administrativas e de apoio à área de hospedagem. O termo advém do fato do setor estar localizado tradicionalmente atrás da recepção.

Biodiversidade ou diversidade biológica: refere-se à diversidade de ecossistemas, de espécies, de subespécies, de raças de animais, de variedades de plantas e até de genes. Graças a ela pode-se obter uma grande variedade de alimentos, remédios e muitas outras substâncias essenciais à sobrevivência da humanidade.

Boas práticas: medidas de correção ou melhoramento que se implementam em cada uma das áreas de gestão e operação das empresas turísticas.

Capacidade de carga: é a quantidade de pessoas e o tipo de uso que um lugar pode suportar sem que haja degradação dos recursos naturais e prejuízo à qualidade da visita. Para não se ultrapassar a capacidade de carga dos ecossistemas, pode ser necessário limitar a entrada de pessoas em algumas zonas.

Corredores ecológicos: cursos de água (rios, ribeiras, riachos), lagos, lagoas e as suas margens, bem como as matas são exemplos de corredores ecológicos. Os seres vivos usam-nos para se deslocarem dentro do seu habitat. São também muito importantes para as espécies migradoras, que os usam como locais de repouso e de passagem.

Ecossistema: inclui não somente os seres vivos (plantas, animais, fungos e todos os outros seres) que vivem numa determinada zona e que se relacionam entre si, mas também o ambiente não vivo (p. ex. água, rochas, solo). A Terra é o maior ecossistema já descoberto.

Equipamento turístico: inclui todos os estabelecimentos administrados pelo Poder Público ou pela iniciativa privada que prestam serviços básicos ao turista, tais como hotéis, restaurantes, transporte, agências de viagens, etc.

FNRH – Ficha Nacional de Registro de Hóspedes: formulário onde o hóspede inscreve seus dados de identificação. O objetivo é que o hotel tenha os dados pessoais e referentes às estadias dos hóspedes, para fins estatísticos e de atendimento. A ficha também é usada pela Polícia Federal para controle de passageiros em trânsito.

Governança: departamento encarregado da limpeza e manutenção dos apartamentos, bem como das roupas de hóspedes e enxoval do hotel.

No-show: termo internacionalmente usado no setor turístico para designar reserva confirmada e que não tenha sido utilizada, nem cancelada pelo hóspede ou agência.

Paisagem Protegida: área protegida que tem paisagens naturais, seminaturais e humanizadas que resultaram de uma ação harmoniosa entre as pessoas e a natureza, e que tem grande valor devido às características naturais e estéticas (de beleza). Uma Paisagem Protegida preserva os valores naturais e culturais existentes, realçando a identidade local.

Recurso natural: tudo o que existe no ambiente natural e que pode ser usado por um ser vivo. O solo, a água, o ar, as rochas, as plantas, os animais e o petróleo são exemplos de recursos naturais.

EXPEDIENTE

© 2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação no todo ou em parte constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Capacitação Empresarial

SGAS 605 – Conjunto A – 70200-904 – Brasília – DF

Telefone: (61) 3348 7453 – Fax: (61) 3347 4938

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Rômulo Leite Melo

Wilson Correia de Azevedo Junior

Equipe Técnica

Tiago Batista Bezerra de Alencar

Autor

Décio Carvalho Wehbe

Projeto Gráfico

Grupo Informe Comunicação Integrada