

Hotel fazenda



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	3
Localização.....	5
Exigências Legais e Específicas.....	6
Estrutura.....	9
Pessoal.....	12
Equipamentos.....	17
Matéria Prima/Mercadoria.....	22
Organização do Processo Produtivo.....	24
Automação.....	25
Canais de Distribuição.....	27
Investimentos.....	28
Capital de Giro.....	29
Custos.....	31
Diversificação/Agregação de Valor.....	31
Divulgação.....	32
Informações Fiscais e Tributárias.....	33
Eventos.....	34
Entidades em Geral.....	35
Normas Técnicas.....	38
Glossário.....	38
Dicas de Negócio.....	39
Características Específicas do Empreendedor.....	41
Bibliografia Complementar.....	41
Fonte de Recurso.....	42
Planejamento Financeiro.....	42
Produtos e Serviços - Sebrae.....	42
Sites Úteis.....	42

1. Apresentação de Negócio

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 social 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.

A busca por Hotel Fazenda está entre as opções favoritas de muitos viajantes, especialmente famílias que vivem em grandes cidades e que anseiam por tirar uns dias para repor as energias em meio a natureza, que buscam por um turismo mais tranquilo e sentir o cheiro do campo, esquecendo por algum tempo o estresse da vida urbana.

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:

Aspectos gerais (operacionais)

- estar comprometida com o manejo ambiental;
- promover a venda de produtos responsáveis e autênticos que atendam a expectativas realistas;
- 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;

Aspectos ambientais

- 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;

Aspectos socioculturais

- 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 (benefícios) na estrutura social, cultural e econômica local;

Aspectos econômicos

- 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. No Brasil, hotel fazenda é uma das sete tipologias de meios de hospedagem estabelecidas pelo Sistema Brasileiro de Classificação com categorias que vai de 1 a 5 estrelas.

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.

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do ambiente no qual este negócio está inserido. O objetivo dos tópicos é dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado e contribuir para responder as perguntas como: quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para tomar a decisão de empreender neste segmento?

Para saber como elaborar um Plano de Negócios, procure a Unidade do Sebrae mais próxima ou clique aqui. (hiperlink:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf))

2. Mercado

Os investimentos no setor de hotelaria nacional, mesmo pós-pandemia, têm se mantido estáveis. Conforme 16ª edição do Panorama da Hotelaria Brasileira, divulgada pela Hotellinvest e o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (Fohb), até 2026 R\$ 5,3 bilhões deverão ser investimentos na construção de 124 hotéis - a maior parte deles nas regiões Sudeste e Sul – sendo que o principal eixo de desenvolvido continua sendo o interior com 64% do total de investimentos, contra 33% nas capitais e 5% nas regiões metropolitanas.

O estudo aponta, também, que a oferta prevista até 2026 está distribuída entre 91 cidades, sendo que as que possuem mais de 1 milhão de habitantes ganharam mais participação no desenvolvimento de novos hotéis. Outro dado relevante é que as franquias continuam crescendo e representam 43% dos novos contratos, mas o modelo ‘administração’ ainda é predominante, com 60% de representatividade.

As principais redes hoteleiras, nacionais e internacionais estão confiantes neste momento de retomada pós-pandemia. A francesa Accor, só em 2022 estima abrir 17 hotéis no país. A Atlantica Hospitality International – AIH, também está otimista e prevê a assinatura de 24 novos contratos, com destaque para os segmentos de lazer que vem ganhando destaque no cenário atual: vertical de studios com serviços (Atlantica Residences) e o segmento de multipropriedades, uma nova vertical de atuação da Atlantica em 2022.

Para fomentar o turismo como negócio e estratégia para o desenvolvimento social e econômico há opções de uma linha de crédito de Capital de Giro destinada às empresas do turismo – FUNGETUR, administrado pela Caixa Econômica Federal e Ministério do Turismo, com limite de financiamento de até R\$ 30 milhões com prazo para pagamento de até 60 meses, incluindo carência de até 12 meses. Este limite depende da disponibilidade de recursos do Fundo.

Para contratar deve-se ser prestador de serviços turísticos e estar cadastrado no Cadastur, que é o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo. Pessoas jurídicas e empresários individuais do setor podem realizar o cadastro por meio do site <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>

PROGER Investgiro: administrado pela Caixa Econômica Federal, é destinado a micro ou pequenas empresas do setor de turismo, com faturamento anual de até R\$ 7,5 milhões. O crédito é limitado a R\$ 600 mil, e a operação está sujeita a aprovação de crédito e disponibilidade de recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

FNE – Programa de Apoio ao Turismo Regional (PROATUR): o operador é o Branco do Nordeste é destinado ao setor de turismo: Pequena-média empresa; Média Empresa e Grande Empresa. Financia a implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos. Os limites de financiamento variam conforme o porte do beneficiário.

BNDES Automático – Turismo, Comércio e Serviços: Financiamento de até R\$ 150 milhões, por intermédio de instituições financeiras credenciadas, de longo prazo para realização de investimentos para implantação, ampliação, recuperação e modernização de empreendimentos turísticos, incluindo obras civis, montagens e instalações, aquisição de equipamentos novos de fabricação nacional e capital de giro associado ao projeto. Destina-se a Microempresa (com receita bruta anual ou renda anual de até R\$ 360 mil), Pequena empresa (receita bruta ou renda anual de até R\$ 4,8 milhões). Média Empresa (receita bruta ou renda anual de até R\$ 300 milhões).

Parque hoteleiro

Conforme a publicação “Hotelaria em Números - Brasil 2021” realizada pela JLL’s Hotels & Hospitality Groupe, a oferta hoteleira existente no Brasil é de 10.417 mil hotéis e 116 Resorts, incluindo os estabelecimentos inaugurados até julho de 2021. Estes números se referem a hotéis e flats de rede nacional e internacional e independentes com até 20 quartos.

Os estabelecimentos independentes (desvinculados das redes hoteleiras nacionais ou internacionais), com quantidade de quartos superior a vinte, são maioria no setor - respondem por 50,8% do total de hotéis e por 53,2% da oferta de apartamentos.

Com a expansão prevista da rede hoteleira deverá haver um aumento na contratação de funcionários. Cerca de 337 mil profissionais atuavam no setor no ano de 2019, conforme Anuário estatístico do turismo 2021 do Ministério do Turismo. Os investimentos impulsionam não apenas a criação de novos postos de trabalho, como também geram oportunidades para empresas que se proponham 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

De acordo com o Ministério do Turismo, o setor obteve em 2020 uma receita líquida de mais de R\$ 1.8 bilhão. Conforme dados apresentados pela 178ª Edição do InFOHB – informativo desenvolvido mensalmente pelo FOHB (Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil) – que exhibe e analisa os resultados estatísticos da hotelaria no país, a diária média alcançou o valor de R\$ 272,39 em maio de 2022, com uma variação de 46% a mais quando comparada

com o mesmo período 2021, e a taxa média de ocupação ficou em 60,71% em maio de 2022, com variação de 94,2% a mais que o ano anterior. Importante ressaltar que os valores e percentuais atuais ainda estão abaixo dos apresentados no ano de 2019, período pré-pandemia.

Os turistas brasileiros que viajaram pelo país em 2021 declararam como o principal motivo da viagem: lazer (35,7%), a visita a parentes e amigos (32,5%) e tratamento de saúde (19,6%), os dados são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE em entrevistas realizadas pela PNDA Contínua ao longo dos anos de 2020 e 2021.

A maioria dos que viajaram a lazer foram motivados por sol e praia (48,7%); natureza, ecoturismo ou aventura (25,6%); cultura e gastronomia (16%) e outros motivos (9,7%).

O gasto médio diário foi de R\$ 1.331, enquanto a permanência média foi de 7,2 dias.

O crescimento do principal indicador de rentabilidade dos hotéis em maio de 2022 foi de 184,1% em comparação ao mesmo mês de 2021, conforme dados da 178ª Edição do InFOHB. Este índice é conhecido como revpar, e tem origem no cruzamento das médias das diárias com as taxas de ocupação dos apartamentos.

Os turistas estrangeiros que visitaram o país em 2019 declararam o lazer como principal motivo da viagem, o que corresponde a 54,3%; enquanto 15,4% vieram a negócios, eventos e convenções, e 30,3% por outros motivos.

A maioria dos que vieram a lazer (64,8%) foram motivados por sol e praia; seguidos por natureza, ecoturismo ou aventura (18,6%); cultura (13,4%); e outros motivos (3,7%).

O gasto médio diário foi de US\$ 53,96 por indivíduo, enquanto a permanência média foi de 15 dias.

3. 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 às 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 é 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.

4. Exigências Legais e 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 216, de 12 de Junho de 2012 - Dá nova redação aos arts. 3, 5, 6, 13 e 15 da Portaria nº 177, de 13 de setembro de 2011, que estabelece o Sistema Nacional de Registro de Hóspedes - SNRHos, regulamenta 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 38, de 11 de Novembro de 2021 - Consolida as normas que instituem e disciplinam o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos - Cadastur 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 Intersetorial 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 fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Decreto nº 6.871, de 04 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 de responsabilidade do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), a arrecadação de direitos autorais pela execução pública de músicas nacionais e estrangeiras.

CDC – Código de Defesa do Consumidor

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.

5. 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

Passanderia

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 de 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.

6. 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 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 à 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 drink's 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 manter a higiene geral das diversas áreas integrantes do empreendimento.

n. Segurança: o hotel fazenda deverá investir fortemente em segurança, devido ao risco iminente 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 (Pronatec) oferta cursos técnicos que abrange os processos tecnológicos de planejamento, organização, operação e avaliação de produtos e serviços inerentes ao turismo, hospitalidade e lazer: Agenciamento de Viagem; Cozinha; Eventos; Guia de Turismo; Hospedagem; Lazer e Serviços de Restaurante e Bar.

Outro bom exemplo de capacitação são os cursos de Educação a Distância do Ministério do Meio Ambiente - MMA, favorecendo a comunicação e a capacitação em diversas temáticas socioambientais. Os cursos são realizados em Plataforma de educação a distância e oferece cursos on line gratuitos para diversos tipos de públicos em diferentes temáticas ambientais:

- Guarda responsável e bem-estar de cães e gatos
- Produção e Consumo sustentáveis
- Conduta Consciente na Zona Costeira e Marinha: Combate ao lixo no mar
- Estilos de Vida Sustentáveis
- Turismo de Base Comunitária
- Noções básicas de Condução Ambiental no Ecoturismo
- Trilhas interpretativas

O Ministério do Turismo – Mtur, por meio de Acordo de Cooperação técnica, mantém parcerias com instituições de ensino e oferece cursos gratuitos, também, realizados em Plataforma de educação a distância, destinados aos profissionais da cadeia produtiva de turismo e pessoas que desejam ingressar no setor:

Instituto de Educação Profissional Tecnológica – IEPTEC/Dom Moacyr:

- Recepcionista de Eventos
- Recepcionista em Meios de Hospedagem
- Organizador de Eventos
- Cerimonialista e Mestre de Cerimônias
- Atendente de Lanchonete
- Auxiliar de Garçom (Cumim)
- Barista
- Copeiro
- Mensageiro em Meios de Hospedagem
- Monitor de Recreação
- Organizador de Festas Infantis
- Bartender
- Camareira em Meios de Hospedagem
- Condutor Cultural Local
- Condutor Ambiental Local
- Condutor de Turismo de Aventura
- Garçom
- Governanta em Meios de Hospedagem

Universidade Vale do Rio Doce (Univale)

- Biossegurança: Aspectos Básicos e Essenciais
- Práticas Corporais de Aventura
- Gestão do Esporte e Lazer
- História e Patrimônio Cultural
- Libras: Aspectos Básicos e Essenciais

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

- Prevenção ao Covid-19 em Serviços de Alimentação
- Inglês para Restaurantes I

Instituto de Educação de Rondônia (Acelibras)

- Libras para Atendimento ao Público

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

- Informações Turísticas com Ênfase em Atrativos Naturais e Culturais

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, personalidade 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.

7. 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
- baixelas
- pratos
- talheres
- copos
- botijões de gás

- toalhas
- espremedores 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 às 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 automatizem 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

<http://www.acosmacom.com.br>

Bematech

<http://www.bematech.com.br/>

Casas Bahia

<http://www.casasbahia.com.br>

Dinox Indústria e Comércio

<http://www.dinox.com.br/>

Extra

<http://www.extra.com.br>

Fnac

<http://www.fnac.com.br>

Itautec

<http://www.itaute.com.br>

Lojas Americanas

<http://americanas.com.br>

Magazine Luiza

<http://www.magazineluiza.com.br>

Metalúrgica Siemens

<http://www.siemsen.com.br>

Polar Refrigeração

<http://polarrefrigeracao.com.br>

Ponto Alpha Equipamentos

<http://www.pontoalpha.com.br/>

Ponto Frio

<http://www.pontofrio.com.br>

Positivo

<http://www.meupositivo.com.br>

Progás Indústria Metalúrgica

<http://www.progas.com.br>

Sweda

<http://www.sweda.com.br/>

Submarino

<http://www.submarino.com.br>

Todeschini

<http://www.todeschinisa.com.br>

Walmart

<http://www.walmart.com.br>

8. 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:

- aguardente de cana
- campari
- cerveja e/ou chope
- conhaque
- espumante
- licor
- martini
- rum
- tequila
- uísque
- vinho
- vodka

Não-alcoólicas:

- água mineral
- chá mate
- energético
- refrigerante
- suco.

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

- amendoim torrado
- azeitonas
- batata frita
- bolinho de bacalhau
- empadinha (de camarão e de frango)
- filé em tiras
- linguiça frita
- mandioca frita
- pastéis variados
- salsicha bock
- tábua de frios

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.

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

9. 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, dever-se-á 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 12 h 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, visando 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 17 h 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 às 8h até às 11h. A fabricação de queijo poderá ocorrer opcionalmente no período vespertino no horário compreendido entre às 14h e 16h.

10. 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 tranquilidade 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.

11. Canais de Distribuição

Para que seu hotel fazenda alcance o sucesso e se destaque em um mercado cada vez mais competitivo, é fundamental ter uma visão clara de como levar sua proposta de valor até o cliente. Isso envolve entender profundamente os canais de distribuição, que são os caminhos escolhidos para conectar sua oferta à demanda. Em sua essência, um canal de distribuição é a ponte entre o produto ou serviço e o consumidor final. Para um hotel fazenda, que oferece uma experiência única de lazer e descanso em meio à natureza, a escolha dos canais certos pode ser o diferencial entre um negócio próspero e um que luta para atrair hóspedes. A função principal desses canais é tornar seu serviço acessível, promovendo a venda e

garantindo que a experiência que você idealizou chegue até quem a busca.

O cenário atual nos mostra que os empreendedores hoteleiros precisam ser ágeis e estratégicos na forma como distribuem suas diárias e pacotes. O canal mais direto, e muitas vezes o mais vantajoso em termos de margem de lucro, é a venda realizada diretamente no local do próprio hotel fazenda. Isso significa que seu site oficial, o contato telefônico direto, e até mesmo um balcão de recepção bem estruturado, funcionam como canais primários. Investir em um bom sistema de reservas online integrado ao seu site oficial permite que os clientes pesquisem disponibilidade, comparem pacotes e façam suas reservas com facilidade, economizando tempo e aumentando a conveniência. Este canal direto não apenas maximiza sua receita ao evitar comissões de intermediários, mas também permite construir um relacionamento mais forte com seus hóspedes, coletando feedback valioso e incentivando o retorno.

Além da venda direta, é imprescindível considerar os canais indiretos que amplificam seu alcance. As agências de viagens online (OTAs), como Booking.com, Expedia e Decolar, continuam a desempenhar um papel significativo. Elas oferecem visibilidade massiva, atraindo clientes que já estão em busca de hospedagem. Embora exijam o pagamento de comissões, a exposição que proporcionam pode ser crucial para preencher ocupação, especialmente em períodos de baixa demanda. Outros canais que ganham força são as redes sociais e influenciadores digitais. Uma presença forte no Instagram, Facebook e YouTube, com conteúdo inspirador que mostra a beleza e as atividades do seu hotel fazenda, pode atrair diretamente um público engajado. Parcerias com influenciadores de viagem e estilo de vida que se alinham com a proposta do seu negócio podem gerar recomendações autênticas e de grande impacto, especialmente para o público mais jovem e conectado.

Não podemos esquecer dos operadores de turismo e agências de viagens físicas, que ainda são relevantes, especialmente para um público que prefere o atendimento personalizado e a consultoria na hora de planejar suas férias. Criar parcerias estratégicas com esses players pode abrir portas para pacotes corporativos, grupos de eventos e clientes que buscam experiências mais exclusivas e personalizadas. A chave é diversificar sua estratégia de distribuição, utilizando uma combinação inteligente desses canais. Por exemplo, você pode priorizar o canal direto para oferecer as melhores tarifas e benefícios exclusivos, enquanto usa as OTAs para garantir um fluxo constante de reservas e as redes sociais para construir sua marca e comunidade. Lembre-se, cada canal tem suas particularidades e custos, mas o objetivo comum é levar a magia do seu hotel fazenda para o maior número possível de pessoas, garantindo que a experiência que você planejou com tanto carinho seja vivida e apreciada.

12. 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\$ 8.000,00;

- Decoração e compra de mobiliário: R\$ 123.000,00
- Equipamentos e utensílios da cozinha, do bar e do restaurante: R\$ 80.000,00
- Sistema de som ambiente, com acervo de músicas nacionais e internacionais: R\$ 20.000,00
- Maquinário industrial para lavanderia: R\$ 25.000,00
- Abertura da empresa e divulgação inicial: R\$ 12.000,00
- Total do investimento: R\$ 268.000,00

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.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a 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 de caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores 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 refluí, 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 autossustentação.

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.

Você pode calcular a sua Necessidade de Capital de Giro usando a [Planejadora Financeira](#)

do Sebrae. Para isso basta simular sua estimativa de vendas e custos mensais, prazo do giro de estoque e prazos de pagamento e recebimentos. Com esses dados a ferramenta vai calcular ainda seus indicadores de lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento.

14. 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\$ 5.200,00
- Telefones e acesso à internet: R\$ 2.000,00;
- Assessoria contábil: R\$ 800,00;
- 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\$ 10.660,00;
- Salários e pró-labore: R\$ 33.600,00
- Taxas e contribuições: 6.800,00

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.

15. Diversificação/Aggregação 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 o 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, arvorismo, 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.

16. Divulgação

Empreender exige a entrega do prometido e, idealmente, a superação das expectativas do cliente. No final, a mais poderosa publicidade é gerada por clientes satisfeitos e verdadeiramente bem atendidos. Para um Hotel Fazenda, a construção de uma marca forte e a atração de hóspedes começam com uma comunicação estratégica e envolvente.

É fundamental que o empreendedor, idealmente com antecedência de pelo menos três meses antes da abertura, desenvolva e implemente um plano de comunicação robusto. As redes sociais, como Instagram, Facebook e até mesmo plataformas mais nichadas como o Pinterest e o TikTok, tornam-se aliadas poderosas. Compartilhar conteúdo autêntico e de alta qualidade sobre a experiência única que o seu hotel fazenda oferece – seja a tranquilidade do campo, as atividades de lazer, a gastronomia local ou o contato com a natureza – é essencial para construir um engajamento genuíno. Utilize vídeos curtos e dinâmicos mostrando a beleza do local, depoimentos de futuros hóspedes ou a preparação

de pratos típicos para cativar sua audiência.

Para além das redes sociais, um website profissional e otimizado para dispositivos móveis é a sua vitrine digital. Ele deve apresentar de forma clara e atrativa os serviços oferecidos, as acomodações, as atividades disponíveis, e os valores que diferenciam o seu empreendimento. Invista em fotografias e vídeos de alta resolução que transmitam a atmosfera relaxante e acolhedora do seu hotel. A gestão de reputação online, através de plataformas como TripAdvisor e Google Reviews, é crucial; incentive os hóspedes a deixarem suas avaliações e responda a todas elas, demonstrando atenção e compromisso com a satisfação.

Explore parcerias estratégicas com influenciadores digitais de turismo e lifestyle que se alinhem com o perfil do seu público-alvo. Campanhas de marketing de conteúdo, como posts de blog sobre destinos rurais, benefícios de se hospedar em fazendas e dicas de lazer ao ar livre, podem atrair um tráfego qualificado para o seu site. Considere também a participação em feiras de turismo e eventos do setor, tanto para apresentar seu negócio a operadores e agências quanto para se conectar diretamente com potenciais clientes. O marketing de experiência, oferecendo um vislumbre do que o hóspede encontrará, seja através de tours virtuais ou eventos de pré-lançamento, pode gerar um buzz positivo e antecipação.

Para um alcance ainda maior, anúncios pagos em plataformas como Google Ads e Facebook Ads, segmentados geograficamente e por interesses, podem ser extremamente eficazes. Otimize suas campanhas com palavras-chave relevantes como "hotel fazenda", "turismo rural", "escapada de fim de semana", "descanso no campo", entre outras. O email marketing, nutrindo uma base de contatos com ofertas exclusivas, novidades e conteúdos relevantes, mantém o relacionamento com clientes e fomenta a fidelidade. Em suma, uma comunicação multifacetada, criativa e consistente, focada em transmitir a autenticidade e o valor único do seu Hotel Fazenda, é a chave para atrair e reter hóspedes.

17. 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, e 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos 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 (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- 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 165/2022 - Anexo XI (<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=123086>). Neste caso, este segmento não pode se enquadrar no MEI, conforme Res. 140/2018.

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.

18. Eventos

Congresso ABAV e Feira das Américas

Riocentro, Rio de Janeiro - RJ

<http://www.feiradasamericas.com.br>

Congresso Nacional da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL).

<http://www.abrasel.com.br>

Feira Nacional de Turismo Rural.

<https://www.institutobrasilrural.org.br/>

Nova Equipotel

Pavilhão Anhembi, São Paulo - SP

<http://www.equipotel.com.br>

Fispal Food Service

Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Donos de Bares, Restaurantes, Cafeterias, Pizzarias e Clubes

Expo Center - São Paulo – SP

<https://www.nfeiras.com/fispal-food-service/>

19. 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) 3155-3077

E-mail: abav@abav.com.br

Site: www.abav.com.br

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos

Rua José Mindlin, 100 – Casa 20 – Recreio dos Bandeirantes

CEP 22790-686 Rio de Janeiro - RJ

Telefone: (21) 97122-2211

E-mail: gerencianacional@abeoc.org.br

Site: www.abeoc.org.br

ABETA – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura

Rua Minerva, 156 - Perdizes

CEP 05007-030 – São Paulo - SP

Telefone: (11) 99175-5937

E-mail: info@abeta.tur.br

Site: www.abeta.tur.br

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

Quadra SHN Quadra 1 Entrada A Bloco F, Salas 703 / 704 , (Ed. Vision Work & Live),
Conjunto A

CEP 70701-060 - Brasília – DF

Telefone/fax: (61) 98612-6197 / 3326-1177

E-mail: aibhnacional@abih.com.br

Site: www.abih.com.br

ABRAJET – Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo

Rua Almirante Barroso, 708 – Joaçaba

CEP 89600-000 – Santa Catarina - SC

E-mail: contato@abrajetnacional.com.br

Site: www.abrajetnacional.com.br

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

Site: <http://www.abtr.com.br>

Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA

<http://www.gov.br/anvisa>

BRAZTOA – Associação Brasileira de Operadoras de Turismo

Av. Paulista, 1765, 7º andar – Edifício Scarpa - Jardins

CEP: 01311-200 – São Paulo - SP

Telefone: (11) 3122-9595

E-mail: atendimento@braztoa.com.br

Site: www.braztoa.com.br

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

Site: www.embratur.com.br

Federação Brasileira de Conventions e Visitors Bureax

Rua São José, 40, 4º Andar - Centro

CEP 20010-020 – Rio de Janeiro - RJ

Telefone/Fax: (21) 3231-9032

E-mail: fcvbrj@fcvbrj.org.br

Site: www.fcvbrj.org.br

FENACTUR – Federação Nacional de Turismo

Largo do Arouche, 290 - 9º andar - Vila Buarque

CEP 01219-010 - São Paulo – SP

Telefones: (11) 3221-6947 / 3225-9820 / 3225-0278

E-mail: fenactur@uol.com.br

Site: www.fenactur.com.br

Ministério do Turismo

Site: www.gov.br/turismo

Serviço Nacional do Comércio – SENAC

Site: http://www.senac.br

20. 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 15.401:2014 – Meios de hospedagem – Sistema de gestão da sustentabilidade – requisitos é aplicável ao negócio.

21. 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.

22. Dicas de 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 e 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, piscicultura, 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 primeiros 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 captem 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.

23. 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, restaurantes, 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.

24. Bibliografia Complementar

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Cartilha sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/alimentos/manuais-guias-e-orientacoes/cartilha-boas-praticas-para-servicos-de-alimentacao.pdf/view>. Acesso em 21 jul. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Brasília, 2015. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/plano-nacional-do-turismo>

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:

<http://www.ecobrasil.org.br>

<http://www.hotelinvest.com.br>

<http://www.wwf.org.br/>

25. Fonte de Recurso

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

