

**Turismo rural:
alimentação,
hospedagem
e acolhida**





Presidente do Conselho Deliberativo

João Martins da Silva Junior

Entidades Integrantes do Conselho Deliberativo

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA
Confederação dos Trabalhadores na Agricultura - CONTAG
Ministério do Trabalho e Emprego - MTE
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA
Ministério da Educação - MEC
Organização das Cooperativas Brasileiras - OCB
Confederação Nacional da Indústria - CNI

Diretor Executivo

Daniel Klüppel Carrara

Diretora de Educação Profissional e Promoção Social

Janete Lacerda de Almeida

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL



Coleção SENAR

Turismo rural: alimentação, hospedagem e acolhida

Senar – Brasília, 2020

© 2020, SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR

Todos os direitos de imagens reservados. É permitida a reprodução do conteúdo de texto desde que citada a fonte.

A menção ou aparição de empresas ao longo desta cartilha não implica que sejam endossadas ou recomendadas pelo Senar em preferência a outras não mencionadas.

Coleção SENAR - 285

Turismo rural: alimentação, hospedagem e acolhida

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS INSTRUCIONAIS

Fabíola de Luca Coimbra Bomtempo

EQUIPE TÉCNICA

Marcelo de Sousa Nunes / Valéria Gedanken

AGRADECIMENTOS

Aos estabelecimentos em Pirenópolis-GO: Refúgio da Serra, Restaurante Pilares, Pirenópolis Natural, Promessa de Futuro, Associação de Desenvolvimento Comunitário de Caxambu, Pirenópolis, Fazenda Vagafofo, Restaurante Dona Cida, Pousada Arvorear, Pizzaria Boca do Forno, Café Pand'Oro, Restaurante Encontro Mercado & Aravinda Bar.

FOTOGRAFIA

Wenderson Araújo

ILUSTRAÇÕES

Willian Barbosa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural.

Turismo rural: alimentação, hospedagem e acolhida / Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. – Brasília: Senar, 2020.

118 p; il. 21 cm (Coleção Senar, 285)

ISBN: 978-85-7664-240-4

1. Turismo rural 2. Hospitalidade rural. 3. Hospedagem rural.

I. Título.

CDU 631:379.85

Apresentação

O elevado nível de sofisticação das operações agropecuárias definiu um novo mundo do trabalho, composto por carreiras e oportunidades profissionais inéditas, em todas as cadeias produtivas.

Do laboratório de pesquisa até o ponto de venda no supermercado, na feira ou no porto, há pessoas que precisam apresentar competências que as tornem ágeis, proativas e ambientalmente conscientes.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) é a escola que dissemina os avanços da ciência e as novas tecnologias, capacitando homens e mulheres em cursos de Formação Profissional Rural e Promoção Social, por todo o país. Nesses cursos, são distribuídas cartilhas, material didático de extrema relevância por auxiliar na construção do conhecimento e constituir fonte futura de consulta e referência.

Conquistar melhorias e avançar socialmente e economicamente é o sonho de cada um de nós. A presente cartilha faz parte de uma série de títulos de interesse nacional que compõem a Coleção SENAR. Ela representa o comprometimento da instituição com a qualidade do serviço educacional oferecido aos brasileiros do campo e pretende contribuir para aumentar as chances de alcance das conquistas a que cada um tem direito.

Um excelente aprendizado!

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

www.senar.org.br

Acesse pelo seu celular

Esta cartilha possui o recurso QR Code, por meio do qual o participante do treinamento poderá acessar, utilizando a câmera fotográfica do celular, informações complementares que irão auxiliar no aprendizado.

Sumário

Introdução.....	7
I. Compreender o turismo e a hospitalidade no meio rural	8
1. Saiba o que é turismo rural.....	10
2. Conheça o perfil do turista rural e suas preferências	15
3. Conheça os principais serviços e atividades presentes no t urismo rural	24
4. Conheça como as atividades típicas do meio rural se tornam atrativos turísticos	29
II. Planeje o turismo em espaços rurais	32
1. Identifique potenciais atrativos na propriedade	32
2. Avalie infraestrutura, acesso e equipamentos de apoio	38
3. Saiba como agregar valor ao empreendimento turístico por meio de parcerias	41
4. Defina a capacidade de recebimento do turista.....	42
III. Conhecer os tipos de hospedagem no turismo rural.....	44
1. Conheça os principais tipos de hospedagem turística no meio rural.....	44
2. Defina os meios de divulgação e comercialização do turismo rural	51
3. Identifique os serviços complementares a serem ofertados aos turistas.....	58
4. Capacite os funcionários para o atendimento ao turista	61
5. Saiba como proceder no fechamento da hospedagem (check-out)	64
6. Faça o controle da higiene e da segurança durante a hospedagem.....	66
7. Identifique os cuidados necessários com o meio ambiente	68
IV. Conhecer sobre os serviços de alimentação no turismo rural ...	70
1. Conheça a importância da alimentação no turismo.....	70
2. Dimensione os utensílios de cozinha e copa.....	84
3. Entenda a experiência do turista a partir da alimentação	90
4. Planeje o serviço de alimentação	91

5. Conheça os princípios de atendimento ao turista no ambiente destinado à alimentação	92
6. Verifique os cuidados de higiene e segurança alimentar.....	95
7. Defina a estratégia de publicidade da alimentação	101
8. Conheça as alternativas gastronômicas regionais	103
V. Avaliar a satisfação do turista	108
1. Defina o formulário de avaliação dos serviços prestados	108
2. Analise os resultados das avaliações	114
3. Estabeleça os critérios do pós-venda	114
Considerações finais	115
Referências	116

Introdução

O turismo rural é uma atividade que vem se apresentando cada vez mais como uma interessante alternativa para complementar e valorizar a produção agropecuária em diversas comunidades rurais.

Devido à sua popularidade como possibilidade de negócio para o produtor, o turismo rural tem sido implementado em muitas localidades de forma desordenada, o que pode ocasionar impactos negativos à comunidade, ao patrimônio cultural e ao meio ambiente. Por isso, é essencial capacitar o homem e a mulher do campo para a atuação sustentável no turismo rural, de forma a promover uma verdadeira acolhida ao turista e, ao mesmo tempo, obter rentabilidade do empreendimento.

Nesse contexto, esta cartilha busca apresentar conceitos e orientações para que famílias e comunidades possam empreender com responsabilidade no turismo rural, nos ramos de alimentação e hospedagem.



Compreender o turismo e a hospitalidade no meio rural

Nas décadas passadas, o modo de vida rural foi, muitas vezes, estigmatizado e visto de forma negativa, resultando na ida de muitos jovens para os centros urbanos em busca de outras oportunidades de trabalho e dificultando a sucessão familiar.

No entanto, essa mentalidade vem mudando, na medida em que as novas gerações do meio rural começaram a entender o potencial do agronegócio. Com isso, o meio rural tem passado por muitas transformações, que vêm modificando o modo de vida das famílias rurais, sua forma de trabalho e sua produção.

As populações urbanas, por sua vez, passam a ter uma nova percepção do que é o meio rural, descobrindo um desejo de visitar o campo, vivenciar o modo de vida rural e conhecer a origem dos produtos que consomem. Nesse contexto, ganha força o turismo em áreas rurais, como uma oportunidade de complemento de renda para as famílias que vivem do agronegócio.

O turismo pode representar uma forte contribuição para as comunidades rurais, trazendo inúmeros benefícios quando realizado de forma responsável. Se mal planejado, no entanto, o turismo pode trazer impactos negativos ao ambiente e ao modo de vida rural.

Benefícios do turismo para as comunidades rurais:

- Geração de renda complementar para as famílias que se dedicam ao agronegócio;

- Valorização do patrimônio natural e cultural das comunidades;
- Conservação do meio ambiente;
- Comércio direto entre produtores e consumidores finais;
- Diversificação da economia regional, com novos pequenos negócios;
- Oportunidade de trabalho remunerado para a mulher do campo;
- Agregação de valor aos produtos primários;
- Diminuição do êxodo rural;
- Melhoria da infraestrutura de transporte, comunicação e saneamento no meio rural;
- Melhoria dos imóveis e das condições de vida das famílias rurais;
- Integração das propriedades rurais e da comunidade local;
- Valorização das práticas rurais, tanto sociais quanto de trabalho; e
- Resgate da autoestima do camponês.

Impactos negativos do turismo rural mal planejado:

- Degradação do patrimônio natural e cultural;
- Danificação dos percursos para os atrativos (estradas e trilhas);
- Descaracterização dos estabelecimentos;
- Poluição visual por construções e sinalização desordenada ou em excesso;
- Poluição sonora, do ar e da água;
- Capacidade insuficiente dos serviços públicos (água, esgoto, energia);
- Incômodos aos moradores locais; e
- Tratamento hostil da comunidade local com os turistas.

1. Saiba o que é turismo rural

Para planejar o turismo rural adequadamente, é importante que o empreendedor conheça a oferta (atrativos, infraestrutura, serviços e produtos turísticos), a demanda (características específicas do grupo de turistas que já visitam a região ou que se deseja atrair) e se qualifique para atender ao cliente da melhor forma. O primeiro passo para essa qualificação é entender o que é o turismo rural e como ele ocorre.

1.1. Conheça os conceitos do turismo rural

O turismo rural no Brasil se expandiu quase sempre de forma independente, recebendo diferentes nomenclaturas e características. Em muitos locais, a atividade ocorreu de forma desordenada, levando à desvalorização desse tipo de turismo e a impactos negativos nas localidades. Para ordenar a atividade e estabelecer critérios de comercialização, o Ministério do Turismo criou definições para as diferentes formas de turismo praticadas no meio rural.

1.1.1. Identifique o turismo no espaço rural

Turismo no espaço rural é a nomenclatura usada para atividades de lazer, esportivas ou de ócio que não têm necessariamente relação direta com o meio rural. Nesse conceito estão incluídas quaisquer atividades que poderiam ser realizadas em qualquer ambiente, pois não envolvem necessariamente o modo de vida rural e a produção agropecuária/silvipastoril.



1.1.2. Identifique o turismo rural

O Ministério do Turismo define turismo rural como “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.

A definição de turismo rural é muito complexa e pode ser mais bem compreendida a partir dos seus elementos.

Elementos fundamentais do turismo rural

a) Atividades turísticas no meio rural

- Hospedagem;
- Alimentação;
- Transporte de visitantes;
- Recepção em propriedades rurais; e
- Entretenimento relacionado ao universo rural.

b) Meio rural

- Utilização da terra para o cultivo;
- Produção agropecuária de produtos primários ou minimamente transformados;
- Paisagem característica rural;
- Biodiversidade; e
- Modo de vida familiar e em comunidade.

c) Comprometimento com a produção agropecuária

- Mesmo que não ocorram em escala comercial, é necessária a existência de práticas sociais e de trabalho tipicamente rurais.

d) Agregação de valor a produtos e serviços

- A prática turística deve valorizar os elementos da cultura, paisagem e produção rural, inseridos no contexto local/regional; e
- Verticalização da produção por beneficiamento de produtos *in natura*, industrialização de produtos em pequena escala ou transformação artesanal de resíduos e insumos do campo em objetos utilitários ou decorativos que valorizem as tradições rurais (artesanato).

e) Resgate e promoção do patrimônio cultural e natural

- A prática deve contemplar os fatores culturais da comunidade local, como folclore, artesanato, costumes, ofícios, festas, “causos” e culinária; e
- Deve orientar-se para a preservação do ambiente natural, da paisagem e da cultura.



Entre as práticas reconhecidas como turismo rural existem algumas que merecem destaque, por serem realizadas dentro das propriedades rurais e promoverem a agregação de valor à produção agropecuária.

1.1.3. Identifique o agroturismo

Denomina-se agroturismo o conjunto de atividades que ocorrem dentro de propriedades rurais ativas, ocupando o tempo livre dos trabalhadores rurais. As atividades produtivas continuam sendo parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, e são essenciais para a prática turística, já que configuram o principal atrativo. O agroturismo é uma forma de agregação de serviços à produção agrícola que já ocorre na propriedade.



1.1.4. Identifique o turismo rural na agricultura familiar

Denomina-se Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF) a atividade realizada dentro de propriedades em que o gerenciamento e a operação das atividades agropecuárias são exercidos por agricultores familiares. Essas propriedades são relativamente pequenas ou médias, a mão de obra é majoritariamente familiar, tanto na atividade

produtiva quanto na recepção do turista, e a principal fonte de renda das famílias se origina de atividades econômicas vinculadas ao estabelecimento.



1.2. Conheça o histórico do turismo em áreas rurais

O turismo rural começou a ser reconhecido como atividade econômica em meados do século XX, primeiramente na Europa e nos EUA, tendo seu marco inicial na década de 1980 no Brasil, na Argentina e no Uruguai. A prática surgiu como forma de promover a integração entre o rural e o urbano e possibilitar uma transformação econômica no campo, auxiliando na redução da pobreza sem descaracterizar a paisagem e a identidade das comunidades rurais. Por esses benefícios, o turismo rural passa a ser reconhecido pelos governos como uma alternativa viável para auxiliar o desenvolvimento de áreas rurais, recebendo incentivos em diversas partes do mundo.

No Brasil, a primeira ocorrência do turismo rural como atividade econômica aconteceu no município de Lages, em Santa Catarina, onde surgiram as primeiras propriedades rurais abertas à visitação, por volta de 1986. No final dos anos 1990, os aspectos positivos do turismo rural chamaram a atenção em diversas partes do país, levando muitos empreendedores a investirem na atividade, inicialmente com pouco embasamento técnico. A falta de profissionalização, em muitos locais, fez com que os impactos negativos desse turismo surgissem em várias localidades, como sobrecarga devido ao grande número de visitantes e veículos, problemas legais, degradação do meio ambiente e descaracterização da atividade.

O grande potencial do interior do Brasil para o turismo rural e a necessidade de orientações para o seu ordenamento levaram o Ministério do Turismo a desenvolver manuais para o entendimento da atividade. Um desses materiais, que merece destaque, é o **manual Turismo Rural: orientações básicas**, cuja primeira edição foi publicada em 2008 e possibilitou o desenvolvimento de melhores práticas para os pesquisadores e empreendedores do turismo rural.

2. Conheça o perfil do turista rural e suas preferências

Historicamente, a maior motivação para viagens de lazer no Brasil sempre foi o turismo de sol e praia. No entanto, com o crescimento dos centros urbanos e da vida agitada, outras motivações surgiram, levando os turistas a buscarem locais também no interior, seja pela sua natureza exuberante ou pelos elementos da vida rural, mais simples e de fortes vínculos com a terra. Essa motivação se tornou uma grande oportunidade para regiões antes pouco conhecidas se tornarem novos destinos.



Atenção

1. A maioria dos turistas busca uma experiência diferente do seu dia a dia, que lhe permita sair da rotina. Por isso, muitas pessoas residentes nos centros urbanos buscam cada vez mais visitar áreas naturais e rurais.
2. Quanto melhor conhecer o turista, melhor o empreendedor poderá atender às suas demandas e mais sucesso poderá obter no negócio.

O turista rural pode ser originário de qualquer local do país, até mesmo do exterior. No entanto, é mais comum que esses turistas escolham destinos mais próximos do seu local de residência (até 200 ou 300 km).

Quanto mais próxima a origem do turista em relação ao destino, maiores as chances dele se tornar um turista frequente. Entretanto, se o destino é estruturado, oferecendo opções de hospedagem, alimentação e entretenimento de qualidade, divulgadas para o público correto, pode atrair turistas de origens diversas e dispostos a pagar mais por hospedagem, refeições e atrações no destino.

Elementos que o turista rural busca no destino

- Fazer boas refeições;
- Apreciar paisagens bucólicas;
- Vivenciar a tranquilidade;
- Fazer passeios e viver experiências típicas do meio rural;
- Conviver com animais e plantas;
- Reencontrar suas raízes;
- Interagir com a comunidade local;
- Participar de festas tradicionais;
- Desfrutar da hospitalidade nas propriedades rurais;
- Conhecer o patrimônio histórico e cultural;
- Conviver com outros modos de vida, tradições e formas de produção das populações rurais;
- Buscar novos conhecimentos;
- Descansar física e mentalmente;
- Fugir da rotina urbana; e
- Adquirir produtos típicos.

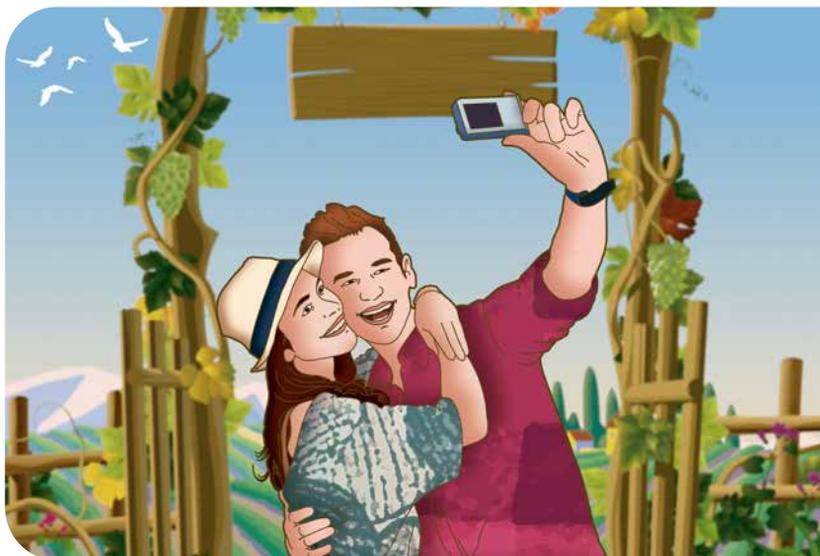
2.1. Classifique a demanda de acordo com o perfil do turista rural

Hoje em dia, não se deve mais classificar a demanda do turista levando em consideração somente gênero, idade, classe social ou local de origem. Cada turista está viajando em um determinado momento da vida que irá determinar o tipo de experiência que deseja ter em uma viagem. Além disso, as pessoas possuem expectativas diferentes quando estão sozinhas, em casais, em família ou em grupos de amigos ou de trabalho. De forma genérica, podemos diferenciar essas expectativas da seguinte forma:

Viajando sozinho: no turismo rural, é mais comum encontrar casais e pequenos grupos que viajam juntos. No entanto, seja qual for o nicho de turismo, é cada vez mais comum encontrar viajantes solitários que buscam novas experiências. Turistas que viajam sozinhos, em geral, buscam se engajar em atividades típicas do destino, como cursos, oficinas e participação ativa em processos produtivos. Podem buscar hospedagem familiar, usufruindo da convivência com o dia a dia da família hospedeira, ou optar por pousadas e hotéis com quartos individuais.



Viajando em casais: quando viajam com o parceiro afetivo, a maioria dos turistas busca hospedagem confortável e com privacidade, valoriza refeições de alta qualidade e opta por atividades que possam ser feitas a dois, muitas vezes se engajando em atividades típicas das propriedades rurais. Quase sempre buscam ambientes tranquilos, distante do barulho de crianças, mas estão dispostos a interagir com outros casais e adultos em passeios guiados ou oficinas de atividades rurais.



Viajando em família: ao viajar em família, os turistas, em geral, buscam opções mais econômicas e que ofereçam entretenimento para adultos e crianças. Optam por refeições em grupo, em locais que possuem recreação para as crianças, enquanto os adultos relaxam. Também podem se interessar por atividades lúdicas e educativas que permitam a interação de pais e filhos.



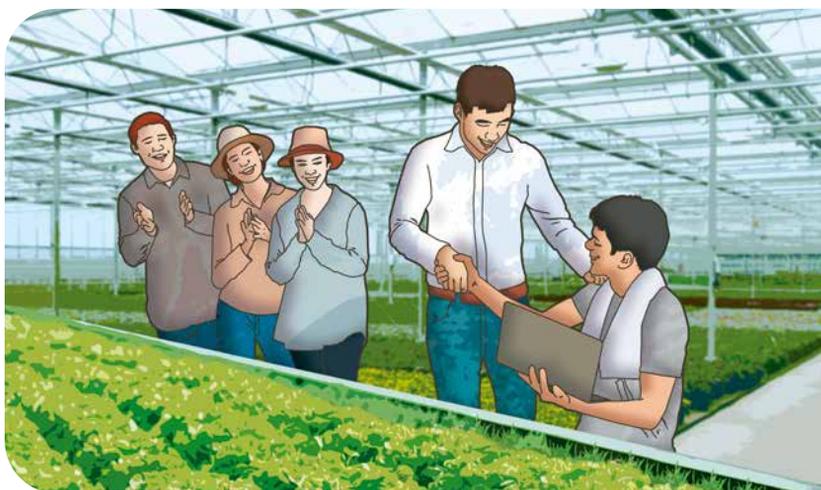
Viajando em grupos

Adultos: adultos que viajam juntos podem ser agrupamentos de amigos/conhecidos ou grupos organizados por operadoras de viagens. Em ambos os casos, os grupos buscam bom custo-benefício, optando por quartos compartilhados entre duas a quatro pessoas, refeições e entretenimento em locais amplos e que permitam a interação do grupo, como mesas coletivas, salas de jogos e espaços abertos.

Escolares e universitários: são grupos que viajam com supervisores e que têm foco no caráter pedagógico da experiência de viagem. Geralmente viajam em dias de semana, por vezes bloqueando todas as UHs (Unidades Habitacionais) de um hotel ou pousada, e planejando todas as atividades durante o período, desde refeições até visitas e treinamentos. Optam por quartos compartilhados e buscam espaços de confraternização do grupo no próprio meio de hospedagem ou local próximo.



Empresas: são grupos de adultos que trabalham juntos e que são convidados para treinamentos de equipe ou atividades que permitam o desenvolvimento de habilidades individuais úteis para a empresa. Demandam espaço para reuniões e treinamentos, local amplo para refeições coletivas e cumprimento de uma agenda previamente definida de atividades, que podem envolver experiências rurais.



Atenção

Você pode pesquisar mais informações sobre o turista que frequentará seu empreendimento para atender a suas expectativas específicas.

2.1.1. Conheça as formas de conhecer o turista que frequentará o seu empreendimento

a) Realize o cadastro antes da chegada do turista (por telefone ou formulário eletrônico) ou no momento da chegada

- Preencha uma ficha de cadastro com dados básicos, como nome, idade, gênero, cidade de origem, duração da estadia e serviços contratados; e
- Pergunte sobre necessidades especiais, restrições alimentares e possíveis expectativas que o turista possa ter sobre o local e sobre o seu empreendimento.

Modelo de ficha de cadastro

FICHA DE CADASTRO

Nome completo: _____

RG/CPF: _____

Idade: ____ anos

Gênero: ____ Feminino ____ Masculino

Endereço completo: _____

E-mail: _____

Telefone (com DDD): () _____

Período de permanência: ____ / ____ a ____ / ____

Acompanhantes? ____ Sim ____ Não

Necessidades especiais: _____

Restrições alimentares: _____

Serviços contratados: _____

____ Hospedagem sem café da manhã

____ Hospedagem com café da manhã

____ Hospedagem com pensão completa

____ Estacionamento

____ Visita guiada

____ Curso de doces caseiros

____ Outros _____

b) Aplique a avaliação quando o serviço for finalizado

- Elabore uma ficha de avaliação do empreendimento (verifique mais detalhes no Capítulo IV).

c) Pesquise o perfil do turista que frequenta a sua região

- Busque, junto à Prefeitura ou Secretaria de Turismo, dados estatísticos sobre o turismo na sua cidade e região; e
- Troque informações com outros estabelecimentos que também recebem visitantes.

3. Conheça os principais serviços e atividades presentes no turismo rural

Assim como os demais tipos de turismo, o turismo rural necessita de infraestrutura e serviços mínimos para que ocorra de forma sustentável. De acordo com a Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, são considerados prestadores de serviços desse setor as empresas que executam uma ou mais das atividades remuneradas abaixo:

- Meios de hospedagem;
- Agências de turismo;
- Transportadoras turísticas;
- Organizadoras de eventos;
- Parques temáticos; e
- Acampamentos turísticos.



Também são considerados serviços do setor de turismo as seguintes atividades, que podem servir à população local e, também, aos visitantes:

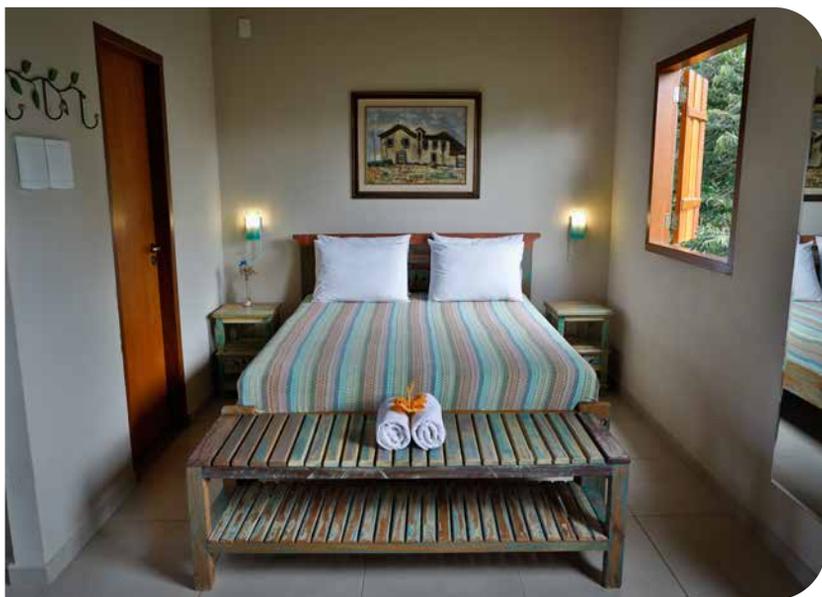
- Restaurantes, cafeterias, bares e similares;
- Centros ou locais destinados a feiras, exposições ou similares;
- Empreendimentos dotados de entretenimento e lazer;
- Empreendimentos de apoio à pesca desportiva;
- Casas de espetáculos;
- Organizadores, promotores e prestadores de serviços de infraestrutura, montagem e execução de eventos;
- Locadoras de veículos para turistas; e
- Prestadores de serviços especializados no planejamento e na promoção de atrações turísticas.

Todos esses empreendimentos, quando servem ao turismo local, devem se cadastrar gratuitamente no Ministério do Turismo, por meio do Cadastur. Alguns desses diversos serviços, considerados essenciais para o turismo em uma comunidade rural, são descritos a seguir.

3.1. Saiba como ofertar o serviço de hospedagem

Denomina-se hospedagem o serviço prestado por empreendimentos que oferecem alojamento temporário, em unidades de uso exclusivo do hóspede, além de outros serviços úteis à permanência dele, mediante o pagamento de diária. A hospedagem é um serviço que pode ser ofertado em construções de diversos padrões, desde quartos simples para pernoite até estruturas individuais como chalés com alto grau de sofisticação. As UHs podem ser individuais ou coletivas, possuindo ou não estruturas complementares, como banheiros exclusivos, e serviços, como café da manhã e lavanderia.

O serviço de hospedagem é essencial para que um visitante possa prolongar sua permanência no destino, pernoitando um ou mais dias no local. É importante que as condições de hospedagem oferecidas sejam coerentes com a oferta de atrativos, alimentação e entretenimento existentes no entorno, de forma que o turista possa ser atendido satisfatoriamente. O conforto, o atendimento personalizado e a oferta de serviços complementares são itens que podem encantar o turista na sua hospedagem.



3.2. Entenda a importância do serviço de alimentação

O serviço de alimentação consiste naquele desempenhado por empreendimentos individuais ou empresariais que realizam alguma das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo, como restaurantes, padarias, lanchonetes, cafeterias, cozinhas industriais, bufês, confeitarias ou afins.

Na atividade turística, o serviço de alimentação pode estar associado ao serviço de hospedagem, a serviços de entretenimento ou mesmo ser oferecido de forma isolada aos turistas que frequentam um destino.

A alimentação é considerada uma necessidade básica do viajante, assim como a hospedagem. A qualidade do serviço pode interferir diretamente na saúde e no bem-estar do turista e, por isso, os estabelecimentos desse ramo precisam observar normas rígidas de higiene e segurança alimentar.



3.3. Conheça as características do serviço de orientação e guiamento de turistas

Diferentemente dos serviços de alimentação e hospedagem, o guiamento não é considerado um serviço básico, uma vez que, em muitos destinos que contam com boa oferta de informações, é possível realizar a visita turística por conta própria. No entanto, a orientação e o guiamento de turistas pode se tornar um serviço essencial para o turista que visita áreas inóspitas, de acesso controlado ou que apresentam riscos a visitantes que não conhecem trajetos, costumes e a legislação local.

De acordo com a Lei 8.623, de 28 de janeiro de 1993, considera-se guia de turismo o profissional que exerce o acompanhamento, a orientação e a transmissão de informações a pessoas ou grupos, em visitas e excursões. Para exercer formalmente a profissão, é preciso estar devidamente cadastrado pela Embratur. O cadastro é gratuito e tem validade de cinco anos.



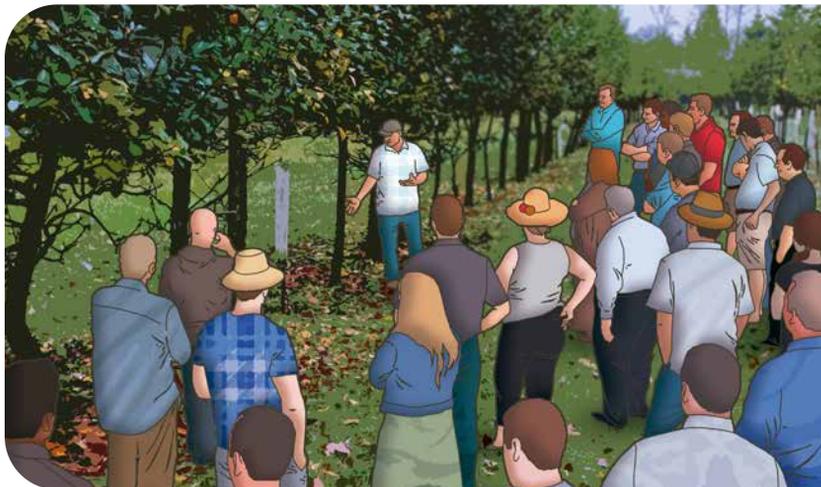
Na prática do turismo rural, é comum a atuação do guia de turismo para condução de visitantes em casas históricas e museus, trilhas a pé, a cavalo ou utilizando outros meios de transporte, especialmente quando realizadas em terrenos particulares ou locais, onde o trânsito de pessoas pode causar impacto à cultura local ou à biodiversidade. Esse profissional deve ser remunerado pela atividade de guiamento.

Muitas vezes, o empreendedor dos ramos de hospedagem e alimentação oferecem, complementarmente, o serviço de orientação de visitantes, gratuitamente, como uma forma de agregação de valor à experiência do turista. É comum a oferta de mapas e outros materiais escritos sobre os atrativos locais ou indicações de estabelecimentos e pontos interessantes para visitação.

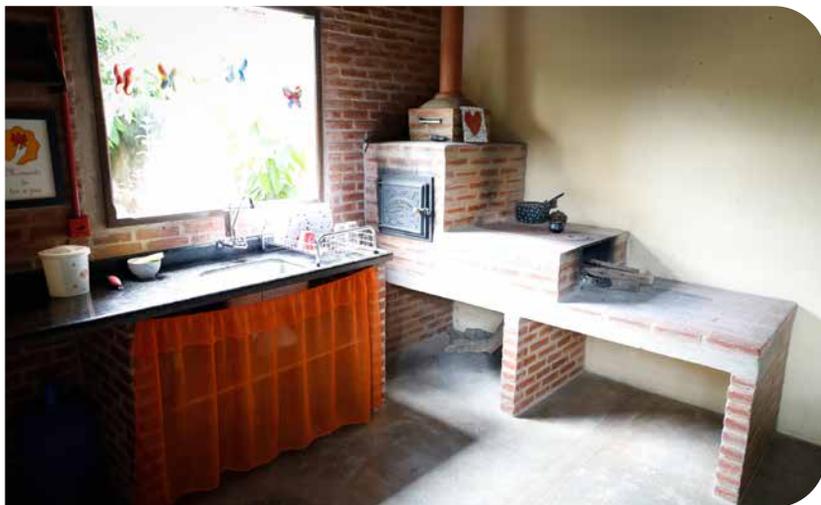


4. Conheça como as atividades típicas do meio rural se tornam atrativos turísticos

O turista busca vivenciar experiências distintas, que representem que ele está fora da sua rotina. Por isso, as atividades do dia a dia rural podem se tornar atrativos turísticos. O ambiente natural, a fauna e a flora típicas da região, bem como a topografia e os usos do solo, são marcas da biodiversidade e da cultura das comunidades locais, que juntas constroem a paisagem rural que se contrapõe ao cotidiano do visitante. Mais importantes do que recursos naturais ou culturais extraordinários são o olhar sobre essa paisagem e as formas de interação disponibilizadas ao turista.



A observação da paisagem e dos costumes rurais, por si só, consiste em um entretenimento que, associado ao conforto de uma hospedagem, pode ser suficiente para atrair turistas que buscam descanso e ócio. No entanto, trabalhar esses elementos para proporcionar diferentes interações pode ampliar o potencial de atratividade de um destino, fazendo com que o turista queira retornar e, também, indicar o destino a outros turistas. A apreciação da comida, bebida e música regionais é um bom exemplo do que buscam os turistas que visitam áreas rurais.



Outro exemplo são as manifestações culturais e religiosas, como o congado, tradição afro-brasileira que ocorre em algumas regiões do país. Envolvendo canto, dança e procissões em muitas comunidades, esses eventos atraem visitantes buscando reencontrar suas origens e apreciar os costumes do interior.

4.1. Saiba como as atividades produtivas se tornam atrativos turísticos

Além da vivência de costumes e lazer das comunidades rurais, os turistas podem demonstrar interesse pelo trabalho rural, tão distinto do urbano. Assim, as atividades muitas vezes árduas da produção agropecuária se tornam educativas e lúdicas aos olhos do turista, que pode interessar-se como mero expectador ou, até mesmo, participando ativamente das atividades produtivas.

Um exemplo disso é a comercialização de produtos derivados de ingredientes locais excedentes. Em algumas localidades, é comum produzir compotas, licores e doces com frutas, cuja produção é mais elevada que o consumo. Esses produtos podem ser comercializados aos turistas, agregando alternativas de renda para produtores locais.

Pode-se agregar ainda mais valor a esses produtos por meio da organização de eventos temáticos para celebrar os ingredientes e as receitas locais, que podem ser degustados pelos turistas. Outra forma de aproveitar ainda mais esse potencial é criar oficinas interativas em que o turista coloque a “mão na massa”, aprendendo a fazer receitas com os ingredientes locais e levando um souvenir produzido por ele mesmo.

Atenção

Quando trabalhadas de forma coletiva dentro da comunidade, o modo de vida rural e as atividades produtivas podem ser tornar grandes atrativos turísticos.





Planeje o turismo em espaços rurais

O espaço rural consiste em um ambiente natural transformado pela ação do homem, por meio da produção agrícola, pecuária ou extrativista. Esse ambiente possui sua própria dinâmica e organização espacial, que são valorizadas pela comunidade local e devem ser respeitadas. Por isso, é importante que o empreendedor planeje cuidadosamente as atividades a serem desenvolvidas dentro da sua propriedade, de forma que elas agreguem valor à experiência do turista, sem gerar incômodos aos vizinhos ou impactos ao meio ambiente.

1. Identifique potenciais atrativos na propriedade

O turista que visita o meio rural está em busca daquilo que, aos olhos do morador, pode ser comum e cotidiano. Por isso, para identificar potenciais atrativos, o empreendedor precisa ir além do seu gosto e sua expectativa pessoal e tentar enxergar com os olhos do turista.



Uma forma de exercitar o olhar e encontrar atrativos é percorrer a sua propriedade listando os elementos que você pode identificar.

Passo 1:

Liste tudo que puder ver, ouvir e sentir em sua propriedade. Sua família e seus amigos podem ajudar, listando também os elementos de que mais gostam e que lhes chamam a atenção.

Em seguida, junte as listas de todos e separe os itens em duas colunas: elementos tangíveis e elementos intangíveis.

Elemento tangível: tudo o que pode ser tocado. Ex.: construções, plantas, animais, objetos, demarcações, como cercas e muros, cursos d'água, entre outros.





Elementos tangíveis do meio rural

Elemento intangível: aquilo que não pode ser tocado, mas que gera diferentes sensações quando em interação conosco. Ex.: o silêncio, a beleza do pôr do sol, o som dos animais, o canto dos passarinhos, o aroma das flores, as diferentes cores do solo, atividades como alimentar as criações, adubar o solo, plantar sementes, colher os frutos e produzir alimentos, as brincadeiras das crianças, as histórias, as cantorias e os causos dos adultos.





Elementos intangíveis do meio rural

Passo 2:

Junto ao grupo de amigos ou à família, atribua uma nota de 1 a 10 a cada item, sendo 10 para os itens mais importantes e 1 para os menos importantes.

Provavelmente, os itens marcados com notas 7, 8, 9 e 10 são os mais marcantes na sua propriedade e possuem maior potencial para atrair e entreter visitantes.

Passo 3:

Para cada item marcado com notas altas (maiores que 7), escreva:

- Por que _____ é importante para a minha propriedade?

- _____ é algo que pode interessar ao turista que busca o meio rural?

Se sim: _____ é algo que eu posso comercializar? Como?

Exemplos:

Item: vista privilegiada

Nota: 9

Por que é importante para a minha propriedade?

É importante porque mostra a lavoura e a paisagem natural.

É algo que pode interessar ao turista que busca o meio rural?

Pode interessar ao visitante porque é bonita e dá uma ideia do que é a nossa produção.

É algo que eu posso comercializar? Como?

1. Posso realizar uma visita guiada com explicações sobre a paisagem;
2. Posso oferecer um café da manhã ou piquenique para grupos no local; e
3. Posso oferecer o local para camping.

Item: produção de queijo

Nota: 10

Por que é importante para a minha propriedade?

É importante porque é a atividade principal do sítio e o que fazemos de melhor.

É algo que pode interessar ao turista que busca o meio rural?

Pode interessar ao visitante para entender como é feito o queijo e comprar um bom produto para presentear.

É algo que eu posso comercializar? Como?

1. Posso comercializar o produto (queijo);
2. Posso propor uma visita à unidade de produção com degustação; e
3. Posso ensinar o visitante a produzir o próprio queijo.

2. Avalie infraestrutura, acesso e equipamentos de apoio

Antes de iniciar a atividade turística em um atrativo, é preciso avaliar a infraestrutura existente na localidade, as condições para o acesso do visitante e os equipamentos de apoio ao turismo.

Infraestrutura: são os serviços de água, energia, saneamento básico, limpeza urbana e meios de comunicação que tornam possível a qualidade de vida em um determinado local.

Condições de acesso: são os caminhos que o turista pode seguir para acessar o local e as condições que ele encontrará. Exemplos: rodovia ou estrada de terra, trechos que só podem ser realizados por veículos tracionados ou por via aquática e trechos que devem ser feitos a pé (proibição do acesso de veículos).

Equipamentos e serviços de apoio: são as instalações construídas para atender à comunidade local, mas que são úteis para o turista, como postos de gasolina, hospitais, farmácias, casas de câmbio, supermercados, mecânicos, serviços bancários e lojas diversas.

Atenção

A atratividade de um destino turístico não se mede apenas pelo número de atrativos, mas também pela qualidade dos serviços prestados e da experiência vivenciada pelo turista.

2.1. Conheça algumas reflexões que ajudam a compreender a estrutura existente para o turismo rural

- Os serviços básicos existentes são suficientes para a manutenção do local onde irei receber visitantes?
- Preciso tomar alguma providência quanto à infraestrutura antes de trazer um visitante a este local, como adaptar um quarto ou banheiro, reformar a entrada da casa ou colocar cascalho na estrada de terra que leva à propriedade?
- Há restrições de acesso, como época do ano, condições climáticas, condições das estradas, limitações de meio de transporte ou outros que preciso informar ao turista?
- Preciso oferecer algum serviço complementar para viabilizar o turismo nesse local? Ex.: buscar/levar o turista com um carro 4x4, oferecer Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) ou vestimentas adequadas para acessar local, alimentação e água durante a atividade?
- Preciso informar ao turista sobre riscos à saúde, como água imprópria para consumo, fatores alergênicos (algumas plantas, mofo, poeira...), temperatura ou umidade extremas (riscos de insolação, desidratação ou hipotermia), inexistência de comércio no local para compra de alimentos e medicamentos?

Exemplo 1

Atrativo: vista privilegiada

- É preciso usar tênis ou botina para caminhar no local;
- Existem plantas e insetos que podem causar alergia, sendo necessário vestir roupas de manga longa e perguntar ao turista se ele tem alguma alergia específica;
- É recomendado o uso de filtro solar;
- O acesso a pé é fácil, por isso não é necessário meio de transporte;
- Faz muito calor no verão e recomenda-se hidratação e consumo de alimentos leves;
- Há risco de chuva forte em janeiro, o que pode inviabilizar o passeio;
- Existe água potável e venda de lanches próximo ao local, então não preciso fornecê-los ao turista; apenas informá-lo; e
- O trajeto possui lixeiras, sendo fácil o recolhimento de lixo.

Exemplo 2

Atrativo: área de produção e maturação de queijos

- É preciso usar botas, luvas e protetor de cabelo no local, para disponibilizar ao turista;
- A capacidade máxima é de cinco pessoas por vez;
- O local de armazenamento dos queijos possui alta umidade, sendo necessário solicitar que o turista alérgico a mofo utilize máscara; e
- A área possui degraus e baixa luminosidade, sendo necessário avisar aos visitantes para circularem com cuidado e somente nos locais indicados.

3. Saiba como agregar valor ao empreendimento turístico por meio de parcerias

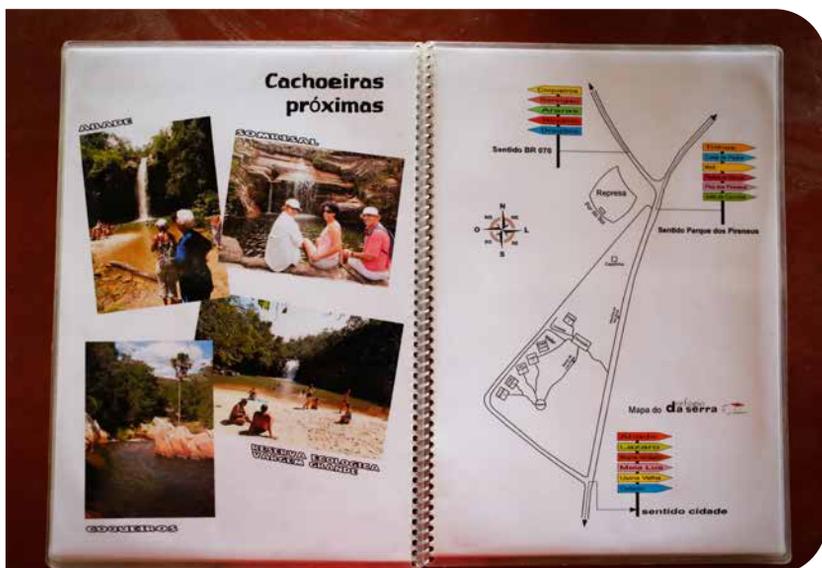
Nem sempre a melhor opção é oferecer todos os produtos e serviços necessários ao turista dentro da sua propriedade. Algumas necessidades podem ter custo muito alto para o seu empreendimento ou serem difíceis logisticamente. Além disso, sua família pode não possuir o tempo ou o conhecimento necessários para desenvolver um produto ou serviço.

Quando isso ocorre, o trabalho em parceria dentro da comunidade é essencial. Ela pode se dar de diversas formas, como:

- Comprar itens produzidos pelos vizinhos para servir no seu restaurante ou hospedagem;
- Indicar o serviço de um conhecido para o guiamento em trilhas e passeios;
- Indicar um estabelecimento quando o seu estiver cheio no momento;
- Desenvolver um mapa coletivo com todos os empreendimentos locais; e
- Organizar um evento temático.

Atenção

Refleta sobre as forças e fraquezas do seu empreendimento. Em seguida, busque conhecer os seus vizinhos e outros empreendimentos locais. Troque ideias e identifique os produtos e serviços que cada um faz de melhor. Quando possível, proponha parcerias.



4. Defina a capacidade de recebimento do turista

Para que a atividade seja sustentável, é preciso avaliar se o tipo de atividade, o ambiente e a infraestrutura disponíveis são compatíveis com a quantidade de turistas que se deseja ou precisa receber. É o que chamamos de capacidade de carga.

A capacidade de carga ou saturação significa a quantidade máxima de visitantes que um local ou atrativo pode receber, sem que a atividade turística lhe cause danos físicos, ambientais, econômicos ou sociais.

Encontrar a capacidade de carga ideal é um grande desafio. No caso de empreendimentos privados, deve-se levar em conta fatores como período do ano, espaço físico disponível, tempo de permanência do visitante no local, expectativa e conforto dos visitantes, segurança na permanência e circulação de pessoas, quantidade de prestadores de serviço ou funcionários para o atendimento e viabilidade da limpeza dos locais e do descarte correto do lixo.

Em empreendimentos coletivos ou de uso público, deve-se considerar, além dos fatores acima, o incômodo a vizinhos e outros habitantes que utilizam os locais, a interferência no modo de vida dos moradores e a poluição sonora e visual.



Atenção

No caso de empreendimentos públicos, a capacidade de carga geralmente é definida pelo poder público e deve ser respeitada por todos os empreendedores e visitantes. Em caso de descumprimento, pode haver repreensões e multas.



Conhecer os tipos de hospedagem no turismo rural

A prática de hospedar visitantes é essencial no turismo, já que, na maioria das vezes, é desejável que o visitante permaneça mais de um dia no lugar, vivenciando os atrativos disponíveis e contribuindo para a economia local ao utilizar serviços e adquirir produtos. O hotel é a forma mais conhecida de hospedagem fora da residência e é utilizado de forma genérica para indicar locais de hospedagem. No entanto, existem muitas outras formas de realizar o pernoite de visitantes.

1. Conheça os principais tipos de hospedagem turística no meio rural

Hotéis: meios de hospedagem convencionais, destinados a atender a diferentes perfis de turistas, desde os que viajam a lazer até os que viajam a negócios. São geralmente localizados em meio urbano, mas podem estar localizados em áreas mais afastadas dos centros urbanos, próximo às estradas e vias de acesso aos atrativos turísticos, sem necessariamente oferecer vínculo com o modo de vida rural.

Hotéis temáticos (históricos, culturais): meios de hospedagem cuja estrutura e decoração são baseadas em temáticas diversas ou que estão instalados em edificações de valor histórico ou cultural. Podem estar localizados em meio urbano ou rural.

Hotéis de lazer: hotéis que possuem instalações e aspectos arquitetônicos claramente destinados ao lazer e entretenimento dos hóspedes, em geral localizados fora de centros urbanos. Podem ser voltados para recepção de grupos específicos, como escolas, idosos e até mesmo de entidades associativas ou privadas.

O turista que busca esse tipo de hospedagem geralmente realiza todas as suas atividades de lazer e refeições nas dependências do hotel. Quando suas estruturas são luxuosas e apresentam muitas formas estruturadas de entretenimento, são conhecidos como resorts.

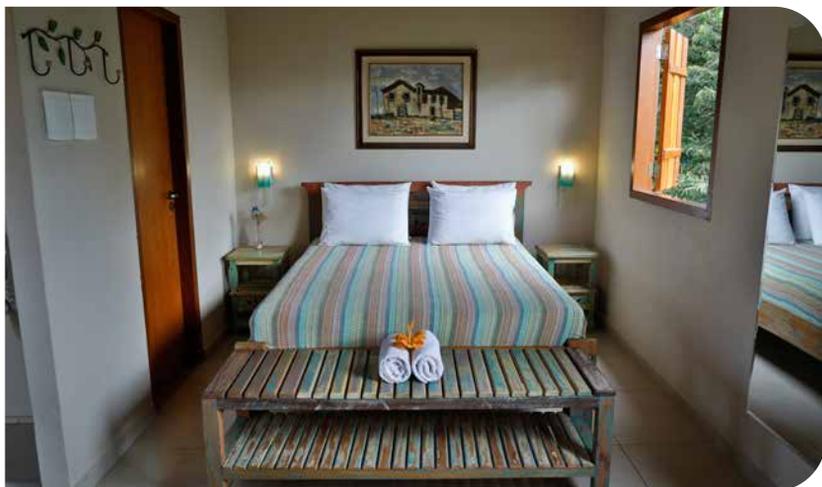
Hotéis-fazenda: localizados em meio rural, suas instalações e arquitetura reproduzem construções típicas desse universo. Podem ser instalados em propriedades rurais que deixaram de produzir para se dedicar ao turismo ou em propriedades que associam a produção agropecuária ao turismo. Quando existe produção ativa no mesmo empreendimento, são chamados de fazenda-hotel.

Cama e café / hospedagem familiar: hospedagem realizada na residência de habitantes locais, com oferta de café da manhã e limpeza. O hóspede pode vivenciar o dia a dia da família hospedeira. Geralmente apresenta poucas UHs, sendo também conhecida como casa de colônia.



Pousadas: são construções horizontais (não mais que dois andares), mais simples que hotéis, com um número reduzido de UHs e que oferecem estacionamento, limpeza e café da manhã.

Podem ser de meia pensão (café da manhã apenas) ou pensão completa (almoço e jantar). São chamadas pousadas rurais quando oferecem algum diferencial relacionado ao modo de vida ou atrativo rural, como produção e serviço de alimentos e bebidas típicas, arquitetura típica e convivência do turista com a produção agropecuária.



Albergues: instalações muito simples, podendo oferecer quartos privados ou coletivos, com ou sem café da manhã, localizados próximo aos principais atrativos de um destino. Seu objetivo é oferecer acomodações mais baratas e troca de experiências entre turistas de diferentes locais. São populares entre mochileiros, viajantes que percorrem diversos locais buscando vivenciar o modo de vida dos habitantes locais, geralmente gastando menos que turistas convencionais.



Sítios, casas de aluguel ou de temporada: são estruturas de hospedagem completa, com quarto, banheiro e cozinha disponível, em geral oferecidas a grupos ou famílias que permanecerão por um tempo maior no destino. Não incluem serviços de alimentação e limpeza durante a permanência dos hóspedes.



Camping: áreas destinadas à instalação de barracas e outras estruturas de dormir ao ar livre, em locais agradáveis e próximos da natureza. Quando mais estruturados, oferecem banheiros, cozinha, área coberta para refeições e confraternização, lavagem de roupas e iluminação.

Atenção

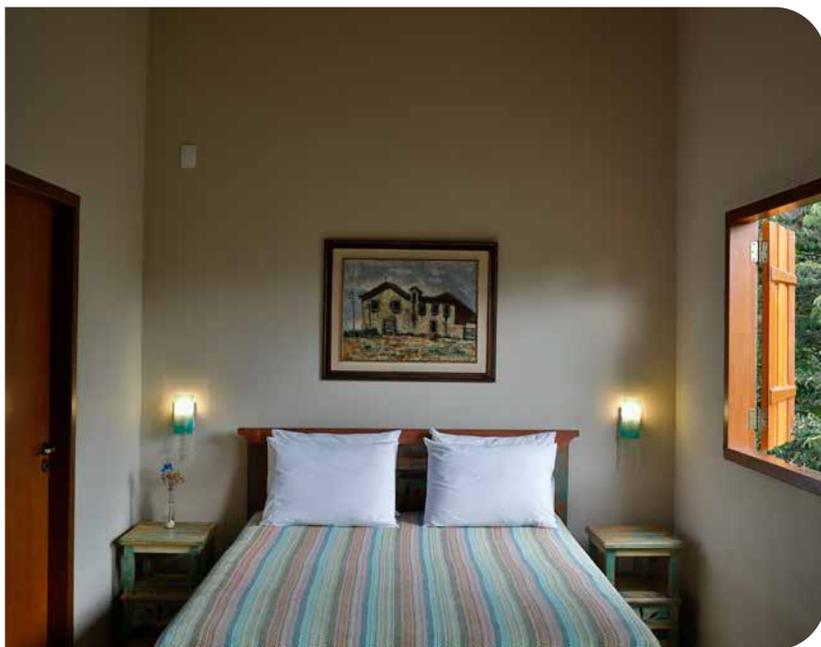
É essencial utilizar a nomenclatura correta para caracterizar e divulgar o seu empreendimento, pois isso irá determinar a expectativa do turista quando realizar uma reserva.

1.1. Conheça os tipos de Unidades Habitacionais (UHs)

Unidade Habitacional (UH) é o nome dado a cada unidade demarcada que pode ser comercializada para fins de hospedagem de turistas. O formato dessa unidade e o que é oferecido pode variar conforme o tipo de hospedagem.

São tipos de UH:

Quarto: construído para uso exclusivo de um hóspede (ou grupo de hóspedes), com espaço para guarda de roupas e objetos pessoais. Não inclui banheiros, que podem ser de uso coletivo para vários hóspedes, de diferentes quartos.



Apartamento: construído para uso exclusivo do hóspede, com inclusão de banheiro privativo.



Suíte: é semelhante ao apartamento, mas também possui sala de estar.



Chalé: consiste em uma construção independente, com quarto e banheiro, que pode ou não possuir pequena cozinha, sala de estar e varanda.



1.2. Conheça os tipos de diária

No momento da negociação, a diária pode ser acordada de diferentes formas. Isso depende do tipo de cliente que está solicitando a reserva ou da preferência do próprio estabelecimento.

Quanto ao valor, esses são os principais tipos de diária existentes:

Diária balcão: diária sem desconto (fica afixada na recepção);

Pousada do TAPAJÓS
→ HOSTEL ←

Home A Pousada Acomodações Atividades Tarifas Localização Contato Pesquisar

Tarifas

Valores das nossas diárias para baixa temporada (de 13/04/19 a 30/06/19) são:

ACOMODADO	VALORES
Quarto privativo duplo	R\$165,00 (por quarto)
Quarto privativo triplo	R\$180,00 (por quarto)
Quarto privativo quádruplo	R\$190,00 (por quarto)
Quarto coletivo	R\$50,00 (por pessoa)

Para alta temporada (até 31/03/19 e de 01/07/19 a 31/03/20) os valores de nossas diárias são:

ACOMODADO	VALORES
Quarto privativo duplo	R\$190,00 (por quarto)
Quarto privativo triplo	R\$200,00 (por quarto)
Quarto privativo quádruplo	R\$210,00 (por quarto)
Quarto coletivo	R\$50,00 (por pessoa)

Os valores acima valem para todo o período, exceto em feriados e datas festivas ([clique aqui](#) para verificar o tarifário para feriados e datas festivas);

Todas as nossas diárias incluem café da manhã estilo buffet, internet wifi e roupa de cama (trocada a cada 3 dias).
Disponibilizamos local para a guarda provisória dos equipamentos após o check-out.
Criança de até 03 anos, acompanhada pelos pais, terá cortesia de hospedagem. A cortesia é limitada a uma criança por apartamento.
Check-in: 14h
Check-out: 12h

Diária com desconto: diária praticada junto a uma clientela individual ou empresas cadastradas com o meio de hospedagem, oferecendo valores especiais;

Tarifa acordo: tarifa praticada junto a agências e operadoras de turismo. Diária com valor geralmente bem inferior à diária balcão e que pode variar na baixa e alta temporada. Esta é uma tarifa net, isto é, não comissionada; e

Diária comissionada: diária praticada junto às agências, quando o meio de hospedagem paga uma comissão (em geral de 10%) sobre cada diária vendida por aquela agência.

2. Defina os meios de divulgação e comercialização do turismo rural

Uma das principais dúvidas do empreendedor é sobre como escolher a melhor divulgação. A utilização correta de ferramentas digitais como site, e-mail e redes sociais, e materiais físicos, como folhetos e cartazes, é essencial para a divulgação correta do empreendimento, de forma a mostrar os pontos fortes, sem desonestidade com o consumidor. Quanto mais clientes se interessarem pelo empreendimento, maior o potencial de receita com o turismo rural.

São diversas as estratégias que podem ser utilizadas para divulgação e comercialização dos serviços de turismo rural:

Materiais digitais: são utilizados como referência principal pela maioria dos turistas atualmente. Podem ser atualizados com mais rapidez e menor custo, além de terem maior alcance do que os materiais físicos. Em alguns casos, permitem a interação direta com os potenciais clientes e a inclusão de depoimentos de clientes satisfeitos. Exemplos: sites próprios, redes sociais, sites de referência de compras, e-mails de marketing.

Atenção

Materiais digitais precisam ser monitorados e atualizados com frequência, o que exige um maior envolvimento do empreendedor. Em contrapartida, por estarem na internet, estão disponíveis para potenciais clientes em qualquer lugar do mundo.

Materiais de divulgação impressos: são utilizados para acessar potenciais clientes que já estão visitando a localidade ou frequentam estabelecimentos parceiros, que podem estar em outras localidades (como agências de turismo). Têm maior eficiência quando produzidos para um público específico e que possui uma necessidade imediata, como localizar um restaurante ou opção de passeio, por exemplo, ou um meio de hospedagem, quando a viagem não foi planejada com antecedência. Podem oferecer condições especiais ou descontos para atrair clientes. Exemplos: folhetos, flyers, banners, vouchers e mapas indicativos de trajeto.





Atenção

Os materiais impressos podem ter um alto custo e um alcance reduzido no local, o que os torna muitas vezes menos eficientes.

2.1. Identifique a melhor forma de divulgação

As mudanças no mercado são constantes e a tecnologia está revolucionando a relação com o cliente. Por isso, é necessário criar estratégias inovadoras para chamar a atenção para o empreendimento e estabelecer um relacionamento direto com os clientes. As redes sociais são ferramentas importantes que facilitam a interação do empreendedor com o potencial cliente e permitem um baixo investimento. Com elas, é possível realizar promoções, descontos e outras ações para ampliar a publicidade do seu meio de hospedagem.

The screenshot shows the Cuponomia website interface. At the top, there is a navigation bar with the Cuponomia logo, a search bar, and links for 'Lojas' and 'Categorias'. The main content area is titled 'Cupons de Desconto Hotel' and includes several promotional cards:

- Hotel Urbano:** 'Desconto exclusivo de 6% OFF em todo o site'. Includes a 'Ver Cupom' button with code IA8.
- Barceló:** '5% de desconto em todo site com cupom Barceló'. Includes a 'Ver Cupom' button with code WG.
- Accor Hotels:** 'Reserva Antecipada com até 25% de desconto'. Includes a 'Ver Desconto' button.

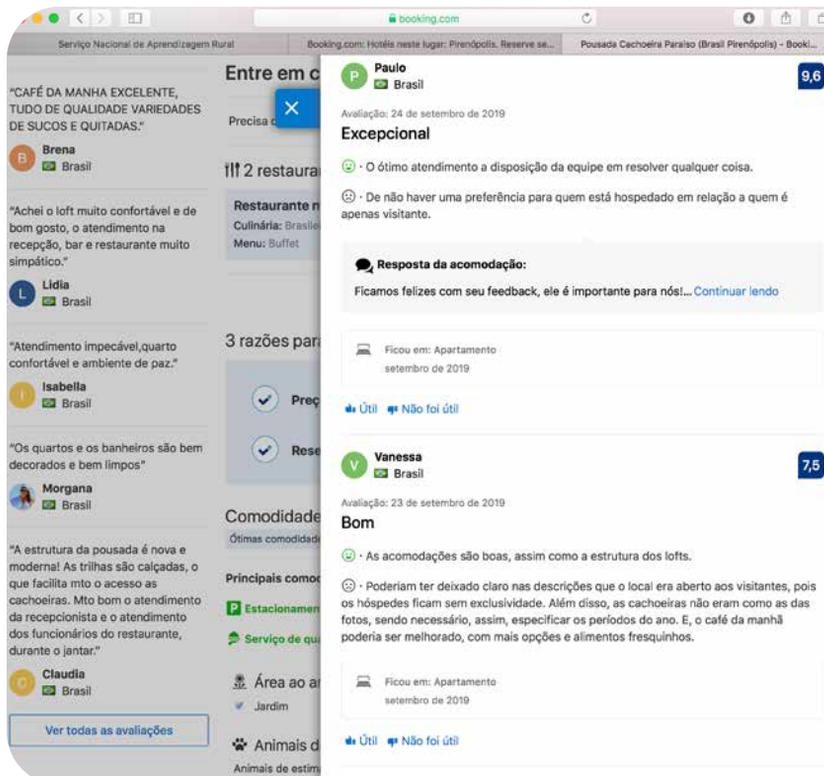
Additional features include an email sign-up section for 'Receba os melhores cupons de desconto da Hotel' and a sidebar with 'Lojas relacionadas' (Expedia, Hotéis Accor, Decolar.com, Airbnb, etc.) and 'Cupons de Descontos relacionados' (Alimentos e..., Aluguel Caro, Animais e Pet, Bebê e Cria...).

Outra forma muito comum de utilizar a tecnologia é o desenvolvimento de site para o negócio. O site exige um investimento maior por parte do empreendedor, devido à necessidade de contratar um profissional especializado e pagar por um domínio (endereço) na internet.

Atenção

Em localidades onde os empreendedores trabalham em parceria, é possível reduzir esse custo pelo desenvolvimento de um site conjunto, que divulgue vários empreendimentos.

A melhor forma de divulgação de um empreendimento é oferecer um serviço de qualidade que satisfaça ao cliente. Assim, as boas experiências dos clientes podem ser compartilhadas nas redes sociais e nos sites de referência, criando uma relação de confiança com os futuros clientes.



O ideal é que o empreendedor utilize mais de uma forma de divulgação, para que a promoção seja mais eficiente. Já a comercialização dos serviços pode ser feita pelos próprios meios de divulgação (reservas feitas por site próprio ou de referência, com pagamento antecipado ou não) ou por reservas feitas por telefone ou e-mail.

Atenção

Recomenda-se que seja utilizado um meio formal de confirmação de reserva (registro no site, e-mail ou chat escrito), para que todas as informações sejam registradas e não haja desentendimentos ou reclamações posteriores dos clientes.

2.2. Defina a rotina das reservas e os pacotes

A rotina de um serviço de hospedagem, independentemente do seu perfil, gira quase totalmente em torno da gestão de reservas das suas UHs. Por isso, é necessário criar uma forma de controle na qual seja possível identificar as vagas existentes e cadastrar hóspedes para a utilização da hospedagem e de serviços complementares.

Atenção

É possível registrar e controlar as reservas por meio de fichas de cadastro mantidas em um arquivo, em anotações num caderno ou mesmo em uma planilha no Excel. O importante é que os dados estejam atualizadas e que todos os colaboradores que utilizam a informação de reservas conheçam os procedimentos para atualizar o registro.

2.2.1. Conheça a capacidade do seu meio de hospedagem

Quantas UHs existem? Qual o valor de cada uma? Quais as condições ofertadas para reserva? É necessário pagamento antecipado?

Quadro 1. Informações que o empreendedor precisa ter sobre as UHs

UH	1	2	3	4	5
Descrição	Cama de casal e banheiro privativo	Cama de solteiro com banheiro	Cama de solteiro sem banheiro	Cama de solteiro sem banheiro	Cama de solteiro sem banheiro
Capacidade	2 hóspedes	4 hóspedes	2 hóspedes	2 hóspedes	2 hóspedes
Valor	R\$ 250	R\$ 400	R\$ 150	R\$ 150	R\$ 150

2.2.2. Registre o hóspede e faça o lançamento das reservas efetuadas

FICHA DE CADASTRO	
Nome completo:	<u>João Evangelista de Carvalho</u>
RG/CPF:	_____
Idade:	<u>38</u> anos
Gênero:	<input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino
Endereço completo:	<u>Rua da Paz, 230 - Divinópolis-MG</u>
E-mail:	<u>joãocarvalho@email.com</u>
Telefone (com DDD):	<u>(37) 3333-2222</u>
Período de permanência:	<u>01/07</u> a <u>03/07</u>
Acompanhantes?	<input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Esposa <u>Conceição Carvalho</u>
Necessidades especiais:	<u>não fumante</u>
Restrições alimentares:	<u>não</u>
Serviços contratados:	
	<input type="checkbox"/> Hospedagem sem café da manhã
	<input checked="" type="checkbox"/> Hospedagem com café da manhã - UH 1
	<input type="checkbox"/> Hospedagem com pensão completa
	<input checked="" type="checkbox"/> Estacionamento
	<input checked="" type="checkbox"/> Visita guiada
	<input type="checkbox"/> Curso de doces caseiros
	<input type="checkbox"/> Outros _____

Ficha de cadastro com nome do hóspede, data de *check-in* e *check-out*

Mantenha um calendário geral com todas as reservas, para que o empreendedor tenha controle da disponibilidade dos quartos ao longo do tempo. Caso o hóspede solicite modificações, elas devem ser adicionadas à planilha de controle.

UH/Dia do mês	Mês: Julho									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	RCP	RCP	L	L	L	L	L	L	R	R
2	RCP	R	L	L	L	L	L	L	R	R
3	L	L	R	R	R	R	R	R	L	L
4	L	L	R	R	R	R	R	R	L	L
5	RCP	RCP	R	R	L	L	L	L	L	L

R: Reservada sem pagamento / **RCP:** Reservada com pagamento antecipado / **L:** Livre/sem reserva

Exemplo de calendário de reservas

Ao final de um período, que pode ser semanal ou mensal, conforme a conveniência, faça um relatório da taxa de ocupação de cada UH. Esse passo é importante para o gerenciamento do negócio e a avaliação, pois o empreendedor pode identificar dias da semana que possuem mais ou menos ocupação, o padrão de UH mais requisitado e outras informações importantes para o planejamento do negócio.

3. Identifique os serviços complementares a serem ofertados aos turistas

Muitos meios de hospedagem oferecem serviços complementares, tais como:

- Café da manhã;
- Serviço de despertador;
- Lavanderia;
- Serviço de quarto;
- Transporte para pontos turísticos;

- Serviço de informações turísticas; e
- Armazenamento de objetos de valor no cofre.

No Brasil, é comum que o café da manhã seja um serviço incluso na diária. No entanto, é possível ser cobrada uma taxa adicional, desde que informada com antecedência ao hóspede.



Alguns hotéis e pousadas oferecem pequenas cortesias no quarto ou na área de recepção/uso comum, como chá e café gratuito, que, quando dentro do quarto, podem ser preparados pelo próprio hóspede. Quando oferecidos dentro da UH, os meios de hospedagem disponibilizam uma cafeteira ou um bule elétrico. O kit para ofertar esse serviço é composto de sachês de chá e/ou café, açúcar/adoçante, além de copos ou xícaras (que podem ser descartáveis ou de louça).

As comodidades adicionais de um meio de hospedagem dependem do seu padrão e podem incluir piscinas, saunas, academias de ginástica e salões de jogos, serviços de spa, lojas de lembrancinhas, guarda-volumes, salas de reuniões e eventos, guia turístico (material impresso), estacionamento e serviço de lavanderia.



Também é comum a oferta de acesso à internet no quarto e, normalmente, isso não envolve custos adicionais.

3.1. Estabeleça o preço e a forma de pagamento das diárias

Quando realiza uma reserva, o turista adquire a UH selecionada por um período de tempo (diária) e o conjunto de serviços estipulados pelo empreendedor como limpeza, café da manhã, recepção, orientação sobre atrativos, opções de lazer e guiamento em passeios.

Atenção

Para calcular o preço de venda, é preciso levar em conta todos os custos envolvidos no serviço (energia, água, alimentos, limpeza e custos periódicos de manutenção) e a margem de lucro que se deseja obter.

É importante esclarecer, no ato da reserva, o que está incluído no valor da diária ou do pacote adquirido, para que a expectativa do turista coincida com o que ele encontrará durante sua visita.

3.2. Saiba as informações que devem ser transmitidas ao turista antes da reserva

- Valor da diária;
- Horário de *check-in* (admissão na hospedagem) e de *check-out* (saída da hospedagem);
- Tipo e quantidade de leitos (cama de solteiro ou casal, beliche);
- Limite de hóspedes permitido na UH reservada;
- Serviços incluídos na diária (ex.: café da manhã, almoço, troca de roupa de cama, recepção 12 h ou 24 h, estacionamento);
- Serviços existentes no meio de hospedagem, mas disponíveis apenas mediante pagamento (ex.: estacionamento, refeições extras, guiamento em trilha, passeio a cavalo);
- Forma (dinheiro, cartão, cheque) e momento de pagamento (antecipado, no *check-in*, na saída); e
- Condições para cancelamento ou troca da reserva.

4. Capacite os funcionários para o atendimento ao turista

O atendimento ao turista deve ser feito com cuidado e agilidade, pois o hóspede usufrui dos seus serviços por um limitado período de tempo e sua percepção sobre a qualidade do atendimento depende, principalmente, da experiência que ele vivencia, desde o primeiro atendimento até deixar o destino turístico. Quando algo sai do planejado, resolver os problemas com rapidez, mantendo calma e cordialidade, é essencial para proporcionar uma experiência positiva ao turista.

Além de conhecer o perfil do turista, os profissionais envolvidos no atendimento devem conhecer detalhadamente os processos e as atividades executadas no empreendimento. Devem conhecer o processo

de reserva, saber quais os serviços oferecidos e ter autonomia para resolver possíveis imprevistos ou conseguir contatar, rapidamente, outros profissionais que possam solucionar eventuais problemas.

Em algumas situações, imprevistos e problemas podem não ser resolvidos dentro de um tempo viável para o hóspede. Quando isso ocorrer, o empreendedor e a equipe de atendimento devem estar preparados para lidar com a possível frustração do hóspede, oferecendo-lhe suporte, quando necessário, e compensações quando possível, de forma a tentar que a experiência do hóspede ainda seja positiva.



4.1. Recepção o turista

Nos meios de hospedagem, o colaborador que recebe o turista faz o papel de recepcionista. Sua função é conferir as informações de reserva, completar os dados necessários para o cadastro do hóspede e apresentar-lhe suas acomodações. O recepcionista entrega as chaves da UH reservada, explica todo o necessário para que o visitante

se sinta à vontade (instruções sobre estacionamento, internet, ligações intermunicipais, horário do café da manhã, entre outros) e informa sobre serviços opcionais.

Atenção

Durante todo o período de estadia, é essencial que um colaborador esteja disponível para atender o hóspede, caso haja necessidade.

4.2. Realize o cadastro dos turistas

Receba o turista de forma amistosa, solicite um documento de identificação e confira a reserva realizada. Após o cadastro, conduza o turista até seu local de pernoite e explique o funcionamento do empreendimento. Esse atendimento deve incluir explicação de uso dos equipamentos disponíveis no quarto, horários e locais das refeições.

4.3. Faça as atividades diárias durante a estadia

Durante o período de permanência no meio de hospedagem, o hóspede poderá usufruir dos mais diversos serviços, como restaurante, serviço de quarto, bar, sala de jogos, trilhas na natureza, atividades lúdicas e pedagógicas, entre outros.

Além dos citados, o hotel pode oferecer serviços de transporte, serviços comerciais, como loja de produtos locais, guia de turismo profissional ou guarda de objetos de valor. Identifique os serviços que podem ser oferecidos no seu empreendimento, de forma gratuita ou mediante pagamento, e informe ao turista, de forma a agregar valor ao serviço prestado.

5. Saiba como proceder no fechamento da hospedagem (*check-out*)

Check-out é o procedimento usado para identificar a saída de um hóspede, quando este desocupa a UH, e os colaboradores verificam as acomodações e instalações utilizadas por ele, bem como o consumo do frigobar ou da geladeira. Nesse momento, todas as despesas são contabilizadas e é feita a emissão do extrato para verificação do hóspede e pagamento.

Quando o hóspede informar na recepção que deseja fazer o check-out:

- Peça a chave da UH;
- Localize a conta e confira os dados do cliente;
- Verifique se há débitos não lançados no sistema, como o consumo no frigobar, por exemplo;
- Pergunte ao hóspede se ele fez alguma despesa antes de sair;
- Apresente o extrato da conta do hóspede, para que ele o confira;
- Confirmadas as despesas, faça a cobrança do montante. O hóspede pode fazer o pagamento de várias formas: dinheiro, cheque ou cartão de crédito, usando voucher ou faturando em nome de uma empresa. As regras serão definidas pelo empreendedor e os colaboradores devem seguir essas orientações;
- Emita a nota fiscal;

RECEBEMOS DE Finer Soluções Informáticas LTDA OS PRODUTOS/LUZI SERVIÇOS CONSTANTES DA NOTA FISCAL ELETRÔNICA INDICADA.		NF-e																																	
PARCELAS EMITIDAS EM VALOR TOTAL R\$ 2,20 DESTINADA(L) À(S) EMISSÃO EM AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO - SEM VALOR FISCAL.		Nº. 000.000.020																																	
QUATROZ DE JULHO, 1.º CENTRO - PONTA GROSSA - PR.		Série 003																																	
DATA DE RECEBIMENTO		DETERMINAÇÃO ANTI-FRAUDE DO FISCALIZADOR																																	
IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO																																			
Finer Soluções Informáticas LTDA Diretor Celso de, 602 Centro - 80010-002 Ponta Grossa - PR Fone/Fax: 422231295		DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica																																	
		 CHAVE DE ACESSO 4117 8308 2016 9058 9753 Nº. 000.000.020 Série 003 Folha 1/1																																	
NOTIÇÃO DE OPERAÇÃO		Consulta de autenticidade no portal nacional de NF-e www.alef.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora Protocolo de Autenticação de 1500																																	
INSCRIÇÃO ESTADUAL		CNPJ - CN																																	
VENDA		1411 - 01/03/2017 14:34:32																																	
INSCRIÇÃO ESTADUAL DO CONTRIBUÍVEL		CNPJ - CN																																	
DESTINATÁRIO / RESIDENTE																																			
NOME RAZÃO SOCIAL		CNPJ (CNP)																																	
DATA DA EMISSÃO		01/03/2017																																	
NÃO EMITIDA EM AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO - SEM VALOR FISCAL																																			
INSCRIÇÃO ESTADUAL		ESTADO (UF)																																	
QUATROZ DE JULHO, 1		CENTRO																																	
CEP		84010-100																																	
PONTA GROSSA		PR																																	
INSCRIÇÃO ESTADUAL		42998530153																																	
HORA DA SAÍDA/ENTRADA																																			
VALOR DO ICMS		VALOR DO IPI																																	
0,00		0,00																																	
VALOR DO IPI		VALOR DO PIS																																	
0,00		0,00																																	
VALOR DO PIS		VALOR DO COFINS																																	
0,00		0,00																																	
VALOR DO COFINS		VALOR TOTAL																																	
0,00		2,20																																	
TRANSPORTADOR / VEÍCULO(S) TRANSPORTADO(S)																																			
NOME RAZÃO SOCIAL		CNPJ (CNP)																																	
PLACA DO VEÍCULO		UF																																	
SEM FRETE		PR																																	
INSCRIÇÃO ESTADUAL																																			
QUANTIDADE		UNIDADE																																	
ESPECIE		MARCA																																	
DESCRIÇÃO		PREÇO UNITÁRIO																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="10">BENS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS</th> </tr> <tr> <th>QUANTIDADE</th> <th>DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO</th> <th>NCM/SH</th> <th>UNIDADE</th> <th>TIPO</th> <th>EM</th> <th>QUANT.</th> <th>VALOR UNIT.</th> <th>VALOR TOTAL</th> <th>ICMS (%)</th> <th>VALOR ICMS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0006</td> <td>NOTA FISCAL EMITIDA EM AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO - SEM VALOR FISCAL</td> <td>3202400</td> <td>0001</td> <td>5102</td> <td>und</td> <td>1,0000</td> <td>2,2000</td> <td>2,20</td> <td>0,00</td> <td>0,00</td> </tr> </tbody> </table>				BENS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS										QUANTIDADE	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	UNIDADE	TIPO	EM	QUANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	ICMS (%)	VALOR ICMS	0006	NOTA FISCAL EMITIDA EM AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO - SEM VALOR FISCAL	3202400	0001	5102	und	1,0000	2,2000	2,20	0,00	0,00
BENS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS																																			
QUANTIDADE	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	UNIDADE	TIPO	EM	QUANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	ICMS (%)	VALOR ICMS																									
0006	NOTA FISCAL EMITIDA EM AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO - SEM VALOR FISCAL	3202400	0001	5102	und	1,0000	2,2000	2,20	0,00	0,00																									
BENS ADICIONAIS		INSCRIÇÃO ESTADUAL																																	
INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES		RECEBEMOS DO FISCAL																																	
Inf. Complementares: Nº 4117/2017, Art. 1º, inciso III, Valor Aproximado dos Tributos: R\$ 0,00																																			
Impresso em 01/03/2017 às 14:39:38																																			

**SEM VALOR FISCAL
AMBIENTE DE HOMOLOGAÇÃO**

- Consulte o hóspede sobre sua satisfação com os serviços do meio de hospedagem e pergunte se há alguma sugestão a fazer. Tome nota das sugestões ou reclamações que o hóspede fizer e, no caso de reclamação, peça desculpas em nome do estabelecimento, afirmando que serão tomadas as devidas providências; e
- Agradeça a preferência e despeça-se, desejando-lhe bom dia e boa viagem.



6. Faça o controle da higiene e da segurança durante a hospedagem

A higiene em um meio de hospedagem é bem abrangente, envolvendo desde a higiene pessoal dos colaboradores até a higiene no trabalho, por meio da utilização correta dos materiais, de forma a economizar recursos e manter as condições ideais para recepção de hóspedes.

A higiene pessoal deve levar em conta questões como hábitos de higiene dos colaboradores e medidas preventivas, como lavar as mãos com frequência e usar álcool gel. Além disso, deve-se evitar que colaboradores doentes tenham contato com os hóspedes e, principalmente, com os alimentos servidos.

A limpeza adequada dos banheiros é também um ponto crítico em todos os estabelecimentos. Deve-se utilizar produtos neutros, que não provoquem alergias, e realizar a limpeza com bactericidas, de forma a eliminar qualquer fonte de contaminação.



A higiene em algumas atividades específicas é de fundamental importância, como a manipulação e o preparo de alimentos. O uso de toucas descartáveis, aventais, luvas e outros meios para conter a contaminação é altamente recomendado, sempre de acordo com as normas sanitárias para a manipulação daquele insumo específico.



6.1. Higienize os ambientes durante a hospedagem

- Mantenha os ambientes ventilados;
- Disponibilize a todos os hóspedes e colaboradores acesso fácil a pias com água corrente, sabonete líquido, toalhas descartáveis e lixeiras, sempre que possível, com tampa acionada por pedal;
- Oriente os colaboradores a não colocarem os lábios no bico ejetor de água dos bebedouros, disponibilizando e facilitando o acesso a copos descartáveis (soluções ecológicas também são encorajadas);
- Frequentemente, realize a desinfecção de bebedouros com álcool 70% e, sempre que possível, providencie a substituição de bebedouros por galão de água mineral com copos descartáveis; e
- Se houver sistema de ventilação artificial (ar condicionado), estabeleça um controle rigoroso da manutenção e limpeza dos filtros.

7. Identifique os cuidados necessários com o meio ambiente

Apesar de ser uma atividade com grande potencial econômico e social, toda atividade turística possui impacto sobre o ambiente, uma vez que exige a utilização de recursos como energia e água, além de aumentar a produção de lixo. Para reduzir os danos, é essencial que o empreendedor de turismo conheça os possíveis impactos do turismo em sua propriedade, planejando ações que preservem o ambiente e que garantam o potencial turístico no futuro.

Algumas formas de identificar e reduzir os impactos são:

- Utilizar energia solar ou outra forma alternativa de energia;
- Separar o lixo orgânico do reciclável;
- Fazer compostagem do lixo orgânico; e

- Imprimir somente o que for extremamente necessário para o controle do empreendimento (fichas de cadastro, faturas, comprovantes, entre outros).

Atenção

Você também pode informar aos visitantes seu esforço para reduzir o impacto do turismo no seu empreendimento, permitindo que eles possam contribuir:

- Utilize placas ou cartões nos quartos com dicas sobre como o turista pode ajudar a economizar água e energia;
- Informe os locais corretos para descarte de lixo orgânico e reciclável;
- Sinalize os caminhos e as trilhas, de forma que o turista saiba onde deve ou não caminhar; e
- Ofereça aos turistas atividades educativas que contribuam para a preservação do meio ambiente, como plantio de mudas e reciclagem correta de lixo.

IV

Conhecer sobre os serviços de alimentação no turismo rural

Os gastos com alimentação estão entre as principais despesas dos turistas brasileiros, concorrendo apenas com o transporte e a hospedagem. Além disso, para muitos turistas, a cultura alimentar, ou gastronomia, é a principal motivação para viajar.

1. Conheça a importância da alimentação no turismo

É inegável que, junto à hospedagem, a alimentação é a maior necessidade do turista a ser atendida, afinal, todos precisamos nos alimentar diariamente. No turismo, no entanto, essa necessidade se transforma também em fonte de prazer e bem-estar para o visitante, ao mesmo tempo em que o conecta com os costumes locais.

A gastronomia nada mais é do que a alimentação com foco no prazer de quem degusta o alimento, utilizando referências locais e regionais e transformando uma simples refeição em algo extraordinário, por meio do afeto no preparo e do aprimoramento dos alimentos. Cada vez mais, a gastronomia se torna parte essencial do turismo, em especial do turismo rural. Muitos viajantes escolhem seus destinos devido às comidas típicas e aos produtos que podem ser degustados e, muitas vezes, pelos eventos e festivais que são realizados em torno dos ingredientes e pratos emblemáticos de uma região.



1.1. Identifique o potencial gastronômico da sua região

As técnicas e os costumes relacionados ao preparo de alimentos de cada povo têm vínculo com a cultura, religiosidade, classe social, etnia, localização geográfica e capacidade produtiva dos recursos naturais. Em geral, a gastronomia de cada povo é construída em torno dos ingredientes locais que são abundantes e estes, pela sua disponibilidade, são consumidos cotidianamente pelos habitantes locais. Os pratos típicos são os que mais atraem o interesse dos visitantes, que buscam provar os itens localmente e, depois, adquirir produtos para consumir em casa ou presentear amigos e familiares.



Para compreender o potencial turístico da sua localidade ou região, é preciso identificar os ingredientes mais utilizados pelos habitantes e os principais pratos elaborados com esses ingredientes.

1.1.1. Escolha os ingredientes locais e seus fornecedores

Toda localidade possui uma identidade alimentar e, para entender o potencial da alimentação regional como atrativo turístico, o primeiro passo é identificar os principais ingredientes, as técnicas de preparo e os conceitos relacionados à utilização desses insumos.

A partir do entendimento dos principais ingredientes e pratos típicos, o empreendedor que deseja iniciar uma atividade no ramo de alimentação deve identificar aqueles que têm maior potencial para o turismo, sua forma de preparo e quem são os potenciais fornecedores da matéria-prima necessária para esse preparo. Na maioria das vezes, os melhores fornecedores serão produtores e outros empreendedores locais.



Vantagens de adquirir produtos da própria comunidade:

- Aproximação com moradores locais;
- Impacto positivo sobre a economia local;
- Itens mais frescos e com rastreabilidade de origem; e
- Possibilidade de negociar melhores condições de entrega e pagamento.

Após tomar a decisão de iniciar o negócio no ramo de alimentação, o empreendedor deve planejar o que será oferecido ao cliente, como e a que custo.

1.1.2. Elabore um cardápio

O cardápio de um restaurante está diretamente ligado ao propósito do estabelecimento. Por isso, deve-se levar em consideração seu público-alvo e a proposta do empreendimento. Se o estabelecimento será um restaurante de comida mineira tradicional ou uma lanchonete simples com mercadinho de produtos locais, tudo isso influencia no cardápio que será elaborado. Assim, a partir do público principal e dos objetivos do restaurante, cria-se uma identidade do empreendimento.

a) Estude o item alimentação nos empreendimentos locais e o perfil do turista que frequenta a sua localidade

É essencial conhecer o entorno do seu empreendimento, de forma a identificar os possíveis concorrentes e identificar demandas que ainda não foram atendidas. Por exemplo: pode ser que os estabelecimentos vizinhos só funcionem durante o dia e haja carência na região de locais para jantar. Essa é uma oportunidade para um empreendimento que funcione no período da noite.

Atenção

O tipo de alimento servido, a sofisticação do local e do serviço e os dias e horários serão determinados pelo perfil do turista e por suas expectativas. Uma forma importante de agregar valor ao estabelecimento é montar um cardápio que tenha conexão com os costumes da comunidade e utilize ingredientes locais. Por isso, conversar com os turistas e com outros empreendedores é fundamental.

b) Com base nos resultados do seu estudo, escolha o tipo de empreendimento e os alimentos que serão servidos

São exemplos de alimentos servidos em cada tipo de estabelecimento:

Restaurantes: refeições completas, pratos feitos, self-service/bufê, porções e petiscos, pizzas, bebidas alcoólicas, refrigerantes, sucos naturais, água mineral, sobremesas e doces



Lanchonetes: salgados, quitandas, biscoitos, bolos, sanduíches, refrigerantes, sucos naturais, água mineral, cafés, chás, chocolate quente ou gelado, doces e sorvetes



Cafeteria: quitandas, biscoitos, bolos, café expresso, café filtrado, chás, sanduíches, salgados e água mineral



c) Defina o horário de funcionamento

O horário ideal será definido pela demanda local e pela disponibilidade do empreendedor e dos colaboradores de oferecerem serviços em determinado período.

d) Defina o tipo e a sofisticação do serviço

Dependendo do seu público, pode ser necessário investir no conforto e na melhoria da aparência do salão, bem como adquirir talheres, louças e copos de melhor qualidade. Além disso, os colaboradores devem ser treinados para executar o serviço de forma padronizada, conforme definido pelo empreendedor. Tudo isso também será definido considerando o perfil do público.



e) Liste os itens que irão compor o cardápio

Identifique os ingredientes necessários para produzir cada item e a quantidade necessária de cada ingrediente para preparar uma unidade de cada item oferecido no cardápio. Depois, dimensione quantas unidades são vendidas, em média, diariamente (ou quanto pretende vender). Calcule, então, a quantidade de insumos que você deve possuir no seu estabelecimento todos os dias.

Item	Insumos	Quantidade por porção	Unidades vendidas por dia	Total de insumos por dia
Sanduíche de frango com ora-pro-nobis	Pão artesanal	1 unidade	15	15 unidades
	Frango desfiado	200 g		3.000 g
	Molho especial	20 g		300 g
	Ora-pro-nobis	50 g		750 g
	Tomate	2 fatias		30 fatias
X Salada	Pão de hambúrguer	1 unidade	20	20 unidades
	Carne de hambúrguer	1 unidade		20 unidades
	Queijo prato	2 fatias		40 fatias
	Alface	2 folhas		40 fatias
	Tomate	2 fatias		40 fatias
	Maionese	20 g		400 g
Misto quente	Pão de forma	2 fatias	20	40 fatias
	Presunto	2 fatias		40 fatias
	Queijo prato	2 fatias		40 fatias
Sorvete de morango	Sorvete artesanal	100 g	30	3.000 g
	Casquinha caseira	1 unidade		30 unidades

f) Defina os itens sazonais

Alguns itens do cardápio podem ser sazonais, ou seja, dependem de ingredientes que só estão disponíveis em algumas épocas do ano. Caso isso ocorra, identifique esses itens e informe ao cliente no momento do atendimento.

Atenção

Independentemente do motivo, é importante informar ao cliente antecipadamente sobre a falta de algum item do cardápio. Isso evita frustrações e insatisfações por parte dele.

1.1.3. Calcule a quantidade de alimentos a preparar

a) Calcule quantos clientes pretende servir e a quantidade de cada prato

Para evitar desperdícios e não perder vendas, é preciso manter o controle da quantidade necessária de cada ingrediente para produzir cada item do cardápio. Veja exemplo no item “e”.

Atenção

Quando o empreendimento é novo, deve-se fazer uma estimativa dos insumos e ir adequando ao longo do tempo de funcionamento.

b) Defina o tamanho da porção servida em cada prato

Para dimensionar essa quantidade de forma realista, os colaboradores devem receber treinamento para o preparo correto de cada item, de forma a manter as quantidades definidas previamente e garantir o preparo correto e saudável.

É interessante informar no cardápio o tamanho da porção de cada item. Caso não seja possível, deve-se instruir o colaborador do serviço a transmitir as informações corretas.

Tendo a lista de ingredientes de cada item do cardápio em mãos, calcule a quantidade de alimentos prontos necessária para servir as porções para o número esperado de clientes.

Atenção

Confira a quantidade e qualidade de cada insumo antes do início da operação do dia, para evitar que itens estragados ou fora de padrão atrapalhem a produção e o serviço.

c) Calcule o custo de cada prato

A partir da lista de insumos para cada item do cardápio, é possível calcular o custo total de cada prato servido. Para compor o preço final de venda de cada item, deve-se levar em conta:

- Custo da matéria-prima;
- Custos fixos do estabelecimento (energia, água, limpeza);
- Custos com funcionários; e
- Margem de lucro que o empreendedor pretende obter.

1.1.4. Defina a necessidade de matéria-prima

a) Avalie o rendimento dos alimentos crus

Para cada insumo necessário, identifique o rendimento da matéria-prima da forma como é adquirida pelo estabelecimento.

Exemplos:

- Quantas fatias, em média, se obtém de um tomate de 100 g?

- Quantos gramas de frango desfiado se obtém de 1.000 g de frango congelado?

b) Verifique a frequência necessária de aquisição de cada matéria-prima

Algumas matérias-primas têm maior durabilidade ou podem ser adquiridas congeladas, o que permite que o insumo possa ser estocado por mais tempo. No entanto, insumos como vegetais, frutas, carnes e pães têm tempo curto de duração e devem ser adquiridos com o maior frescor possível.

Para evitar contratempos, mantenha um acordo de entrega periódica com os fornecedores, de forma que os insumos sejam renovados com a frequência necessária.



c) Avalie o espaço disponível para armazenamento das matérias-primas com qualidade

De posse da lista de insumos necessários, avalie o espaço disponível para armazenamento e se este possui as condições adequadas para cada insumo.

São exemplos de equipamentos que auxiliam no armazenamento de insumos:

Freezer: carnes, alimentos semiprontos, sorvetes e outros itens que forem recebidos congelados.



Refrigerador: carnes, vegetais e alimentos semiprontos que precisem de refrigeração constante.



Estufa (quente ou fria): alimentos prontos para o consumo e que deverão ser comercializados no mesmo dia.



Atenção

Consulte o serviço de vigilância sanitária do seu estado e município para conhecer as normas específicas de conservação e preparo de alimentos.

d) Adquira a matéria-prima necessária para o funcionamento do empreendimento

O empreendedor deve planejar a melhor forma para aquisição de cada insumo. Em alguns casos, é melhor agendar entregas no próprio estabelecimento; em outros, é melhor que o próprio empreendedor vá às compras em busca de melhores preços e negociações.



Atenção

Planeje o suprimento de matéria-prima, levando em conta o acesso de entregadores ao estabelecimento, a frequência de entrega e a presença de um colaborador informado que possa receber as entregas. Tenha sempre opções para casos de imprevisto.

e) Reavalie mensalmente a quantidade e qualidade da matéria-prima e a logística de fornecimento, buscando possíveis melhorias

Após algum tempo de funcionamento, o empreendedor deve refletir sobre a matéria-prima adquirida diariamente:

- A matéria-prima é suficiente?
- É de qualidade aceitável para o padrão do estabelecimento e para meu cliente?
- O sistema de entregas/compras está funcionando ou há algo que devo mudar?

- O fornecedor está me atendendo de forma satisfatória ou devo buscar alternativas?



Atenção

Em alguns casos, pode ser necessário reduzir a aquisição de algum insumo, quando determinado item do cardápio está com baixa saída, ou aumentar a compra, quando a demanda é maior do que o previsto. O empreendedor deve estar atento aos sinais e se adaptar, quando necessário.

2. Dimensione os utensílios de cozinha e copa

Todo empreendimento precisa de uma estrutura mínima para funcionar. Essa estrutura básica varia de acordo com o perfil do estabelecimento mas, em geral, são necessários os seguintes itens principais:

- **Fogão**



- **Freezer e geladeira**
- **Processador de alimentos, liquidificador e espremedor para suco de frutas**



- **Balcões térmicos (frio e quente)**



- **Utensílios de cozinha (panelas, talheres para cozinhar, bandejas, botijão de gás, toalhas de papel, panos de prato e recipientes diversos)**



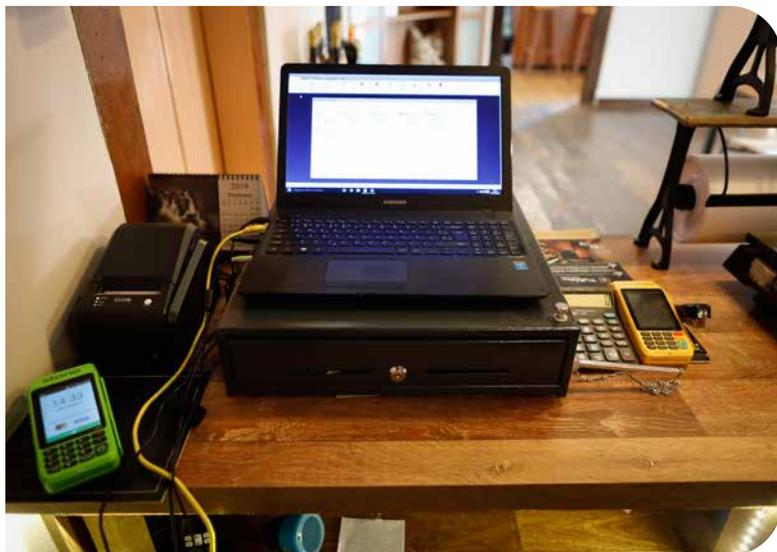
- **Utensílios de serviço (pratos, talheres de serviço, bandejas, copos, jarras e recipientes diversos)**



- **Balança eletrônica**



- Caixa registradora



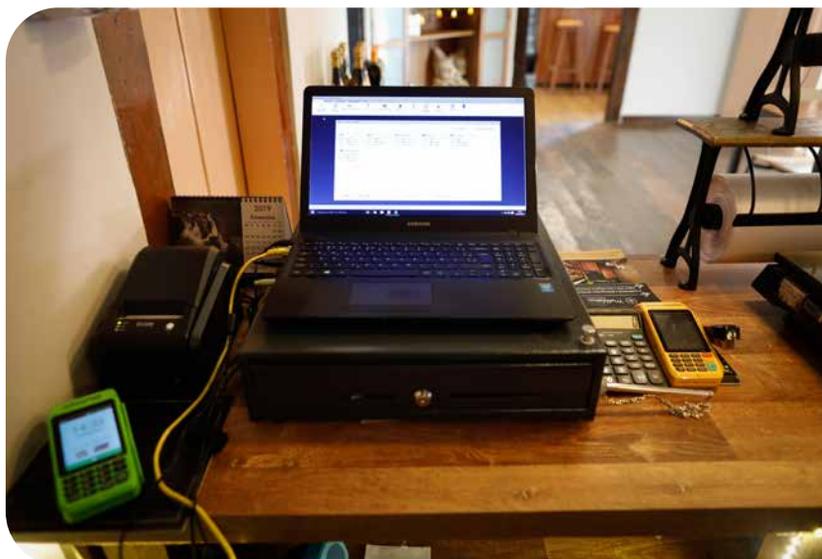
- Mesas e cadeiras



- **Material de escritório em geral**



- **Computador e telefone**



Os itens de copa e cozinha devem ser mensurados conforme o estilo de alimentos servidos no restaurante. Caso o estabelecimento trabalhe com alimentos prontos ou semiprontos, provavelmente poderá operar com uma estrutura menor, que permita o armazenamento correto dos alimentos e, se necessário, o seu reaquecimento. Caso o estabelecimento opte pelo preparo completo dos alimentos, como ocorre na maioria dos restaurantes, será necessária uma estrutura maior para o funcionamento e, também, para atender à legislação específica.

3. Entenda a experiência do turista a partir da alimentação

A gastronomia tem grande importância para a experiência do turista. Vivenciar a cultura alimentar do destino contribui para experiências mais autênticas, que são ainda mais intensas quando reforçadas por um forte vínculo com os costumes locais e estão associadas a produtos desenvolvidos localmente que podem ser adquiridos pelos turistas. O turismo rural, que tem forte conexão com a gastronomia local, pode auxiliar no resgate das tradições, na autoestima da comunidade e no desenvolvimento sustentável.

Benefícios de uma forte gastronomia para a comunidade local:

- Redução da sazonalidade turística;
- Diversificação da economia rural;
- Criação de postos de trabalho;
- Estímulo à produção agropecuária local;
- Reforço da autoestima da comunidade;
- Valorização do patrimônio natural e cultural; e
- Fortalecimento da identidade local.

Benefícios de uma forte gastronomia para o turista rural:

- Experiências mais autênticas;
- Criação de vínculo entre o turista e a localidade;
- Participação ativa nos costumes locais; e
- Desenvolvimento de uma estrutura mais completa e de opções de entretenimento para o turista, como eventos temáticos, cursos e oficinas e aquisição de produtos acabados.



4. Planeje o serviço de alimentação

Depois de organizado o ambiente de trabalho, o fornecimento de insumos e o treinamento da equipe para a execução do cardápio, o empreendedor pode iniciar o atendimento. É recomendado realizar a chamada “soft opening”, ou abertura do negócio em pequena escala, atendendo a um número reduzido de turistas ou mesmo convidando um grupo específico para uma experiência no empreendimento, seguida de avaliação do serviço. Essa é uma forma de identificar pequenos ajustes que podem ser feitos antes da inauguração oficial do estabelecimento.

A seguir, apresentamos os passos para um atendimento com excelência em serviços de alimentação.

5. Conheça os princípios de atendimento ao turista no ambiente destinado à alimentação

A experiência do turista no serviço de alimentação está diretamente ligada à hospitalidade e à qualidade do atendimento. Por isso, a cordialidade e a atenção às necessidades deste são muito importantes para tornar essa experiência inesquecível.

Existem procedimentos básicos que ajudam o empreendedor a oferecer um atendimento com alto padrão de qualidade, independentemente do perfil de turista atendido e do grau de sofisticação do estabelecimento. A seguir, são apresentados os passos para realizar esses procedimentos.

5.1. Saiba como recepcionar o turista no ambiente destinado à alimentação

5.1.1. Dê boas-vindas ao turista



5.1.2. Acomode-o em uma das mesas disponíveis

5.1.3. Entregue o cardápio. Se houver alguma especialidade da casa, item faltante ou qualquer observação sobre os produtos disponíveis, informe ao turista neste momento

5.1.4. Dê ao turista alguns minutos para analisar o cardápio. Fique atento a ele e retorne à mesa quando sinalizar que está pronto para fazer o pedido

5.1.5. Tome nota dos itens pedidos. Caso haja itens que tenham tempos diferentes de preparação, pergunte se ele deseja que todos venham juntos ou se prefere a bebida ou o item que sai mais rápido antecipadamente

5.1.6. Informe à cozinha os itens demandados



5.2. Prepare os itens solicitados

5.2.1. Realize o preparo dos itens, buscando respeitar a ordem em que foram solicitados

5.2.2. Inicie os processos mais longos primeiro



5.2.3. Quando os itens pedidos estiverem prontos, avise ao colaborador responsável pelo serviço

5.2.4. Caso ocorra a falta de ingredientes, avise com antecedência ao colaborador de serviço, para que o cliente seja informado antes do pedido

5.3. Faça o registro do consumo do turista

Registre, em uma comanda, os itens solicitados por cada cliente. Além de facilitar o fechamento da conta, o registro é um mecanismo do empreendedor para consulta futura sobre o que foi vendido, os itens com mais saída e aqueles que precisam ser repensados.

Atenção

Atribua números às mesas para facilitar o controle.

5.4. Encerre a prestação de serviços

5.4.1. Ao final do consumo (ou quando for solicitado pelo turista), entregue o registro de consumo para conferência

5.4.2. Após a conferência do turista, pergunte a forma de pagamento

5.4.3. Receba o pagamento do turista

5.4.4. Agradeça a visita e deseje-lhe um bom dia, boa tarde, boa noite ou bom passeio



6. Verifique os cuidados de higiene e segurança alimentar

Assim como no meio de hospedagem, o empreendimento de alimentação deve receber cuidados de higiene. No caso desses estabelecimentos, a preocupação com a higiene deve ser redobrada, uma vez

que ocorre a manipulação constante de alimentos que serão consumidos por pessoas que estão fora do seu ambiente comum e, por isso, mais sensíveis à contaminação de alimentos. Além disso, os turistas estão em momento de lazer e a última coisa que desejam é uma lembrança desagradável do destino.

Fique atento às dicas a seguir para garantir a segurança alimentar no seu empreendimento:

- **Faça limpeza nos períodos em que uma menor quantidade de comida é exposta, de preferência pela manhã ou logo após encerrar o dia de trabalho**



- **Tome cuidado com máquinas de processamento de carne e todos os equipamentos utilizados na transformação dos alimentos. Verifique se todos os cantos do aparelho estão devidamente limpos e enxugados**

- Dê preferência a mesas e utensílios que sejam de aço inoxidável, pois sua limpeza é mais fácil e mais eficiente



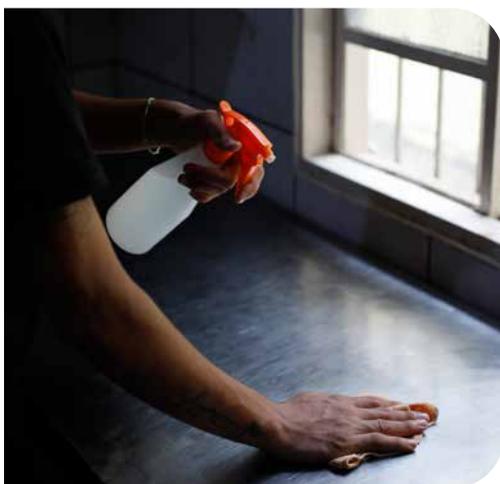
- Treine os colaboradores para efetuarem a limpeza correta e agirem sempre com responsabilidade na higiene pessoal e limpeza do ambiente de trabalho



- **Lave todos os produtos, especialmente carnes e vegetais. Higienize cada produto da forma recomendada pela vigilância sanitária**



- **Desinfete diariamente todas as superfícies em contato com alimentos**

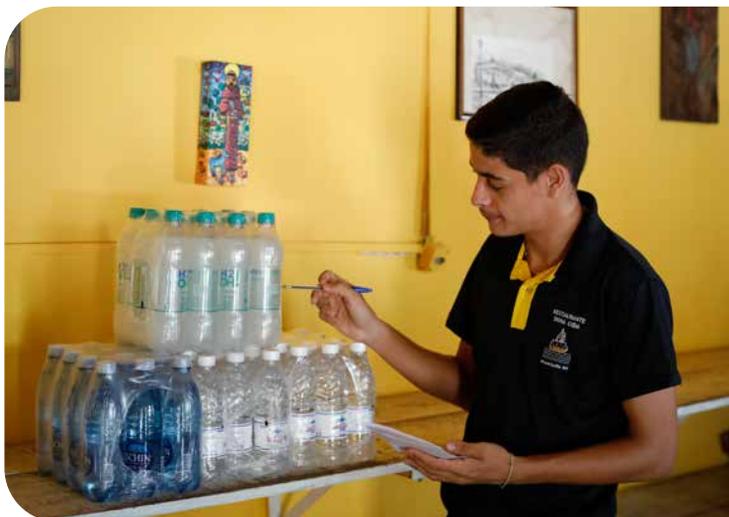


- **Faça inspeção diária da limpeza**

- **Forneça materiais de limpeza e desinfecção adequados aos colaboradores**



- **Exija qualidade e limpeza dos fornecedores de alimentos e matérias-primas**





Inspeção de insumos na recepção

- **Limpe banheiros ao menos duas vezes por dia**



7. Defina a estratégia de publicidade da alimentação

A maioria dos turistas atualmente busca informações sobre os destinos nas redes sociais e com amigos antes de viajar. No entanto, os empreendimentos de alimentação podem usufruir de uma publicidade que ocorre com o boca a boca quando o turista já está no destino. Por isso, é importante investir em uma boa qualidade do serviço e no relacionamento com outros empreendedores da comunidade, para que uns façam indicações aos outros quando questionados pelo turista.

7.1. Identifique a melhor forma de divulgação

Da mesma forma que os meios de hospedagem, os empreendimentos de alimentação podem usufruir dos materiais digitais, físicos e impressos para a divulgação dos serviços. A principal diferença desses estabelecimentos é que, no caso da alimentação, é comum que o turista usufrua dos serviços de vários estabelecimentos em uma mesma viagem, enquanto o serviço de hospedagem escolhido costuma ser único durante toda a estadia do turista.

Quando a gastronomia é um dos atrativos do turismo rural em uma determinada localidade, o turista geralmente busca se alimentar em diferentes locais, de forma a descobrir os sabores locais e ter experiências distintas em cada estabelecimento. Por isso, firmar parcerias com outros empreendimentos, sejam de alimentação, hospedagem ou outros, é de extrema importância para a sustentabilidade desse tipo de empreendimento.

7.2. Avalie a possibilidade de estabelecer parcerias locais

Parceria e cooperação são itens indispensáveis para o desenvolvimento de um empreendimento e, também, de uma comunidade. As

parcerias se tornam essenciais na medida em que um empreendedor precisa do outro, seja como fornecedor, cliente ou fonte de informação sobre outros estabelecimentos para o turista.

Atenção

A cooperação entre os diversos agentes do turismo rural facilita a organização do turismo na comunidade, aumenta a divulgação e a comercialização dos empreendimentos, melhora a diversidade de atrativos para o turista e, com isso, aumenta a chance de envolvimento do poder público na melhoria da infraestrutura básica e na promoção da localidade como um destino de turismo rural.

Como a maioria dos empreendimentos de turismo rural é de pequeno porte, dificilmente a atividade será viável com a atuação isolada de empreendedores. Por isso, recomenda-se optar pelo trabalho organizado de forma associativa, cooperativa e solidária.

Para estabelecer parcerias, é importante:

- Identificar lideranças no segmento de turismo rural;
- Analisar e avaliar as parcerias já estabelecidas, identificando formas de atuação que beneficiem ambos os parceiros;
- Estabelecer formas de atrair novos parceiros;
- Estabelecer contato com parceiros institucionais que auxiliem na profissionalização e/ou promoção dos estabelecimentos da comunidade, como o Sistema S, instituições de ensino, entidades públicas e privadas; e
- Reunir os parceiros para discutir estratégias de atuação coletiva.

8. Conheça as alternativas gastronômicas regionais

A gastronomia é baseada no conjunto de costumes alimentares de um povo e na valorização da história e da tradição. Em cada região do Brasil, pode-se identificar pratos típicos que representam essa cultura regional e, se bem utilizados, podem se tornar excelentes atrativos turísticos. Alguns exemplos são:

Região Norte: maniçoba, pato no tucupi, tacacá;

Região Nordeste: acarajé, vatapá, buchada de bode;

Região Centro-Oeste: arroz com pequi, empadão goiano, caldo de piranha;

Região Sudeste: moqueca capixaba, feijoada, pão de queijo; e

Região Sul: churrasco, sopa de capeletti, chimarrão.



Em cada região, há microrregiões que possuem suas especificidades locais. Identificar os pratos típicos em cada pequena região e utilizar ingredientes locais são passos importantes para valorizar a culinária no turismo rural, nos empreendimentos de alimentação.

8.1. Saiba como transformar a culinária em souvenir

O consumo de lembranças é um costume comum à maioria dos visitantes durante a experiência em um determinado destino turístico. Entre os diversos tipos de lembranças que podem ser adquiridos pelos turistas, seja para consumo próprio ou para presentear parentes e amigos, se destacam os alimentos e as bebidas. Esses itens se tornam facilmente souvenirs quando estão fortemente conectados à identidade local e reconhecidos pela sua exclusividade e qualidade. Nesse contexto, os souvenirs culinários ou gastronômicos têm o poder de prolongar a experiência da viagem.

A seguir, apresentamos alguns exemplos de itens culinários que já são reconhecidos como souvenirs pelos turistas, em diferentes partes do Brasil:

- Vinhos da Serra Gaúcha/RS
- Chocolates de Gramado/RS
- Cachaça artesanal de Salinas/MG
- Queijos da Serra da Canastra/MG
- Doces de Pelotas/RS
- Socol de Venda Nova do Imigrante/ES
- Bombons de cupuaçu em Manaus/AM
- Castanhas no Norte e Nordeste

A partir dos ingredientes típicos da sua localidade ou região, identifique aqueles que podem ser minimamente processados ou industrializados e, assim, vendidos e transportados pelo turista, de forma segura e mantendo a qualidade do produto. São itens possíveis doces, queijos, compotas, bebidas alcoólicas, café torrado e moído, biscoitos, geleias, castanhas, entre diversos outros. Também pode-se desenvolver suvenirs relacionados aos itens gastronômicos, como tábuas e facas para cortar queijo, copos de dose para cachaça, coador de pano para café, entre outros, que podem formar um kit com o produto gastronômico, agregando ainda mais valor e incrementando a renda do produtor e empreendedor do turismo.

8.2. Planeje eventos gastronômicos

Eventos são acontecimentos planejados e organizados por um ou mais indivíduos ou estabelecimentos, com o objetivo de promover ideias, produtos, locais, entre outros. Para serem bem-sucedidos, os eventos precisam divulgar novidades constantemente ou estar vinculados a fortes tradições culturais. Os eventos gastronômicos, por sua vez, têm como foco produtos alimentícios ou costumes alimentares de uma comunidade, objetivando apresentá-los ao público, gerando renda e renovando a autoestima da comunidade.

Quando eventos são organizados pelo poder público ou de forma coletiva entre empreendedores, os estabelecimentos locais ganham projeção e ampliam suas vendas. Como resultado, o próprio destino ganha notoriedade e todo o comércio local se beneficia de um maior faturamento. Além disso, eventos com a temática gastronômica incentivam os produtores e cozinheiros locais a desenvolverem sua criatividade e inovação com produtos locais.

Os eventos gastronômicos podem ser:

Feira gastronômica: apresenta uma diversidade de produtos de distintos produtores, destinados ao consumo no local e, principalmente, à venda de produtos ao cliente final;

Concurso gastronômico: competição entre cozinheiros, em que há votação do público do melhor prato com um determinado ingrediente ou técnica. Pode envolver a participação de amadores ou profissionais;

Circuito gastronômico: união de estabelecimentos em torno de uma temática gastronômica, em geral um ingrediente local, em que cada estabelecimento apresenta um prato contendo esse ingrediente. Nos circuitos, em geral, o turista precisa visitar cada estabelecimento para degustar os diversos pratos desenvolvidos. Pode haver uma competição em que o público escolhe o melhor prato entre os estabelecimentos participantes;

Temporada gastronômica: evento associado a uma estação climática ou temporada de produção de um ingrediente emblemático de uma região; e

Festival gastronômico: evento com duração de vários dias que, em geral, inclui uma feira gastronômica e outros pequenos eventos culturais em torno da temática gastronômica.



Existem diversas formas de agregar valor a eventos gastronômicos. São exemplos de ações pontuais complementares a eventos gastronômicos que agregam valor aos produtos locais:

- Criação de livro de receitas;
- Criação de passaporte ou cartão fidelidade para visitação de vários estabelecimentos, oferecendo premiação para aqueles que completarem todas as visitas; e
- Aula-show ou minicursos com cozinheiros locais.



Avaliar a satisfação do turista

A satisfação do cliente é o termômetro principal para o sucesso de um negócio. O turista é o cliente final do empreendedor de turismo e, por isso, sua opinião é de suma importância para entender se o negócio está no caminho certo. Existem diferentes formas de avaliar a satisfação do turista: a mais simples é a observação das atividades, UHs e refeições que recebem maior engajamento do turista e são mais requisitadas. Para uma avaliação mais completa, pode-se utilizar formulários de avaliação, anônimos ou identificados, ou mesmo uma conversa direta do empreendedor com o turista.

1. Defina o formulário de avaliação dos serviços prestados

A melhor e mais simples forma de obter feedback sobre um produto ou serviço é consultar o cliente a respeito da sua satisfação com a compra. No serviço de turismo não é diferente: é essencial consultar o turista sobre a sua experiência.

No caso do turismo, existe uma especificidade que é muito importante: como a viagem é, em geral, um momento planejado e de curta duração, pequenas atitudes podem gerar uma excelente impressão e fazer com que o turista faça uma divulgação positiva do estabelecimento. Da mesma forma, qualquer contratempo pode se tornar um motivo de grande insatisfação e prejudicar a experiência de toda a viagem.

Por isso, é importante observar o comportamento do turista e questionar, sempre que necessário, sua satisfação com determinado produto ou serviço ofertado, de forma que qualquer acontecimento

desagradável possa ser corrigido em tempo hábil. O ideal é que a avaliação da satisfação do turista ocorra durante todo o seu tempo de permanência no empreendimento, por meio da observação do comportamento do turista e de questionamentos sobre sua satisfação.

1.1. Faça a avaliação da publicidade do empreendimento turístico

Utilizando uma conversa amistosa, no momento da recepção, pergunte ao turista como ele ficou sabendo sobre o empreendimento, se houve alguma indicação e se ele tem alguma sugestão para melhoria da divulgação.

Nesse momento, o empreendedor pode identificar os melhores canais de comunicação para atrair novos turistas. Além disso, pode identificar falhas de comunicação ou do uso de ferramentas de divulgação que, na maioria das vezes, podem ser corrigidas facilmente e com baixo ou nenhum custo.

1.2. Faça a avaliação para o serviço de transporte e o acesso ao empreendimento turístico

Identifique o meio de transporte utilizado pelo turista e questione sobre possíveis dificuldades no trajeto. Se forem identificados problemas ou dificuldades, busque outros empreendedores locais que passem pela mesma experiência e discutam possíveis soluções, seja reivindicando a intervenção do poder público, seja por meio de investimento privado compartilhado.

Atenção

Ao avaliar a acessibilidade do empreendimento, leve em conta as condições locais e a proposta. Por exemplo: o acesso difícil a uma área de proteção ambiental pode ser parte da atratividade do local e não necessariamente um problema a ser resolvido.



1.3. Faça a avaliação da recepção do turista

Durante a estadia do hóspede, é possível identificar, por meio de perguntas simples, se a sua expectativa está sendo atendida. Fique atento a questões-chave como ruídos, limpeza e prestação dos serviços básicos incluídos na hospedagem, como troca de toalhas e roupas de cama, reposição de frigobar e acesso 24 h a um funcionário do empreendimento, em caso de emergência.

Checklist de itens que podem auxiliar na avaliação do serviço de hospedagem:

- As luzes de UHs, corredores e áreas de uso comum estão funcionando corretamente?

- Televisor, frigobar, chuveiro e demais itens elétricos estão funcionando corretamente?
- A água que chega aos quartos está limpa?
- As roupas de cama e banho estão limpas e em boas condições?
- Os colchões estão em boas condições?
- A limpeza dos ambientes está em dia?
- Os alimentos oferecidos estão frescos e armazenados corretamente?
- O hóspede consegue se comunicar facilmente com a recepção?
- A internet está funcionando corretamente?
- A entrada e saída de veículos está organizada e acessível?
- O hóspede possui todas as informações necessárias para usufruir dos serviços do meio de hospedagem?

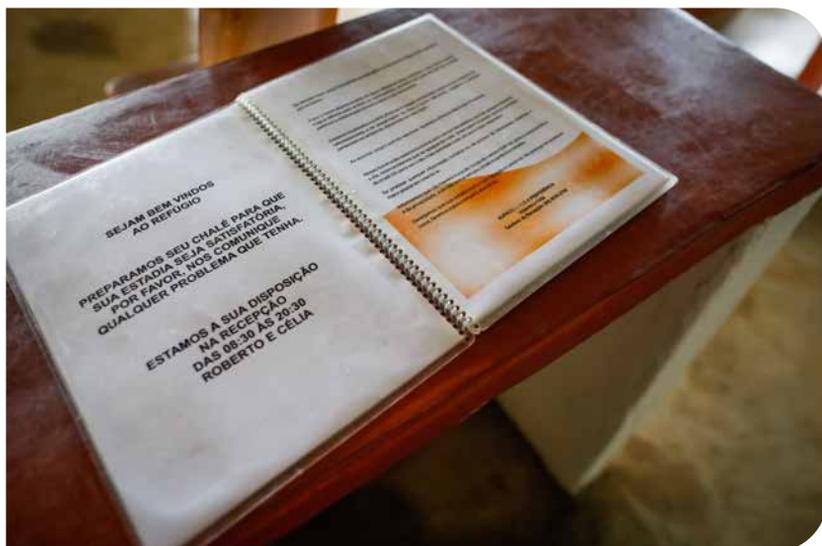


1.4. Faça a avaliação do atendimento ao turista no setor de gastronomia

Diferente do meio de hospedagem, o empreendimento de alimentação presta um serviço de duração mais curta. Por isso, o tempo para resolver pequenos problemas e causar uma boa impressão é ainda mais decisivo.

Uma das formas de avaliar a qualidade é preparar um pequeno questionário sobre os produtos e serviços do empreendimento. Lembre-se sempre de perguntar sobre aspectos básicos do seu restaurante, como atendimento do garçom, qualidade da comida, decoração do salão e custo-benefício do estabelecimento. Para incentivar que os clientes respondam, ofereça pequenos mimos ou brindes, como desconto na próxima visita ou uma sobremesa de cortesia.

Quando houver reclamações, seja ágil em atender ao cliente e oferecer uma solução ou alternativa, quando não for possível resolver o problema.



Checklist de itens que podem auxiliar na avaliação do serviço de hospedagem:

- O salão está limpo?
- Todas as mesas possuem toalha/jogo americano e guardanapos?
- Os atendentes têm conhecimento dos itens sazonais e faltantes no cardápio do dia?
- Todos os pré-preparos estão adiantados?
- O som ambiente está em um volume adequado?
- A limpeza das mesas está eficiente?
- A temperatura ambiente está agradável?
- O tempo médio de serviço está adequado?

1.5. Faça a avaliação das atividades de entretenimento

O primeiro indicativo do sucesso das atividades de entretenimento é a adesão dos turistas às atividades. Alguns serviços de entretenimento podem ser contratados antes da viagem, mas, predominantemente, a adesão ocorre depois que o cliente já fez check-in no meio de hospedagem e pede indicações ao recepcionista de atividades disponíveis no próprio empreendimento ou em outros empreendimentos próximos.

Após a adesão do turista, é preciso verificar se as expectativas geradas foram atendidas. Esse diagnóstico pode ser feito pela observação do turista por parte dos executores do entretenimento ou ao final da viagem do hóspede, por meio de um breve questionário solicitando um depoimento sobre a experiência.

Atenção

Questionários são mais eficientes quando são anônimos, deixando o turista mais à vontade para dar sua opinião honesta. Também é eficiente oferecer brindes e mimos como um estímulo.

2. Analise os resultados das avaliações

2.1. Faça os ajustes necessários

2.2. Saiba como tratar com os turistas insatisfeitos

3. Estabeleça os critérios do pós-venda

Considerações finais

O turismo rural tem se tornado uma importante alternativa de renda para o produtor rural. Se planejado de forma correta, pode ser também uma estratégia para a valorização das comunidades rurais e a preservação do meio ambiente, gerando trabalho para a mulher e o jovem do campo e proporcionando a divulgação dos produtos locais.

Por isso, é importante que os produtores que empreendem nessa atividade estejam atentos ao seu potencial, mas sempre levando em consideração que o empreendimento tem muito mais força quando inserido no contexto da comunidade, valorizando as pessoas e os produtos locais, prezando pelas parcerias e pela sustentabilidade.

As informações contidas nesta cartilha devem ser utilizadas com consciência pelo empreendedor e, sempre que possível, compartilhadas dentro da comunidade, para que as boas práticas e o respeito sejam cultivados no exercício do turismo rural. O produtor rural que deseja empreender deve acompanhar a legislação específica do setor e procurar informações atualizadas, buscando o aprimoramento das atividades de alimentação, hospedagem e acolhida no turismo rural.

Referências

BRASIL. Brasil – um prato cheio para o turismo. 2015. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/974-brasil--um-prato-cheio-para-o-turismo>.

BRASIL. Cadastro Nacional de Turismo – Cadastur. Disponível em <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>.

BRASIL. Cartilhas do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. 2015. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/assuntos/5289-cartilhas-do-sistema-brasileiro-de-classifica%C3%A7%C3%A3o-de-meios-de-hospedagem.html>.

BRASIL, Ministério do Turismo. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural. s/d. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Diretrizes_Desenvolvimento_Turismo_Rural.pdf.

BRASIL. Ministério do Turismo. Ecoturismo: Orientações básicas/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério de Turismo, p. 60, 2008. Disponível em http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Ecoturismo.pdf.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo rural: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2 ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSXO_.pdf.

BRASIL. Panorama do Turismo Rural na Agricultura Familiar/ Ministério do

Turismo e Ministério do Desenvolvimento Agrário (cooperação técnica) – Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em <http://www.terrabrasil.org.br/ecotecadigital/images/Panorama%20do%20Turismo%20Rural%20na%20Agricultura%20Familiar.pdf>.

BRASIL. Presidência da República. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Subchefia para Assuntos Jurídicos da Casa Civil. 2006. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm.

BRASIL. Presidência da República. Dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo. 1993. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8623.htm.

BRASIL. Presidência da República. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. Subchefia para Assuntos Jurídicos da Casa Civil. 2008. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm.

BRASIL. Presidência da República. Dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo. 1993. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8623.htm.

SEBRAE-PE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco. Gostar de cozinhar não é o bastante para empreender em gastronomia: Perfil de Negócios de Gastronomia. 2014. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Perfil-de-neg%C3%B3cios-Gastronomia.pdf>.

WWF Brasil. Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável. Brasília: WWF Brasil, 2003.





Formação Profissional Rural

<http://ead.senar.org.br>

SGAN 601 Módulo K
Edifício Antônio Ernesto de Salvo • 1º Andar
Brasília-DF • CEP: 70.830-021
Fone: +55(61) 2109-1300

www.senar.org.br