

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

SETEMBRO-OUTUBRO/2017



TURISMO

SEBRAE

SEBRAE
INTELIGÊNCIA
SETORIAL

CÁLCULO DA ESTADIA POR PESSOA

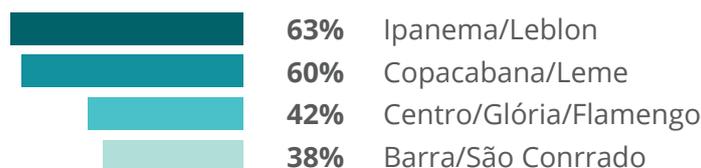
nos meios de hospedagens

Muitos empresários de pequenos negócios encontram dúvidas no momento de realizar o cálculo da estadia por pessoa nos meios de hospedagem. Esse cálculo é um fator competitivo e de diferenciação da concorrência porque impacta diretamente no preço que o hóspede irá pagar pela hospedagem. Dessa forma, o Relatório de Inteligência visa esclarecer como realizar o cálculo da estadia por pessoa e quais estratégias o negócio pode criar para manter a taxa de ocupação alta.

Mercado de hospedagem na Cidade do Rio de Janeiro

Segundo a Pesquisa de Mercado de Ocupação Hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro, no mês de abril/2017 a taxa de ocupação hoteleira foi de 49%, com a tendência de aumentar alguns percentuais conforme o final do ano se aproxima.

Taxa de ocupação por localização - abril/2017



Tempo de permanência

A média de tempo de permanência do hóspede nas hospedagens da Cidade do Rio de Janeiro é de três dias, aumentando para quatro ou cinco em regiões como Barra, São Conrado, Copacabana e Leme.

Valor cobrado da diária por quarto vendido

A média do valor cobrado da diária por quarto vendido na Cidade do Rio de Janeiro é de R\$ 305,45. Conforme a categoria de estrelas que a hospedagem tiver, os valores são alterados:



Fontes: Meios de hospedagem aderem ao mercado formal, Ministério do Turismo (2015); Cadastur, Ministério do Turismo (2017); Pesquisa de mercado - Ocupação hoteleira da Cidade do Rio de Janeiro Abril/2017, Associação de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro (2017).

INDICADORES ESTRATÉGICOS

no mercado hoteleiro

Antes de iniciar o cálculo da estadia, o empresário precisa conhecer alguns indicadores de mercado para poder trabalhar com eles:

- **Taxa de ocupação (TO):** apresenta a porcentagem de unidades/quartos que foram vendidos em relação ao total disponível no meio de hospedagem.

O cálculo utilizado é: $TO = (UHO/UH) \times 100$

TO: taxa de ocupação.

UHO: unidades de hospedagem ocupadas no período.

UH: unidades de hospedagem existentes no período.

- **Diária média (DM):** índice que apresenta o preço médio calculado para cada diária vendida no período (dia/mês/ano).

O cálculo utilizado é: $DM = RHT/NDV$

DM: Diária média.

RHT: Receita total de hospedagem no período.

NDV: Número total de diárias vendidas no período.

- **Revenue per available room (RevPAR):** esse indicador complementa a análise realizada na TO e na DM, apontando a receita por unidade/quarto habitacional disponível no meio de hospedagem.

O cálculo utilizado é:

$$\text{RevPAR} = \frac{\text{Custo fixo da unidade} + \text{Custo variável da unidade}}{(\text{Período da estadia} \times \text{Quantid. de unidades}) \times \text{Taxa de ocupação média anual}}$$



Fique atento!

Segundo estudo da STR realizado em setembro de 2016, a taxa de ocupação hoteleira no Brasil está em 52,5%, com diária média de R\$ 300 e RevPar em R\$ 157.

No segundo semestre de 2017, segundo estudo do FOHB, o Estado do Rio de Janeiro terá queda nos três indicadores: -1,9% TO, -12,2% DM e -13,8% RevPar. Porém, a queda ocorre quando comparada com o ano de 2016, que teve um desempenho alto em função das Olimpíadas.

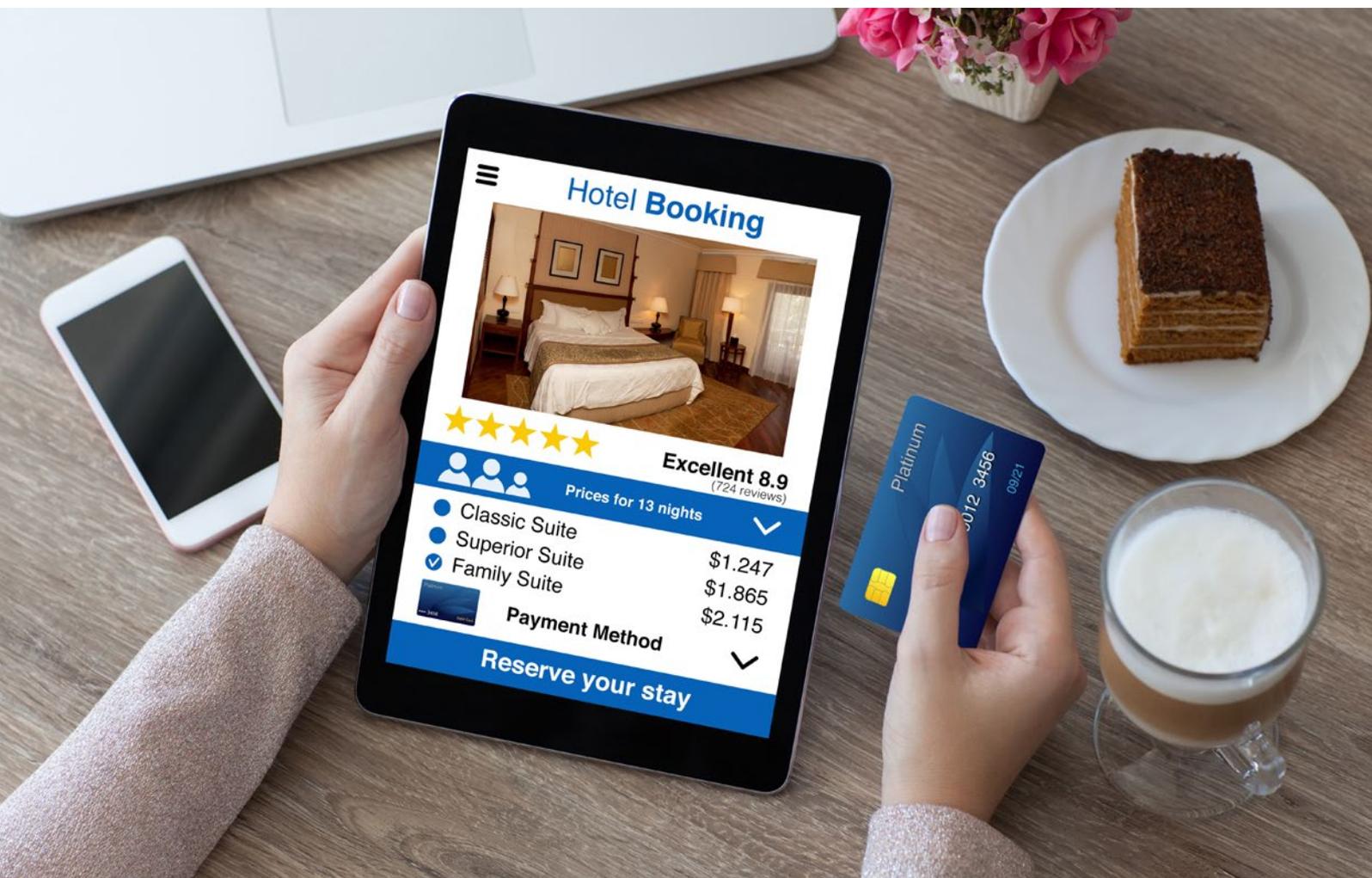


ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO

Nos meios de hospedagem

Entre algumas estratégias de precificação utilizadas nos meios de hospedagem estão:

- **Comparativo de mercado e concorrência:** é importante que o empresário acompanhe o mercado e a concorrência. Sendo assim, após determinar o preço da diária média, um comparativo com hospedagens concorrentes deve ser feito, verificando se o preço possui diferenciação ou deve ser alterado. É importante observar os preços praticados no mercado estadual e nacional, em alta e baixa temporada. Além disso, levar em consideração estabelecimentos que tenham o mesmo espaço, público-alvo, número de quartos e oferta de serviços similares.
- **Fator hóspede:** o hóspede também exerce influência no preço praticado no meio de hospedagem, avaliando se o serviço correspondeu à expectativa. Para que o fator hóspede impacte positivamente no negócio, leve em consideração alguns aspectos, como flexibilidade no preço em épocas de sazonalidade e promoções em datas comemorativas.
- **Psicologia de vendas:** o preço também deve considerar alguns aspectos psicológicos do consumidor, como preços quebrados e que finalizam em números ímpares (R\$ 39,99). Além disso, se o meio de hospedagem oferece a possibilidade de parcelamento, é melhor divulgar 4 parcelas de R\$ 99,75, no lugar de R\$ 399,00.



Fontes: Como precificar a diária do seu hotel ou pousada (Parte 1), Hospedin (2017); Como precificar a diária do seu hotel ou pousada (Parte 2), Hospedin (2017).

AÇÕES PARA MANTER A HOSPEDAGEM

com taxa de ocupação alta

Os meios de hospedagem enfrentam períodos de sazonalidade e necessitam de planejamento para manter a rentabilidade e uma boa taxa de ocupação. Portanto, separamos algumas ações que podem auxiliar o empresário a criar estratégias para esses momentos:

■ Promoções

As promoções atraem consumidores e podem ser utilizadas para enfrentar a sazonalidade. No entanto, o planejamento é essencial no momento da oferta, principalmente na escolha dos canais de divulgação e do ponto focal de reserva, como um *software* específico do meio de hospedagem ou uma plataforma terceirizada. O importante é não ocorrer duplicação de reservas, o que gera uma má experiência ao cliente.

■ Descontos para pagamento à vista ou antecipado

Além de garantir a taxa de ocupação, incentivar o cliente a pagar antecipado ou à vista mantém o fluxo de caixa do negócio.

■ Programas de fidelidade

Fidelizar o cliente garante que o mesmo retorne à hospedagem em outros períodos, portanto, um programa de fidelidade é essencial. Entre as ações que um programa de fidelização pode oferecer estão: descontos, brindes, vantagens etc.

■ Preço por permanência

Para os empresários que têm interesse em aumentar o tempo de estadia na hospedagem, é recomendado oferecer uma tarifa diária mais baixa para o hóspede que optar por aumentar sua estada.

■ Preço de acordo com dias da semana

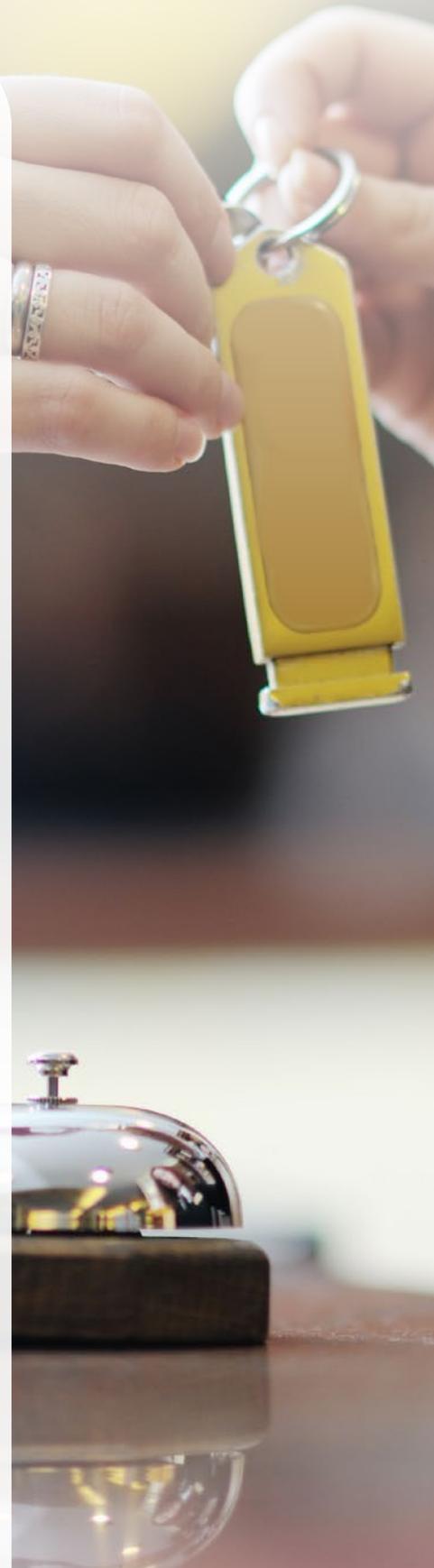
Para as hospedagens que costumam ter muitos quartos vagos em dias da semana, é possível oferecer desconto para quem optar por hospedagem nesses períodos.

■ Marketing

Investir em ações de marketing é essencial para manter o meio de hospedagem competitivo, além de atrair mais clientes. Portanto, estar presente nas redes sociais, como Facebook e Instagram, definir uma estratégia de e-mail marketing e investir em mídias pagas do Google Adwords e Facebook Ads são alternativas essenciais no segmento de turismo.

■ Canais de reserva online

A maioria das hospedagens utilizam os canais de reserva online para aumentar a taxa de ocupação. Porém, é importante que o empresário acompanhe as movimentações das reservas e a opinião dos hóspedes que utilizaram esse canal como meio para a hospedagem. O cliente costuma compartilhar suas experiências durante a estadia, influenciando outras pessoas na escolha da hospedagem.



- **Parceria com a cadeia turística**

A cadeia de turismo fortalece os empresários quando trabalham em parceria, aliando as estratégias de captação de clientes e a oferta de produtos e serviços. Quando os esforços são conjuntos, os investimentos e custos de divulgação são divididos e impactam um maior número de pessoas.

- **Campanhas segmentadas**

Os meios de hospedagem possuem fichas de cadastro com diversas informações sobre o hóspede, possibilitando cruzar dados e construir estratégias de campanha segmentadas, focadas no perfil do cliente. Além das campanhas, com o conhecimento adquirido, o empresário poderá definir quais são as prioridades de investimentos ao se relacionar com o público-alvo.

- **Pacotes *premium***

Os pacotes *premium* também atuam como uma estratégia para aumentar a taxa de ocupação de uma hospedagem, oferecendo serviços exclusivos, como spa e transporte.

- **Hospedagem para eventos sociais**

Os eventos sociais, como casamentos e formaturas, podem movimentar a taxa de ocupação de um hotel. Muitos empresários aproveitam a oportunidade para oferecer tarifas promocionais para noivos, formandos, familiares e convidados que participarão da festa. Dessa forma, o hóspede encontra um local de descanso próximo da festividade.



Fontes: Dicas para aumentar a média de ocupação e o faturamento do seu hotel ou pousada, Blog da Hotelaria (2016); TEIXEIRA, R., Hoteleiro, saiba como transformar banco de dados em alta taxa de ocupação!, Info Blog (2016); Hotelaria: estratégia de preço com base em gestão de receitas, Hospedin (2017); Taxa de ocupação hoteleira: como anda a do seu hotel?, Turbo Guest Blog (2017); 10 erros de gestão na hotelaria e como evitá-los, Blog da Hotelaria (2017), Taxa de ocupação dos hotéis: como conseguir aumentá-la?, Hotel Buzz (2017).

AÇÕES RECOMENDADAS

Hotel



O cadastro no [Cadastur](#) é gratuito e possibilita ao empresário participar de feiras, eventos e ações promocionais realizados pelo Ministério do Turismo. Além disso, ele tem acesso a programas de qualificação e linhas de financiamento específicas para o turismo.



Confira a [ABNT NBR 16534:2016 – Meios de hospedagem – Indicadores para o sistema de gestão da sustentabilidade](#), que informa ao empresário como monitorar indicadores que impactam no custo da estadia, como consumo de luz e água por hóspede, por exemplo.



Conte com o [Sebrae/RJ](#) para inovar em seu negócio. Caso necessite de auxílio para executar ações e aproveitar oportunidades, ligue para 0800 570 0800 e agende atendimento na [unidade](#) mais próxima.



Você também pode saber mais sobre outros temas relacionados ao turismo nos conteúdos produzidos pelo [Sebrae Inteligência Setorial](#). Acesse o [portal](#) e potencialize os seus negócios!



O Sebrae/RJ ministra cursos e consultorias:

- Custos e Formação de Preços
- Gestão Estratégica de Vendas - Na Medida
- Gestão de Vendas
- Marketing Na Medida
- Marketing Digital
- Planejamento de Vendas

Para mais informações, ligue para 0800 570 0800.



TURISMO
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
SETEMBRO-OUTUBRO/2017

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestor do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Marcelo Aguiar

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Poliana Valente

Analista de Informação: Camila Meneghetti

Especialista: Rafael Andreguetto

Entre em contato com o Sebrae: **0800 570 0800**

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.