



Possibilitação da inserção da *Room Tax* em hotéis associados ao Ponta Grossa Campos Gerais *Convention & Visitors Bureau*

Krysla Rodrigues Santos
Luiz Fernando de Souza
Mirna de Lima Medeiros

Resumo: Este artigo objetivou verificar de que maneira possa existir a inserção da arrecadação da *Room Tax* (taxa para o turismo voluntária obtida pelos hóspedes de acordo com a sua diária) em dois hotéis associados ao Ponta Grossa Campos Gerais *Convention & Visitors Bureau*, denominados como hotel A e hotel B, da cidade de Ponta Grossa - PR. A metodologia utilizada foi de pesquisa aplicada, de natureza qualitativa por meio de pesquisa exploratória quanto ao fim e pesquisa-ação quanto ao meio, analisando as considerações e sugestões apontadas pelos funcionários dos hotéis. Foi possível alcançar o objetivo e responder o problema de pesquisa. Como resultado foi realizado propostas que poderão auxiliar na capacitação dos funcionários da rede hoteleira, por meio também de material adequado de divulgação e a implantação de um site informativo sobre Ponta Grossa e a Região dos Campos Gerais do Paraná, além de outras formas encontradas de chegar com a proposta de ação até os funcionários e hóspedes.

Palavras-chave: Room Tax; Turismo; Convention & Visitors Bureau; Campos Gerais; Ponta Grossa.

Abstract: This article aims to enable the insertion of the Room Tax collection (a rate for voluntary tourism obtained by the guests in accordance with their daily rates) in two hotels associated with Ponta Grossa Campos Convention & Visitors Bureau, hereinafter called hotel A and hotel B, from Ponta Grossa – PR [State of Paraná]. The methodology used was applied research, of qualitative matter by means of exploratory research regarded to the end and action-research regarded to the environment, analyzing the considerations and suggestions pointed out by the hotel employees. It was possible to reach the objective of this article and the issue of this research was answered. As a result, a training course was held for the employees, as well as an adequate promotion material and the implementation of an informative website about Ponta Grossa and Campos Gerais Region of Paraná.

Key-Words: Room Tax; Tourism; Convention & Visitors Bureau; Campos Gerais; Ponta Grossa.

INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a possibilidade de capacitação para a cobrança da *Room Tax*, taxa voluntária aos hóspedes nos hotéis associados ao *Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau* (PGCG CVB). Trata, mais especificamente, dos casos dos dois maiores hotéis associados à entidade (denominados no artigo como hotel A e hotel B), ambos situados na cidade de Ponta Grossa no estado do Paraná.

O *Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau* (PGCG CVB) é uma entidade sem fins lucrativos formada por participantes da iniciativa



privada e do poder público com o objetivo de alavancar o desenvolvimento turístico da Região dos Campos Gerais do Paraná por meio do Turismo de Negócios e Eventos, segundo dados do site institucional (PGCG CVB, 2016).

A unidade de Ponta Grossa, que trabalha com a Região dos Campos Gerais do Paraná, foi fundada em 2005 como “Associação Ponta Grossa de Turismo e Eventos” e tem a missão de promover a Região dos Campos Gerais do Paraná para o Turismo de Negócios e Eventos através da capacitação, promoção e apoio a eventos, visto que novos empresários buscam atender a necessidade de atualização e qualificação do atendimento turístico para o bem-receber.

Dessa forma, parte-se do seguinte questionamento de pesquisa: como inserir a *Room Tax* nos hotéis associados da entidade?

Sendo assim, tem-se como objetivo geral possibilitar a inserção da arrecadação da *Room Tax* em dois hotéis associados ao PGCG CVB. Para alcançar este objetivo, delineou-se os seguintes objetivos específicos:

- Capacitar os funcionários dos hotéis A e B para a abordagem da *Room Tax*;
- Criação de material de divulgação sobre a *Room Tax*;
- Desenvolvimento de um site para oferecer informações sobre o destino dos Campos Gerais do Paraná aos turistas.

A metodologia para a realização deste trabalho foi pesquisa qualitativa, através de capacitação profissional nos hotéis, onde foi possível analisar e interpretar as dificuldades e considerações apontadas pelos funcionários e, assim, chegar a uma solução adequada à realidade de cada hotel.

Nas seguintes seções você encontrará o referencial teórico, que abordará a relevância da atividade turística para o setor econômico, o que é um *Convention Bureau* e qual sua contribuição para a cidade e o que é a *Room Tax* e de que forma ela colabora para a fomentação do turismo. Em seguida encontra-se os métodos utilizados no trabalho, contendo um detalhamento da execução da pesquisa. Na seção dos resultados e discussão encontra-se a análise dos dados da pesquisa e quais encaminhamentos foram dados ao PGCG CVB para alcançar o objetivo.



REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo faz parte do terceiro setor, um setor econômico relacionado aos serviços em que pessoas ou empresas trabalham com a missão de satisfazer determinadas necessidades. Cooper, Hall e Trigo (2011) citam os quatro verbos que um turista conjuga ao chegar em seu destino: comer, dormir, comprar e visitar. Essas necessidades precisam ser atendidas com qualidade.

Entende-se que o turismo, em síntese, é um deslocamento voluntário e temporário provocado por uma motivação, por pessoas que não residem na cidade. Para realizar esta atividade é preciso planejamento e administração, olhando para ela como um sistema, considerando todos os seus aspectos.

Segundo dados da EMBRATUR (2015), esta atividade tem crescido cada vez mais, tornando-se um fenômeno, contribuindo com 9% do PIB mundial. Isso acontece, pois essa movimentação faz com que essas pessoas utilizem a infraestrutura básica, turística e de apoio da cidade. Devido à relevância deste setor para a economia, faz-se importante a capacitação profissional e o uso de informações atualizadas para a hospitalidade se transformar em lucro para a economia local.

Os *Convention & Visitors Bureaux*, entidades reconhecidas mundialmente, possuem sedes nacionais e internacionais, que tem por finalidade promover e representar seus associados no setor turístico, desenvolvendo o segmento de Turismo de Negócios e Eventos. No Paraná existem sete: Curitiba, Cascavel, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Morretes e Ponta Grossa.

Segundo Schuler e César (2014, p.12):

Define-se o *Convention & Visitors Bureaux* (CVBx) como importante articulador dos processos de desenvolvimento do turismo no país. Sua configuração como entidade de elaboração e de desenvolvimento de ações voltadas aos visitantes profissionais destaca-se como representante de importante parcela do turismo, e principalmente como referência na elaboração de práticas envolvendo eventos.



Os CVBx são operacionalizados através das mensalidades dos seus mantenedores e da *Room Tax*, também conhecida como taxa para o turismo. Essa taxa é uma contribuição voluntária cobrada aos hóspedes por diária no *check-out*, com a finalidade de promover a capacitação profissional e a melhoria constante dos serviços turísticos locais. Como retorno possibilita a produção de mapas e folhetos informativos sobre as cidades do Paraná, ações e promoções turísticas, captação e apoio a eventos, atividades para os mantenedores, qualificação de colaboradores e descontos em empresas associadas.

O valor da taxa varia em cada CVB, em Ponta Grossa, desde 2005, é cobrado R\$1,50 por diária e é distribuído da seguinte maneira: 80% do montante mensal é repassado ao PGCG CVB e 20% permanece no hotel. Vale ressaltar que o valor da taxa, reduzido os devidos impostos, não acarreta despesas extras para o hotel.

MÉTODOS

A metodologia utilizada foi de pesquisa aplica, de natureza qualitativa por meio de pesquisa exploratória quanto ao fim e pesquisa-ação quanto ao meio.

A sua execução foi dividida em cinco partes, sendo a primeira uma reunião do executivo do PGCG CVB, onde foi criado um esboço do curso de capacitação profissional. Na segunda parte, foi apresentado o esboço do curso de capacitação no hotel A e no hotel B, onde ocorreu uma reunião com os funcionários, que puderam apontar suas considerações e sugestões sobre o projeto. Na terceira parte, ocorreu uma reunião com o hotel C, também associado e que já arrecada a taxa, para tirar dúvidas e buscar meios para aprimorar o projeto e solucionar as considerações apontadas pelos funcionários dos outros hotéis. Na quarta parte, houve outra reunião do executivo do PGCG CVB para definir os próximos passos e na quinta e última parte efetuou-se o desenvolvimento de um curso de capacitação, dos materiais gráficos de divulgação e do site sobre o destino Campos Gerais do Paraná.

O PGCG CVB já trabalha com a arrecadação da taxa no hotel C e buscando aumentar os lucros, foi reformulado o Projeto *Room Tax* em dois hotéis associados na cidade de Ponta Grossa, o hotel A e o hotel B.

Assim, a coleta de dados deu-se por meio de entrevista estruturada, da seguinte forma:

	HOTEL A	HOTEL B	HOTEL C
PARTICIPANTES	10 participantes	11 participantes	1 participante
CARGO	Recepção, mensageiro, eventos, reservas e administrativo	Recepção e financeiro	Gerência
TRABALHA COM ROOM TAX	NÃO	NÃO	SIM
PAGA MENSALIDADE	SIM	NÃO	NÃO

Quadro 01: Descrição dos participantes da pesquisa
Fonte: dados da pesquisa, 2016.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A relevância deste trabalho é vista pelo fato da entidade se manter através de dois meios: mensalidades dos associados, a qual varia de acordo com a proposta assinada por ele, tendo um valor mínimo de R\$60,00 (com base na tabela oficial dos Convention Bureaux do Estado do Paraná) e doação da *Room Tax*. Outro fator importante deste trabalho a ser considerado é a apresentação das dificuldades e soluções que podem contribuir na inserção da taxa para outras sedes do *Convention & Visitors Bureau*. Já para os hotéis A e B, ambos cadastrados no Cadastur (sistema de cadastro de pessoas e empresas atuantes no setor de turismo) vê-se a importância considerando que não há hóspedes sem investimento no turismo.

A cidade de Ponta Grossa dispõe da unidade Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau (PGCG CVB). No site do PGCG CVB, encontramos suas cinco entidades fundadoras, entre elas: Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (Acipg), Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e



Pequenas Empresas (Sebrae), Sindicato dos Hotéis e Sindi Combustíveis. Dispondo de associados que fazem parte de diversos segmentos, como: agências de receptivo, cervejarias, compras e serviços, comunicação, empresa de eventos, gastronomia, meios de hospedagem e transporte.

Para aumentar sua arrecadação, foi implantado o Projeto *Room Tax*, o que contribui com a fomentação do turismo na região e também disponibilizar informações e profissionais capacitados aos turistas, prezando o bem-receber. Para reformular o projeto, primeiro foi realizado uma reunião com o executivo do PGCG CVB, para a criação do esboço do curso de capacitação nos hotéis e de matérias promocionais e informativos sobre a taxa e para desenvolvimento de um novo site. Neste esboço do curso de capacitação, foi apresentada uma palestra que abordava: o que é o PGCG CVB, qual sua finalidade, qual sua importância, o que é a *Room Tax*, formas de abordar o hóspede, material promocional e informativo sobre a entidade e a taxa e apresentação de uma prévia do site em desenvolvimento.

Com isso, foi possível apresentar o esboço no hotel A e B para levantar as considerações e sugestões dos funcionários. Após analisar os resultados, foi realizada uma reunião com o gerente geral do hotel C, que já arrecada a taxa, para apresentar os levantamentos apontados pelos dois hotéis e assim buscar soluções para aprimorar o projeto.

O resultado encontra-se no quadro 2.

LOCAL DE PESQUISA	CONSIDERAÇÕES	SUGESTÕES
HOTEL A	<ul style="list-style-type: none">- Falta de argumentos sólidos de apresentação ao cliente para convencê-lo;- Desgastante para o hotel explicar sobre a taxa, pois prolonga o ato do <i>check-out</i>;- Gasto para o hotel devido ao cancelamento da emissão da nota, caso o cliente se recuse a pagar;- O público-alvo do hotel é de negócios e eventos, que não se considera um turista;- As empresas, ao solicitarem agendamento da estadia do funcionário, informam para não cobrar a taxa para turismo;	<ul style="list-style-type: none">- Estabelecer um valor fixo com o hotel, pois em sua visão, quem deve pagar não são os hóspedes, mas sim as empresas do trade turístico;- Desenvolver um mapa para apresentação ao hóspede, com informações como serviços e atrativos;- Apresentar descontos dos empreendimentos associados ao PGCG CVB para os hóspedes.



	<ul style="list-style-type: none">- Por ser facultativa, os clientes não se sentem obrigados a pagar, além de se sentirem incomodados diante da cobrança.	
HOTEL B	<ul style="list-style-type: none">- Funcionários necessitam de maiores informações sobre a cidade, os atrativos e entretenimento;- Visam a importância de constante atualização da agenda de eventos oferecida pelo PGCG CVB;- Se os materiais promocionais e informativos sobre o PGCG CVB e a <i>Room Tax</i> forem de fato implantados, poderão desenvolver o trabalho de arrecadação com facilidade.	<ul style="list-style-type: none">- Além de informações sobre os atrativos, adicionar informações sobre estabelecimentos de entretenimento, como bares e restaurantes;- Informar no material de divulgação da <i>Room Tax</i> que o valor é por diária;- Apresentar desconto dos empreendimentos associados ao PGCG CVB para os hóspedes.
HOTEL C		<ul style="list-style-type: none">- Alterar os termos “taxa” e “turistas” para “contribuição” e “visitantes”;- Não informar sobre taxa e nem dizer que é opcional, emitindo diretamente na nota;- Informar as ações que o PGCG CVB realizou na cidade para sensibilizar o hóspede;- Oferecer a doação referente a pelo menos uma diária (R\$1,50) caso o hóspede não queira pagar o total de sua estadia;- Emitir duas notas, sendo a primeira para encaminhamento à empresa com as despesas solicitadas e outra com os gastos extras, com a <i>Room Tax</i> e outras despesas como frigobar, lavanderia, etc.

Quadro 2: Síntese das considerações e sugestões dos sujeitos de pesquisa

Fonte: dados da pesquisa, 2016.

Com isso, pode-se perceber que o principal problema é o fato do turista de negócios e eventos (principal público dos dois hotéis) não se considerar um turista. Devido a isso, não percebe a importância em pagar a taxa, já que em sua visão, a promoção do destino, capacitação dos profissionais, panfletos informativos, entre outros benefícios apontados, não interferem diretamente em sua estadia. Outro ponto importante que se destaca nessa análise, é a mudança na abordagem ao hóspede, conseqüentemente, é necessária uma

alteração no curso de capacitação dos funcionários para a arrecadação da taxa.

Com essas considerações e sugestões apontadas pelos três hotéis, foi possível analisar e dar ao departamento do PGCG CVB os seguintes encaminhamentos:

Ajustar o site, desenvolvendo na área institucional (área pré-existente): uma seção de negócios, para empresas que queiram se associar ao PGCG CVB e para encontrar as já associadas, assim criando uma área de entretenimento; uma página onde é possível encontrar os eventos culturais e científicos da Região dos Campos Gerais do Paraná; páginas informativas e de contato com o *Ponta Grossa Campos Gerais Convention & Visitors Bureau*.

Criar uma área no site sobre o destino (área desenvolvida): uma página para cada uma das oito cidades que o PGCG CVB trabalha, com informações dos atrativos; uma página para informação da *Room Tax*. As figuras 1 e 2 apresentam essas ações realizadas no website institucional.



Figura 1 – Site PGCG CVB, página destino Campos Gerais do Paraná
Fonte: PGCG CVB, 2016



Figura 2 – Site PGCG CVB, página Room Tax
Fonte: site PGCG CVB, 2016

Ajustar os materiais promocionais, contendo todas as informações necessárias, sendo um A4 para divulgação dentro dos elevadores dos hotéis (figura 3) e outro um *flyer* anexo ao cartão-chave do hóspede (figura 4 e 5):



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu



Figura 3 – Folder A4 informativo
Fonte: Departamento de comunicação PGCG CVB



Figura 4 e 5 – Flyer anexo ao cartão-chave
Fonte: departamento de comunicação PGCG CVB



Ajustar o curso de capacitação para os funcionários dos hotéis, contendo também a demonstração de exemplos de outros *Convention & Visitors Bureaux* e um novo método de abordagem mais eficiente e com melhores argumentos para sensibilização;

Realizar um *tour* com os funcionários para apresentar os atrativos turísticos e os lugares de entretenimento da cidade apresentados no site, para que, dessa forma, possuam conhecimento para indicação aos hóspedes;

Desta forma, foi possível responder os levantamentos apontados pelos funcionários dos hotéis e acrescentar suas considerações no Projeto *Room Tax*, podendo assim, desenvolver um projeto eficaz, através de um curso de capacitação eficiente e de materiais de divulgação e um site institucional que pudessem dar ao hóspede informações não apenas sobre a taxa, mas sobre o destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi abordado a possibilidade da inserção da arrecadação da *Room Tax* em dois hotéis associados ao PGCG CVB e a importância do Ponta Grossa Campos Gerais *Convention & Visitors Bureau* na Região dos Campos Gerais do Paraná para o turismo e da contribuição da *Room Tax*, com o objetivo de inserir a taxa nos hotéis que são associados ao PGCG CVB e não trabalham com a arrecadação.

O objetivo geral proposto foi cumprido, uma vez que foi possível criar um curso de capacitação competente, materiais de divulgação adequados e um site que pudesse oferecer aos turistas informações sobre o turismo e entretenimento da cidade. Entretanto, não foi possível inserir a arrecadação da taxa nos hotéis, pois os mesmos acreditam que trabalhar com a arrecadação não trará resultado nenhum, preferindo pagar apenas a mensalidade à entidade.

Pode-se afirmar que a resposta do problema de pesquisa foi desenvolver um curso de capacitação profissional que contivesse informações



sobre: o que é o PGCG CVB, o que é a *Room Tax*, de que forma ela ajuda os visitantes da cidade – seja turista de lazer ou de negócios, apresentar técnicas de abordagem eficientes e oferecer um *tour* para os que funcionários conheçam os atrativos e espaços de lazer e entretenimento que a cidade de Ponta Grossa oferece.

Além disso, foram criados materiais de divulgação como *folders* informativos para elevador e *flyers* para acompanhar os cartões-chave dos hóspedes, dessa forma divulgando a importância da contribuição. Também foi desenvolvido um site com um *layout* dinâmico e de fácil acesso, contendo informações da cidade e região como: negócios, agenda de eventos, notícias, atrativos turísticos, campanha *Room Tax*, onde se hospedar, onde comer e o que fazer.

A importância deste trabalho é vista, pois é através da arrecadação da *Room Tax* que o Ponta Grossa Campos Gerais *Convention & Visitors Bureau* junto às mensalidades dos associados se mantém e pode adquirir fundos para realizar projetos, melhorar a infraestrutura turística da região, captar eventos, promover o destino Campos Gerais do Paraná e proporcionar aos turistas informações de qualidade que atendam às suas necessidades.

Agradecimentos

Ao Ponta Grossa Campos Gerais *Convention & Visitors Bureau* e todo os participantes da pesquisa

Referências

COOPER, C.; HALL, M.; TRIGO, L. G. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

Embratur. Instituto Brasileiro de Turismo. **Turismo contribui com 9% do PIB mundial**. 2015. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salalmprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html>. Acesso em: 25 de nov. 2016.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

PGCG CVB. **Apresentação CVB. ppt.** Ponta Grossa, 2016. Microsoft PowerPoint.

PGCG CVB. **PGCG_CVB_info. pdf.** Ponta Grossa, 2016. Adobe Acrobat Document.

SCHULER, V de L.; CÉSAR, P. de A. B. **Conventions & Visitors Bureaux e sua Formação no Brasil.** Revista Rosa dos Ventos. v. 6, n. 2 (2014).

Ponta Grossa Campos Gerais. **Turismo contribui com 9% do PIB mundial.** 2015. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/salaImprensa/artigos/arquivos/Turismo_contribui_com_9_do_PIB_mundial.html>. Acesso em: 25 de nov. 2016.