

**DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

**EDNA FRANCISCO DOS SANTOS PINHO**

**O IMPACTO DA PANDEMIA DE COVID-19 NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM:**  
**CASO DO HOTEL HOLIDAY INN CUIABÁ/MT.**

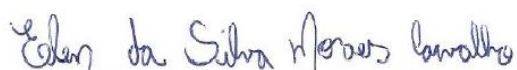
**CUIABÁ-MT**  
**2021**

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

### **O IMPACTO DA PANDEMIA DE COVID-19 NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM: CASO DO HOTEL HOLIDAY INN CUIABÁ/MT**

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso –  
Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

#### **BANCA EXAMINADORA**



---

Profa. Ma. Elen da Silva Moraes Carvalho  
(Orientadora – IFMT)



---

Profa. Ma. Rejane Pasquali  
(Examinadora Interna – IFMT)



---

Prof. Dr. José Vinicius da Costa Filho  
(Examinador Externo)

Data: 10/12/2021

Resultado: Aprovada.

## **O IMPACTO DA PANDEMIA DE COVID-19 NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM: CASO DO HOTEL HOLIDAY INN EM CUIABÁ-MT**

Edna Francisco dos Santos Pinho<sup>1</sup>

Orientadora: Profa. Ma. Elen da Silva Moraes Carvalho<sup>2</sup>

### **RESUMO:**

O presente trabalho aborda os impactos causados pela pandemia no hotel Holiday Inn em Cuiabá-MT, com o objetivo de descrever o período de crise no hotel. A pesquisa é de natureza qualitativa, para a qual foram utilizadas técnicas de levantamento de dados com aplicação de instrumentos da pesquisa em forma de entrevista semiestruturada para investigar as estratégias utilizadas para aumentar sua demanda de clientes nesse período de pandemia, e os protocolos de segurança adotados. Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva. Para a coleta de dados utilizou-se entrevistas semiestruturadas enviadas via e-mail para a gerência geral e governança do hotel. Verificou-se que com o altíssimo número de cancelamentos de reservas, o número de diárias vendidas no hotel diminuiu de forma muito expressiva principalmente entre os meses de abril e maio de 2020, em comparação ao no de 2019, último ano antes da pandemia, caracterizando uma redução de 90% no período. Nos meses subsequentes, houve um aumento gradual no número de diárias vendidas devido à flexibilização das medidas de contenção do vírus, possibilitando ao hotel o recebimento de um número maior de hóspedes. Entretanto, ainda assim esse número ficou muito abaixo do esperado, o que fez com que o hotel recorresse a demais estratégias na busca de normalizar seu número de demanda.

**Palavras chaves:** Pandemia. Hotelaria. Holiday Inn Cuiabá/MT.

### **ABSTRACT**

The present work addresses the impacts caused by the pandemic on the Holiday Inn hotel in Cuiabá-MT, in order to describe the period of crisis at the hotel. The research is qualitative in nature, for which data collection techniques were used with the application of research instruments in the form of a semi-structured interview to investigate the strategies used to increase its customer demand in this pandemic period, and the security protocols adopted. . As for the objectives, the research is classified as descriptive. For data collection, semi-structured interviews sent via email to the hotel's general management and governance were used. It was found that with the very high number of booking cancellations, the number of nights sold at the hotel decreased very significantly, especially between April and May 2020, compared to 2019, the last year before the pandemic, characterizing a 90% reduction in the period. In the following months, there was a gradual increase in the number of nights sold due to the relaxation of measures to contain the virus, allowing the hotel to receive a greater number of guests. However, even so, this number was much lower than expected, which made the hotel resort to other strategies in the search to normalize its number of demand.

**Word Keys:** Pandemic. Hospitality. Holiday Inn Cuiabá/MT.

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade turística se desenvolve mediante o deslocamento de pessoas, exigindo a existência de infraestrutura, tanto para receber quanto para suportar esse movimento. Meios de transporte, locais para alimentação e hospedagem, além dos atrativos turísticos, são elementos essenciais para atender às necessidades dos clientes, sejam eles turistas, excursionistas ou mesmo residentes.

A COVID-19 acometeu o mundo a partir do final do ano de 2019 afetando diretamente os negócios, em especial a área do turismo que sofreu restrições e proibições, por estar intimamente relacionada à circulação do vírus e à sua propagação pelos continentes, configurando a contaminação pelo novo Coronavírus como pandemia.

Diante dessas situações, as empresas hoteleiras diminuíram drasticamente suas atividades, assim como as demais infraestruturas turísticas, especialmente os meios de hospedagem. Isto se deve às restrições de deslocamento e à necessidade de isolamento, que variam não apenas pela evolução da pandemia, mas também por conta das diferentes políticas de enfrentamento adotadas pelos governantes em diferentes locais e esferas administrativas.

Em contrapartida, apesar desta delicada situação global, a diminuição do deslocamento de pessoas, associado à redução das atividades turísticas, também gerou impactos positivos, especialmente alguns ligados à natureza. Essas mudanças, por sua vez, podem afetar diretamente o turismo, pois diversos atrativos vêm recuperando suas belezas originais, ressignificando-as.

Desta forma, este trabalho aborda o impacto da pandemia de COVID-19 no hotel Holiday Inn em Cuiabá-MT. O hotel faz parte de uma rede que teve início na década de 1946, tendo como sócios/proprietários Marcilio Ramos, Daniel Ramos e Antônio Ramos donos da franquia Holiday em Cuiabá. O empreendimento inaugurado em 2010 fica localizado na Rua Miguel Sutil, 2050, bairro Jardim Leblon Cuiabá/MT, próximo ao shopping 3 américas.

O foco de atuação do Holiday em Cuiabá está voltado para o turismo de negócios. Para tanto, o empreendimento conta com uma grande infraestrutura, com salas modulares, permitindo adequar os espaços para abrigar eventos de qualquer porte.

Portanto os problemas de pesquisas são: o que está sendo feito para o hotel Holiday Inn superar os impactos administrativos? O que o hotel está oferecendo de diferencial para aumentar sua demanda?

Com isso, temos como objetivo geral descrever o impacto da pandemia no Hotel Holiday Inn em Cuiabá/MT.

Para tanto serão utilizados os seguintes objetivos específicos: Identificar as principais alterações no hotel Holiday inn Cuiabá em razão do período de pandemia; Levantar principais ações adotados para minimizar os impactos causados pela pandemia; Descrever principais práticas sanitárias adotadas pelo hotel devido a pandemia.

O tema proposto é relevante haja vista que busca entender como estão ocorrendo os procedimentos de hospedagens em meio a pandemia, e quais são às medidas que estão sendo tomadas em relação às regras sanitárias impostas, assim verificar se os meios de hospedagem se adaptaram e superaram tais mudanças.

## **2. METODOLOGIA**

A metodologia adotada foi com intuito de gerar novos conhecimentos e assim compartilhá-los sem a previsão de aplicações práticas.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa é descritiva com dados qualitativos, com o intuito de verificar quais estratégias o hotel adotou para aumentar sua demanda de clientes nesse período de pandemia.

Para melhor compreensão, Bogdan e Biklen (1994, p.47-51) desenvolvem o conceito de investigação qualitativa de acordo com cinco características:

1. A fonte direta de dados é o ambiente natural, onde os investigadores qualitativos frequentam os locais de estudo porque se preocupam com o contexto;
2. A investigação qualitativa é descritiva, pois os dados recolhidos são em forma de palavras ou imagens e não de número;
3. Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos, tendo em vista que os questionamentos são fundamentais para entender o processo do estudo;
4. Os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva, ou seja, não recolhem dados ou provas com o objetivo de confirmar ou informar hipóteses construídas previamente, mas sim as abstrações são construídas à medida que os dados particulares que foram recolhidos se vão agrupando;
5. O significado é de importância vital na abordagem qualitativa, onde os investigadores que fazem uso deste tipo de abordagem estão interessados no modo como diferentes pessoas dão sentido às suas vidas.

Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, pois é retratado o máximo possível do assunto estudado, apresentando suas características, seus

conceitos, analisando e interpretando os dados coletados. Gil (2002, p. 42) salienta que “são inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática”.

Já a pesquisa bibliográfica, para melhor entendimento, Gil (2002, p. 44) a descreve como sendo “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, ou seja, o procedimento bibliográfico compreende o atual estudo, pois foram utilizados além de livros, teses, dissertações, revistas e monografias de graduação.

Para levantamento das informações foi utilizado de entrevista semiaberta, enviada via e-mail, no dia 20 de novembro e respondidas no dia 24 de novembro de 2021 pelo gerente geral e governanta do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT.

### **3. HISTÓRIA DA HOTELARIA NO BRASIL**

Lopes (2015), afirma que no Brasil as hospedarias foram fundadas no final do século XIX e meados do XX no período colonial, sendo instaladas próximas aos portos marítimos, formando uma rede em torno da fachada atlântica, porta de entrada dos imigrantes e, também, no interior dos estados, devido à penetração pelo território seguindo as estradas e tentando beneficiar os grandes fazendeiros e os negociantes.

A primeira hospedaria de que se tem notícia no Brasil foi fundada em 1883, na Ilhadas Flores, no Rio de Janeiro (Baía de Guanabara), criada pelo governo imperial com o intuito de controlar os imigrantes.

O tempo de hospedagem era regulado por um decreto do governo, que determinava a permanência dos imigrantes, seu retorno para sua origem ou condução às fazendas para o início do trabalho (LOPES, 2015).

Outras hospedarias foram instaladas no Brasil nos destinos São Paulo, Rio de Janeiro e Juiz de Fora (Minas Gerais) para hospedar principalmente os imigrantes italianos que vinham para o território em busca de emprego nas fazendas de café.

No Rio, o primeiro hotel de classe internacional foi inaugurado em 1816 pelo francês Louis Pharoux, tendo esse hotel fortes influências europeias.

O grande marco da hotelaria carioca veio com a inauguração de dois hotéis famosos, com prestígio até os dias de hoje, o Hotel Glória, em 1922, e, no ano seguinte, o Copacabana Palace, construído pela família Guinle e desenhado pelo

arquiteto Joseph Gire, estes tendo suas administrações puramente familiares (LOPES, 2015).

Os tipos de meios de hospedagem foram definidos a partir do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), criado pelo Ministério do Turismo e publicado em 2011 em sua segunda edição, no site do Mtur. O SBClass é uma ferramenta de comunicação entre o setor hoteleiro e os turistas, que tem por objetivo orientá-los em suas escolhas de maneira clara e objetiva, a classificação de meios de hospedagem é largamente utilizada por países líderes no turismo.

### **3.1 Os novos tempos para a hotelaria brasileira**

O turismo, mais do que qualquer outro setor da economia, apresenta uma característica de extrema sensibilidade a toda alteração situacional, sendo extremamente retrátil a oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometem a saúde pública, como o recente surto da COVID-19. (BENI, 2020, p. 3).

Há que se considerar que essa retomada no setor hoteleiro deverá tímida, face aos desafios que se impõem entre a prestação do serviço e a confiança do consumidor, sobretudo quando a recomendação principal dos órgãos de saúde é o distanciamento social e por se tratar de uma área na qual a prestação do serviço depende, em grau elevado, de interação entre pessoas em ambientes físicos (COELHO; MAYER, 2020).

Para o Ministério do Turismo (2021), o cenário de pandemia foi, e ainda continua sendo, complexo e preocupante para o setor, haja vista que também impacta e muito toda cadeia produtiva da hotelaria.

É necessário continuar adotando os protocolos rigorosos nos destinos turísticos e nas empresas, passar essa segurança para que o consumidor possa voltar a se planejar para viajar e se hospedar.

Com o relaxamento das restrições de isolamento social, é possível começar a projetar um futuro próximo para o turismo. De acordo com PSDB (2021), existiram três fases para o atingimento da retomada da produção: o isolamento social, a estabilização e a recuperação.

### 3.2 A reabertura da hotelaria e os novos protocolos

Sabe-se que atualmente na retomada das atividades, alguns hábitos antigos serão resgatados e outros sofrerão alterações significativas. Neste momento surge a indagação na qual se procura respostas: Como se fará para trazer os clientes de volta e fazê-los sentir seguros em nosso hotel?

E como resposta tem-se a questão da resiliência e da empatia que vai de contraponto ao pensamento do escritor Longo (2019, p. 23) quando ele fala que “[...] em um mundo em que vivemos, se nós quisermos ser perenes, teremos que aprender a ser temporários”. Ou seja, viver o momento presente para ter a oportunidade de reinventar-se e aprender com as mudanças para criar novas estratégias, pensar diferente, deixar aflorar a empatia e desenvolver a resiliência.

Para isso, se faz necessário reinventar a cultura da hospitalidade como um recurso estratégico que deve ser aplicado na hotelaria.

O setor hoteleiro brasileiro, principalmente, tem que deixar a criatividade correr solta em busca de novas oportunidades e habilidades para poder sobressair dessa crise mundial.

Nesse sentido, a adoção de protocolos de boas práticas para prevenção da COVID-19 por parte dos meios de hospedagem se coloca como primordial para promover a segurança de funcionários e hóspedes e para arregimentar a confiança desses últimos, que precisarão ter a percepção dos cuidados que estão sendo adotados ABIH (2020).

## 4. HISTÓRIA DA MARCA HOLIDAY INN

Holiday Inn é uma cadeia multinacional norte-americana de hotéis que pertence à *InterContinental Hotels Group*. Foi fundada como uma rede de motéis em 1952, porém se consolidou e expandiu como uma rede de hotéis, com mais de 3.000 empreendimentos em 2015. O nome da empresa foi dado em referência ao filme homônimo *Holiday Inn* de 1942 com os atores Bing Crosby e Fred Astaire. (IHG, 2021)

A ideia da criação da marca *Holiday Inn* nasceu em 1951, após uma viagem do fundador Kemmons Wilson e sua família de Memphis à Washington serem frustradas por acomodações ruins e caras. (IHG, 2021)

O primeiro hotel foi inaugurado em 1952 em Memphis e introduziu parâmetros que seriam usados pela indústria hoteleira nos anos seguintes, como televisão e



telefone nos quartos, restaurante nos hotéis e gratuidade para crianças abaixo de 12 anos. (IHG, 2021)

Em 1988, a empresa vende sua participação global e em 1990 a participação na filial norte-americana para o grupo IHG (Intercontinental Hotels Group). (IHG, 2021)

No Brasil Inaugurou o primeiro hotel na cidade de São Paulo, no aniversário de 450 anos da cidade em 2004 com presença da ex-prefeita Marta Suplicy. Na época da sua inauguração, o *Holiday Inn Parque Anhembi* era um dos maiores hotéis do mundo, com um investimento de 150 milhões de reais, 40 mil peças de enxoval, 18 mil talheres, 8 mil lâmpadas, 780 quartos e 12 elevadores. Se expandiu nos anos seguintes para outras cidades do país como Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Natal. (IHG, 2021).

**Figura 1 e 2 -** Imagens do Hotel Holiday Inn Cuiabá.



**Fonte:** Holiday Inn Cuiabá/MT, 2010.



**Fonte:** Holiday Inn Cuiabá/MT, 2010

#### **4.1 Holiday Inn em Cuiabá-MT**

Inaugurado em 2010 o Holiday Inn em Cuiabá (Figura 3), oferece 128 apartamentos em 8 andares com conforto, segurança e padrão internacional IHG, 32 apartamentos single com 33m<sup>2</sup>, configurados com cama de casal (KING), cabeceira com relógio/alarme digital, cabideira, criado mudo e escrivaninha; 88 apartamentos duplo com 33m<sup>2</sup>, configurados com duas camas (QUEEN), cabeceira com relógio/alarme digital, cabideira, criado mudo e escrivaninha; 01 apartamento PNE com 33m<sup>2</sup>, configurado com cama de casal (KING), cabeceira com relógio/alarme digital, cabideira, criado mudo e escrivaninha e banheiro adaptado; Suíte de nupcias, configurados cama de casal (KING), sala de estar, sofá e poltrona, cabeceira com relógio/alarme digital, e rack para TV e minibar.

**Figura 03** – Mapa de localização do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT.



**Fonte:** Google Maps (2021). Adaptado pela autora.

Para o bem estar dos clientes os andares contam com música ambiente, iluminação sensorial, ramais direcionados a recepção, Wifi gratuito, saída e escadas de emergência.

O Holiday Inn Cuiabá oferece Centro de Eventos com capacidade para até 900 pessoas, salão Orquídea e outras 12 salas para atender reuniões e treinamentos em diversos layouts.

O Centro de eventos do Holiday Inn, identificado como Salão Ypê, é a maior área disponível no hotel para eventos sociais e corporativos, voltado para montagens flexíveis, desde auditórios até salas para treinamento. Sua capacidade máxima é de até 900 pessoas.

As 4 salas do Mezanino e o Business Center são disponibilizadas exclusivamente para reuniões executivas e de apoio a eventos no hotel, com infraestrutura completa para conexões sem fio e com fio, telefonia e sistema multimídia. A média de capacidade das salas conforme formatos dispostos é de 12 à 40 pessoas. Segue maiores descrições das salas:

- **Sala Matrinxã e Peraputanga:** Salas para pequenos treinamentos de até 20 pessoas em U, com paredes claras para projeção. Espaço possibilita também a montagem de mesas redondas para dinâmicas ou ainda auditório (ou universitária, com cadeiras de braço). Localizada no Mezanino, próximo a banheiros e recepção do hotel.

- **Sala Dourado e Pintado:** Salas para pequenas reuniões e entrevistas, sala com mesa única, ar condicionado, paredes claras que possibilita projeção. Sala mobiliada com cadeira diretora, porta de madeira maciça antirruído para garantir o máximo padrão de privacidade disponível para reuniões.

As 6 salas do subsolo são apropriadas para treinamentos e reuniões diversas. Neste andar é disponibilizado de infraestrutura completa para conexões sem fio e com fio, telefonia e sistema multimídia, disponibilizam nos mais diversos formatos de reuniões, de 18 a 60 lugares para seu evento.

O salão Orquídea é o 2º maior espaço no hotel voltado para eventos sociais, almoço e jantar corporativos e feiras promocionais. Todo salão contém pontos fixos para decoração e iluminação, banheiros amplos e cozinha exclusiva. Este espaço nos seus variados formatos recebe até 350 pessoas.

O hotel também conta com algumas comodidades como:

**Acessibilidade:** Pia do banheiro mais baixa; Vaso sanitário elevado; Vaso sanitário com barras de apoio; acessível para cadeiras de rodas.

**Piscina ao ar livre** - Todas as piscinas podem ser utilizadas de graça: Aberta o ano todo; Horários de funcionamento; para todas as idades; Cerca ao redor da piscina; Toalhas de praia / piscina; Cadeiras / espreguiçadeiras de praia.

**Bem-estar:** Vestiários de spa / academia; Fitness; Cadeiras / espreguiçadeiras de praia; Toalhas de praia / piscina; Banheira compartilhada (estilo japonês); Academia

**Segurança:** Extintores de incêndio; CCTV fora da acomodação; CCTV nas áreas comuns; Alarme de segurança; Segurança 24 horas; Cofre.

**Serviços de recepção:** Fatura mediante pedido; Check-in / Check-out privativos; Serviço de concierge; Depósito de bagagens; Serviço de bilheteria; Balcão de turismo; Serviço de câmbio; Check-in / Check-out expressos; Recepção 24 horas.

**Serviços de limpeza / Lavanderia:** Serviço de limpeza diário; Serviço de passar roupas (Custo adicional); Lavanderia (Custo adicional).

**Instalações e Serviços para negócios;** Fax / Fotocópia (Custo adicional); Business center; Comodidades para reuniões / banquetes (Custo adicional).

**Estacionamento** - Estacionamento gratuito e privativo disponível no local (não necessita de reserva): Estacionamento acessível; Estacionamento seguro. (HOLLIDAY INN CUIABÁ, 2021)

## 5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS:

Para realização das entrevistas foram enviados roteiros com perguntas via e-mail para o Gerente Geral Alex Morales, e para Cristina Oliveira, Governanta, ambos funcionários do Hotel estudado, no mês de novembro de 2021. Foi solicitado aos entrevistados a assinatura de documento de autorização à realização e divulgação da pesquisa para fins acadêmicos.

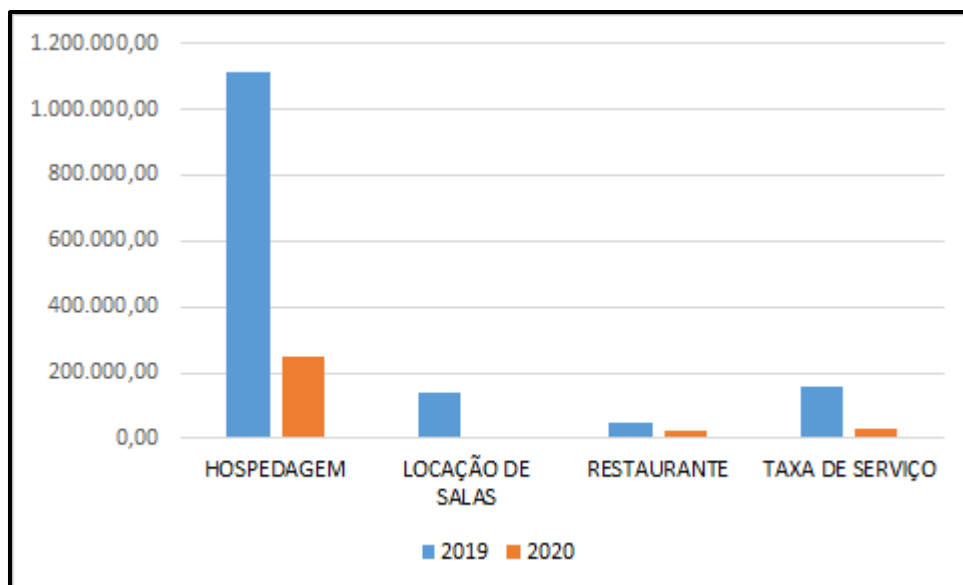
O primeiro entrevistado foi o Sr. Alex Morales, ele trabalha no hotel Holiday Inn Cuiabá/MT há 10 anos atuando como gerente geral. Para ele foram realizadas perguntas como: quais principais impactos causados pela pandemia da COVID-19 no Hotel; sobre se ocorreu baixa demanda de hospedagens e eventos, quais políticas de cancelamento foram usados, sobre a redução de funcionários, sobre o prejuízo relatado em porcentagem relacionado a redução de hospedagem, se durante a pandemia houve setor que precisou atuar como home-office, sobre quais estratégias o hotel utilizou para continuar as atividades, foi questionado sobre o ano atual 2021, como está sendo a demanda de eventos e hospedagens, quais estratégias o hotel está utilizando para normalizar e aumentar sua demanda.

E a segunda entrevistada foi a sra. Cristina oliveira, Governanta do hotel também há 10 anos. Para ela foram realizadas perguntas sobre a higienização, o que mudou na rotina de limpeza do hotel, por consequência se houve mudanças nos processos realizados pelas camareiras, e pela equipe de serviços gerais, se o hotel adquiriu produtos específicos para a higienização, e se o hotel recebeu orientações de algum órgão sobre os protocolos de biossegurança que deveriam ser seguidos pelo Hotel no período da pandemia de COVID-19.

### 5.1 Principais impactos no Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT em decorrência da pandemia de COVID-19, e as consequentes estratégias adotadas.

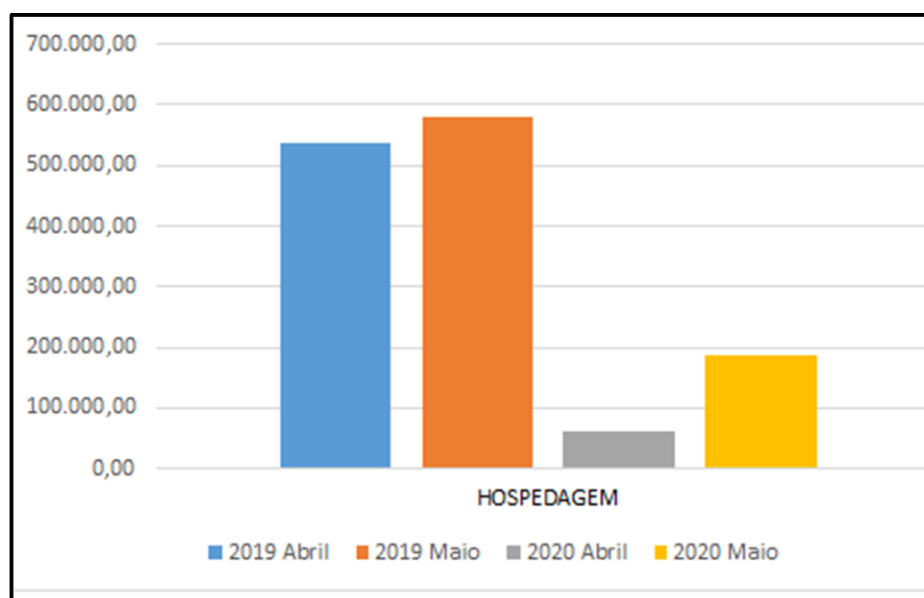
De acordo com informações levantadas mediante entrevista com o Gerente Geral do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, verificou-se que um dos impactos mais expressivos que o Hotel teve foi referente ao número de hospedagens. Ele relatou que houve períodos em que a **ocupação nas hospedagens reduziu** drasticamente em relação a média mensal dos demais anos, e destacou que os meses de abril e maio de 2020 foram os mais difíceis (Gráfico 1), sendo o de abril o pior já registrado na história do Holiday Inn Cuiabá/MT (Gráfico 2). Informações essas que podem ser verificadas nos gráficos a seguir.

**Gráfico 1:** Comparação de faturamento dos meses de abril e maio dos anos de 2019 e 2020 do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT dos seguintes indicadores de desempenho: Hospedagem, Locação de Salas, Restaurante e Taxa de serviço do Hotel.



**Fonte:** Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021. Elaborado pela autora.

**Gráfico 2:** Comparação de faturamento dos meses de abril e maio dos anos de 2019 e 2020 do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT do indicador de desempenho Hospedagem.



**Fonte:** Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021. Elaborado pela autora.

Diante de sua experiência na área, o gerente acredita que esse período tenha sido um dos mais difíceis, se não, o mais difícil período já enfrentado pela indústria hoteleira como um todo. Já que como principal forma de conter o avanço do

coronavírus, diversas medidas que restringiam a circulação de pessoas foram adotadas por todo o país, e não foi diferente no Estado de Mato Grosso, e na capital Cuiabá, o que impactou de imediato os mais diversos setores da economia, principalmente aqueles que não são considerados de primeira necessidade, como a atividade hoteleira.

Nessa abordagem, o gerente afirmou que os principais impactos sofridos pelo hotel foram financeiros e foram, nesta ordem: Hospedagem, eventos, alimentação, como pode ser comprovado no gráfico 1 através dos dados repassados pelo hotel.

Dados disponibilizados pelo IBGE no relatório de Contas Nacionais Trimestrais publicado em relação ao 4º trimestre de 2020, corrobora com essas informações e relatos repassados pelo gerente do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, pois mostrou que o subsetor composto pelas “Outras atividades de serviços”, no qual fazem parte as atividades de alimentação, hospedagem e lazer, foi de longe o mais impactado pela pandemia, atingindo uma queda de 12,1% no ano, sendo a maior contração registrada na série histórica do subsetor (IBGE, 2020).

Neste sentido, através das informações obtidas, verifica-se que o número de diárias vendidas pelo hotel, em anos anteriores ao da pandemia foram muito superiores, como exemplo no ano de 2019 que atingiu o total de R\$ 1.115.039,42 (hum milhão, cento e quinze mil, trinta e nove reais, e quarenta e dois centavos) entre os meses de abril e maio, já em 2020, no ano que iniciou a pandemia no Brasil, e que segundo o gerente, foi o pior período da pandemia para o hotel, entre os meses de abril e maio alcançou apenas R\$ 248.706,5 em diárias em 2020, caracterizando uma redução de aproximadamente 78% em relação ao ano de 2019.

O gerente afirma que passado esse período mais crítico nos meses subsequentes, ocorreu um aumento gradual no número de diárias vendidas devido à flexibilização das medidas de contenção do vírus, possibilitando ao hotel o recebimento de um número maior de hóspedes. Entretanto, ainda assim esse número ficou muito abaixo do esperado e em comparação aos anos anteriores da pandemia.

Em decorrência da pandemia, o gerente informou que foi alto o número de **cancelamentos de reservas no hotel**, entretanto várias políticas de flexibilização para cancelamentos de reservas foram adotadas, sendo a principal da rede a remarcação sem custos quantas vezes fossem necessárias.

O gerente relatou que outro impacto causado pela pandemia, foi a necessidade de **redução do quadro de funcionários** do hotel. Foi reduzido em torno de 20%,

porém o hotel recorreu a muitas alternativas para que fosse possível manter a maior quantidade de funcionários possível, para isso utilizaram-se dos programas criados pelo governo como antecipação de férias, suspensão temporária do contrato de trabalho, além dos acordos coletivos que firmaram com o sindicato da categoria para concessão antecipada de banco de horas. Ações como essas evitaram que a redução de quadro de funcionários atingisse 60% que foi a previsão inicial no período mais crítico da pandemia.

Neste sentido, o gerente complementou que outro aspecto que impactou o hotel em decorrência da pandemia foram os impactos psicológicos, que destacou da seguinte forma: “redução do quadro de funcionários gerando enorme impacto social, pânico gerado com as reduções que tiveram que ser feitas.” (Entrevistado MORALES, 2021).

Afirmou ainda o gerente, que outra ação do poder público, que tratou-se especificamente da criação de lei pelo governo federal, **permitiu que os valores já pagos por eventos e hospedagens não precisassem ser devolvidos, mas sim concedidos na forma de prazo para uso posterior**, sendo este prazo de até 12 meses. Por política interna, o Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT fez a devolução dos valores que já haviam sido pagos antecipadamente em razão de eventos e hospedagens canceladas, porque perceberam que o período era extremamente difícil para as empresas em termos financeiros, então visando uma parceria de longo prazo com os clientes, optaram por não ficar com estes valores retidos para uso posterior e devolveram, o que depois confirmou-se que tomaram uma decisão muito acertada de acordo com avaliação do Hotel.

Ao gerente foi perguntando se o Hotel Holliday Inn Cuiabá chegou de parar suas atividades no período mais crítico da pandemia, ou se houve a necessidade e possibilidade de permitir que alguma atividade do hotel pudesse ser realizada em formato Home Office, ele respondeu que em razão de que a hotelaria e eventos possui prestação de serviço com característica de inseparabilidade, ou seja, a prestação de serviço ocorre simultaneamente ao consumo por parte cliente/hóspede, o que impediu que 95% das funções do hotel fossem realizadas de maneira remota, tendo um ou outro caso apenas. O gerente não especificou quais exceções foram essas.

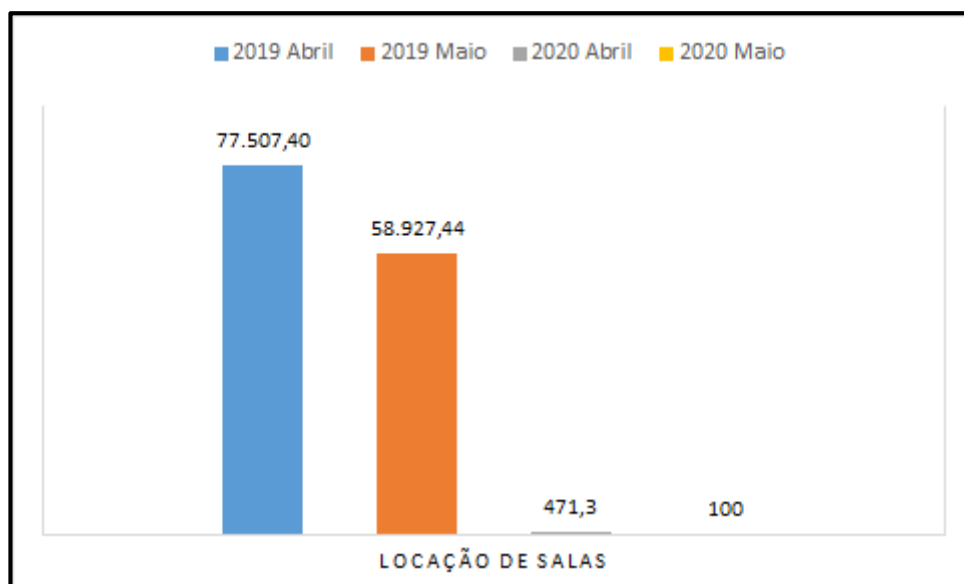
Cabe ressaltar, que referente a essa característica da prestação de serviço citada pelo gerente do hotel, Aldrigui (2007) corrobora que as principais características dos serviços de hospedagem são: intangibilidade; simultaneidade; perecibilidade; e

residualidade. Das quais a característica de simultaneidade descreve como prestação do serviço que só ocorre na presença do hóspede, tendo assim um encontro simultâneo entre o consumidor e o prestador.

Com isso, o hotel permaneceu aberto durante todo o período de pandemia, mesmo nos mais críticos, alguns serviços até foram reduzidos como *room service* que deixou de ser 24h e passou a ser de 18h, e algumas funções tiveram remanejamento como os ligados a parte de eventos que deixaram de ser realizados (gráfico 3), tendo a equipe sido deslocada para outras funções da operação.

No início da pandemia, o gerente informou que até acreditaram na possibilidade de haver demanda dos órgãos governamentais por hospedagem das equipes de saúde ou das famílias em virtude de isolamento de infectados, porém esta demanda acabou sendo muito menor do que a prevista. O gerente acrescenta que também optaram por manter-se abertos, porque o hotel possui clientes que mesmo com a pandemia, não poderiam parar suas atividades totalmente como o pessoal da área de aviação por exemplo.

**Gráfico 3:** Apresenta a redução de eventos em comparação aos meses de abril e maio dos anos de 2019 e 2020 do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT do indicador de desempenho Locação de Espaço para eventos.



**Fonte:** Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021. Elaborado pela autora.

O gerente alegou que diferentemente da hospedagem que teve uma resposta mais rápida na retomada, após a fase mais grave da pandemia, o setor de eventos



praticamente parou de abril de 2020 à abril de 2021, tendo uma retomada gradual ao longo do ano de 2021, mas ainda distante aproximadamente 30% do volume apresentado em 2019. No acumulado de 2021, a hospedagem apresenta crescimento em relação ao ano de 2020.

O gerente assim afirmou: “Em 2021 já atingimos os números pré-pandemia na parte de hospedagens, eventos ainda não, mas o setor está em uma ascensão muito interessante” (Entrevistado MORALES, 2021).

O gerente também informou que com a ausência do público do corporativo, em consequência da proibição de viagens, foi feita uma abertura na gama de segmentação de mercado, ou seja, o hotel decidiu ampliar seu público-alvo, captando clientes de outros segmentos além do corporativo, apesar de que o hotel frequentemente apresentava uma alta ocupação (em torno de 90%/mês) por grupos com fins de lazer, entretenimento, esportivo e por família, porém não eram o foco do hotel porque não havia disponibilidade (vagas), entretanto em razão da pandemia novos grupos foram trabalhados para preencherem a lacuna aberta pela ausência do público corporativo.

Segundo o gerente, outra opção para sanar a ausência do corporativo, até então público foco do hotel, foi a criação de outros produtos para outras demandas, principalmente nas áreas de lazer e gastronômica do hotel. Desse modo, foram criados produtos como noite romântica na hospedagem, Alimentos e bebidas disponibilizados de forma individual e para eventos como lanche box, Food takeaway (hóspedes podem comprar um prato e levar para viagem), criação de cardápio com opção para família (pratos para 2 ou mais pessoas), criação dos menus festival italiano, festival cuiabano, rodízio de risotos e pratos executivos, criados para fomentar eventos, hospedagem de famílias e público externo, criação do programa kids stay & eats free (casos específicos os quais crianças podem se hospedar e fazer as refeições no hotel sem custos, de acordo com as regras da tarifa).

De acordo com o gerente, o hotel também realizou investimento em tecnologia para atender eventos de forma híbrida. Eventos híbridos, temáticos de gastronomia para o público externo.

Nesse contexto, o gerente, ressaltou que hotel também mudou sua comunicação de marketing no intuito de atingir uma gama maior do público particular que utiliza os serviços de hotelaria.

Assim, apresenta-se abaixo alguns dos principais produtos criados pelo Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, no ano de 2021, no intuito de normalizar sua demanda após a crise que ocorreu em consequência da pandemia, e também com o objetivo de ampliar seu público-alvo:

**Wedding Experience:** O Hotel Holiday Inn Cuiabá desde outubro/2021 tem ofertado pacotes de noite romântica sejam eles em razão de casamentos, bodas, noivados, ou simplesmente uma noite romântica.

**Figura 4:** Noite Romântica no Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT - Wedding Experience.



**Fonte:** Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

**Café da Manhã:** O Holiday Inn Cuiabá/MT, neste segundo semestre de 2021, tem ofertado buffet de café da manhã todos os dias com mais de 60 itens aberto ao público

e por um preço, considerado como acessível na opinião do Hotel, além de um amplo estacionamento cortesia: R\$ 35,00 +10% por pessoa.

O slogan utilizado pelo hotel para atrair o público para o café da manhã foi: “Venha conhecer nosso café da manhã, traga sua família, seus amigos ou seus colegas de trabalho. Comece suas manhãs de uma maneira diferente.” (Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021).

**Figura 5:** Café da manhã aberto ao público.



**Fonte:** Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

**Rodízios de risotos:** o hotel utilizou-se do seguinte slogan para atrair o público para o rodízio: “É aberto ao público, traga sua família. \*Estacionamento gratuito; \*Crianças

até 06 anos não pagam, 07 à 14 anos R\$ 25,00 +10%, a partir de 14 anos preço normal. (Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021).

**Figura 6:** Café da manhã aberto ao público.

**Holiday Inn Cuiabá**  
AN IHG® HOTEL

# Rodízio de Risotos

e muito mais.  
“MAGNÍFICO!”

APENAS  
R\$ 36,00 + 10%  
POR PESSOA

DAS 11:30H  
ÀS 14:30H

É aberto ao público, traga sua família  
Carta de vinhos internacional

\*Estacionamento gratuito

Crianças até 6 anos não pagam, 7 a 14 anos R\$ 25,00 + 10%,  
a partir de 14 anos preço normal.

**Fonte:** Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

**Live Day:** Espaços e suporte para organização de lives, formato amplamente utilizado principalmente em decorrência da pandemia. O hotel utilizou o seguinte slogan para atrair o público: “Reserva esta sala para a sua live. \*Pacotes a partir de R \$49,00 + taxas por hora; \*Wi-fi Gratuito; \*Ideal para transmissões de Live em redes sociais, Youtube e muito mais; \*20% de desconto em alimentos e bebidas do hotel; \*Máximo de 5 pessoas por evento/sala. (Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021).



Figura 7: Live Day.

**Holiday Inn**  
AN IHG HOTEL CUIABÁ

**"LIVE DAY"**

**Reserva esta sala para sua live.**

- Pacotes a partir de R\$ 49,00 + taxas por hora;
- Wi-fi gratuito;
- Estacionamento gratuito;
- Ideal para transmissões de Live em redes sociais, Youtube e muito mais.
- 20% de desconto em alimentos e bebidas do hotel
- Máximo de 5 pessoas por evento/sala

Av: Miguel Sutil, N° 2.050, Jd Leblon Cuiabá/ MT  
Telefone: (65) 3055-8500  
E-mail: eventos@holidaycuiaba.com.br / comercial@holidaycuiaba.com.br

Fonte: Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

**Evento corporativo:** Incentivando as empresas e instituições a realizarem seu evento de confraternização entre os funcionários e familiares no hotel. Com o seguinte slogan: “Pensou em confraternização? Venha para o Holiday inn Cuiabá. Festival Italiano (sequências de massas e risotos) por apenas R \$ 39,00 +10% por pessoa \*incluso bebidas (água, suco ou refrigerante). Três espaços independentes, amplo estacionamento gratuito.

Figura 8: Confraternização.



**PENSOU CONFRATERNIZAÇÃO?**  
O melhor lugar está no HOLIDAY INN CUIABÁ!

À Partir de  
**R\$ 39,00 + 10%**

\*Incluso água, suco ou refrigerante.  
\*Preço exclusivo para **FESTIVAL ITALIANO** com sequências de massas e risotos.  
\*Consulte outras opções de cardápio.

Três Espaços independentes, amplo estacionamento gratuito,  
respeitando todos os protocolos de **SEGURANÇA CONTRA COVID-19.**

AV. MIGUEL SUTIL, 2050 - JD. LEBLON - CUIABÁ/MT  
eventos@holidaycuiaba.com.br  
(65) 3055-8500

Fonte: Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

**Restaurante aberto ao público:** Outra estratégia do Hotel Holiday Inn, foi abrir seu restaurante para atendimento ao público em geral da região. Para o qual, com intuito de atrair público se utiliza do seguinte slogan: “Você sabia que restaurante em hotéis são tranquilos, sofisticados, aberto ao público em geral e com preços super competitivos com restaurantes tradicionais? Venha nos conhecer, traga seus amigos, colegas de trabalho ou mesmo sua família para aquele almoço de domingo. Estacionamento com mais de 200 vagas totalmente gratuito, mais de 30 opções de pratos a la carte para uma ou duas pessoas.”

**Figura 9:** Restaurante do hotel aberto ao público.



O Hotel Holiday Inn tem o restaurante perfeito para o seu almoço de negócios ou momento de lazer  
São mais de trinta opções de pratos A LA CARTE para uma ou duas pessoas

O novo restaurante do Hotel Holiday Inn Cuiabá oferece também

- Almoço e Jantar aberto ao público
- Cervejas Internacionais e artesanais
- Amplo estacionamento gratuito

*Venha nos conhecer*

**Holiday Inn**  
0800 770 0858  
65 30 55 85 00  
Av. Miguel Sutil 2050 - Jardim Leblon,  
Cuiabá, 78060-900  
www.holidaycuiaba.com.br

**Fonte:** Facebook oficial do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT, 2021.

Desse modo, pode-se verificar que a maioria dos produtos e serviços criados e remodelados do hotel, tem o principal objetivo de normalizar e aumentar a demanda do hotel, que reduziu muito em decorrência da pandemia do COVID-19, principalmente os serviços de Hospedagem, Eventos e restaurante, consequentemente, de uma forma geral, afetou todos os demais setores e serviços do hotel.

## 5.2 Principais práticas adotados pelo Hotel Holiday Inn, em razão da pandemia.

De acordo com informações repassadas pela Governanta, o Hotel Holiday que pertence a maior rede de hotéis do mundo, a IHG (Grupo Intercontinental Hotels & Resorts), opera desde de 2015 com procedimentos rigorosos de limpeza, como o programa *IHG way of clean*, em parceria com a ECOLAB e a DIVERSY, ambas líderes mundiais em serviços e tecnologia de higiene e limpeza.

Esses procedimentos foram rigorosamente atualizados, para incluir protocolos adicionais e práticas recomendada pela OMS (Organização Mundial de Saúde), no combate à Covid-19. Essa prática do *IHG way of clean* inclui limpeza profunda de nível hospitalar.

Apresenta-se a seguir, principais práticas que estão sendo utilizadas e seguidas pelo hotel:

- A recepção, está com o contato reduzido, transações sem toque e higienização constante de porta chaves.
- Nas áreas públicas do hotel estão aplicando limpeza profunda, onde ocorre um alto nível de contato (elevadores, academias e *lounges*).
- Nos quartos, desinfetação de vidros, controles remotos, itens mais visíveis e também a redução de móveis que tenham alto nível de manuseio.
- Com relação a alimentação, no hotel adota medidas de espaçamento de mesas e cadeiras de 1,5 m, e higienização constante das áreas públicas e utensílios.
- Na busca de maior bem-estar dos hóspedes e funcionários, o hotel utiliza comunicação visual de sinalização sobre o distanciamento social, não só fisicamente no hotel, mas também nas plataformas digitais.
- Disponibilizam também aos hóspedes, kits de higiene, como amenidades individuais.
- Para os funcionários, adicionaram novos treinamentos e certificações atualizadas, bem como, orientação da forma correta do uso de equipamentos de proteção.

A governanta ressaltou que um dos principais objetivos do hotel é de fazer os hóspedes e clientes se sentirem em casa, para tanto existe o compromisso da equipe do hotel com os altos níveis de limpeza, para a sua segurança, conforto e bem-estar.

A governanta, complementou que durante a pandemia foram feitos alguns ajustes aos processos de limpeza e higienização do hotel, como por exemplo



aumentou a quantidade de desinfecção dos moveis e área de toque intenso que antes era feito durante o processo de limpeza e agora acrescentou que antes de finalizar a limpeza faz uma nova ronda com a higienização dos moveis com o produto adequado.

Desse modo, a equipe de serviços gerais aumentou a quantidade de vezes que realiza a higienização sobre os moveis e elevadores. A governanta ressaltou que durante em razão do período da pandemia foi feita alteração do produto multiuso e o de limpeza do banheiro por produto que são mais eficientes na eliminação do vírus da covid-19. A maneira de uso desses produtos é a mesma que já era utilizada antes da pandemia.

Em relação a orientações recebidas pelo hotel, em relação aos procedimentos que deviam ser adotados durante a pandemia, a governanta informou que receberam orientações somente do órgão ligado a companhia que contratou empresa especializada em saúde que repassava orientações para o hotel através de comunicados internos e treinamentos sobre novos procedimentos cada vez que tinha um novo conhecimento sobre o vírus.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

O turismo, desde seu surgimento até a realidade atual, possuiu grande influência na economia e na vida das pessoas em geral. É um setor em constante adaptação pela mudança dos hábitos dos consumidores, que necessita se reinventar e se adaptar constantemente para acompanhar a evolução de consumo e necessidade dos turistas.

Este artigo teve como objetivo principal compreender o impacto da pandemia nos meios de hospedagens do hotel Holiday Inn, bem como identificar as ações adotadas e/ou planejadas pelas organizações para se adaptar ao novo cenário e descrever sobre os efeitos, positivos e negativos, causados pelo momento de crise.

Quanto ao impacto da pandemia, observou-se que um misto de incerteza, inexistência de demanda, perda de receita e dívidas, levaram a reações emocionais negativas. No que diz respeito às ações adotadas pelo setor para se adaptar ao novo cenário, e em relação às ações que foram planejadas para o retorno das atividades, o gerente geral Alex Morales, afirmou que está adotando uma política de preços competitivos e promoções, medidas preventivas e de higiene, serviços online, alteração na política de cancelamento e divulgação do estabelecimento, criação de cardápio com opção para família (pratos para 2 ou mais pessoas); criação dos menus

festival italiano, festival cuiabano, rodízio de risotos e prato executivo, criados para fomentar eventos, hospedagem de famílias e público externo diverso; criação do programa kids stay & eats free (casos específicos nos quais crianças podem se hospedar e fazer as refeições no hotel sem custos de acordo com as regras da tarifa. Também ocorreu investimento em tecnologia para atender eventos de forma híbrida. Eventos híbridos, temáticos de gastronomia para o público externo, também mudaram sua comunicação de marketing para atingir uma gama maior do público particular que utiliza os serviços de hotelaria.

Durante o período de pandemia, no setor de governança foram feitos alguns ajustes aos processos de limpeza e higienização do hotel, como por exemplo aumentou a quantidade de desinfecção dos moveis e área de toque intenso que antes era feito durante o processo de limpeza e agora acrescentou que antes de finalizar a limpeza faz uma nova ronda com a higienização dos moveis com o produto adequado. Desse modo, a equipe de serviços gerais aumentou a quantidade de vezes que realiza a higienização sobre os moveis e elevadores. A governanta ressaltou que durante em razão do período da pandemia foi feita alteração do produto multiuso e o de limpeza do banheiro por produto que são mais eficientes na eliminação do vírus da covid-19. A maneira de uso desses produtos é a mesma que já era utilizada antes da pandemia.

Em relação a orientações recebidas pelo hotel, em relação aos procedimentos que deviam ser adotados durante a pandemia, a governanta informou que receberam orientações somente do órgão ligado a companhia que contratou empresa especializada em saúde que repassava orientações para o hotel através de comunicados internos e treinamentos sobre novos procedimentos cada vez que tinha um novo conhecimento sobre o vírus.

Por hora, cabe ressaltar que este estudo englobou principalmente os meses de abril e maio de 2019 e 2020 referente aos efeitos da pandemia. Diante disso, ainda não se pode mensurar até que ponto as consequências da pandemia atingiram e continua a atingir o mercado, sendo incerta a extensão da crise sanitária na qual está inserida nossa sociedade. Contudo, acredita-se que este estudo se fez extremamente importante, tendo em vista a necessidade de obtenção de subsídios para auxiliar na tomada de decisão por parte das empresas e dos órgãos governamentais, no processo de retomada da atividade econômica voltada para o turismo.

## REFERÊNCIAS:

ABIH. **ABIH Nacional faz levantamento sobre retomada dos hotéis independentes no país.** 2020. Disponível em: <https://abihsp.com.br/>. Acesso em: 01 jul. 2020.

ALDRIGUI, M. **Meios de hospedagem.** São Paulo: Aleph, 2007. (Coleção ABC do Turismo). Disponível em: [https://www.academia.edu/179379/Meios\\_de\\_Hospedagem](https://www.academia.edu/179379/Meios_de_Hospedagem). Acesso em: 30 nov. 2020.

BENI, Mario Carlos. Turismo e covid-19: algumas reflexões. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 3, p. 1-23, jul. 2020. Especial Covid-19.

BOGDAN, Roberto C.; BIKLEN, Sari Knopp. **Investigação qualitativa em educação.** Tradução Maria João Alvarez, Sara Bahia dos Santos e Telmo Mourinho Baptista. Porto: Porto Editora, 1994, p. 47-51. Acesso em: 18 jul. 2020.

COELHO, M. de F.; MAYER, V. F. Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens?. **Gestão e Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3698-3706, 1 jun. 2020

FACEBOOK. **Holiday Inn.** Disponível em: <https://www.facebook.com>. Acesso em: 20 nov. 2021.

GESTÃO E SOCIEDADE. **Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens.** Disponível em: <https://ges.emnuvens.com.br/>. Acesso em: 19 dez. 2021.

GOOGLE MAPS. **Hotel holiday inn** . Disponível em: [googlemaps.com.br](https://googlemaps.com.br). Acesso em: 19 dez. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002, p.42-44-53. Acesso em: 20 jun. 2020.

HOLIDAY INN. HOTEL HOLIDAY. Disponível em: <https://development.ihg.com/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

HOLIDAY INN CUIABÁ. **HOTEL HOLIDAY INN.** Disponível em: <https://www.holidaycuiaba.com.br/portal/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Indicadores IBGE: Contas Nacionais Trimestrais: Out.-Dez.2020.** Rio de Janeiro: IBGE, 2021c. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=72121>. Acesso em: 30 nov. 2021.

LONGO, W. **Insights para um mercado em transição.** Editora Alta Books; 1ª Edição. 2019.

LOPES, Roberta Barreto Gomes. **Administração nos Meios de Hospedagem**. 1ª ed. E-tec Brasil: Monte Carlos, 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Retomada do Turismo**. Disponível em: <https://retomada.turismo.gov.br>. Acesso em: 22 abr. 2021.

MORULA.COM. **Reflexões sobre a crise e pandemia**. Disponível em: <https://morula.com.br/>. Acesso em: 19 dez. 2021.

MUNDO DAS MARCAS. **História da marca Holiday Inn**. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/>. Acesso em: 19 dez. 2021.

PORTAL. **Holiday inn Cuiabá**. Disponível em: <https://www.holidaycuiaba.com.br/portal/>. Acesso em: 20 out. 2021.

PSDB.ORG. **O Brasil pós- pandemia**. Disponível em: <https://www.psdb.org.br/>. Acesso em: 19 dez. 2021.

REESTRUTURAÇÃO HOTELEIRA. **Principais impactos e adequações pós-pandemia**. Disponível em: <https://www.grantthornton.com.br/insights/artigos-e-publicacoes/reestruturacao-hoteleira-os-principais-impactos-e-adequacoes-pos-pandemia/>. Acesso em: 30 jun. 2021.

REVISTA HOTÉIS. **RETOMADA DA HOTELARIA EM 2021**. Disponível em: <https://www.revistahoteis.com.br/retomada-da-hotelaria-no-brasil-em-2021-sera-lenta-e-gradual/>. Acesso em: 1 jul. 2021.

RIBEIRO, Karla Cristina Campos. **Meios de hospedagem**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011, p. 15 - 20 - 27. Disponível em: [http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo\\_hosp\\_lazer/061112\\_meios\\_hosp.pdf](http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf). Acesso em: 28 mar. 2020.

SPELL. **Turismo e covid-19**. Disponível em: <http://www.spell.org.br>. Acesso em: 19 dez. 2021.

TABONFILS. **A História do Holiday Inn Hotels / tabonfils.com**. Disponível em: [https://www.bing.com/search?q=HISTORIA+DO+HOTEL+IHG&qsn&form=QBRE&msbsrank=0\\_0\\_\\_0&sp=-1&ghc=1&pq=historia+do+hotel+i&sc=0-19&sk=&cvid=C23D52E48AE848009E9BC552FD39873E](https://www.bing.com/search?q=HISTORIA+DO+HOTEL+IHG&qsn&form=QBRE&msbsrank=0_0__0&sp=-1&ghc=1&pq=historia+do+hotel+i&sc=0-19&sk=&cvid=C23D52E48AE848009E9BC552FD39873E). Acesso em: 20 out. 2021.

## APÊNDICE I

Roteiro de entrevista 1 – Enviado ao Gerente Geral do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT

NOME: \_\_\_\_\_ CARGO : \_\_\_\_\_

- 1) Ocorreu baixa na demanda de hospedagens e eventos durante a pandemia? Se sim, relatar se houveram e comentar sobre as políticas de cancelamento usadas?
- 2) Foi necessário reduzir quantidade de funcionários durante a pandemia? Se sim, relatar a quantidade reduzida e se foram recolocados depois com o controle e amenização da pandemia.
- 3) O hotel teve prejuízos em relação a hospedagens e eventos cancelados? Se sim, relatar esse prejuízo em números/porcentagem, e se os eventos foram reagendados após o controle e amenização da pandemia?
- 4) Durante esse período de pandemia, teve algum setor que adotou a política do home-office? Se sim, qual setor? Justificar.
- 5) Teve algum setor que precisou parar 100% de suas atividades? Se sim, por quanto tempo, justificar e detalhar como foi.
- 6) Se caso foi possível ao Hotel não paralisar 100% de suas atividades, explicar quais estratégias utilizou para continuar suas atividades?
- 7) Em 2021 como está sendo a demanda de eventos e hospedagens? Melhorou ou não em relação ao ano de 2020? Explique.
- 8) O hotel precisou inovar para retomar a quantidade de hóspedes que tinha antes da pandemia? Se sim, quais estratégias e diferenciais o hotel ofereceu ao cliente para aumentar sua demanda de hospedagens e eventos?
- 9) Quais protocolos de práticas e segurança sanitária o hotel já utilizou nessa pandemia e as que ainda está utilizando?

## APÊNDICE II

### Roteiro de entrevista 2 – Enviado ao Gerente Geral do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT

Após recebermos as respostas do primeiro roteiro de entrevistas, verificamos a necessidade de complementação de informações através das seguintes perguntas:

- 1) Referente aos impactos sofridos pelo hotel Holiday Inn devido o período de pandemia, além do informado na entrevista anterior, que foi a redução expressiva no número de hospedagem, haveria algum outro impacto significativo que ocorreu no hotel? Se sim citar quais.
- 2) Referente a informação da grande redução de hospedagem dos meses de abril e maio de 2019 (anos anteriores a pandemia) para 2020 (ano de maior período crítico da pandemia), há dados/números do hotel sobre essa informação que poderia repassar?
- 3) Se há dados sobre a redução de eventos, citada nas respostas do 1º roteiro de entrevistas, para repassar que possibilite comparar o período antes da pandemia e durante a pandemia.
- 4) Informar quantos meses/período os eventos não puderam ocorrer no Hotel Holiday Inn Cuiabá?
- 5) Repassar mais detalhes e informações referente produtos e demandas, principalmente nas áreas de lazer e gastronômica do hotel, produtos como noite romântica na hospedagem, eventos híbridos no setor de eventos e eventos temáticos de gastronomia para o público externo, criados com o intuito de normalizar e fomentar o retorno do público ao hotel.
- 6) Detalhar mais sobre a informação repassada como resposta ao 1º roteiro de entrevista, na qual citou mudança na comunicação de marketing do Hotel Holiday Inn Cuiabá MT para atingir uma gama maior do público particular.

### APÊNDICE III

Roteiro de entrevista 3 – Enviado a Governanta do Hotel Holiday Inn Cuiabá/MT

NOME: \_\_\_\_\_ CARGO : \_\_\_\_\_

- 1) Em relação a pandemia no hotel, o que mudou nos procedimentos das camareiras e serviços gerais sobre a higienização?
- 2) Teve algum produto específico que foi comprado para a execução da higienização? Se sim quais? E como foram usados.
- 3) O hotel recebeu alguma orientação sobre a higienização de algum órgão?

**ANEXO I****CARTA DE AUTORIZAÇÃO**

Eu, Alex Morales, Gerente Geral e Diretor de marketing e Vendas do Holiday Inn Cuiabá, tenho ciência e autorizo a realização da pesquisa intitulada "o impacto da pandemia de covid-19 nos meios de hospedagem: caso do hotel Holiday Inn" sob responsabilidade do pesquisador Edna Pinho no Holiday Inn Cuiabá. Para isto, serão disponibilizados ao pesquisador uso do espaço físico, documentos para análise, entrevistas com a direção.

Cuiabá, 22 de setembro de 2021.

*Alex Morales*  
Gerente Geral

---

Alex Morales  
Gerente Geral / Diretor de Vendas e Marketing