

## **A IMPORTÂNCIA DO REVENUE MANAGEMENT NA GESTÃO HOTELEIRA: estudo de caso sobre o Copacabana Palace**

**PAULA DE BARROS GONÇALVES**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UNIRIO)

**FÁBIO VINÍCIUS DE ARAÚJO PASSOS**

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO (UFRRJ)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço pela oportunidade de difundir os conhecimentos e pesquisas sobre administração em hotéis realizadas até o momento, apresentando as vantagens do gerenciamento de receitas em meios de hospedagem.

## **A IMPORTÂNCIA DO REVENUE MANAGEMENT NA GESTÃO HOTELEIRA: estudo de caso sobre o Copacabana Palace**

### **Introdução**

O cenário epidêmico que se formou com a pandemia do COVID-19 teve impacto significativo em diversos aspectos da sociedade, sendo a saúde pública e a economia global as áreas mais afetadas. As medidas de isolamento e distanciamento social foram amplamente adotadas para desacelerar a propagação do vírus e levaram turismo à um estágio de imobilidade turística e fechamento de hotéis; seguidos por uma retomada lenta e gradativa ao longo de 2020 e 2021. O revenue management é fundamental para a maximização e recuperação da receita de meios de hospedagem em cenários de crise.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Considerando as dificuldades econômicas geradas pelo coronavírus, sua influência no turismo mundial, a baixa na demanda e as incertezas geradas acerca da recuperação; acompanhar os resultados de um hotel antes, durante e depois da pandemia do coronavírus e analisar e comparar sua receita tornam-se pertinentes. Além de evidenciar a importância e a aplicabilidade das estratégias de gerenciamento de receita em todas as etapas da gestão hoteleira, com destaque para o período de crise citado acima.

### **Fundamentação Teórica**

O revenue management, é uma prática de negócios que consiste em vender o inventário aos melhores clientes, maximizando a receita (CROSS apud CHOI & MATTILA, 2004). Para Centurión (2015), a capacidade do inventário é "o número máximo de unidades de serviço que uma empresa possui". Os fundamentos econômicos do RM são: perecibilidade do produto, capacidade limitada, altos custos fixos e baixos custos variáveis, elasticidade da demanda e do preço, possibilidade de prever e segmentar a demanda, o quanto o cliente se dispõe a pagar e a possibilidade de reservar previamente (Ivanov, 2014).

### **Metodologia**

Realizou-se um estudo de caso sobre o Copacabana Palace cuja coleta de dados baseou-se no relatório History and Forecast; extraído diretamente do sistema operacional do hotel e o período de seleção é de janeiro de 2019 a dezembro de 2022. Foi admitida a abordagem quantitativa devido à natureza dos dados coletados e ao objetivo da pesquisa e a escolha do recorte temporal se deu em função da pandemia do coronavírus, permitindo uma análise comparativa do antes, durante e depois das fases mais graves da disseminação do vírus SARS-CoV-2.

### **Análise dos Resultados**

Os resultados mostraram que o uso correto das técnicas de gerenciamento de receita levou ao aumento da receita e da tarifa média no período posterior ao isolamento social. Para tal, mudanças no perfil do cliente foram tomadas, e políticas de distribuição novas foram executadas; era necessário atrair turistas brasileiros para consumirem diárias e serviços. Mesmo com todas as estratégias empregadas, o aumento efetivo da ocupação se deu apenas em 2022. A liberação da realização de eventos como o carnaval e o ano novo influenciaram esse aumento de demanda e de receita.

### **Conclusão**

Em conclusão, a aplicação do revenue management no turismo é de extrema importância para a

indústria hoteleira, é uma ferramenta eficaz na maximização de receitas e otimização da ocupação do hotel. Ressalta-se que a técnica deve ser utilizada não apenas em momentos de crises, mas em todas as fases do negócio, desde o planejamento estratégico até a operação diária. Desenvolver estratégias com foco no cliente e em seus valores é fundamental. Somente com a veiculação de informação da forma correta, o cliente consegue perceber o valor do produto ofertado e sua garantia.

### **Referências Bibliográficas**

CENTURIÓN, Ligia. Princípios e práticas de Revenue Management: gerenciamento de demanda, de receita e de distribuição. (2015). São Paulo, SP. Editora Senac São Paulo. CHOI, S.; MATTILA, A. S. Hotel revenue management and its impact on customers' perceptions of fairness. *Journal of Revenue and Pricing Management*. Pensilvânia, v. 2, n. 4, p. 303-314, 2004. Disponível em: <10.1057/palgrave.rpm.5170079>. Acesso em 18 de fevereiro de 2023. IVANOV, Stanislav. *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. 1. ed. Varna: Zangador, 2014.