



SELO DE
QUALIDADE
EM SERVIÇOS:
20 ANOS



SELO DE QUALIDADE
EM SERVIÇOS: 20 ANOS

SEBRAE/CE

Conselho Deliberativo Estadual

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO CEARÁ - ADECE

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO CEARÁ - ACC

BANCO DO BRASIL S/A - BB

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S/A

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL - CEF

FEDERAÇÃO CEARENSE DAS ASSOCIAÇÕES DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE - FECEMPE

FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO ESTADO DO CEARÁ - FAEC

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES DO COMÉRCIO, INDÚSTRIA, SERVIÇOS E AGROPECUÁRIA DO CEARÁ - FACIC

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ - FIEC

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DO CEARÁ - FECOMÉRCIO

INSTITUTO EUVALDO LODI - IEL

SEBRAE NACIONAL

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO - SDE

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR-AR/CE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

Presidente do Conselho - Flávio Viriato Saboya Neto

Vice-Presidente - João Porto Guimarães

Diretor Superintendente - Joaquim Cartaxo Filho

Diretor Técnico - Alci Porto Gurgel Júnior

Diretor de Administração e Finanças - Airton Gonçalves Junior

SELO DE QUALIDADE EM SERVIÇOS: 20 ANOS



FORTALEZA /CE
2018

© 2018 Direitos reservados

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará - SEBRAE/CE.

Av. Monsenhor Tabosa, 777 - Praia de Iracema

Fortaleza/CE - CEP 60 165-011

Telefone 0800 570 0800

www.ce.sebrae.com.br

Entrevistas e textos

Cláudia Albuquerque

Pesquisa e Assessoria de Gestão de Conteúdo

Sílvia Furtado

Design **editorial - Capa e Projeto Gráfico**

Wiron Teixeira

Impressão

Expressão Gráfica e Editora

Fotografias

Acervo do SEBRAE/CE

Organização de imagens

Vera Lúcia Bezerra Lima Borges

Micaele dos Santos Oliveira

Coordenação Editorial

Daniel Kaúla Santos Machado

SUMÁRIO

Apresentação	07
O Selo SEBRAE Uma Trajetória de Sucesso.....	09
A Cerimônia de Entrega de 2017.....	11
O Selo Nos Escritórios Regionais.....	32
Relatos Que Fazem a História.....	41
Histórias de Vida, Histórias do Selo.....	55
Destaque	117
Agraciados Com o Selo	131

APRESENTAÇÃO

O turismo no Ceará vive, hoje, grande efervescência provocada por dois motivos recentes: a inauguração do aeroporto de Cruz, que ampliou a quantidade de turistas nas praias do litoral oeste, em especial Jericoacoara; o início das operações do HUB da AIR France/KLM e GOL, que possibilitou o aumento de voos internacionais partindo e chegando à Fortaleza, transformando-a em centro de conexões das regiões Nordeste e Norte do País e a Europa.

Mais voos, mais turistas. Consequentemente, mais oportunidades de negócios que geram receita pública, emprego, renda.

Ressalte-se que, para chegarmos até esta situação auspiciosa, foram constituídas bases relevantes no sistema produtivo do turismo, como a melhoria da rede viária estadual; construção do Centro de Eventos do Ceará,

segundo maior do País e um dos maiores e mais modernos da América Latina; investimentos em capacitação, promoção e publicidade realizados pelo Governo Estadual e a participação em feiras nacionais e internacionais.

Um forte indicador do resultado positivo dessa política de turismo, em implantação nos últimos 20 anos, é o crescimento do número de turistas via Fortaleza: de 773.247 em 1996 saltou para 3.243.501 em 2016, segundo dados da Secretaria do Turismo do Ceará (SETUR).

Tão importante quanto o papel do poder público é a atuação do setor privado no desenvolvimento turístico do Ceará. Da mesma forma que são necessários investimentos em infraestrutura, em equipamentos turísticos, na atração de visitantes com qualidade, os estabelecimentos de hospedagens ou ali-

mentação dos destinos turísticos precisam apresentar atendimento também com qualidade. Assim, a experiência do turista será positiva e a tendência é a valorização da imagem do destino mundo afora, principalmente porque estamos conectados globalmente, compartilhando nossas impressões e vivências sobre tudo e todos; sobre produtos e serviços aos quais temos acesso.

Quanto a isso, o Ceará pode se orgulhar de ter constituído nas duas últimas décadas uma ampla rede de empreendimentos de hospedagem, alimentação fora do lar e entretenimento capazes de atender com qualidade as diversas exigências dos clientes. Essa rede resultante de uma visão dos empreendedores do turismo que, vislumbrando as oportunidades geradas pelos investimentos públicos, têm se empenhado na qualificação de seus empreendimentos e na capacitação profissional de seus colaboradores cada vez mais.

É ponto de orgulho a parcela de contribuição

do Sebrae-Ceará pertinente à implantação desta cultura de qualidade dos empreendimentos turísticos. Nos últimos 20 anos, o programa Selo de Qualidade em Serviços do Sebrae colabora com empreendedores nas iniciativas e trabalho que visam ao aperfeiçoamento dos produtos e serviços turísticos. Próximo de 2.000 empresas, distribuídas no território cearense, foram beneficiadas por esse programa, nesse período. Daí surgiram casos exemplares de sucesso para o Ceará e o Brasil. Parte significativa desta história está relatada nesta publicação.

Mais do que o registro dessa memória, minha expectativa é a de que esse livro inspire as pessoas e empreendedores a participar de modo ativo do desenvolvimento do Ceará, em especial das oportunidades proporcionadas pela socioeconomia do turismo.

Bom proveito da leitura!

JOAQUIM CARTAXO FILHO

Diretor Superintendente do SEBRAE/CE

PARTE 1

O SELO SEBRAE UMA TRAJETÓRIA DE SUCESSO

O Selo é um projeto de sucesso que já se expande para outras unidades do SEBRAE em diversos Estados.

Joaquim Cartaxo
(07-12-2017)

// A CERIMÔNIA DE ENTREGA DE 2017

Aplausos, abraços calorosos, discursos entusiasmados e muitos reencontros animaram o dia 7 de dezembro de 2017, quando cerca de 400 convidados se reuniram no La Maison Buffet, em Fortaleza, para acompanhar a cerimônia de entrega do Selo de Qualidade em Serviços do SEBRAE/CE. No amplo e ruidoso salão com mesas redondas e palco iluminado, estavam empreendedores de todas as regiões do Ceará. Homens e mulheres de Fortaleza, Baturité, Tauá, Juazeiro do Norte, Crateús, Iguatu, São Benedito, Quixadá, Mombaça, Jaguaribe, Aracati, Pindoretama, Sobral e distintas localidades do sertão, da serra e do litoral, totalizando 33 municípios.

Além de festivo, aquele foi um encontro realmente especial, por marcar os 20 anos do Selo de Qualidade em Serviços, programa lançado pelo SEBRAE/CE em 1997. Naquela edição, apenas seis empresas foram agra-

ciadas. Hoje, o saldo de empreendimentos que já participaram ultrapassa os 1.800, sendo que 139 deles foram contemplados em 2017. Consultores do programa, representantes do **trade** turístico, técnicos e gerentes do SEBRAE, empresários inscritos e seus familiares confraternizaram durante o café da manhã.

Falando em nome do SEBRAE/CE, o superintendente Joaquim Cartaxo salientou o papel fundamental do Selo de Qualidade para um turismo de excelência e exaltou o rigoroso processo de seleção a que se submetem os participantes. Após agradecer ao comitê gestor, que trabalha de modo intenso para levar adiante os valores do programa, ele citou a dedicação da equipe do SEBRAE/CE.

Depois, entregou o Selo Prata, que marca o quinto ano consecutivo de uma empresa no programa, aos oito agraciados de 2017: Ro-

manos Hotéis e Eventos (Fortaleza); Pousada Le Rêve (Mulungu); Barraca Cuca Legal (Fortaleza); Conimaki (Fortaleza); Taberna da Carne (Juazeiro do Norte); Panificadora e Confeitaria Delícias do Trigo (Limoeiro do Norte); Brasas Lu Churrascaria e Pizzaria (Pindoretama) e Doce Cultura (Sobral).

Também presente ao evento, o secretário municipal do Turismo, Alexandre Pereira, enfatizou em seu discurso que o Ceará atravessa um período promissor de sua história. Com o anúncio dos novos voos internacionais e a chegada do *hub* da Air France, KLM e Gol, as portas se abrirão para os empreendedores que souberem aproveitar o momento. Capacitação, parceria, união e profissionalismo são as palavras-chave – além do apoio irrestrito ao espírito empreendedor.

Ao lado do vice-presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE/CE, João Porto Guimarães, Alexandre Pereira fez a entrega do Selo Ouro, que marca os oito anos sucessivos de participação de uma empresa no programa, ao Coliseum Beach Resort All Inclusive, de Beberibe.

Junto com a entrega do Selo de Qualidade, comemorou-se os 31 anos do Caderno Tur do Diário do Nordeste, com quem o programa do SEBRAE/CE mantém uma profícua parceria. Na ocasião, o editor do DN, Ildefonso Rodrigues, evocou as reflexões que os momentos de crise desencadeiam: “Eu acho que o grande desafio, em todas as atividades econômicas, é se reinventar. Penso que 2018 vai ser um ano em que o nosso turismo vai



O reconhecimento é a melhor forma de estimular e promover o crescimento. O Selo de Qualidade do SEBRAE é um grande incentivador para as empresas no segmento do turismo.

ALEXANDRE PEREIRA

decolar com uma série de ações”. Já a editora do Caderno Tour, Marlyana Lima, definiu a atividade turística como a vocação maior do Estado: “Trata-se de uma indústria crescente que conta com a participação de todos vocês. É esse o nosso papel: fortalecer, junto com o SEBRAE/CE, um setor que é essencial para o Ceará”.

Em meio à animação dos veteranos, havia empresários como Silvana Góes, sócia-proprietária do Viçosa Hotel de Serra, concorrente pela primeira vez, que elogiou o “olho clínico” dos consultores do programa, além de exaltar o esforço das pessoas que trabalham em seu empreendimento: “Eu só estou aqui por causa da minha equipe, que é pequena mas valorosa”. Ter um grupo de trabalho bem entrosado, cumprir as normas técnicas e oferecer o melhor para o cliente são os objetivos perseguidos pela maioria dos participantes. É isso que une um restaurante como o Pimenta Verde, em Jericoacoara, à

Doce Cultura, de Sobral, que começou como uma pequena padaria de bairro.

Por trás do Selo de Qualidade há histórias de vida que este livro pretende contar. Histórias de superação, de aprendizado, de horizontes que se abrem, de novos patamares de qualidade, histórias que envolvem empreendedores de todo o Ceará, que ajudam a movimentar e a sustentar o turismo com seus restaurantes, bares, hotéis, lanchonetes, barracas de praia e outros equipamentos. Para chegar até elas, porém, é preciso entender o que é o Selo, como ele foi criado e que caminhos percorreu, a fim de adquirir a relevância que tem hoje.

//A ESSÊNCIA DE UMA CERTIFICAÇÃO

Ao apoiar, orientar e estimular as empresas de lazer e turismo na oferta de melhores produtos e serviços, o programa Selo de Qualidade em Serviços tornou-se sinônimo de funcionários qualificados, estrutura adequada, ambiente saudável e atendimento profissional nas empresas do ramo de hospedagem, alimentação e eventos. Como enfatiza o Manual dos Critérios de Participação, a busca do bom atendimento é uma condição básica dentro de um processo competitivo que caracteriza a sociedade moderna influenciada pela globalização.

A visita de consultores do SEBRAE/CE, devidamente treinados para detectar falhas,

organizar necessidades e corrigir lacunas ajuda a promover a inserção dos empreendimentos vistoriados num mercado cada vez mais exigente. O Selo é bom para o empresário, porque o estimula a adequar-se às normas e padrões vigentes. E é ótimo para o cliente, porque lhe garante segurança alimentar, ambientes limpos e funcionários atenciosos. O programa, portanto, é a maneira de reconhecer os que se empenham pela qualidade e, também, uma ferramenta gerencial que identifica eventuais dificuldades no processo administrativo, estimulando o aperfeiçoamento técnico e profissional de toda a equipe.

Por ser um instrumento de aferição de excelência, o Selo de Qualidade injeta competitividade aos negócios, mas, acima de tudo, se consolida como uma certificação democrática, que pode ser concedida tanto a um sofisticado restaurante de Fortaleza quanto a um pequeno *self-service* do sertão ou a uma descontraída pousada litorânea. Carrega, ainda, um forte viés de responsabilidade social, pois os empresários participantes se tornam mais conscientes da importância de cobrar do poder público melhores serviços em suas regiões.

Ademais, o Selo não é permanente. Para ser renovado a cada ano, é preciso uma nova inspeção dos consultores do SEBRAE, o que garante os esforços da equipe de trabalho, combatendo o comodismo dos empreendedores. A constância de propósitos é um dos pilares do turismo de qualidade. Foi por isso que o SEBRAE/CE chegou aos 20 anos do

programa atendendo a um número crescente de empresas e firmando-se como uma referência de mercado, uma entidade sempre atenta ao que há de mais eficiente e contemporâneo em gestão de negócios.

As estratégias e perspectivas empresariais mudam incessantemente e é imprescindível conectar a atitude gerencial com a inovação constante. No decorrer das duas últimas décadas, aliás, os próprios parâmetros de qualidade foram sendo modificados. Para serem bem-sucedidas, empresas de lazer e turismo passaram a conjugar novos verbos e expressões: especialização da mão de obra, maior produtividade, diversificação de produtos, controle de custos, estruturas organizacionais mais funcionais e maior rentabilidade do investimento.

O Selo começou centrado em meios de hospedagem, restaurantes, barracas de praia, bares e similares, tendo depois ampliado a sua ação para empresas organizadoras de eventos e montadoras, que desenvolvem atividades de crescente importância no cenário econômico. Mais do que uma metodologia, o Selo é um programa que utiliza várias trilhas. Um instrumento de fortalecimento, com suporte pelo qual os participantes passam por transformações estratégicas – na gestão, na visão de cliente, na valorização da marca, na compreensão sobre a necessidade de capacitação dos colaboradores. Participar do Selo é valorizar as pessoas, a equipe de trabalho, o nível gerencial, as adaptações e melhorias. Isso é o que estabelece o diferencial.

SELOS OURO, PRATA E BRONZE, RESPECTIVAMENTE



RESUMO DO PASSO A PASSO



Quando um empresário decide participar do Selo de Qualidade, assina o Termo de Adesão ao programa, documento em que dá sua permissão para que os consultores do SEBRAE/CE habilitados na metodologia entrem em sua empresa, conversem com os clientes, entrevistem os funcionários e tenham acesso a todas as áreas restritas. “É o mesmo que abrir a sua casa para os técnicos”, compara Ana Paula Rodrigues da Costa, consultora desde o ano 2000.

Os hotéis e pousadas recebem até três consultores – o que vai avaliar a parte de hospedagem (tudo em relação ao serviço), o que vai verificar o atendimento no restaurante (café da manhã e, se houver, almoço e jantar) e o que vai analisar a cozinha (desde a chegada dos insumos até a saída dos pratos para os clientes). Já os bares, restaurantes, lanchonetes e barracas de praia recebem dois consultores: um para a cozinha e outro para o atendimento.

Os consultores fazem duas visitas. Na primeira delas, é realizada uma análise de mais de 200 itens relacionados a segurança alimentar, atendimento e infraestrutura. Depois, as planilhas preenchidas pelos consultores são consolidadas em uma só e enviadas ao cliente, para que ele fique sabendo como se saiu na avaliação, qual o percentual de pontos positivos, o que precisa ser melhorado e de que forma melhorar. O relatório traz sugestões detalhadas das intervenções a serem

empreendidas para resolver os problemas detectados.

Deste então, o cliente tem um prazo de dois meses para tratar das melhorias antes do retorno do consultor. Somente após a nova verificação é que o cliente ganha a pontuação. Ele precisa atender a pelo menos 80% dos itens, sendo que alguns deles são obrigatórios, como, o laudo de potabilidade da água, sem o qual não há possibilidade de classificação. Os que atingem esse patamar têm seus relatórios enviados ao comitê gestor, que vai verificar o cumprimento das solicitações, julgar a excelência dos estabelecimentos e dar o parecer final. Para que todo o processo seja isento, o relatório é codificado e só então enviado aos membros do comitê, sem a identificação do empresa.

Depois de analisarem cada um dos itens, eles se reúnem para chegar à votação final. O trabalho do comitê é voluntário e este é formado pelos presidentes e representantes de várias entidades ligadas ao turismo, que escolhem as empresas aptas a receber o Selo. Esse processo se repete anualmente, para garantir que as empreendedores busquem continuamente a qualidade na prestação de serviços, mesmo que haja rotatividade de funcionários. Quando uma empresa conquista o Selo, não significa que atingiu a perfeição, e sim que resolveu todos os problemas básicos e que pode crescer, merecendo a confiança do consumidor quanto à higiene, infraestrutura e ao atendimento.

// O CENÁRIO EM QUE O SELO SURTIU

Quando os anos 1980 começaram, quase metade das famílias cearenses vivia na extrema pobreza, com renda *per capita* inferior à quarta parte do salário-mínimo. O índice de mortalidade infantil era um dos mais altos do País. Para pagar o funcionalismo público, mergulhado numa crise que parecia não ter fim, foram criadas as famosas “gonzaguetas”, transformadas em moeda de troca no comércio local. Problemas seculares como as secas periódicas contribuía para o êxodo rural, apenando famílias sertanejas e cavando imensos bolsões de miséria na Capital, que inchava sem qualquer planejamento.

Em meados daquela década, considerada “perdida” por muitos economistas e historiadores, um grupo de empresários adeptos de uma gestão pública de inspiração neoliberal começou a ganhar relevância, pregando reformas institucionais, fiscais e financeiras para modernizar a máquina pública. O chamado “Governo das Mudanças” teve início em 1986 com a eleição de Tasso Jereissati, que defendia a redução dos gastos de custeio, a racionalização da gestão pública e o controle no gerenciamento de pessoal como medidas cirúrgicas, utilizando-se do discurso empresarial da eficiência para tocar as reformas saneadoras, consideradas indispensáveis à modernização do Estado.

Nessa realidade, a racionalização administrativa passou a ser exaltada junto com a necessidade de grandes obras estruturantes

– medidas que, se não tiveram a influência social prometida, pelo menos encararam de modo mais veemente os desafios do mundo moderno, procurando novas respostas para o futuro. A Constituinte de 1988 também injetou esperança na veia política do País, que emergia de uma longa redemocratização, ainda ferido por graves e profundas desigualdades sociais. A “Constituição Cidadã” é a primeira da história nacional a referir-se ao turismo em um de seus parágrafos:



A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.

[ARTIGO 180 DA
CONSTITUIÇÃO DA
REPÚBLICA FEDERATIVA
DO BRASIL DE 1988]

Em 1990, Jereissati fez o seu sucessor, Ciro Gomes, e quatro anos depois, foi novamente eleito governador, cargo que ocuparia pela terceira vez no pleito de 1998. Durante esse período, foram entregues ou anunciadas obras como o Aeroporto Internacional Pinto Martins, o Centro Cultural Dragão do Mar, o Metrofor e novas estradas. A política de concessão de benefícios fiscais atraiu grandes indústrias para a enfraquecida economia do interior, expandindo cidades-polo. A despeito

das críticas ao persistente quadro de concentração de renda na estrutura social cearense, as gestões estaduais trouxeram o turismo para o centro da mesa de debates, encarando-o como um dos setores para o desenvolvimento com diversificação da base produtiva.

Em 1992 a EMBRATUR lançou o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) e, paralelamente, os governos estaduais, reunidos na SUDENE, elaboraram o PRODETUR-NE, cujos recursos seriam destinados a rodovias, energia elétrica, abastecimento de água e saneamento, criando acessos capazes de pavimentar o turismo na região. O planejamento da atividade turística passou a ser feito em moldes empresariais, sendo direcionado pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo no Ceará (PRODUTURIS), elaborado em 1989 e, a partir de 1992, integrado ao PRODETUR-CE. Em 1995, com a criação da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR), o Ceará começou a explorar de maneira mais agressiva o seu potencial, criando outro patamar de promoção de destinos em polos selecionados.

Vista pela primeira vez como alternativa econômica real e viável para o século XX, a atividade turística lançava luz sobre a importância de investimentos e parcerias no Ceará. Empréstimos de organismos internacionais como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) viabilizaram a concessão de crédito para o Governo, que já via o turismo como um vetor estruturante com vocação para criar empregos e gerar renda, desencadeando efeitos em cadeia capazes de repercutir na oferta de infraestrutura urbana e

no sistema viário dos municípios. Em sua primeira etapa, o PRODETUR/CE englobou sete sedes urbanas e oito distritos e localidades, com recursos oriundos do BID e contrapartida do Estado.

Em 1997, ano em que o SEBRAE/CE lançou o Selo de Qualidade em Serviços, Fortaleza recebia 970.000 turistas por ano. Cinco anos depois (2002), já eram 1.629.422. A marca dos dois milhões foi batida em 2006. O crescimento do turismo em um Estado pobre, mas repleto de atrativos; a valorização da gestão de resultados; a multiplicação de pequenos empreendimentos no setor de hotelaria e lazer; a entrada de novos operadores de turismo no mercado; o incremento dos voos domésticos e o crescimento da demanda internacional, com a entrega do novo aeroporto: toda essa poderosa confluência de fatores resultou na criação do programa do SEBRAE/CE.

// O SEBRAE/CE SE ARTICULA

Em 1996, durante as reuniões de apresentação das pesquisas sobre turismo em Fortaleza, encomendada pelo SEBRAE/CE, tornou-se evidente a necessidade de investimentos capazes de melhorar os serviços oferecidos ao turista. Era imprescindível a criação de uma estratégia que canalizasse o enorme potencial do Estado, injetando mais profissionalismo nos empreendimentos. O cordão de belas praias, o artesanato expressivo, a cultura pulsante, os ventos intermitentes e a saborosa culinária local cons-

tituíam um capital turístico invejável, mas amadoristicamente explorado por hotéis, bares e restaurantes.

“Todos os anos, o índice mais negativo apontado era a qualidade dos serviços. Costumava-se fazer um café da manhã para apresentar os resultados das pesquisas ao *trade*, como se fosse uma prestação de contas. Era um ambiente propício para o surgimento de ideias como a do Selo de Qualidade” - relembra a consultora Solange Maria dos Santos Freire, que acompanhou todo o processo desde o início.

Na época, a superintendência do SEBRAE/CE estava sob a responsabilidade do engenheiro-agrônomo Antônio de Albuquerque Sousa Filho, que assumiu o cargo em 1996, ficando até junho de 1998. Ex-secretário de Educação do Estado Ceará (1979/1981), secretário de 1º e 2º Grau no Ministério da Educação e Cultura (1981/1983) e reitor da Universidade Federal do Ceará (1991/1995), Albuquerque acompanhou os primeiros passos do Selo de Qualidade em Serviços, ao lado de Edilson Azim Sarriune, diretor técnico, Luciano Moreno dos Santos, diretor administrativo financeiro, e Raimundo Viana, no Conselho Deliberativo, além de Régis Cavalcante Dias, gestor da área de Turismo.

Atento ao potencial dos pequenos negócios, o SEBRAE/CE estava justamente dando início ao trabalho com o segmento turístico, cujos horizontes se descortinavam cheios de promessas. Ao se criar uma coordenação para a área, a ideia era contribuir para o aumento do profissionalismo e da com-

petitividade. A pesquisa de 1996 identificou as demandas dos clientes, cujas queixas se centravam no tripé estrutura, atendimento e preço. Surgiu daí a ideia de instituir o programa Selo de Qualidade em Serviços.

A equipe técnica se uniu para pensar todo o passo a passo, levantando questionamentos junto aos empresários e chamando as entidades do *trade* turístico para contribuir. Buscava-se saber que diferenciais poderiam ser levados às empresas, de modo a torná-las mais eficientes, ao mesmo tempo em que se fazia necessário reconhecer os negócios que trabalhavam dentro das boas práticas e dos padrões de qualidade. Junto à Superintendência e à Coordenadoria de Turismo do SEBRAE/CE, atuaram dezenas de técnicos, consultores e representantes de entidades como ABRASEL, AMHT e SETUR.

“Com o passar do tempo, dividiu-se as boas práticas em ‘cozinha’, ‘hospedagem’ e ‘atendimento’. Dentro desse processo, levantaram-se alguns itens relacionados a sustentabilidade e acessibilidade. Hoje, nós temos as planilhas de verificação”, pontua a atual gestora de Turismo do SEBRAE/CE, Evelynne Tabosa dos Santos.

“O Selo é educativo e não fiscalizador, mas nós nos baseamos nas leis. É preciso que o empresário entenda que é necessária uma pia para lavar as mãos dos funcionários, mas também uma pia na cozinha para as louças e para as verduras. E por quê? Porque existe uma lei; se a Vigilância Sanitária chegar no restaurante, ele não será autuado”, conclui.

ESTABELECENDO REGRAS

Em 1996, portanto, já se sabia quantos visitantes o Ceará recebia por ano e quais as deficiências do turismo no tocante a limpeza urbana, segurança nas ruas, atendimento nos hotéis e outros itens importantes, com base nos quais foi possível ao SEBRAE/CE desenhar os parâmetros e exigências do programa que nascia.

“Não seguimos nenhum modelo para estabelecer os critérios adotados. Nós mesmos criamos a listagem a partir das nossas reuniões internas. Acho que na época e ninguém tinha essa concepção em lugar algum. Como superintendente, eu acompanhei as discussões, mas procurei não interferir nas decisões técnicas”, recorda o ex-superintendente Antônio Albuquerque sobre o início do processo.

O então gestor de Turismo, Régis Dias, lembra-se de que, para estabelecer a metodologia do Selo de Qualidade, foi preciso pensar na tipologia do turismo e na diversidade de meios, separando o que era hotel, barraca de praia, agência, restaurante. “E então começamos a fazer visitas aos empresários e funcionários dos estabelecimentos. Eu, particularmente, visitei vários, para saber o que era ‘valor’ para eles. E fazíamos contatos com os clientes também, pois tínhamos uma pesquisa de demanda em turismo”.

Graças a essa elaboração cuidadosa, entidades como a EMBRATUR, conforme exprime Régis, já adotaram parâmetros do SEBRAE/CE na classificação de estabelecimentos:

“

Nós criamos e aprimoramos alguns pontos simples que antes não existiam. Os próprios clientes foram dando o feedback. Um dos critérios do Selo de Qualidade, por exemplo, determina que as piscinas dos hotéis e restaurantes tenham placas indicativas da profundidade, e isso não era exigido antes.

”

Paraíba, Paraná e Sergipe são alguns Estados brasileiros que se inspiraram no programa cearense.

Durante o processo de elaboração e amadurecimento do Selo, várias sugestões foram surgindo, sendo paulatinamente incorporadas, com o intuito de que a certificação atingisse o máximo de aprimoramento. De igual modo, alguns critérios se tornaram dispensáveis e acabaram caindo. No início, as chamadas “não conformidades” eram bem diferentes das atuais. Envolviam problemas de contaminação de alimentos, cruzadas pela potabilidade da água e a luta pelo cumprimento das normas básicas de higiene. O programa exigia que as empresas apresentassem, por exemplo, o comprovante de detetização do ambiente – hoje, as empresas já o fazem necessariamente em razão da Lei Municipal de Vigilância Sanitária.

A ex-gestora do programa Ana Clévia Guerreiro, recorda-se de que, quando assumiu a área de Turismo do SEBRAE/CE, em 1999, o *checklist* do Selo colocava as seguintes questões para cada item: “atendido totalmente - atendido parcialmente - não atendido”. Decidiu-se, então, eliminar a coluna do atendimento parcial. Afinal, como explica: “Se um inseto é encontrado na cozinha, isso já acaba com o sentido do ‘parcialmente’. Não existe ‘mais ou menos’ quando se trabalha com alimentos. Nós nos baseamos nas normas da Anvisa”.

Régias Dias explica que, logo de início, foram definidos quatro parâmetros.

“

“Um deles dizia respeito ao atendimento (qualidade, presença e técnica). O segundo focava em alimentos e bebidas (qualidade dos produtos, manipulação e higiene). O terceiro se referia à imagem da empresa (participação em cursos, capacitação da equipe, treinamentos). E o quarto postulado era que nós não nos responsabilizávamos por infraestrutura e investimentos físicos. Quem faz isso é o empresário. O SEBRAE não tem como financiar as melhorias na cozinha de um restaurante. O que nós fornecemos é a consultoria”.

”

Depois de elaborados os questionários, estes passaram a ser aplicados pelos consultores do SEBRAE/CE, que explicaram a cada empresa o que precisava ser melhorado, sem jamais divulgar publicamente as deficiências detectadas.

“A participação sempre foi voluntária; nós lançamos o programa e deixamos que as empresas procurassem o SEBRAE. O proprietário vem e manifesta por escrito seu interesse em participar”, acrescenta Régias Dias.

Continuamente, o SEBRAE ouve as lideranças institucionais do setor procurando atualizar os critérios de avaliação e alinhando os prerequisites do Selo às diversas exigências do mercado. É de suma importância contextualizar o equipamento que está sendo avaliado, tendo em vista sua localização e sua evolução no curso dos anos. Quanto aos veteranos, o importante é manter a excelência e não se acomodar em lugar confortável.

O TEMPO DEIXA MARCAS

A primeira cerimônia do Selo de Qualidade aconteceu no dia 9 de abril de 1997, quando o superintendente do SEBRAE/CE, Antônio Albuquerque, entregou a certificação a seis agraciados: Barraca Rebu, Pizza Gepettos, Hotel Spazzio, Círculo Praia Hotel, Hotel Chales do Atlântico e Colonial Praia Hotel. A satisfação da equipe envolvida era intensa.

Como a validade do prêmio ainda era de seis meses, em 12 de novembro de 1997, foram agraciadas outras dez empresas. Cinco delas renovaram o Selo recebido anteriormente.

As novatas foram: Churrascaria Trilhos, restaurante Chinatown, restaurante Labaredas, Marina Park Hotel e Barraca Itapariká.

Nas lembranças de Régis Dias, os palestrantes daquele primeiro ano foram o professor Idalberto Chiavenato, especialista em Administração de Empresas e Recursos Humanos, e Waldez Ludwig, consultor na área de Qualidade, que iniciou a sua fala aconselhando as empresas presentes a criação de um diferencial na construção de sua identidade.

Em 2014, 107 estabelecimentos em todo o Ceará foram contemplados com o Selo, que comemorou 18 anos de existência com um resultado histórico. O recorde anterior havia sido de 2013, com 83 empresas agraciadas. Outro feito de 2014 foi a descentralização da solenidade de entrega, que naquele ano aconteceu em Camocim (28/11), Fortaleza (3/12) e Juazeiro do Norte (8/12). Na Capital, o evento foi realizado em parceria com o Diário do Nordeste, em comemoração aos 28 anos do Caderno Tur.

O sucesso do programa pode ser medido pelo crescimento constante no número de participantes. Em 2016, por exemplo, mesmo em uma situação de dificuldades econômicas em todo o País, o Selo de Qualidade contou com 252 empresas inscritas, representando um crescimento de mais de 10% no número de participantes em relação ao ano anterior.

Em 1996, quando o Selo começava a ser gestado, Fortaleza era a 11ª cidade brasileira

mais visitada por viajantes estrangeiros. Dez anos depois, uma série de políticas públicas e ações do *trade* turístico fariam com que saltasse para a sexta posição. Em virtude das ações empreendidas, em 2001 o Ceará já era o 6º Estado no *ranking* nacional do turismo doméstico e o primeiro no saldo líquido.

O ex-superintendente, Antônio Albuquerque, considera que o Selo de Qualidade possui um papel pontual nesse cenário:

“

Tenho a impressão de que tudo melhorou depois do programa, tanto que, a grande reclamação do turista que nos visita hoje é a segurança, e não mais o atendimento ou a qualidade da comida. Passamos a receber pessoas dos grandes centros urbanos e do exterior. A competitividade entre as entidades dedicadas ao turismo aumentou, e a chegada dos voos internacionais forçou a contratação de funcionários que falem línguas estrangeiras”.

”

Como lembrou o secretário Alexandre Pereira, na cerimônia de entrega de 2017, o turismo representa, hoje, 25% da economia de Fortaleza. O SEBRAE/CE está ciente de que a criação de um ambiente de negócios favorável aos

pequenos empreendedores do turismo e o aumento da competitividade dos destinos dependem da atuação cada vez mais qualificada das lideranças empresariais, que precisam ter acesso a soluções tecnológicas e preparo para enfrentar os novos modelos de negócios.

PONTOS IMPORTANTES:

- O Selo de Qualidade em Serviços tem validade de um ano, devendo ser renovado após esse período.
- O empresário solicita a participação no programa mediante o preenchimento do Termo de Adesão. Isso pode ser feito em qualquer um dos 12 escritórios regionais do SEBRAE.
- Um dos prerequisites para participar do programa é assistir às palestras proferidas em seminários de sensibilização organizados pelo SEBRAE, em que são apresentados os critérios de avaliação e a metodologia aplicada.
- O Comitê Gestor é formado por 11 entidades do *trade* turístico local, todas com um histórico de grandes contribuições para o turismo cearense.
- O consultor deve ter conhecimento técnico nas áreas de atuação do Selo: Boas Práticas na Cozinha, Boas Práticas no Atendimento e Boas Práticas na Hospedagem.
- O empreendimento agraciado por cinco anos consecutivos recebe o Selo Prata, e os que completam oito anos de premiação consecutiva têm direito ao Selo Ouro.

SELO SEBRAE - MARCA EM EVIDÊNCIA

“SER RECONHECIDO POR SUA QUALIDADE É UMA GRANDE CONQUISTA!”.

“SELO DE QUALIDADE SEBRAE: A OPORTUNIDADE IDEAL PARA QUALIFICAR E DIFERENCIAR O SEU NEGÓCIO”.

“NEM TUDO O QUE PARECE PERFEITO É., MAS SE TEM O SELO DE QUALIDADE DO SEBRAE, VOCÊ PODE CONFIAR”.

Essas frases foram usadas como *slogans* de campanhas publicitárias para divulgação do Selo de Qualidade. O mapa do Ceará, um sol estilizado e uma jangada com o nome do SEBRAE formam a marca que desde o início identifica visualmente o programa. No correr do tempo houve pequenas variações de cores e simetria, mas os elementos básicos permaneceram os mesmos.

“As primeiras edições do Selo foram edições-piloto. Não houve uma divulgação maciça. Era preciso sentir se a ferramenta de consultoria teria mesmo viabilidade, se seria aplicável aos meios de hospedagem e de alimentação”, recorda a consultora Solange Santos.

CHECKLIST: DE OLHOS BEM ABERTOS

- Minúcia é a palavra que melhor define o *checklist* dos hotéis. Sobre as instalações físicas, os consultores vão munidos de perguntas como: as paredes estão pintadas, sem rachaduras e em bom estado de conservação? As janelas e portas estão conservadas com os vidros devidamente limpos? O balcão de recepção está em bom estado de conservação e limpeza? A recepção do hotel é informatizada? O hotel tem lugar para guardar bagagens dos hóspedes sem danos ou extravio? O piso está limpo e brilhando?

- No que se refere à ambientação, a *checklist* se detém sobre a intensidade da iluminação e a limpeza e arejamento do ambiente da recepção. No tocante à mão de obra, são levados em conta itens como o aspecto de higiene pessoal e boa aparência dos funcionários e mensageiros (barba feita, unhas limpas, cabelos cortados), a postura dos funcionários em sua adequação ao serviço hoteleiro e o uso de crachás por parte dos colaboradores. Verifica-se, inclusive, se a recepção tem autonomia para solucionar problemas rotineiros, como emergências médicas e reservas não confirmadas.

- Por influir diretamente na comodidade dos hóspedes, o serviço de camareira é alvo de uma investigação laboriosa que abrange a troca de roupa de cama e banho diariamente, o uso de carrinhos, os uniformes e o treinamento das profis-

sionais, a higiene dos banheiros (sanitário, pia, box, lacre de esterilização). Caso ofereça serviço de lavanderia, o ambiente deve ser limpo e ter boas condições de iluminação, ventilação e armazenagem, com equipamentos em bom estado. Na área externa, a piscina, o *deck*, o bar e os banheiros também devem estar asseados e bem conservados, com toalhas sem manchas.

- Tanto nos hotéis quanto nos restaurantes e barracas de praia, a cozinha é o setor mais visado, já que influi diretamente na saúde e bem-estar dos clientes. Piso, paredes, teto, iluminação, climatização, espaço, ambiência, equipamentos, bancadas, utensílios e móveis são minuciosamente avaliados. A equipe de trabalho deve estar totalmente uniformizada, com exames médicos em dia. A coleta de lixo tem que ser feita periodicamente em recipientes tampados, limpos e higienizados, revestidos em sacos plásticos, de modo a não causar danos à vizinhança e ao meio ambiente.

- Também é preciso haver extintores de incêndio regularizados, com funcionários treinados no combate ao fogo e no uso de equipamentos. O reservatório de água potável, de boa qualidade, não pode ter vazamentos ou infiltrações. No caso de haver almoxarifado e armazenamento, estas áreas devem apresentar excelente estado de conservação, limpeza, temperatura adequada, organização e ordenação na estocagem dos alimentos.

Outra maneira importante para divulgação se deu com a edição do guia Conhecendo o Ceará. Encartado no suplemento de Turismo do jornal Diário do Nordeste, o Guia estreou no dia 26 de outubro de 2001, marcando uma parceria entre o SEBRAE e o DN que se estende até hoje. Além de ampliar os espaços do suplemento, o Guia abriu perspectivas para os empresários divulgarem seus serviços, disponibilizando aos leitores informações sobre restaurantes, hotéis e outros pontos de atração nas praias, serras e sertão.

“A parceria com o DN surgiu para dar a visibilidade que os clientes queriam. Um hotel como o Marina Park, por exemplo, podia fazer a própria divulgação, mas uma pequena pousada no interior não tinha como. Então foi importante fazer a parceria”, enfatiza Ana Clévia Guerreiro, ex-gestora do Selo.

No início, o Guia tinha apenas uma página, que trazia a relação dos hotéis parceiros, além de uma pequena reportagem sobre um destino turístico do Ceará e um anúncio do programa Selo de Qualidade em Serviços. O êxito da iniciativa, que teve boa aceitação entre os empresários, fez com que o SEBRAE ampliasse o espaço.

Assim, no dia 5 de abril de 2002, o Conhecendo o Ceará passou a ter duas páginas. A primeira delas manteve o projeto inicial, enquanto a segunda era reservada a amplas matérias sobre hotéis, destinos turísticos, eventos e projetos do SEBRAE, como o Rota das Emoções, implantado no Ceará, Piauí e Maranhão. A cada ano, os agraciados com o

Selo de Qualidade se revezavam no espaço da segunda página.

Até hoje coordenado pela direção comercial do Diário do Nordeste e executado pelo SEBRAE, o guia cresceu empenhado em colaborar com os leitores, tendo se firmando como um importante canal para divulgação do Selo de Qualidade.

O TRABALHO DO COMITÊ GESTOR

Da mesma forma que a manifestação voluntária do desejo de participar é um dos postulados do Selo de Qualidade, outra prerrogativa básica é que não é o SEBRAE sozinho a atestar o merecimento da premiação, e sim um grupo gestor formado de representantes do *trade* turístico.

“O Selo de Qualidade em Serviços é um case de sucesso absoluto que vem, ao longo dos anos, colocando os serviços da atividade turística do Ceará num patamar diferenciado de qualidade.” (Pedro Carlos da Fonseca, Associação dos Empreendedores da Beira Mar-ABBMAR).

Pedro Carlos da Fonseca, presidente da Associação dos Empreendedores da Beira Mar (ABBMAR), é um dos membros fundadores desse Comitê que, em sua opinião, implantou a cultura da “necessidade da qualificação profissional” como caminho para alcançar a excelência nos resultados. “Uma das maiores contribuições do programa foi a quebra

EVOLUÇÃO EM NÚMEROS		
2017	175 empresas inscritas	139 agraciadas
2016	255	172
2015	224	150
2014	191	107
2013	107	87
2011/12	79	66
2009/10	161	53
2008	81	55
2007	53	38
2006	56	39
2005	70	58
2004	52	38
2003	46	27
2002	42	26
2001	38	33
2000	32	26
1999	28	20
1998	22	14
1997	14	08
1996	06	06

de paradigma da pseudo autos suficiência”, ele avalia, referindo-se aos profissionais que acreditam não precisar de qualificação, por já estarem há muito tempo no mercado. “Receber um serviço digno e ser tratado como protagonista do negócio” é um dos benefícios apontados por ele, que considera que os clientes ajudam a expandir o programa ao escolherem empresas que possuem a certificação. “Com isso, eles induzem os que ainda não estão no programa a aderir, pois se tornam sensíveis ao mesmo e à sua cultura de qualidade”.

“As empresas que fazem parte do programa passam a ter uma visão mais ampla de empreendedor, de investir em treinamento e capacitação, enfim de fazer a coisa certa. Quando o negócio é gerido de maneira correta, os custos diminuem e o lucro aumenta.” (Celina Lopes Castro Alves, Fortaleza Convention & Visitors Bureau).

Outra pioneira do comitê gestor é a empresária Maria de Fátima Bessa Queiroz, para quem o Selo é uma ferramenta que facilita

os processos humanos, técnicos e o emprego das legislações dentro de uma empresa que presta serviço ao público, como é o caso de restaurantes, hotéis, barracas de praia e outros.” Os empresários que desconsideram a importância do Selo em suas empresas, perdem a grande oportunidade de ter consultorias de alta qualidade e de concorrerem a uma premiação que valoriza a empresa, os colaboradores, o segmento em que atuam e o nosso Estado, como destino de lazer e turismo”.

“O mercado atual exige que o empresário tenha conhecimentos de administração, gestão, vendas, marketing, entre outras habilidades. Os gestores que optam pelo Selo têm a visão de verdadeiros empresários-empresendedores, conscientes de que o programa é um desafio que avaliará sua ideia inicial, o status de seu empreendimento, sua forma de pensar e de ver o mundo, inovando seus métodos.”

(Circe Teles da Ponte, Sindieventos).

A história da administradora Celina Lopes Castro Alves com o Selo de Qualidade começou em 2001. Representando o Fortaleza Convention & Visitors Bureau, ela participa de dois comitês gestores: o de Avaliação de Meios de Hospedagem e o de Avaliação das Montadoras e Organizadoras de Eventos. Para ela, “o Selo é, antes de tudo, educador, pois o empresário adquire experiências e conhecimentos que o ajudam a fidelizar a clientela.”

Representando a Associação dos Meios de Hospedagem e Turismo (AMHT), José Wal-

den Lins Melo Filho participou do Comitê de 2011 a 2015. Ele acha que há correções a serem feitas, mas que, considerando as exigências legais, “participar do Selo ajuda a mostrar aos clientes a permanente busca da qualidade”.

O atual representante da AMHT, Aldemir Leite de Araújo Segundo, também sublinha esse ponto: “Além de ser uma experiência e tanto como empresário ver o quanto os meus colegas se esforçam para atender as exigências do Selo, é uma oportunidade única representar a nossa Associação nesse momento importante de avaliação criteriosa. No final, o maior beneficiado é o cliente”.

“Na minha opinião, o programa traz duas contribuições principais. A primeira é fazer com que o empresário encontre oportunidade de melhoria onde antes ele não enxergava, seja porque isso é difícil no dia-a-dia, seja porque ele desconsiderava a necessidade de mudar. A segunda – e não menos importante – é que além melhorar o seu negócio, o empresário consegue vislumbrar o caminho certo, buscando sempre a melhoria contínua para chegar à excelência. No final, o cliente – que é quem sustenta qualquer negócio – é o mais beneficiado, podendo desfrutar de todas as melhorias.” (Aldemir Leite de Araújo Segundo, AMHT).

O Sindieventos integra o Comitê Gestor desde 2007 e, para a presidente Circe Jane Teles da Ponte, é perceptível a evolução na forma de avaliar os estabelecimentos. Ela vê a premiação como uma janela que possibilita que

a empresa amadureça, se perpetue, cresça e gere lucros, dando maior visibilidade à marca e imbuindo a equipe de motivação e incentivo à produtividade. “A maior contribuição do Selo é na resignificação dos profissionais dentro do empreendimento, na educação da equipe, que toma maior consciência do corpo da empresa e de seu papel no mundo dos negócios”, diz Circe.

“ Para o empresário, é um acompanhamento constante do negócio, que sempre estará sendo avaliado na cadeia produtiva e acompanhado por uma instituição de respeito no cenário nacional. ” (Flávio Alvarenga, SINDEGTUR).

Para Flávio Alvarenga, do Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do Ceará (SINDEGTUR), que faz parte do Comitê Gestor desde 2012, “os empresários que não participam do programa perdem a chance de estar no topo da atenção ao consumidor, cada vez mais exigente por produtos e serviços de qualidade”.

Concordando com ele, Jane Alves de Moraes vê o Selo como um “respaldo” para o empreendedor que quer crescer. Ela participou do comitê gestor de avaliação como diretora executiva da ABRASEL (entre 2007 e 2016), sendo hoje da Associação dos Chefs de Cozinha do Ceará. “Cada vez mais, setor de alimentação vem se expandindo, e as empresas necessitam estar dentro dos padrões”, reforça.

“ É de fundamental importância para elevar os serviços prestados nos estabelecimentos. As empresas que não acompanharem a evolução, certa-

mente ficarão para trás. O Selo é uma oportunidade. ” (Jane Alves de Moraes, Associação dos Chefs de Cozinha do Ceará, ABRASEL).

Gabrielle Nobre Dal Belo inscreve sua empresa de eventos na premiação há sete anos, mas participa também como membro do Comitê Gestor, representando a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC-CE), entidade da qual já foi presidente e diretora financeira nacional, hoje ocupando o cargo de diretora de Relações Institucionais. Na sua opinião, o Selo faz com que o participante se detenha sobre processos, gestão financeira, planejamento a médio e longo prazo de forma inédita, além de aprimorar as relações com os *stakeholders*, os colaboradores e o mercado. Em suma, “nos faz focar na melhoria constante e, assim, sermos destaque em nosso segmento”.

“ O Selo de Qualidade é muito mais do que uma ferramenta de venda. Ele é uma oportunidade da empresa, através de uma conceituada instituição como o SEBRAE, passar por uma evolução contínua. Nas várias etapas do programa, o empresário e toda a sua equipe reavaliam o negócio, sendo forçados a sair da rotina dos processos diários e da zona de conforto e passando por uma imersão de análises sobre a empresa ” (Gabrielle Nobre Dal Belo, Associação Brasileira de Empresas de Eventos, ABEOC/CE).

Na Gerência de Negócios Estratégicos Centro Sul/Cariri do SENAC/CE, Isaac Coimbra Pinheiro representou a instituição junto ao Comitê Gestor do Selo de Qualidade nos

anos de 2012 a 2014. Ele cita os 200 itens avaliados pelos consultores para enfatizar a importância das intervenções, pois elas ajudam a garantir maior produtividade da equipe e a sustentabilidade do negócio. “O Ceará é conhecido internacionalmente como destino hoteleiro, e o Selo de Qualidade em Serviços ajuda a torná-lo um destino competitivo, contribuindo para o desenvolvimento do turismo”.

“*As empresas detentoras do Selo de Qualidade se encontram hoje um passo à frente das demais, pois, por livre e espontânea vontade, concordaram e se submeteram a uma avaliação em que o maior beneficiado é o próprio empresário.*” (Isaac Coimbra Pinheiro, SENAC/CE).

A Secretaria do Turismo do Estado (SETUR) participa desde o início do Comitê Gestor, por meio dos técnicos designados pelo gabinete. Até 2014, a responsável por essa atribuição

junto ao *trade* turístico era Fernanda Helena Costa e Silva. Em 2014, passou a ser o coordenador de Destinos e Produtos Turísticos, José Valdo Mesquita Aires Filho. Para ele, o movimento dos viajantes criou demandas benéficas para todos: “De fato, a explosão do turismo no Ceará e a crescente concorrência entre os destinos tem resultado na percepção da necessidade de se estabelecerem ferramentas de diferenciação entre as organizações que fornecem serviços turísticos. Uma dessas ferramentas é o Selo de Qualidade”.

“*Aqueles ‘empresários’ que descredita ou não valorizam políticas públicas e programas de qualificação, sejam profissionais ou de bens de consumo, estarão fadados ao fracasso. Num mundo globalizado a qualidade é fator obrigatório para aqueles que respeitam seus consumidores e desejam continuar realizando sonhos e fantasias de seus clientes.*” (José Valdo Mesquita Aires Filho, SETUR).

“*Quando adquiri uma barraca de praia na Av. Beira Mar, procurei o SEBRAE imediatamente, em busca de conhecimentos para gerir uma pequena empresa. Desde então me identifiquei com o trabalho e as pessoas da instituição. Passei a participar de palestras, cursos, fóruns e projetos, como o do Selo de Qualidade, por exemplo, tanto como empresária quanto como representante de entidades, tais quais ABBMAR e AEPF, dentre outras. Pessoas como Ana Clévia Guerreiro, Régis Dias, Alci Porto, Elizeu Barros, Régis Medeiros, Pedro Carlos e tantos outros, pioneiros e atuais, foram todos especiais nesse processo. As lembranças são: do novo, da busca, do debate, da conquista e, especialmente do prazer em avaliar e premiar empresas tão comprometidas na busca pela qualidade.*” (Fátima Queiroz, AEPF).

ENTIDADES QUE COMPÕEM O COMITÊ GESTOR DE AVALIAÇÃO:

- Associação dos Barraqueiros da Beira Mar (ABBMAR)
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos no Ceará (ABEOC/CE)
 - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)
- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL)
- Associação dos Empresários da Praia do Futuro (AEPF)
- Associação dos Meios de Hospedagem e Turismo (AMHT)
 - Fortaleza Convention & Visitors Bureau (FC&VB);
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)
 - Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR)
- Sindicato Estadual dos Guias de Turismo do Ceará (SINDEGTUR/CE)
 - Sindieventos

CONSULTORES: NA PONTA DO PROCESSO

Sem o trabalho de campo dos consultores, não haveria o Selo de Qualidade em Serviços. Criteriosos, objetivos, atentos aos detalhes, donos de um grande poder de comunicação, alguns desses profissionais acompanharam o nascimento do programa, como é o caso de Solange Maria dos Santos Freire, que trabalhava com Régis Dias na área de Turismo. Na época, por se tratar de um projeto-piloto que começou pequeno, havia apenas três ou quatro consultores.

“Eles sentaram numa mesa e começaram a pensar num roteiro de análise, com os itens a serem analisados nos hotéis e restauran-

tes. Naturalmente, tudo era muito discutido com o Régis. Feito o roteiro, os consultores foram para as empresas e viram o que tinha viabilidade, o que precisava ser agregado, o que podia ser suprimido. Foi um processo de evolução”, detalha Solange.

“O Selo teve uma explosão gravitacional. Ele começou em Fortaleza e foi crescendo cada vez mais. Para tudo isso contribuiu o desenvolvimento do turismo no Ceará: novos destinos, novas demandas, maiores investimentos, a explosão de Jericoacoara, a profissionalização de Canoa Quebrada, a descoberta do Cariri. Na medida em que os Escritórios Regionais foram tomando para si o sentimento de pertencimento em relação ao Selo,

os empresários foram entendendo a importância da premiação” (Solange Santos).

Eroni Fernandes da Fonseca e Carlos Eduardo Sucupira Ferreira de Melo, também, entraram no início, ainda em 1998. Para Eroni, o consultor é um dos principais elementos da cadeia, pois tanto ajuda a indicar os novos rumos como orienta tecnicamente os processos: “Em muitos casos, torna-se parte responsável pelo sucesso do empreendimento”. Eduardo Sucupira concorda com ele e acrescenta que o consultor precisa ter bom senso e propor soluções viáveis de acordo com a necessidade da empresa.

“É através da visão e da avaliação dos consultores que o grupo gestor analisa quem deverá ser agraciado com o Selo”, sobrepõe Andréa Veruska Nery Vaz, outra pioneira do programa. Seu colega Osmar Angelo Fin reforça: “O consultor, por estar na ponta, aplicando o checklist, é o principal ator do Selo de Qualidade”. Já Fernanda Ester Maia Benevides de Abreu prefere chamar a atenção para a importância da participação consciente, ou seja, o empresário não deve entrar no programa objetivando usar o Selo como uma ferramenta de marketing. “A adesão ao Selo é um investimento na qualidade, um processo que tem começo, entretanto sem prazo para finalizar”, diz Fernanda.

Trabalhando no Selo desde o ano 2000, Ana Paula Rodrigues da Costa adquiriu uma longa experiência. Ela explica que na primeira etapa do trabalho os consultores só deixam de ser clientes-ocultos quando precisam aces-

sar áreas restritas da empresa. Apresentando seus crachás, entram no setor de recursos humanos, na rouparia, na lavanderia, nas unidades habitacionais, em todos os setores. Tudo isso gera uma espécie de raio-X do lugar, com críticas, observações, sugestões e soluções para mudar.

“*Sempre ressalto em minhas visitas aos estabelecimentos que uma boa estrutura ajuda na decisão de escolha dos clientes, mas o que o fideliza é a relação de confiança, e isso só se consegue com pessoas comprometidas com a qualidade em todos os momentos*” (Eroni Fernandes da Fonseca).

Portanto, não se trata da mera aplicação de um questionário, mas da elaboração conscienciosa de um diagnóstico. O consultor que encontrar uma não-conformidade no estabelecimento visitado precisa gerar uma solução que seja viável ao cliente. “Enfatizamos muito para os empresários que o SEBRAE não é um órgão fiscalizador nem certificador. O Selo de Qualidade é um programa orientativo que ajuda os negócios a oferecerem melhores serviços. Os consultores são parceiros, e não fiscais”, sublinha Ana Paula.

Ana Maria Mac-Dowell Costa é outra consultora que tem profícua história de colaboração com o programa, no qual atua desde 1999. Estudiosa e entusiasta do Selo, Ana é também nutricionista e pôde, com a sua expertise, contribuir para a melhoria do processo de avaliação das cozinhas. Ela considera que, além de orientar as empresas a evoluírem constantemente em seus processos, os consultores devem apresentar inovações tecnológicas e

de produtos e serviços, de modo a conectar o empresário com o que há de mais moderno. “Também é importante fazer com que as empresas permaneçam no programa através de estímulos e dicas”, acrescenta.

“*Por já ter vivenciado a área da hotelaria, percebi que o Selo de Qualidade mudaria - e muito - a imagem das empresas. O processo exige de nós, consultores, estarmos sempre informados sobre as mudanças e as novas tendências nas áreas de alimentos e bebidas e meios de hospedagem, pesquisando e participando de eventos*” (Carlos Eduardo Sucupira Ferreira de Melo).

A concessão do Selo deixou de ser gratuita a partir de 2005. “O valor era irrisório, mas cobrar passou a ser importante como forma de ter uma contrapartida e uma maior valorização do prêmio”, considera Solange Santos. Muitas vezes, o empresário “tem a vontade, tem o dinheiro e não sabe como fazer”, então o Selo é uma forma, inclusive, de lutar contra o desperdício, já que o consultor diz até qual

é a luminosidade ideal a partir da área que está sendo trabalhada. Nesse sentido, o programa é um catalisador de negócios.

“*Temos vários exemplos de empresas que entraram no programa ainda pequenininhas e que foram crescendo. O restaurante Antônio do Coco, em Aracati, é um desses negócios, que inclusive participou quatro vezes antes de ganhar. O Selo é um casamento, dificilmente uma pessoa quer deixar de tê-lo. Quem entra, só para renovar se houver um problema financeiro ou de estrutura muito graves. O programa é uma entrega, um investimento*” (Ana Paula Costa).

Trabalhando em todo o Ceará, os consultores ajudam a conscientizar os empresários de que, mesmo em um momento de incertezas, a inovação em tecnologia, processos e pessoas é uma necessidade de nossos dias; e que expressões como inclusão social, sustentabilidade e qualificação representam diferenciais para se manter vivo no mercado.

O SELO NOS ESCRITÓRIOS REGIONAIS

Para que o Selo de Qualidade em Serviços tenha a abrangência que merece, as ações são trabalhadas em conjunto e de maneira nivelada pelos 12 escritórios regionais do SEBRAE/CE, que abarcam municípios de todo o Ceará. No início de cada ano, são repassados ao grupo dos gestores os manuais, o calendário a ser desenvolvido, a relação atualizada de consultores e os informes gerais.

No que se refere à captação de clientes, cada gestor elabora a sua estratégia mediante a especificidade da região onde atua, porém, os caminhos são compartilhados e a troca de informações é contínua. Geralmente, no início do ano, são organizadas palestras nos vários municípios, ligadas a temas como inovação e qualidade, ocasião em que muitas empresas locais são apresentadas ao Selo pela primeira vez, sendo convidadas a participar.

Cabe ao gestor regional tirar as dúvidas do cliente, organizar a documentação e dar todo o suporte necessário. “Sem esse apoio seria impossível atender empresas de todas as regiões. É o olhar do gestor local, a confiança que ele desperta no empresário e a interação entre ambos que faz com que as empresas dos municípios participem”, considera a gestora de Turismo do SEBRAE/CE, Evelynne Tabosa.

ESCRITÓRIO REGIONAL FORTALEZA CONHECIMENTO DO PÚBLICO-ALVO

“Trabalho com o Selo de Qualidade em Serviços desde 2016. Considero que a maior contribuição do programa para as empresas participantes é o incentivo à cultura da excelência nos serviços prestados. Ter poucos profissionais para atender as empresas participantes é o nosso maior desafio, pois os credenciados na metodologia atuam em todo o Estado. Nos relatórios emitidos pelos consultores, identificamos a necessidade de melhoria tanto na higiene quanto no atendimento e na infraestrutura dos estabelecimentos. A experiência com o Selo tem me ajudado a conhecer o público-alvo do projeto que coordeno. As empresas têm bastante confiança no processo do SEBRAE, e a metodologia me abre portas para diversas outras atuações. O Selo é uma garantia para o turista e para o fortalezense de que os serviços prestados obedecem a padrões de qualidade, garantindo confiabilidade e segurança na prestação dos serviços”.

(Ana Virginia Saraiva Milhome Alcoforado, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços no Escritório Regional de Fortaleza).

ESCRITÓRIO REGIONAL METROPOLITANO PASSO A PASSO PARA A EXCELÊNCIA

“Trabalho na iniciativa há três anos. Essa experiência tem me marcado por meio dos conhecimentos adquiridos e utilizados no dia-a-dia. Na minha regional, o grande desafio é conscientizar os empresários quanto à necessidade de implantar e seguir as normas e critérios da qualidade em serviços. A grande contribuição do Selo para as empresas participantes é dar conhecimento de um passo a passo para atingir a excelência na qualidade. Acho que os maiores problemas detectados se concentram na higiene e na manipulação de alimentos. O Selo tem o papel fundamental de orientar, avaliar e aperfeiçoar a qualidade dos serviços das empresas cearenses”.

(Everaldo Alcione Menezes Peixe, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços no Escritório Regional Metropolitano).

ESCRITÓRIO REGIONAL LITORAL LESTE MAIOR CONTATO COM AS EMPRESAS

“Desde 2014, acompanho o programa, cujo maior mérito é a implantação de uma cultura de qualificação constante e a integração das equipes de trabalho. Ainda precisamos

caminhar na sensibilização das empresas quanto aos benefícios e contribuições das consultorias para a melhoria dos serviços e processos, havendo resistência de alguns estabelecimentos quanto à adesão; bem como dificuldade de entendimento de que se trata de um processo orientativo e educativo e não de fiscalização da empresa. Os principais problemas estão relacionados à adequação do setor cozinha às normas da legislação vigente, que em muitos casos requerem reforma. O programa tem me dado a oportunidade de ter maior contato com as empresas e acompanhar mais de perto as mudanças no decorrer de todo o processo. Acredito que o Selo vem contribuindo significativamente para a melhoria dos serviços ofertados, elevando o turismo da região.

(Lucieuda Bezerra da Silva, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços no Escritório Regional Litoral Leste),

ESCRITÓRIO REGIONAL JAGUARIBE OUTRA CONCEPÇÃO DE QUALIDADE

“Passei a acompanhar mais diretamente o Selo de Qualidade em Serviços a partir de 2012. Os resultados alcançados pelas empresas participantes e a maturidade empresarial que este processo provoca é inspirador e traz um rico aprendizado. A cultura da qualidade é um elemento crucial

para alcançar o sucesso de maneira sustentável. O maior desafio é a resistência de boa parte dos empresários, que ficam presos a modelos de gestão ultrapassados e, por este motivo, muitas vezes, relutam em participar.

Sem dúvida, a maior contribuição é a mudança de visão do empresariado, que passa a ter uma outra concepção sobre a importância da qualidade e de como o estabelecimento de processos padronizados é fundamental para isto. O mais grave problema é, na verdade, o que causa todos os outros – a ausência de uma cultura empresarial baseada na gestão. Mas o Selo de Qualidade contribui significativamente para o profissionalismo da gestão das empresas e para a elevação do padrão de qualidade das mesmas. Estes pontos são decisivos para qualquer empresa que busca o desenvolvimento”.

(Ranulfo Alexandre de Almeida Pereira, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços no Escritório Regional de Jaguaribe).

ESCRITÓRIO REGIONAL CENTRO-SUL A CADA ANO UMA NOVA APRENDIZAGEM

“Estou atuando desde de 2015. Iniciei com o Selo de Qualidade no escritório regional de Tianguá. Em 2016, quando fui transferido para o regional Litoral Leste (Aracati),

vivenciei o programa de forma mais intensa, até porque a região litorânea demanda uma maior adesão de empresas. Atualmente estou lotado no regional de Iguatu, onde fico efetivamente à frente do programa, uma iniciativa única, autêntica e de iniciativa do nosso Estado. Vejo como um grande desafio a sensibilização para a adesão ao programa, e sinto que o Selo precisa sofrer uma repaginada na sua estrutura, na sua abordagem aos empresários e, principalmente, no seu respaldo junto aos mesmos.

A iniciativa traz um diferencial competitivo, inovação em processos, estruturação física e conscientização sobre conceitos até então não trabalhados, mas destaco o atendimento como sendo o maior problema. Algumas empresas não chegam a atingir a pontuação necessária para a obtenção do Selo, porém fica a oportunidade de melhoria. Para mim, a cada ano é uma aprendizagem diferente. Aprendo com as empresas, com os consultores, nas reuniões com colegas de trabalho e, principalmente, em visitas realizadas às empresas. O programa contribui de forma inigualável. Não vejo outro projeto do SEBRAE que tenha a mesma funcionalidade do Selo de Qualidade. O que precisamos é aperfeiçoar as nossas ferramentas para atender o cliente melhor ainda”.

(Johnw de Oliveira Mágulas, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional Centro-Sul).

ESCRITÓRIO REGIONAL CARIRI CRIANDO UMA CULTURA DA QUALIDADE

“Estou há 17 anos no Selo, desde o ano 2000. Trata-se de uma excelente metodologia para estabelecer rotinas de qualidade, avaliar anualmente as conformidades e inconformidades de vários itens. Ajuda a criar uma cultura da qualidade junto às equipes de trabalho, melhora a satisfação dos clientes e cria um diferencial para as empresas participantes no mercado competitivo. Acredito que a divulgação institucional para o público-alvo e o público consumidor precisa aumentar. Trabalhar com o Selo tem me aproximado mais das empresas da região, oportunizando a adesão destes negócios a outras soluções SEBRAE. Isso de certa forma tem destacado nosso trabalho, visto que vem crescendo no Cariri o número de empresas participantes. A experiência me deixa atualizado quanto aos requisitos de qualidade obrigatórios ou não, exigidos para o setor em que atuo. O programa contribuiu muito para elevar o nível de qualidade em serviços e para ampliar o atendimento às normas legais nas empresas do turismo, principalmente no interior do Estado, onde normalmente há menos experiência e informação sobre esses aspectos”.

(Antonio Édio Pinheiro Callou, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional do Cariri).

ESCRITÓRIO REGIONAL CRATEÚS DESENVOLVER O POTENCIAL TURÍSTICO

“Ingressei há seis anos no Escritório Regional de Crateús, e minha atuação com o Selo ocorre nos municípios de Santa Quitéria e Nova Russas. Verificamos que muitos empresários não percebem a credibilidade que o Selo pode oferecer à sua empresa, um pouco por falta de conhecimento, outro tanto por falta de divulgação do próprio programa. O Selo traz o aprimoramento constante da gestão do negócio, no sentido de não deixar cair a qualidade. Garante a “vigilância” e o cuidado no que diz respeito às boas práticas de alimentação. Ajuda no preparo das empresas para o recebimento dos clientes, tanto na estrutura quanto no atendimento, contribuindo para o desenvolvimento do potencial turístico dos municípios. Por isso mesmo, é preciso que haja uma maior divulgação na mídia sobre o Programa, para que os clientes saibam o que significa um estabelecimento possuir um Selo de Qualidade em Serviços”.

(Raquel Lorena Gobb, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional de Santa Quitéria-Crateús).

ORGULHO DE EXPOR A PLACA

“Estou junto ao Selo desde 2011, quanto atuava no litoral leste, em Aracati. O programa me mostrou a importância do planejamento

e da busca de melhoria e aperfeiçoamento contínuo. Antes, o Selo tinha uma presença muito forte no litoral, Cariri e capital. Hoje, o SEBRAE tem incentivado a interiorização do programa, e isso é fundamental. Quanto vim para Tauá, achei importante trazer essa experiência para empresas da região dos Inhamuns, pois o Selo ajuda o empreendedor a se comprometer com a qualidade e a produtividade. Incentivamos as empresas a participarem anualmente, por entender que a busca da qualidade deve ser uma preocupação permanente. Podemos acompanhar o progresso de melhoria analisando os relatórios das consultorias e fazendo comparação ano a ano.

Como produto novo, iniciamos com apenas seis empresas em Tauá. Em 2016, tivemos um total de 21 empresas participantes na região, sendo que 11 conquistaram o Selo. Isso mostra a boa aceitação do programa. Para tanto, fazemos um trabalho de divulgação junto às empresas de alimentação fora do lar. A maior contribuição do Selo é a busca pelo aperfeiçoamento contínuo. O fato da empresa ter obtido a premiação não deve fazer com que ela deixe de participar no ano seguinte, pois o empresário tem que entender que a busca pela qualidade é permanente.

Percebemos a carência de mão de obra especializada em atendimento nos estabelecimentos. Em relação à higiene, em Tauá tivemos a forte presença da Vigilância Sanitária, que atuou como parceiro incentivando as empresas a participarem do Selo e apoiando na obtenção do manual de boas práticas de

fabricação. Através dessa parceria, a Prefeitura disponibiliza gratuitamente os exames médicos e laudos de água para empresas participantes. Os agraciados com o Selo sentem orgulho de exporem a placa nas entradas de seus estabelecimentos. Isso passa uma boa imagem para a clientela e incentiva a competitividade “.

(Macélio de Sousa Costa, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional de Tauá-Crateús).

A MANUTENÇÃO É FUNDAMENTAL

“Estou no Selo há cinco anos, desde que assumi a função de gestora da MR1, que é o município de Crateús. A experiência é boa porque me deu a oportunidade de conhecer o programa e me aproximar do setor dos serviços de restaurantes e hospedagem, além de compartilhar do empenho dos empresários para obter o prêmio, que para eles é de grande importância. Sinto que no início houve alguma resistência, por falta de conhecimento, mas após participarem no primeiro ano, a manutenção se torna fundamental, pois passa para os clientes a segurança dos serviços oferecidos, tanto os de hospedagem quanto os de alimentação. O maior problema é mesmo a carência de mão de obra especializada. Em relação à preocupação com a higiene, a Vigilância Sanitária contribui com a fiscalização e a exigência de manuais de boas práticas, prevenção de incêndios, entre outros. Essas normas contribuem para a qualidade e segurança nos empreendimentos”.

(Maria Luziran Aurelia Rosa, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional de Crateús).

ESCRITÓRIO REGIONAL SERTÃO CENTRAL VIA DE MÃO DUPLA

“Ingressei na equipe da regional Sertão Central em 2014 e, desde então, tenho trabalhado com o Selo. Como o programa é cíclico, sendo renovado a cada ano, nosso grande desafio é vender o mesmo produto por anos seguidos ao mesmo cliente. A implantação do roteiro de análise baseado nas normas e legislação vigente, assim como a constante melhoria dos processos implantados, garantem aos empreendimentos participantes a otimização de seus recursos e a excelência dos seus serviços. Higiene, atendimento e infraestrutura formam um tripé importante, pois cada qual contribui para o resultado do empreendimento. Porém, os maiores gargalos estão relacionados ao fator humano, uma vez que o corpo funcional e os próprios empresários necessitam de constante monitoramento nos processos e de motivação com foco na qualidade. A melhoria dos produtos e serviços agrega valor aos estabelecimentos, o que por conseguinte acaba sendo reconhecido pelo mercado consumidor, tornando-se uma via de mão dupla, onde ganha o cliente, com um serviço de qualidade, e ganha o pequeno negócio, com o aumento das vendas, movendo assim a cadeia turística. Tiro como grande lição do

programa para a minha vida a busca constante pela excelência. Assim como incentivamos as empresas a sempre buscarem fazer o melhor, trago isso para a minha área funcional no SEBRAE, procurando o melhor para a instituição”.

(Gabriela Ribeiro de Aquino, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional do Ser-tão Central).

ESCRITÓRIO REGIONAL DA CHAPADA DA IBIAPABA MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

“Trabalho como gestora do Selo desde 2012, sempre no Escritório Regional da Ibiapaba. Implantar a qualidade com base em normas técnicas nos pequenos negócios foi o grande desafio. No início, quando íamos fazer a divulgação, os micro empre-sários diziam que nunca teriam um Selo de Qualidade porque era muito difícil ganhar. Eles achavam burocrático implantar as re-comendações. Mas o Selo proporciona ao participante informações técnicas que, se aplicadas, dão ao estabelecimento comer-cial um salto de mercado. A empresa sai da pior condição para a excelente. E sempre há algo para acrescentar, tanto no mais bá-sico, como, por exemplo, a limpeza do ba-nheiro, até a padronização do atendimento, o cardápio e as fichas técnicas. Com isso, o empreendedor cresce no mercado e fidei-

za o cliente. E o mais gratificante é tornar aquele negócio referência na região, um exemplo para novos empreendedores.

Por causa dessa experiência, passei a ser mais exigente como profissional e como cliente. Quando chego em um es-tabelecimento, já observo tudo, princi-palmente o atendimento. Também estou mais sensível ao uso de ferramentas de qualidade. Quando vou vender o Selo, sempre digo para o cliente que mais im-portante do que ganhar a placa é aplicar no seu negócio e na sua vida os princí-pios da qualidade, fazer bem feito. O Selo contribui para a padronização dos equipamentos turísticos e para a utiliza-ção de normas técnicas e de segurança, dando credibilidade aos negócios diante do mercado consumidor. A empresa que consegue aplicar todas as orientações da consultoria se destaca, cresce e se torna modelo de negócio sustentável. Na Ibiapaba, há várias empresas que já ganharam o Selo: o Café Com Rosas, em São Benedito; o Café Empório, em Tian-guá; a Pousada Serra Verde, a Pousada Ipê e o Viçosa Hotel de Serra, todos os Viçosa do Ceará. Já a empresa Guilherme Teixeira Festas e Eventos foi a pri-meira em organização de eventos do in-terior do Estado a levar a premiação”.

(Lucileide Lourenço de Oliveira, analista téc-nica do SEBRAE e gestora do Selo de Qua-lidade em Serviços do Escritório Regional Tinguá-Chapada da Ibiapaba).

ESCRITÓRIO REGIONAL REGIÃO NORTE VIVENCIAR OS PADRÕES DE QUALIDADE

“O Selo melhora os processos de gestão, por viabilizar capacitação qualificada sobre os procedimentos que levam à obtenção e manutenção do padrão de qualidade. Estou trabalhando na iniciativa desde o ano de 2014 e percebo que os maiores desafios referem-se aos ajustes que as empresas precisam fazer. Acredito que os maiores gargalos detectados nos estabelecimentos estão relacionados à infraestrutura, por causa das reformas. Vejo que o Selo contribui para o turismo no interior do Estado e tem influenciado as empresas a se prepararem cada vez melhor para o mercado competitivo que temos hoje. Trabalhar nessa iniciativa leva-nos a entender e a vivenciar os padrões de qualidade necessários para os empreendimentos, assim como a conhecer melhor a vida de profissionais que atuam no setor”.

(Tomaz Machado do Carmo, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional da Região Norte).

ESCRITÓRIO REGIONAL ITAPIPOCA GRANDE EVOLUÇÃO

“Passei três anos trabalhando pelo Selo de Qualidade na regional de Crateús, e estou há um ano na regional de Itapipoca. Durante

esse tempo, constatei que a infraestrutura e, principalmente, o atendimento são os setores que mais exigem mudanças. Já os prazos de visita dos consultores e a adesão ao Selo fazem parte dos nossos desafios. Ao acompanhar os empresários na organização dos seus negócios, adquirimos conhecimento em relação às normas a que as empresas do setor turístico têm que se adequar para atender melhor os seus clientes. Nosso dever é orientá-las em relação a isso. As empresas que passam pelas consultorias, demonstraram uma grande evolução no atendimento aos clientes e na prestação de serviço”.

(Robson Rabelo Rangel, analista técnico do SEBRAE e gestor do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional de Itapipoca).

“Meu contato mais direto com o Selo Qualidade se dá há três anos, pelo Regional de Itapipoca. Nossa região tem alguns desafios, dentre os quais se sobressai a seguinte situação: as inscrições e as primeiras visitas do Selo ocorrem no primeiro semestre, sendo que, por conta da baixa temporada, boa parte dos empreendimentos turísticos têm recesso – alguns aproveitam para viajar, outros para fazer reformas ou manutenção. Desta forma, antes do dia 15 de junho as visitas ficam inviáveis. Com isso, o tempo entre a primeira e a segunda visita dos consultores é muito curto para se fazer as adequações que o Selo venha a sugerir.

(Maria Vanderlene Carneiro Vasconcelos, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional de Itapipoca).

ESCRITÓRIO REGIONAL DO MACIÇO DE BATURITÉ

“O Selo de Qualidade é uma metodologia desenvolvida pelo SEBRAE/CE, na qual vejo muita coerência didática. Tenho acompanhado desde 2003 esse programa cujo processo educativo demanda uma mudança cultural em processos e condutas básicas (higiene, limpeza, manipulação e normas), no ato do registro da empresa (Vigilância Sanitária, prevenção de incêndio, controle de pragas), bem como nos aspectos referentes a gestão de pessoas, processos, liderança, condutas e rotinas internas. Nós entramos na intimidade da empresa e tentamos ser um elo entre a sua visão estratégica e a sua cozinha, instigando um tema desafiante que é a qualidade.

O interior do Estado precisaria ter uma sistemática de acompanhamento maior no ato do registro das empresas. Hoje defendemos o que a ANVISA preconiza, todavia hábitos e rotinas muito básicos ainda não estão na cultura dos empreendedores e de seus colaboradores. Nosso maior desafio é trabalhar a cultura da qualidade! O ideal é que os empresários tivessem a linha de conduta, ao processos e as rotinas bem claros e definidos. A maior contribuição do Selo é instalar isso, estabelecer um elo de formação que perpassa toda a equipe de colaboradores. A assimilação da metodologia provoca melhorias

estruturais e de qualidade de vida, e quem ganha é o cliente.

O SEBRAE estabelece uma base de qualidade nas empresas, e isso passa a ser o escopo de condutas, manutenção, investimento. Somos os olhos para ver o que é preciso ser visto. Em geral, a mudança na infraestrutura é o que mais ‘dói’ – os empresários argumentam que vão ter que fazer despesas... Mas acabam fazendo, a depender da situação financeira e dos prazos previstos. A parte de atendimento é delicada, por se tratar de um investimento contínuo. Todavia, o mais grave está no setor de higiene e limpeza; nas cozinhas.

Estou no SEBRAE desde 1º de março de 1993. Já comi e dormi em muitos lugares. E já comi e bebi muito mal! Tive experiências ruins com comida estragada, com apartamentos sujos... Exigir limpeza, hoje, é básico! Mas há 20 anos, no interior do Estado, não era. Isso me incomodava. O Selo é uma referência, é um norte balizador de qualidade. Ele chance-la a preocupação daquele equipamento em oferecer o melhor serviço. Isso dá segurança. A formação do empresário no interior ainda é muito básica. Precisa do acompanhamento e da orientação do SEBRAE. O Selo contribui para um novo padrão de serviço no Estado, desenvolvendo um perfil mais profissional”.

(Fabiana Gizele Moreira da Costa, analista técnica do SEBRAE e gestora do Selo de Qualidade em Serviços do Escritório Regional do Maciço de Baturité).

PARTE 2

RELATOS QUE
FAZEM A HISTÓRIA

ANTÔNIO ALBUQUERQUE: MEMÓRIAS DOS PRIMEIROS TEMPOS

Ex-reitor da Universidade Federal (UFC), Antônio de Albuquerque Sousa Filho é formado em Agronomia e foi professor de Extensão Rural, Chefe do Departamento de Economia Agrícola e Diretor do Centro de Ciências Agrárias da UFC. Ocupou também os cargos de secretário de Educação do Estado e secretário de 1º e 2º graus do Ministério da Educação. Superintendente Estadual do SEBRAE de 1996 a 1998, Antônio Albuquerque viu o Selo de Qualidade nascer, participou das primeiras reuniões e tem lembranças bem pessoais sobre aqueles tempos de estruturação.

“Vou contar como começou toda essa história. Um casal de amigos meus veio de São Paulo visitar Fortaleza. Ficaram hospedados em um hotel na Beira-Mar, perto do Náutico. Eu e minha mulher fomos encontrá-los, atravessamos a Avenida e nos dirigimos a um daqueles quiosques – na época não havia a estrutura de hoje, eram umas palhoças. Pedimos uma cerveja e a moça que nos atendeu trouxe quatro copos com água no fundo, abriu a garrafa e jogou a tampa no chão. A outra que nos serviu estava com um avental imundo e um cigarro no canto da boca. O

casal ficou horrorizado com aquelas cenas, e meu amigo me puxou para comentar: “Albuquerque, como é que vocês querem fazer turismo aqui com esse quadro que nós estamos vendo?”.

No dia seguinte, quando eu cheguei no Sebrae, a primeira providência que tomei foi chamar o Azim (Edilson Azim Sarriune, diretor técnico), o Régis (Francisco Régis Cavalcante Dias, gestor de Turismo) e mais um grupo de técnicos para relatar o que havia acontecido e perguntar o que poderíamos fazer. Eu achava que devíamos criar algum estímulo para que restaurantes, bares e hotéis tivessem um serviço de qualidade, ambientes limpos e mais chances de deixar os clientes satisfeitos. Então, a equipe se debruçou sobre o assunto e, dentre as ideias propostas, surgiu a do Selo de Qualidade. Encomendamos a concepção visual do prêmio, com o desenho de uma jangada. A ideia era comunicar que o SEBRAE estava lançando um selo de qualidade como estímulo ao turismo e que quem quisesse participar poderia fazer a sua inscrição.

Ficou também decidido que, após as inscrições, as equipes visitariam os hotéis e restaurantes para verificar cada ambiente, as condições da cozinha, a maneira como se guardavam os alimentos etc. Os técnicos iriam a esses lugares sem se identificar,

pediriam algo oferecido no cardápio e anotariam tudo o que estivessem observando. Como o funcionário chegava para atender? Como era a louça utilizada? Os preços eram justos? Com base nesse levantamento, cujos dados se somavam com os de uma segunda visita, os estabelecimentos recebiam pontos. Mas a ideia não era só avaliar, era também dar uma consultoria e oferecer algum tipo de treinamento. Aqueles que recebessem o maior número de pontos seriam agraciados com o Selo numa solenidade oferecida pelo SEBRAE.

A primeira edição teve vários convidados e contou com a presença dos jornais e da televisão. Daí em diante pode-se dizer que o prêmio ‘estourou’, todos começaram a se interessar, foi um sucesso. A cada ano, passou a ter mais inscritos. Lembro-me de que uma vez fui a Caucaia e o dono do hotel onde eu estava fez questão de me mostrar os três Selos que ele havia conquistado, dizendo-me o quanto a frequência e a qualidade haviam melhorado. A prova do sucesso é que estamos aí, chegando aos 20 anos”.

ALCI PORTO: É PRECISO SER VISTO

O economista Alci Porto Gurgel Júnior tem uma longa história junto ao SEBRAE/CE, onde entrou como estagiário. Trabalhou em Crateús e Sobral, retornando a Fortaleza em 1998, para cuidar do projeto de agronegócio que estava sendo implantado no Ceará. Foi

gerente da área de Educação Empresarial e, posteriormente, assessor de Régis Dias. Assumiu a Superintendência do SEBRAE/CE (2005-2006) e a Presidência da Associação Brasileira dos SEBRAE Estaduais, a ABASE (2005). Depois de dois anos como diretor superintendente, voltou à diretoria técnica. Alci enfatiza que vários projetos do SEBRAE/CE já se tornaram referência nacional, dentre os quais o Selo de Qualidade em Serviços.

“Era incomum que alguém, saindo de um estágio, já assumisse a gerência de um Escritório Regional do SEBRAE/CE, mas eu fui designado em 1988 para o Escritório de Crateús, nos Inhamuns. A região era uma das mais pobres do Ceará, com um sistema de educação precário e difícil acesso a todos os serviços. Na época, os órgãos federais e estaduais tinham pouca atuação no sertão. O SEBRAE/CE era o órgão de referência das comunidades. Servia de apoio às prefeituras, era demandado para todo tipo de trabalho, inclusive o de organização comunitária.

Havia um estado diferente do outro. O interior não possuía nada do que se via na capital. Concentração de negócios, instituições técnicas, universidades, boa formação: tudo era em Fortaleza. As famílias já tinham como prática enviar seus filhos para estudar fora. O SEBRAE/CE era um ente quase que isolado apoiando as iniciativas locais e dando organização às bases produtivas. Com isso, acabou criando um conceito muito forte nessas regiões, a ponto dos prefeitos declararem claramente que o SEBRAE/CE era o único braço de apoio que eles tinham.

Quando cheguei em Crateús, a Ana Clévia Guerreiro era minha estagiária. Logo virou administrativa e, pela persistência e vontade que ela tinha de aprender, foi galgando degraus importantes. Quando fui para Fortaleza, assumindo a assessoria com o Régis, ele me perguntou quem poderia chamar para a unidade de Turismo, já que ele estava saindo. Eu sugeri a Ana Clévia, que se mostrou uma das técnicas mais capacitadas e admiradas pelo *trade* turístico. Junto com o Régis, ela foi fundamental na idealização do Selo, que por sua vez surgiu da inquietação do *trade*.

E por que o Selo deu tão certo no Ceará e não teve o mesmo êxito em outros Estados? Porque aqui o *trade* se envolveu. Todos os organismos do turismo participam. O peso, a imagem, a responsabilidade e a relevância são outros. O Selo é mais do que uma certificação. É o reconhecimento de um programa implantado na empresa.

Outro fator fundamental é a visão de negócio do empresário. Ele tem que ser o primeiro a assumir uma nova atitude, fazendo as adequações necessárias com as ferramentas que o SEBRAE ou outros órgãos, como o SENAC, oferecem. Nós temos, por exemplo, o SebraeTec, que é um programa de tecnologia, que leva inovação para as empresas, com custeio de 70%. Existe também o Empretec, que fortalece as habilidades do empreendedor, melhorando o desempenho empresarial. Depois que uma empresa é agraciada, há sempre a preocupação de incluí-la nas feiras, nas rodadas de negócios, nos encontros com a ABAV, nos eventos do setor. Pois quem tem qualidade precisa ser visto.

O Selo está ligado à sustentabilidade, ao meio ambiente, à responsabilidade social. O empresário tem que interagir com o meio, não deve se prender ao resultado do negócio. Ele pode envolver a comunidade, estabelecer parcerias, gerar oportunidades. A qualidade não é só intramuros. Devemos olhar para fora.

GESTORES DO PROGRAMA: EXPERIÊNCIAS QUE SOMAM

Desde que foi criado, o Selo de Qualidade passou por extenso processo de aperfeiçoamento, que contou com o trabalho empenhado de gestores experientes como Régis Dias, Ana Clévia Guerreiro, Antônio Matos Brito, Rebeca Alcantara, Idalécia Machado e Evelynne Tabosa. Aqui, eles relatam suas vivências e pontos de vista acerca dessa história escrita a muitas mãos, em que cada narrativa enriquece o resultado visto hoje.

RÉGIS DIAS: A UNIÃO DO TRADE

Formado em Administração de Empresas, Régis Cavalcante Dias ingressou no SEBRAE/CE em 1989, como estagiário da instituição, onde ocupou vários cargos. Foi diretamente responsável pelo Selo de Qualidade de 1996 a 1998, no papel de coordenador de Turismo do SEBRAE/CE. Em 1998, foi nomeado diretor técnico e em 1999, superintendente do SEBRAE/CE. Em 2003 tornou-se presidente do Conselho, cargo que ocupou até 2007. Depois disso, deixou de ter uma relação funcional com a premiação. “Mas sempre participo, contribuo, dou os meus palpites e aprendo”, diz o gestor. Atuante, Régis Dias também ocupou cargos públicos, como o de Secretário do Desenvolvimento Econômico do Governo Lúcio Alcântara.

“Naquela época, 1996, nós estávamos numa fase ‘pós-qualidade total’, ou seja, saindo daquela efervescência da gestão pela qualidade total. O Estado tinha passado por uma reengenharia. Era uma época pós-abertura econômica, em que ainda não se falava em globalização, mas que já requisitava dos empresários uma postura diferente. Com o fim da inflação, as empresas precisaram ter uma maior ingestão de qualidade, mostrar eficácia, dar resultados.

O Selo de Qualidade foi criado a partir dessa percepção de que as companhias tinham que ganhar na eficiência, no volume, na tecnologia. O turismo começava a despontar nessa época, quando se criou a Secretaria de

Turismo do Estado. Da mesma forma, teve início a política de céu aberto, com a chegada dos voos internacionais, facilitando a vinda de turistas estrangeiros.

Alguns não acreditavam em mudanças, insistindo que o SEBRAE deveria continuar trabalhando apenas com a indústria e o comércio, mas a atividade turística estava se estruturando no Ceará com a SETUR e com gestões como a de Anya Ribeiro (secretária de 1995 a 2000). O SEBRAE sempre foi um órgão de formação e de capacitação, por isso precisava criar um programa para preparar o empresário, para fazê-lo entender que não bastava apenas ter um belo mar à nossa frente. Era preciso garantir equipamentos, serviços, gente que atendesse bem.

Nesse cenário, o nosso superintendente Antônio Albuquerque, conversando com a equipe técnica, deu a ideia. Eu era coordenador de Turismo, e ele me encarregou de pensar no programa. Juntos, nós começamos a pesquisar o que era ‘valor’ para o empresário e definimos o passo a passo. Tínhamos um excelente relacionamento com o *trade* turístico. Eu havia ajudado a Anya Ribeiro a organizar a Secretaria de Turismo – nós fizemos vários seminários no Estado, mapeando todas as potencialidades turísticas do Ceará. Então, começamos a descobrir as exemplaridades. E como o SEBRAE não devia – e não deve ainda – trabalhar com promoção turística, nossa solução foi criar o Selo. Portanto, o programa surgiu aqui, fomos nós que fizemos, e hoje ele é um programa nacional, reconhecido e respeitado.

Nem tudo foi fácil. Houve quem discordasse dos critérios adotados. Mas a melhor maneira de educar é dar exemplos. O empresário, sobretudo o pequeno, tem a necessidade de conhecer referências e cases de sucesso. Foi nessa perspectiva que nós juntamos o *trade* e levamos o Selo de Qualidade para o setor de turismo. Então ele deixou de ser um programa do SEBRAE para ser um atestado de qualidade do turismo. O SEBRAE teve a oportunidade de lançar a ideia, mas o mérito maior foi o das entidades que abraçaram a causa.

Todas as empresas que participam do programa sabem valorizar o cliente e estão antenadas com as novas demandas. Todas melhoraram, e o SEBRAE tem melhorado também na convivência com elas. É uma relação de ganha-ganha. No Brasil, os programas acabam junto com as gestões, mas isso não aconteceu com o Selo de Qualidade, que foi respeitado e valorizado por todas as diretorias do SEBRAE.

ANA CLÉVIA GUERREIRO: PIONEIRISMO E OUSADIA

Graduada em Pedagogia, Ana Clévia Guerreiro Lima fez uma carreira exemplar dentro do SEBRAE/CE. Tendo vivido em Crateús por mais de 20 anos, mudou-se para Fortaleza em 1999, para assumir o cargo de gestora do Turismo e, desde 2007, vive em Brasília, onde é gerente de Comércio e Serviços do SEBRAE Nacional. Pós-graduada em Consultoria para Pequenos Negócios pela Univer-

sidade de São Paulo (USP), é também mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela UECE. Possui vasta experiência na gestão de projetos e programas, com destaque para a Coordenação do Programa Nacional de Regionalização no Ministério do Turismo.

“Lúcio Gurgel (atual articulador da unidade de Inovação e Tecnologia) foi quem me levou para ser estagiária do SEBRAE, que na época ainda era CEAG, em 1989, no Escritório Regional de Crateús. Entrei como estagiária de nível médio e, em junho, fui contratada como assistente administrativa. Meu coordenador e diretor técnico era o Alci Porto, que viu em mim um talento que eu nem sabia que tinha. Foi ele quem me indicou para ser assistente técnica.

Em 1999, também por sugestão de Alci, fui transferida para Fortaleza para assumir a coordenação estadual do programa de Turismo do SEBRAE/CE. O Selo de Qualidade já existia, era uma das ações que eu tinha que levar adiante como coordenadora da área. Quando eu cheguei, o superintendente era o Régis Dias, por isso expliquei a ele que, embora o Alci apostasse em mim, eu não entendia nada de turismo. Ele então me respondeu, seguro: ‘Eu estou lhe chamando porque acho que você tem competência para lidar com o *trade*. Não saber nada é problema seu. Tem um monte de livro aí para você ler e se informar’. Foi um voto valioso de confiança. Eu entendia de desenvolvimento de projetos, mas cuidar da política de turismo do País – como faço hoje – era algo impensável para mim.

Foi um aprendizado fantástico, uma época maravilhosa, de muito trabalho e colaboração. A Lúcia Pereira, consultora que tinha trabalhado na rede Accor, e a Selma Guimarães, presidente da AMHT, me ajudaram muito, me apresentaram às pessoas, me acolheram. A Lúcia me introduziu na linguagem do turismo, o Régis me emponderou e me deu autonomia para fazer o que precisava fazer. Nós tivemos uma sintonia perfeita, ele me deixou voar. E posso garantir que dei o meu melhor. Nunca tive receio de perguntar o que não sabia.

Hoje o SEBRAE contrata consultores credenciados em rodízio. Antigamente, não era esse sistema. Eu investi muito do meu tempo, mergulhei a fundo, me dediquei completamente ao assunto para formar uma equipe de consultores excelentes. Nessa época, a Solange Santos, a Jaqueline Mapurunga e um casal de consultores já experientes me acompanhavam, tiravam dúvidas e davam dicas. A Solange, aliás, é uma das pessoas mais organizadas que eu conheci, trabalhava feito uma louca, mas com muito amor. Um belo dia, eu conheci a Ana Maria Mac-Dowell e a Fernanda Abreu que também eram consultoras do Selo, rigorosíssimas, com muito conhecimento das normas da Anvisa. Foi outra interlocução importante.

Depois de um tempo, comecei a ter domínio do assunto. Discutimos muito sobre o que poderia melhorar e, juntas, começamos a reformular vários pontos do programa. Não formamos a equipe da noite para o dia. Eu

lia os relatórios dos consultores e comecei a perceber os que tinham mais profundidade. Analisei a competência técnica e a postura comportamental de cada um. Cheguei a demitir uma pessoa, pois só queria consultores realmente competentes. Recordo-me de vários nomes: Andrea, Eduardo, Selma Maia, Raquel, Ester, Ana Paula Costa...

O objetivo do Selo é que o empresário melhore o seu negócio, por isso o consultor tem que dar sugestões pontuais. Eu então comecei a ouvir os empresários, e quando você se dispõe a fazer isso, eles dão o *feedback*. Às vezes os clientes diziam que estávamos sendo muito duros com eles. Eu ouvia, analisava e decidia. Não mudava só porque eles pediam. Transformamos a solenidade de entrega do Selo num evento em que as pessoas queriam ir com a melhor roupa. Começamos a levar palestrantes para as solenidades: Arnaldo Jabor, Joãozinho Trinta, Clovis Tavares, a jornalista Salete Lemos... Os empresários agraciados iam com toda a equipe. O dia da entrega era de uma incrível adrenalina.

O Selo tem tudo a ver com o meu perfil, e acho que minha contribuição foi profissionalizá-lo um pouco mais. Fiquei até 2006 no SEBRAE/CE. Aí recebi um convite para trabalhar com Bismarck Maia na Secretaria do Turismo. Em junho de 2007, já estava em Brasília como coordenadora geral de Regionalização do Ministério do Turismo, função que desempenhei até dezembro de 2011. Em março de 2012, recebi uma carta do SEBRAE Nacional me chamando para novas funções. Hoje, quando me lembro da-

queles tempos, o que posso dizer de mais importante é o seguinte: nós acreditávamos naquilo que fazíamos. Entregamos corpo, mente e coração para tornar o Selo de Qualidade uma referência para o Brasil”.

MATOS BRITO: O MOMENTO CERTO

O sociólogo Antônio de Matos Brito entrou para o então CEAG em 1977. Foi responsável pela área de Recursos Humanos e de Treinamento, diretor-adjunto e diretor técnico. Quando Antônio Balhmann assumiu a Secretaria de Indústria e Comércio do Governo do Estado, foi convidado para presidir a Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará (CODITUR), resultado da fusão de três empresas: CEMINAS, CDI e EMCE-TUR. Quando a CODITUR se transformou em CODECE e a atividade turística foi deslocada para a Secretaria de Turismo (SETUR), Matos Brito assessorou o secretário Raimundo Viana, tendo sido depois subsecretário de Turismo. Retornou ao SEBRAE como articulador da unidade de Comércio e Serviços, que cuida da atividade de Turismo.

“Na época em que o Ciro Gomes assumiu o Governo, ele deu uma grande atenção à atividade turística, reunindo-se com o *trade*, escutando, apoiando, assumindo eventos que nós realizávamos. E, paralelamente, o SEBRAE/CE começava a desenvolver uma linha de trabalhos setoriais, com atuação na área

turística. Inclusive, deu um respaldo muito grande ao Fórum de Turismo, por ocasião do Pacto de Cooperação, e passou a acompanhar as empresas do segmento, principalmente as do Pacto (criado, em 1991, o Pacto de Cooperação unia empresários e Governo na busca por novos rumos para a economia).

Em todo os períodos de alta estação, o SEBRAE/CE desenvolveu pesquisas em Fortaleza relacionadas ao grau de satisfação do visitante. Um dos pontos sempre levantado era a qualidade do atendimento oferecido. Numa reunião com o pessoal do *trade*, pensou-se na criação de algum tipo de assessoria para que as empresas pudessem melhorar esse quesito. Foi aí que surgiu o Selo de Qualidade, que visava, basicamente, à implantação das normas de segurança alimentar da ANVISA. O comitê gestor foi composto de representantes de cada uma das entidades. Sempre surpreenderam os relatórios das consultorias, aquele grande volume de informações, sendo analisados com tanto afinco por empresários e técnicos.

Houve um grande empenho para que os escritórios regionais atuassem junto às empresas, de modo a cobrir o interior do Estado. O padrão de qualidade dos restaurantes e hotéis atendidos passou a destoar dos demais. Tanto que diante da qualidade de um empreendimento de Jaguaribe ligado ao Selo, a Expresso Guanabara propôs ao SEBRAE/CE criar uma certificação específica para os restaurantes que lhe servissem de apoio nas

estradas do Nordeste. Foi assim que surgiu o Boa Mesa na Estrada. Hoje, quem visita o interior do Ceará encontra lugares de excelente nível. Durante anos, por exemplo, passei por Itapajé, onde não havia onde comer com qualidade. Aí, de repente, apareceu um lugar novo – com banheiro em granito e ótima comida. Isso já foi resultado do Selo. Em Jericoacoara também há restaurantes e hotéis fantásticos ligados ao programa.

Eu acho que o Selo de Qualidade deu uma luz. Uma luz aos empresários do ramo – de como eles podiam evoluir. E tinha que ser naquele momento. Era o momento em que a atividade turística estava crescendo no Estado e o número de leitos em Fortaleza praticamente dobrou. Além disso, estavam surgindo as primeiras obras do PRODETUR, as estradas, o novo aeroporto. O Fórum de Turismo também foi um acontecimento importante nesse processo que agregou o *trade*.

Paralelamente ao Selo, algo que nós fizemos e que deu um suporte interessante foram algumas caravanas de empresários. Nós aproveitávamos algum evento e levávamos um grupo de pequenos empreendedores para conhecer novas experiências. Eu me emociono quando me lembro de uma senhora de Jericoacoara: ela fabricava uma poltrona de rede, que, de certa forma, foi uma criação dela. Nós estávamos em Gramado, visitando uma pousada *top* e, quando ela viu que lá havia uma poltrona daquela, começou a chorar. Então, essa emoção das pessoas é que deu força ao Selo de Qualidade do SEBRAE/CE.

REBECA ALCÂNTARA: FORÇA-TAREFA NA DIVULGAÇÃO

Gestora do Selo de Qualidade no período de 2009 a 2011, Rebeca Aparecida Pinto Alcantara ingressou no SEBRAE/CE, em 1991, como analista. Lotada no Escritório Regional da Ibiapaba, atuava com elaboração de projetos financeiros e com a gestão de projetos de apicultura, artesanato e turismo. Criou e realizou o Festival Mel, Chorinho e Cachaça em Viçosa do Ceará nos anos 2006, 2007 e 2008, quando então foi convidada para a gerência de Regionalização da Secretaria de Turismo do Estado, onde permaneceu por um ano. Retornou ao SEBRAE em 2009 para assumir o Selo de Qualidade. Em 2011, foi para o projeto de Panificação do Escritório Regional Metropolitano e, em 2012, para o Núcleo de Capacitação e Desenvolvimento da Unidade de Gestão de Pessoas (UGP). Voltou para o Escritório Regional da Ibiapaba em 2017, trabalhando com o projeto de Atendimento Integrado da Ibiapaba.

“O SEBRAE foi praticamente meu primeiro emprego. Recém formada em Economia, soube do processo seletivo para a instituição, decidi participar, fui aprovada e estou aqui há 26 anos. Ingressei em 1991 por indicação de uma conterrânea que me informou (e alguns outros amigos) do processo seletivo. Atuava como técnica analista no Escritório Regional da Ibiapaba quando o Selo de Qualidade em Serviços começou a ser formatado. Considero que os colegas Régis Dias e Ana Clévia Guerreiro foram os grandes responsáveis pelo programa.

Fui gestora no período de 2009 a 2011. Lembro-me bem da complexidade e da dificuldade que as empresas tinham para se adequar aos processos e especificidades normativas do Selo de Qualidade. Acho que, como gestora, o meu maior desafio foi ampliar o número de empresas participantes em Fortaleza. Conhecendo o universo das negócios que possuíam potencial para participar do processo, considerávamos muito reduzido o número atendido e montamos uma força-tarefa para a divulgação do programa fora do eixo Varjota-Aldeota.

Primeiro mapeamos as regiões de concentração de restaurantes e realizamos reuniões de sensibilização para grupos de empresários, com destaque para a Parquelândia e a Cidade dos Funcionários, bairros que, à época, se destacavam pela representatividade no setor. Como na maioria das vezes fazíamos um reunião de sensibilização com os empresários, quando da ida dos consultores a recepção era sempre muito cordial e cheia de ansiedade pelos relatórios de análise e o resultado das ações. Inicialmente, alguns reclamavam do nível de exigência dos consultores, mas rapidamente percebiam os benefícios que teriam com as adequações sugeridas.

Os problemas detectados são sempre muito pulverizados. Em geral as empresas preocupam-se muito com a infraestrutura e relaxam um pouco no atendimento, na manutenção física dos estabelecimentos e, em alguns casos, na higiene e manipulação de alimentos. O desconhecimento de normas técnicas e exigências legais também é um frequente gargalo identificado pelos consultores.

Uma vez gestora do Selo, mudamos para sempre nosso olhar no que diz respeito a qualidade dos serviços de uma empresa. É um programa apaixonante! Acredito que muito mais do que um simples reconhecimento, o Selo é um instrumento de aprendizado e de aperfeiçoamento para toda a empresa – dos empresários aos gerentes e funcionários – que passa a adotar ações que resultam em melhorias. Todos os empreendimentos que são atendidos se modernizam e melhoram os serviços. Isso tem um impacto direto no resultado final do negócio e no reconhecimento dos consumidores. E, principalmente, eleva o nível do turismo no Estado”.

IDALÉCIA MACHADO: MUDAR MENTALIDADES

Formada em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Ceará (UFC), Idalécia Barbosa Lima Machado ingressou na vida profissional como estagiária do então CEAG, permanecendo nessa função por quatro anos. Quando foi contratada como analista, o órgão já se chamava SEBRAE. Atuou em várias unidades: Administração e Finanças, Central de Comercialização do Palácio da Microempresa, Suporte Logístico (eventos), Comércio e Serviço (Turismo-Selo de Qualidade) e na Unidade de Gestão de Pessoas (Qualidade de Vida e Gestão de Estagiários). Foi membro da diretoria da Associação dos Funcionários do SEBRAE, como diretora de eventos, durante dois anos. Atualmente, Idalécia Machado é membro integrante da equipe da Unidade de Gestão Operacional do SEBRAE/CE.

“Eu comecei no SEBRAE como estagiária, em 1986. Era estudante de Administração e passei por várias etapas até cair na unidade de Comércio e Serviços, que detinha o Selo de Qualidade. Esse programa é parte integrante da área de Turismo, que por sua vez faz parte da área de Serviços.

Hoje, o gestor de Turismo é o gestor do Selo, mas antes não era assim. Existia a gestora do Turismo e havia a gestora do Selo de Qualidade, que era eu. Antes de mim foi a Rebeca Alcântara e depois de mim veio a Evelynne Tabosa. Não havia a participação dos escritórios regionais – atualmente cada um deles têm um gestor. São 12 escritórios e 12 gestores, todos respondendo à gestora estadual do Turismo, que é a Evelynne.

Acredito que Ana Clévia, Régis Dias e o Dr. Alci Porto foram fundamentais no período de criação do programa, para o qual entrei em 2012, ficando cerca de dois anos. Na época, me identifiquei muito com o programa, que achei fantástico, além de extremamente criterioso e exigente. Já cheguei querendo saber o que era o Selo de Qualidade em Serviços e quais as suas normas no tocante à alimentação, aos serviços, à hospedagem... Eu realmente me apropriei do Selo e até hoje falo dele com saudades. Fico feliz por ser um pouco parte dele.

Quando entrei, o programa já estava concretizado e bem divulgado. Só precisei operacionalizá-lo. Ele já era um produto do SEBRAE/CE que todo mundo conhecia, portanto não tive muitas dificuldades. Percebi que quando se vai falar pela primeira vez com os empre-

sários, eles ficam ansiosos, apreensivos, mas também animados. O Selo de Qualidade é uma auditoria bastante exigente, com metas de adesão que são constantemente ultrapassadas. Toda vez que o empresário se inscreve no Selo, ele passa pela auditoria, não importa quantas vezes tenha participado.

Quando eu era gestora, se alguém que vinha participando deixava de participar, eu entrava em contato para saber o que havia acontecido. Algumas vezes, era por falta de recursos, mas ocorria, também, de o empresário achar que não precisava mais participar porque já sabia tudo. É trabalhoso mudar esse tipo de mentalidade, mas ter um Selo do SEBRAE na parede traz segurança para o estabelecimento e o consumidor.

O problema mais comum com o qual os consultores se deparavam – e eu acho que continua acontecendo isso – é o atendimento. Porque a aposta em capacitação ainda está abaixo do que deveria ser. O SEBRAE bate muito nessa tecla. A parte de manipulação de alimentos, porém, já está bem satisfatória, até porque existe o reforço da Vigilância Sanitária”.

EVELYNNE TABOSA: NOVAS ADESÕES

Evelynne Tabosa dos Santos está no SEBRAE/CE desde 1996. Atualmente, exerce a gestão estadual do projeto de Turismo. Com um currículo voltado para a administração, gestão e negócios –Mestrado em Administração de Empresas (Universidade de Forta-

leza); MBA Executivo em Gestão de Micro e Pequenas Empresas (Universidade Corporativa/Fundação Getúlio Vargas); Pós-Graduação em Gestão de Projetos (Universidade Estadual do Ceará); Pós-Graduação em Comércio Exterior, com Ênfase em Empresas de Pequeno Porte (Universidade Católica de Brasília) – ela está à frente do Selo de Qualidade em Serviços do SEBRAE/CE desde 2014. Evelynne é uma entusiasta do programa que acredita contribuir, através de suas ações, para o fortalecimento da atividade turística no Ceará.

“Para mim foi um desafio iniciar no projeto de Turismo, pois minha atuação no SEBRAE/CE foi, por muito tempo, na área de Comércio Exterior e, por último, no setor de Confecção. Como aqui nós somos constantemente desafiados a atuar em novas áreas, a mudança sempre é estimulante, porque nos leva a aprender coisas novas. Hoje, posso dizer que está sendo gratificante fazer parte das transformações positivas das empresas que participam do programa.

O SEBRAE sempre atuou no Turismo e, quando eu assumi, encontrei um ambiente já sensibilizado e propício a novas ações. Dentre essas iniciativas destaca-se o Selo de Qualidade em Serviços, que sempre teve apoio total da diretoria técnica, pela boa repercussão que tem junto aos empresários. Nesses anos todos, o maior desafio foi atender a burocracia existente com a agilidade que se queria dar ao processo.

De 2014 para cá, capacitamos e credenciamos novos consultores, criamos e ajustamos

o novo modelo de troféu e divulgamos mais o Selo em jornais e revistas, disseminando a premiação para novas empresas. Os gestores do programa que ficam nos escritórios regionais são importantes interlocutores, porque eles estão em contato direto com as empresas. Já os consultores são habilitados através do Sistema de Gestão de Credenciados. Esse Sistema assegura a transparência e qualidade necessárias para a contratação desses consultores. Eles são treinados de forma específica para aplicar a metodologia de avaliação do Selo.

Para melhorar ainda mais os resultados do trabalho, sugiro investimentos em informatização, de forma a agilizar, integrar e modernizar as informações e o processo operacional do Selo, que já mudou a realidade de muitas empresas em todo o Ceará. Cito como exemplos o Hotel Jangadas da Caponga, em Cascavel; o Hotel Villa Mayor, em Fortaleza; a Barraca Chega Mais, em Aracati; a Churrascaria Pitombeira, em Jaguaribe; a Pousada Casa do Ângelo, em Jeircoacoara, dentre tantos outros.

Importante dizer que a primeira visita é feita por um cliente-oculto – se o estabelecimento for um hotel, ele fica hospedado lá; se for um restaurante, faz um pedido do cardápio.

Sempre observando o ambiente, preenchendo as planilhas e anotando as lacunas, esse cliente-oculto é, na verdade, um consultor do SEBRAE que está totalmente preparado para dar as orientações cabíveis em cada caso.

Só depois desse primeiro contato ele se identifica para que a empresa possa continuar o trabalho. O empresário sabe que vai haver um cliente-oculto, mas desconhece o momento em que a visita será feita, exatamente para que nada seja mascarado. Isso é fundamental. Para participar, existe uma taxa de adesão que é subsidiada pelo SEBRAE, mas o empresário paga pelas consultorias, pois ele recebe a visita e já vai sendo orientado na hora, não precisa esperar o relatório chegar.

Minha perspectiva para o programa, é que haja novos acréscimo no número de empresas participantes, por causa do trabalho de divulgação que é feito, assim como o reconhecimento de empresas e, de consumidores e de outros Estados, que podem utilizar esse modelo como solução de melhoria da qualidade para seus clientes. O Ceará foi pioneiro no Selo, depois outros implantaram. Nos três anos que estou aqui, vi esse processo acontecer no Paraná, Piauí, Maranhão e Pernambuco”.

PARTE 3

HISTÓRIAS DE VIDA, HISTÓRIAS DO SELO

Não importa o local. Serra, sertão, litoral, grandes cidades como Fortaleza ou núcleos menores como Varjota, Baturité, Beberibe, Tauá, Pindoretama. Qualquer empreendimento que solicite a visita dos consultores do SEBRAE/CE terá um atendimento especial, uma consultoria direcionada e, certamente, uma história inesquecível para contar. Essas histórias são o melhor resultado que o Selo de Qualidade em Serviços poderia exibir. Representando 20 anos de trabalho incessante, mostramos aqui 20 casos de sucesso que resumem, traduzem e expressam o programa.



// São Benedito: CAFÉ COM ROSAS A PAIXÃO É O MELHOR NEGÓCIO

Café e vinho: duas paixões que resultaram em um negócio de sucesso na cidade serrana de São Benedito, onde Flávia Borges e George Pimenta montaram o Café com Rosas, surpreendendo os visitantes com o charme de um estabelecimento criativo e diversificado. Cenário de saborosas degustações, novidades gastronômicas e boas surpresas, o Café com Rosas funciona junto a outro negócio do casal de empreendedores, o Posto Cruzeiro, que já era uma referência local.

“Pensamos em ter um lugar agradável, que não fosse simplesmente mais uma loja de conveniência. Um ambiente onde pudéssemos receber melhor nossos clientes e compartilhar nossas paixões”, explica George Pimenta. Hoje, além de cafés expressos e especiais que

continuam a ser os itens mais procurados, a cafeteria serve também massas delicadas, salgados finos, *drinks* e pratos elaborados especialmente para as noites de enogastronomia, além dos tradicionais crepes, tapiocas, cuscuz, rostis, tortas e sobremesas.

“Temos modificado nosso cardápio ao longo do tempo, diversificando um pouco além do que era a proposta inicial”, comenta o proprietário. Sua sócia e esposa, Flávia, complementa: “Por sermos também loja de conveniência procuramos ter produtos diferenciados para um público que procura desde uma barrinha de cereal a um chocolate belga, um bom charuto cubano, rosas naturais e uma adega selecionada cuidadosamente com mais de 80 rótulos de vinhos”.

Os vinhos, aliás, são um capítulo à parte. Seleccionados com rigor, chamam a atenção de quem visita a adega climatizada. **“Somos sommeliers e escolhemos nossa própria carta de vinhos – o que fazemos com muito critério, estudando e avaliando sempre o que oferecemos”**, explicam os sócios, ambos naturais de São Benedito, um dos municípios mais altos do Nordeste, encravado na verdejante Serra da Ibiapaba. Com pouco mais de 44.000 habitantes, a cidade produz 150.000 botões de rosa por dia em floriculturas como a Reijers, a CeaRosa e a Flora Fogaça. Daí a escolha do nome Café com Rosas para a cafeteria aberta no dia 5 de março de 2011.

Parceiros em outros negócios, como a Ultragaz e o Colégio Prof. Alice do Carmo Oliveira (CPACO) – pertencente à família – George e Flávia empregam dez funcionários no Café com Rosas, que são orientados para receber bem os empresários, profissionais liberais, turistas, jovens e todas as pessoas que procuram um ambiente tranquilo para conversar e ouvir boa música.

O aconchego fez da cafeteria um ponto de encontro, e os eventos promovidos atraem um público fiel. Para os que já apreciam ou querem aprender ainda mais sobre a arte de beber vinhos, a casa promove encontros com *sommeliers*, que conduzem degustações de variados rótulos, quando também são servidos pratos especiais. Em 2017, os convidados foram a *chef* Liliane Pereira, e o cervejeiro Giovanni Salomão e os *sommeliers* Zeh Lima Filho e Renato Brasil.

VISÃO, OPORTUNIDADE E TREINAMENTO

Por trás das virtudes do Café com Rosas existe um misto afinado de visão empresarial, senso de oportunidade e muito esforço conjunto. Desde 2014, o estabelecimento participa do Selo de Qualidade em Serviços. “Achamos que seria importante para a qualificação do nosso trabalho”, explicam Flávia e George, que veem na consultoria do SEBRAE uma forma de jamais relaxar na condução da empresa. Planejando cada passo, investindo nas pessoas e zelando pelas minúcias, eles



fazem do Café com Rosas um exemplo de organização, higiene e qualidade.

“Houve um crescimento muito grande desde o início do trabalho com as consultorias do SEBRAE. A cada etapa há sempre muita aprendizagem”, declara George. Mudanças na manipulação de alimentos, na organização de estoque, na padronização dos pratos, no destino dos resíduos, na prevenção de acidentes de trabalho e no controle de pragas são citados como destaque. As conversas mantidas ao longo do processo geraram procedimentos mais seguros, inclusive no modo de expor os alimentos – sempre protegidos, atendendo às condições de tempo e temperaturas explícitas na legislação.

Flávia confia no que aprendeu, cultiva o otimismo e respeita a concorrência: “O Café com Rosas foi o pioneiro na região e acreditamos que nosso trabalho diferenciado tem influenciado outros empreendedores a investir nessa atividade. Com relação a concorrentes, procuramos respeitar todos e nos qualificar sempre; inovando e conhecendo novas experiências para proporcionarmos aos nossos clientes”.

No cotidiano, a dupla divide as tarefas, compartilha soluções e, ao mesmo tempo, troca ideias constantemente com os colaboradores, aproveitando a visão de cada um no tocante aos clientes. George cuida do administrativo e Flávia da loja, incluindo o cardápio, a conduta dos funcionários, a organização e a decoração. Além do Selo de Qualidade, os empresários participam do programa Rota Turística do



SEBRAE, que busca elevar a competitividade dos pequenos negócios da cadeia de valor do turismo de cada região cearense.

Os planos para o futuro do Café com Rosas são muitos, sempre bem pensados, com o apoio das parcerias firmadas e o respaldo da experiência adquirida. *“Estamos definindo nossos planos, dando um novo passo para a abertura de franquias. Passamos estes anos nos qualificando e melhorando nosso trabalho. Agora, estamos prontos para formatar esse novo projeto”*, revela a dupla, que tem 28 anos de casamento e muita energia para alargar os passos desse bem-sucedido negócio.

CAFÉ COM ROSAS: Av. Salmito Ferreira de Almeida, 718, bairro Cruzeiro, São Benedito • **CONTATO:** Socorro Flávia

FOTOS: Leonidas Fotografia



// Juazeiro do Norte: MALU SELF-SERVICE ACERTANDO NO TEMPERO

“**N**em tudo o que é bom custa caro”. O lema do Malu Self-Servi-
ce, restaurante situado na Praça
Padre Cícero, uma das mais movimentadas
de Juazeiro do Norte, traduz um pouco da
proposta local. Esbanjando simpatia a par-
tir da fachada –com seus tijolos aparentes e
janelas com cortinas leves– a casa está sob
a direção de Luciana Rodrigues e Marciana
Gonçalves. Marciana é o “Ma” e Luciana é o
“Lu” de Malu, uma junção silábica que traduz
a união das duas irmãs num projeto que con-
quistou o paladar dos juazeirenses.

Quem come no Centro da cidade já conhece
o bufê variado de opções caseiras, que conta
com uma grande oferta de saladas e pratos
quentes. O principal tempero é o regionalis-
mo explícito. Baião de dois com pequi, carne

de sol, arroz de leite, pamonha e torta de ba-
nana estão entre as iguarias preferidas, mas
os fregueses também encontram peixes,
frango, massas sem glúten e muitas frutas e
insumos locais. Comer como se estivesse na
casa da avó é uma experiência especial, que
o *self-service* tenta recriar por meio de um
ambiente aconchegante e refeições cheias
de sabor.

Com oito colaboradores, a Malu tem 73 luga-
res, “dando até quatro giros por dia”. A dupla
de sócias destaca três pontos como dife-
rencias do empreendimento: “*atendimento
caloroso, ambiente aconchegante e a ga-
rantia de segurança alimentar em todos
os processos*”. Nas redes sociais, elas apre-
goam: “Hoje, a Malu não é apenas um restau-
rante. É a nossa casa, onde a arte de cozinhar

é transmitida nos sabores regionais dos nossos pratos. Temos muito amor e carinho pelo que fazemos e o nosso maior tempero é a felicidade!”

Nascidas em Aurora, elas cresceram vendo os pais fazendo queijo de manteiga e galinha caipira para vender. O desejo de ter o próprio negócio sempre acompanhou a pedagoga Luciana, mas a falta de dinheiro adiou o sonho. *“Aí então fui trabalhar em empresas, onde aproveitei para me capitalizar. Acima de tudo, consegui algo muito precioso, que foi a expertise de gerenciar um negócio”*, ela recorda. Chegou por fim um tempo em que Marciana, formada em Serviço Social, também estava decidida a mudar de ramo. *“Ela me chamou para abrirmos um restaurante, pois já tínhamos como exemplo os nossos pais. Pedi as contas e fizemos um plano de negócio. Nascia ali a Malu”*.

O plano de negócio ao qual Luciana se refere

foi baixado de uma plataforma do SEBRAE. *“Então, tudo o que eu pude buscar junto ao SEBRAE naquele momento, eu busquei”*. Logo nos primeiros meses de funcionamento, um amigo falou sobre o Selo de Qualidade, mas, naquele ano de 2013 o prazo de inscrição já havia passado. *“Fiquei atenta e, no ano seguinte,consegui inscrever o restaurante no programa. De lá para cá, tornamos o Selo o padrão Malu de qualidade”*, sorri Luciana. A experiência mostrou-se tão positiva que, em 2017, a Malu foi certificada pela quarta vez.

PRIMEIRAS LIÇÕES

Quando abriram o restaurante, as irmãs não tinham qualquer experiência com o funcionamento de uma cozinha industrial e suas regras de segurança alimentar. *“Ao aderirmos ao Selo, as consultorias nos trouxeram conhecimentos de uma importância que não imaginávamos para o crescimento do nosso negócio e o aumentada nossa credibilidade perante os clientes”*, pontua Marciana.





Ela se recorda de um caso que entrou para o folclore familiar. *“Quando fizemos as primeiras aquisições para o restaurante, compramos 50 panos de prato para secar louças e utensílios. Mas, quando a consultora do SEBRAE chegou, a primeira coisa que fez foi ‘sequestrar’ os panos de prato e implantar o álcool 70 com Perfex”*. Ela acrescenta, em tom bem-humorado: “No início foi difícil, mas incorporamos a ideia e hoje nem lembramos mais de panos de prato”.

Seguir as regras para garantir a qualidade foi uma lição fundamental, que a Malu consolidou em sua rotina. “Com o Selo, nós criamos e implantamos o POP (Procedimento Operacional Padrão); treinamos nossa equipe no PPPA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais) e adequamos a empresa à normas do LTCAT (Laudo Técnico das Condições de Ambiente de Trabalho). Também padronizamos o fardamento do *show room* e criamos e implantamos o relatório do imobilizado”, relembram.

Da mesma forma, foram criadas as fichas



técnicas dos pratos servidos na casa. “Enfim, só temos a agradecer por tudo o que já conseguimos de conhecimentos através desse programa do SEBRAE”, diz a dupla, que nas redes sociais faz campanha contra o desperdício de alimentos e defende a alimentação saudável. Animadas, Luciana e Marciana consideram que o mercado da gastronomia no Cariri está em plena expansão. “Isso nos deixa felizes, porque nos impulsiona a sempre inovar buscando ter o diferencial que ajuda na decisão do cliente”, sublinham.

Além do SEBRAE, elas buscaram parcerias com instituições como o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) para a qualificação e profissionalização dos funcionários. Os planos para o futuro são ambiciosos, mas muito bem pensados: tornar a Malu uma franquia e abrir novas casas.

MALU SELF-SERVICE: Rua do Cruzeiro, 173, Centro, Juazeiro do Norte.

CONTATO: Luciana Gonçalves

FOTOS: Gessy Maia



// Quixadá: PEDRA DOS VENTOS RESORT OS BONS VENTOS DE QUIXADÁ

Na mitologia grega, Dédalo, pai de Ícaro, fugiu do labirinto de Creta construindo asas com penas de gaivotas e mel de abelhas. Antes da partida, alertou seu filho sobre o perigo de voar perto do sol, mas o curioso Ícaro não lhe deu ouvidos. De tão fascinado pela aventura, teve as asas derretidas pelo calor do astro-rei, despencando para a morte no mar Egeu.

Milhares de anos depois, o sonho acalentado por Ícaro – voar mais alto e mais longe – permanece pulsante na alma da humanidade, que aperfeiçoou a técnica de construir asas resistentes ao sol, à chuva e aos ventos. Hoje, voar é justamente um dos maiores atrativos

do hotel Pedra dos Ventos, em Quixadá, onde uma grande rampa de salto acolhe os atletas dos céus, que se hospedam no *resort* com seus parapentes e asas deltas.

A localização do Pedra dos Ventos não poderia ser melhor: a serra do Juá, em Juatama, onde a alta incidência de correntes térmicas soprando ventos quentes favorece a permanência dos pilotos no ar. Desde a década de 1990, Quixadá atrai os praticantes do voo livre e acabou por se transformar numa verdadeira meca da modalidade, abrigando alguns dos campeonatos mais importantes do mundo. Aqui, os enormes blocos de pedras conhecidos como monólitos desenharam



esculturas naturais que abraçam os galhos retorcidos da caatinga, formando uma paisagem irresistível no coração ardente do Sertão Central.

“Uma natureza exuberante, um serviço diferenciado e atenção total ao cliente” são os atrativos que o Pedra dos Ventos Resort oferece aos hóspedes, que encontram uma estrutura completa, com apartamentos climatizados, salão de jogos e eventos, piscina com deck e churrasqueira, restaurante com vista panorâmica e toda a tranquilidade da serra, incluindo quatro açudes para pesca, cavernas e quatro trilhas com diferentes graus de dificuldade. Afinal, nem todos estão em bus-

ca de emoções radicais. Muitos chegam com a família apenas para descansar.

Antonio Carlos Almeida e Islanea Holanda Leão comandam o local, mantendo uma rotina puxada. Casados, com dois filhos, eles explicam que a decisão de ter um negócio próprio e investir em hotelaria não surgiu por acaso. **“Sempre quis ter uma fazenda em uma serra com uma mata preservada e receber as pessoas que amam isso”**, diz Almeida. Para ele, pesou também na decisão o fato de poder praticar seu esporte preferido, voar, em um local **“que é o Havaí do voo livre mundial”**.

De fato, muitos recordes internacionais foram quebrados em Quixadá. Já houve quem permanecesse dez horas no ar, percorrendo nada menos que 400km. Com isso, surgiu a ideia de erguer um hotel de qualidade para receber o crescente número de estrangeiros e interessados em ecoturismo que chegavam ao Município. Almeida e Islânea arregaçaram as mangas para detalhar o projeto em 1998. Dois anos depois, abriram as portas.

TODO DETALHE VALE A PENA

O Pedra dos Ventos possui hoje 20 colaboradores, sendo 12 fixos e oito rotativos, que se dividem entre camareiras, recepcionistas, garçons, vigilantes, cozinheiros, auxiliares e serviços gerais. Os 25 apartamentos recebem até 75 hóspedes, que disputam lugares principalmente na temporada de outubro a novembro – os meses mais secos do ano, ideais para o voo livre.

Participantes do Selo de Qualidade desde 2015, o casal de empreendedores acha que o que é bom sempre pode melhorar. **“A certificação por um órgão tão importante como o SEBRAE faz a diferença, e as consultorias quase que gratuitas durante avaliações nos mostram o que podemos aperfeiçoar”**, dizem eles, acrescentando que “o Selo contribuiu em muitos aspectos, desde detalhes de utensílios e móveis a investimentos em infraestrutura”. A partir da orientação dada, a cada visita feita pelos consultores, um novo salto de qualidade se fez sentir, tornando ainda mais agradável o oásis sertanejo do voo livre.

Os banheiros foram modificados, assim como o local de refeições dos funcionários,

ganhando amplitude e conforto. Na cozinha, os utensílios passaram por uma grande renovação e a equipe foi capacitada. Os quartos começaram a seguir o padrão sugerido pelo SEBRAE quanto a arrumação, disposição e higiene, com significativa melhoria também na acessibilidade. Nem as cadeiras escaparam de uma vistoria atenta. **“Os consultores nos passam muitos conhecimentos e estão sempre dispostos a ajudar no que for necessário, e isso faz toda diferença”**, diz Almeida. Ao que Islânea sobrepõe que, hoje, eles procuram “conhecer melhor o cliente e solicitar um *feedback*”

Ter um hotel cada vez mais autossuficiente é a meta do casal para o futuro. Eles já atingiram a independência em água e energia elétrica, mas há outras pretensões. “Quero produzir 60% de todo alimento consumido no hotel, ter somente carros elétricos e não usar GLP”, revela o proprietário. Uma cozinha toda elétrica ou com reúso de lenhas mortas da floresta do *resort* está dos planos da dupla, que também investe em um *camping*, uma estação de tratamento de efluentes e uma estufa agrícola. Sem querer ser os maiores, Almeida e Islânea se esforçam para ter um negócio “com respeito ao meio ambiente, às leis e às pessoas. Afinal, como eles enfatizam, “o Brasil tem jeito e depende de cada um fazer a sua parte”.

PEDRA DOS VENTOS RESORT: Juatama, 63910-000, Quixadá. • **CONTATO:** Almeida (Pedra dos ventos) e Andreлина (Hotel monólitos)

FOTOS: Fernando Lessa



// ICÓ: VILLA BOHÊMIA

AGARRANDO AS OPORTUNIDADES

Município tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Icó chama atenção de arquitetos, historiadores e turistas em busca de atrações culturais. É lá que ficam o Teatro da Ribeira dos Icó, de 1860, o mais antigo do Ceará, e a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Expectação, cuja graça barroca atrai fiéis desde 1709. Outros destaques são a Igreja do Rosário, de 1828, o Mercado Público, de 1876, e a Casa de Câmara e Cadeia, datada de 1744. Os sobrados antigos reforçam o charme dessa cidade banhada pelo Rio Salgado, a 358km de Fortaleza.

Morador de Icó, o empresário Paulo Roberto da Silva Lima é a prova de que grandes mudanças acontecem para quem está disposto a correr riscos calculados e agarrar as boas

oportunidade assim que elas se apresentam. Há alguns anos, ele trabalhava em uma empresa, onde era um gerente atarefado, enfrentando muitas cobranças. Organizar, controlar, conferir, acompanhar os indicadores de resultados e manter a equipe produzindo eram algumas de suas obrigações. Até que recebeu, de um amigo, a proposta de abrir um restaurante. *“Fui namorando a ideia e, finalmente, resolvi largar o emprego. Antes, nunca tinha pensado nisso, mas a possibilidade de ter um negócio próprio surgiu, e eu resolvi encarar”*, recorda o empresário.

Não foi, entretanto, da primeira vez que as coisas deram certo. Nem da segunda. Ele precisou se desfazer de nada menos do que duas sociedades antes de montar, sozinho, o Villa Bohemia, sua aposta mais certa. Cor-

ria o ano de 2007 quando começou a funcionar, com quatro funcionários e um cardápio enxuto. Hoje oferece almoço executivo, serviço *a la carte*, *happy hour* e jantar em um ambiente climatizado, com grande variedade de cervejas, clube do whisky e cachaças, além de petiscos para os que preferem beliscar. A equipe cresceu e atualmente é composta por quatro garçons, um churrasqueiro, dois funcionários nos serviços gerais e quatro na cozinha.

O restaurante recebe confortavelmente até 100 pessoas e oferece carnes, massas e peixes, sendo que os “queridinhos” da freguesia são as picanhas e os filés medalhão, a parmegiana e à moda da casa. Paulo Roberto procura equacionar o custos com sabedoria. **“Acho que ofereço um bom ambiente e não cobro caro. Mesmo diminuindo a minha lucratividade, prefiro manter a qualidade nos produtos e o conforto dos clientes”**, ele diz. A busca por inovação e conhecimento o levou a fazer cursos no Senac e a contar com o acompanhamento do SEBRAE. Em 2017, chegou à sua terceira participação no Selo de Qualidade em Serviços.

“Inicialmente eu até bati de frente com as consultoras, porque eu tinha que fazer um investimento muito alto para me adequar às exigências. Mas fui me aprofundado, conhecendo melhor e entendendo a importância do programa. Finalmente, entrei no padrão e hoje estou muito satisfeito”, reconhece. Mais confiante, Paulo considera que as divergências iniciais foram apenas um prenúncio das “coisas boa” que estavam por vir. **“Sempre quis ter o melhor restaurante da cidade e acredito que agora, com esse acompanhamento, eu consegui ter”**.

FOCAR EM UM ALVO

As mudanças na cozinha do Villa Bohemia foram radicais, a começar pela aquisição de um novo mobiliário, todo em aço inox escovado – uma alternativa prática, de fácil higienização, resistente à corrosão e às alterações de temperatura. O ambiente ganhou mais funcionalidade, com modernos utensílios e um forno de última geração. No salão, os conjuntos de mesas e cadeiras foram substituídos. “Ape-





sar de não estarem fora das normas do Selo, eu preferi trocar, para dar mais conforto aos clientes e mais beleza ao ambiente. Acho que esse cuidado é algo não se vê facilmente no interior”, pontua o proprietário, que fez questão de participar dos cursos que foram dados à equipe, a fim de ter melhores condições de analisar e corrigir o atendimento. Quanto às normas técnicas que não estavam implementadas, tratou de colocá-las em prática, atendendo a todas as exigências da Vigilância Sanitária.

Casado, pai dois filhos, o empresário considera que o dia de trabalho é, às vezes, estressante, por este ser um ramo que exige muita dedicação e acompanhamento. Para ele, é normal ficar “preso” aos compromissos, ajudando na cozinha sempre que necessário. *“Eu vivo e trabalho no interior. As qualificações são inferiores às da capital. Os custos para manter um funcionário bem qualificado não são baixos”*, diz. “Pago tudo do meu próprio bolso, com meu trabalho. O

ramo é muito exigente e eu diria que o *stress* está sempre perto da gente”. Ainda assim, não se arrepende da decisão tomada anos atrás: alçar voo solo nos negócios.

Para manter-se atualizado, compartilhar soluções e ter a rede de contatos em dia, Paulo Roberto Lima está sempre participando de eventos promovidos pelo SEBRAE em sua região. Nos próximos anos, já sabe onde mirar: *“Mesmo com essa crise que afeta o país, mantenho planos para o futuro. Ter sempre um ambiente agradável, de bom padrão e com os clientes satisfeitos é o mais importante*. Meus planos estão focados neste restaurante. Não penso em abrir filiais. Só peço sabedoria, saúde e inteligência para me desenvolver sempre”.

VILLA BOHÊMIA: R. Monsenhor Frota, 673 - Centro, Icó.
CONTATO: Paulo Roberto

FOTOS: Geymíson Italo F



//TAUÁ: SORVETERIA BIXO BOM FRIO NA BARRIGA

Na Antiguidade, ao misturar neve com frutas, os chineses foram os primeiros a descobrir a “fórmula” dos sorvetes, um deleite que logo conquistaria árabes, babilônios, egípcios, gregos e romanos. Naqueles tempos sem *freezer* ou eletricidade, os gelados eram consumidos apenas por um elite que podia transportar neve do alto das montanhas, armazenando-a em buracos cobertos por palha.

Séculos depois, todas as classes se renderiam à indústria do sorvete, que multiplicou sabores e tornou acessível o produto graças à tecnologia da refrigeração. Sem fronteiras geográficas, a mania se espalhou pelo Planeta e chegou a Tauá, município a 334km de Fortaleza, onde a Sorveteria Bixo Bom é a líder do segmento desde 2006, quando co-

meçou a preparar suas delícias de cajá, maracujá, graviola, uva, menta, creme com passas, capuccino, napolitano, coco, leite condensado e muitas outras opções.

O nome por trás do negócio é Alesandro Palhares Cavalcante, um crateuense que trocou sua terra natal por Tauá, onde deu vazão ao espírito empreendedor. *“Trabalhei dos 14 aos 23 anos em um laboratório fotográfico de Crateús. Em 2001, pedi demissão, porque vi que o digital estava invadindo o mercado. O patrão não acreditava, mas eu sim”*, ele conta. Após analisar novas possibilidades, juntou todas as suas economias e foi parar, no dia 12 de abril de 2003, em Tauá, decidido a abrir uma loja de cosméticos. Aos 24 anos, pôs em prática a arte de gastar com parcimônia para construir o amanhã.



“Estava começando a minha vida sem ninguém. Trouxe uma mochila com uma muda de roupa. Fiquei um mês num hotel e, no mês seguinte, não tinha como pagar, porque todo o meu dinheiro estava investido no negócio”. Depois de montar a loja, Alesandro percebeu a carência da cidade por sorvetes – havia apenas um vendedor, que trazia o produto de Pernambuco. Esperou um ano e meio pelo ponto certo e conseguiu abrir a Sorveteria Bixo Bom no dia 16 de março de 2006. Sua esposa, Katylliele Muniz de Sousa, ficou responsável pela loja de cosméticos.

Com apenas dois funcionários, o novo negócio começou servindo o sorvete expresso, também chamado de “americano”, o tipo cremoso que vem em casquinhas ou barqui-

nhas, bastante comum nos quiosques dos *shoppings*. Em setembro de 2010, iniciou a fabricação de sorvete de massa, aquele comercializado em potes de vários tamanhos. Na mesma época, introduziu no cardápio gelado uma velha paixão nacional: o picolé.

“Eu fui o primeiro. De lá pra cá, apareceram outros, até por causa do meu sucesso. Mas não foi fácil – e continua difícil – ser o líder do mercado”, atesta Alesandro, que hoje dispõe de 40 sabores de sorvetes de massa, três opções de sorvete expresso e uma frota de 20 carrinhos para comercializar picolés na cidade. O quadro de funcionários saltou para sete, sendo três no setor de produção e quatro na loja. A Bixo Bom chega a atender 350 pessoas por dia, seduzindo todos os públicos.

FABRICAÇÃO PRÓPRIA

“Reconhecimento da qualidade e estímulo para manter os padrões exigidos” são as razões apontadas por Alesandro Palhares para participar, desde 2015, do programa Selo de Qualidade em Serviços. Ele considera que, com essa iniciativa, o SEBRAE ajudou sua empresa a enxergar falhas, mas não só. O mais importante foi mapear os caminhos para resolvê-las.

“Antes do Selo, eu fiz o Empretec e outros programas do SEBRAE. Foi quando eu realmente cresci, por conta da consultoria de gestão e de produção. Muita gente quebra por falta de informação”, pondera o empresário. “O SEBRAE é um parceiro e uma ferramenta. Eu jamais estaria onde estou se não

fosse isso. É um órgão que gosta de quem gosta de empreender. Depois da primeira vez que fui, nunca mais deixei de procurá-lo”.

Como era de se esperar, a cozinha foi o ambiente que mais passou por mudanças no processo de adequação ao Selo. Foram colocadas cerâmicas nas paredes, novas lixeiras, luminárias apropriadas, pias melhores e armários para produtos de limpeza. A loja instalou um extintor de incêndio. O *design* do ambiente mudou, assim como a logomarca. “A qualidade no atendimento foi aprimorada. Hoje, os funcionários têm mais zelo em atender os clientes, e a empresa busca sempre trabalhar de acordo com as normas técnicas

para prestar o melhor serviço”, enfatiza Alessandro, que toca o negócio sozinho, com muito pique para acompanhar o movimento, pois a sorveteria só fecha às 23h.

Toda a fabricação da Bixo Bom é própria, com o leite sendo fornecido por uma fábrica de laticínios da região, o que garante a mesma qualidade desde 2006. “**Não perco para as sorveterias de Fortaleza. Tenho os mesmos produtos, e vendo mais barato**”, orgulha-se o sorveteiro de Tauá. Entre os sabores preferidos da clientela estão os tradicionais morango, chocolate, abacaxi e flocos. Mas Alessandro gosta de investir em inovações, como o *super black*, que é o sorvete de chocolate sem lactose, o amarena (de cereja selvagem), o *cheesecake* e o iogurte grego. Ele também idealizou opções populares, como leite ninho, brigadeiro de colher, *brownie* e coco havaí.

Palhares continua participando dos cursos do SEBRAE e pretende abrir mais duas lojas, em Mombaça e Crateús. Para isso, conta com a ajuda de Katylliele, sua esposa, que hoje trabalha na sorveteria, onde cuida do atendimento no balcão e ajuda a criar novos sabores. “Provavelmente, no próximo ano, estaremos ocupando um ponto maior em Tauá. Comecei com 24 sabores, hoje são 40. A clientela também cresceu e eu pretendo acompanhar esse ritmo”, conclui



SORVETERIA BIXO BOM: Av. Cel Lourenço Feitosa, 118, Tauá. - **CONTATO:** Alessandro Palhares Cavalcante

FOTOS: Estúdio Universo



//VARJOTA: IMEDIATO HOTEL

FOCO E DETERMINAÇÃO

Oficialmente batizado de Açude Paulo Sarasate, o Araras é a maior atração turística do pequeno município de Varjota, e costuma cativar os visitantes com a sangria de suas águas. Ultimamente, porém, este fenômeno não vem ocorrendo. A quarta maior barragem do Ceará sofre com a estiagem prolongada, prejudicando as comunidades situadas às suas margens, dependentes da pesca e da agricultura. Fonte hídrica de um importante perímetro irrigado, o Araras é o pulmão em torno do qual cresceu a cidade. Seu canteiro de obras, a rigor, foi o marco inicial da formação de Varjota, município desmembrado de Reriutaba em 1985.

Hoje, Varjota possui uma população pouco maior do que 17 mil habitantes, que se divertem nos balneários e se encontram aos do-

mingos na Igreja Matriz Nossa Senhora de Santana. Nascido nesta terra banhada pelo Rio Acaraú, Elson Procópio é um filho de comerciantes que desenvolveu uma verve especial para os negócios. Fato deveras curioso é que, na verdade, ele se chama Francisco Antônio Procópio da Silva. *“Minha mãe fez a promessa de que todos os filhos se chamariam Francisco, mas eu nunca gostei do nome, e acabou ficando Elson, pois ela mesma me chama assim”*, sorri.

Dono de vários empreendimentos, ele é a prova viva de que a busca pela qualidade pode – e deve – ser exercida em todos os lugares. Durante muitos anos, trabalhou como representante comercial na distribuidora de alimentos da família, mas juntando dinheiro para uma futura empreitada. Em 2009, aos

28 anos, montou seu primeiro negócio: uma lanchonete, a Camillu's Lanches e Conveniência, assim batizada em homenagem ao avô e ao pai, ambos de nome Camilo. Feliz com os bons resultados, daí para a frente nunca mais quis parar.

“Em 2011, indo contra todos os princípios da cidade, por ser pequena, abri uma floricultura, a Camillu's Flores e Presentes, em sociedade com a minha irmã, Leide”. Revela então o que todos em Varjota já sabem: “Eu sou muito eclético”. Em 2015, a lanchonete passou por uma reforma e a ser o Camillu's Bistrô, um restaurante de comida brasileira e oriental que já tem seus fregueses fiéis. “Está a todo vapor, porque, além da boa cozinha, nós temos um ambiente agradável e organizamos apresentações de música ao vivo. Pode-se dizer que, hoje, somos reconhecidos em toda a região como um ponto de referência”, comemora o empresário.

Apesar dos negócios estarem crescendo, o Selo de Qualidade em Serviços só entrou na

vida de Élson com o Hotel Imediato, aberto em 2012 por seu irmão Márcio. A convite deste, Elson começou a administrá-lo em 2014, quando o arrendou. “Assim que arrendei, botei logo no Selo. Sempre gostei do trabalho do SEBRAE e queria um treinamento diferenciado. Encontrei isso neste programa”, ele assegura.

DIVISÃO DE FRENTES

Mesmo convicto da importância do Selo, num primeiro momento, Elson quase desistiu: *“Deu vontade de abrir mão, porque eram muitos investimentos a serem feitos. Sem falar que é difícil mudar as regras de casa, os colaboradores não se adaptam facilmente. Porém, resisti. E isso foi o melhor que poderia ter me acontecido”.* Ele se refere à introdução dos equipamentos de segurança individual, como luvas, toucas e botas, que provocou certa reação dos funcionários. Foi preciso muita conversa e convencimento para que todos se conscientizassem.



“Somos um hotel modesto, no Centro de Varjota, a mais de 200 quilômetros de Fortaleza, mas oferecemos conforto. Eu gosto de dizer para os meus hóspedes que o intuito é trazê-los para uma extensão das próprias casa, de maneira que se sintam o mais à vontade possível”, explica o varjotense, nascido num clã de oito irmãos, muitos deles dedicados ao comércio e aos serviços.

Tendo começado com oito quartos em cima de um posto de combustíveis, o Imediato Hotel foi ampliado para um anexo de 40 apartamentos, com frigobar, televisão e rampa de acesso. A maioria dos hóspedes é de representantes comerciais, que buscam uma opção de repouso seguro e limpo. *“Nosso café da manhã tem duas frutas, queijo, presunto, pão de forma e carioquinha, ovos, dois tipos de suco, requeijão, tapioca... É simples, mas variado e nutritivo. As pessoas costumam gostar, e voltar”*. Elson administra a empresa junto com sua irmã Lucimar, que cuida da recepção e da gerência. Duas camareiras, uma passadeira e um funcionário nos serviços gerais complementam quadro.

“Hoje, minha rotina é puxada. Acordo às 7h, vou para o escritório, lancho, passo na academia e depois cuido da administração do Hotel, providenciando compras e checando as contas. Por volta das 16h, é hora de ir para o restaurante”. Atualmente, Elson reserva o dia para o Imediato e a noite para o Camillu’s Bristrô. Ele participa do Selo de Qualidade desde 2014. “Osconcorrentes não têm essa distinção. Só eu, porque fui atrás. Sigo à risca e faço tudo direitinho, porque quero manter a premiação”, enfatiza.



Perfeitamente adaptado à vida como gestor, Elson Procópio se sente seguro, inclusive, para dar conselhos aos iniciantes: *“Trabalhei 14 anos para os outros e nunca levei uma chamada. Sou proativo. Se eu vejo que tenho que fazer, não espero ninguém me mandar. Então, não tive tanta dificuldade de me adaptar à vida de gestor. O importante para quem quer seguir esse caminho é ter meta, foco e determinação”*.

IMEDIATO HOTEL: Av. Presidente Castello Branco, 2270, Varjota. CONTATO: Elcio Procópio

FOTOS: NieleXBê



//POUSADA E CHURRASCARIA PITOMBEIRA OS BONS FRUTOS DO TRABALHO

Com frutinhas de casca dura e polpa docemente ácida, a pitombeira é uma árvore comum em todo o Brasil, em especial no Nordeste, onde seus frutos são vendidos nas feiras, mercados e semáforos sempre que entra janeiro. No Município de Jaguaribe, entretanto, nem toda pitombeira é árvore. Que o diga Maria de La Salette Gondim de Castro e Silva, sócia-administradora da Pousada e Churrascaria Pitombeira, um negócio de nome sonoro que todo jaguaribano sabe onde fica.

Situado na entrada da cidade, às margens da BR-116, o complexo administrado pela família Gondim reúne também uma loja de conveniência e um posto de combustível, com estacionamento coberto. A política de qualidade constante, os investimentos na

infraestrutura e a aposta nos bons produtos fizeram da Pitombeira um ponto de referência no Vale do Jaguaribe. *“Estamos numa distância estratégica de Fortaleza. Nesse ponto, os viajantes sempre querem esticar as pernas. É gente de todo lugar passando por aqui. Quando tem feriadão, fica mais lotado ainda”*, relata a gerente Fátima Peixoto de Carvalho.

No início, a Pitombeira era uma churrascaria simples de beira de estrada, funcionando em um pequeno prédio, mas, ao assumir a administração do local, Salette Gondim quis mudar esse quadro. Em 1999, com o apoio do pai, Franklin Gondim, inaugurou uma nova sede e apresentou aos clientes um empreendimento totalmente repaginado. “Minha mãe é de Jaguaribe e o meu pai tem negócios na



esses e outros desafios, fomos em busca do SEBRAE”, recorda Salette. “Precisávamos de uma orientação segura, que nos trouxesse melhorias e atualizações”.

SEMENTE EM SOLO FÉRTIL

É por isso que, desde 1999, a Pousada e Churrascaria Pitombeira participa do programa Selo de Qualidade em Serviços. Essa assiduidade rendeu-lhe o Selo Ouro após oito anos de bons resultados. Para conquistar e manter a distinção, a pousada precisa atingir um índice médio de aprovação superior a 80% nos itens avaliados, ano após ano.

cidade. A ideia de montar um empreendimento veio ligada ao desejo de alavancar o desenvolvimento e gerar negócios na região”, diz Salette.

Hoje, dezenas de ônibus interestaduais e caminhões de carga passam diariamente pelo local, onde encontram instalações limpas e funcionais. A pousada possui 13 suítes com *wi-fi*, cama *box*, TV de tela plana, ar-condicionado e chuveiro com energia solar. Todos os apartamentos possuem varanda e o salão de eventos é climatizado. Já o restaurante, que fica em frente, tem capacidade para 150 pessoas e serve refeições no peso. Além do almoço e do jantar, oferece lanches rápidos. Para dar conforto às famílias com crianças pequenas, disponibiliza um fraldário.

No dia a dia corrido, a grande preocupação é manter em equilíbrio a variedade de opções, a higiene da cozinha, a temperatura dos pratos e o bom atendimento. “Para enfrentar

“Lembro de uma das primeiras visitas do SEBRAE, feita pela consultora Lúcia Peireira, que veio ao Jaguaribe para as orientações necessárias. Ela realmente mudou nossa cabeça”, diz Salette sobre o início do processo. Depois de quase 20 anos de participação, a empresária pretende continuar se inscrevendo no Selo de Qualidade, que abriu caminhos, introduziu conceitos, tirou dúvidas e, hoje, ajuda a manter o foco na excelência. *“Tivemos que ajustar a rota no que se refere à organização, compra de material, contratação de pessoal, manipulação de alimentos, treinamento de pessoal. Foram operações que deram uma nova configuração ao negócio”*.

Engajada nos processos de melhoria, a Pousada e Churrascaria Pitombeira também participa do Programa Boa Mesa na Estrada, fruto da parceria entre a Expresso Guanabara e o SEBRAE. A iniciativa ajuda a qualificar



estabelecimentos que são pontos de paradas de ônibus no Ceará, Piauí, Maranhão e Bahia, analisando itens como atendimento, estrutura física e segurança alimentar. Seguindo uma metodologia semelhante à utilizada no Selo de Qualidade – com visita de consultores, diagnóstico, sugestão de melhorias, nova avaliação e relatório final – o Boa Mesa na Estrada recicla os proprietários de restaurantes e atua em prol de uma alimentação mais saudável.

No dia a dia, Salette Gondim conta com a ajuda do marido, Dimas, para tocar o empreendimento. Eles acreditam que o Selo de Qualidade “contribui para a fidelização do cliente”. A Pitombeira já foi procurada por empresários locais interessados em saber mais sobre o padrão adotado na casa. Além da dedicação ao atendimento com excelência, a Churrascaria e Pousada Pitombeira se preocupa com o bem-estar social, prestando assistência sistemática ao Centro Social Marieta Cals,

creche-escola que atende cerca de 300 crianças carentes do Município.

Conhecida como a “Terra do queijo coalho”, Jaguaribe é também famosa pelas rendas de filé, que encantam os visitantes. Com 20 colaboradores que se desdobram para dar conta do grande movimento, a Pousada e Churrascaria Pitombeira recebe turistas de variados perfis, inclusive os hóspedes fiéis, que aproveitam as comemorações de Nossa Senhora das Candeias, padroeira do Município, para retornar todo ano. Sinal de que trabalho, persistência e vontade de crescer sempre rendem bons frutos.

POUSADA PITOMBEIRA: BR-116 - Km 299, Cruzeiro, Jaguaribe. **CONTATO:** Maria de La Salette

FOTOS: Max Fernades



//CASCAVEL: HOTEL JANGADAS DA CAPONGA ALEGRIA, ALEGRIA!

Por trás da beleza do Hotel Jangadas da Caponga existe uma surpreendente história de superação e perseverança. Seu protagonista é José Mamede Rebouças de Oliveira, o sócio-proprietário do empreendimento. Nascido em Fortaleza, ele passou a infância ajudando o pai em um depósito de construção. Moldava tijolos à beira do Rio Siqueira, no bairro do Henrique Jorge, enfrentando horas de calor e exaustão. “Eu era louro por causa do cal, tinha as unhas pretas devido ao carvão e as costas azuis de tanto sol”, recorda, sem mágoas.

Antes de entrar para a Escola Técnica, que não chegou a concluir, Mamede foi camelô no Centro da cidade. Também ajudou a mãe em um comércio familiar, montou a sua pró-

pria lojinha e teve uma construtora. “Era um troço que mais me dava despesa que lucro”, reconhece o empresário, que se casou aos 20 anos com Maria das Dores Rodrigues, a Dorinha, seu braço direito no negócio que viria a idealizar alguns anos depois.

“Eu sempre fui muito pobre, me formei na universidade da fome. Mas dizia para a minha mulher que, um dia, ia ter uma casa de praia”. Esse dia chegou no ano 2000, quando Mamede adquiriu um terreno em Cascavel, região onde sua mãe nascera. Insatisfeito com a vida profissional, de repente percebeu que ali se encontrava um novo campo de trabalho. “Comecei fazendo uns chalés para a família, na praia de Águas Belas. Depois, vi que aquilo podia ser uma pousa-

da”, recorda. Quando as portas se abriram e os hóspedes chegaram, o hoteleiro iniciante percebeu que precisava de orientação.

“Em 2005, procurei o SEBRAE. Fui falar com Ana Clévia Guerreiro, que me recebeu muito bem”. Daquela primeira conversa, nasceu uma relação que se estende até hoje com o SEBRAE. “Lembro-me de que quando perguntaram qual era o meu tarifário, eu não soube responder. Eu nunca tinha me hospedado em lugar nenhum do mundo. Nunca tinha viajado de avião. Chamava café da manhã de merenda e ficava ‘brechando’ os outros para ver como se fazia. Abri meu negócio na raça e na intuição”, relata.

Ainda em 2005, Memede deu início à sua participação no programa Selo de Qualidade em Serviços. “Já entrei ganhando. Hoje, tenho Selo Prata e Selo Ouro. Vão ter que criar

outra categoria para mim”, graceja. Na época, o Hotel só abria aos finais de semana, e mesmo assim não foi fácil dar conta de todas as mudanças sugeridas. *“Os consultores invadem a tua privacidade para ajudar. Não é para prejudicar, mas tem que ter coragem. Eu não tinha dinheiro, no entanto fazia qualquer coisa para seguir as recomendações. Ganhei de primeira e nunca perdi um Selo”*, orgulha-se, repetindo o que logo se tornaria uma espécie de jargão pessoal: “Alegria, alegria!”.

ONDE O SOL BEIJA A LUA

As transformações surtiram efeito, mas Memede percebeu que precisava, cada vez mais, envolver a comunidade e expandir benefícios. *“Vi que todo mundo devia se juntar, para crescer junto, pensar no futuro de*





forma estratégica. Eu penso no amanhã, não penso só no presente. Estou sempre imaginando como vai ser”, ele diz. “Passei a investir em três pilares: estruturar, capacitar e promover”.

Além de melhorar o seu negócio, Mamede sentiu a necessidade de tornar Águas Belas uma praia mais frequentada. “Era preciso fazer com que as pessoas conhecessem o local, que na época estava em decadência. O maior hotel havia fechado, os turistas estavam sumindo. Ficou só eu, que era pequeno”. Resolveu então fazer daquele recanto pacato um relevante destino turístico. “A gente não vende hotel, vende destino. Praia bonita tem em todo lugar do mundo”, acredita. Com essa convicção, passou a participar de eventos de turismo, visitar feiras do setor, fazer cursos de *benchmarking* e estabelecer parcerias com as principais operadoras.

Logo Cascavel veio a integrar a Rota das Faelésias, e os empreendedores locais conheceram a Rodada de Negócios do SEBRAE. A fim de oferecer uma melhor estrutura a seus

hóspedes, Mamede inaugurou a Barraca Delícias das Jangadas I, à qual se seguiu a Delícias das Jangadas II. “Fui às praias e chamei os bugueiros das redondezas para trabalharem comigo. Na própria comunidade, não acreditavam muito que fosse dar certo. Fardai os caras, adesivei os carros, fiz um roteiro de passeio. Quebrei todos os paradigmas. Hoje não temos baixa estação”, comenta o empresário, que também envolveu tapioqueiras, rendeiras, doceiras e artesãos no funcionamento do negócio.

Obcecado pela ideia de acolhimento, ele criou até um mote, que o pessoal da casa repete aos que chegam: *“Bem vindo à Praia de Águas Belas, onde o sol beija a lua e a lua abraça o mar. E, depois, de bugue vamos passear”*. Considerando que o turismo é uma orquestra que deve ser tocada por mãos responsáveis, Mamede exalta as boas parcerias. O sócio, Adonias Queiroz, e a esposa deste, Valdiane, são pessoas fundamentais na história do empreendimento. Após anos de experiência, o hoteleiro que se formou “na raça” tem total segurança para avaliar sua caminhada: *“O Selo de Qualidade não é só para pregar na parede. Não é para ostentar. É para a tua equipe receber bem o hóspede desde o momento em que ele pisa na recepção do hotel. O SEBRAE me fez entender isso. Mudou a minha vida e está mudando a vida da minha região”*.

HOTEL JANGADAS DA CAPONGA: Av. Ipanema, s/n, Águas Belas, Cascavel. CONTATO: Mamede

FOTOS: Holanda Arte Foto



// AQUIRAZ: HOTEL LAGUNA BLU COM SOTAQUE LOCAL

Serena e convidativa, a foz do Rio Catu forma uma lagoa de águas límpidas que abraça o mar na altura da Prainha, em Aquiraz. Nessa paisagem de dunas brancas, tobogãs de areia e cordões de coqueiros, os banhistas dividem espaço com praticantes de *kitesurfe*, *windsurfe*, *sandboard* e *bodyboard*, todos interessados em se exercitar, espalhar, contemplar a paisagem e usufruir do tempo livre. De beleza ímpar, essa localização privilegiada é o item apontado pelo italiano Claudio Vischioni como grande diferencial do seu negócio.

O Hotel Laguna Blu, do qual ele é diretor e sócio-proprietário, está encravado na entrada da Prainha, em frente à Lagoa do Catu e a 34km do Aeroporto Internacional Pinto Martins. Ele construiu o Hotel onde antes era a sua casa, que funcionava como pousada e tinha só dois funcionários. Inaugurou em 2002. “De lá para cá, foi muita luta”, considera Vis-

chioni, que chegara ao Brasil dez anos antes, vindo da Itália, onde possuía uma agência de viagens.

Aqui, rapidamente, percebeu que Fortaleza e o Ceará esbanjavam um potencial turístico ainda não plenamente explorado. Comprou uma casa e pôs-se a pesquisar sobre possíveis investimentos. “Na época, poucos contadores sabiam me dizer de que modo um estrangeiro poderia investir no País. Fiz tudo sozinho, me informando no Consulado do Brasil na Itália”, ele relembra. Acabou abrindo uma agência de viagens em Fortaleza e, alguns anos depois, com dois sócios, comprou terrenos no entorno de sua casa. Surgia ali a semente do que viria a ser um grande negócio.

Hoje, o Hotel Laguna Blu tem 39 apartamentos com capacidade para receber até 122 pessoas em apartamentos *standard*, *suites*



junior, suites master e suites premium. A clientela é formada basicamente por pessoas em busca de lazer (60%), negócios (15%) e grupos e eventos (25%). Além da bela paisagem, os diferenciais que o proprietário aponta são o serviço cuidadoso e afável; os apartamentos amplos com banheiros espaçosos e as varandas voltadas para o mar e a Lagoa do Catu.

Na dura caminhada para se firmar, Vischioni encontrou apoio e suporte no SEBRAE. “Sempre participei de todas as atividades que mexiam com o turismo. O SEBRAE me ajudou a criar a Associação dos Empreendimentos Turísticos do Aquiraz (AETA), da qual sou presidente. Fui também membro do Fórum de Turismo do Litoral Leste e sou um dos idealizadores do projeto Rota das Falésias, que tem o SEBRAE como parceiro”. É natural, portanto, que o Hotel Laguna Blu participasse do programa Selo de Qualidade em Serviços desde os primeiros tempos, mantendo uma relação de colaboração com os consultores.

“Na nossa empresa, eles são vistos, de fato, como pessoas que vêm para acrescentar e ajudar!”, diz o empresário.

VENCENDO A LUTA

Com a consultoria do programa, foram adquiridos equipamentos para a cozinha, que ganhou pintura nova e teve o *layout* alterado. O Manual de Boas Práticas, atualizado e funcional, passou a garantir a boa prestação de serviços no tocante à segurança alimentar. Instituiu-se um programa de treinamentos para a equipe de trabalho, hoje composta por quatro recepcionistas, um reserva, duas camareiras, quatro cozinheiros, quatro garçons, um supervisor de alimentos e bebidas e duas pessoas nos serviços gerais.

“A consultoria nos ajudou muito na implantação das normas técnicas obrigatórias, que são sempre lembradas”, comenta Vischioni, para quem as empresas devem estar cientes do que a legislação e o próprio mercado



exigem, sob o risco de não funcionarem em perfeitas condições. “O Selo contribui para que os empreendimentos façam uma revisão de todos os preceitos, obrigações e melhorias, de modo que eles se mantenham competitivos e ofereçam os melhores serviços”.

Por causa dos convênios com barracas de praia e parques temáticos da região, os hóspedes do Laguna Blu usufruem de condições especiais e descontos nesses estabelecimentos. O hotel possui auditório e espaços apropriados para vários tipos de eventos, oferecendo também serviços especiais e local adequado para a guarda de pranchas e velas. No restaurante, a cozinha regional se baseia em peixes e frutos do mar, mas as pizzas e massas italianas também têm boa saída.

Antes, Claudio Vischioni tocava o negócio sozinho, mas desde fevereiro de 2017 divide os encargos com o sócio José Wahnon. Eles estão construindo o Residence Laguna Verde, um apart-hotel de 36 apartamento atrás

do Hotel Laguna Blu, por isso o dia começa cedo, com o acompanhamento das obras. Depois, no escritório, Cláudio cuida da área financeira e comercial, enquanto Wahnon se ocupa do departamento operacional.

Os negócios estão prosperando, estimulados pela busca da excelência. “Eu tenho que agradecer ao SEBRAE e aos funcionários e diretores que me ajudaram muito em todos estes anos de luta. Sem o SEBRAE, com certeza não seria o que sou hoje”, avalia Vischioni. Para o futuro, ele e o sócio planejam prosseguir aperfeiçoando os empreendimentos “Também vou continuar com o projeto Rota das Falésias, com a participação em feiras e eventos e, evidentemente, com o Selo de Qualidade, sempre com o apoio do SEBRAE. Divulgando o destino, esperamos conseguir mais e melhores negócios”, projeta o italiano.

HOTEL LAGUNA BLU: Av. Damião Tavares de Souza, 902, Aquiraz. **CONTATO:** Carlos Vischioni



// AQUIRAZ: JANGADEIRO PRAIA HOTEL NO LUGAR CERTO

Apouco mais de 40km de Fortaleza, a Praia do Presídio, em Aquiraz, começou a receber visitantes a partir de um loteamento feito em 1986. No início, eram apenas duas pousadas. Em 1992, encantado com a larga faixa de areia branca e o balanço das águas límpidas, o empresário Luiz Eduardo Studart Gomes Junior resolveu adquirir uma quadra em frente mar. “Veio daí a ideia de fazer um hotel, inicialmente com 14 apartamentos”, ele conta.

Bem localizado, o Jangadeiro Praia Hotel já nasceu com a vantagem de usufruir da mais bela paisagem, porém, Luiz Eduardo sentiu a ne-

cessidade de profissionalizar seu atendimento e azeitar os processos internos: *“Foi então que procuramos o SEBRAE/CE que, de imediato, nos ajudou em diversos setores, oriento-me a participar de Associação de Turismo através da AMHT”*. Mais tarde, ele teria a oportunidade de presidir a Associação dos Meios de Hospedagens e Turismo do Ceará.

Com o acompanhamento permanente do SEBRAE/CE, o Jangadeiro Praia Hotel foi sendo ampliado para 18, 24, 30 e 60 apartamentos. Hoje, conta com dois salões de eventos, quadra esportiva, *fitness center*, parque aquático, restaurante para 260 convidados, bar na

praia e área de *lounge* para 60 pessoas. Pode receber até 190 hóspedes. Os 38 funcionários se dividem entre a gerência, a administração, o setor de alimentação e bebidas, a governança e os serviços gerais. No entender do proprietário, todo esse crescimento aconteceu em conjunto com a participação no Selo de Qualidade em Serviços.

Afinal, o empreendimento está no programa desde 1998, tendo sido agraciado 16 vezes. Atualente, Luiz Eduardo considera que os anos passados “foram a consagração de um esforço coletivo para o aperfeiçoamento e o profissionalismo da pequena, média e grande hotelaria do Ceará, contribuindo, junto com hoteleiros, consultores, palestrantes e profissionais da área, para a formação do checklist de tudo que um empreendimento hoteleiro precisa”.

Grande defensor do associativismo, Studart vê os consultores do SEBRAE/CE como profissionais éticos que trazem grandes ganhos para os empresários. E repete uma frase que se tornou corrente entre os participantes do programa: “*O hotel tem dois momentos: um antes e outro depois do Selo de Qualidade*”. O processo se desenrolou de forma gradual. Sob orientação dos consultores, a cozinha do Jangadeiro foi ampliada e recebeu equipamentos e intervenções adequadas às suas necessidades: revestimento nas paredes, instalação de bancadas para higienização, câmeras frigoríficas, balcões em inox. “Fisicamente, foi a maior alteração do hotel”, atesta o proprietário.

Definiu-se também um *layout* eficiente e racional para a cozinha, o restaurante e os demais espaços comuns.”Outro grande ganho





foi o conhecimento das normas técnicas, com os consultores nos mostrando a necessidade de nos adequarmos”, ele recorda. “Além disso, o Selo exige treinamento de toda a equipe, em todos os setores”.

PROPOSTA FAMILIAR

Ter um pequeno parque aquático e todos os apartamentos voltados para o mar são os principais diferenciais apontados por Luiz Eduardo Studart para o seu negócio: *“Há também a barraca de praia, onde oferecemos nosso tradicional caranguejo e um delicioso pargo frito. Nossa proposta é para famílias que queiram aproveitar a praia e suas belezas naturais, pisando na areia e tomando um banho de mar”*.

Luiz Eduardo deu início à sua vida de empresário do turismo por ter “o terreno certo, no local certo, para a atividade certa”. Porém, desdobra-se em outras atividades profissionais, dividindo a gestão do Hotel com colaboradores que estão juntos há muitos anos (“temos

pouca rotatividade de funcionários”). Dois de seus quatro filhos também já participam do negócio, que considera familiar. Credita grande parte do crescimento ao “parceiro certo”, no caso, o SEBRAE/CE. “Participo do SEBRA-TEC e de todas as oficinas oferecidas que estejam ligadas ao turismo”, detalha Studart, que em breve pretende ampliar o Hotel para 100 apartamentos.

Segundo algumas fontes, a Praia do Presídio ganhou esse nome por ter recebido prisioneiros no século XVII, especialmente holandeses. Hoje, o cenário de dunas, mangues e grandes trechos de areia batida - onde se encontra o Jangadeiro Praia Hotel -, lembra liberdade, descanso e lazer, na medida certa. Luiz Eduardo garante: “Estamos sempre buscando atender nossos clientes e superar suas expectativas nos mínimos detalhes”.

JANGADEIRO PRAIA HOTEL: Rua Luiz Eduardo Studart
Gomes, s/n - Praia do Presídio, Aquiraz.
CONTATO: Luiz Eduardo



//QUIXADÁ: HOTEL MONÓLITOS UMA PARTICIPAÇÃO QUE VALE OURO

A imagem do sol nascendo por trás da Pedra da Galinha Choca compõe a marca do Hotel Monólitos, que usa cores como o laranja, o branco e o azul para reforçar sua identidade visual. Situado no Centro de Quixadá, o hotel fica a apenas 5km do monumento natural que é uma das principais atrações do Município. A excelente localização é o trunfo mais evidente de um negócio que começou pequeno e foi adquirindo fôlego até tornar-se um exemplo de participação no Selo de Qualidade em Serviços.

Estar a apenas 80 metros da rodoviária é, inegavelmente, um fator de atração, mas o fácil acesso não é tudo. Também pesam a experiência adquirida e, acima de tudo, o atendimento atencioso – com funcionários preparados para tornar mais agradável qual-

quer estada. “*Contamos com uma equipe competente, que busca incessantemente a satisfação dos clientes*”, orgulha-se a gerente Carla Anaiana.

Agraciado em todas as edições do Selo de Qualidade em Serviços desde 2007, o Hotel Monólitos é um caso de sucesso despretensioso e autêntico. Fundado por Andreлина Rodrigues Martins no dia 22 de dezembro de 2003, abriu as portas com apenas seis quartos. Hoje são 31, com todas as comodidades indispensáveis, além de 67 leitos. Os dez funcionários se distribuem entre limpeza, arrumação e cozinha. Simples mas saboroso, o café da manhã é composto por mais de 30 itens, com boa variedade de frutas frescas, pães, bolachas e queijos, além de alguns itens preparados na hora, como tapioca, suco



e ovos inteiros. “Tudo feito com muita higiene e qualidade”, como destaca a gerente.

Pessoas que viajam a negócio, professores, representantes comerciais, advogados e funcionários públicos são os principais clientes, mas há também os que chegam atraídos pela natureza ou pelo turismo religioso. *“Quixadá possui belezas naturais que encantam a todos que a visitam, dentre as quais se destacam nossos monólitos. É um pólo comercial bastante movimentado, pois concentra o comércio dos municípios circunvizinhos. Conhecida como cidade universitária do Sertão Central, conta com várias instituições de ensino superior, públicas e privadas”*, enumera a proprietária Andreлина Martins.

Afora essas atrações, o Santuário Imaculada Rainha do Sertão, a 17m, é um lugar visitado por devotos de todo o Brasil e o Açude do Cedro, a 5m, esbanja história, mesmo

em tempos de seca. Tudo isso fez com que o Município fortalecesse sua rede hoteleira. Seja a negócios, a passeio ou em busca de aventuras ecoesportivas, os visitantes sempre aparecem.

CONCORRÊNCIA SAUDÁVEL

“A cidade possui bons equipamentos e temos uma concorrência considerável, mas também muito saudável. Sempre nos ajudamos mutuamente”, informa Andreлина, que na fase de implantação do hotel contratou uma consultoria do SEBRAE. “Sempre tivemos uma relação de proximidade”, ela explica, acrescentando que em 2005 participou de uma palestra de sensibilização. “Chegamos à conclusão de que estávamos bem distantes daquilo que naquele momento nos parecia mais um sonho”. O sonho era entrar para o programa Selo de Qualidade em Serviços.

Foi só em 2007, já conhecendo melhor o próprio negócio, que Andreлина fez a inscrição. **“No início, como nascemos bem pequenos, tudo era na base do achismo, só na boa vontade”**, ela recorda. Quando a consultoria SEBRAE começou, as lacunas da administração passaram por um processo de revisão que resultou em melhorias para todos os setores. Novidades foram introduzidas, adaptações providenciadas e soluções aprimoradas, da recepção à cozinha. Não apenas as práticas e processos, mas também as instalações e equipamentos adotaram determinados padrões.

O que antes era obtido por intuição, começou a ser aplicado com método. Cortesia, eficiência, boa apresentação e postura profissional tornaram-se expressões correntes. **“O Selo nos trouxe uma visão bem mais ampla de como prestar serviços de qualidade e dentro das normas exigidas. Anualmente, nossa equipe faz treinamentos nas mais diversas áreas. Aprendemos a ver que a diferença está nos pequenos detalhes. Os processos em nossa cozinha são realizados de acordo com as normas vigentes.** Nosso atendimento em todos os setores é feito para assegurar que o cliente fique satisfeito”, destaca a proprietária.

Os esforços valeram a pena. Já de primeira, o Monólitos foi agraciado com o Selo de Qualidade. Desde então, vem participando de todas as edições. **“É de suma importância para nós essa participação, pois aprendemos muito e em cada edição temos a oportunidade de melhorar”**, diz a gerente Carla Anaiana. Graças à sua adesão, persis-



tência e confiança, o Monólitos tornou-se o único empreendimento da região com Selo Ouro, ou seja, participante consecutivo por oito edições.

Para os próximos anos, a intenção é continuar investindo nos detalhes, treinando os colaboradores, modernizando os ambientes e, se possível, antecipando-se aos problemas. O importante é não ficar para trás. Por isso mesmo, Andreлина Martins conta com uma parceria que, ano a ano, só se fortalece, descortinando novos horizontes. “Já participamos de algumas consultorias financeiras e sempre estamos nos cursos que o SEBRAE oferece”, finaliza.

HOTEL MONÓLITOS: Av. Plácido Castelo, 1599, Centro, Quixadá. **CONTATO:** Andreлина

FOTOS: Clayton de Paula



//SANTA QUITÉRIA: TAHEN HOTEL O PRAZER DE FAZER BEM FEITO

Maior município do Estado em extensão territorial, Santa Quitéria tem pouco mais de 43 mil habitantes, que vivem principalmente do comércio, dos serviços e da indústria de calçados, embora a agropecuária tenha relevância no PIB local. Encravada no noroeste cearense, o Município fica longe do circuito turístico litorâneo e serrano. Seus visitantes costumam chegar na época das festas religiosas e das celebrações tradicionais, como o Carnaval, o aniversário da cidade, o São João e a Exposição Agropecuária. Além da Igreja Matriz, as principais atrações são o Mercado Público e o Museu do Monsenhor Luís Ximenes Freire.

Nessa cidade pacata do interior cearense, onde a população ainda se encontra para conversar sob as árvores das praças Sena-

dor Pompeu e Artur Timóteo, fica um empreendimento que, desde 2002, participa do programa do SEBRAE, já tendo recebido o Selo Ouro como reconhecimento pela assiduidade, bom desempenho e engajamento. Trata-se do Tahen Hotel, negócio gerido pelo empresário Marcelo Henrique Martins Magalhães, um quiteriense que abriu a empresa em sociedade com o irmão, Marcus Magalhães.

Instalados na larga e movimentada Av. Melquíades Mourão, na entrada do Município, eles adotaram o lema “Os nossos serviços a seu serviço” para transformar o Tahen em um ponto de repouso familiar amplamente procurado. Em 2017, eles comemoraram as 15 participações seguidas no programa Selo de Qualidade em Serviços, seguros de possuir um empreendimento com boas condições

de conforto, higiene e acessibilidade – tudo isso a preços justos.

Após viver seus primeiros anos em Santa Quitéria, onde nasceu em 1971, Marcelo Magalhães fez o 2º grau em Fortaleza, retornando à sua cidade em 1991, já com planos de dedicar-se ao comércio – *“um sonho de jovem que começou muito cedo”*, como frisa. Ao lado dos irmãos Beto (já falecido), Ornelito e Paulo, ele montou a Livraria Trov e supermercado Martmag. Em 1993, expandiu os negócios com a Granja Manuelito, dedicada à produção de frango para corte – esta em parceria com Marcus. Em 1994, a dupla fez surgir uma nova empresa, a Comercial Manuelito, que hoje tem até filial em Nova Russas, especializada em rações, produtos agropecuários e medicamentos veterinários.

Inicialmente instalada em um pequeno quarto alugado, em cinco anos a empresa passou a ocupar uma área de 460m². Foi quando

concluíram essa nova sede que Marcelo e Marcos farejaram uma boa oportunidade de negócio, já que poderiam aproveitar a parte superior da loja. Depois de estudos detalhados em torno das demandas e possibilidades comerciais do Município, a dupla concluiu que um hotel seria o melhor investimento. As obras começaram em 1999 e foram concluídas em 2002, quando o Taken abriu as portas com 18 quartos e três funcionários. De lá para cá, passou por várias etapas de ampliação, chegando a 29 apartamentos, duplos, triplos e individuais.

QUALIDADE SEBRAE

“Oferecemos um ambiente aconchegante e familiar, com internet gratuita, garagem coberta, café da manhã diferenciado e um atendimento com a qualidade SEBRAE”, considera Marcelo Magalhães. *“A decisão de participar do Selo de Qualidade foi*





tomada em prol da melhoria contínua do nosso atendimento e estrutura, sempre visando ao bem estar do cliente". No início, ele precisou passar pela delicada adaptação às exigências do programa, mas a relação com os consultores foi sempre de troca e colaboração.

"Implantamos muitas inovações ao longo dessas edições, que atingiram todos os setores, desde o atendimento até a estrutura", ele pontua. *"Na cozinha, por exemplo, foi adotado o Manual de Boas Práticas, uma ferramenta que mudou as condições do ambiente"*. A adoção de normas de conduta, o ordenamento da recepção e a arrumação correta dos quartos são conquistas já consolidadas no Taken, cujos colaboradores são continuamente incentivados a aprimorar suas habilidades.

Marcelo divide a vida de empresário com o envolvimento em entidades de classe e projetos sociais. De 1997 a 2002, dirigiu pela primeira vez a Câmara de Dirigentes Lojistas de Santa Quitéria e atualmente é diretor distrital da FCDL-CE. Já foi presidente do Conselho Comunitário de Defesa Social (CCDS) e, em 1998, criou um projeto esportivo para crianças carentes.

No Taken, além dos cinco funcionários, ele conta com a ajuda valiosa da esposa, Michelle Melo, que gerencia o Hotel. "Ela é uma das grandes responsáveis por essa nossa caminhada vitoriosa", elogia. O casal calcula o perfil de sua clientela em 70% de turismo de negócios e 30% de visitantes para eventos e lazer. Os maiores clientes são representantes comerciais e vendedores. Para sua maior comodidade, o Taken oferece um restaurante, aberto também ao público, e um auditório interno.

Atuante, Marcelo costuma participar das ações do SEBRAE em sua cidade. Afinal, são vários negócios para tocar e muitos planos de crescimento. *"Está em curso uma grande ampliação no nosso Hotel. Em breve, vamos inaugurar uma nova estrutura, moderna e ampliada para 80 apartamentos"*, promete o empresário, que confia no desenvolvimento do Município e nos benefícios das boas parcerias.

TAHEN HOTEL: 745 Avenida Melquides Mourão, 745, Santa Quitéria. **CONTATO:** Marcelo Magalhães

FOTOS: Teo Lôbo



JUAZEIRO DO NORTE: IMPERIAL PALACE HOTEL SE DÁ PARA SONHAR, DÁ PARA REALIZAR

Situado entre Juazeiro do Norte e Barbalha, às margens da Rodovia Leão Sampaio, o Imperial Palace Hotel tem acesso direto ao coração dos dois municípios. Fica próximo ao Terminal Rodoviário, ao Centro de Cultura Popular Mestre Noza e ao pólo gastronômico da Lagoa Seca, em Juazeiro. Com excelente acessibilidade, é um hotel horizontal, composto por blocos que se conectam através de corredores vazados, com abertura para o verde. *“Os turistas sempre mencionam que a maioria dos hotéis são apenas prédios, mas o nosso possui uma área verde*

agradável que nos diferencia dos hotéis de padrão urbano”, comenta o proprietário, Vicente Gregório Teixeira.

Unindo a simplicidade com a vontade de oferecer o melhor, o hotel disponibiliza acomodações confortáveis, internet gratuita, piscina infantil e adulta com boa área de deck, serviço de lavanderia, estacionamento privativo, salão de eventos e um restaurante com capacidade para 150 pessoas. A palha que cobre alguns espaços traz rusticidade e frescor ao ambiente. Servido numa grande



ârea avarandada, o café da manhã tem tapioca, ovos e sanduíches feitos na hora, além de frutas, sucos e outras opções fixas.

Em 2017, o Imperial Palace começou uma reforma que, quando estiver concluída, vai aumentar a capacidade de hospedagem para 36 apartamentos, com o número de leitos saltando para 79. Todos os quartos são aquecidos com energia solar e possuem TV LCD a cabo, ar-condicionado e frigobar, porém, o que mais agrada os visitantes é a atmosfera silenciosa e a presença de uma equipe solícita, que garante um eficiente serviço de quarto.

Quem vê essa estrutura bem cuidada não imagina que ela é fruto do sonho de uma criança humilde. Nascido no Cedro (CE), em 1944, o menino Vicente Gregório acostumou-se a ajudar a família na roça. Quando adolescente, foi para o Crato continuar os estudos, mas precisava trabalhar para reforçar o orçamento. Ao longo da vida, fez de tudo um pouco. Por cinco anos, foi auxiliar de motorista em ônibus intermunicipais, e por mais cinco labutou no Palace Hotel, situado no Crato e pertencente ao seu irmão. Foi recepcionista, mensageiro e gerente – “as três coisas simultaneamente”, como explica. Dessa experiência, surgiu o desejo de um dia ter o seu próprio hotel.

Esforçando-se para driblar o tempo, Vicente entrou para a Faculdade de Economia, fez um concurso para o SEBRAE (na época CEAG) e foi admitido como técnico. Desempenhou suas funções no Crato, no Iguatu e em Juazeiro. Como gestor do Programa de Artesanato do SEBRAE, acostumou-se a ver o artesanato local como uma vitrine importante e um pólo de referência no Ceará. Paralelamente, continuava juntando dinheiro e pensando em seu futuro negócio. *“Muitas pessoas foram contra o hotel. Achavam que era arriscado, diziam que era uma loucura. Eu era criança, mas me lembro que meu pai tinha convicção de estar certo. Nunca desisti. Ele construiu o Imperial Palace do zero, devagarzinho”*, recorda Eulália, filha mais velha de Vicente e Aldéide.

GANHA QUEM TEM INFORMAÇÃO

Finalmente, em 2009, ano em que Vicente se aposentou do SEBRAE, o Imperial Palace Hotel tornou-se uma realidade para a família Teixeira. Nasceu pequeno, foi criando corpo e, hoje, ocupa um sólido espaço. A participação no programa do Selo de Qualidade em Serviços contribuiu para isso. “No primeiro ano de funcionamento, decidimos participar, mas não ganhamos, porque muitos ajustes precisavam ser feitos”, ele recorda. “Cumprimos as orientações dadas na primeira participação e, em 2014, tentamos novamente. Desta vez obtivemos êxito e, a partir daí, temos sido agraciados todos os anos”, comemora.

A Implantação de procedimentos operacionais na cozinha propiciou a melhor organiza-



ção do ambiente. *“O olhar clínico dos consultores revelou situações que passavam despercebidas e nos deu um ótimo feedback para correções e melhorias. Sem falar que, quando é uma pessoa de fora quem explica os procedimentos, os funcionários atendem mais rápido ao que se pede”*, acredita Eulália. “A cada ano, vamos mantendo o que já conquistamos e aprimorando o que podemos melhorar. Fazemos cursos periódicos, como os de prevenção de incêndios e o de boas práticas na manipulação de alimentos”, ela detalha.

Uma nutricionista foi contratada para acompanhar mensalmente as práticas da empresa. Isso trouxe mais profissionalismo e qualidade ao Imperial Palace. “Hoje, eu fico absolutamente tranquila quando a Vigilância Sanitária chega. Sei que está tudo dentro do que é exigido. Os fiscais, aliás, sempre nos elogiam”, comenta o proprietário. Vicente confia na sensibilidade do clã para tocar os negócios. O filho Guilherme cuida dos setores comercial, de marketing e de hospedagem. Eulália administra o RH, o estoque e o financeiro. A es-

posa, Aldéide, é responsável pelo enxoval, os uniformes dos funcionários e assuntos afins.

Atualmente mantendo 17 funcionários, eles participam também do programa Agentes Locais de Inovação (ALI), do SEBRAE, e pretendem continuar no Selo de Qualidade em Serviços. “Nós entendemos que o programa indica ao público se a empresa é apta a oferecer um bom serviço, impulsionando-a a buscar melhorias por meio da qualificação e organização. Fazemos reuniões com os funcionários de forma sistemática. Na avaliação dos pontos positivos e negativos, levamos em conta um objetivo: a manutenção do Selo”, revela Eulália. Ao seu lado, Vicente Gregório complementa: “Eu passei 31 anos no SEBRAE, tinha que empregar esses ensinamentos no meu negócio. Só quem consegue dar um salto é quem tem informação”.

IMPERIAL PALACE HOTEL: Av. Leão Sampaio, km 04,
Rodovia Juazeiro-Barbalha CONTATO: Vicente Gregório

FOTOS: Gessy Maia



// CHOROZINHO: RESTAURANTE CACIQUE RODÍZIO ENTRE IRMÃOS

No início dos anos de 1930, um pequeno núcleo urbano começou a se formar devido a projetos de combate à seca próximos ao Rio Choró. Técnicos do Governo, engenheiros do DNOCS e operários se agruparam neste povoamento que, com o tempo, deu origem ao Município de Chorozinho, a pouco mais de 40km de Fortaleza.

É lá que funciona, desde 1960, uma empresa familiar de moldes peculiares. Fundado por Joaquim Pereira dos Santos, homem simples e visionário, o Restaurante Cacique é hoje co-

nhecido por todos os viajantes e motoristas que passam pela região do Triângulo, na BR-116, indo em direção à região jaguaribana e ao Sertão Central.

Para garantir a continuidade do empreendimento, o patriarca preparou os filhos na administração da empresa em sistema de rodízio “*Cada filho tinha a oportunidade de administrar por um período de quatro anos. O intuito era que nos preparássemos para futuros desafios*”, conta Terezinha Pereira de Castro Sampaio, a dona Terezinha, uma entre os sete filhos de Joaquim.

Pedagoga com especialização em Administração, ela é atualmente responsável pelo setor de RH, administrando a empresa junto com os irmãos Gilmário Pereira (alimentação e marketing) e Francisca Pereira (operacional). A união tem dado certo. Se no início eram 18 funcionários, hoje são 40, sendo 12 no setor de higiene, limpeza e manutenção; oito no administrativo; dez na produção e dez em vendas. Amplo, arejado e descontraído, o salão de refeições pode receber até 200 pessoas. A clientela diversificada procura lanches rápidos, café da manhã farto e almoço com pratos regionais.

“A qualidade no atendimento e o sabor autêntico da casa” são o grande orgulho de dona Terezinha, que participa desde de 2014 do Selo de Qualidade em Serviços, tendo completado quatro anos de relaciona-

mento com o SEBRAE/CE. Ela considera que o incentivo para manter a melhoria da qualidade dos produtos e serviços é o principal motivo de sua permanência no programa.

GARANTIR A COMPETITIVIDADE

Com a chegada dos consultores, houve mudanças na cozinha e um novo nível de conscientização de toda a equipe. O “clima” entre os funcionários ficou mais agradável, com repercussão positiva na postura, nos procedimentos e na motivação para o trabalho. Obviamente, os maiores ganhadores foram os clientes, que passaram a usufruir de um atendimento correto e bem orquestrado. O ambiente físico teve um novo ordenamento e melhor organização, assim como os produtos em estoque.





“Os consultores também nos orientaram e facilitaram a observância das normas técnicas”, diz Terezinha. Ela cita a implantação do manual de boas práticas, que garantiu a segurança alimentar dos clientes, e a confecção de fichas técnicas, que facilitou o controle dos produtos fabricados na empresa.

Aos 70 anos, casada, com filhos, dona Terezinha é um exemplo de dinamismo. Concilia com maestria o tempo em família e as obrigações de trabalho. Participa de outros programas do SEBRAE/CE, como o SEBRAE/TEC. *“O que eu mais quero é manter a qualidade dos serviços oferecidos e continuar a modernização do Cacique, garantindo a competitividade no mercado”,* resume.

O patriarca Joaquim não poderia imaginar, mas hoje o Restaurante Cacique oferece

wi-fi gratuito para os fregueses. A inovação não assusta os irmãos Pereira, que apesar do histórico do estabelecimento tradicional, quiseram buscar no SEBRAE/CE novas orientações referentes à captação dos colaboradores, especialmente em áreas como atendimento e manipulação de alimentos.

Pão de queijo, tapioca, pastel, pão na chapa, caldo de carne, galinha caipira, panelada: há pratos e petiscos para todas as fomes no Restaurante Cacique, que chegou aos 57 anos mais jovem do que nunca.

RESTAURANTE CACIQUE: Rodovia BR 116, Km 68 - Triângulo, Chorozinho CONTATO: Terezinha

FOTOS: Thiago Ramalho



// LIMOEIRO DO NORTE: PADARIA DELÍCIAS DO TRIGO DELÍCIAS DE LIMOEIRO

O stentando uma fachada *clean*, porém impactante, a Padaria Delícias do Trigo, em Limoeiro do Norte, recebe os clientes com funcionários uniformizados, um bonito piso de padrão quadriculado, grandes *freezers* repletos de bebidas geladas e um balcão perfumado por pães, bolos, doces e salgados.

No café da manhã, almoço ou jantar, o visitante encontra mesas e cadeiras confortáveis, em um ambiente onde pode matar a fome, promover reuniões e celebrar datas festivas. Se for o caso de um lanche rápido e nutritivo, a casa oferece açaí da melhor qualidade. Há um *self-service* com alimentos balanceados, saladas, vários tipos de sucos e, claro, sobremesas. Pizzas, massas e sopas fazem parte do cardápio fixo.

Tudo isso começou há 21 anos, em uma viagem da limoeirense Marlúcia Brito Chaves. Ela estava em Fortaleza quando se deu conta de que em sua cidade não havia estabelecimentos como os da capital, que unissem as ofertas de uma padaria com os sabores de uma confeitaria, disponibilizando um espaço de permanência agradável, onde o freguês podia tanto comer como fazer encomendas. “Vi nisso uma oportunidade”, ela diz.

Foi assim que, no dia 17 de agosto de 1996, surgiu a Padaria Delícias do Trigo, inicialmente com cinco funcionários e muita vontade de acertar. *“Não tenho curso superior, e sim curso médio na área de Educação. Eu queria ser professora. Montei a Padaria antes de conhecer meu marido, Josélio. Hoje somos sócios. Foi a união perfeita,*

porque ele é padeiro e cuida da produção, enquanto eu me dedico à área administrativa”, relata a ex-pedagoga.

A entrada de Josélio Batista dos Santos na empresa deu a Marlúcia o impulso que ela precisava para aprimorar seus produtos e expandir a empresa com o serviço de restaurante. Hoje, para dar conta do recado, são 48 funcionários, que atendem uma freguesia formada por profissionais locais e turistas em viagem de negócios e lazer. Muitos alunos e professores da Faculdade de Filosofia Dom Aureliano Matos (FAFIDAM), ligada à Universidade Estadual do Ceará (UECE), também são vistos por lá.

O ano de 2017 marcou a quinta participação do Delícias do Trigo no Selo de Qualidade em Serviços. Nessa e em outras ocasiões, os só-

cios organizaram uma força-tarefa, envolveram a equipe e obtiveram pleno êxito, sendo contemplados as cinco vezes. *A ideia de se inscrever surgiu durante uma reunião no SEBRAE, em que o casal conheceu os fundamentos, objetivos e resultados da premiação. “Gostamos muito da ideia e logo decidimos participar”,* dizem.

O DOCE DA VIDA

Com a assinatura do primeiro Termo de Adesão, a Padaria abriu as portas para a visita dos consultores credenciados do SEBRAE, que tiveram autorização expressa para abordar clientes e funcionários, a fim de elaborar os relatórios analíticos da qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Plenamente cientes dos prerrequisitos, eles fizeram a equipe entender a importância de colaborar com o programa.



A partir daí, mudanças foram implantadas, com a adoção de uma rotina de treinamento de boas práticas e a padronização de receitas e procedimentos. *“Os consultores nos trouxeram uma nova visão e, através deles, pudemos estabelecer muitas melhorias, desde o controle de produção até a gestão de pessoas, a organização financeira e os processos administrativos. Tudo resultando na elevação da qualidade do que é oferecido. Isso nos trouxe o que nós temos de melhor e impulsionou o crescimento do negócio”*, detalha Marlúcia.

As transformações atingiram a estrutura da Padaria, com desdobramentos em cinco ou seis etapas. O almoxarifado subiu para o segundo andar. A cozinha foi reformada, ficou mais arejada, ganhou mesas inox e novas bancadas. A produção passou a contar com um forno elétrico, abandonando o forno a lenha. Todos os espaços se tornaram mais funcionais. Também foi adquirida uma máquina de fazer salgados – antes esse processo era todo manual.

Hoje, se perguntarem para Marlúcia e Josélio qual o aprendizado mais surpreendente para eles, ambos concordam que foi a forma correta de lidar com o público. *“Não tínhamos essa prática”*. *Por essas e outras decidiram continuar participando do programa. Consideram que o Selo de Qualidade “é excelente para quem deseja se organizar, aprimorar os serviços e alavancar seus negócios”*.

Com planos de ampliação, a Padaria Delícias do Trigo já se consolidou como sinônimo de



bons produtos, ambiente agradável e atendimento atencioso no Município de Limoeiro do Norte, a “Princesa do Vale”, cidade mais importante da região jaguaribana, com seu comércio agitado, suas indústrias e a oferta de cursos de nível superior.

Em abril de 2015, os sócios inauguraram, ao lado da Padaria, um espaço de entretenimento infantil, mas já fazem novos planos de expansão. Estão convictos de que a qualidade dos produtos é o diferencial dos negócios, desde que haja o engajamento das pessoas. Como fazem questão de propagar nas redes sociais do empreendimento: “O doce da vida está nas pequenas coisas”.

DELÍCIAS DO TRIGO: Rua Coronel Inácio Mendes, 2179. Centro, Limoeiro do Norte. **CONTATO:** Marlúcia Brito

FOTOS: Davi Sousa



//CRUZ: VILA PREÁ BEACH - CABANAS & RESTAURANT O SENTIDO DA FELICIDADE

Se alguém perguntar ao francês Frederic Brisemur, o Fred, por que ele decidiu ter um negócio na praia, a resposta é rápida, embora incomum: *“Porque queria trazer às pessoas que se hospedam aqui a mesma felicidade que senti quando estive no Ceara pela primeira vez”*. De fato, é impossível não se sentir bem no Vila Preá Beach, complexo de hotel e restaurante situado na bela praia do Preá, vizinha a Jericoacoara, no Município de Cruz, onde a comunidade pesqueira aprendeu a conviver com as pranchas e velas trazidas pelos praticantes de *kitesurfe*. A pousada oferece, inclusive, espaço para guardar os equipamentos, e um funcionário está sempre disposto a ajudar com as velas, efetuando o resgate na água, caso necessário.

Em perfeita integração com a paisagem, a arquitetura do local é aberta, marcada por grandes *decks* com vista para o mar e passarelas de madeira interligando os bangalôs em estilo asiático. O aspecto rústico expressa respeito à natureza e apreço pela sustentabilidade, prerrogativas levadas a sério pelo proprietário. O Vila Preá foi o primeiro hotel da região a implementar uma estação de tratamento de esgoto. Produz óleo de coco orgânico, que é misturado com óleos essenciais e usado para massagens nos hóspedes. Suas hortas bem cuidadas fornecem frutas, ervas aromáticas e plantas medicinais.

Os que procuram o local já sabem do que vão desfrutar. Afagados pela brisa constante, os bangalôs distam cerca de 20m uns dos ou-

tros, o que garante a máxima privacidade. Construídos sobre palafitas, eles têm paredes de pedras de Castelo do Piauí e estrutura toda em eucalipto. O teto em forma de estrela é recoberto por palha de carnaúba. Mas a rusticidade não prescinde do conforto: todas as unidades possuem frigobar, cofre eletrônico, colchões com molas ensacadas, travesseiros de plumas e internet banda larga. Os amplos banheiros são um caso à parte. Cada qual com 20m², ficam parcialmente a céu aberto e possuem chuveiro quente, chuveirão, rede e varal para estender as roupas de banho molhadas.

Tudo isso surgiu do encantamento de Fred diante da paisagem local, numa rápida passagem pelo Ceará. Gostou tanto do que viu que resolveu se instalar ali, naturalizando-se brasileiro. Formado em Administração de Empresas, Marketing e Informática, ele divide os afazeres do hotel com a esposa, Sinslei. O casal vive num bangalô em meio aos outros, porém de frente para o mar e cercado de

turistas que geralmente viram amigos. “Acordamos na pousada e ficamos o dia inteiro cuidando dos hóspedes”, eles dizem. Isso significa se ocupar da administração, do abastecimento do restaurante, da qualidade de produção na cozinha, das hortas orgânicas, da manutenção dos bangalôs e áreas externas, das licenças ambientais e das ações de marketing e divulgação.

VIVER DE FORMA SIMPLES E SAUDÁVEL

A pousada ficou pronta em 2004 e o restaurante em 2005. Antes, contavam com cinco funcionários. Hoje, eles podem chegar a 12, a depender da época do ano, pois o Vila Preã fecha de março a julho, na temporada das chuvas. A preocupação com o clima se explica: 80% dos que chegam são velejadores de *kitesurf*. As ações de marketing foram direcionadas a este mercado desde o início, visto que a praia ocupa um dos maiores corredores de vento do Planeta. Os estrangeiros





predominam entre os visitantes, todos em busca de tranquilidade, conforto e o ótimo atendimento.

Nas palavras de Fred, o Vila Preá participa do Selo de Qualidade em Serviços desde 2015, **“para garantir ao cliente que prezamos pela qualidade em serviços e também para mostrar que mantemos altos padrões de segurança tanto na pousada como no restaurante”**. O programa trouxe mais organização, apurou a segurança alimentar e instituiu boas práticas na cozinha. A equipe aprendeu a importância de etiquetar os alimentos, seguir as regras de conservação e substituir as peças de madeira (colheres, rapa-coco, tábua de cortar) por itens de polietileno. Foram colocados cartazes informando a utilidade de cada pia, e os banheiros estão mais bem ordenados, com tampas nas lixeiras, papel de celulose para secar as mãos, higienizador sem perfume e outras medidas simples que fazem a diferença.

“Usamos os manuais fornecidos pelo SEBRAE para dar cursos de boas vindas aos novos colaboradores (garçons, cozinheiros, recepcionistas, etc), os quais têm geralmente pouco conhecimento e experiência nesta área”, comenta o Francês, que classifica a competência e a presteza dos consultores como pontos relevantes para o sucesso do programa. Ter os extintores de incêndios em dia e adequados a cada área é outra vantagem, assim como a redobrada atenção às normas da Anvisa no tocante a processos e análise da água.

Na matemática de Fred, não entram números grandes. O hotel recebe apenas 20 hóspedes por vez e o restaurante tem capacidade para 40 pessoas. O pensamento verde permeia todo o empreendimento, que serve seu café da manhã com banana, mamão, papaia, caju, maracujá e outras frutas colhidas na horta, cuja produção inclui, ainda, hortelã, manjericão, menta, coentro, jambu, rúcula, couve, alface, pimentão e uma grande variedade de hortaliças.

Para os próximos anos, os planos são serenos como o deslizar das ondas: **“Seguir do mesmo jeito, sempre procurando proporcionar um serviço de alta qualidade e, cada vez mais, conscientizar as pessoas de que se pode viver de forma simples e saudável, com conforto, em meio à natureza e respeitando o meio ambiente”**.

VILA PREÁ BEACH - CABANAS & RESTAURANT: Av. Beira Mar, 100, Praia do Preá, Cruz. **CONTATO:** Frederic Louis

FOTOS: Sanderlei e Raissa



// PACOTI: HOTELCHALÉ NOSSO SÍTIO VERDE DESCANSO

Enquanto jovens caminham na fita de *slackline* – que está esticada entre duas árvores, desafiando o senso de equilíbrio de quem sobe –, casais mais velhos preferem passear de canoa canadense pelo lago de águas calmas. Ao lado deles, pais e filhos deslizam de pedalinhas na tarde fresca, mas há também caiaques, triaquáticos e pranchas de *stand up paddle* para os que buscam novas emoções. Em terra firme, trilhas ecológicas se insinuam por percursos cercados de verde e beleza, deslumbrando os fãs de caminhadas e os ciclistas.

Natureza, tranquilidade, segurança e conforto são os trunfos que o Hotel Chalé Nosso Sítio exhibe para encantar os visitantes.

Situado em Pacoti, no Maciço de Baturité, a pouco mais de 100km de Fortaleza e a uns 800m acima do nível do mar, o empreendimento é comandado pela economista Regina Ribeiro Caminha Barbosa, formada pela Universidade de Fortaleza (Unifor) que trocou a agitação da cidade pela placidez da serra. Ela divide as responsabilidades e a direção do negócio com o marido e sócio, Regis Caminha Barbosa.

Para manter os 150 hectares do Chalé Nosso Sítio – que conta também com quadras de vôlei e futebol, passeio a cavalo e charrete, parede de escalada, piscina, *beach tennis*, espiribol e pesca esportiva – o casal estabeleceu uma rotina bem ordenada de



trabalho, com o apoio indispensável de 26 colaboradores. Em 2002, eram apenas cinco funcionários mas, desde então, muitas novidades foram introduzidas no recanto verde de clima ameno.

Para as crianças, um dos locais mais divertidos do Hotel é a Fazendinha, espaço onde elas têm contato com animais como coelho, pato, preá, codorna, galinha, carneiro e ganso. Já a Casa do Caboclo é uma antiga habitação de taipa, onde os hóspedes podem conhecer a história do café, riqueza da região em tempos passados. Sob o céu de azul vivo, as hortas orgânicas, o viveiro de mudas e os jardins floridos complementam o cenário de harmonia e silêncio.

Regina Ribeiro avisa que por trás dessa apazibilidade existe um empreendimento que demanda extrema dedicação, planejamento bem pensado e vistoria permanente. As tarefas são inúmeras e começam cedo. *“Meu dia a dia é bastante corrido. Aliás, quando temos nosso próprio negócio, trabalhamos de segunda a segunda”*, ela comenta, acrescentando que somente quem toca a

empresa pode de fato equacionar seus muitos detalhes.

Segmento de negócios capaz de movimentar a economia no interior do Ceará, o turismo rural tem imenso potencial de crescimento. Proporciona uma rica experiência para o hóspede em busca de sabores genuínos, ajuda a sustentar o artesanato e os pequenos comércios e representa uma alternativa de desenvolvimento econômico sustentável. Na terra das praias ensolaradas, o lazer campestre abre trilhas e procura expandir o fluxo de visitantes para além dos finais de semana. *Por essas e outras, Regina e Regis querem “atender da melhor forma possível e estão sempre presentes no Hotel”.*

ISO PARA PEQUENAS EMPRESAS

Para aprimorar os procedimentos, manter o negócio organizado e garantir mais qualidade, o Hotel Chalé Nosso Sítio se inscreveu no programa Selo de Qualidade em Serviços, que os sócios-proprietários consideram

“uma ISO para pequenas empresas”. Desde 2015, eles recebem as visitas anuais dos consultores do SEBRAE. “São todos atenciosos e gentis”, afiança Regina, para quem o prêmio trouxe melhorias e mudanças em todos os setores.

Na busca pela certificação, a equipe de garçom, camareira, gerentes e cozinheiras se mantém em melhor sintonia. Da mesma forma, a estrutura ganha o olhar minucioso dos profissionais que orientam as medidas. Com o estabelecimento dos parâmetros ideais, os proprietários precisam apenas cuidar dos ajustes. *“Optamos por ter nosso próprio negócio em hotelaria, porque é um ramo que nos encanta, tanto no contato com as pessoas quanto na parte organizacional, mas não é fácil. Estamos sempre investindo e divulgando o negócio nas*

redes sociais. É um trabalho grande”, afirma Regis.

O Sítio Pau D’Alho, onde se situa o Hotel, já foi um dos mais importantes de Pacoti, município cujas origens remontam às últimas décadas do século XVIII. Hoje, os 99 leitos dos dez chalés e 12 apartamentos são procurados principalmente por casais, famílias em busca de sossego e esportistas à caça de trilhas, *rappel* e montanhismo. O restaurante, aberto ao público diariamente, oferece pratos variados e fumegantes *fondue*. Todas as noites, uma fogueira é acesa para espantar o frio serrano e, nos finais de semana, os hóspedes se reúnem para ouvir música ao vivo.

Graças à votação dos hóspedes, o Chalé Nosso Sítio ganhou o Certificado de Excelência 2016 e 2017 do TripAdvisor. O empreendimento também foi eleito “O melhor hotel de serra” pelo Prêmio Conhecendo o Ceará 2016, promovido pelo Diário do Nordeste e Sistema Verdes Mares. Regis e Regina pretendem ampliar cada vez mais a oferta de entretenimentos na natureza, construir um salão para eventos, instalar uma tirolesa e erguer uma capelinha. Com fôlego para o trabalho, sabem que estão no caminho certo. “Nosso diferencial é a privacidade, o contato direto com a natureza, a qualidade e os vários equipamentos de lazer”, dizem, confiantes nos próximos passos e no apoio de parceiros como o SEBRAE.



HOTEL CHALÉ NOSSO SÍTIO: R. José Marinho de Góes, s/n, Centro, Pacoti. CONTATO: Regina Ribeiro

FOTOS: Eunilo Rocha



// FORTALEZA: SONATA DE IRACEMA NO RITMO CERTO

“Sempre falo que o Selo de Qualidade é um norteador de ações positivas para o bem-estar comum das partes envolvidas”, afirma a economista e empresária Ivana Alencar Bezerra de Menezes. Ela é a mulher à frente de um negócio próspero que nasceu como um sonho de família. Localizado em um ponto privilegiado da orla de Fortaleza, o Hotel Sonata de Iracema recebeu os primeiros hóspedes em setembro de 2005. Foi inicialmente pensado para atender a clientes corporativos que ansiavam por um bom produto hoteleiro a preços justos. *“Embora a linha principal de trabalho esteja baseada nesse público, conseguimos manter um mix de perfis distribuídos entre turismo de negócios, de eventos e de lazer”*, explica Ivana Bezerra.

O Sonata procura fazer da personalização do atendimento um dos seus maiores diferenciais. Clientes com mais de quatro hospedagens, por exemplo, ganham fronhas delicadamente bordadas com seu nome. A oferta de produtos regionais e a manutenção de um “corredor cultural” com exposições artísticas também fazem parte do pacote de acolhimento. O hotel foi também o primeiro de Fortaleza a disponibilizar bicicletas para os hóspedes, e é parceiro do Projeto Praia Acessível, que facilita o acesso ao mar de pessoas com deficiências ou dificuldades de locomoção. “A isso tudo se somam, é claro, a solicitude, o carinho e o calor humano da equipe, expressos em cada atendimento, em cada atitude”, exalta a sócia-proprietária.

Para tornar mais agradável a estada, todos os 117 apartamentos do Sonata têm vista para o mar, além de piso frio, cofres individuais com capacidade de guardar *notebooks*, fechaduras eletrônicas e bancada de trabalho, dentre outras comodidades. Uma das preocupações é manter a decoração com personalidade e estilo próprio. Tendo iniciado suas operações com 43 funcionários, o hotel conta hoje com 71 colaboradores, que se distribuem na administração, cozinha, governança, recepção, manutenção, restaurante, eventos e área comercial. A mesa de café da manhã está sempre farta com frutas frescas e o restaurante serve pratos à base de mariscos e carnes brancas e vermelhas. Para garantir o frescor dos produtos, a padaria e a confeitaria são próprios.

Os clientes podem revigorar as energias malhando em uma academia com vista para o mar ou usando os serviços de massagem, a piscina panorâmica e o sax bar do piso térreo. Para quem precisa trabalhar, há uma ampla sala de convenções que comporta até 270 convidados, além de cinco salas menores, cada uma com capacidade para 40 a 90 pessoas. O *business center* oferece conexões em banda larga, *data show*, *flip chart*, microfones com e sem fio, vídeo-conferência, púlpito, quadro branco, *rack* de som e vídeo, telas de projeção e televisão.

CRESCIMENTO EM CONJUNTO

Desde 2011, o Sonata de Iracema integra o programa Selo de Qualidade em Serviços. Para Ivana Bezerra, o Selo é importante por-



que traz, em sua essência, a preocupação com a qualidade do serviço, conferindo segurança e credibilidade ao atendimento. A padronização, as inovações, as orientações técnicas para cada setor e a qualificação das pessoas são itens em destaque. “Este último faz com que todo o processo caminhe de forma equilibrada e seja de fácil execução”, diz a empresária, que avalia como extremamente construtiva a relação com os consultores. **“Inexistem conflitos, porque entendemos que as sugestões são para crescimento do conjunto: empreendimento e pessoas”.**

A construção de planilhas de controles operacionais foi de grande valia, assim como a padronização dos mecanismos dos departamentos de compras, almoxarifado, recepção e governança. “Podemos citar dois setores que passaram, de forma positiva, por alterações em sua disposição física para melhoria do fluxo de trabalho e organização de mercadorias: o almoxarifado e a cozinha”, ela diz. Na

cozinha, foi preciso adequar equipamentos como estufa e fritadeira, colocar novas bancadas de trabalho na área de recebimento e pré-preparo e intervir no setor de higienização de louças. A partir do momento em que o conhecimento “tomou conta” dos envolvidos através da qualificação, inevitavelmente buscou-se alinhar os pontos não conformes das normas técnicas.

“A melhoria mais acentuada foi a padronização do atendimento telefônico no setor de reservas, permitindo informações claras, completas e com mais agilidade”, avalia a proprietária, que acompanha de perto tudo o que se passa em seu negócio, incluindo a manutenção, as contratações e o comercial. “Estou sempre à frente. Apesar da nossa gerente-geral ter autonomia para tomar todas as decisões, nada acontece sem que eu tome conhecimento”, ela diz, acrescentando que tem três irmãos como sócios. “Era um sonho antigo de família termos um hotel. Hoje somos apaixonados pela hotelaria”.

Não possuir uma rotina, receber pessoas diferentes, encantar os hóspedes e poder oferecer um tratamento diferenciado com uma tarifa competitiva são vantagens que a hoteleira tem em alta conta. Atuante em entidades como a ABIH-CE e o Fortaleza Convention & Visitors Bureau, ela considera que as parcerias firmadas entre o *trade* turístico e o poder público ajudam na captação de novos negócios e na divulgação do Ceará como destino. Daqui para frente, a família pretende continuar investindo e inovando no Sonata, mas deseja expandir os horizontes com dois novos hotéis, um em Fortaleza e outro no Pecém.



HOTEL SONATA DE IRACEMA: Av. Beira Mar, 848, Praia de Iracema, Fortaleza. **CONTATO:** Ivana Bezerra

FOTOS: AtHome Comunicação



// JUAZEIRO DO NORTE: TABERNA DA CARNE EM PERMANENTE EXPANSÃO

Gastronomia e turismo são dois assuntos sobre os quais o empresário José Bezerra Feitosa Júnior pode discorrer com a máxima segurança. Formado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Leão Sampaio (Unileão), ele foi fundador, no Cariri, da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), entidade que presidiu por dois mandatos, entre 2010 e 2016. Também é membro do Conselho Nacional da Abrasel e participa do Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Cariri (Condetur). Em 2016, com a vitória do candidato Arnon Bezerra à Prefeitura de Juazeiro do Norte, foi chamado para assumir um novo desafio: comandar a Secretaria de Turismo e Romaria do Município.

Oferecer qualidade, primar pelo atendimento, buscar inovações e conquistar a fidelidade do público são preocupações de Feitosa Júnior desde que ele inaugurou, no dia 09 de novembro de 2007, o restaurante Taberna da Carne, que conta com duas unidades em Juazeiro do Norte – uma no bairro da Lagoa Seca e outra em um *shopping* da cidade. *“Ser reconhecido pelos clientes, colaboradores e fornecedores como um empreendimento gastronômico bem-sucedido da região do Cariri” é a missão que o empresário tomou para si, engajando-se na ideia de que “é preciso estar em permanente expansão, mas sempre com ética e com responsabilidade social”.*

Bom humor, leveza e jovialidade marcam a atmosfera do Taberna, cujo cardápio oferece opções como a carne de sol de carneiro e o filé a parmegiana – este último revelou-se um dos *hits* da casa, junto com o pirarucu ao molho de camarão. Peixe típico da região Norte do país, o pirarucu é um sucesso em Juazeiro graças à iniciativa de Júnior, que já morou no Pará e quis proporcionar uma nova experiência a seus clientes.

“Procuramos oferecer um grande mix de produtos, porque recebemos famílias inteiras e todos precisam sair satisfeitos”, explica o proprietário. Com cervejas especiais e uma boa carta de vinhos, o salão principal é equipado com televisões estrategicamente instaladas para transmitir lutas de boxe e partidas de futebol. Reunir os amigos para festejar vitórias é um prazer que acompanha os frequentadores mais assíduos.

Com 22 funcionários, o restaurante da Lagoa Seca tem capacidade para 240 pessoas, enquanto a unidade do *shopping* conta com dez funcionários e serve até 90 clientes. Depois da criação do *playground*, a ideia é investir, em 2018, numa brinquedoteca com jogos e banheiro infantil. “Estamos sempre aprimorando e avançando. A busca da qualidade não para. É constante”, atesta Feitosa Júnior.

DIVISOR DE ÁGUAS

O Taberna participa do programa Selo de Qualidade em Serviços desde 2012. “Não conseguimos o prêmio no primeiro ano, mas, a partir de 2013, nunca mais deixamos de

ser agraciados”, comemora Feitosa Júnior. Ele acredita que o melhor de participar é ter a chance de fazer uma auto avaliação. “Muitas vezes, você está dentro do negócio e não consegue se enxergar. Não vê oportunidades, deixa passar o que é importante. Com a expertise do SEBRAE, tudo muda”. Outro fator determinante está ligado ao bem-estar dos fregueses. “Nós, que lidamos com alimentos, temos uma responsabilidade enorme com a saúde das pessoas. Empresários mal assessorados enveredam por caminhos arriscados”.

Com a chegada dos consultores do SEBRAE ao Taberna da Carne, o estabelecimento criou um espaço só para o processamento de alimentos, que antes era feito na cozinha. Climatizada e adequadamente equipada, essa área oferece maior apoio logístico ao trabalho – dali o alimento segue diretamente para a câmara frigorífica. *“Mudamos a operação de recebimento e armazenamento dos alimentos. Já tínhamos a câmara refrigerada, mas sem a organização devida. Criamos um depósito maior para os insumos, melhorando o armazenamento, sem caixas no chão, tudo nas prateleiras, de acordo com as normativas”*, detalha o empresário.

O desenho da cozinha foi modificado para permitir sua melhor utilização, tornando mais racionais os espaços. Ao mesmo tempo, foram criados um departamento de RH, um setor financeiro e um refeitório para os funcionários. Os colaboradores ganharam novos uniformes, com seus nomes escritos em cra-



chás de identificação, “de forma a se estabelecer uma relação de proximidade com os clientes”, como explica Feitosa Júnior. Para motivar a equipe no cumprimento das normas, criou-se uma premiação interna.

“O Selo foi um divisor de águas. Conseguimos enxergar um outro mercado que não tínhamos. Entendemos que a padronização dos pratos – gramatura correta, layout e apresentação – também é fundamental”, enfatiza o empresário, que está construindo um prédio anexo ao restaurante, cuja estrutura contará com dois andares. No primeiro, será instalado um auditório com capacidade para 40 pessoas (destinado a capacitação e reuniões) e uma área para o descarte correto do lixo. No segundo, ficarão o departamento de RH, o setor financeiro, um escritório e uma área para arquivo morto.

Grande defensor da implantação do Polo Gastronômico da Lagoa Seca, oficializado em outubro de 2015, José Feitosa Júnior presidia a Abrasel no Cariri quando o projeto deu os primeiros passos e ganhou corpo. Ele foi um dos idealizadores das ações relacionadas à sinalização dos restaurantes, combate à poluição sonora, coleta seletiva de lixo, dentre outras. Considera que o principal é a formação de mão de obra qualificada. “São as pessoas que fazem os negócios. Qualificação é desenvolvimento. Por isso, programas como o Selo de Qualidade são imprescindíveis”, encerra o empresário.

TABERNA DA CARNE: Av. Leão Sampaio, 1218 (Lagoa Seca) e Av. Padre Cícero, 2555 (Garden Shopping Triângulo), em Juazeiro do Norte. **CONTATO:** Feitosa Júnior

FOTOS: Gessy Maia



// JIJOCA DE JERICOACOARA: POUSADA CASA DO ÂNGELO

A CASA QUE VIROU POUSADA

Quando começou a frequentar Jijoca de Jericoacoara, em meados dos anos de 1990, Ângelo Jorge Meireles Farias encontrou um cenário paradisíaco que consistia basicamente em uma pequena vila cercada por dunas monumentais. “Na época, a vila devia ter umas 20 pousadas. Hoje, são cerca de 250. Só na minha rua são 23”, ele calcula. Com sua beleza luminosa propagada por jornalistas e visitantes, o povoado viu o movimento crescer de modo contundente.

Hoje, a praia de Jericoacoara é uma Área de Proteção Ambiental que foi transformada em PARNA (Parque Nacional). Com restaurantes internacionais, cafés variados, ateliês,

lojinhas e hotéis de muitas estrelas, a maior preocupação é mantê-la a salvo da especulação imobiliária, das construções irregulares e do turismo predatório. Nesse contexto, a Pousada do Ângelo é um recanto que preserva o silêncio e se veste de verde a apenas cinco minutos do centro da vila. Suas 13 unidades (12 apartamentos e um chalé) apostam no aconchego, no canto dos pássaros e no charme da despretenção para fazer frente à concorrência.

Ângelo é de Fortaleza e começou a vida profissional trabalhando com vendas. Polivalente, abriu uma marcenaria e investiu na construção de dois hotéis no Porto das Dunas,

mas seu espírito empreendedor esbarrou com a política econômica da Era Collor, que trocou a moeda do País, bloqueou contas bancárias, congelou salários e aprofundou a recessão. “Aquilo me quebrou, porque eu trabalhava com dólar na construção dos hotéis”, relata o empresário, que após perder o dinheiro investido foi morar na casa dos avós.

Naquela época, ele se lembra de que, sem saber o que fazer, ficava olhando para o mar. Quando percebeu que muitos turistas passavam pedindo informações, teve a ideia de montar um posto de informações turísticas, vendendo serviços em parceria com uma empresa que promovia passeios para o litoral.

Esse foi o ponto de partida para a abertura da Beach Tour, em 1994, empresa que incluiu Jericoacoara no mapa das praias a serem visitadas pelas excursões que saíam da Beira-Mar. *“Antes, só partiam na rodoviária, mas o pessoal da empresa Redenção e o empresário Fábio Nobre, da Pousada Casa do Turismo, me procuraram para fechar com eles essa nova possibilidade. Até*

hoje vendo o pacote de três dias e duas noites em Jeri, saindo de Fortaleza, só que agora eu terceirizo o serviço”.

TER O QUE OS OUTROS NÃO TÊM

Por causa do trabalho, Ângelo começou a ir constantemente a Jeri, onde acabou comprando um terreno e construindo uma casa de veraneio. Nessa casa, recebia informalmente alguns turistas até que, no ano 2000, nasceu a Pousada Casa do Ângelo, com apenas quatro quartos. Seis anos depois, graças a um empréstimo no BNB, ganharia novas acomodações e uma piscina. Hoje o empreendimento oferece quartos espaçosos para 52 hóspedes e possui comodidades como uma cozinha comunitária com churrasqueira, forno a lenha, fogão industrial e todos os utensílios necessários para uma confraternização de amigos.

Observando a paisagem, Ângelo fala com entusiasmo dos próprios diferenciais: *“Eu tenho uma pousada sensível a cadeirantes. Toda ela é acessível. Em 2017, fui escolhido o 17º melhor hotel econômico do Brasil*





pela Travellers' Choice do TripAdvisor. E tenho uma conquista que ninguém no entorno tem: o Selo Prata". Adepto do programa do SEBRAE desde 2011, o hoteleiro explica que é aficionado em detalhes e que o Selo o leva a enxergar o que está escondido, corrigindo falhas. "Eu faço a coisa certa porque quero manter a premiação", enfatiza.

Na primeira vez em que participou, tantas transformações foram necessárias que os amigos chegaram a questionar se as medidas valiam a pena. "Gastei muito com as mudanças. As pessoas perguntavam se eu era doido. Mas o Selo não manda fazer, ele sugere", diz. "Os consultores me fizeram perceber a importância de olhar debaixo da cama para ver se tem teia de aranha. De abrir o frigobar para conferir se os produtos estão na validade. É do mínimo ao máximo".

O segredo maior, ele logo descobriu, consiste em envolver os funcionários e estimular sua autoestima. *"Os cursos estão aí para dar apoio aos negócios. Quem faz um curso, ganha um dia de folga. É uma forma de incentivar e de educar. Fazemos rodízio. Somos um quartel, uma família trabalhando dentro da pousada"*, sorri o pro-

prietário. Hoje, a cozinha é outra, com a manipulação de alimentos seguindo as etapas corretas de preparação, embalagem, armazenamento e exposição. "As frutas envoltas em insulfilm e os vários tipos de frios sendo guardados separados são detalhes que fazem a diferença", reforça.

Nos afazeres da Pousada, Ângelo conta com a ajuda da mãe, Maria Nilce. Eles têm muitos planos de ampliação. "Quero fazer um segundo andar no chalé para instalar algo que o SEBRAE vinha me pedindo: o refeitório dos colaboradores. Além disso, teríamos banheiro, cozinha, monitores de câmara de segurança e o escritório da administração, que hoje funciona na minha casa". Apesar de oferecer quadriciclo, *fat bike*, *stand up paddle* e outros equipamentos na Pousada, Angelo tem tido pouco tempo de se divertir. "Passo o dia na frente do computador e do celular. É muito trabalho a ser feito", diz o empresário, que já sonha em receber o Selo Ouro em 2018.

POUSADA DO ANGELO: Rua das Dunas, 621, Centro, Jijoca de Jericoacoara. CONTATO: Ângelo Jorge

FOTOS: Sanderlei e Raissa



DESTAQUES



FRANCISCO DE ASSIS BEZERRA DE MENESES OUSADIA COMO PRINCIPAL TEMPERO

Resiliência talvez seja a palavra que melhor define o empresário Francisco de Assis Bezerra de Menezes, mais conhecido como Crica. Sua capacidade de superar entraves e dificuldades, valorizando os aspectos positivos das situações, é uma virtude plenamente reconhecida por clientes e amigos. Diretor do Grupo Geppos, que congrega os restaurantes Geppos, Misaki e Cabana Del Primo, Crica é um empreendedor ousado que se tornou sinônimo de gastronomia autoral, serviço de excelência, ambientes agradáveis e novidades à mesa.

Por participar do programa Selo de Qualidade em Serviços desde a sua primeira edição, tanto como empresário agraciado quanto

como membro do Comitê Gestor, ele já perdeu a conta dos Selos que arrebatou. “Acho que uns 22”, arrisca. Tendo completado 28 anos de funcionamento em 2017, o Grupo Geppos caminha para a terceira década de sucesso numa estrada pavimentada pelos esforços em melhor servir e pela coragem de arriscar. Trata-se de um império de sabores variados com 225 funcionários em Fortaleza e outros 65 em Teresina, distribuídos por sete casas de reconhecida competência.

Pioneiro em Fortaleza na oferta de pizzas assadas no forno a lenha, Crica começou a vida profissional bem longe da cozinha. Formou-se em Estatística pela Universidade Federal do Ceará e foi estagiário de uma indústria de confecções, a Romac. Por seis anos, gerenciou uma unidade de vendas da Singer. Em seguida, montou duas revendas: uma de máquinas de bordados industriais e outra de confecções e peças íntimas. “Depois resolvi, eu mesmo, entrar no ramo na indústria de confecção, pas-

sando a ser um industrial do setor. Aí começou a minha parceria com o SEBRAE, que na época era o CEAG”, ele relembra.

Por meio do CEAG, Crica conseguiu financiamento para as primeiras cinco máquinas adquiridas e obteve auxílio em treinamento para gestão. “O Luciano Moreno era o superintendente. Depois, o órgão mudou de nome e eu acompanhei todo esse processo. Minha trajetória com o SEBRAE é muito longa”. Com a crise no ramo de confecções agravada pelas medidas econômicas do Governo Collor e pela avalanche de produtos chineses nas prateleiras, Crica resolveu mudar de ramo.

Atento, ele percebeu que havia um espaço a ser preenchido no mundo da gastronomia. Viajou para São Paulo, onde conheceu as pizzas leves e delicadas da rede Micheluccio, apreciadas pelo preparo artesanal e pelo uso do forno a lenha. Gostou tanto que decidiu fechar uma parceria com o restaurante paulista e trazer a novidade para Fortaleza. Em 1989, abriu a primeira Micheluccio cearense, no Shopping Jardins Open Mall, cujo sucesso imediato de público estabeleceu um novo patamar de qualidade para as pizzarias locais.

“Nesse ramo de alimentação, o SEBRAE continuou me auxiliando. Eu expus os problemas que estava enfrentando, que eram principalmente o recrutamento e a seleção de pessoas”, ele diz. “Em todos os treinamentos e programas oferecidos, eu era da primeira turma”, complementa, antes de citar iniciativas como o SEBRAE Ideal, curso que identifica e prepara lideranças, ampliando a presença da pequena empresa nos organismos de classe.

Dessa maneira, Crica foi profissionalizando a sua equipe e se capacitando para dilatar fronteiras, sem medo de errar. À primeira casa seguiu-se outra, na Beira-Mar, no local que anos depois abrigaria o Hotel Luzeiros. “Aí, na terceira pizzaria que iríamos abrir, na Praia de Iracema, os sócios brigaram entre si lá em São Paulo e eu resolvi sair da bandeira Micheluccio. Comprei a parte deles e entramos com outro nome: Geppetos”.

IMPRIMINDO A PRÓPRIA MARCA

Com a mudança de nome, surgia uma nova grife gastronômica. A experiência acumulada era garantia de crescimento, e a boa cozinha atraía fregueses fiéis. Em 1997, devido a um mal-entendido no registro da marca, a Gepettos passou a se chamar Geppos e ampliou a oferta de pratos, servindo massas, carnes e petiscos que nada tinham a ver com pizza – embora estas continuassem brilhando no cardápio, em versões regionais, *light*, magras e doces.

Pode-se dizer que o negócio se reposicionou a partir daí, abrindo espaço para a chegada de duas novas casas, o restaurante japonês Misaki, em 2006, e o restaurante especializado em cortes especiais de carne, o Cabaña Del Primo, em 2007. Antes disso, Crica chegou a ter cinco pizzarias; mas a informatização ainda incipiente dos processos, na época, dificultava o controle das etapas de trabalho. “Nós entramos em parafuso na gestão”, ele lamenta.

Para resolver o desafino, fez um MBA em Marketing, oferecido pelo SEBRAE, em

parceria com o Instituto Português de Administração e Marketing (IPAM). A iniciativa mostrou-se fundamental para a melhor orquestração do negócio. “Eu fui me profissionalizando com esse e outros cursos”, diz o empresário, que desativou três pizzarias, mantendo apenas as duas Geppos que o público conhece hoje, no Shopping Jardins Open Mall e na Av. Beira-Mar.

“Voltamos a nos equilibrar e nos organizamos para retomar o processo de crescimento, mas dessa vez com o pé no chão”, pontua. O pé no chão não impediu a abertura de novas frentes. Hoje, além dos dois Geppos, o Grupo conta também com duas unidades do Cabana Del Primo e um Misaki em Fortaleza. Recentemente, uma parceria possibilitou a abertura de duas casas em Teresina, sendo um Misaki e um Cabana Del Primo.

CRESCIMENTO COM EQUILÍBRIO

Todas as marcas que compõem o Grupo Geppos concorrem separadamente ao Selo de Qualidade em Serviços. É uma prática incorporada aos processos internos, a que o proprietário aspira levar adiante: “Para nós, é muito importante ter o SEBRAE aqui. Faz parte da cultura da empresa. É uma auditoria externa que verifica se nossas instalações estão corretas, se está tudo ok. Na hora da verdade, quando o cliente vem nos visitar e fazer uma refeição, funciona tudo direitinho”.

Ele enfatiza o fato de que, na primeira visita, os técnicos analisam mais de cem itens a par-

tir de um minucioso *checklist* – e se 80% dos itens estiverem de acordo com as exigências, a empresa é considerada apta a receber o Selo. Os que não atingem esse percentual ganham a oportunidade de uma segunda visita, para fazerem as correções necessárias. “Aqui nós criamos uma meta para todos os encarregados do restaurante e da qualidade: a de que temos que ser aprovados na primeira visita dos técnicos do SEBRAE. E isso funciona muito, porque os colaboradores não sabem qual o dia que o consultor vem fazer a fiscalização. Eles ficam preocupados. Qualquer pessoa que entra pode ser o consultor e, sendo assim, conseguimos manter as coisas em ordem”, pondera Crica.

Em 2013, o Cabana Del Primo dobrou de tamanho e, em 2014, inaugurou sua unidade do Shopping Rio Mar, a maior de todas. No ano seguinte, os negócios do Grupo se expandiram para Teresina e, em 2017, o Cabana Del Primo do Shopping Jardins Open Mall incorporou a seu espaço a loja Grand Cru, uma das maiores importadoras de vinhos do Brasil. *“Eles vieram nos procurar quatro vezes, e a proposta de uma loja de vinhos dentro do restaurante me chamou atenção. Fomos a São Paulo para ver como isso funcionava. Achamos que daria certo e fechamos a parceria”*, relata o empresário, sempre pronto a aliar melhorias ao negócio.

Um plano de expansão bastante elaborado está só esperando o momento certo para sair o papel e ganhar o Nordeste. Em razão, porém, dos lançamentos recentes, Crica e seu sócio Deda Gomes pretendem dar uma “paradinha estratégica” de um ano ou dois para

repor o capital e pensar no crescimento sem perder o equilíbrio.

Apaixonado pelo trabalho, o presidente do Grupo Geppos lembra que os bares e restaurantes são o segundo maior empregador do Brasil, perdendo apenas para a construção civil. É uma boa notícia que esbarra com uma “pedra no sapato”, já que não se encontra facilmente mão de obra formada. A solução é investir em qualificação. “Quando relaxamos um pouquinho, sentimos logo uma queda de qualidade e temos que retomar o treinamento”, ele diz, acrescentando que os restaurantes do Grupo têm um modelo de gestão baseado em programas de capacitação contínua, sob o comando da área de Desenvolvimento Humano (DH).

Enquanto os treinamentos mais básicos são realizados internamente, as capacitações mais complexas são feitas fora da empresa. O Grupo participa do Programa Parceiros para a Excelência (PAEX) da Fundação Dom Cabral, umas das dez melhores escolas de negócios do mundo, criada em Belo Horizonte. *“Essa busca pela excelência em nossos serviços foi uma consequência do Selo de Qualidade, e estamos muito satisfeitos. Sempre buscamos novos modelos de treinamento, porque a concorrência tem se aproximado de nosso nível de atendimento”*, considera Crica.

Em 2016, o Grupo iniciou um programa de *trainee* junto às faculdades, atraindo cerca de 100 candidatos, dos quais três foram selecionados e dois já estão trabalhando na

empresa. O objetivo é formar a mão de obra conforme os princípios e parâmetros da marca no que se refere a atendimento e gestão. Fora isso, há um programa de incentivo ao aprendizado. A empresa paga 50% do custo de qualquer curso que tenha a ver com o negócio, inclusive os de nível superior. Há uma verba anual destinada a esse fim, que o funcionário pode pleitear e obter após a análise de um comitê.

Hoje, o Grupo Geppos mantém uma equipe multidisciplinar, composta por nutricionistas, psicólogas, especialistas e consultores nas áreas de qualidade, segurança alimentar, atendimento e marketing, dentre outros. Qualquer empresário que queira informações para o seu negócio pode procurar Crica e sua equipe. Ele explica que, no começo, tinha um certo receio de mostrar o que aprendeu. “Afinal, não queríamos dividir conhecimento com o concorrente. Mas já faz tempo que chegamos à conclusão de que para copiar, tem que copiar o todo, não um processo apenas”.

Outro fator de destaque é que, quanto mais profissional for a concorrência, melhor para o Grupo Geppos. “Temos que nos esforçar cada vez mais”, diz o diretor, sem receio. *“Nós encaramos o nosso negócio como uma empresa, não como um restaurante. Temos 28 anos de mercado. Vimos ao longo desse tempo, vários restaurantes fecharem as portas. Por isso, nossa experiência tem sido de buscar cada vez mais profissionalismo”*.

UMA CULTURA DE QUALIDADE

Quando o Brasil vivia os primeiros anos do Plano Real, a economia começava a se recuperar e as pequenas e médias empresas estavam se informatizando, o SEBRAE fez uma parceria com o Instituto Português de Administração e Marketing (IPAM), cedendo suas instalações para a realização de um MBA. Crica foi um dos primeiros a se inscrever: “Para mim, foi um ponto fundamental, um curso fantástico, que me auxiliou muito, numa época em que não havia MBA em Fortaleza”.

No mesmo período em que fez o MBA, ele assumiu o desafio de ser presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel-CE). Recorda-se de que, na época, havia várias associações em processo de consolidação e amadurecimento, como a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Ceará (ABIH-CE), então presidida por Eliseu Barros, e a Associação dos Meios de Hospedagem de Turismo (AMHT), sob o comando de Selma Guimarães. Foi nesse cenário que surgiu o Selo de Qualidade em Serviços, como recorda Crica:

“Na época, surgiu a ideia de se melhorar o atendimento dos hotéis, dos bares, dos restaurantes de Fortaleza. O turismo ainda era incipiente, mas prometia crescer, vinha com uma força grande. Então, um dos programas que foram feitos por esses gestores de associações foi o Selo de Qualidade em Serviços. A ideia, se não me engano, veio do Superintendente Estadual do Sebrae, Antônio de Albuquerque, mas o Régis Dias, que era coordenador de Turismo, abraçou a causa e nós também a compramos, formando um comitê para tratar do assunto.

Eu era um dos gestores desse comitê, mas também tinha o meu negócio e acreditava muito no programa. Assim, entrei como participante do Selo, do mesmo modo que o Eliseu Barros (diretor do Marina Park Hotel) e a Selminha Guimarães, que tinha uma pousada lá em Cumbuco. Nós e algumas outras empresas fomos os pioneiros em participação, desde o primeiro Selo. Quando era para julgar a minha empresa eu não participava do comitê e quando iam julgar a empresa da Selma ou do Eliseu, eles também não participavam. Até porque esse julgamento era por número, era codificado.

Desde o início, o formato adotado é o mesmo. Nos restaurantes e bares, por exemplo, as equipes analisam a parte de atendimento e a estrutura física. São técnicos distintos que entendem sobre as instalações, a higienização, dos processos de trabalho, a cozinha, o almoxarifado, o armazenamento das mercadorias, as mesas, as cadeiras etc. No caso do técnico que avalia o atendimento, ele observa tudo, desde a chegada na recepção até a hora de pagar a conta. E de que forma isso contribui para a gente? Contribui porque é uma auditoria externa, independente e que é cega. Não há nenhum vínculo direto que esconda alguma coisa. Segue princípios que nós estabelecemos desde a criação do Selo e que permanecem até hoje.

Antigamente, o serviço de bar e restaurante era muito amador, então o Selo era semestral. O corpo técnico contratado na época – e que vem sendo contratado na sequência – é de profissionais que entendem do ramo. Então, desde o início, eu achei maravilhosa a ideia. Eu sou um fã do Selo, porque com ele o SEBRAE nos ajuda muito. É uma instituição que procura fazer o melhor em tudo o que se envolve”.



ANTÔNIO ELISEU DE BARROS JÚNIOR RETRATOS DE UM NEGÓCIO

Apontando para a fotografia de um rapaz de camisa verde cercado de recepcionistas sorridentes, Antônio Eliseu de Barros Júnior conta que aquele foi o primeiro hóspede do Marina Park Hotel. A imagem, feita no dia 10 de junho de 1993, quando o hotel foi inaugurado em Fortaleza, é guardada com cuidado pelo diretor-geral do empreendimento. Adepto do programa Selo de Qualidade em Serviços desde o início, o Marina Park é um exemplo de primazia no atendimento e de participação engajada.

No final dos anos de 1990, quando Eliseu Barros já gerenciava o Marina, ele também presidiu a Associação dos Hotéis (ABIH) e participou da criação do Convention & Visitors Bureau – entidades atuantes no grupo gestor do programa. Portanto, ele foi um dos membros fundadores que ajudaram a dar forma ao Selo e a consolidar a sua importância, atuando como empresário concorrente e como integrante da Comissão de Votação. Sem ver justaposição nas atividades, Barros lembra que *“as pastas com informações dos hotéis, restaurantes e barracas de praia são entregues sem identificação para o Conselho Gestor, que as avalia a partir da visita dos consultores do SEBRAE. Então, a votação é totalmente séria, isenta e profissional”*.

Antes de entrar no programa, ainda em 1997, o Marina já era classificado como hotel cinco estrelas pelos critérios do Ministério do Turismo e EMBRATUR – tidos como bastante rigorosos, sendo estabelecidos a partir de uma cuidadosa auditoria. “Então eu pensei: ‘ora, se eu já tenho a classificação da EMBRATUR, que é nacional, o Selo é café pequeno’. Mas acontece que o programa do Ceará era muito mais exigente”, recorda Eliseu. O fato é que as duas matrizes de classificação mostraram-se fundamentais para a consolidação das normas e procedimentos utilizados no dia a dia do empreendimento.

“A busca da qualidade se torna eterna, é permanente, pois o empreendedor nunca está 100% satisfeito, está sempre procurando que os funcionários se reciclem para melhorar o negócio”, diz o hoteleiro, sublinhando que as empresas menores ou mais antigas tiveram que providenciar transformações maiores em suas estruturas e rotinas. Esse não foi o caso do Marina Park, que já era um equipamento qualificado. **“Nós apenas incorporamos melhorias, mas foram melhorias importantes, relacionadas à manutenção do equipamento”**. Alguns detalhes também se fizeram sentir. Nas piscinas, por exemplo, foram colocadas placas sinalizadoras de acordo com a profundidade.

DIFÍCIL É MANTER

Com sua dupla experiência de participação, o diretor geral do Marina Park considera que “é difícil conseguir o Selo, mas é muito mais difícil mantê-lo”. Tanto é que, na época em que participava das votações e análises das

auditorias, viu muitos empreendimentos perderem o prêmio. “Quem ganha em um ano não necessariamente ganha no ano seguinte”, ele lembra. “Quem relaxa e, durante o ano, não faz o dever de casa, está condenado a perder. A manutenção de um hotel começa no dia em que ele abre e vai até a eternidade. O empresário precisa estar sempre atualizando o equipamento, senão ele fica para trás”. Investir em renovação, modernizar a estrutura e aderir a novas tecnologias fazem parte desta caminhada. No Marina, os salões de eventos foram ampliados, os restaurantes reformados e uma área de lazer passou a encantar jovens e crianças, enquanto a academia de ginástica ganhou novos aparelhos e melhor disposição interna.

Detentor do Selo Ouro, o Hotel continua assegurando a sua boa performance ano após ano. Afora as capacitações internas, mantém um programa permanente de treinamento, especialmente nas áreas de alimentos e bebidas, visto que os muitos eventos oferecidos durante o ano todo criam uma rede de novas demandas. Hoje, o Réveillon do Marina é tido como a maior festa do gênero oferecida por um hotel brasileiro. A celebração começa às 21h e vai até as 7h da manhã seguinte, sempre apresentando *shows* com grandes nomes nacionais e internacionais.

“Ao longo do ano, recrutamos rapazes e moças, sem custo para eles, e damos treinamentos”, explica Eliseu. Teoria e prática se misturam nessa formação, que inclui um estágio como *trainee* nos restaurantes do hotel e, depois, a contratação temporária para os grandes eventos. Na noite do Réveillon, o Marina trabalha



com 360 garçons e um grande número de cozinheiros. Há, ainda, convênios firmados com universidades, escolas, o poder público e entidades como o SEBRAE e o SENAC.

O escalão mais alto de colaboradores também é visado. **“Acho que o maior desafio das empresas, hoje, não é o treinamento dos subordinados e sim dos chefes e gerentes. Por isso incluímos cursos de liderança”**, diz o diretor, ao considerar que infraestrutura e mão de obra são itens que se completam. “Mas, mesmo assim, o atendimento se destaca como prerequisite de qualidade. Eu posso não ter uma porcelana fina para os clientes, mas, se oferecer um serviço simpático, ele vai voltar. Funcionários capacitados com um sorriso, não têm preço. Essa é uma tecla em que o SEBRAE sempre bate”.

Com uma área total de 40.000m², sendo 26.000m² de área construída, o Marina Park recebe hóspedes do todo o mundo. Há

embarcações vindas da Europa, Austrália, Nova Zelândia, África do Sul e Estados Unidos. Com sua localização privilegiada, o resort urbano tornou-se uma referência para os que fazem longas travessias oceânicas, para os praticantes de esportes náuticos e para os velejadores ocasionais, mas, não só. Há hóspedes que vêm para negócios e congressos, assim como famílias em busca de descanso e lazer.

UNIDOS SOMOS FORTES

Além da marina internacional, destacam-se, dentre os equipamentos oferecidos, um heliponto, quatro bares e restaurantes, auditórios e salões de eventos (um deles com capacidade para 1000 pessoas), área de lazer com piscina, sauna, lojas de conveniência, sala VIP e salão de beleza. O maior hotel de Fortaleza tem capacidade para receber até 900 hóspedes em 315 apartamentos, que foram sendo construídos aos poucos.

“Abrimos com 72, fomos para 85, 96, 108, 142 e, finalmente, 315”, informa Eliseu Barros. Tudo isso de 1993 a 1997. A memória perfeita está ligada ao entusiasmo pela função que desempenha há mais de 20 anos. Nascido em Itapipoca, ele cursou Ciências Econômicas na Universidade Federal do Ceará (UFC) e estagiou na Caixa Econômica e em órgãos públicos, antes de ingressar na Indústria Naval do Ceará (INACE).

Especializando-se na área de custos, assumiu na empresa o Departamento de Compras e Suprimentos do Ceará, Piauí e Pará por cerca de dez anos. Durante esse tempo, acompanhou a implantação de um novo projeto do Grupo INACE, quando este resolveu embarcar no mercado hoteleiro, erguendo, ainda no início dos anos 1990, o Marina Park, que está situado dentro da baía artificial do estaleiro e é banhado pelas águas da Praia de Iracema.

“Tudo o que tem aqui, do primeiro grão de areia ao primeiro prego, foi comprado por mim. Conheço tanto o hotel que, mesmo não sendo formado em Engenharia, dou os meus pitacos para o gerente de manutenção, que é um engenheiro mecânico”, entusiasma-se Eliseu Barros, que assumiu a diretoria desde a inauguração. Na época, como sempre gostou de participar de associações e entidades de classe, tratou logo de fazer a filiação do Marina na Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH-CE), cujo presidente era Nelson Otoch. “No ano seguinte, comecei a fazer parte da diretoria. Depois, fui presidente”, ele diz, referindo-se ao mandato de 1996 a 1998.

“Na mesma época, estavam organizando os Convention & Visitors Bureau de São Paulo e do Rio de Janeiro. Então, pensamos em fazer um aqui também”. Eliseu acabou sendo o primeiro presidente do Convention & Visitors Bureau do Ceará, cargo que ocupou por mais dois mandatos, tendo também assumido a Vice-Presidência nacional da entidade. Quanto à ABIH, depois da primeira experiência, ele foi designado presidente para os períodos de 2002-2006 e 2016-2018. *“Essas entidades são fundamentais porque elas têm o real comprometimento e a clara visão da importância do Selo de Qualidade para os associados. Não há política nem privilégios no programa do SEBRAE. Podem concorrer o Marina Park, uma pequena pousada de Quixadá e um negócio modesto do litoral”*, enfatiza.

Pragmático e agregador, Eliseu Barros exalta essa militância em prol do entendimento do *trade* e da melhoria dos serviços: “Há união entre as várias entidades do setor e entendimento com o poder público. Nossa ABIH é um case de sucesso nacional, com sede própria e inadiplência zero há 20 anos”. Na sua opinião, o Selo de Qualidade do SEBRAE vem contribuindo para esse clima, já que todos ganham, principalmente os pequenos empresários, que não têm a estrutura de que os grandes dispõem, nem dinheiro para pagar uma consultoria dispendiosa. *“O turismo do Ceará está dando um exemplo para o Brasil. Trabalhamos em sintonia. Com o novo Centro de Convenções, o hub que está por vir, a reforma do aeroporto, o porto e, talvez, a refinaria, ninguém segura o Ceará”*.



LUÍS NOGUEIRA COSTA FILHO DE PEIXE

O pai, pescador, arrastava o barco para o mar ainda no escuro. A mãe, rendeira habilidosa, ajudava no sustento da família fazendo labirintos. A filharada não parava de crescer: oito meninas e cinco garotos, 13 no total. Família unida e numerosa, como tantas outras de Aracati.

Na época, ninguém poderia imaginar, mas uma das crianças daquele grande clã de raízes litorâneas seria dono da maior e mais bem equipada barraca de Canoa Quebrada, a Chega Mais Beach, um complexo de entretenimento que se tornou uma das atrações turísticas da costa leste cearense.

Empreendedor de reconhecidos méritos e impressionante talento, Gevandro Nogueira Costa – o Luís, como prefere ser chama-

do – cresceu ouvindo histórias de pescador e ajudando dentro de casa. Muito pequeno, já plantava feijão, macaxeira e banana no roçado da família. Aos 12 anos foi cumim e, depois, garçom de uma barraca de praia. Viveu um tempo em Fortaleza, onde trabalhou como *office-boy* de uma farmácia. Não chegou a se formar.

Foi quando surgiu a oportunidade de voltar a Aracati e abrir uma pequena barraca em Canoa, em sociedade com um amigo – que depois de um tempo saiu do negócio. Com 18 anos, pouquíssima informação e nenhuma experiência, Luís encarou os fatos usando como arma o que tinha de sobra: confiança em si, vontade de trabalhar e necessidade de dinheiro. Na estrutura simples, toscamente arranjada, trabalhavam um cozinheiro e o encarregado da limpeza, além do próprio Luís, que fazia o atendimento.

“Meu cardápio era uma folha só: de um lado vinha a lista de comida e do outro, as bebidas”, ele ri, evocando os primeiros tempos. Isso foi por volta de 1995, “há uns 22 anos, já nem lembro a data exata”. Os clientes foram chegando aos poucos, atraídos pelos pargos fritos com baião de dois, ariacôs en-sopados com pirão, camarões a alho e óleo, suculentas moquecas de arraia e outras delícias preparadas no dia, com insumos frescos, tudo muito simples. Para compensar as falhas na estrutura, Luís oferecia simpatia, agilidade, bom tempero e preços módicos.

Estava atuando há uns dois anos nessas condições, quando recebeu como cliente um funcionário do SEBRAE que trabalhava com elaboração de projetos. *“Nós ficamos conversando e ele me falou pela primeira vez do Selo de Qualidade. Eu nunca tinha ouvido falar, mas me interessei”,* conta Luís, que tratou de se aprofundar no assunto. *“A partir daí, teve início uma grande parceria entre a Chega Mais e o SEBRAE. Foi assim que abandonei a visão de um nativo sem conhecimento de mercado para assumir que tinha um negócio. Não era só uma barraquinha de praia, era um empreendimento que podia prosperar. O SEBRAE me despertou a curiosidade de aprender”.*

A fim de melhorar sua estrutura, ele decidiu, então, investir numa grande reforma. Foi equipando a cozinha, “esticando de um lado e do outro” e aprimorando o serviço. “Sempre me preocupei com o tratamento dado aos clientes, mas com a chegada do SEBRAE, isso foi redobrado”, afirma. Determinada, a

Chega Mais entrou para o programa com vontade de acertar. *“Desde que começamos, somos premiados em todas as edições. Nunca ficamos de fora”,* orgulha-se o proprietário, exibindo os prêmios que acumula desde o ano 2000.

CARA NOVA, CASA CHEIA

Em duas décadas de funcionamento, muitas águas rolaram. Desde 2015 ocupando um novo endereço, o empreendimento que começou como mera aventura de um jovem inexperiente virou um complexo de entretenimento com restaurantes, lojas, piscina de borda infinita, miniparque aquático com brinquedos infantis e até auditório para eventos. Ao mesmo tempo moderna e rústica, a Chega Mais Beach foi projetada com palhas de carnaúba, toras de eucalipto tratado e linhas de madeira de lei. Se antes recebia até 400 pessoas, hoje tem capacidade para 1.200. Os poucos funcionários de antigamente formam agora um equipe de aproximadamente 60 pessoas.

Gestor atento e visionário, Luís Nogueira toca o barco com a ajuda da família. Um dos irmãos, Wando Nogueira, assumiu a gerência da Barraca. Três das irmãs também participam: Maria do Socorro é chefe de cozinha, Mírian trabalha no bar e Marivânia toma conta da loja. O cardápio cresceu, mas ainda se baseia nos frutos do mar. O Camarão Chega Mais, servido no coco, é um dos preferidos da clientela, embora lagostas e camarões tenham boa saída. No *self-service*, as opções se expandem para vários tipos de carnes, massas e saladas.



“Hoje, além da estrutura de entretenimento na praia, o nosso foco está na sustentabilidade ambiental. Somos uma empresa ecologicamente correta e já nos tornamos uma referência no Nordeste”, informa o empresário, que produz a própria energia por meio de placas solares. A madeira utilizada na estrutura é de reflorestamento, certificada por lei, e mais de 100 coqueiros foram plantados no complexo, cujo índice de reaproveitamento da água chega a 80% – “a água da chuva é levada para o reservatório e segue para os coqueiros e outras plantas”.

Luís adotou um sistema de tratamento de esgoto que utiliza a folha de bananeira, a BET (Bacia de Evapotranspiração), uma técnica defendida pelos permacultores. Também chamada de “fossa de bananeira”, a BET transforma os resíduos humanos em nutrientes, tratando a água envolvida de forma ecológica e evitando a contaminação dos rios

e mares. Também são utilizados secadores para mão e não papel, tanto no banheiro dos clientes quanto dos funcionários. São detalhes que já fazem parte do jeito de ser da Chega Mais.

O IMPORTANTE É NÃO RELAXAR

Como empresário, Luís Nogueira sabe que não se faz turismo em áreas degradadas. “Nós dependemos do movimento dos visitantes, portanto temos que ficar atentos. A beleza natural é um patrimônio de Canoa, as pessoas vêm em busca disso. Preservar o que é nosso é garantir o futuro”. A Chega Mais Beach possui uma generosa área verde e investe em acessibilidade, com rampas e banheiros para pessoas com deficiência ou dificuldades de locomoção.

Para maior comodidade dos fregueses, implantou também um fraldário, um *playground*

e um auditório para 110 pessoas. “Às vezes o cliente que quer fazer uma reunião de negócios ou a confraternização da firma. Foi pensando nesse tipo de situação que criamos esse espaço. Não conheço uma estrutura de praia do Nordeste que tenha essa estrutura para negócios; ninguém pensou nisso”, considera Nogueira.

Há serviços de massagem e passeios de bugue, mas o grande salto da Chega Mais Beach foi a aposta em grandes eventos e *shows* nacionais. O Fest Verão Canoa acontece lá. Em 2017, nomes como Nando Reis, Dorgival Dantas, Aviões do Forró e Engenheiros do Hawaii se apresentaram na Barraca. “Aracati não tinha estrutura para eventos, nós criamos isso também”, acredita o empresário, que decidiu investir nesse nicho depois que fez a primeira festa e mais de mil pessoas compareceram. “A repercussão foi tão positiva que começamos a trazer outros *shows* para ir testando”.

Além do espaço para grandes eventos, há ambientes menores para casamentos, festas de formatura, aniversários e confraternizações familiares. Um dos serviços bolados para facilitar a vida dos turistas é o traslado gratuito de bugue entre os hotéis e a Barraca. Atento ao movimento, Luís faz planos: *“Pretendo manter o que já temos e, a cada dia, melhorar a estrutura, o atendimento e a qualidade do serviço. É difícil alcançar o sucesso e se manter nele. O desafio é diário, pois a concorrência é cada vez maior”*.

Uma das ferramentas para vencer os desafios é a participação no programa Selo de Qualidade em Serviços, que inicialmente engendrou mudanças notáveis, visto que toda a estrutura estava distante dos padrões exigidos. A cozinha precisou ser praticamente refeita, mas, hoje, os critérios do Selo já estão bem consolidados. A nova sede, cujas obras se estenderam por mais de um ano, já nasceu em conformidade com as regras e teve o acompanhamento do SEBRAE.

“Eu não tenho formação, parei no Ensino Médio, mas sei o que é tratar bem as pessoas. Para cobrar do meu funcionário, tenho que fazer a minha parte, dando a ele condições de ter um treinamento. Nós estimulamos isso aqui”, pontua Luís Nogueira. Ele continua acordando cedo e trabalhando muito. A agitação da vida de empresário parece não combinar com a placidez das águas de Canoa, mas é mergulhando fundo que se pescam os melhores peixes.

“No futuro, queremos uma área maior para a criançada. Também queremos continuar no Selo de Qualidade porque é importante não nos acomodarmos. O SEBRAE está sempre aprimorando técnicas, trazendo novos processos para dentro da empresa, orientando os detalhes para que o todo funcione. Quando aumenta a exigência, aumenta o nosso esforço também. O importante é não relaxar”, encerra o empresário, que criou um novo conceito de barraca de praia em Aracati.

AGRACIADOS COM O SELO

SELO DE QUALIDADE EM SERVIÇOS - SEBRAE

Empresas agraciadas em 2018
Restaurantes, barracas de praia, bares e similares

ALOW PIZZA	CHEGA MAIS BEACH BARRACA E RESTAURANTE
AVENIDA BAR E RESTO	CHICO DO CARANGUEJO
BARRACA AMÉRICA DO SOL	CHURRASCARIA E PIZZARIA BRASAS LU
BARRACA ANTÔNIO COCO	CHURRASCARIA ELLEN
BARRACA CUCA LEGAL	CHURRASCARIA MÃO DE VACA
BARRACA DA DANNY	CHURRASCARIA PARQUE RODEIO
BARRACA DONA DIVA	CHURRASCARIA PESSOA
BARRACA MAREAR PARK	CONIMAKI
BARRACA MARIA E ABILIO	DELÍCIAS DAS JANGADAS I
BARRACA MARULHO	DELÍCIAS DO TRIGO
BARRACA TIA ELZA E JANAINA	DELLA GRILL
BENÉVOLO 1 - CAFÉ GELATO	DIOCESANO BISTRÔ
BIG MANIA ALIMENTOS	DIVINA COMIDA ALIMENTOS
BONAPARTE	DIVINA COMIDA RESTAURANTE E PIZZARIA
BOTECO EMPÓRIO	DOCE CULTURA
BUDEGA CARIRI	DOM CHURRASCO
CABANA DEL PRIMO	EMÍDIO PIZZARIA E CHURRASCARIA
CABANA DEL PRIMO JARDINS	EMPÓRIO SERTÕES
CAFÉ COM ROSAS	ENGENHOCA PARQUE
CAMARÃO E CIA	ESQUINA MALU
CANTINHO DO FRANGO	FORNERIA SANTO GRANO
CASA DO CARNEIRO	FRIGIDEIRA DO JONNY
CENTRAL GOURMET	

GEPPPOS BEIRA MAR
GEPPPOS JARDINS
HABIBS
KAVA CAFÉ & MAIS
MALU SELF - SERVICE
MANJAR DE MÃE
MARIA REDONDA
MARUJO BURGUERIA GOURMET
MARUJO PRIME
MISAKI
NILLU'S PIZZAS E MASSAS
NUTRIFIT
PANUTRI PÃES E SABORES
PASTO & PIZZAS
PATRONI
PICANHA DOS JONAS ALDEOTA
PICANHA DOS JONAS BAIRRO DE FÁTIMA
PINHEIROS RESTAURANTE
PIZZARIA ÁGUA NA BOCA
RESTAURANTE BEM ME QUER
RESTAURANTE BEZERRA
RESTAURANTE MARIA BONITA
RESTAURANTE NEVOAR
RESTAURANTE NOSSO BAR
RESTAURANTE PIZZARIA PIAZZA ITÁLIA
RESTAURANTE SEU LOURENÇO
SIRIGADO DO PEDRO
SÓ BAIÃO - 1

SÓ BAIÃO - 2

TABERNA DA CARNE

TABULEIRO DA CARNE/VILÊDO BISTRÔ

TAKO SUSHI BAR

TOCA DO LAMPIÃO

TROPICAL PÃES IGUATU

MEIOS DE HOSPEDAGEM

ARAJARA PARK

CARMEL - MAGNA PRAIA HOTEL

CLUBE VENTOS

COLISEUM HOTEL

DE PRAIA BRASIL

DIOCESANO HOTEL

ELLO HOTEL

FAZENDA SOSSEGO HOTEL

HOTEL BOUTIQUE CASA DE SÃO JOSÉ

HOTEL CHALE NOSSO SÍTIO

HOTEL COLONIAL BATURITÉ

HOTEL IL NURAGHE

HOTEL JANGADAS DA CAPONGA

HOTEL LAGUNA BLU

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL SONATA DE IRACEMA

HOTEL VEREDAS DO SERTÃO

HOTEL VILLA MAYOR

ILHA PRAIA HOTEL

IMEDIATO HOTEL

IMPERIAL PALACE HOTEL
JANGADEIRO PRAIA HOTEL
JUAZEIRO RESIDENCE HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK HOTEL
NEBLINA PARK HOTEL
OH! LINDA POUSADA
PINHEIRO HOTEL
POUSADA DA JOSY
POUSADA DO PAIVA
POUSADA GRUTA
POUSADA JARDIM DOS ORIXÁS
POUSADA JERI DUNAS
POUSADA JERIBÁ
POUSADA LATITUDE
POUSADA LE RÉVE
POUSADA PARAÍSO
POUSADA PLANALTO
POUSADA SÍTIO IPÊ
POUSADA SOLONÓPOLE
POUSADA SURFING JERI
POUSADA VENTO DE JERI
PRAIA DAS FONTES HOTEL
REMANSO HOTEL DE SERRA
TRÊS CARAVELAS HOTEL POUSADA
VELA E MAR HOTEL
VIÇOSA HOTEL DE SERRA

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

A&M MONTADORA DE EVENTOS

ARX EVENTOS

BUFFET FAVO DE MEL

IDEIA DE EVENTOS

MAESTRIA COMUNICAÇÃO E EVENTOS

MARISTELA MOURÃO

OK PRODUÇÕES

PRÁTICA EVENTOS

SINDY FESTAS

STAND SHOW

VC EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2017

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

ART CAFÉ
AVENIDA RESTRO E BAR
BARRACA AMÉRICA DO SOL
BARRACA CHEGA MAIS BEACH
BARRACA CUCA LEGAL
BARRACA E RESTAURANTE ANTÔNIO COCO
BARRACA MARULHO
BEZERRA RESTAURANTE
BIG MANIA
BOOKAFÉ
BOTECO EMPÓRIO SERTÕES
BRASAS LU CHURRASCARIA E PIZZARIA
BRICK'S BURGER HOUSE
BUFFET FAVO DE MEL
CABANA DEL PRIMO - ALDEOTA
CABANA DEL PRIMO - RIO MAR
CAFÉ COM ROSAS
CAFETERIA A SINHAZINHA
CAFETERIA SANTA CLARA
CAFETERIA SANTA CLARA - QUIOSQUE 1
CAFETERIA SANTA CLARA - QUIOSQUE 2
CANTINA DO JONAS
CANTINHO DO FRANGO
CHOCOBERRY

CHURRASCARIA MÃO DE VACA
CHURRASCARIA PARQUE RODEIO
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CHURRASCARIA YPIRANGA
CONIMAKI
DAMARI TORTAS E CHOCOLATES FINOS
DELÍCIAS DAS JANGADAS I
DELÍCIAS DAS JANGADAS II
DIVINA COMIDA - 1
DIVINA COMIDA - 2
DOCE CULTURA
EMPÓRIO SERTÕES
ENGENHOCA PARQUE
FINO SABOR
FORNERIA SANTO GRANO
FRIGIDEIRA DO JONNY
FUXIKO BEER
GEPPOS RESTAURANTE - ALDEOTA
GEPPOS RESTAURANTE - MEIRELES
JARDINS LOUNGE BAR
MALU SELF SERVICE
MAREAR PARK
MARIA REDONDA
MARRECU'S PARK
MARUJO BURGUERIA GOURMET
MISAKI RESTAURANTE
NILLU'S PIZZAS E MASSAS

NORI RESTAURANTES
PANIFICADORA E CONFEITARIA DELÍCIAS DO TRIGO
PANIFICADORA NOSSA SENHORA PERPÉTUO SOCORRO
PANIFICADORA SANTA RITA
PASTO E PIZZAS - ALDEOTA
PASTO E PIZZAS - FÁTIMA
PASTO E PIZZAS - GUARARAPES
PASTO E PIZZAS - VARJOTA
PICANHA DO JONAS - ALDEOTA
PICANHA DO JONAS - FÁTIMA
RAFA'S GOURMET
RESTAURANTE CACIQUE
RESTAURANTE DOM CHURRASCO
RESTAURANTE HABACUQUE
RESTAURANTE KANTO DO MAR
RESTAURANTE PAU D'ARCO
RESTAURANTE PIMENTA VERDE
RESTAURANTE REGINA BENEVIDES
RESTAURANTE SABOR DAS GERAIS
RESTAURANTE SÓ BAIÃO
RESTAURANTE VILLA BOHÊMIA
ROCK & RIBS
SEMEAR DELICATESSEN
SIRIGADO DO PEDRO
SORVETERIA BIXO BOM
SUPER PROGRESSO
TABERNA DA CARNE

TABULEIRO DA CARNE

TAKO SUSHIBAR

THE JOE'S PUB

VILA DA TELHA GASTROBAR

MEIOS DE HOSPEDAGEM

ALOHA JERI

CABANAS DA SERRA

CARMEL EXPRESS HOTEL

CARMEL MAGNA PRAIA HOTEL

COLISEUM HOTEL

CONFORT HOTEL

ELLO HOTEL

ESPAÇO NOVA ERA POUSADA

FAZENDA HOTEL PEDRA DOS VENTOS

HOTEL BEZERRA

HOTEL BOUTIQUE CASA DE SÃO JOSÉ

HOTEL CHALÉ NOSSO SÍTIO

HOTEL COLONIAL

HOTEL JERI

HOTEL LAGUNA BLU

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL PARQUE DAS FONTES

HOTEL POUSADA TRÊS CARAVELAS

HOTEL SONATA DE IRACEMA

HOTEL VALE DAS PEDRAS

HOTEL VILLA MAYOR

HOTEL VISCONDE

IMEDIATO HOTEL

IMPERIAL PALACE HOTEL
JANGADEIRO PRAIA HOTEL
LARA HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK HOTEL
PINHEIRO HOTEL
POUSADA CASA DO ANGELO
POUSADA DA JOSY
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA JERIBÁ
POUSADA KANALOA
POUSADA LA DOLCE VITA
POUSADA LATITUDE
POUSADA LE RÊVE
POUSADA PARAÍSO
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA PLANALTO
POUSADA SURFING JERI
POUSADA VENTO DE JERI
PREMIUM HOTEL
RECANTO DO BARÃO POUSADA
REMANSO HOTEL DE SERRA
ROMANOS HOTÉIS E EVENTOS
TAHEN HOTEL
TERRA DO SOL
VELA E MAR HOTEL
VIÇOSA HOTEL DE SERRA
VILA PREA

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

A & M MONTAGENS

ARX EVENTOS

MAESTRIA EVENTOS

OFICINA DE EVENTOS

STAND SHOW

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2016

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

AMÉRICA BEER FUXICO
AREIAS COLORIDAS
ART CAFÉ
BARRACA AMÉRICA DO SOL
BARRACA CHEGA MAIS
BARRACA CHICO DO CARANGUEJO
BARRACA COZINHA DA DANNY
BARRACA CUCA LEGAL
BARRACA E RESTAURANTE ANTÔNIO DO COCO
BARRACA MARULHO
BASÍLICO RESTAURANTE
BEZERRA RESTAURANTE
BIG MANIA
BRASAS LU CHURRASCARIA E PIZZARIA
BRICK'S BURGER HOUSE
BUFFET FAVO DE MEL
BUTECO PÉ DE SERRA
CABANA DEL PRIMO - ALDEOTA
CABANA DEL PRIMO - RIO MAR
CAFÉ COM ROSAS
CAFETERIA À SINHAZINHA
CAFETERIA SANTA CLARA - QUIOSQUE 1
CAFETERIA SANTA CLARA - QUIOSQUE 2
CAFETERIA SANTA CLARA - QUIOSQUE 3

CAMARÃO E CIA
CANTINA DO JONAS
CANTINHO DO FRANGO
CASA DO BECCO
CASA DO FRANGO - 1
CASA DO FRANGO - 2
CHOCOBERRY
CHURRASCARIA E PIZZARIA PICANHA DO JONAS - 1
CHURRASCARIA E PIZZARIA PICANHA DO JONAS - 2
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CHURRASCARIA TOUROS GRILL
CHURRASCARIA YPIRANGA
CONFRARIA
CONIMAKI
COPPA BAR
DELÍCIAS DAS JANGADAS I
DELÍCIAS DAS JANGADAS II
DELÍCIAS DO TRIGO
DIOCESANO BISTRÔ
DIVINA COMIDA - 1
DIVINA COMIDA -2
DOCE CULTURA
DOM CHURRASCO
DOM CHURRASCO CHOPERIA
EMPÓRIO CAFÉ
EMPÓRIO SERTÕES
FINO SABOR GOURMET

FORNERIA SANTO GRANO
FRIGIDEIRA DO JONNY
GEPPOS RESTAURANTE - 1
GEPPOS RESTAURANTE - 2
HABIBS
JARDINEIRA PARK RESTAURANTE
KAIS RESTAURANTE BAR
LA BELLA ITÁLIA
MALU SELF SERVICE
MAREAR PARK
MARRECU'S PARK
MARUJO BURGUERIA GOURMET
MISAKI RESTAURANTE
MR. MIX
NATURAL LEVE ALDEOTA
NILLU'S PIZZAS E MASSAS
PADARIA IDEAL
PADARIA PROGRESSO
PALADARS
PANIFICADORA NOSSA SENHORA PERPÉTUO SOCORRO
PANIFICADORA SANTA RITA
PASTO E PIZZAS
PASTO E PIZZAS - ALDEOTA
PASTO E PIZZAS - FÁTIMA
PASTO E PIZZAS - GUARARAPES
PASTO E PIZZAS - VARJOTA
PATRONI PIZZAS, CARNES E MASSAS

PAU D'ARCO PIZZARIA E CHURRASCARIA
PIZZARIA COLISEU
PIZZARIA E PICANHA DO ARLINDO
PONTO DO CUPIM
RAFA'S GOURMET
RESTAURANTE BOM MOTIVO
RESTAURANTE CACIQUE
RESTAURANTE COSTA VERDE
RESTAURANTE PIMENTA VERDE
RESTAURANTE RAÍZES
RESTAURANTE SÓ BAIÃO
RESTAURANTE TERRA DO SOL
RESTAURANTE VILLA BOHÊMIA
RESTAURANTE VÓ DARCI
SEMEAR DELICATESSEN
SHOPPING PÃES E CIA
SINDY FESTAS BUFFET E EVENTOS
SIRIGADO DO PEDRO
SORVETERIA BIXO BOM
TABERNA DA CARNE
TABERNA DA CARNE BISTRÔ
VILEDO BISTRÔ

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CABANAS DA SERRA
CARMEL EXPRESS HOTEL
CARMEL MAGNA PRAIA HOTEL
CHALÉ ENCONTRO DAS BRISAS
CHEZ LORAN VIP
COLISEUM HOTEL
CONFORT HOTEL
DIOCESANO HOTEL
FAZENDA HOTEL PEDRA DOS VENTOS
HOTEL BRISA DA SERRA
HOTEL CHALÉ NOSSO SITIO
HOTEL COLONIAL BATURITÉ
HOTEL DAS FONTES
HOTEL DE CHARME CASA SÃO JOSÉ
HOTEL DONANA
HOTEL ENCOSTA DA SERRA
HOTEL ILHA DO AMOR
HOTEL LAGUNA BLU
HOTEL MARIA BASTOS
HOTEL MIRANTE DAS GAMBOAS
HOTEL MONÓLITOS
HOTEL MONTENEGRO
HOTEL POUSADA TRÊS CARAVELAS
HOTEL SONATA DE IRACEMA
HOTEL VALE DAS PEDRAS
HOTEL VILLA MAYOR

HOTEL VISCONDE
IMEDIATO HOTEL
IMPERIAL PALACE HOTEL
JANGADEIRO PRAIA HOTEL
JARDINEIRA PARK HOTEL
LARA HOTEL
MAREDOMUS HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK HOTEL
OCAS DO ÍNDIO
PANORAMA HOTEL
PAUSA HOTEL
PINHEIRO HOTEL
POUSADA CASA DO ÂNGELO
POUSADA DA JÔSY
POUSADA DOS COQUEIROS
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA JERIBÁ
POUSADA LATITUDE
POUSADA LE RÊVE
POUSADA PARAÍSO
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA PLANALTO
POUSADA RED HOUSE
POUSADA SERRA VERDE
POUSADA SOL E LUA
PRAIA DAS FONTES HOTEL & RESORT

REMANSO HOTEL DE SERRA
RESTAURANTE ENCOSTA DA SERRA
ROMANOS HOTÉIS E EVENTOS
TAHEN HOTEL
VELA E MAR HOTEL
VERDES VALES LAZER HOTEL
VEREDAS DO VALE HOTEL
VILA AZUL PRAIA HOTEL
VILA PREÁ
ZEBRA BEACH HOTEL BOUTIQUE
ZORAH BEACH HOTEL

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

A&M MONTADORA
ARX EVENTOS
MAESTRIA EVENTOS
OFICINA DE EVENTOS
PRÁTICA EVENTOS
STAND SHOW
VC EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2015

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

AMÉRICA BEER FUXICO
BARRACA AMÉRICA DO SOL
BARRACA CHICO DO CARANGUEJO
BARRACA CUCA LEGAL
BARRACA MARULHO
BASÍLICO RESTAURANTE
BIG MANIA SANDUÍCHES
BOMBOM FESTAS – ESPAÇO GOURMET
BUFFET FAVO DE MEL
BURGER STREET 1130
CABANÃ DEL PRIMO -RESTAURANTE Y PARRILLA
CABANÃ DEL PRIMO -RESTAURANTE Y PARRILLA
CAFÉ COM ROSAS
CAFETERIA À SINHAZINHA
CANTINHO DO FRANGO
CASA DO FRANGO SUSHIBAR
CASA DO FRANGO SUSHIBAR SUL
CHEGA MAIS BEACH
CHOCOBERRY
CHURRASCARIA BELA BRASA
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CLUB VENTOS
COMPLEXO TRADIÇÃO
CONFRARIA DE GUARAMIRANGA

CONIMAKI
COPPA BAR
DE LA GRILL SELF SERVICE
DIVINA COMIDA - 1
DIVINA COMIDA - 2
DOCE CULTURA
DOM CHURRASCO
EMPÓRIO SERTÕES
FINO SABOR GOURMET
GEPPOS ALDEOTA
GEPPOS BEIRA MAR
HABIB'S
JARDINEIRA PARK
KAIS RESTAURANTE-BAR
LA BELLA ITÁLIA
LA BOMBONERA RESTAURANTE
LANCHONETE E PIZZARIA ONDA DO MAR
LEONARDO DA VINCI RISTORANTE E PIZZARIA
MALU SELF-SERVICE
MAREAR PARK
MARRECU'S PARK
MISAKI RESTAURANTES
MR.MIX
NATURAL LEVE
NATURAL LEVE -COCÓ
NILLU'S PIZZAS E MASSAS
PALADARS

PANIFICADORA E CONFEITARIA DELÍCIAS DO TRIGO

PASTO & PIZZA

PASTO E PIZZA - ALDEOTA

PASTO E PIZZA - DOM LUIS

PASTO E PIZZA - FÁTIMA

PASTO E PIZZA - SALINAS

PICANHA DO ARLINDO

PICANHA DO JONAS – ALDEOTA

PICANHA DO JONAS - FÁTIMA

PIZZA BAR

PIZZA DOG

RAFAS

RAÍZES E RESTAURANTE

RESTAURANTE ÁGUA VIVA

RESTAURANTE ANTONIO DO COCO

RESTAURANTE AREIAS COLORIDAS

RESTAURANTE BEIRA MAR

RESTAURANTE BRASAS LU

RESTAURANTE CACIQUE

RESTAURANTE CAROÁ

RESTAURANTE DELICIAS DAS JANGADAS

RESTAURANTE DIOCESANO BISTRÔ

RESTAURANTE E BAR S.J.

RESTAURANTE E PIZZARIA PAU D´ARCO

RESTAURANTE TABERNA DA CARNE

RESTAURANTE TERRA DO SOL

RESTAURANTE W.FREITAS

RESTAURANTE ZÉ BEZERRA

SHOPING PAES

SINDY FESTAS BUFFET

SIRIGADO DO PEDRO

SORVETERIA BIXO BOM

TÁ BONITO RESTÔ

TEMAKE SUSHI MAR

VERDELIMA RESTAURANTE

VILLA BOHÊMIA

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CARMEL EXPRESS HOTEL

CARMEL MAGNA PRAIA HOTEL

CASA DA VILLA POUSADA

CHALÉ NOSSO SÍTIO

CHALÉS ENCONTRO DAS BRISAS

COLISEUM BEACH RESORT

CONFORT HOTEL

DELTA'S TABAJARA FLAT

HOTEL BOUTIQUE ZEBRA BEACH

HOTEL DAS FONTES

HOTEL DIOCESANO

HOTEL DONANA

HOTEL ILHA DO AMOR

HOTEL LAGUNA BLU

HOTEL MARIA BASTOS

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL MONTENEGRO

HOTEL PARQUE DAS FONTES
HOTEL PAUSA
HOTEL POUSADA TRÊS CARAVELAS
HOTEL SONATA DE IRACEMA
HOTEL VELA E MAR
HOTEL VEREDAS DO SERTÃO
HOTEL VILLA MAYOR
HOTEL VISCONDE
IMEDIATO HOTEL
IMPERIAL PALACE HOTEL
JANGADEIRO PRAIA HOTEL
JARDINEIRA PARK
MAREDOMUS HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK HOTEL
OCAS DO ÍNDIO POUSADA E SPA
POUSADA CASA DO ANGELO
POUSADA DOS COQUEIROS
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA JERIBÁ
POUSADA LATITUDE
POUSADA LE RÊVE
POUSADA PARAÍSO
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA PURA VIDA
POUSADA SANTO ANDRÉ – O APÓSTOLO
POUSADA SERRA VERDE

REMANSO HOTEL DE SERRA
ROMANOS HOTÉIS E EVENTOS
TAHEN HOTEL
TROPICAL ILHAS POUSADA BEACH
VALE DAS PEDRAS HOTEL DE QUIXADÁ
VERDES VALE LAZER HOTEL
VEREDAS VALE HOTEL
VILA AZUL PRAIA HOTEL
VILA PRÉA

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

A&M PROMOÇÕES E EVENTOS
ARX EVENTOS
GUILHERME TEIXEIRA RECEPÇÕES E EVENTOS
MAESTRIA COMUNICAÇÃO
OFICINA DE EVENTOS
STAND SHOW
VC EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2014

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

Á SINHAZINHA

AREIAS COLORIDAS

BARRACA ÁGUA VIVA

BARRACA AMÉRICA DO SOL

BARRACA ATLANTIDZ

BARRACA CHEGA MAIS

BARRACA CUCA LEGAL

BARRACA MAREAR PARK

BARRACA MARULHO

BARRACA CHICO DO CARANGUEJO

BEIRA MAR RESTAURANTE E BAR

BEZERRA RESTAURANTE

BIG MANIA ALIMENTAÇÃO

BRASASLU CHURRASCARIA E PIZZARIA

BURGER STREET 1130

CABANA DEL PRIMO

CAFÉ COM ROSAS

CANTINHO DO FRANGO

CASA DO FRANGO SUSHIBAR SUL

CHURRASCARIA PITOMBEIRA

CÍCEROS BAR

DELICIAS DAS JANGADAS

DIOCESANO BISTRÔ

DIVINA COMIDA - LEITE ALBUQUERQUE

DIVINA COMIDA – TIBURCIO CAVALCANTE
DOCE CULTURA
DORS' BURGER ALDEOTA
DORS' BURGER DIONISO TORRES
GEPPOS RESTAURANTES ALDEOTA
GEPPOS RESTAURANTES BEIRA MAR
HABIBS
KAIS RESTAURANTE BAR
LA BELLA ITALIA
LA NONNA FAST FOOD
MALU SELF SERVICE
MISAKI RESTAURANTES
NATURAL LEVE
PANIFICADORA E CONFEITARIA DELÍCIAS DO TRIGO
PASTO & PIZZA
PASTO E PIZZAS – 13 DE MAIO
PASTO E PIZZAS – BARÃO DE STUDART
PASTO E PIZZAS – JULIO ABREU
PASTO E PIZZAS – WASHINGTON SOARES
PICANHA DO JONAS – ALDEOTA
PICANHA DO JONAS - FÁTIMA
RAFA'S GOUMERT
RESTAURANTE AMÉRICA BEER
RESTAURANTE BASÍLICO
RESTAURANTE CACIQUE
RESTAURANTE E BAR SJ
RESTAURANTE TERRA DO SOL

RISTORANTE LEONARDO DA VINCI

SABORES DO SERTÃO

SORVETERIA ESTAÇÃO DOÇURA

TÁ BONITO RESTO

TABERNA DA CARNE

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CARMEL EXPRESS HOTEL

CENTRO DIOCESANO DE PASTORAL

CLUBVENTOS

COLISEUM HOTEL

COMPLEXO AMERICA DO SOL

DELTA'S TABAJARA FLAT

FAZENDA HOTEL PEDRA DOS VENTOS

HOTEL DAS FONTES

HOTEL E RESTAURANTE TALHERES

HOTEL ILHA DO AMOR

HOTEL MAGNUM

HOTEL MARIA BASTOS

HOTEL MARINA PRAIA

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL MONTENEGRO

HOTEL REMANSO

HOTEL SONATA DE IRACEMA

HOTEL VALE DAS PEDRAS

HOTEL VELA E MAR

HOTEL VILLA MAYOR

IMEDIATO HOTEL

IMPERIAL PALACE HOTEL
MAGNA PRAIA HOTEL
MAREDOMUS HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK HOTEL
OCA DO ÍNDIO
POUSADA CASA DO ANGELO
POUSADA DO PAIVA
POUSADA DOS COQUEIROS
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA JERIBÁ
POUSADA LATITUDE
POUSADA LE REVE
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA RESIDENCE OCEANUS
POUSADA SITIO IPÊ
POUSADA SOMBRA DO JUÁ
PRAIA DAS FONTES HOTEL E RESORT
ROMANOS HOTEIS E EVENTOS
TAHEN HOTEL
TULLIPAS DA SERRA
VILA AZUL PRAIA HOTEL

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

A&M PROMOÇÕES E EVENTOS

ARQUITETA EVENTOS

ARX EVENTOS, SRA. MÁRCIA ARAÚJO;

GUILTE FESTAS

MAESTRIA COMUNICAÇÃO

OFICINA DE EVENTOS

PRÁTICA EVENTOS

VC EVENTOS

W10 PRODUÇÕES E EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2013

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

AMÉRICA DO SOL
BARRACA ANTONIO DO COCO
BARRACA BOM MOTIVO
BARRACA CHEGA MAIS
BARRACA CROCOBEACH
BARRACA CUCA LEGAL
BARRACA MAREAR PARK
BARRACA SJ
BARRACA TERRA DO SOL
CABANA DEL PRIMO
CAFETERIA SINHAZINHA
CHURRASCARIA PARQUE RODEIOS
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CLUB VENTOS
COMPLEXO AMÉRICA DO SOL
DELICIAS DA JANGADA
DIVINA COMIDA - 1
DIVINA COZINHA - 2
DOCE CULTURA
DOR'S BURGER
GEPPOS BEIRA MAR
GEPPOS JARDINS
GOULASHE
HABIBS WASHINGTON SOARES

KAIS BAR
LA BELLA ITÁLIA
LA NONNA
MAMMA VITÓRIA
PANIFICADORA DELÍCIAS DO TRIGO
PASTO E PIZZA
PICANHA DO ARLINDO
PICANHA DO JONAS – ALDEOTA
PICANHA DO JONAS – FÁTIMA
RESTAURANTE ÁGUA VIVA
RESTAURANTE AREIAS COLORIDAS
RESTAURANTE BEIRA MAR
RESTAURANTE BRASALU
RESTAURANTE CÍCERO'S
RESTAURANTE CONIMAKI
RESTAURANTE MANZARI RECEPTIVO
RESTAURANTE MIZAKI
RESTAURANTE PALADARIS
RESTAURANTE PIMENTA VERDE
RESTAURANTE RAÍZES
TABERNA DA CARNE
TAKO SUSHI BAR
TOCA FINA

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CHALÉS JANGADAS DA CAPONGA

DIOGO PRAIA HOTEL

HOTEL COLISEUM

HOTEL COLONIAL

HOTEL DAS FONTES

HOTEL ILHA DO AMOR

HOTEL LAGUNA BLU

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL PARQUE DAS FONTES

HOTEL SOMBRA DO JUÁ

HOTEL SONATA DE IRACEMA

HOTEL VELA E MAR

HOTEL VILLA MAYOR

LE REVÊ POUSADA

MAGNA PRAIA HOTEL

MAREDOMUS HOTEL

MAREIRO HOTEL

MARINA PARK HOTEL

POUSADA CASA DO ÂNGELO

POUSADA DO PAIVA

POUSADA DOS COQUEIROS

POUSADA OCA DO ÍNDIO

POUSADA PITOMBEIRA

POUSADA SOL E LUA

REMANSO HOTEL DE SERRA

ROMANOS HOTÉIS E EVENTOS

TAHEN HOTEL

VILA AZUL PRAIA HOTEL

VISCONDE HOTEL

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

ARX EVENTOS

MAESTRIA COMUNICAÇÃO

OFICINA DE EVENTOS

PRÁTICA EVENTOS

STAND SHOW

VC EVENTOS

W10 PRODUÇÕES E EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2012

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

AMÉRICA DO SOL
BARRACA ANTONIO DO COCO
BARRACA BOM MOTIVO
BARRACA CHEGA MAIS
BARRACA CROCOBEACH
BARRACA CUCA LEGAL
BARRACA MAREAR PARK
BARRACA SJ
BARRACA TERRA DO SOL
CABANA DEL PRIMO
CAFETERIA SINHAZINHA
CHURRASCARIA PARQUE RODEIOS
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CLUB VENTOS
COMPLEXO AMÉRICA DO SOL
DELICIAS DA JANGADA
DIVINA COMIDA - 1
DIVINA COZINHA - 2
DOCE CULTURA
DOR'S BURGER
GEPPOS BEIRA MAR
GEPPOS JARDINS
GOULASHE
HABIBS WASHINGTON SOARES

KAIS BAR
LA BELLA ITÁLIA
LA NONNA
MAMMA VITÓRIA
PANIFICADORA DELÍCIAS DO TRIGO
PASTO E PIZZA
PICANHA DO ARLINDO
PICANHA DO JONAS – ALDEOTA
PICANHA DO JONAS – FÁTIMA
RESTAURANTE ÁGUA VIVA
RESTAURANTE AREIAS COLORIDAS
RESTAURANTE BEIRA MAR
RESTAURANTE BRASALU
RESTAURANTE CÍCERO'S
RESTAURANTE CONIMAKI
RESTAURANTE MANZARI RECEPTIVO
RESTAURANTE MIZAKI
RESTAURANTE PALADARIS
RESTAURANTE PIMENTA VERDE
RESTAURANTE RAÍZES
TABERNA DA CARNE
TAKO SUSHI BAR
TOCA FINA.

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CHALÉS JANGADAS DA CAPONGA

DIOGO PRAIA HOTEL

HOTEL COLISEUM

HOTEL COLONIAL

HOTEL DAS FONTES

HOTEL ILHA DO AMOR

HOTEL LAGUNA BLU

HOTEL MONÓLITOS

HOTEL PARQUE DAS FONTES

HOTEL SOMBRA DO JUÁ

HOTEL SONATA DE IRACEMA

HOTEL VELA E MAR

HOTEL VILLA MAYOR

LE REVÊ POUSADA

MAGNA PRAIA HOTEL

MAREDOMUS HOTEL

MAREIRO HOTEL

MARINA PARK HOTEL

POUSADA CASA DO ÂNGELO

POUSADA DO PAIVA

POUSADA DOS COQUEIROS

POUSADA OCA DO ÍNDIO

POUSADA PITOMBEIRA

POUSADA SOL E LUA

REMANSO HOTEL DE SERRA

ROMANOS HOTÉIS E EVENTOS

TAHEN HOTEL

VILA AZUL PRAIA HOTEL

VISCONDE HOTEL

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

ARX EVENTOS

MAESTRIA COMUNICAÇÃO

OFICINA DE EVENTOS

PRÁTICA EVENTOS

STAND SHOW

VC EVENTOS

W10 PRODUÇÕES E EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2011

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

AGUA VIVA RESTAURANTE E BAR
AMERICA BEER
AMERICA BEER SUL
BARRACA AMERICA DO SOL
BARRACA CHEGA MAIS
BARRACA MAREAR PARK
BARRACA MARULHO
BEIRA MAR RESTAURANTE E BAR
BIGGA'S PIZZAS E SANDUÍCHES
CABANÃ DEL PRIMO-RESTAURANTE Y PARRILLA
CAFETERIA À SINHAZINHA
CHURRASCARIA PITOMBEIRA
CLUB VENTOS
COMPLEXO AMERICA DO SOL
COMPLEXO CROCOBEACH
CURRASCARIA E PIZZARIA PICANHA DO JONAS
DIVINA COMIDA RESTAURANTE E PIZZARIA
GEPPOS BEIRA MAR
GEPPOS JARDINS
GOULACH
HABIB'S-SEIS BOCAS
KAIS RESTAURANTE BAR
LA NONNA FAST FOOD
MANZARI RESTAURANTE RECEPTIVO

MISAKI-JAPONÊS CONTEMPORANEO
NATURAL LEVE
PALHOÇA SEREIA
RESTAURANTE AREIAS COLORIDAS
RESTAURANTE BOM MOTIVO
RESTAURANTE DELICIAS DAS JANGADAS
RESTAURANTE DIVINA COZINHA
RESTAURANTE E BAR S.J
RESTAURANTE RAIZES
RESTAURANTE TERRA DO SOL

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CEDROS HOTEL DE SERRA
COLISEUM HOTEL
HOTEL LAGUNA BLU
HOTEL COCAL
HOTEL DAS FONTES
HOTEL DIOGO
HOTEL MARINA PRAIA
HOTEL MONÓLITOS
HOTEL PARQUE DAS FONTES
HOTEL POYARES
HOTEL SONATA DE IRACEMA
HOTEL VILLA MAYOR
MAREDOMUS HOTEL
MAREIRO HOTEL
MARINA PARK DE IRACEMA
POUSADA CASA DO ÂNGELO

POUSADA DO PAIVA
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA SOL & LUA
RECANTO DO BARÃO POUSADA
REMANSO HOTEL DE SERRA
TAHEN HOTEL
VELA E MAR HOTEL
VIÇOSA HOTEL DE SERRA
VILA AZUL PRAIA HOTEL

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

ARX EVENTOS
MAESTRIA COMUNICAÇÃO
OFICINA DE EVENTOS
PRÁTICA EVENTOS
STAND SHOW MONTAGENS E EVENTOS LTDA
VC EVENTOS

EMPRESAS AGRACIADAS EM 2010

RESTAURANTES, BARRACAS DE PRAIA, BARES E SIMILARES

ÁGUA VIVA RESTAURANTE E BAR

BALU DOCES – ALDEOTA

BALU DOCES – MEIRELES

BARRACA AMÉRICA DO SOL

BARRACA ANTÔNIO DO COCO

BARRACA CHEGA MAIS

BEIRA MAR RESTAURANTE & BAR

CABAÑA DEL PRIMO – RESTAURANTE Y PARRILLA

CAFETERIA À SINHAZINHA

CHURRASCARIA E PIZZARIA PICANHA DO JONAS

CHURRASCARIA PITOMBEIRA

CLUB VENTOS

DELICIAS DAS JANGADAS BARRACA DE PRAIA E RESTAURANTE

GEPPOS – JARDINS

GEPPOS RESTAURANTE – BEIRA MAR

HABIBS – 13 DE MAIO

HABIBS – SEIS BOCAS

KAIS RESTAURANTE BAR

LA NONNA FAST FOOD

MANZARI RESTAURANTE RECEPTIVO

MARULHO

MISAKI – JAPONÊS CONTEMPORÂNEO

NATURAL LEVE

PIZZARIA E RESTAURANTE NEVADA

RESTAURANTE AREIAS COLORIDAS
RESTAURANTE BOM MOTIVO
RESTAURANTE E BAR SJ
RESTAURANTE TERRA DO SOL
TORTELÊ ALIMENTOS LTDA

MEIOS DE HOSPEDAGEM

CEDROS HOTEL DE SERRA
COLISEUM HOTEL
HOTEL COCAL
HOTEL DAS FONTES – BARBALHA/CE
HOTEL DIOGO
HOTEL MARINA PRAIA
HOTEL MONÓLITOS
HOTEL PARQUE DAS FONTES
MAGNA PRAIA HOTEL
MAREDOMUS HOTEL
MAREIRO HOTEL
NOBILE SUÍTES BRASIL TROPICAL
POUSADA CASA DO ÂNGELO
POUSADA JANGADAS DA CAPONGA
POUSADA JERIBÁ
POUSADA PITOMBEIRA
POUSADA RANCHO DO PEIXE
POUSADA SOL & LUA
TAHEN HOTEL
VILA AZUL PRAIA HOTEL
VILLA MAYOR

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS E MONTADORAS

ARX EVENTOS

ÍKONE EVENTOS

MAESTRIA COMUNICAÇÃO

OFICINA DE EVENTOS

PRÁTICA EVENTOS

STAND SHOW MONTAGENS E EVENTOS LTDA

