



**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO FISCAL E TRIBUTÁRIA**

SOCIEDADE EM CONTA DE PARTICIPAÇÃO NO SEGMENTO HOTELEIRO

Dalila Paula de Azevedo¹

Joana D'arc Medeiros Martins²

RESUMO

Desde 2002 que as sociedades são regidas pelo Código Civil, onde se estabelece que o contrato social deve conter obrigatoriamente às cláusulas e os itens exigidos sendo eles descritos bem específicos na sociedade constituída. Esse artigo tem por finalidade explicitar as normativas, procedimentos e aplicações em uma sociedade conta de participação, com ênfase no seguimento hoteleiro através de uma visão holística alinhava às referências didáticas de profundos conhecedores deste tema. Para tanto, a metodologia utilizada foi à bibliográfica e documental. Os resultados sinalizam que as sociedades em conta de participação obedecem à lei das Sociedades Anônimas, o código civil e o direito comercial. Inicialmente formalizam-se estas sociedades pelo contrato social devidamente registrado no órgão competente do estado onde esta instalada a empresa. Obedecendo as normas e legislação das formalidades exigidas conforme o registro do contrato social das sociedades empresárias e comerciais. Será necessário no contrato social ter todas as especificações dos sócios, pessoa física ou sócia pessoa jurídica. O estudo apresentou todas às nuances de uma sociedade empresarial em conta participação, sanando dúvidas de um contrato social desta natureza de forma explícita, com base na bibliografia condizente com as diretrizes empresariais.

Palavras-chave: Sociedades por conta de participação. Sociedade hoteleira.

ABSTRACT

¹ Discente do Curso de Pós Graduação Especialização em Gestão Fiscal e Tributário do Centro Universitário do Rio Grande do Norte.

² Docente e Professora Orientadora do Curso de Pós Graduação Especialização em Gestão Fiscal e Tributária do Centro Universitário do Rio Grande do Norte.

Since 2002, companies are governed by the Civil Code , which states that the social contract must contain clauses and required items they described being very specific in society constituted. This article aims to clarify the regulations, procedures and applications in a society membership account, with emphasis on the following hotel through holistic aligned references to didactic deep knowledge of this subject. Therefore, the methodology used was the literature and documents. The results indicate that the unincorporated joint participation will obey the law of Corporations, the civil code and commercial law. Initially these societies are formalized by the social contract duly registered with the competent organ of the state where the company that installed. Obeying the rules and laws of the registration formalities as the social contract of business companies and business. Will be necessary in the social contract has all the specifications of the partners, individual or corporate partner. The study presented all the nuances of business society participation into account, solving doubts of a social contract of this nature explicitly, based on the literature consistent with corporate guidelines.

Keywords: Corporate membership account. Society hotel.

1. INTRODUÇÃO

Um dos fatores de grande destaque nas empresas de hoje, mediante ao status quo da sociedade contemporânea é a inovação no exercício de suas atividades. Trazer novas tangentes podem proporcionar experiências e serviços mais eficientes.

Com o intuito de fundamentar tecnicamente o estudo a acerca do contrato de constituição de sociedade em conta de participação hoteleira, vemos a importância para o seu funcionamento e o que agrega em uma formulação desde o início de um contrato entre o sócio participante e o sócio ostensivo.

Ao elaborar um contrato social de uma empresa comercial para ter a finalidade de administrar uma sociedade em conta de participação será preciso um contrato com os sócios, sendo um deles do ramo comercial e não obrigatoriamente os outros sócios serão. Este contrato será registrado no órgão competente do seu estado para ter valor jurídico e comercial, com base nas determinações do novo Código Civil.

Todo contrato social deverá conter as formalidades e preâmbulos. Nestes deve-se especificar as qualificações dos sócios e de seus representantes: pessoa física (brasileiro ou estrangeiro) residente e domiciliada no país, nome civil por extenso, nacionalidade, naturalidade, estado civil e, se casado, regime de bens, profissão, documento de identidade com número e órgão expedidor; CPF, endereço residencial com tipo e nome do logradouro e numero complemento de bairro, distrito, município, unidade federativa e CEP.

Esse artigo tem por finalidade explicitar as normativas, procedimentos e aplicações em uma sociedade conta de participação, com ênfase no seguimento hoteleiro através de uma visão holística alinhada às referências didáticas de profundos conhecedores deste tema.

Para tanto a metodologia utilizada foi bibliográfica e documental, realizou-se uma revisão bibliográfica com a finalidade de fundamentar teoricamente a pesquisa em livros, revista científica e etc. O estudo também se caracteriza como descritivo, que tem por objetivo descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SOCIEDADES CONTA DE PARTICIPAÇÃO HOTELEIRA

As cláusulas obrigatórias do contrato social de acordo com o artigo 997, 1.052 e 1.054 do CC/2002 do contrato social deverão conter, obrigatoriamente, as cláusulas com os itens: nome empresarial, podendo ser dois tipos, denominação social ou firma social, capital social, capital sociedade, expresso em moeda corrente.

Na existência de filiais, para cada uma terá um endereço, descrição do objeto social, declaração de responsabilidade de cada sócio e o valor de suas quotas, respondendo os sócios solidariamente pela integralização do capital social.

O contrato social terá duração da sociedade e também a data do término do prazo da sociedade, isto é, quando for determinado ou se os sócios declararem a sociedade com prazo indeterminado.

O correto é indicar também a data do encerramento do exercício social, indicando no contrato social a pessoa que será responsável pela administração da sociedade empresarial, apontando-se também no contrato social o sócio não administrador.

Deverá conter a participação de cada sócio nos lucros e nas perdas, e não será permitida a exclusão do sócio na repartição de lucros ou prejuízos, conforme os art. 1.006, 1.007 e 1.008, CC/2002. Será indicado o foro e sua jurisdição.

As cláusulas facultativas do contrato social são as que regem as reuniões dos sócios. O artigo 1.053, parágrafo único, disciplina a previsão das sociedades limitadas e o artigo 1.061 CC/2002 prevê expressamente a autorização do sócio a ser o administrador. Já o artigo 1.066 CC/2002 institui o conselho fiscal.

O fechamento do contrato social deverá conter localidade e data do contrato, nomes dos sócios e suas assinaturas, nomes das testemunhas, sendo pelo menos duas, identidade e suas assinaturas. O contrato social não poder ter emendas e rasuras. Caso isto ocorra, deverá haver uma ressalva no próprio instrumento de contrato as partes assinando. Quando os sócios forem analfabetos o contrato social deverá ser assinado por um procurador com procuração pública e poderes específicos artigo 215, inciso 2º, novo CC/2002. Para a segurança da sociedade, no contrato social deverá conter o visto do advogado e sua inscrição da ordem dos advogados do Brasil.

O contrato social de uma sociedade empresarial tem como determinação indicar de forma clara as atividades que irão ser desenvolvidas, sem utilização de termos genéricos. Não sendo admitidos termos estrangeiros, exceto quando não houve um termo para explicar em português.

Para o administrador da sociedade deverá existir a declaração de inexistência com o impedimento para o exercício de administração da sociedade.

Segundo Carvalhosa (2001):

A lei societária de 1976, antes do advento da lei n.8.021, de 1990, que impôs a forma nominativa dos títulos, prescrevia a forma ao portador e endossável e determinava os elementos de literalidade dos respectivos certificados. Estes constituíam o documento necessário para o exercício dos direitos que eram inerentes ao título. Quando em vigor o art.79, revogado por incompatibilidade com o ordenamento na vigência da lei n.8.021, de 1990, o documento (certificado) representativo dos bônus era, com efeito, constitutivo do direito nele declarado. E o teor das declarações nele lançadas determinava o conteúdo, a extensão e a modalidade do direito. Esses elementos da literalidade expressavam a certeza e a exatidão do direito nele declarado, no âmbito da teoria geral dos títulos de crédito. E dentro desses paradigmas os elementos da literalidade eram declarados no certificado, no pressuposto da circularidade do título e, assim, de sua circulação documental, sob as formas ao portador e endossáveis (art.78). E nessa concepção clássica do título documentado, necessário e suficiente (ao portador) e necessário (endossável) ao exercício do direito nele declarado, a norma ora estudada visava permitir a circulabilidade plena do título em face da sua função de mobilizar, em determinados períodos da vida societária, capitais próprios para o seu giro e investimentos. A curta duração de tais (cf. art.34) títulos demandava a forma ao portador ou endossável. Não obstante, a forma escritural, vinculada aos sistemas de negociabilidade informatizados, ainda mais se compatibiliza com tais funções, além de obviar os riscos da circulação documental, não obstante trazer outros riscos e inconvenientes.

Em uma constituição societária faz-se necessário à formulação de um contrato entre as duas partes: o sócio participante e o sócio ostensivo.

A sócia ostensiva elaborar um contrato formalizando a titularidade do sócio participante a compor a sociedade em conta de participação. Neste contrato precisa constar o anexo, o termo de adesão (à SCP) e a declaração negativa de débitos. Por que é utilizada a negativa de débitos. Geralmente esta sociedade em hotelaria é mais praticada em FLAT CONDOMINIOS HOTELEIROS.

Na declaração de adesão o sócio participante declara que recebeu com antecedência uma copia do contrato de constituição de sociedade em conta de participação (a SCP), da qual a Sócia Ostensiva é a empresa a administrar (sócia Ostensiva) e, tem pleno conhecimento do referido instrumento. Declara ainda, para todos os fins e efeitos legais, que com ele concorda e obriga-se a cumpri-lo e respeitá-lo, aderindo à referida SCP como sócio. Assim, o Sócio Participante dá em comodato a SCP, neste ato, seu (s) apartamento (s) acima identificado (s), para que, em conjunto com outros apartamentos, ser explorado pela Sócia Ostensiva, nos termos e condições do contato que ora adere.

O Sócio Participante, para fins de recebimento dos alugueis e/ou dos dividendos da SCP, indica a conta bancaria para deposito. Servindo os respectivos comprovantes regulares de deposito e compensação como quitação dos valores depositados para fins civis e fiscais.

E por estarem assim justos e contratados, firmam o presente contrato em duas vias de igual teor e para mesma finalidade, momento em que a Sócia Ostensiva aprova a adesão do Sócio Participante.

No contrato de constituição de Sociedade em Conta Participação se define as assembleias gerais os sócios, balanço anual, balancete mensal de verificação, custos operacionais, data abertura, exercício financeiro (Ano Fiscal), fundo da SCP, lucro operacional bruto (GOP), lucro distribuível) orçamento operacional anual, prazo inicial e vigência, prazo de renovação, quota- parte, receita bruta, receita liquida, serviços centralizados (aqueles serviços que, com restrição e completa observância poderão ser fornecidos á SCP pela Sócia Ostensiva ou por suas afiliadas ou coligadas, de uma base central ou regional de negócios, e que beneficiam a sociedade e as outras filiais, de natureza hoteleira ou não, por ela administrada. Tais como; serviço de folha de pagamento; administração de benefícios e recursos humanos e treinamento; gestão de compras em geral, manutenção; informática;

alimentos e bebidas; serviços de escritório de vendas; publicidade; propaganda; marketing e promoção; gestão de manutenção; gestão de alimentos e bebidas; central de reservas; gestão de sistema e dados. A Sócia Ostensiva fará constar do orçamento operacional anual os custos e despesas referentes aos serviços aqui descritos, cujos valores deverão estar adequados ao mercado de empreendimentos similares e constar do orçamento anual e receberem previa aprovação do conselho, a ser referendada pelos Sócios Participantes em assembleia geral.

Sistema Contábil, também denominado sistema uniforme de Contabilidade Hoteleira, significa o sistema uniforme de contas utilizado pela Sócia Ostensiva, obedecendo ao sistema Uniforme de Contabilidade para hotéis. Bem como de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos no Brasil, sendo que o regime contábil, a ser utilizado será o de competência.

As taxas da sócia ostensiva são taxas devidas a sócia ostensiva por serviços relacionados à administração da SCP e exploração de suas atividades. Referidas taxas são identificadas de incentivo e na se confundem com os dividendos a que a sócia ostensiva fará jus, devendo sua apuração ocorrer pelo regime de competência e o pagamento pelo regime de caixa. As taxas de marketing e vendas são taxas devidas a sócia ostensiva por serviços relacionados a Marketing e Vendas, tais como: 1,5% da receita bruta de hospedagem para marketing da SCP; taxa anual de rateio proporcional a impressão dos diretórios de vendas dos empreendimentos administrados pela sócia ostensiva; taxa mensal referente às ações de vendas cooperadas, em especial a ação de relacionamento com as mega agencia corporativas (café da manhã, almoço, coquetéis e outros), workshops em clientes potenciais. Taxa por reserva efetivada pela central de reservas. Taxa no valor de diárias para o motor de reservas do site da administradora.

A atualização monetária é a variação mensal do IGP-M apurado pela fundação Getúlio Vargas, aplicada pro rata tempore, ou, na falta desse índice, pelo IGP-DI apurado pela mesma fundação, ou ainda, na falta deste, pelo IPC apurado pela fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, da universidade de São Paulo. Ou de comum acordo entre as partes na falta de alguns destes índices.

O término é o limite de tempo deste contrato, em razão do cumprimento integral do seu prazo inicial/vigência ou de suas renovações, sua resolução ou qualquer forma de termino antecipado.

Considerado um dos mais brilhantes e principais filósofos iluministas, Rousseau (2002) teve pensamentos ricos e complexos, fundamentalistas para a política e cultura daquela época na qual influenciaram a Revolução Francesa. Como escritor pode destacar algumas de suas obras mais importantes como “O Contrato social: Princípios do direito político”

No sexto capítulo deste livro ele ressalta a importância de um pacto social, e a criação de uma associação entre si, tendo como objetivo a defesa e a proteção à pessoa e os bens de cada associado, exigindo que cada um se una entre si, e obedeça somente a si mesmo. Se cada um se der a todos, não se dá a ninguém.

No capítulo sétimo ressalta a pessoa do soberano, percebe-se que a forma de associação se encerra o compromisso recíproco do público com os particulares, mostrando como o soberano deve atuar sem prejudicar a soberania de um povo.

Há muitas décadas o termo de contrato social como podemos observar citado por Rousseau (2002), já tinha as suas particularidades e exigências. De forma que nos dias atuais os autores fizeram apenas adequar às exigências das leis.

Na sua obra principal, “Do Contrato Social”, ele defende a ideia de que o ser humano nasce bom, porém a sociedade o conduz a degeneração. Afirmar também que a sociedade funciona como um pacto social, onde os indivíduos, organizados em sociedade, concedem alguns direitos ao Estado em troca de proteção e organização.

2.2 PLANEJAMENTO ESTRATEGICO

As sociedades empresárias com fins lucrativos possuem planejamentos estratégicos essenciais para uma boa saúde financeira, gerando assim uma eficiência na concretização das metas estipuladas para trabalhar na organização e sua missão ser bem aplicada.

Sendo assim podemos afirmar o que Rousseau citar que o planejamento estratégico é um processo de grande importância para uma sociedade empresária no qual ela busca aprimorar o pacto social onde o indivíduo vive na sociedade.

Após o registro da sociedade em conta participação a sociedade tem como objetivo social:

- a) Administração de condomínio flat
- b) Prestação de serviços técnicos da área de hotelaria
- c) Arrendamento de bens imóveis
- d) Representação comercial
- e) Prestação de serviços de assessoria de marketing
- f) Subcontratação, locação ou empréstimo não oneroso de mão de obra.
- g) Participação em outras sociedades comerciais ou civis, como sócia, acionistas ou quotistas;
- h) Representação comercial;
- i) Intermediação de reservas das hospedagens
- j) Gestão de empreendimentos como franquia ou franqueadora

Com base em um contrato vigente de conta sociedade em participação de uma empresa hoteleira, a administração da sociedade, bem como uso da denominação social caberá aos administradores designados. A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. A sociedade será representada pela assinatura conjunta de no mínimo dois administradores onde após designados permanecerão no cargo até serem destituídos por decisão dos quotistas. Caberá aos administradores nomeados, ou aos procuradores por eles constituídos em nome da sociedade, a prática dos atos necessários ou convenientes á administração da mesma. As procurações outorgadas pela sociedade, serão pelos administradores, e além de mencionarem expressamente os poderes conferidos, deverão, com exceções daquelas para fins judiciais, conter um período de validade limitado. Em geral essas procurações os poderes são passados para o gerente do empreendimento e ao Controller’.

Segundo Castelli (2006) as empresas passam, geralmente, por um processo evolutivo. De pequenas no início, podem se tornar grandes com o tempo. Verificou-se, nesses últimos anos, uma tendência especialização e a concentração, movimentos aparentemente contraditórios, mas perfeitamente conciliáveis. A especialização consiste na produção de uma espécie de produto em vez de maior

diversidade. Trata-se de dividir em empresas independentes a fabricação de espécies de produtos.

Contrariamente a especialização, a concentração, em uma contribuição do Hunziker (1972) pode ser definida, em seu sentido amplo, como o agrupamento destinado a criação de unidades econômicas (empresas) maiores e mais operantes. Ao observar o mundo dos negócios, constata-se a existência de empresas que pertencem a empresários independentes e aquelas que fazem parte de grandes conglomerados. Algumas delas se constituído em mega organizações, hoteleiras inclusive.

Um negócio, segundo Falconi (2009), pode ser entendido como “um conjunto de pessoas que se unem para processar energia, materiais e informações (conhecimento) provenientes da sociedade e assim produzir produtos para satisfazer as necessidades de sobrevivência das pessoas dessa mesma sociedade”. Assim entendido, pode-se dizer que toda empresa é um negocio e, para ser um bom negocio, é necessário que sempre haja alguém fazendo alguma coisa que seja útil para outra pessoa. Essa e, em essência, a missão de todo negocio. Se, ao contrario, houver um negocio que não agrega valor para as pessoas, ele é, então, predatório, pois só agrega custos e, nesse caso, em uma visão holística, deve ser banido.

O hotel é uma empresa, como tal, possui o seu negocio. Não confundir empresa e negocio, ou seja, a empresa é uma organização, intencionalmente constituída por recursos humanos, financeiros e tecnologias para produzir bens e serviços que venham ao encontro das necessidades, desejos e expectativas dos clientes e, com isso, lhe possibilitam obter lucro, capaz de garantir a sua sobrevivência e o bem-estar da comunidade.

O negocio de uma empresa é o resultado daquilo que ela produz por meio de processos para atender as necessidades e desejos. No caso dos hotéis é o resultado daquilo que cada unidade produz, como: recepção reserva telefonia, bar, restaurante e serviços de andares. Dividindo o hotel em quatro grandes áreas (hospedagem, alimentos e bebidas, administração e marketing), podemos dizer que um software adequado ao setor hoteleiro deve abranger, operacionalmente, cada uma delas e promover a integração das informações. Isso para que, do ponto de vista gerencial, seja possível obter uma visão sistemática da empresa e, do ponto de vista operacional, seja facilitada a troca de informações entre todas as áreas.

O que gera ou move um negocio? Não existe um bom negocio sem alma, sem força e sem determinação. Quem lhe dá vida e impulso para o seu triunfo são as pessoas, impregnadas do espirito empreendedor. Eis algumas das características que tem marcado a pessoa de sucesso – o empreendedor – em seus negócios.

2.3 HOSPITALIDADE

O ambiente amistoso, acolhedor, hospitaleiro de um hotel constitui-se em fator atrativo e decisivo para muitos viajantes. A hospitalidade é considerada um importante insumo do produto hoteleiro. Daí a importância de tornar empolgantes todas às ações que envolvem o processo da hospitalidade.

Em síntese, a hospitalidade consiste na ação voluntaria de inserir o recém-chegado em uma comunidade, possibilitando o beneficio das prerrogativas relacionadas ao seu novo status, seja ele provisório ou definitivo.

2.3.1 PRINCIPIOS DA HOSPITALIDADE

Segundo Castelli (2006), os princípios da hospitalidade são:

- Segurança: ao ser acolhido, ele almeja um abrigo seguro para repousar;
- Convivial idade; um tratamento com amabilidade e cordialidade pra sentir-se bem a vontade, como se estivesse em sua própria casa;
- Cuidado ininterrupto: desde a sua chegada (check-in) até sua saída (check-out), o visitante deseja receber toda atenção;
- Coerência: ambientes e serviços coerentes durante toda a sua estada. Nessa linha de pensamento, se um hotel for cinco estrelas, não pode prestar serviços ou oferecer ambientes que não condigam com a categoria do estabelecimento, buscando a harmonização de todos os serviços.

2.3 FATORES DE INCREMENTO

As organizações de hospitalidade ganharam grandes proporções, na sociedade contemporânea, em especial graças aos seguintes fatores delimitados por Castelli (2006):

- Liberação do tempo,
- Instrução,
- Renda familiar,
- Concentração urbana,
- Tecnologia.

2.5 PROGRESSOS TECNOLÓGICO

Como o turismo se processa pelo deslocamento de pessoas, o progresso tecnológico atingido tem favorecido enormemente as viagens, segundo Castelli (2006). Para tanto, basta examinar como cresceu o parque automobilístico, os transportes aéreo, ferroviário e marítimo. Ao que tudo indica, nos próximos anos, as viagens se tornarão ainda mais rápidas, baratas e frequentes.

2.6 CONQUISTA AO MUNDO

O viajante da sociedade contemporânea passou a ter o mundo aos seus pés, graças às conquistas abaixo discernidas por Castelli (2006):

- Avanços dos meios de comunicação
- Avanços dos meios de transportes.

2.7 A ERA GLOBALIZAÇÃO

A globalização fez acelerar a concorrência e aumentar a competitividade entre as empresas, conforme Castelli (2006). Não basta mais ser a melhor empresa da região ou do país, é preciso ser a melhor do mundo.

2.8 A ERA DOS SERVIÇOS

É cada vez mais intensa a vicissitude da era da economia de serviços ou da sociedade de serviços. Basta examinarmos a contribuição do setor de serviços do produto interno bruto – PIB, das principais nações do mundo.

2.9 COMPETITIVIDADE

Segundo Castelli (2006), para as organizações se manterem vivas e encantar os clientes, elas precisam ser competitivas. Isso significa oferecer bens e serviços melhores que os concorrentes para satisfazer e encantar os clientes. Desta forma, realizarão excelentes vendas e, com isso, obterão lucro.

2.10 REDES GLOBAIS DE HOTEIS

Atualmente, verifica-se uma verdadeira dança de aquisições e fusões de redes hoteleiras, principalmente nas redes norte-americanas, europeias e asiáticas, dando surgimento a grandes grupos hoteleiros.

O decreto nº 5406, de 30 de março de 2005 (anexo H), considera as sociedades empresariais sociedades simples e os empresários individuais, que prestem serviços turísticos remunerados, como prestadores de serviços turísticos, ou seja, empresas de turismo, além do conceito de cada uma delas.

Uma empresa hoteleira pode ser entendida como uma organização que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento a clientela indiscriminada. Ou ainda, segundo o regulamento geral dos meios de hospedagem (anexo A).

Considera-se empresa hoteleira a pessoa jurídica, constituída na forma de sociedade anônima ou sociedade por quotas de responsabilidade limitada, que explore ou administre meio de hospedagem e que tenha em seus objetivos sociais o exercício de atividade hoteleira, observado o Art., 4º do decreto nº 84.910, de 15 de julho de 1980.

2.11 UNIDADES HABITACIONAIS (UH)

Conforme Castelli (2006), o regulamento geral dos meios de hospedagem da EMBRATUR (anexo A) entende como unidade habitacional (UH) “o espaço, atingível a partir das áreas principais de circulação comuns do estabelecimento, destinado à utilização pelo hospede, para seu bem-estar, higiene e repouso”.

A questão que se coloca em face de internacionalização das empresas, em especial as de grande porte e de grande abrangência geográfica, e que sistema de gestão ou de parceria empresarial são postos em prática para a sua operacionalização? No ramo hoteleiro foi possível identificar, dois deles: sistema franchising sistema de administração.

Sistema franchising ou franquia é o sistema comercial pelo qual o franqueador cede ao franqueado três itens: o direito da marca; acesso ao know-how de operação (sistema operacional); concessão comercial (sistema de distribuição).

O sistema de administração é uma das formas de parceria. Não deve ser confundido com o sistema de arrendamento. Consiste na administração de um empreendimento hoteleiro, por parte de uma organização, geralmente possuidora de experiência na área e de uma boa imagem de marca no mercado.

No contrato da administração hoteleira precisamos de algumas definições entre quais temos:

- **Contratante;** proprietário do imóvel pode ser uma pessoa jurídica ou física. Se for jurídica, assume diferentes configurações. Uma delas, mais usual no mercado, é o tipo sócio ostensiva da sociedade em conta de participação – SCP– (entidade que associa o grupo de proprietários ocultos dos apartamentos do hotel).

- **Administradora:** é a contratada para administrar o hotel que vai incorporar a sua marca ao estabelecimento.

A administradora prestará os serviços de acordo com os padrões inerentes à marca da rede vinculatória. No cumprimento de suas obrigações a administradora terá liberdade de ação dentro dos objetivos orçamentários apresentados para a contratante. Durante o período de pré-abertura, quando for o caso, a administradora providenciará, para a contratante, um plano e um orçamento detalhado para esse período.

Hotel é o estabelecimento ou edificação que já está ou será construído, por uma empresa de construção, dentro das especificações legais. É possível que essa empresa também faça parte do contrato para cumprir um cronograma de obras. O hotel deverá atender ao conjunto da rede na qual estará vinculado, no que respeita ao programa, aos equipamentos mobiliários e ao arranjo, com a finalidade de atender às exigências do padrão da marca (que foi negociado).

O sistema de administração, quando da assinatura do contrato entre as partes envolvidas, necessita deixar esclarecida a natureza do seu objeto. Ou seja, o contrato contemplará a prestação dos serviços de assistência técnica, por parte da administradora, visando à adequação do hotel às especificações da marca da rede vinculatória, durante o período de pré-abertura e no subsequente gerenciamento.

Os gerentes são responsáveis pelo posicionamento de suas organizações para o sucesso em um mundo que está em constante mudança. As empresas, atualmente no topo, prosperam ao mudar as regras de um setor industrial para obter vantagem ou criando indústrias inteiramente novas.

Focamos a administração estratégica. Primeiro definimos os componentes da administração estratégica e depois discutimos um modelo do processo da administração estratégica. E discutiremos as ferramentas que os gerentes usam para implantar seus planos estratégicos.

Planejamento estratégico em organizações de negócios que visam ao lucro refere-se às ações competitivas no mercado. O planejamento estratégico refere-se aos acontecimentos no ambiente externo. A responsabilidade final pela estratégia fica com os altos executivos e o executivo chefe.

A administração estratégica é o conjunto de decisões e ações usado para formular e implantar estratégias que fornecerão um ajuste competitivamente superior entre a organização e seu ambiente de modo a alcançar metas organizacionais. “Os gerentes fazem perguntas como” que mudanças e tendências estão ocorrendo no ambiente competitivo? Quem são nossos concorrentes e quais são suas forças e fraquezas? Quem são nossos clientes? Que produtos e serviços devemos oferecer, e

como podemos oferecê-los o mais eficientemente possível? Respostas a essas questões ajudam os gerentes a fazerem escolhas sobre o posicionamento de suas organizações no ambiente com respeito às companhias concorrentes. O crescimento pode ser promovido internamente, investido na expansão, ou externamente, adquirindo divisões de negócios adicionais. O crescimento interno pode incluir desenvolvimento de produtos novos ou modificados ou a expansão de produtos usuais em novos mercados. A estabilidade, algumas vezes chamada de pausa estratégica, significa que a organização quer permanecer do mesmo tamanho ou crescer de forma gradual controlada. O encolhimento significa que a organização vai passar por um período de declínio forçado, encolhendo as unidades de negócios correntes ou vendendo ou liquidando o negócio todo. A organização pode ter vivenciado uma queda profunda na demanda de seus produtos ou serviços, incitando os gerentes a pedirem, através da diretoria, cortes de pessoal e gastos. Além das três alternativas anteriores – crescimento, estabilidade e encolhimento – as companhias podem seguir uma grande estratégia independente, com foco no negócio global. A chave principal para uma implantação de estratégia bem-sucedida é a liderança. Liderança é a capacidade de influenciar pessoas a adotarem novos comportamentos necessários para a implantação da estratégia. Uma parte importante da implantação da estratégia é construir o consenso (DAFT, 2010).

A diretoria da EMBRATUR - Instituto Brasileiro de turismo, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, considerando a competência atribuída a este Instituto, nos termos do artigo 4º, da lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977; do inciso X, do artigo 3º, da lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e do decreto nº 84.010, de 15 de julho de 1980, considerando o termo de compromisso firmado em 11 de abril de 2001, entre o Ministério do Esporte e Turismo, por meio da EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo e a associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH Nacional, publicado no DOU, de 03 de julho de 2001, visando definir parâmetros para instituir o novo sistema de classificação dos meios de hospedagem; RESOLVE:

- ART.1º - Aprovar os anexos de regulamento geral dos meios de hospedagem e regulamento do sistema oficial de classificação dos meios de hospedagem, para fins estabelecidos no artigo 4º, da lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977; no inciso X, do artigo 3º, da lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e no decreto nº 84.910, de 15 de julho de 1980.
- ART.2º - Os documentos mencionados no artigo anterior são o resultado da conclusão dos trabalhos realizados pelo conselho técnico Nacional Provisório, instituído pela deliberação Normativa nº 428, de 29 de novembro de 2001, publicada no Diário Oficial da União, de 11 de janeiro de 2002.

- ART. 3º - Os regulamentos ora instituídos modificam o regulamento dos meios de hospedagem, o manual de avaliação e a matriz de classificação, criados pela deliberação Normativa nº387, de 28 de janeiro de 1998, publicada no Diário Oficial da União nº 27, de 09/02/98.

Para Padoveze (2010), não necessariamente o gerenciamento contábil setorial se aplica apenas quando a empresa é segmentada em divisões. É possível, mesmo a empresa não se dispondo a fazer o de visionamento explícito de suas linhas de produtos, fazer-se o gerenciamento setorial através da IDENTIFICAÇÃO dos segmentos geradores de resultados dentro da companhia. Dessa forma, far-se-á o gerenciamento setorial através dessa identificação contábil de setores ou atividades passíveis de geração de resultados para a empresa. É obvio que, quando há o divisionamento claro, a contabilização fica mais fácil e com melhor visualização. Existem corporações que fazem juridicamente o divisiosamento da companhia, através da criação de empresas para distinguir suas divisões e unidades de negócios geradoras de resultados, ficando com uma empresa controladora administrando societariamente os diversos segmentos empresarias. A empresa escolhe e determina quais as atividades que ela quer processar internamente, para alcançar a maior eficácia empresarial. O resultado final da empresa será o somatório do resultado de cada atividade. Dessa forma, o melhor resultado de cada atividade conduzirá ao melhor resultado da empresa e á máxima eficácia empresarial. Como as atividades são responsáveis pelos eventos econômicos e estes são operacionalizados pelas transações, a eficácia e o maior resultado de cada transação redundarão na maior eficácia de toda a empresa. Sendo resultado de cada transação, resultado de cada atividade, resultado de cada departamento, filial, divisão, unidade de negocio etc., resultado global da empresa.

Segundo Borinelli (2010) tem havido uma feliz convergência do meio empresarial com o mundo acadêmico no que diz respeito ao aprimoramento dos instrumentos gerenciais. Investidores, analistas e dirigentes têm procurado informações que lhes transmitam a necessária confiabilidade para tomarem decisões envolvendo toda sorte de recursos que administram. Por outro lado, o surgimento da educação executiva que hoje é uma realidade em todo mundo e sua progressiva evolução em sociedades emergentes como o Brasil tem aproximado, de modo muito eficaz, a academia ás empresas e reaproximado os gestores em geral á academia,

por intermédio das Escolas de Negócio. O interesse nos dados contábeis dessas pessoas atinge um grau de profundidade e análise, bem como de frequência, muito maior do que para os demais grupos. De fato são eles os agentes responsáveis pelas tomadas de decisões dentro de cada entidade a que pertencem. Tais decisões visam principalmente ao futuro, mas, para se preparar para agir no futuro, é necessário não apenas conhecer detalhadamente o que aconteceu no passado, como também o que está acontecendo no momento. Além das demonstrações básicas e finais de um período contábil, a contabilidade fornece aos administradores um fluxo contínuo de informações sobre os mais variados aspectos de gestão financeira e econômica das empresas.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conformidade com os novos pilares das empresas contemporâneas e da globalização efetiva, as sociedades em conta de participação são sociedades regulares de vasta extensão econômica que podem ser exercidas por um empresário individual, por pessoas individuais de responsabilidade limitada, ou uma sociedade com união de pessoas e capital com o mesmo propósito de atingir a finalidade comum: à busca do lucro. Quando há a junção dos sócios é constituindo então a contratação de uma sociedade, que deve ser suficientemente transparente e minuciosa para que fiquem claro as obrigações e direitos, evitando-se danos nocivos a perdas irreparáveis.

De acordo com o novo código civil artigo 991 a 996, os sócios ostensivos são quem se apresentam para o mercado como o comerciante individual. São aqueles que incumbem à gestão da sociedade e que praticam todos os atos necessários ao seu desenvolvimento. Já os sócios ocultos, investidores ou participantes não se obrigam e não pratica relações comerciais. Eles não têm poder de gerenciar na sociedade, sendo-lhe facultada a filosofia dos atos administrativos.

A sociedade em conta de participação não possui a personalidade jurídica, onde todos os negócios são realizados no nome do sócio ostensivo. Portanto não tem patrimônio social, CNPJ, endereço e sede, denominação social, registro na junta comercial ou cartório.

REFERENCIAS

BORINELLI, Marcio Luiz. Pimentel, René Coppe. **Curso de Contabilidade para Gestores, Analistas e outros Profissionais**. De acordo com: pronunciamentos do CPC. ALTERAÇÕES DA LEI Nº 11.941/2009. Alterações da lei nº 11.638/2007. SÃO PAULO – EDITORA ATLAS S.A -2010

CARVALHOSA, Modesto-Carvalhosa; Advogado em São Paulo. **Comentários á lei de Sociedades Anônimas: lei n.6.404, de 15 de dezembro de 1976, com as modificações das leis n.9.457, de 5 de maio de 1997, e N.10.303, de 31 de outubro de 2001**. 4ª edição, 2ª triagem 2009, 2º volume Artigos 75 a 137. Editora Saraiva – 2009.

CASTELLI, Geraldo – **Gestão hotelaria** – São Paulo, Saraiva -2006

DAFT, Richard L. Administração / Richard I.Daft; revisão técnica Denise Forte; tradução HarusOharaAvritcher. – São Paulo; Cengage Learning, 2010. Título original: **New Era Off Management** 2ª Ed. Norte americana ISBN 978-85-221-0689-9; 1- Administração 2- Administração industrial; I. Forte, Denis. II TITULO.

IUDICIBUS, de Sergio, Martins Eliseu, Kanitz Stephen Charles, Ramos, Alkindarde Toledo, Castilho Edison Benatti Luiz, Filho Eduardo Weber, Junior Ramon Domingues– **Contabilidade Introdutória** – 11ª Edição – ADAPTADA AS NORMAS INTERNACIONAIS DE CONTABILIDADE ATUALIZADA DE ACORDO COM AS LEIS Nº. 11.638/07 E Nº 11.941/09 SÃO PAULO- EDITORA ATLAS S.A -2010

MARTINS, Eliseu. Ernesto Rubens Gelbcke, Ariovaldo dos Santos, Sergio de Iudicibus. **Manual de Contabilidade Societária**. Aplicável a todas sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. 2ª EDIÇÃO – ATLAS –SÃO PAULO – EDITORA ATLAS S.A – 2013

PADOVEZE, Clovis Luís – **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil** – 7ª edição – conforme as leis nº 11.638/07 e 11.941/09. SÃO PAULO - Editora atlas S.A -2010

ROUSSEAU, Jean-Jacques: **O Contrato social: Princípios do direito político**- tradução: J. Cretella Jr. e Agnes Cretella. 2º ed. São Paulo-SP Editora Revista dos Tribunais, 2002. 190p. Rousseau, (1712/1778).