

PANORAMA DO SETOR HOTELEIRO NO BRASIL

“A hotelaria é uma prestação de serviços, assim, caracteriza-se como um produto intangível. Desta forma, a confiança no serviço é a maior garantia do consumidor”

LUCIANA MOTA TOMÉ

Engenheira Civil, MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais
Mestre em Engenharia de Transportes
Gerente de Produtos e Serviços do ETENE
lucianatome@bnb.gov.br

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho traz, de forma didática, como está situado o segmento de Hotéis no Brasil. Tem uma breve contextualização histórica, seguida pela evolução do segmento no Brasil, e aborda informações de mercado. De antemão, dentro do setor de Turismo, informações a partir de bases oficiais não refletem plenamente a realidade Regional. Assim, a estruturação de uma rede de informações alimentada pelos diversos atores da cadeia seria de fundamental importância para um diagnóstico preciso e, portanto, permitir ações pontuais e estratégicas, especialmente em momentos de crise.

2. HISTÓRIA DO TURISMO E DA HOTELARIA

Segundo a publicação “Breve História do Turismo e da Hotelaria” (CNC, 2005), o termo “Hospitalidade” teve origem no Império Romano. A palavra *hospitium* designava o local em que era possível conseguir, durante as viagens, instalações em caráter temporário para alimentação e repouso. *Hospitale* e *hospitalicum* eram outras expressões romanas que designavam casa para hóspedes (*hospes, hospitus*).

O uso do cavalo como transporte nas vias e estradas romanas fez surgir ainda novos tipos de hospedagem: o *stabulum* (acomodações para o viajante e tratamento da

montaria), as *mutationes* (mantidas pelo Estado, destinadas à troca de animais e ao repouso de viajantes), as *mansiones* (destinadas a abrigar tropas militares em marchas) e as *tabernae* (onde se vendiam produtos da terra, comidas e bebidas).

Entre os séculos XI e XIII, com a motivação inicial de libertar o Santo Sepulcro das “profanações” turcas, o mundo cristão organizou as expedições militares-religiosas conhecidas como Cruzadas. As pousadas que até então funcionavam principalmente para os viajantes religiosos, em nome da caridade samaritana, assumiram características de negócio lucrativo diante do movimento intenso de soldados, peregrinos e mercadores nos caminhos europeus, e um grande número de novos estabelecimentos foi aberto nesse período. Essa mudança do perfil da hotelaria, firmando-se agora como atividade profissional, tem como marco significativo a criação do primeiro grêmio dos proprietários de pousadas, em Florença, na Itália, no ano de 1282.

No início do século XIX, mais precisamente em 1804, entrou em vigor na França um novo código civil, o Código de Napoleão, que deu forma jurídica às principais conquistas da Revolução Francesa de 1789 e serviu de inspiração a mais de 70 países, estabelecendo os traços da moderna sociedade ocidental. Nesse código, pela primeira vez na história da humanidade, foi regulamentada a responsabilidade civil do agente hoteleiro (CNC, 2005).

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

Expediente: Banco do Nordeste: Romildo Carneiro Rolim (Presidente), Luiz Alberto Esteves (Economista-Chefe). Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE: Tibério R. R. Bernardo (Gerente de Ambiente), Célula de Estudos e Pesquisas Setoriais: Luciano J. F. Ximenes (Gerente Executivo), Maria Simone de Castro Pereira Brainer, Maria de Fátima Vidal, Jackson Dantas Coelho, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Luciana Mota Tomé, Roberto Rodrigues Pontes (Jovem Aprendiz). Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular), Dalyllyla Soares de Azevedo e Antônio Kassy Monteiro Costa (Bolsistas de Nível Superior).

O **Caderno Setorial ETENE** é uma publicação mensal que reúne análises de setores que perfazem a economia nordestina. O Caderno ainda traz temas transversais na sessão “Economia Regional”. Sob uma redação eclética, esta publicação se adequa à rede bancária, pesquisadores de áreas afins, estudantes, e demais segmentos do setor produtivo. **Contato:** Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE. Av. Dr. Silas Munguba 5.700, Bl A2 Térreo, Passaré, 60.743-902, Fortaleza-CE. <http://www.bnb.gov.br/etene>. E-mail: etene@bnb.gov.br

Aviso Legal: O BNB/ETENE não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Desse modo, todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação são assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BNB de todas as ações decorrentes do uso deste material. O acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade. É permitida a reprodução das matérias, desde que seja citada a fonte.

2.1. Um breve histórico do turismo e da hotelaria no Brasil

Os caminhos abertos pelos bandeirantes, mais tarde usados no trânsito de pessoas e produtos entre o litoral e as regiões mineradoras, fizeram surgir os primeiros focos de hospedagem pelo interior do Brasil. Ranchos toscos e rústicos, inicialmente improvisados à beira das estradas para abrigar os viajantes, assemelhados às antigas estalagens europeias, foram o embrião da atividade hoteleira e comercial nessas regiões. Deve-se a esses ranchos, e portanto, à nascente hotelaria em nosso País, a origem de centenas de cidades.

Esse tipo de hospedagem perdurou até o século XX, no rumo dos tropeiros que conduziam rebanhos de gado bovino e equino, principalmente provenientes do Sul do País. Antes de existirem estradas e caminhões para transportá-los, os rebanhos faziam viagens de milhares de quilômetros, em numerosas comitivas. Em uma etapa posterior aos ranchos primitivos, alguns sitiantes reservavam pastos com água para acolher os animais em trânsito e construíam aposentos próprios, com fogões de lenha, para os grupos de tropeiros. O pagamento pelos pernoites, além de dinheiro, não raro era feito em cabeças de gado, trazendo, assim, o incremento de fazendas.

No Rio de Janeiro, a Corte portuguesa trouxe um impulso, promovendo festas, saraus artísticos e trazendo artistas de companhias estrangeiras para os palcos cariocas. A partir daí, os hotéis também se incorporaram aos divertimentos da cidade. Começaram discretamente, exibindo bandas de música, e em pouco tempo já promoviam os primeiros bailes carnavalescos em salões, poupando os foliões de grosserias inconvenientes dos

entrudos, nas ruas.

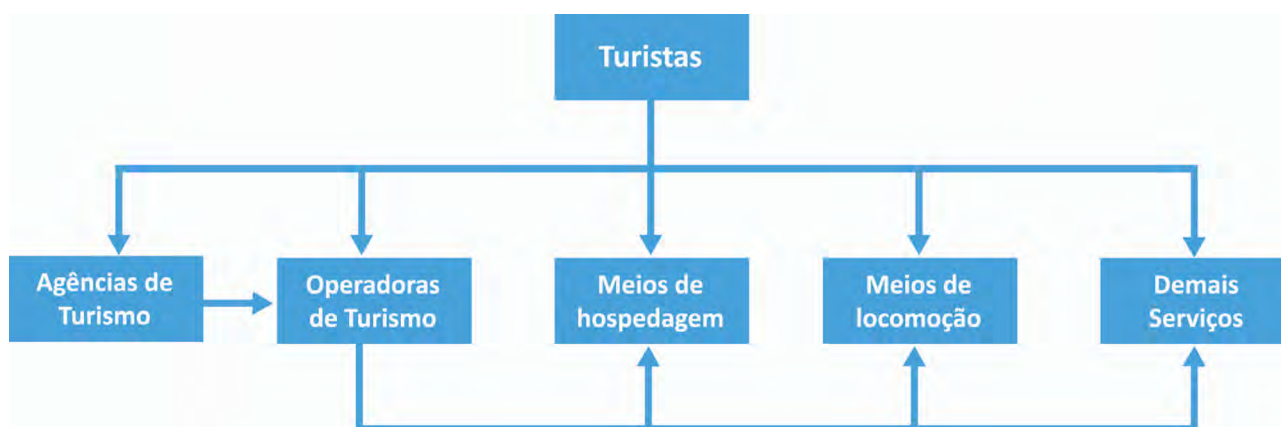
Também em outras regiões do País, a estrutura hoteleira começou a tornar-se sólida na segunda metade do século XIX. No Rio Grande do Sul, a cidade de Porto Alegre ganhou em 1870 o “sofisticado” *Hotel del Siglo*, localizado na Praça da Alfândega. Em Minas Gerais, o Hotel Caxambu, criado em 1881, e o Grand Hotel Pocinhos, instalado na Cidade de Caldas, em 1886, são ainda hoje os mais antigos hotéis brasileiros em funcionamento.

Em 1904 é aprovada a primeira lei de incentivos fiscais para a construção de hotéis no Rio de Janeiro, então Distrito Federal. Nessa época, no Rio, o glamour dos hotéis notabilizou-se com o sucesso internacional dos bailes carnavalescos. Nesses eventos, dois hotéis inaugurados na década de 1920, o Glória (1922) e o Copacabana Palace (1923) ajudaram a consolidar o Rio de Janeiro como destino turístico. Ambos influenciados pelo Hotel Ritz, de Paris, considerado um marco na história da hotelaria mundial, apresentavam inovações hoje triviais, como banheiro privativo em cada quarto e empregados uniformizados. A grandiosidade das instalações e o requinte dos serviços desses dois hotéis representaram, para o Brasil, um grande avanço nas atividades hoteleiras e turísticas (CNC, 2005).

3. CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO E DO MERCADO HOTELEIRO

A cadeia produtiva do setor turístico tem como principais atores as agências, operadoras, meios de hospedagem, meios de locomoção e os turistas, sendo esses últimos os consumidores da cadeia. (Figura 1).

Figura 1 – Cadeia produtiva do turismo

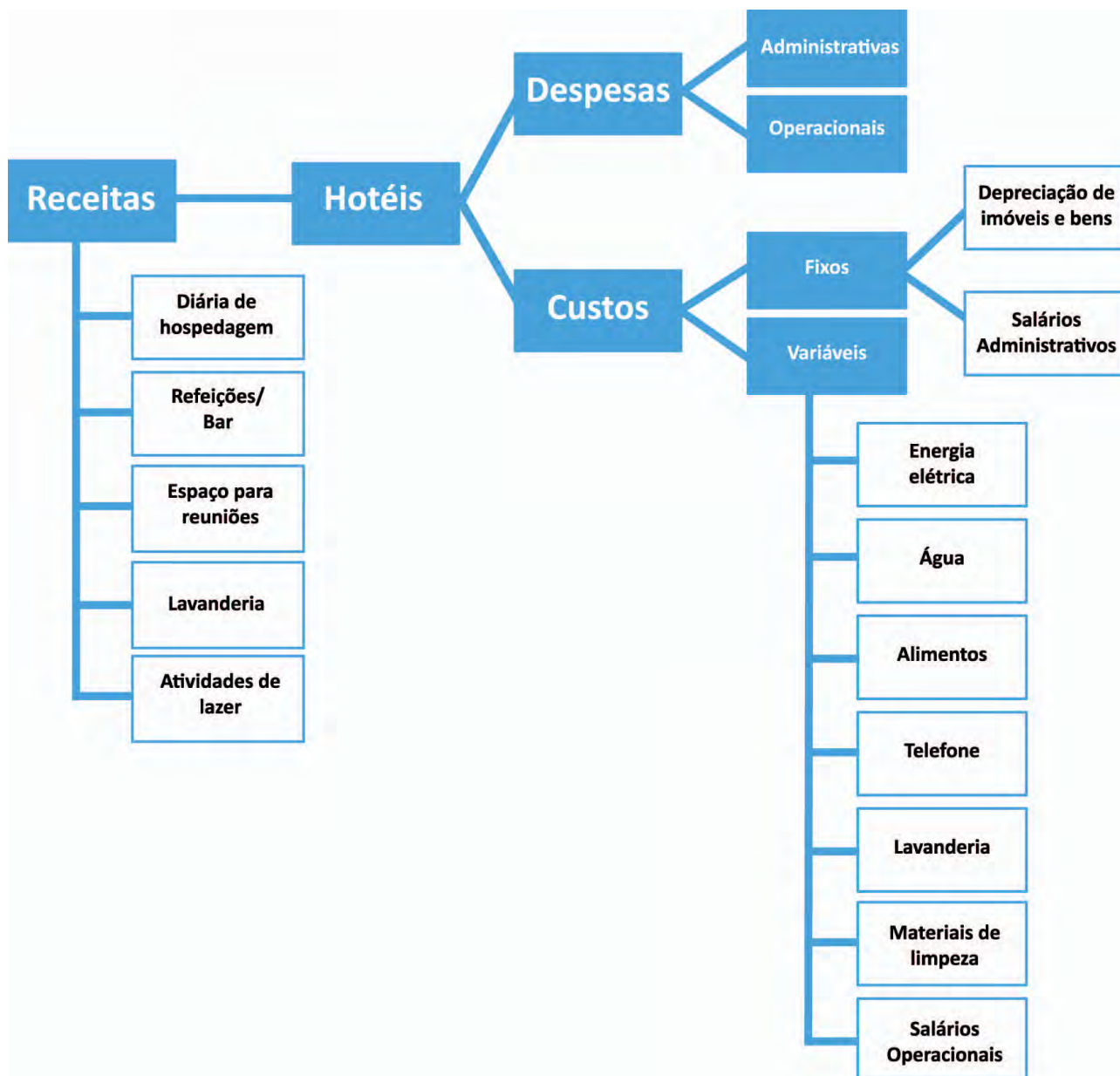


Fonte: Adaptado de Lafis (2016).

O Mercado Hoteleiro é um dos principais segmentos da Cadeia Produtiva do Turismo, tendo como principais receitas as diárias de hospedagem, despesas com refeições e bares, locação de espaços para eventos e reuniões, lavanderia e atividades de lazer. Seus principais

custos dividem-se em fixos (depreciação de imóveis e bens e salários administrativos) e variáveis (energia elétrica, água, alimentos, telefonia, lavanderia, materiais de limpeza e salários operacionais) (Figura 2).

Figura 2 – Mercado hoteleiro



Fonte: Adaptado de Lafis (2016).

4. CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS HOTELEIROS

A hotelaria é uma atividade de prestação de serviços, com características bem específicas (CPT, 2018):

- Intangibilidade: serviços que não podem ser vistos, provados ou sentidos, como a segurança, limpeza e presteza dos funcionários;
- Inseparabilidade: serviços que são primeiramente vendidos, e depois, tanto produzidos quanto consumidos, simultaneamente. O cliente está presente no momento em que o serviço é produzido (*check-in* e *check-out*);
- Variabilidade: serviços que dependem de quem os executa e do lugar onde acontece sua prestação, ratificando a importância da qualificação da equipe de trabalho;
- Perecibilidade: serviços que não podem ser estocados para venda futura. Por exemplo, a vaga ociosa de um hotel não pode ser vendida novamente;
- Padronização: serviços de arrumação de apartamentos e serviços de alimentos e bebidas devem ser padronizados. Entretanto, é primordial que as necessidades de cada hóspede sejam atendidas individualmente;
- Qualificação de mão de obra: serviços de alta qualidade garantem o sucesso do hotel. Por isso, é importante selecionar e manter a equipe qualificada.

4.1. A estrutura hoteleira

Os hotéis são constituídos basicamente das seguintes áreas (CPT, 2018):

- Hospedagem: apartamentos, quartos e suítes.
- Áreas sociais ou públicas: salas de estar, salas de TV, restaurantes, bares, salões de eventos e de festas.
- Administração: recepção, gerência, reservas, contabilidade, recursos humanos e, nas grandes redes, o setor de marketing.
- Área de serviço: cozinha, lavanderia, vestiários, estoque e manutenção.
- Área de alimentos e bebidas (A&B): câmara frigorífica, cozinha principal e de banquetes, almoxarifado e outros.
- Equipamentos e estrutura: central de águas geladas, caldeiras, motor gerador de energia, entre outros.
- Recreação, esportes e lazer: quadras de esportes, campos de golfe, piscinas, parques aquáticos e salões de jogos.

4.2. Classificação de hotéis:

Os hotéis são classificados¹ conforme a seguir:

a. Hotel

Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária. Os hotéis são ainda ordenados em categorias de uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).

O hotel de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o hotel deve atender a uma série de requisitos que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha. O detalhamento da classificação dos hotéis está no **Anexo 2** desse trabalho.

b. Resort

Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.

1 MINISTÉRIO DO TURISMO. Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. Disponível em <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/index.jsp>. Acesso em 18.10.18.

c. Hotel fazenda

Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.

d. Cama e café

Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside.

e. Hotel histórico

Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais, aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.

f. Pousada

Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

g. Flat/Apart

Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

5. PANORAMA DO SETOR HOTELEIRO NO BRASIL

A pesquisa Hotelaria em Números, elaborada pela JLL (2018), contabiliza a quantidade de aproximadamente 10.341 hotéis no País, até junho de 2018. O percentual de empreendimentos filiados a cadeias hoteleiras ainda é pequeno (10,9%), mas em número de apartamentos é mais representativa, chegando a 35,5% do total de apartamentos disponíveis (**Quadro 1**).

Destacando apenas os *resorts*, dispõe-se de 119 unidades, sendo 32 de cadeias nacionais, 25 de cadeias internacionais e 62 *resorts* independentes. Ao todo, são 29.109 quartos (**Quadro 2**).

Quadro 1 – Total de hotéis, flats e resorts no Brasil*

Tipo	Hotéis	%	Quartos	%
Hotéis e flats de marcas nacionais	563	5,4%	93.205	17,2%
Hotéis e flats de marcas internacionais	572	5,5%	99.220	18,3%
Hotéis independentes com até 20 quartos	3.718	36,0%	41.331	7,6%
Hotéis independentes com mais de 20 quartos	5.488	53,1%	307.453	56,8%
Total	10.341	100%	541.209	100%

Fonte: JLL (2018).

*inclui hotéis e flats inaugurados até junho de 2018.

Quadro 2 – Total de resorts no Brasil

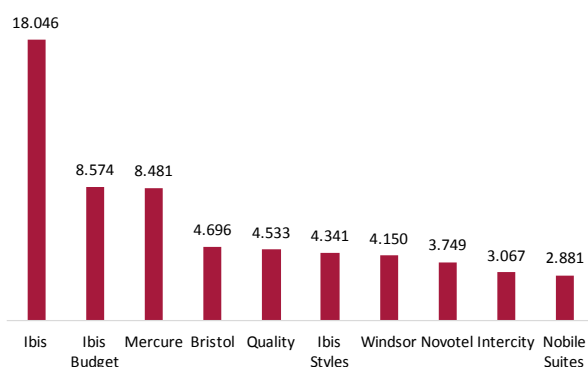
Tipo	Resorts	%	Quartos	%
Resorts de cadeias nacionais	32	26,9%	9.040	31,1%
Resorts de cadeias internacionais	25	21,0%	8.161	28,0%
Resorts independentes	62	52,1%	11.908	40,9%
Total de Resorts no Brasil	119	100%	29.109	100%

Fonte: JLL (2018).

5.1. Maiores marcas hoteleiras

O **Gráfico 1** demonstra uma concentração de apartamentos na rede Accor Hotels, composta pelas marcas Ibis, Ibis Budget, Mercure, Ibis Styles, Novotel, entre outras².

Gráfico 1 – 10 maiores marcas hoteleiras do Brasil (número de quartos)



Fonte: JLL (2018).

5.2. Performance dos hotéis urbanos no Brasil

Taxa de ocupação

A taxa de ocupação é considerada o principal indicador de performance de um hotel. Indica a porcentagem de unidades vendidas em relação ao total disponível. É calculada pela fórmula a seguir:

lada pela fórmula a seguir:

$$TO = \frac{\text{UHs vendidas} \times 100}{\text{UHs disponíveis}}$$

Onde:

TO = taxa de ocupação

UH = unidades habitacionais

A taxa de ocupação dos hotéis no Brasil atingiu seu valor máximo em 2011, com 69,5%. Nos anos de 2013 e 2014, com a Copa das Confederações e Copa do Mundo no Brasil, respectivamente, esperavam-se taxas acima do que efetivamente ocorreu. Já os anos de 2015 e 2016 obtiveram as maiores reduções nesse índice, ocasionadas pelos períodos pós-copa e pela crise econômico-financeira do País. O ano de 2017 apresentou leve crescimento em relação a 2016, mas uma taxa ainda baixa, de 56,5% (**Quadro 3**).

Empresários do segmento de hotelaria são unânimes em avaliar que o mercado brasileiro começa a reagir positivamente depois da forte crise dos últimos quatro anos. Dimensionada muito além do necessário para os eventos da Copa do Mundo e das Olimpíadas, e tendo que enfrentar nesse período o acirramento da crise econômica, a rede hoteleira pisou no freio dos investimentos para a construção de novos hotéis até meados de 2017 (VELOSO, 2018)³.

Quadro 3 – Taxa de ocupação (%) dos hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2017

Ano	Hotéis urbanos (Hotéis & Flats)	Variação (%)
2004	55,0	-
2005	60,0	9,1
2006	58,0	-3,3
2007	63,0	8,6
2008	65,0	3,2
2009	63,0	-3,1
2010	68,0	7,9
2011	69,5	2,2
2012	65,6	-5,6
2013	65,9	0,4
2014	64,9	-1,5
2015	59,6	-8,1
2016	55,2	-7,5
2017	56,5	2,4

Fonte: JLL (2018).

2 O anexo 1 desse trabalho apresenta o Ranking das cadeias hoteleiras no Brasil.

3 Por Marinete Veloso. Crise não afasta investidor do mercado. **Valor Econômico**, 6 de setembro de 2018. Disponível em: < <https://www.valor.com.br/empresas/5809657/crise-nao-afasta-investidor-do-mercado> >. Acesso em 28 de Nov. 2018.

De acordo com levantamento da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH Nacional⁴, com o final da Copa do Mundo e a alta do dólar, que vêm refletindo no turismo interno, a segunda quinzena de julho alavancou a média de ocupação da hotelaria nacional do mês. O levantamento também apontou recuperação das taxas de ocupação no País, em comparação a 2017, mas o setor mostra-se preocupado com a retração da diária média nos principais destinos:

- No Ceará, apesar da Copa, Fortaleza, em julho, registrou uma média de 83%, muito devido ao Carnaval fora de época, o Fortal, contra os 82% registrados em 2017.
- Na Bahia, que tem comemorado uma recuperação em sua hotelaria, em julho, a taxa de ocupação de Salvador superou os 60% de ocupação, índice maior do que os 56,8% registrados no mesmo período de 2017.
- Em Pernambuco, a primeira quinzena do mês confirmou a retração causada pelos jogos da Copa. Em Recife, julho alcançou 60%. Em 2017, essa taxa foi de 65%. Com essa retração pontual, Porto de Galinhas também viu sua taxa de ocupação cair para 80% esse ano, sete pontos percentuais abaixo de julho de 2017.
- No Rio Grande do Norte, Natal atingiu 76% de ocupação em seus hotéis durante o mês.
- Alagoas, no segundo semestre de 2017 e início de 2018, teve a abertura de quatro hotéis em Maceió, mas vem mantendo sua ocupação, apesar do aumento de ofertas de leitos, e atingiu 72% de ocupação durante o mês de julho.

Diária média

A diária média é o índice que retrata o preço médio calculado para cada diária vendida em um determinado período. Calcula-se conforme a seguir:

$$DM = \frac{\text{Receita total de hospedagens}}{\text{Número total de diárias vendidas}}$$

A diária média no Brasil apresentava trajetória crescente até o ano de 2014, chegando a alcançar o valor de R\$ 267,00 (duzentos e sessenta e sete reais). Após esse período, tem decrescido, chegando em 2017 a R\$ 227,70 (duzentos e vinte e sete reais) (**Quadro 4**).

Quadro 4 – Diária média (R\$) dos hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2017

Ano	Hotéis urbanos (Hotéis & Flats)	Variação (%)
2004	124,0	-
2005	131,0	5,6
2006	140,0	6,9
2007	148,0	5,7
2008	153,0	3,4
2009	165,0	7,8
2010	180,0	9,1
2011	211,0	17,2
2012	243,0	15,2
2013	259,0	6,6
2014	267,0	3,1
2015	248,0	-7,1
2016	244,0	-1,6
2017	227,7	-6,7

Fonte: JLL (2018).

Para Manoel Linhares, presidente nacional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), essa tática de baixar o valor das diárias na tentativa de manter taxas de ocupação em níveis operacionais não foi suficiente e muitos sucumbiram. "Pelo menos 90 unidades hoteleiras, em oito das doze cidades-sede fecharam suas portas desde o final da Copa, principalmente nas praças do Rio, Salvador e Belo Horizonte" (VALOR ECONÔMICO, 2018).⁵

RevPAR

RevPAR é a receita por apartamento disponível (*Revenue per Available Room*). É um dos indicadores mais importantes para o setor hoteleiro porque mostra a receita média obtida por cada quarto disponível.

O RevPAR é calculado pela divisão da receita de apartamentos pelo total de apartamentos disponíveis no ano, ou multiplicando diretamente a taxa de ocupação anual pela diária média.

Esse indicador, apresentou crescimento até o ano de 2014, quando atingiu seu valor máximo de R\$ 173,00 (cento e setenta e três reais). Após três sucessivas quedas, chegou a R\$ 129,00 (cento e vinte e nove reais) em 2017 (**Quadro 5**).

⁴ ABIH - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS. **Levantamento da ABIH Nacional aponta recuperação na taxa de ocupação hoteleira do país após primeira quinzena de julho**. Disponível em: <<http://abih.com.br/levantamento-da-abih-nacional-aponta-recuperacao-na-taxa-de-ocupacao-hoteleira-do-pais-apos-primeira-quinzena-de-julho/>>. Acesso em 29 de Nov. 2018.

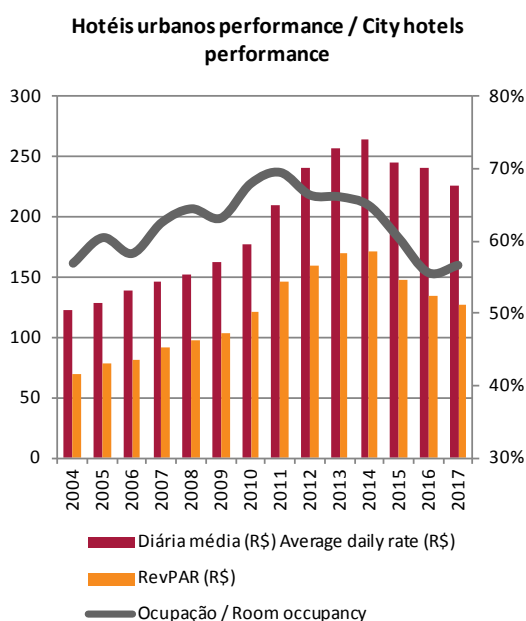
⁵ Por Marinete Veloso. **Crise não afasta investidor do mercado. Valor Econômico**, 6 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/empresas/5809657/crise-nao-afasta-investidor-do-mercado>>. Acesso em 28 de Nov. 2018.

Quadro 5 – RevPAR (R\$) hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2017

Ano	Hotéis urbanos (Hotéis & Flats)	Variação (%)
2004	68,0	-
2005	78,0	14,7
2006	82,0	5,1
2007	93,0	13,4
2008	99,0	6,5
2009	104,0	5,1
2010	122,0	17,3
2011	147,0	20,5
2012	160,0	8,8
2013	171,0	6,9
2014	173,0	1,2
2015	148,0	-14,5
2016	135,0	-8,8
2017	129,0	-4,4

Fonte: JLL (2018).

Gráfico 2 – Performance dos hotéis urbanos no Brasil



Fonte: Adaptado de JLL (2018).

5.3. Origem dos hóspedes

A origem dos hóspedes nos hotéis urbanos e flats é predominantemente de brasileiros, com 84,5% de participação. Quando a demanda é segmentada por valor de diária, observa-se um percentual mais elevado de estrangeiros nos valores acima de R\$ 383,00, (trezentos e oitenta e três reais) caracterizando turistas com maior poder de consumo (Quadro 6). Deve-se atentar que há espaço para crescimento dessa demanda qualificada e que deve ser incentivada.

Quadro 6 – Origem dos hóspedes (%) por valor de diária

Origem dos Hóspedes	Diária média acima de R\$ 383	Diária média entre R\$ 225 - R\$ 383	Diária média abaixo de R\$ 225	Total
Brasileiros	48,6	80,9	88,8	84,5
Estrangeiros	51,4	19,1	11,2	15,5

Fonte: JLL (2018).

5.4. Segmentação da demanda

Quanto à caracterização da demanda por segmento, há predominância, em todas as faixas de valores, para o turismo de negócios (Quadro 7). Há bastante espaço para incentivo ao turismo de lazer e demais segmentos.

Quadro 7 – Segmentação da demanda (%)

Segmento	Diária média acima de R\$ 383	Diária média entre R\$ 225 - R\$ 383	Diária média abaixo de R\$ 225	Total
Negócios	54,8	58,7	65,8	62,9
Lazer	18,4	23,4	22,6	22,7
Grupos de eventos	11,1	12,5	6,7	8,9
Tripulação	11,7	2,4	2,5	2,8
Outros	4,0	2,9	2,4	2,6

Fonte: JLL (2018).

5.5. Mão de obra

A quantidade de funcionários por apartamento é proporcional ao valor da diária paga. Para hotéis com diária média acima de R\$ 383,00, são necessários 0,80 funcionários por apartamento, enquanto que para hotéis com diária média abaixo de R\$ 225,00, são necessários 0,30 funcionários por apartamento. Fica claro, então, que hotéis com diárias mais elevadas são maiores geradores de emprego. Já os flats, por não oferecerem os mesmos serviços dos hotéis, empregam uma quantidade menor de pessoas por apartamento.

Para Fernando Viriato de Medeiros, diretor de talento e cultura do grupo AccorHotels, a capacidade de diferenciação das redes hoteleiras está nas mãos de quem sabe transformar uma "commodity" em algo mais significativo para o hóspede. O grupo procura e treina pessoas com as seguintes características: aptidão, ou seja, prazer em servir; autonomia para lidar com situações inesperadas; gostar de trabalhar em equipe e vontade de se desenvolver (SAFATLE, 2018)⁶.

⁶ Por Amália Safatle. Foco é oferecer boa experiência aos hóspedes. Valor Econômico, 6 de setembro de 2018. Disponível em: < <https://www.valor.com.br/empresas/5809661/foco-e-oferecer-boa-experiencia-aos-hospedes>>. Acesso em 28 de Nov. 2018.

Quadro 8 – Quantidade de funcionários por apartamento disponível

Departamento	Hotéis			Flats	Brasil média
	Diária média acima de R\$ 383	Diária média entre R\$ 225 - R\$ 383	Diária média abaixo de R\$ 225		
Apartamentos	0,27	0,18	0,14	0,14	0,15
Alimentos e Bebidas	0,27	0,17	0,09	0,04	0,09
Outros Deptos Operacionais	0,05	0,01	0,01	0,01	0,01
Administração	0,09	0,04	0,03	0,03	0,04
Marketing e Vendas	0,03	0,01	0,01	0,01	0,01
Manutenção	0,06	0,03	0,02	0,02	0,02
Outros Deptos Operacionais	0,03	0,01	0,00	0,00	0,01
Total	0,80	0,45	0,30	0,26	0,33

Fonte: JLL (2018).

6. O BANCO DO NORDESTE E O FINANCIAMENTO AO SETOR HOTELEIRO

O Banco do Nordeste, historicamente, apoia o setor de hotelaria e turismo em sua área de atuação. Financia a construção, ampliação e reforma de benfeitorias e instalações; máquinas e equipamentos; móveis e utensílios; capacitação de mão de obra necessária ao empreendimento e implantação de sistemas de gestão de qualidade; aquisição de meios de hospedagem já construídos ou em construção; capital de giro associado ao investimento fixo; e outros itens necessários à viabilidade do negócio, desde que justificados no projeto.

Há linhas de crédito do FNE destinadas a empresas privadas que tenham como objetivo econômico principal a atividade turística, como os Meios de Hospedagem (resorts, hotéis, hotéis-históricos, hotéis-fazenda, barcos-hotel, pousadas, hospedarias de turismo ecológico ou ambiental, pousos rurais e alojamentos de selva), entre outros.

Entre os anos de 2013 a 2018, o Banco do Nordeste, através do FNE, financiou quase 1.000 projetos no setor de hospedagem, totalizando um montante de aproximadamente R\$ 1,5 bilhão.

Segundo Caio Calfat, diretor da consultoria Caio Calfat Real Estate Consulting e vice-presidente de assuntos imobiliários e turísticos do Secovi, insituição que reúne a cadeia produtiva do setor imobiliário, o valor médio de investimento em um hotel econômico bem estruturado é de 50 milhões e em um hotel de luxo, entre R\$ 300 milhões e R\$ 400 milhões (VALOR ECONÔMICO, 2018).⁷

7. CONCLUSÕES E PERSPECTIVAS

A atividade hoteleira faz parte da cadeia produtiva do

turismo e é altamente impactada pelas conjunturas nacional e internacional.

No Brasil, atingiu seu auge durante a Copa das Confederações e Copa do Mundo, respectivamente, nos anos de 2013 e 2014. Após esse período, o País passou por uma crise econômico-financeira, que impactou o setor. A partir de 2017, o Brasil começou a reverter a situação e, conseqüentemente, o setor hoteleiro passou a ter uma pequena melhora em seus números.

Mesmo assim, a performance dos hotéis em 2017 foi marcada pelo terceiro ano consecutivo pela queda do REVPAR. A pequena recuperação da economia do País permitiu que a ocupação média subisse de 55,2% em 2016 para 56,5% em 2017. No entanto, a diária média caiu 6,7% em 2017 comparado com o ano anterior. Conseqüentemente, o REVPAR retraiu 4,4% em 2017 comparado com 2016.

O ano de 2018 deve terminar com índices melhores que os anos anteriores, e já são previstos investimentos no setor. A região Nordeste está sendo beneficiada, com projetos de alto padrão na hotelaria:

- A Prima Empreendimentos traz para Salvador – Bahia a primeira unidade hoteleira da rede Fasano no Nordeste. O empreendimento será inaugurado em dezembro de 2018 e vai revitalizar e valorizar o Centro Histórico de Salvador. O hotel conta com 70 suítes, piscina, SPA, business center, bares e restaurante;
- A rede de *Hard Rock Hotel* está construindo empreendimento com 399 quartos e suítes na Praia de Lagoinha – Ceará, com previsão de inauguração em dezembro de 2020. A mesma rede já anuncia também a construção de mais um hotel no Rio Grande do Norte, entre outros no Brasil.

As inovações devem marcar os próximos investimentos no setor, cada vez mais temáticos e motivacionais para troca de experiências em ambientes de convivência, incluindo alimentação, espaços culturais locais e outras áreas de lazer, residenciais turísticos etc. Também, na formalização de parcerias com canais de comercialização

⁷ Por Marinete Veloso. Crise não afasta investidor do mercado. **Valor Econômico**, 6 de setembro de 2018. Disponível em: < <https://www.valor.com.br/empresas/5809657/crise-nao-afasta-investidor-do-mercado> >. Acesso em 28 de Nov. 2018.

da web e aplicativos, seja para o cliente corporativo ou turista. Além de investimentos na redução de custos fixos e operacionais.

Não obstante, a qualificação da mão de obra tem sido um diferencial, tanto das grandes players do mercado como hospedagem compartilhada, proativa para cativar o cliente.

A atividade hoteleira gera emprego e renda na região onde é explorada. Deve ser incentivada de forma estruturada dentro da cadeia turística, da qual faz parte. Há espaço para impulsionar o turismo de lazer, que hoje representa apenas 23% da taxa de ocupação dos hotéis no Brasil.

Também é importante estimular o turismo estrangeiro, que em 2017 representou apenas 15% da ocupação hoteleira. O turista estrangeiro, em geral, ocupa hotéis de luxo e gasta um valor médio por dia maior que os demais turistas. Para isso, são necessárias medidas de marketing integradas dos setores públicos e privados e investimentos em infraestrutura.

REFERÊNCIAS

CPT - CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS. **O Setor Hoteleiro e suas Características**. Viçosa – MG. Disponível em <https://www.cpt.com.br/>. Acesso em 03.10.18.

CNC - CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Breve História do Turismo e da Hotelaria**. Rio de Janeiro. 2005. 38 p.

JLL - JLL'S HOTELS & HOSPITALITY GROUP. **Hotelaria em Números – Brasil 2018**. Disponível em <http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/relatorios/207/hotelaria-em-numeros-2018>. Acesso em 25.10.18.

LAFIS. **Novo Relatório Setorial – Hotéis e Turismo**. Julho de 2016.

ANEXO 1 – RANKING DAS CADEIAS HOTELEIRAS NO BRASIL

2018	Cadeias hoteleiras*	Número de quartos	Número de hotéis
1	Accor	49847	300
2	Choice	10656	67
3	Nobile	6993	31
4	Wyndham	6142	32
5	Nacional Inn	5986	53
6	Intercity	5743	35
7	Hplus	4559	16
8	Transamérica	4482	24
9	Blue Tree	4298	23
10	Windsor	4150	16
11	Bourbon	3570	16
12	Marriott	3511	14
13	Grupo Roma	3428	12
14	Slaviero	3234	26
15	IHG	3224	14
16	Carlson	3147	15
17	Rede Bristol	3000	20
18	Louvre Hotels	2883	13
19	GJP	2381	12
20	Vila Galé	2347	7
21	Othon	2201	13
22	Go Inn	2120	11
23	Hilton	2020	6
24	Meliá	1980	5
25	Bristol Hotelaria	1852	13
26	Laghetto	1850	14
27	Promenade	1650	13
28	Best Western	1617	12
29	Hotéis Privé	1600	5
30	Sauípe	1564	3
31	Master Hotéis	1409	10
32	Travel Inn	1376	12
33	Deville	1265	8
34	Club Med	1246	4
35	Hyatt	1196	4
36	Iberostar	1168	2
37	Rio Quente Resorts	1118	7
38	Atlântico	1091	6
39	Tauá	1067	4
40	Hotelaria Brasil	1031	7
41	Estanzaplaça	1028	7
42	Rede Plaza	1017	7
43	Hotéis Ritz	1005	8
44	Plaza Brasília	1003	4
45	Astron	988	9
46	Samba Hotéis	952	9
47	Arco Hotel	941	9
48	Hotel 10	896	10
49	Royal Palm Hoels	850	5
50	Vert Hotéis	847	7

Fonte: JLL (2018).

Nota: *Inclui hotéis e flats inaugurados até junho de 2018

ANEXO 2 – SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

1 ESTRELA

- Serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível por telefone durante 24 horas;
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 9 m² (no mínimo 65% das UH);
- Banheiros nas UH com 2 m² (no mínimo 65% das UH);
- Troca de roupas de cama uma vez por semana;
- Serviço de café da manhã;
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água;
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem;
- Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las.

2 ESTRELAS

- Serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível por telefone durante 24 horas;
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 11 m² (mínimo 70%);
- Banheiro nas UH com 2 m² (no mínimo 70% das UH);
- Troca de roupas de cama duas vezes por semana;
- Sala de estar com televisão;
- Serviço de café da manhã;
- Pagamento com cartão de crédito ou de débito;
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água;
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem;
- Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las.

3 ESTRELAS

- Serviço de recepção aberto por 18 horas e acessível por telefone durante 24 horas;
- Serviço de mensageiro no período de 16 horas;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 13 m² (mínimo 80%);
- Banheiro nas UH com 3 m² (mínimo 80% das UH);
- Troca de roupas de cama em dias alternados;
- Troca de roupas de banho diariamente;
- Serviço de lavanderia;
- Sala de estar com televisão;
- Televisão em 100% das UH;
- Canais de TV por assinatura em 100% das UH;
- Acesso à internet nas áreas sociais e nas UH;
- Serviço de facilidades de escritório virtual;
- Minirrefrigerador em 100% das UH;
- Climatização (refrigeração/ventilação forçada/calefação) adequada em 100% das UH;
- Restaurante;
- Serviço de café da manhã;
- Área de estacionamento;
- Programa de treinamento para empregados;
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água;
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem;
- Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las;
- Pagamento com cartão de crédito ou de débito.

4 ESTRELAS

- Serviço de recepção aberto por 24 horas;
- Serviços de mensageiro no período de 24 horas;
- Serviço de cofre em 100% das UH para guarda dos valores dos hóspedes;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 15 m² (mínimo 90%);
- Banheiros nas UH com 3 m² (mínimo 90%);
- Berço para bebês, a pedido;
- Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc);
- Café da manhã na UH;
- Serviço de refeições leves e bebidas nas UH (room service) no período de 24 horas;
- Troca de roupas de cama e banho diariamente;
- Secador de cabelo à disposição sob pedido;
- Serviço de lavanderia;
- Televisão em 100% das UH;
- Canais de TV por assinatura em 100% das UH;
- Acesso à internet nas áreas sociais e nas UH;
- Mesa de trabalho, com cadeira, iluminação própria, e ponto de energia e telefone, nas UH, possibilitando o uso de aparelhos eletrônicos pessoais;
- Sala de ginástica/musculação com equipamentos;
- Serviço de facilidades de escritório virtual;
- Minirrefrigerador em 100% das UH;
- Climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH;
- Restaurante;
- Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar;
- Serviço à la carte no restaurante;
- Bar;
- Área de estacionamento com serviço de manobrista;
- Mínimo de três serviços acessórios oferecidos em instalações no próprio hotel (por exemplo: salão de beleza, baby-sitter, venda de jornais e revistas, farmácia, loja de conveniência, locação de automóveis, reserva em espetáculos, agência de turismo, transporte especial, etc);
- Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água;
- Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem;
- Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las;
- Programa de treinamento para empregados;
- Medidas permanentes de seleção de fornecedores (critérios ambientais, socioculturais e econômicos) para promover a sustentabilidade;
- Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade;
- Pagamento com cartão de crédito ou de débito.

...Continua

ANEXO 2 – SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

5 ESTRELAS
<ul style="list-style-type: none"> • Serviço de recepção aberto por 24 horas; • Serviço de mensageiro no período de 24 horas; • Serviço de cofre em 100% das UH para guarda dos valores dos hóspedes; • Área útil da UH, exceto banheiro, com 17 m²; • Colchões das camas com dimensões superiores ao padrão nacional; • Banheiro nas UH com 4 m²; • Disponibilidade de UH com banheira; • Roupão e chinelo em 100% das UH; • Berço para bebês, a pedido; • Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc); • Café da manhã nas UH; • Serviço de refeições leves e bebidas nas UH (room service) no período de 24 horas; • Troca de roupas de cama e banho diariamente; • Secador de cabelo a disposição, sob pedido; • Serviço de lavanderia; • Televisão em 100% das UH; • Canais de TV por assinatura em 100% das UH; • Acesso à internet nas áreas sociais e nas UH; • Mesa de trabalho com cadeira, iluminação própria, e ponto de energia e telefone, nas UH, possibilitando o uso de aparelhos eletrônicos pessoais; • Sala de ginástica/musculação com equipamentos; • Serviço de facilidades de escritório virtual; • Salão de eventos; • Serviço de guest relation/concierge; • Minirrefrigerador em 100% das UH; • Climatização (refrigeração/calefação) adequada em 100% das UH; • Restaurante; • Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar; • Serviço à la carte no restaurante; • Preparação de dietas especiais (vegetariana, hipocalórica, etc); • Bar; • Área de estacionamento com serviço de manobrista; • Mínimo de seis serviços acessórios oferecidos em instalações no próprio hotel (por exemplo: salão de beleza, baby-sitter, venda de jornais e revistas, farmácia, loja de conveniência, locação de automóveis, reserva em espetáculos, agência de turismo, transporte especial, etc); • Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água; • Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem; • Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las; • Programa de treinamento para empregados; • Medidas permanentes de seleção de fornecedores (critérios ambientais); • Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade; • Pagamento com cartão de crédito ou de débito.

Fonte: Ministério do Turismo (2018).

ANÁLISES SETORIAIS DISPONÍVEIS ANO DE 2018

- Café - 10/2018
- Petroquímica - 10/2018
- Vestuário - 10/2018
- Bovinocultura leiteira - 10/2018
- Citricultura - 09/2018
- Floricultura - 09/2018
- Comércio eletrônico (E-commerce) - 09/2018
- Mandiocultura - 09/2018
- Saneamento básico - 08/2018
- Couros e calçados - 08/2018
- Indústria siderúrgica - 08/2018
- Energia eólica - 08/2018
- Fruticultura - 07/2018
- Bebidas não alcoólicas - 07/2018
- Grãos - 06/2018
- Móveis - 06/2018
- Energia solar - 05/2018
- Bebidas alcoólicas - 05/2018
- Mel - 04/2018
- Carnes - 04/2018
- Saúde - 04/2018
- Algodão - 03/2018
- Alimentos - 03/2018
- Sucroenergético - 02/2018
- Shopping Centers - 02/2018
- Petróleo e gás natural - 01/2018

ANÁLISES SETORIAIS ANTERIORES

<https://www.bnb.gov.br/publicacoes/CADERNO-SETORIAL>

ANÁLISES EM ANDAMENTO NOVEMBRO/DEZEMBRO 2018

- Algodão
- Caju
- Coco
- Comércio
- Construção civil
- Energia térmica
- Rochas ornamentais
- Serviços
- Turismo

CONHEÇA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO ETENE

<https://www.bnb.gov.br/publicacoes-editadas-pelo-etene>

- Diário Econômico
- Boletim de Avaliação
- Informe ETENE
- Informe Rural (1)
- Informe Macroeconomia, Indústria e Serviços (1)
- REN - Revista Econômica do Nordeste
- Revista BNB Conjuntura Econômica
- Livros
- Artigos
- Informações Socioeconômicas - Nordeste
- Informações Socioeconômicas - Estados e Municípios
- Projeções ETENE
- Nordeste em Mapas
 - Economia
 - Indicadores Sociais
 - Infraestrutura
 - Território