

PANORAMA DO SETOR HOTELEIRO NO BRASIL

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.

Esta análise contempla a divisão CNAE/IBGE 79 - Agências de viagens, operadores turísticos... subclasse que compreende: os serviços de informação e assistência a visitantes e organizações para a contratação de acomodação, de entretenimento e de locais para convenções etc.; as atividades de assistência a turistas,

inclusive dos órgãos de turismo nos níveis municipal, estadual e federal; as atividades de promoção do turismo local; os serviços de reservas relacionados a viagens (para transporte, hotéis, restaurantes, aluguel de carros, entretenimento e esportes), e; a venda de títulos, com direito a uso por tempo determinado, de hotéis e outros alojamentos turísticos (time-share).

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

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 - ETE-NE: Tibério R. R. Bernardo (Gerente de Ambiente). Célula de Estudos e Pesquisas Setoriais: Luciano F. Ximenes (Gerente Executivo), Maria Simone de Castro Pereira Brainer, Maria de Fátima Vidal, Jackson Dantas Coêlho, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Luciana Mota Tomé, Biágio de Oliveira Mendes Júnior, 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), Francisco Kaique Feitosa Araujo e Marcus Vinicius Adriano Araujo (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. Sílas Munguba 5.700, Bl A2 Térreo, Passará, 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. SAC 0800 728 3030; Ouvidoria 0800 033 3030; bancodonordeste.gov.br

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, as pousadas que até então funcionavam principalmente para os viajantes religiosos, 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, entrou em vigor na França um novo código civil, o Código de Napoleão. Nesse código, pela primeira vez na história da humanidade, foi regulamentada a responsabilidade civil do agente hoteleiro (CNC, 2005).

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 sítios 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, promovendo 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.

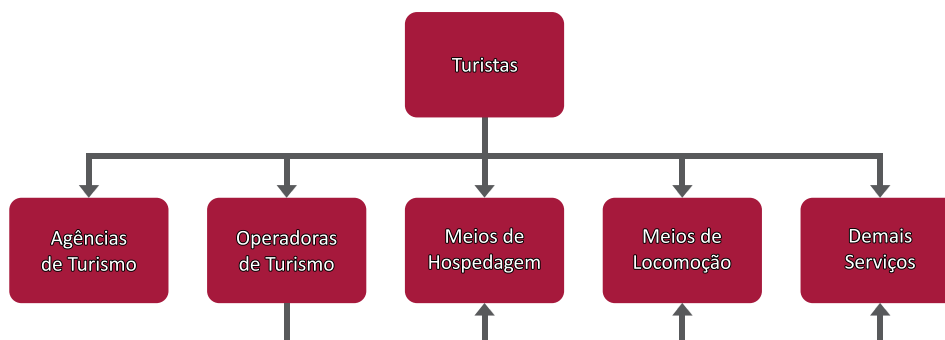
Também em outras regiões do País, a estrutura hoteleira começou a tornar-se sólida na segunda metade do século XIX. No Rio Grande do Sul, a cidade de Porto Alegre ganhou em 1870 o “sofisticado” *Hotel del Siglo*, localizado na Praça da Alfândega. Em Minas Gerais, o Hotel Caxambu, criado em 1881, e o 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

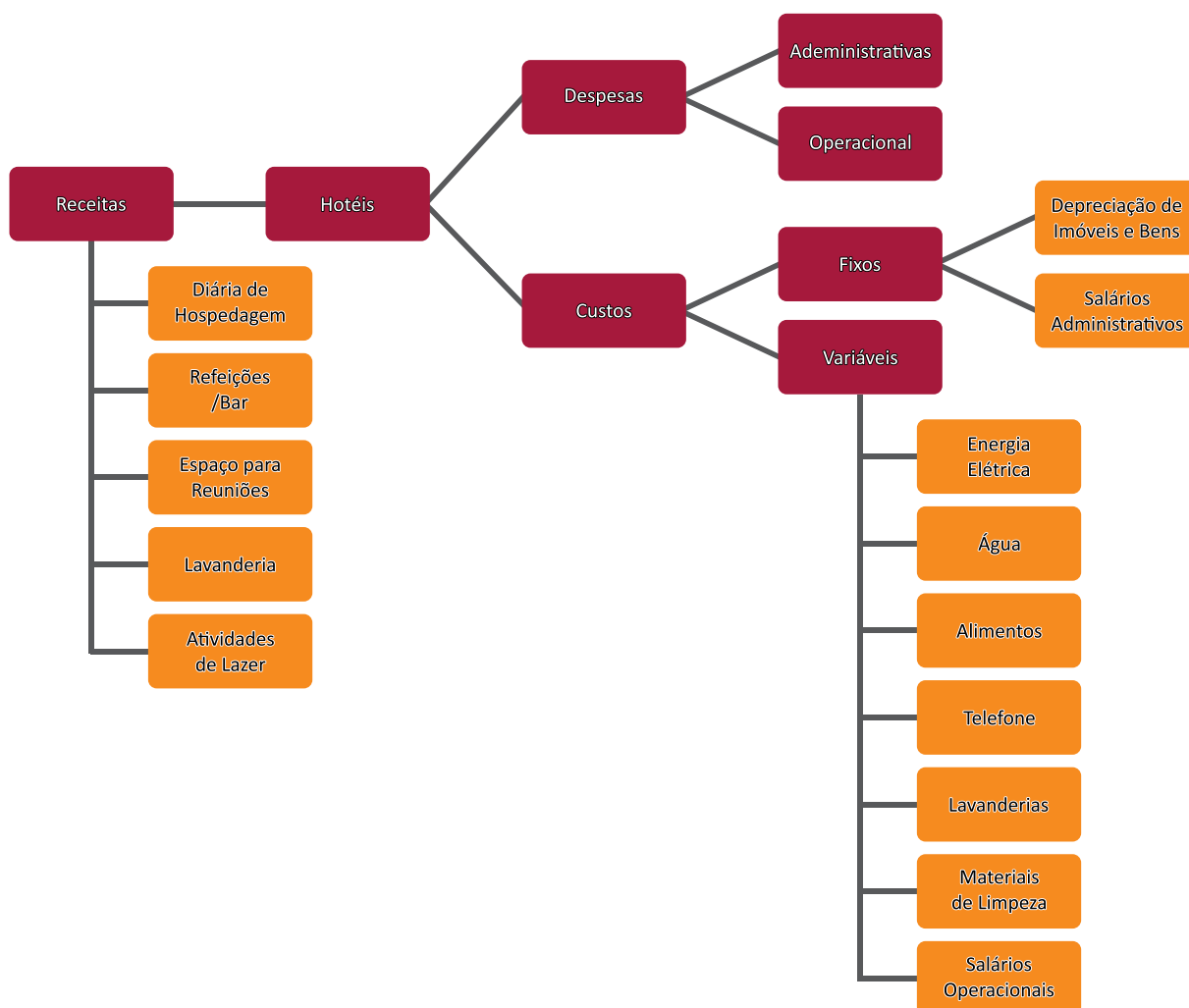


Fonte: Lafis (2016).

O Mercado Hoteleiro é uma das partes principais da Cadeia Turística 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: 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;
- **Percibilidade:** 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:

Para o Ministério do Turismo (MTUR, 2018) os hotéis são classificados 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 adicionais 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;
- c) **Hotel fazenda:** localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;

- d) **Camã 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

Segundo relatório Lafis (2019), a taxa de ocupação dos hotéis cresce no acumulado do ano até maio, abrindo espaço para o aumento da diária média.

Nesse mesmo período, observou-se um avanço na capacidade instalada da indústria hoteleira em relação ao mesmo período do ano anterior, crescimento de 5,2%, favorecido pelo desempenho observado na região Sudeste, com avanço de 7,4% no mesmo período. Assim, os hotéis aproveitaram a maior movimentação com viagens para incrementar a geração de receita ao aumentar o valor das diárias. No acumulado do ano, a variação no valor das diárias teve comportamento semelhante, com avanço em todas as 5 Regiões: a Norte avançou 8,9% até maio de 2019, em relação ao mesmo período de 2018, seguida pelas regiões Sudeste (8,3%), Nordeste (4,7%), Sul (3,9%) e Centro-Oeste (1,5%). No Brasil, o avanço foi igual a 6,9% na mesma base de comparação.

A pesquisa Hotelaria em Números, elaborada pela JLL (2019) contabiliza aproximadamente 10.501 hotéis no Brasil, até julho de 2019. O percentual de empreendimentos filiados à cadeias hoteleiras ainda é pequeno (12,2%), mas em número de apartamentos é mais representativa, chegando a 36,9% do total de apartamentos disponíveis (**Tabela 1**).

Tabela 1 – Total de hotéis, flats e resorts no Brasil¹

Tipo	Hotéis	%	Quartos	%
Hotéis e flats de marcas nacionais	668	6,4%	100.181	18,0%
Hotéis e flats de marcas internacionais	607	5,8%	105.347	18,9%
Hotéis independentes com até 20 quartos	3.724	35,5%	41.395	7,4%
Hotéis independentes com mais de 20 quartos	5.502	52,4%	309.257	55,6%
Total	10.501	100%	556.180	100%

Fonte: JLL (2019).

Nota: (1) inclui hotéis e flats inaugurados até julho de 2019

Destacando apenas os *resorts*, dispõe-se de 118 unidades, sendo 31 de cadeias nacionais, 23 de cadeias internacionais e 64 resorts independentes. Ao todo, são 28.638 quartos (**Tabela 2**).

Tabela 2 – Total de resorts no Brasil

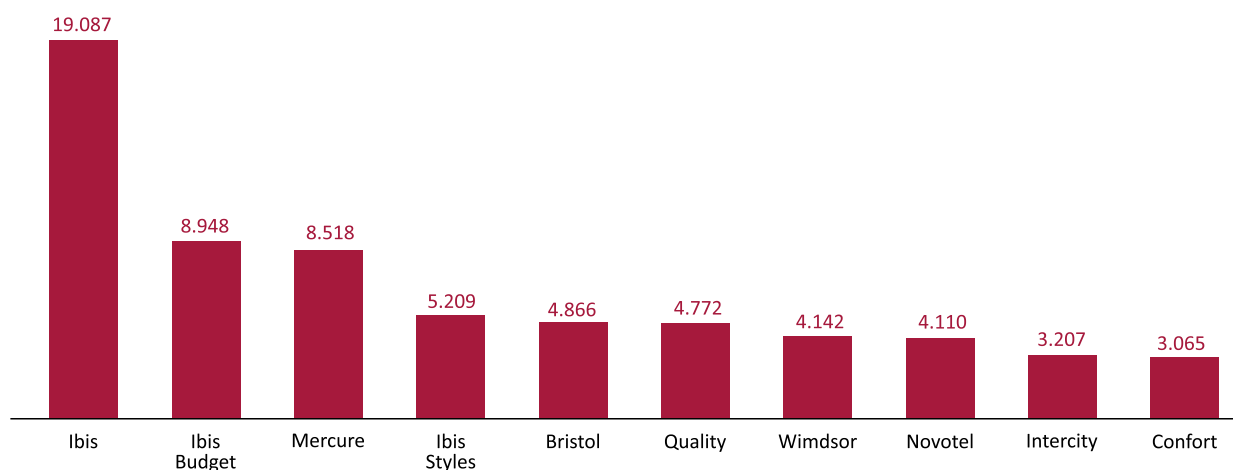
Tipo	Resorts	%	Quartos	%
Resorts de cadeias nacionais	31	26,3%	8.544	29,8%
Resorts de cadeias internacionais	23	19,5%	8.190	28,6%
Resorts independentes	64	54,2%	11.904	41,6%
Total de Resorts no Brasil	118	100,0%	28.638	100%

Fonte: JLL (2019).

5.1 Maiores marcas hoteleiras

As 10 maiores marcas hoteleiras do Brasil são apresentadas a seguir (**Gráfico 1**), demonstrando uma concentração de apartamentos na rede Accor Hotels, composta pelas marcas Ibis, Ibis Budget, Mercure, Ibis Styles, Novotel, entre outras. O **Anexo 1** apresenta o Ranking das cadeias hoteleiras no Brasil.

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



Fonte: JLL (2019).

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 calculado pela fórmula a seguir:

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

Onde:

TO = taxa de ocupação

UH = unidades habitacionais

A taxa de ocupação dos hotéis no Brasil atingiu seu maior valor 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. Os anos de 2017 e 2018 houve leve crescimento, mas com taxa ainda modesta, de 56,5% e 58,9%, nesta ordem (**Tabela 3**).

Tabela 3 – Taxa de ocupação dos hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2018

Ano	Hotéis urbanos (Hotéis & Flats)	Varição
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%

Ano	Hotéis urbanos (Hotéis & Flats)	Variação
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%
2018	58,9%	4,1%

Fonte: JLL (2019).

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:

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

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, decresceu, chegando em 2017 a R\$ 227,70 (duzentos e vinte e sete reais). Em 2018 apresentou leve variação positiva, alcançando o valor de R\$ 229,50 (Tabela 4). Para o ano de 2019 espera-se um acréscimo nesse valor.

Tabela 4 – Diária média dos hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2018

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%
2018	229,5	0,8%

Fonte: JLL (2019).

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.

A RevPAR cresceu até 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. Em 2018 a situação passou a ser revertida e o RevPAR retomou o valor de R\$ 135,00, semelhante a 2016 (Tabela 5). Assim como no caso da diária média, espera-se a alta nos próximos anos.

Tabela 5 – RevPAR (R\$) hotéis urbanos brasileiros no período de 2004 a 2018

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%
2018	135,0	4,7%

Fonte: JLL (2019).

5.3 Origem dos hóspedes

A origem dos hóspedes nos hotéis urbanos e flats é predominantemente de brasileiros, com 86% de participação. Quando a demanda é segmentada por valor de diária, observa-se um percentual mais elevado de estrangeiros nos valores acima de R\$ 398,00, caracterizando turistas com maior poder de consumo (Tabela 6). Deve-se atentar que há espaço para crescimento dessa demanda qualificada e que deve ser incentivado.

Tabela 6 – Origem dos hóspedes por valor de diária

Origem	Diária média acima de R\$ 398	Diária média entre R\$ 234 - R\$ 398	Diária média abaixo de R\$ 234	Total
Brasileiros	54,5%	80,4%	90,3%	86,00%
Estrangeiros	45,5%	19,6%	9,7%	14,00%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: JLL (2019).

5.4 Segmentação da demanda

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

Tabela 7 – Segmentação da demanda

Segmento	Diária média acima de R\$ 398	Diária média entre R\$ 234 - R\$ 398	Diária média abaixo de R\$ 234	Total
Negócios	68,4%	63,1%	64,1%	64,0%
Lazer	15,8%	22,1%	24,2%	23,3%
Grupos de eventos	11,0%	10,4%	6,7%	8,0%
Tripulação	2,5%	3,2%	3,3%	3,2%
Outros	2,4%	1,2%	1,6%	1,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: JLL (2019).

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\$ 398,00, são necessários 0,75 funcionários por apartamento, enquanto que para hotéis com diária média abaixo de R\$ 234,00, são necessários 0,28 funcionários por apartamento. Fica claro, então, que hotéis com diárias mais elevadas são maiores geradores de emprego. Já os *flats*, por não oferecer os mesmos serviços dos hotéis, empregam uma quantidade menor de pessoas. Observa-se a redução da quantidade de funcionários por apartamento quando se compara o ano de 2018 com 2017. Enquanto em 2018 a média de funcionários por apartamento é 0,30 em 2017 era de 0,33. Outra particularidade é a busca por funcionários cada vez mais especializados e qualificados.

Tabela 8 – Quantidade de funcionários por apartamento disponível

Departamento	Hotéis			Flats	Brasil média
	Diária média acima de R\$ 398	Diária média entre R\$ 234 - R\$ 398	Diária média abaixo de R\$ 234		
Apartamentos	0,27	0,18	0,13	0,15	0,15
Alimentos e bebidas	0,23	0,19	0,08	0,04	0,08
Outros departamentos Operacionais	0,05	0,02	0,01	0,01	0,01
Administração	0,09	0,05	0,03	0,03	0,03
Marketing e vendas	0,04	0,01	0,01	0,01	0,01
Manutenção	0,05	0,03	0,02	0,02	0,02
Outros	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00
Total	0,75	0,49	0,28	0,26	0,30

Fonte: JLL (2019).

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.

O Banco do Nordeste contratou R\$ 488,6 milhões em créditos para empreendimentos relacionados ao segmento turístico em sua área de atuação, de janeiro a setembro deste ano.

Um destes empreendimentos foi o Hotel da Villa, construído na Praia de Iracema, um dos cartões postais de Fortaleza. Em 2008, a empresária Maíce Saraiva comprou a casa em cujo terreno foi construído o hotel. Os recursos para levantar a obra foram contratados no Banco do

Nordeste, com juros atrativos, no âmbito do Programa de Apoio ao Turismo Regional - FNE Proatur. A linha tem como objetivo integrar e fortalecer a cadeia produtiva do turismo, ensejando o aumento da oferta de empregos e o aproveitamento das potencialidades turísticas da Região, em bases sustentáveis.

As operações de crédito estão sendo contratadas prioritariamente nos municípios identificados pelo Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) como prioritários para o desenvolvimento do turismo no País e aqueles integrantes dos polos turísticos definidos pelo BNB.

Também são apoiados os corretores turísticos, que correspondem às conexões entre os diferentes espaços turísticos de uma região e que se caracterizam, principalmente, por possuírem infraestrutura turística básica (estradas, transportes, comunicações, potencial turístico natural ou artificial, equipamentos de lazer etc.) e servirem de apoio a excursões realizadas por turistas.

São passíveis de financiamento a aquisição de bens de capital e a implantação, modernização, reforma, realocação ou ampliação de empreendimentos do setor de turismo, inclusive aqueles relacionados à economia da cultura.

Proatur

O Proatur destina-se a pessoas jurídicas de direito privado e empresários registrados na junta comercial que realizem atividades produtivas nos seguintes segmentos: agências de turismo, meios de hospedagem, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos, acampamentos turísticos, guias de turismo, centros ou locais destinados a convenções, feiras, exposições e similares, equipamentos de entretenimentos e lazer, casas de espetáculos, shows e equipamentos de animação turística além de locadoras de veículos para turistas.

Também podem ser financiados a capacitação de mão de obra necessária ao empreendimento já financiado ou em análise pelo Banco; bem como a implantação de sistemas de gestão de qualidade, a aquisição de meios de hospedagem já construídos ou em construção, e ainda empreendimentos destinados à prestação de serviços de alimentação e que, por suas condições de localização ou tipicidade, podem ser considerados de interesse turístico.

7 TENDÊNCIAS NO MERCADO HOTELEIRO

- A atividade hoteleira faz parte da cadeia produtiva do turismo e é altamente impactada pelas conjunturas e tendências nacionais e internacionais. São muitas as preferências e intenções dos consumidores e algumas delas estão apresentadas a seguir.
- As **famílias** mudaram, e com isso as necessidades devem ser adaptadas à nova realidade. Famílias menores, com um ou dois filhos, mas com necessidades para acomodar todos juntos na hotelaria de lazer.
- A opção **Pet Friendly**, passa a ser não apenas um diferencial, mas o motivo para seleção de um empreendimento hoteleiro para muitas famílias.
- A **personalização dos serviços** de hotelaria é outro fator de decisão no momento da escolha de um hotel: adaptação dos horários de *check in* e *check out*, alimentação adequada às necessidades do cliente, entre outros serviços.
- As gerações atuais consideram imprescindível a disponibilização de **tecnologia**, como internet de qualidade, modernos aparelhos de televisão (*smart TV*), diversidade de canais, entre outros recursos.
- A tecnologia também deve ser utilizada em favor da **segurança** do empreendimento, com a utilização de sistemas de filmagens, cartões magnéticos para acesso aos elevadores e apartamentos, cofres digitais e equipamentos de comunicação.
- A forma de aquisição de diárias e de outros serviços turísticos também evoluiu bastante, atualmente é comum a **utilização de OTAs** – do inglês *Online Travel Agency* (Agências de Viagem Online) e **aplicativos**, como a Expedia.com, Decolar.com e Booking.com. A não adequação do empreendimento ao comércio eletrônico pode gerar perdas consideráveis na quantidade de hóspedes. As indicações e recomendações observadas nesses sites é fator decisivo na hora da escolha do hotel.
- Em um futuro próximo quando o cliente comprar em um hotel, será possível saber se ele curtiu suas páginas de social mídia, se teve engajamento nas publicações de e-mail marketing e quantas vezes ele visitou seu site. Tudo isso para criar uma experiência de compra personalizada e individualizada.
- A **economia compartilhada** é outra tendência entre a nova geração. No setor de hotelaria surge nos empreendimentos de multipropriedade, onde o cliente tem participação em uma quantidade de diárias por período no empreendimento.
- A população está atenta à **práticas politicamente corretas** e mais justas, como consumo colaborativo, consciência ecológica e acessibilidade e os empreendimentos devem ser pensados de acordo com essas propostas.

REFERÊNCIAS

- CPT - CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS. O Setor Hoteleiro e suas Características. Viçosa – MG. Disponível em: <https://www.cpt.com.br/>. Acesso em 3 de Out. 2018.
- 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 de Out. 2018.
- LAFIS – Informação de Valor. **Novo Relatório Setorial – Hotéis e Turismo**. Julho de 2016.
- LAFIS – Informação de Valor. **Hotéis e Turismo**. Disponível em: <https://www.lafis.com.br/economia/setores-da-economia-brasileira/setor-hot%C3%A9is>. Acesso em 21 de Out. 2019.
- 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 de Out. 2018.

ANEXO 1 - RANKING DAS CADEIAS HOTELEIRAS NO BRASIL

2019	Cadeias hoteleiras	Número de quartos	Número de hotéis
1	Accor	52.818	319
2	Choice	11.632	73
3	Nobile	6.732	30
4	Wyndham	6.517	33
5	Nacional Inn	6.306	57
6	Intercity	6.163	38
7	Ameris by Nobile	6.005	85
8	Transamérica	4.381	23
9	Hplus	4.365	15
10	Blue Tree	4.218	22
11	Windsor	4.142	16
12	Bourbon	4.044	19
13	Grupo Roma	3.656	13
14	Marriott	3.563	14
15	Slaviero	3.303	26
16	IHG	3.279	14
17	Radisson Hotel Group	3.049	14
18	Vila Galé	2.922	8
19	Rede Bristol	2.908	19
20	Aviva	2.717	10
21	Louvre Hotels	2.667	12
22	Laghetto	2.254	17
23	Hilton	2.173	7
24	Bristol Hotelaria	2.114	15
25	GJP	2.106	11
26	Go Inn	1.905	10

2019	Cadeias hoteleiras	Número de quartos	Número de hotéis
27	Meliá	1.713	5
28	Best Western	1.615	12
29	Othon	1.550	10
30	Promenade	1.495	10
31	Hotéis Privé	1.422	4
32	Master Hotéis	1.409	10
33	Royal Palm Hoels	1.386	7
34	Deville	1.269	8
35	Tauá	1.267	4
36	Club Med	1.246	4
37	Hyatt	1.196	4
38	Iberostar	1.168	2
39	Samba Hotéis	1.148	12
40	Enjoy Hotéis & Resorts	1.128	3
41	Travel Inn	1.065	11
42	Estanplaza	1.028	7
43	Atlântica	1.027	7
44	Astron	1.014	9
45	Hotéis Rits	1.005	8
46	Plaza Brasília	1.003	4
47	Rede Plaza	981	6
48	Hotel 10	896	10
49	Vert Hotéis	847	7
50	Pontes Hotéis	822	3

Fonte: JLL (2019).

Nota: (1) Inclui hotéis e flats inaugurados até julho de 2019

ANEXO 2 – SISTEMA BRASILEIRO DE CLASSIFICAÇÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

1 estrela

- Serviço de recepção aberto 12 hs e acessível por telefone 24 hs;
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 9 m² (em no mínimo 65% das UH);
- Banheiros nas UH com 2 m² (em 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...

2 estrelas

- Serviço de recepção aberto 12 hs e acessível por telefone 24 hs;
- Serviço de guarda dos valores dos hóspedes;
- Área útil da UH, exceto banheiro, com 11 m² (mínimo 70%);
- Banheiro nas UH com 2 m² (em 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...

3 estrelas

- Serviço de recepção aberto 12 hs e acessível por telefone 24 hs;
- 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...;
- 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...;
- 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.

5 estrelas

- 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 DE 2018 DISPONÍVEIS

- Bebidas não alcoólicas - 07/2019
- Micro e minigeração de energia - 07/2019
- Saúde - 07/2019
- Móveis - 07/2019
- Telecomunicações - 06/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio do NE: cacau e produtos - 06/2019
- Fruticultura - 06/2019
- Saneamento - 06/2019
- Bebidas Alcoólicas - 05/2019
- Biocombustíveis - 05/2019
- Indústria de Alimentos - 05/2019
- Grãos: feijão, milho e soja - 05/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Produtos Apícolas - 04/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Sucos - 04/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Sucroalcooleiro - 04/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Fibras e Têxteis - 04/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Frutas, Nozes e Castanhas - 03/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Produtos Florestal - 03/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE: Grãos - 03/2019
- Comércio Exterior do Agronegócio NE - 03/2019
- Shopping Centers - 02/2019
- Energia Eólica - 02/2019
- Silvicultura - 02/2019
- Setor Sucroalcooleiro - 02/2019
- Apicultura - 01/2019
- Panorama da infraestrutura no NE: energia elétrica - 01/2019
- Panorama da infraestrutura no NE: saneamento - 01/2019
- Panorama da infraestrutura no NE: transportes - 01/2019
- Produção de coco - 12/2018
- Produção de algodão - 12/2018
- Rochas Ornamentais - 12/2018
- Energia solar fotovoltaica - 12/2018
- Turismo - 12/2018
- Setor de Serviços - 12/2018
- Cajucultura - 11/2018
- Bovinocultura leiteira: genética e economia - 11/2018
- Grãos: feijão, milho e soja - 11/2018
- Pescados - 11/2018
- Construção Civil - 11/2018
- Comércio 2018/2019 - 11/2018
- Setor hoteleiro no Brasil - 11/2018
- Café - 10/2018
- Petroquímica - 10/2018
- Vestuário - 10/2018
- Bovinocultura leiteira: cruzamentos - 10/2018
- Citricultura - 09/2018
- Floricultura - 09/2018
- Comércio eletrônico (E-commerce) - 09/2018
- Mandiocultura - 09/2018
- Couros e calçados - 08/2018
- Indústria siderúrgica - 08/2018
- Carnes - 04/2018
- Petróleo e gás natural - 01/2018

ANÁLISES SETORIAIS ANTERIORES

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

CONHEÇA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO ETENE

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

ANÁLISES PREVISTAS PARA 2019

Título	Previsão
Petróleo e gás natural	dezembro-19
Micro e pequenas empresas	dezembro-19
Bovinocultura leiteira	dezembro-19
Tecnologia da informação	dezembro-19
Energia solar	dezembro-19
Café	dezembro-19
Locação de imóveis	dezembro-19
Carnes	dezembro-19
Floricultura	dezembro-19
Indústria da construção civil	dezembro-19
Setor têxtil	dezembro-19
Indústria siderúrgica	dezembro-19
Produção de mandioca – raiz, farinha e fécula	dezembro-19
Rochas ornamentais	dezembro-19
Vestuário	dezembro-19
Indústria petroquímica	dezembro-19
Coco	dezembro-19
Citricultura	dezembro-19
Hotéis	dezembro-19
Grãos: feijão, milho e soja	dezembro-19
Comércio e Serviços	dezembro-19
Energia térmica	dezembro-19
Aquicultura e pesca	dezembro-19
Hortaliças: Batata e Tomate	dezembro-19
Algodão	dezembro-19