

Hotéis

editora
EJOTA

A Referência no setor | www.revistahoteis.com.br

Ano XIX | Nº 214 | Fevereiro 2021



Retomada da hotelaria no Brasil em 2021 será lenta e gradual

Entrevista: Rui Eduardo Schürmann - Presidente da ABIH/SC
Inaugurações de hotéis prossegue mesmo com aumento da
pandemia da COVID-19

EXPERIÊNCIA DE BANHO INESQUECÍVEL E NA MEDIDA CERTA

A coleção de sachês Vida da Harus, é uma linha completa de produtos para banho, disponíveis em embalagens de 20ml e 30ml.

Ofereça ao seu hóspede este cuidado
e conforto sem desperdícios.



ENTRE EM CONTATO E GARANTA A LINHA VIDA
EM SEU MEIO DE HOSPEDAGEM.



(16) 3711-7300

Harus

soluções em hospitalidade

www.harus.ind.br

Perspectivas da retomada hoteleira

Aquela ideia romântica que muitas pessoas têm de se aposentar, montar uma pousada na praia e viver de comer peixe e receber alguns amigos, felizmente está acabando. Hoje a hotelaria é um negócio e tem que ser gerido como tal. Esse é um dos pontos abordados na entrevista com Rui Eduardo Schürmann, o novo Presidente da ABIH/SC. Ele destaca o impacto da pandemia no setor, as lições e aprendizado e as perspectivas da retomada.

E uma matéria super especial sobre esse assunto também foi preparada com muito carinho entrevistando representantes de entidades e renomados profissionais do setor.

Confira também vários empreendimentos hoteleiros que entraram em operação no mês de dezembro e janeiro, mostrando o quanto é dinâmico o setor. Outras matérias de altíssimo conceito e credibilidade editorial também são apresentadas para deixa-lo muito atualizado dos últimos fatos e acontecimentos do setor. Uma ótima leitura e até nosso encontro em março.



Edgar J. Oliveira

Diretor editorial

Diretor Editorial:

Edgar J. Oliveira

Diretora Administrativa Financeira:

Helena Ota de Oliveira

Editor e jornalista responsável:

Edgar J. Oliveira – MTB/SP 23.628

Criação, Arte e Diagramação:

João Victor Ota de Oliveira

Flávia Silveira

Redação:

Guilherme Lesnok – MTB/SP 86296

Hugo Okada

Luiz Marcos Fernandes – Colaborador

Departamento Comercial:

Fernando Rodrigues e Rogério Valala

Representante em Portugal:

Antônio L. Accioly – Fone 351 911 990 448

Departamento Jurídico:

Dr. Murillo Akio Arakaki OAB/SP nº 314.861 e

Dra. Maria José de Souza Arakaki – OAB/SP nº 314.853

CTP e Impressão:

Gráfica Santa Edwiges

Fotos:

Divulgação

Foto da capa:

starline – freepik.com

vectorpouch – freepik.com

Redação, Administração e Publicidade

Rua José Ferreira Rocha, 39 – Liberdade

São Paulo – SP – CEP: 01508-040

(11) 3341-0476 | 3208-1186

www.revistahoteis.com.br | revista@revistahoteis.com.br



RevistaHoteisOficial



revistahoteis



revistahoteis



revistahoteis



Revista Hotéis



revista-hoteis

Filiada a:



• Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva de seus autores, não representando necessariamente a opinião da Revista Hotéis.

• Revista Hotéis e Editora EJOTA, são marcas registradas no INPI sob números: 827.454.597 de 16/06/2005 e 824.560.345 de 29/05/2002

CNPJ: 04.994.772/0001-47

Credibilidade na informação

“**A**companho as publicações da Revista Hotéis há muitos anos e posso destacar: a credibilidade, profundidade e imparcialidade na pesquisa e divulgação das informações relevantes dos setores de hotelaria e turismo. Isso é essencial nestes tempos de profundas transformações comportamentais e tecnológicas em consequência da pandemia de COVID-19 que estamos vivenciando há quase um ano e que está impactando muito o nosso segmento. A publicação traz regularmente atualizações sobre gastronomia, gestão, tecnologia da informação, lançamentos hoteleiros, fornecedores, questões legais e mais recentemente informações sobre impactos da pandemia, com riqueza de detalhes que a tornam uma leitura necessária aos profissionais do setor. Parabenizo toda equipe deste veículo relevante e indispensável aos profissionais da Hotelaria e Turismo!”



João Paulo Berger

Gerente geral do Sheraton Santos Hotel



6 Entrevista
Rui Eduardo
Schürmann



55 Destaques e especiais
Inaugurações de hotéis prossegue mesmo
com aumento da pandemia da COVID-19

12 Matéria de Capa

Retomada da hotelaria no Brasil em 2021
será lenta e gradual



28 Investimentos

32 Modernização

34 Gastronomia

36 Responsabilidade

40 Mercado

70 Vacation

75 Administração

80 Trade

87 Giro Pelo Mundo

90 Painel

93 Opinião

97 Vitrine

Rui Eduardo Schürmann: o novo timoneiro da ABIH/SC

Ele é um empresário catarinense bem sucedido que comanda o Grupo Vila do Farol que consiste em uma construtora e incorporadora e quatro empreendimentos hoteleiros. O executivo tomou posse no início desse ano como o novo Presidente da ABIH/SC - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina. Ele já participava ativamente na diretoria da Osmar Vailatti na qual o sucedeu agora tem o objetivo de dar continuidade ao trabalho que estava sendo realizado, assim como modernizar a entidade.

Nessa entrevista exclusiva Rui Eduardo fala dos desafios no comando de uma das mais representativas entidades da hotelaria nacional, os impactos da pandemia da COVID-19, a alta temporada do verão bastante comprometida, com redução de mais de 50% na ocupação, como será retomada do setor e o fato de que os recursos liberados pelo Governo Federal para auxiliar o setor, não chegaram.

As lições que os hoteleiros podem tirar da pandemia da COVID-19, os preparativos para a realização do ENCATHO/EXPROTEL em agosto, perspectivas para a hotelaria nos próximos anos também são abordadas por Rui Eduardo nessa entrevista que ele conclui dizendo: Aquela ideia romântica de que a pessoa vai se aposentar, montar uma pousada na praia e viver de comer peixe e receber alguns amigos felizmente está acabando. Hoje a hotelaria é um negócio e tem que ser gerido como tal. Confira a seguir a entrevista.

Revista Hotéis - Qual a bagagem profissional que apresenta para comandar a ABIH/SC?

Rui Eduardo Schürmann - Sou formado em Direito pela Univali de Santa Catarina, advogado com registro na OAB/SC, com especialização em Empresas Familiares e MBA em Gestão de Empresas. Na Hotelaria tenho experiência como Gerente-Geral, Diretor Financeiro, Diretor de Hotelaria, Diretor-Geral e hoje Presidente de um grupo empresarial que agrega quatro hotéis no litoral de Santa Catarina.

R.H - O que o levou a aceitar esse novo desafio profissional e quais são seus planos frente a ABIH/SC?

R.E.S - Participei da Entidade como representante das nossas empresas, já fui diretor e me mantive acompanhando os trabalhos realizados e participando dos eventos e no meio do ano passado fui convidado para retornar a diretoria, desta vez como diretor-presidente. O convite partiu do Sr. Osmar Vailatti, então diretor-presidente e hoje Presidente do Conselho Deliberativo. Eu entendi que era o momento de colaborar de uma forma mais participativa com a hotelaria catarinense.

Os planos que temos são uma complementação do trabalho desenvolvido pelo Osmar, trazendo novamente a Entidade para o protagonismo que sempre teve, não só na representação da hotelaria, como também no posicionamento junto ao setor de turismo. Nossa intenção também é de modernizar a entidade, utilizando as ferramentas tecnológicas hoje disponíveis para podermos prestar um serviço de melhor qualidade ao nosso associado.

Mas o grande desafio que se desenhou é o de auxiliar a hotelaria catarinense a enfrentar os efeitos da pandemia. No mundo todo os efeitos econômicos no setor de turismo foram os mais devastadores, temos que lembrar que muitas atividades ainda não voltaram, como os eventos, e que estas pessoas estão sem



do & Negócios

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS
SANTA CATARINA

2020

Mercado & Negócio

ABH

BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS
SANTA CATARINA

encat

ABH

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS
SANTA CATARINA

Mercad

ho  exprotel
2020

cado & Negócios


exprotel

Negócio

ABH

ÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE H
SANTA CATARINA

H
INDÚSTRIA DE HOTÉIS
SANTA CATARINA

ho  exprotel

exprotel

2020

ercado & Negócio

condições de gerar o seu sustento por quase um ano. A hotelaria também depende muito destes eventos. Em menor ou maior escala, todos os hotéis dependem de um ou outro evento social, seja um casamento, uma reunião, encontros empresariais ou mesmo as viagens de negócios, portanto, alguns hoteleiros ainda aguardam para poder contratar funcionários e retornar ao seu negócio.

R.H - Como você, que é um empresário do setor hoteleiro, acompanhou os vários embates judiciais para abrir e fechar os meios de hospedagem de Santa Catarina em razão da COVID-19? Na sua opinião houve equívocos, abusos ou excessos?

R.E.S - Não só na questão do final do ano, mas também com as portarias, decretos e demais medidas que os governos adotaram durante o ano passado inteiro, o profissional que mais necessitamos consultar foram os advogados. Na questão específica do final do ano, o Governo do Estado publicou uma portaria autorizando os meios de hospedagem a trabalhar com 100% de sua capacidade de ocupação. O Ministério Público entendeu que esta questão poderia oferecer risco de saúde pública e conseguiu suspender a decisão. Após uma briga jurídica árdua, onde a Procuradoria Geral de Santa Catarina agiu defendendo a posição do Governo do Estado, e conseqüentemente a hotelaria catarinense, o Tribunal de Justiça entendeu (provisoriamente) que a competência para editar tal ato seria pertinente a gestão pública, portanto, caberia ao governo o entendimento e não poderia ser discutido da forma como fora.

Finalmente, voltamos para a possibilidade de 100% de ocupação. Na nossa visão, este entendimento de que a ocupação da hotelaria poderia causar um aumento nos casos não procede, pois, os meios de hospedagem obedecem a procedimentos de limpeza muito bem estudados e realizados. Na limpeza de um quarto, o estabelecimento hoteleiro já toma uma série de medidas e cuidados, e isto ficou ainda mais rígido durante a pandemia. Temos que lembrar que o Ministério do Turismo - Mtur foi o primeiro Ministério a publicar diretrizes para que o setor funcionasse. Temos

procedimentos de funcionamento para todo o setor turístico. O MTur inclusive criou um selo de conformidade, que possibilita que o próprio hóspede avalia a limpeza do estabelecimento hoteleiro. Portanto, se falar em risco maior de contaminação em um quarto de hotel é senso comum, ou seja, carece de um conhecimento mais detalhado de como o setor funciona, qual é a rotina e realidade dentro de um hotel, visto com os olhares de um técnico e não de um hóspede. E nas áreas comuns, os hotéis estão seguindo absolutamente todas as normas para cada caso, ou seja. O restaurante do hotel segue as normas dos demais restaurantes, as piscinas seguem as normas de piscinas de clubes ou academias, e assim por diante.

Na limpeza de um quarto, o estabelecimento hoteleiro já toma uma série de medidas e cuidados, e isto ficou ainda mais rígido durante a pandemia

R.H - Daria para precisar o impacto que teve a COVID-19 nos meios de hospedagem de Santa Catarina em 2020? É possível recuperar as perdas em curto prazo?

R.E.S - Este impacto é ainda desconhecido, pois temos que lembrar que alguns estabelecimentos ainda não voltaram a funcionar, inclusive alguns hotéis chegaram a ser adaptados para funcionar como escritórios, pois a demanda caiu a praticamente zero. A recuperação é também uma incógnita, pois, temos vários tipos de hotelaria dentro da hotelaria. Por exemplo, a hotelaria de lazer do litoral, que deveria estar vivendo sua safra, está com a ocupação muito menor do que um ano normal. A hotelaria de lazer na Serra teve uma tímida recuperação no final do ano passado mas perdeu a sua safra que foi o inverno de 2020. Já a hotelaria de negócios está parada deste março, quando começou a quarentena. Sobre 2021, temos que aguardar para ver como fica a vacinação da população, para sabermos quando poderemos considerar uma volta à normalidade.

R.H - Como estão os entendimentos com

os prefeitos eleitos para tratar da questão COVID-19 x meios de hospedagem, assim como o Governo Estadual. Corre o risco de novos fechamentos de hotéis?

R.E.S - Como o setor está muito bem normatizado, com vários procedimentos estabelecidos, a relação com as prefeituras municipais ficou bem melhor. Assim como aconteceu também com o Governo de Santa Catarina, depois que tivemos muitos problemas no ano passado, agora foram abertos vários canais de comunicação com o próprio Governador, que tem sido bastante compreensivo com a hotelaria. Acreditamos que o pior passou, de agora em diante as medidas que porventura tenham que ser tomadas tendem a serem discutidas antes. Sobre novos fechamentos não acreditamos que isso possa ocorrer, pois a questão da vacinação está caminhando e podemos dizer que temos novamente esperança no final da pandemia, agora com a chancela da medicina.

R.H - Como está sendo a retomada do setor hoteleiro catarinense? A temporada de verão está comprometida ou ainda é possível recuperar e atrair os turistas argentinos em razão do início da vacinação?

R.E.S - A retomada será lenta, assim como no Brasil todo. A temporada de verão foi bastante comprometida, com redução de mais de 50% na ocupação. Uma grande parte disto é em razão dos argentinos que não puderam vir e também dos brasileiros que acabaram desistindo de seus planos de viagens. A questão dos turistas argentinos é uma grande incógnita ainda, pois as fronteiras continuam fechadas sem previsão de abertura. E mesmo que as fronteiras sejam reabertas, não existem indicadores que digam que os argentinos virão.

A retomada será lenta, assim como no Brasil todo. A temporada de verão foi bastante comprometida, com redução de mais de 50% na ocupação.

R.H - Na sua opinião, quais as lições os hoteleiros podem tirar da pandemia da COVID-19?

R.E.S - Estas lições são bem particulares, pois cada estabelecimento hoteleiro enfrentava uma realidade distinta, portanto, as causas e consequências da pandemia atingiram cada empresa de uma forma.

Nas empresas, sem dúvida alguma, a atenção pela gestão do negócio ganhou uma força ainda maior. A pandemia mostrou que as empresas que tinham controles apurados, gestão financeira bem executada, controles de custos bem definidos e estratégias comerciais e de marketing pensadas e bem executadas, tiveram um impacto menor no resultado. E quando eu falo nestas questões não estou me referindo ao tamanho da empresa nem na capacidade financeira dela, e sim em controles bem feitos, mesmo que os mais simples, e definições bem claras do que se quer do negócio. Esta questão se aplica a qualquer tamanho de empresa, desde uma pousada com cinco quartos até hotéis com centenas de quartos.

Outro ponto importante é que os destinos turísticos, no caso específico os Municípios, começaram a entender que o planejamento turístico é importantíssimo. Existem atrativos que a natureza nos deu, mas temos que ter estrutura nos locais para receber os turistas, bem como estratégias bem desenvolvidas para se atrair este turista, com planos de promoção do destino bem claros e executados.

Outro ponto importante é que os destinos turísticos, no caso específico os Municípios, começaram a entender que o planejamento turístico é importantíssimo.

R.H - As Medidas Provisórias editadas pelo Governo Federal foram suficientes para garantir o fôlego financeiro da hotelaria catarinense? O crédito liberado chegou a quem necessitava? Ou é necessário novas medidas?

R.E.S - Infelizmente não. O crédito não chegou, as empresas continuam em dificuldades financeiras e veremos estes problemas se acentuarem ao longo deste ano. Claro que seriam necessárias outras medidas, mas o dinheiro infelizmente não é destinado a quem precisa. Veja o exemplo da indústria

automobilística, uma grande montadora decidiu deixar o país. Pesquisem os recursos que esta montadora recebeu de incentivos fiscais nos últimos anos e façam uma relação com o número de empregos gerados, agora verifique a questão do turismo no Brasil, o que temos disponível de linhas de crédito (não estamos nem falando de incentivos, mas de empréstimos com juros menores que serão pagos) e compare com o volume de emprego que o turismo gera. Veremos que são dois pesos e duas medidas, completamente diferentes.

Além do crédito que não chegou a quem precisava, temos ainda a questão de determinadas despesas, principalmente as taxas municipais. Os estabelecimentos hoteleiros ficaram grande parte do ano passado fechados sendo que alguns deles ainda estão. No período de fechamento as taxas de recolhimento de lixo seguiram sendo cobradas, na grande parte dos municípios. Já no início deste ano, os estabelecimentos hoteleiros estão recebendo as novas taxas de lixo e os carnês estão chegando sem um único centavo de desconto. Esta questão demonstra que não só a hotelaria enfrenta os problemas de falta de crédito, mas também conta com a falta de empatia dos gestores municipais.

Já no início deste ano, os estabelecimentos hoteleiros estão recebendo as novas taxas de lixo e os carnês estão chegando sem um único centavo de desconto.

R.H - Como estão os preparativos para a realização do ENCATHO / EXPROTEL 2021? Esses eventos vão acontecer de forma presencial e o que o público e expositores podem esperar?

R.E.S - Estamos nos preparando para realizar o Encatho/Exprotel em agosto deste ano. Estamos firmando uma parceria com a Fecomércio e realizaremos em conjunto com um evento deles, destinado também ao turismo. Nas próximas semanas teremos isto tudo alinhado e faremos a divulgação oficial. Ficamos na expectativa que realmente em agosto os eventos presenciais possam já ser realizados.

R.H - Na sua visão de empresário do setor hoteleiro, quais são os gargalos existentes no Brasil para se desenvolver novos hotéis? O que é necessário para reativar o setor?

R.E.S - Eu sou um otimista por criação, aprendi assim com meu Pai, então entendo que os gargalos existem em qualquer lugar do mundo, em alguns locais maiores e em outros menores, mas sempre teremos dificuldades. O que nós precisamos é ter a coragem para enfrentar os desafios e sabedoria para encontrar as melhores alternativas. Nos próximos meses, teremos que ter muita coragem, determinação e resiliência, pois os desafios ainda serão grandes.

Sem dúvida precisamos ter as vacinas disponibilizadas para a população, só assim as pessoas terão segurança de novo para sair de casa.

E também precisamos ter a colaboração dos governos para que sejam realizados os planejamentos dos destinos e isto seja colocado em prática. Temos que “nos vender bem”, porque as pessoas vão querer sair de casa e passear com suas famílias, portanto teremos que nos apresentar a estes viajando como uma boa opção.

R.H - Que análise você faz do setor hoteleiro nos próximos anos?

R.E.S - Verificamos que existe um novo pensamento que começa a dominar o setor. Aquela ideia romântica de que a pessoa vai se aposentar, montar uma pousada na praia e viver de comer peixe e receber alguns amigos felizmente está acabando. Hoje a hotelaria é um negócio e tem que ser gerido como tal. Temos que ter planejamento como qualquer outra empresa, não importa o seu tamanho, você tem que ter o negócio na sua mão. O mercado, cada vez mais, vai exigir esta profissionalização.

Devemos também verificar um aumento de grupos hoteleiros, dos mais diversos tamanhos. Grupos formados por hotéis de médio e pequeno porte, para ganhar sinergia de divulgação e de operação. Como em todo setor, o setor hoteleiro passa por uma forte pressão por custos menores. Em muitas ocasiões este custo menor pode ser conseguido com esta sinergia. ■

revista **Hotéis**

A referência do setor

Baixe nosso app e tenha o mundo da hotelaria na palma da mão!

- Veja a edição do **mês**;
- Receba notícias **exclusivas**;
- Pesquise através de GPS uma grande relação de **fornecedores do setor** e muito mais!



Retomada da hotelaria no Brasil em 2021 será lenta e gradual

O segmento sofreu um grande impacto provocado pela pandemia da COVID-19 em 2020, mas já começou a reagir, principalmente o setor de lazer





A pandemia da COVID-19 que teve início no final de 2019 na China e se espalhou rapidamente pelo mundo, teve um grande impacto na economia mundial. E a hotelaria foi um dos setores que mais sentiram esse impacto, pois é o principal elo da economia do turismo. E no Brasil o impacto nos hotéis voltados ao business travel foi devastador. Isso é o que afirma Orlando de Souza, Presidente executivo do FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. “Mais de 90% dos hotéis filiados ao FOHB têm 90% de seu fluxo financeiro em cima do business travel e são dependentes de malha aérea, dos eventos, feiras, congressos e reuniões. Como tudo isso parou, nossas receitas foram, num primeiro momento para quase zero. Atualmente apenas 6% dos hotéis que interromperam as operações, em razão da COVID-19, se encontram fechados, mas devem retomar às atividades nesse mês de fevereiro. Mas com o recrudescimento na pandemia, é possível que muitos hotéis que reabriram podem voltar a fechar neste semestre de 2021 se a movimentação do business travel não

melhorar. Nós achamos que não vai melhorar, ou pode piorar se esta segunda onda vier com mais força ainda. Nessa situação as empresas não vão deixar seus quadros executivos viajarem e participarem de eventos enquanto não houver uma imunização consistente através de um processo alargado de vacinação.

Orlando defende ações das autoridades em relação a projeção para que as empresas possam sobreviver a esse período de escassez absoluta e para que possam estar minimamente saudáveis quando da retomada e lista algumas medidas. “A prorrogação do estado de calamidade, pois ainda ele persiste na prática, com a reedição das medidas trabalhistas de alívio na folha e dos encargos. A prorrogação de moratória no recolhimento de impostos, na reedição do benefício emergencial na suspensão de contratos de trabalho, evitando demissões. Prorrogação da lei que permite que não tenhamos que reembolsar reservas antecipadas, mas que sejam remarcados ou gerados créditos para

Taxa de Ocupação 2019 x 2020 – Brasil

Amostra: 454 hotéis



Fonte: FOHB
Média Nº de UHS amostra: 75 mil

Houve uma queda drástica na taxa de ocupação nos hotéis associados ao FOHB em 2020 na comparação com 2019

uso futuro (a exemplo do que fizeram para as aéreas). A demanda não volta porque as pessoas não querem viajar, não volta porque não podem e não devem viajar sem a vacina”, enfatiza Orlando.

Curva de aprendizado

Ele considera muito importante que: “A partir de que agora, passado este ano de impacto inicial da pandemia, onde todos tiveram que viver a curva de aprendizado, as autoridades comecem a ver separadamente os setores da economia e tomem medidas mais setoriais. Afinal de contas, os setores não estão todos com os mesmos problemas e muito menos ainda com as mesmas condições e momentos de retomada. O agronegócio vai bem como nunca, grande parte da indústria está acelerando rapidamente, o setor do varejo, incluindo alimentação, está vendendo como nunca, a construção civil vai bem, mas..... o setor de turismo está mal. E com chances de, se não for amparado, ficar inda pior com uma onda de demissões, fechamento de empresas, deterioração de produtos. O turismo precisa de ajuda”, solicita Orlando.

E ele conclui fazendo uma análise do comportamento da hotelaria corporativa nesse ano de 2021. “O cenário previsto para este primeiro semestre é muito negativo. Tudo depende da velocidade do processo de vacinação e como é um processo complexo, seja em quantidade de vacinas, seja na logística num País continental e seja na efetividade das vacinas. Se algo positivo acontecer, será somente a partir do segundo semestre deste ano. A retomada será muito lenta e bem gradual e é melhor pensarmos em sobreviver este ano e mirar a retomada em 2022”, concluiu Orlando.

Perdas de R\$ 261 bilhões no setor

Segundo a CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, o setor acumula um déficit de R\$ 261,30 bilhões desde março, sendo o equivalente a quatro meses de faturamento do segmento. Hoje em dia, a operação hoteleira está com 42% da capacidade mensal de geração de receitas. Isso desencadeou a perda de 437,9 mil postos formais de trabalho. Mas mesmo com esse cenário preocupante, Alexandre Sampaio, Presidente da FBHA - Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação enxerga expectativas de que dias melhores virão. “Entre altos e baixos, estamos sobrevivendo. O ano de 2020 foi peculiar para nós. O segmento que, em 2018, respondeu por 8,1% do PIB - Produto Interno Bruto do País, sendo o equivalente a US\$ 152,5 bilhões, sofreu um tsunami inesperado com a pandemia Tivemos demissões em grande escala e que impactaram significativamente o nosso segmento. Entretanto, não podemos ignorar o fato de que a situação poderia ter sido pior. Devemos ser gratos ao que conseguimos manter, pois a luta não foi - e continua não sendo - fácil”, salienta Sampaio.

Ele cita uma notícia animadora para o setor que ocorreu no mês de janeiro. “Foi disponibilizado um investimento de R\$ 8,3 milhões para 16 estados e o Distrito Federal. A iniciativa partiu do Ministério do Turismo que, com a medida, busca apoiar a reconstrução de campanhas promocionais, tanto de rotas turísticas quanto de produtos regionais, com foco no turismo interno e de curta distância -



Orlando de Souza: “A demanda não volta porque as pessoas não querem viajar, não volta porque não podem e não devem viajar sem a vacina”



Alexandre Sampaio: “Devemos ser gratos ao que conseguimos manter, pois a luta não foi – e continua não sendo – fácil”

que tende a ser uma das tendências mundiais para os próximos anos. O apoio financeiro não isenta a necessidade de manter as regras de biossegurança para garantir a proteção

dos turistas e, claro, dos trabalhadores do segmento. Na verdade, apenas reforça a importância de manter os protocolos em dia para que continuemos as nossas atividades de forma segura e responsável”, alerta Sampaio.

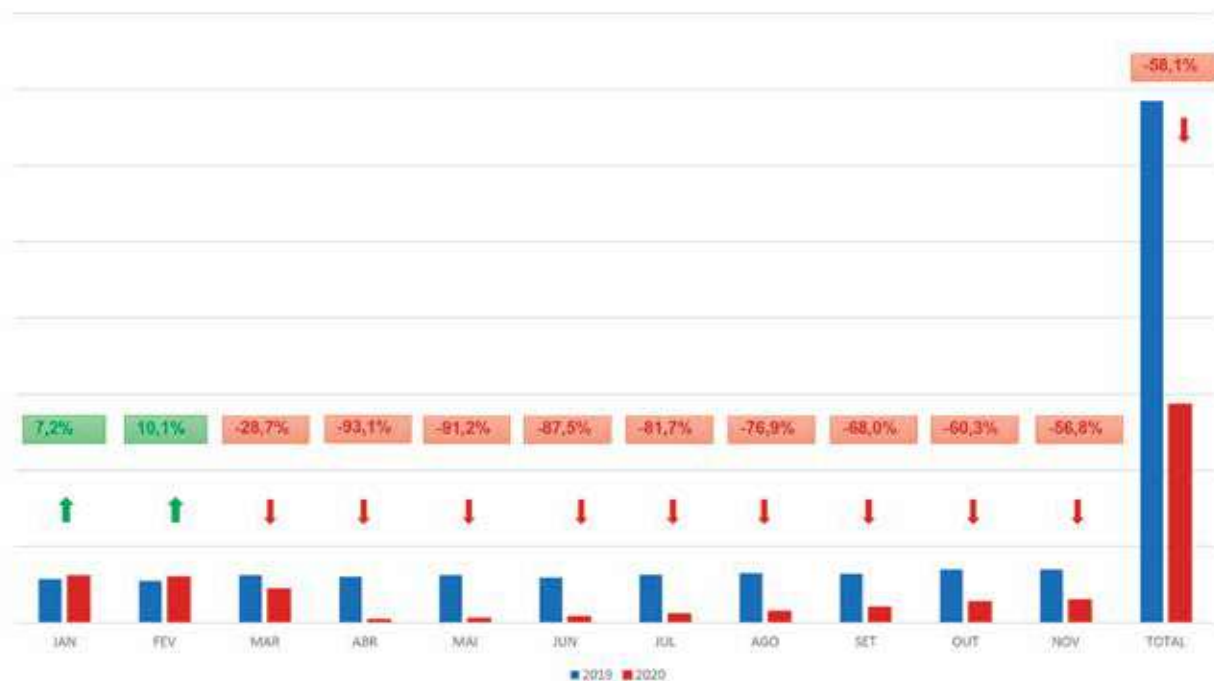
E ele conclui ressaltando que a retomada de grande parte dos negócios turísticos ainda depende de alguns pontos específicos que devem ser discutidos pelo governo o quanto antes. “Para esse primeiro trimestre, por exemplo, é fundamental que haja a postergação do Programa de Refinanciamento de Dívidas (REFIS), que voltaram a ser cobrados. Além disso, ainda aguardamos a prorrogação da Lei nº 14.046, responsável por assegurar aos consumidores a remarcação das reservas de serviços de turismo e de eventos devido à pandemia da COVID-19”, concluiu Sampaio.

Impacto também na hotelaria independente

E se a taxa de ocupação dos hotéis de redes foi baixa em 2020 e a pandemia da COVID-19 teve um grande impacto no resultado

Receita Hospedagem 2019 x 2020 – Brasil

Amostra: 454 hotéis



Fonte: FOHB
Média Nº de UHS amostra: 75 mil



Em fevereiro do ano passado a receita de hospedagem estava crescendo acima de 10%, mas fechou o ano com menos 56,8%



Manoel Cardoso Linhares: "A vacinação contra a COVID-19 será determinante para a volta completa das atividades dos meios de hospedagem"

das operações, nos hotéis independentes associados da ABIH Nacional – Associação Brasileira de Hotéis, o quadro não foi diferente. Isso é o que afirma Manoel Cardoso Linhares, Presidente da entidade. "Nossa ocupação foi muito baixa no ano passado. Estivemos durante seis meses com 90% dos hotéis do País fechados ou funcionando parcialmente, com a ocupação chegando no máximo a 5%. A retomada tem sido bastante lenta. O setor

teve boa demanda no reveillon e tem sentido um pequeno aumento na procura durante os finais de semana, principalmente em destinos próximos aos grandes centros, mas com as restrições ao número de hóspedes em alguns municípios. Esse movimento ainda é residual, não tem reflexos nos grandes centros, e apenas com venda de hospedagem nos finais de semana ou podendo comercializar apenas parte de seus quartos", afirma Linhares.

Segundo ele, o quadro só não foi pior em razão de algumas medidas do governo federal que beneficiou o setor, como: a aprovação e a extensão da MP 936 que possibilitou a renegociação de contratos de trabalho, com redução de jornada e salários, permitindo a manutenção de milhares de empregos pelo País. A aprovação da MP 944, que garantiu linhas de crédito para pagar os salários dos colaboradores do setor. E a MP 948 que desobrigou o reembolso imediato, por parte dos fornecedores, o setor mesmo diante de uma crise sem precedentes conseguiu resistir. "Porém, muitos meios de hospedagens precisarão de apoio do governo para conseguirem reabrir, através de linhas de crédito ou renegociações de dívidas de impostos que já estão sendo discutidas", alerta Linhares.

Para ele, a principal reivindicação do setor de hotelaria são: a suspensão da amortização



Ofereça aos seus hóspedes o melhor em acessórios para banheiros. www.metalworksbrasil.com.br (11) 4615-8800



das suas dívidas também em 2021- como foi feito a partir de abril até dezembro de 2020 - e a reprogramação dos pagamentos a partir de 2022. “O setor precisa dessas medidas para enfrentar um cenário que, após uma queda brusca no faturamento, vem mostrando uma recuperação ainda lenta, principalmente nos grandes centros. O resultado de serem obrigados a arcar com mais essa despesa no momento, pode ser o fechamento de vários meios de hospedagem pelo País. Os números mostram a necessidade de se adiar essa cobrança. Mesmo com a queda no faturamento, muitos empreendimentos tiveram que realizar investimentos em medidas de prevenção e sanitização dos ambientes. Ainda assim, a recuperação não alcança números que possam fazer os hotéis e pousadas pelo País arcarem com todas as suas despesas, após um longo período fechados, sem nenhuma receita. Uma das suas principais fontes de renda, os eventos presenciais estão suspensos até junho deste ano, o que agrava ainda mais a situação.

Diante desse quadro, o setor de hotelaria alerta as autoridades do governo federal sobre a necessidade de se rever a cobrança dessas dívidas a partir de janeiro deste ano, estabelecendo um prazo maior para seu pagamento. É importante lembrar que um dos vetores da recuperação econômica do País pode ser o turismo e que uma das atividades fundamentais para que ele aconteça é a hotelaria instalada no País, pois sem meios de hospedagem não há turismo”, lembra Linhares.

Em relação a expectativa para 2021, Linhares acredita que: “Seja bem melhor do que foi esse ano para a hotelaria, mas dificilmente alcançaremos os números de 2019. A vacinação contra a COVID-19 será determinante para a volta completa das atividades dos meios de hospedagem e, de acordo estudo elaborado pelo Bank of America, o processo de imunização deve se estender até o segundo trimestre de 2021. Até o momento, o que temos percebido é um crescimento na ocupação dos hotéis em pequenos destinos e cidades próximas aos grandes centros, uma tendência que deve se manter até que o processo de vacinação avance, quando o setor de eventos e outros

segmentos do turismo e, conseqüentemente, a hotelaria devem retomar com mais intensidade”, concluiu Linhares.

Impacto no lazer

Sérgio de Souza, Presidente da Resorts Brasil destaca que mesmo no setor de lazer, que é o foco dos resorts, o impacto da pandemia foi muito grande. “Todos os resorts associados tiveram que interromper as operações e isso perdurou por vários meses. Estimamos que as perdas chegaram a R\$ 3 bilhões em nosso setor, mas a crédito que a hotelaria de lazer irá se recuperar em menos tempo do que a hotelaria corporativa. Com certeza o segmento de lazer continua a gerar demanda em percentuais melhores do que a hotelaria corporativa, mas muito abaixo do que seria uma situação de normalidade. É importante ressaltar que os resorts perderam uma parte de seus negócios importante que são os eventos corporativos, congressos e viagens de incentivo. Além disso, o pico de demanda após a reabertura dos



Sérgio de Souza: “Estimamos que as perdas provocadas pela COVID-19 chegaram a R\$ 3 bilhões em nosso setor”

empreendimentos já sofreu uma retração e nos aponta uma preocupação constante com nossa ocupação no meio da semana. Dessa forma, teremos uma recuperação em médio e longo prazos”, avalia Souza.

Segundo ele, o cenário ainda é preocupante e os empreendimentos deverão passar por três fases: redução de prejuízos, equalização de custos x receitas, recuperação de rentabilidade. “Tendo em mente estas três situações cumpre-nos propor ações junto ao poder público que facilitem a recuperação desta rentabilidade. Isto contempla o âmbito trabalhista, financeiro, tributário, logística, desenvolvimento e infraestrutura. Importante ressaltar que a interlocução da Resorts Brasil nas três esferas de poder se dá em conjunto com o G20+ que congrega várias associações da cadeia do turismo, o que nos dá uma representatividade ampla do nosso segmento”, concluiu Souza.

Riscos ao investimento hoteleiro

O Consultor hoteleiro José Ernesto Marino Neto, CEO da BSH International revela que a pandemia da COVID-19 foi uma péssima novidade para o setor. “Academicamente enriqueceu o rol de riscos ao investimento hoteleiro. No dia-a-dia dos hotéis representou obrigação de rever custos. Como sempre houve processos demissionais e, infelizmente, redução de remuneração. Prestadores de serviços dos hotéis foram impactados. Muitos perderam seus contratos e outros foram obrigados a renegociar. O maior perdedor, de longe, foi o investidor, o dono do hotel.

As companhias hoteleiras de grande porte foram obrigadas a rever suas estratégias e a tentar se posicionar onde há receita, ou seja, na franquia. Com isso tentaram trazer terceiros para operação. Mas como sobreviver

Diminua em até 90% o tempo de atendimento na recepção do seu hotel

Conte com recursos integrados com o seu PMS para tornar o seu processo de check-in e checkout mais eficaz.

Agende uma demonstração sem compromisso.



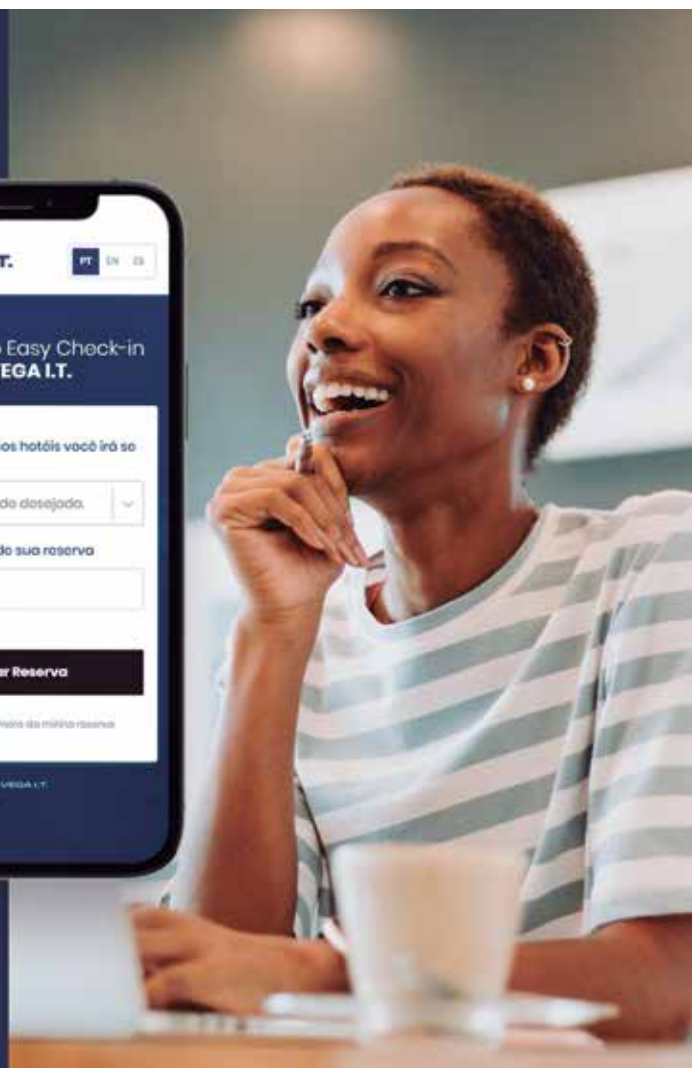
Reconhecimento facial



Sistemas de pagamentos



Assinatura Eletrônica de FNRH com validade jurídica





José Ernesto Marino Neto: "Se nesse ano de 2021 os hotéis corporativos conseguirem pagar suas contas, já será uma benção"

sem receita? Sempre há sonhadores. Quando o mercado voltar ao normal as grandes companhias devem voltar a assumir os contratos passados para terceiros", assegura Marino Neto.

Ele lembra que a hotelaria está enfrentando vários desafios há mais de década: a perda de relevância das marcas econômicas, o ganho de distribuição pelas OTA's, a tentativa de competitividade com o ganho de escala e nesse sentido fusões e alianças estratégicas podem ser boas soluções para enfrentar o atual momento. "É natural que grandes grupos econômicos como Accor, Hyatt e IHG tentem se fundir com outros para ganhar na escala e redução de custos. É natural que novas plataformas surjam para gerar alianças. Seja em formato de soft brands, como a Ameris, seja em formato de APP com mão-de-obra terceirizada. A redução de custos com tecnologia é um processo permanente", assegura Marino Neto.

Em relação a retomada do setor hoteleiro, ele acredita que o ano de 2021 fará reluzir mais ainda o segmento de lazer. Para a hotelaria

urbana, se os hotéis conseguirem pagar suas contas, já será uma benção. O primeiro semestre de 2021 tende a ser igual ao segundo de 2020. Em relação aos investimentos na hotelaria, acredito que eles devem seguir adiante no segmento de multipropriedade, ou seja, de lazer. Esse setor tende a crescer na crise. Por isso, nós do Grupo BSH estamos apostando no setor de multipropriedade. Constituímos uma sociedade com a MaxCap e criamos a StoneCliff Real Estate Investment Managers. Nossa meta é terminar 2021 com R\$ 2 bilhões de VGV", concluiu Marino Neto.

Ano de aprendizado

Pedro Cypriano, Managing Partner da Hotelinvest classifica 2020 como um ano de grande aprendizado e de diferentes resultados pelo País. "Sob a ótica do lazer, a força do mercado doméstico ganhou ainda mais evidência, com resultados acima do orçamento pré-crise no último trimestre do ano. Muitos brasileiros que viajavam ao exterior redirecionaram as suas viagens pelo País e esse movimento deve se estender ao menos até 2022. Isso abre uma excelente janela de oportunidade, nos segmentos econômicos à hotelaria de luxo. Finalmente, o brasileiro poderá conhecer melhor os incríveis destinos domésticos de turismo no Brasil.



Pedro Cypriano: "Em razão das restrições de viagens internacionais e da alta do dólar, o turismo de lazer doméstico terá uma acelerada em 2021"

Também ganhamos em eficiência operacional, investimentos em tecnologia, aumento de reservas diretas e gerenciamento de receitas. Passamos por um ano difícil, mas há motivos para celebrar também. Nossa maior preocupação continua sendo o mercado corporativo, ao menos em curto prazo”, avalia Cypriano.

Em um ano completamente atípico e com tantos problemas nunca antes visto na história da hotelaria moderna, destaca que o segmento de lazer surpreendeu. “Empreendimentos regionais e nacionais chegaram a performar com o máximo da ocupação permitida (até acima de 70%) em destinos nacionais e regionais, especialmente a partir de setembro e outubro. A pressão de demanda permitiu correções tarifárias que chegaram próximas a 10% no ano. E este resultado já tinha sido antecipado no estudo de Recuperação dos Resorts no Brasil, elaborado pela HotelInvest, em parceria com a Omnibeas e a STR. Quanto à hotelaria urbana, os resultados foram mais contrastantes. Em estudo similar realizado por nós no começo da pandemia, este com a participação também do FOHB, esperávamos ocupações anuais próximas 35%, o que aconteceu em várias cidades secundárias e terciárias. Já os principais centros urbanos se recuperam em ritmo mais lento, entre 25% e 30%, no limite inferior das expectativas”, revela Cypriano.

Em relação a retomada da hotelaria em 2021, ele acredita em uma recuperação acelerada do turismo doméstico de lazer no Brasil. “Enquanto as viagens internacionais estiverem restritas e o dólar cotado acima de R\$ 5,00, não há dúvidas que o mercado turístico nacional será beneficiado. Mas também precisamos fazer a nossa “lição de casa”, como País e hoteleiros. Primeiro, a pandemia precisa ser contida. Em paralelo, investimentos em promoção, capacitação de colaboradores e manutenção dos protocolos de segurança são fundamentais. Controlada a COVID, a tendência de pressão de demanda é clara, e devemos aproveitá-la para encantar os turistas e levá-los a continuar viajando pelo Brasil também durante o pós-pandemia. Já no turismo corporativo a recuperação mais lenta é inevitável. Esperamos um primeiro semestre

ainda difícil. Enquanto a população não for vacinada em massa, o volume de viagens seguirá restrito, especialmente para as grandes cidades e para os empreendimentos com maior participação de eventos e de demanda internacional”, prevê o Consultor.

Uma boa maneira que ele enxerga das administradoras hoteleiras ou dos hotéis independentes ganharem fôlego financeiro e se posicionarem de forma ainda mais competitiva nesse momento de transição da pandemia, são as fusões ou aquisições. “Essa é uma tendência global em hotelaria e por uma razão simples: as empresas precisam de escala para aumentar a sua eficiência operacional e a capacidade de investimento. E em momentos de crise, esse movimento ganha ainda mais força e é válido também para o Brasil. No entanto, por termos um setor bastante pulverizado, o equacionamento das alianças é mais complexo, logo deve ser restrito. Outro aspecto que vejo como positivo na retomada do setor hoteleiro são os projetos que continuam em desenvolvimento, apesar dos ajustes inevitáveis dos cronogramas de obra. O investimento em hotelaria é uma aposta no potencial econômico do negócio durante ao menos 30 anos. E há muito a se fazer no Brasil ainda. Com o País voltando a crescer e a se desenvolver, não há dúvidas sobre o potencial de expansão da hotelaria em território nacional”, concluiu Cypriano.

Cenário promissor de projetos arquitetônicos

Os escritórios que desenvolvem projetos arquitetônicos para os hotéis também sentiram os fortes impactos da COVID-19, como o EMDA Studio, comandado por Eduardo Manzano. “O impacto da pandemia foi irreversível para a arquitetura hoteleira, principalmente considerando os profissionais que estavam trabalhando projetos de reforma, conversão ou de retrofit. Nosso pipeline caiu de 22 projetos para apenas dois que, em reta final, precisariam ser entregues até abril de 2020 e isso não foi diferente para a nossa concorrência. Da mesma forma, projetos de restaurantes e áreas de eventos, foram sacrificados em função das incertezas do mercado e, o que é pior, os

próprios clientes não sabiam se permaneceriam abertos após o tsunami que se abateu sobre o setor. Hotéis mais arrojados que conseguiram salvar algum dinheiro após as rescisões de colaboradores, investiram naquelas reformas que só são possíveis com o hotel fechado e que não era mais possível esperar. Isto foi uma atitude muito inteligente. É o famoso lado meio cheio do copo. Os hoteleiros enxergaram uma oportunidade de melhorias no ativo sem precisar sacar as unidades do inventário para reforma ou aquele conserto da piscina que não dava mais para esperar. Mas o ano de 2020 teve um nível de aprendizado gigantesco e muitas ações que eram paliativas ou que podiam ser postergadas, tiveram que ser postas em prática se se quisesse continuar no mercado”, destacou Manzano.

Mas o Arquiteto enxerga muitas oportunidades na retomada hoteleira nesse ano de 2021 e explica as razões. “Os resorts atrelados ou não a fracionados vieram muito fortes após o meio do ano passado. Nunca elaboramos tantas propostas comerciais neste sentido como tivemos no período. O curioso é que desta

vez, há um viés um pouco mais upscale nestes projetos. A valorização da Guest Experience se tornou o motor do projeto. Houve uma reversão nas tipologias de projetos. Se antes tínhamos o foco no retrofit ou nas conversões de edifícios de escritórios para hotéis, agora o greenfield domina. Se antes olhávamos apenas para hotéis urbanos de negócios, hoje os clientes e investidores buscam resorts de praia. Se atrelados à hotelaria compartilhada, que já era um “hit” dos últimos anos, o cenário muda mais ainda pois junto aos empreendimentos mais populares, surgem componentes hoteleiros em um padrão mais elevado”, revela Manzano.

Novos produtos no mercado

Outra curiosidade que ele aponta é uma atenção maior para projetos residenciais com serviços de hotelaria que começaram a surgir. Houve um reforço no conceito de hotelaria “híbrida”, que já se tornava uma tendência pré-pandemia. “Quanto a questão de “timing”, depende muito do comportamento da nossa economia. Acredito que se o Banco Central segurar as taxas Selic num patamar como o atual, teremos um cenário mais auspicioso. Se ele voltar a subir os juros, por conta do aumento da inflação, o dinheiro volta a sumir do mercado, impactando diretamente no investimento nos projetos. Vamos lembrar que grande parte dos investidores hoje não são grupos de investimento tradicional em hospitalidade, muitos deles advindos de experiências imobiliárias, com maior liquidez”, lembra Manzano.

Sem contar os projetos de co-living que seu escritório desenvolve, além de muitos estudos de viabilidade, Manzano informa que possui projetos no Paraná, Goiás, Mato Grosso, Maranhão, Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco e Rio Grande do Sul. Alguns com mais de duas unidades em cada estado totalizando mais de 5.600 chaves, aproximadamente. “Além de hotéis convencionais e fracionados estamos com projetos de Centros de Entretenimento Urbano, Parques Aquáticos e Master Plans. Novas bandeiras, inclusive internacionais, estão chegando, mas, por uma questão de sigilo, não podemos divulgar”.

E ele finaliza dizendo que está com uma boa expectativa que 2021 seja um ano de muitas oportunidades. “Com a questão dos juros baixos



Eduardo Manzano: “O segmento de resorts atrelados ou não a fracionados está muito aquecido e nunca elaboramos tantas propostas comerciais como agora”

e com a migração dos investimentos bancários para o binômio terra + tijolo, o negócio hoteleiro passa a ser interessante. Aliás isso aconteceu nos Estados Unidos e Europa, pois além da questão patrimonial, temos um ativo construído que gera renda. Muito se comenta sobre uma bolha especulativa, mas vamos lembrar que as pessoas cada vez mais viajarão e irão desejar estar em lugares que estejam adaptados para os novos tempos”.

Confira como os desenvolvedores de hotéis de grandes redes enfrentaram os desafios em 2020 e perspectivas para 2021.

Oportunidades mercadológicas

Apesar de todo o contexto da pandemia, dificuldades no mercado, ambiente de negócios desfavorável, a Accor manteve seu ritmo de desenvolvimento em todos os segmentos, de Norte a Sul do País em 2020, garante Abel Castro, Vice-presidente de Desenvolvimento de Novos Negócios Accor América do Sul. “Adicionamos em nosso portfólio 13 novos contratos em 2020, com mais 1.500 quartos. Como exemplo podemos citar a assinatura de um Novotel na cidade de Lençóis Paulistas e o primeiro ibis budget em Salvador, uma conversão da marca Connect Smart para ibis budget. Mesmo com todas as dificuldades impostas pela pandemia, com lockdowns anunciados, ordem de suspensão de obras de hotéis em construção, a Accor abriu 10 novos hotéis na América do Sul em 2020. Outras inaugurações foram postergadas para 2021, por conta do contexto que o mundo enfrenta hoje. Sabemos que vivemos uma grave crise mundial, porém é importante frisar que a tomada de decisão de investir em um hotel nunca é tomada em função de um cenário momentâneo, hotel é um investimento de longo prazo para 50, 70 ou 100 anos. Por isso, mesmo sentindo os impactos, continuamos crescendo e assinando contratos”, garante Castro.

Segundo ele, a grande oportunidade de desenvolvimento do mercado está nas conversões. “Dentre todos os ensinamentos que este período de pandemia tem trazido, foi possível notar o quanto as marcas são relevantes neste segmento. Com a reabertura, temos visto que a decisão de viajar não



Abel Castro: “Adicionamos em nosso portfólio 13 novos contratos em 2020, com mais 1.500 quartos”

está se dando pelo preço, mas pela segurança. Por isso, os clientes têm que ter a confiança de que o hotel vai ser seguro para ele e sua família. É neste cenário que ter uma marca forte e reconhecida no hotel faz a diferença. Elas trazem um endosso de que seguem padrões de serviços, instalações, higiene e segurança, deixando o cliente mais tranquilo ao fazer sua escolha. Estes fatores devem ajudar, principalmente, nas conversões de hotéis no mundo todo. Vale ressaltar que, só na América do Sul, 80%



A conversão da marca Connect Smart para ibis budget em Salvador foi um dos contratos assinados pela Accor em 2020

dos hotéis hoje ainda são independentes. Por isso, existe um mercado enorme, com potencial muito grande para conversões, que nada mais é do que colocar uma marca em um hotel independente. A Accor tem hoje um portfólio de 393 hotéis e 62 mil quartos na América do Sul e mais 97 hotéis e 12 mil quartos no pipeline da região”, lembra Castro.

Para ele, o grande gargalo para se construir novos hotéis no Brasil continua sendo o financiamento. “Temos hoje no mercado opções restritas e inadequadas por serem financiamentos de curto prazo. Apesar da queda na taxa de juros, os financiamentos de longo prazo dos bancos privados têm taxas ainda proibitivas. “Mesmo com essas adversidades, a Accor continua acreditando no desenvolvimento de hotéis nos segmentos de luxo e lifestyle no Brasil. Anunciamos recentemente uma parceria com a Ennismore para a formação de uma operadora líder mundial de lifestyle no setor de hospitalidade, com foco em um dos segmentos de crescimento mais rápido da indústria. Com isso temos apenas nesse início dessa joint venture um portfólio mundial de 12 marcas, com 73 hotéis em operação; um pipeline comprometido de mais de 110 hotéis; outros 70 hotéis em negociação ativa e mais de 150 restaurantes e bares”, concluiu Castro.

Desenvolvendo parcerias

Ricardo Bluvol, Vice-presidente de Desenvolvimento da AHI - Atlantica Hotel Internacional revela que o grande foco da administradora multimarca em 2020 foi desenvolver parcerias e criar novas oportunidades de receitas para os hotéis. “A empresa deu continuidade ao seu plano de expansão, como por exemplo, com a nova parceria com a Bristol Hotels de Belo Horizonte, anunciada em dezembro, e inclusive, com a sua entrada num novo modelo de negócios, o Atlantica Residences. A primeira parceira desse projeto é a construtora Mitre Realty. Clientes que adquiriram estúdios e apartamentos de um dormitório em condomínios da Mitre em São Paulo, poderão contratar o serviço da Atlantica Residences, segmento da AHI que se responsabilizará por toda a comercialização, manutenção, decoração e administração da unidade. Ou seja, a AHI será responsável por todo o processo de gestão - locação propriamente dita, gestão mensal junto

ao locatário, decoração, vistoria pós locação, manutenção, etc. Mensalmente, o proprietário do imóvel receberá um extrato de prestação de contas, com todo o serviço executado pela companhia em sua unidade”, explica Bluvol.

E ele já adianta que no primeiro semestre de 2021 a AHI já deve ter os primeiros contratos resultantes desse produto, e deve ampliar essa oferta com outros players para outras localidades do País. “Além disso, temos um pipeline de contratos de novos hotéis que frutificará ao longo do ano. Parte desses hotéis eram projetos previstos para 2020, mas, que tiveram sua abertura postergada para esse ano. Continuaremos apostando na conversão de hotéis independentes - que hoje ainda representam 60% do setor. Temos 22 bandeiras. Então conseguimos equilibrar o perfil de cada empreendimento a uma de nossas marcas. Atualmente, a Atlantica Hotels tem 135 hotéis - e, apesar da pandemia, mantemos o objetivo de chegar a um total entre 240 e 250 empreendimentos em cinco anos. Com 54 novos empreendimentos com contratos já assinados, queremos acelerar as conversões para conseguir cumprir a meta. Temos realizado entre 9 e 10 conversões por ano. Temos foco na cobertura nacional, com projetos tanto nas capitais dos estados como também nas principais cidades do interior, por meio de nosso projeto de franquias”, concluiu Bluvol.



Ricardo Bluvol: “Temos um pipeline de contratos de novos hotéis que frutificará ao longo desse ano”

Aposta em franquias

Mesmo 2020 sendo um ano desafiador, Maria Carolina Pinheiro, Vice-presidente de Desenvolvimento da Wyndham Hotels & Resorts na América Latina revela que conseguiu assinar 29 contratos na região e alguns deles no Brasil. “Apesar dos resultados positivos, a equipe precisou aprender e se reinventar para fazer novos negócios, sabemos que não foi fácil, mas ao mesmo tempo foi muito gratificante, pois mesmo com toda dificuldade que todos enfrentamos, a equipe se manteve persistente, confiante e focada nos resultados positivos, aprendemos muito e hoje sabemos que é possível crescer mesmo em situações tão adversas. Como responsável pela área de novos negócios da Wyndham, pude perceber que o interesse de investidores pelas franquias aumentou, isso muito provavelmente se deve a credibilidade que as marcas possuem em seus mercados. Falando de hotelaria, hoje os hóspedes procuram uma marca a qual eles possam confiar mais do que nunca, onde lhe garanta cumprimento de rígidos protocolos de segurança e higiene”, lembra Maria Carolina.

Ela enxerga a retomada da hotelaria brasileira de forma gradual, tanto em hotéis de lazer quanto hotéis de negócios, esse segundo um pouco mais lento. “Acredito que essa retomada mais acelerada nos hotéis de lazer em comparado com os hotéis de

negócios se deve ao longo período de confinamento doméstico em que as famílias. Elas precisaram e ainda precisam cumprir, muitos sentiram a necessidade de aliviar o estresse do confinamento, oferecendo um momento de descanso a família. Já os hotéis com perfil business tem sua retomada mais lenta, mas mesmo assim já vemos níveis de ocupação bastante significativos. No Wyndham São Paulo Berrini, por exemplo, no mês de novembro passou a marca de 40% de ocupação.

Mesmo vindo de um ano com muitas dificuldades e que certamente algumas delas ainda irão nos acompanhar em 2021 acredito que também surgirão oportunidades, e certamente estaremos abertos e de olho em todas elas”, destaca Maria Carolina. Ela lembra que a Wyndham é pioneira e a maior empresa do mundo em franquias de hotéis, sendo 90% do portfólio é sob esse modelo de negócio e esse continuará sendo nosso principal modelo de negócio. “Mesmo assim, nunca deixamos de lado as oportunidades que surgem, ou seja, os projetos novos, hotéis em construção e em alguns casos também o gerenciamento da propriedade pela própria Wyndham são fundamentais para ajudar este crescimento. E para isso, temos um extenso portfólio de 20 marcas, (destas 15 estão no Brasil) que contempla desde a categoria econômica até a categoria upper upscale que nos permite crescer mais rapidamente. Mas nosso foco principal é concentrar na presença destas marcas já existentes, com o objetivo de consolidá-las em seus mercados. Mas devemos olhar o futuro e pensar nas oportunidades em desenvolver novas marcas na região”, conclui Maria Carolina.

Prudência em relação a expansão

Essa foi a escolha da Bourbon Hotéis & Resorts, conforme destaca seu Diretor de Operações e Desenvolvimento, Igor Camaratta. Ao longo de 2020, a Rede deu mais ênfase aos negócios já existentes, fortalecendo o relacionamento com investidores e atuando muito na parceria e na retomada dos empreendimentos. “Entendemos que com isso fizemos a escolha de valorizar os contratos e as parcerias já existentes até o momento. A Bourbon é a administradora hoteleira a mais tempo no mercado e nunca perdeu um contrato de administração. Em relação às prospecções e por conta da nossa estratégia, trabalhamos com a assinatura de algumas cartas de intenção e que



Maria Carolina Pinheiro: “Estamos confiantes nas oportunidades do mercado para continuar crescendo nesse ano

estão se traduzindo em contratos assinados agora no início. Fomos muito transparentes com os novos parceiros, no sentido de atendê-los apenas a partir do final de 2020 e início de 2021”, disse Camaratta.

De acordo com ele, ainda existe muito espaço no Brasil para desenvolvimento de novos produtos. “Obviamente algumas regiões permitem isso de forma mais agressiva e outras menos, pois já estão saturadas, como Belo Horizonte e Porto Alegre por exemplo. Ao mesmo tempo, praças como essa, possibilitam conversões, o que também sempre é uma janela de oportunidades. O mercado de conversões tende a aumentar cada vez mais, inclusive em função ao alto número de hotéis independentes que temos no Brasil. Outro ponto de destaque é em relação a taxa de juros Selic que está em patamares mais baixos do que nunca, fazendo com o que o negócio imobiliário volte a ser atrativo, sendo esse também um bom indicador de possíveis novos negócios hoteleiros surgindo”, avalia.

A rede Bourbon possui hotéis próprios, administrados e franquias e segundo Camaratta, os esforços nesse ano de 2021 estarão mais focados no modelo de administração, seja através de new building ou conversões e também com o modelo de uso de marca com a bandeira Rio hotel by Bourbon. “Nosso pipe line conta com seis novos empreendimentos, sendo quatro new building e dois conversões, fora diversas negociações em andamento que devem se concretizar nos próximos meses e em breve serão anunciadas”, adianta Camaratta.

Em relação as perspectivas do setor nos próximos meses, Camaratta lembra que a hotelaria



Igor Camaratta: “A Bourbon é a administradora hoteleira a mais tempo no mercado e nunca perdeu um contrato de administração”

está passando por um momento de transformação, quebrando paradigmas e rompendo muitas barreiras que antes seriam inimagináveis. “A verdade é que toda hotelaria está se reinventando e se ajustando dentro de suas possibilidades. Acreditamos que o turismo interno voltado para o lazer sairá muito fortalecido após a pandemia e que haverá um retorno do segmento de MICE que ficou represado durante todo ano de 2020 e 2021. Eventos sociais, convenções e feiras que foram adiadas precisarão acontecer e entendo que poderá haver uma corrida positiva para o setor. Para Bourbon, o posicionamento continuará sendo em pautado na qualidade dos serviços e produtos e na sua essência hoteleira que nos trouxe até aqui”, concluiu.

Trabalhando a todo vapor

Mesmo com os percalços ocasionados na economia pela pandemia da COVID-19, o departamento de desenvolvimento da Slaviero Hotéis esteve trabalhando a todo vapor. “Fechamos cinco novos contratos neste período, sendo que três que já estão em operação e dois em fase de implantação. Apesar da pandemia ter mudado a rotina em nosso setor, a área de desenvolvimento e implantação da Slaviero está em fase de transição, com novos produtos surgindo e precisamos nos adequar a esta demanda, ofertando novas possibilidades aos nossos parceiros investidores. Este processo deverá ser lento, uma vez que ainda estamos em momentos



Eraldo Santanna: “O nosso departamento de desenvolvimento esteve trabalhando a pleno vapor em 2020 e fechamos cinco novos contratos”

de instabilidade”, revela Eraldo Santana, Diretor de Operações da Slaviero Hotéis. Ele conclui dizendo que a consolidação de novos modelos de negócios no setor, além de projetos mais focados em tecnologia será a grande tendência.

Crescimento em tempos de pandemia

Mesmo com o ano desafiador que provocou a queda da receita consolidada em 2020 em 58% menor que a registrada em 2019, a Nobile conseguiu assinar cinco novos contratos, sendo quatro no Brasil e um no Uruguai. “A Nobile está completando 13 anos de existência e seguiu crescendo o seu portfólio, mesmo em tempos de crise. Nosso lema é sobreviver, crescer e perpetuar. Atualmente, contamos com mais de 40 operações, temos 16 hotéis em pipeline, sendo 12 no Brasil e quatro na América Latina. Estão surgindo mais oportunidades para conversão do que novos projetos e lançamos a modalidade licenciamento de uso de marca aos hotéis independentes. Com isso a Nobile entrega sua marca, know-how, PMS, channel manager, força de vendas e canais de distribuição, incluindo o GDS Global da rede”, menciona Roberto Bertino, Fundador & Presidente do Grupo Nobile.

Ele enfatiza que a Nobile está enfrentando essa crise com muita resiliência e determinação. “Fortalecemos ainda mais o relacionamento com os nossos investidores, colaboradores e fornecedores. As experiências vivenciadas e o aprendizado



Roberto Bertino: “Temos 16 hotéis em pipeline, sendo 12 no Brasil e quatro na América Latina”

nos fortaleceram enquanto equipe e instituição. Na Nobile colocamos as pessoas no centro da estratégia da companhia e com elas seguiremos a nossa marcha das 20 milhas ao dia. Acredito que com a vacina o ambiente econômico melhorará substancialmente, movimentando toda a cadeia produtiva do turismo, incluindo a hotelaria. A Nobile seguirá focada em rentabilizar as operações hoteleiras de seu portfólio, fazendo mais com menos e seguindo com seu plano de expansão no Brasil e América Latina com contratos de gestão ou licenciamento de uso de marca”, concluiu Bertino. ■

Quer terceirizar seus problemas com questões ambientais e cuidar da saúde dos seus hóspedes e colaboradores?

Conheça o BIODIVERCIDADE, único sistema web de consultoria ambiental e epidemiológica!

- ✓ **Informativos**
- ✓ **Treinamentos**
- ✓ **Assessoria Jurídica**
- ✓ **Sustentabilidade**
- ✓ **Alertas Epidemiológicos**
- ✓ **Telefones Úteis**
- ✓ **Biblioteca completa com espécies da fauna silvestre, animais peçonhentos, zoonoses e vegetação**
- ✓ **Profissionais disponíveis 24/7 para responder suas ocorrências**



E mais...oferecemos nosso SELO VERDE e CERTIFICAÇÃO para todos os nossos clientes, demonstrando que eles são responsáveis e que se preocupam com a preservação do meio ambiente e questões de bem-estar e saúde pública.

