

Rafael  
Guaspari  
Presidente



editorial

Amigos,

Um dos grandes desafios de minha administração no FOHB para os próximos dois anos é a criação de mecanismos para a capacitação profissional dos colaboradores das redes associadas. Este desafio se origina tanto da necessidade de atender clientes cada vez mais exigentes e diferenciados como também dos cerca de 200 novos hotéis que nos próximos 4 anos estarão se integrando às nossas redes, gerando mais de 15.000 empregos, entre diretos e indiretos.

Visão estratégica e alinhamento com o negócio na formação de nossos colaboradores, engajamento em todos os níveis hierárquicos dos hotéis e foco no prazer de servir, valorizando nossa identidade hoteleira através de um atendimento com a "nossa cara" será um diferencial para o Brasil em termos de destino. Conclamo à união para que possamos propiciar aos nossos clientes atitudes comuns de serviços, hospitalidade, atitude e responsabilidade social.

Boa leitura,

Clique [aqui](#) para ler o discurso na íntegra.

Programa de Estágios Unificados

Comece sua carreira agora!

inscreva-se no site [www.fohb.com.br](http://www.fohb.com.br)

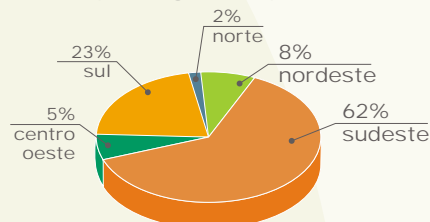


## Análise Mercadológica

JAN-DEZ  
(2006)

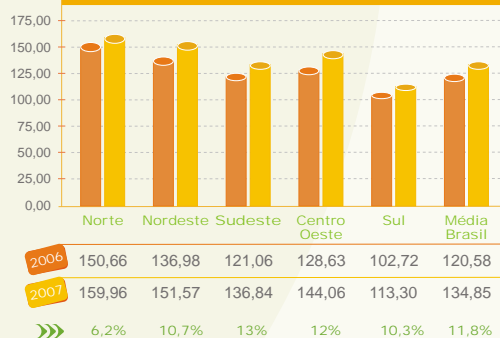
O primeiro INFOHB SENAC/ Janeiro de 2007, informativo estatístico do FOHB, apresenta dados otimistas nos três indicadores estudados, quando analisados no nível Brasil. Houve variação positiva na Taxa de Ocupação (TX OCC), Diária Média (DM) e no RevPAR, demonstrando que os hotéis membros, que disponibilizaram dados e que compõe a mesma base de Janeiro de 2006, continuam recuperando seus índices. O estudo, representado por mais de 50% dos filiados ao FOHB, realizado com dados coletados no dia 23/02/2007, compreendeu 254 dos 481 hotéis, com um total de 36.283 das 74.387 unidades habitacionais, distribuídos pelas 05 regiões brasileiras.

Percentual de hotéis analisados por região do país



A Diária Média - DM (gráfico 02), com melhora de 11,84% em relação a Janeiro/2006, é o índice que teve o melhor desempenho global, com resultados positivos em todas as 05 regiões do Brasil, variando positivamente de 6,17% na região Norte a 13,04% na região Sudeste. O valor médio nacional ficou em R\$ 134,85 (ante R\$ 120,58 no ano passado), com a região Norte liderando em termos absolutos com a maior Diária Média nacional, R\$ 159,96 e a região Sul com a menor, de R\$ 113,30.

Gráfico 2: Diária Média - Brasil (R\$)



Ao analisar o indicador em 09 capitais do país, destaca-se o desempenho da DM apresentada pelos hotéis localizados no capital do Rio de Janeiro, que detêm o melhor resultado financeiro, com o valor absoluto de R\$ 264,17. Em contrapartida, em termos percentuais, Vitória continua sendo a campeã, registrando um aumento consistente e nada desprezível de 20,58%, relativo aos valores de 2006. (gráfico 03).

O RevPAR (gráfico 04), outro índice que teve avanço positivo sólido, conseguiu um considerável aumento de 13,61% sobre o ano anterior, mesmo com o desempenho ruim região Nordeste, que registrou queda de 2,51%. A região que apresentou o melhor

resultado foi a Sudeste, com um incremento de 17,61%. Em termos absolutos, o mercado nacional registrou o valor de R\$ 74,65 (ante R\$ 65,70 em 2006), sendo que a região Nordeste, detentora do único desempenho negativo nesse item, manteve o melhor RevPAR nacional, com o valor de R\$ 118,91, quase o dobro do registrado pela região Centro-Oeste, de R\$ 61,73, o menor valor das 05 regiões.

Gráfico 3: Diária Média Principais Capitais (R\$)

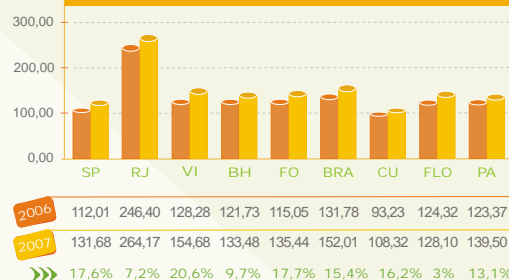
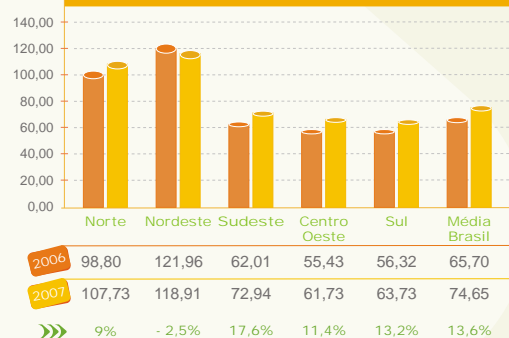


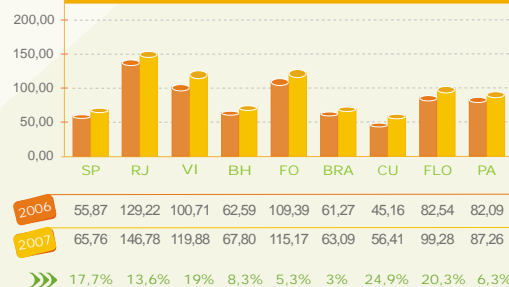
Gráfico 4: RevPar - Brasil (R\$)



Em relação as capitais (gráfico 05) o melhor resultado registrado, em termos de aumento de ganhos, foi o de Curitiba, que saltou de R\$ 45,16 (2006) para R\$ 56,41 (2007), um aumento de 24,91%.

Em se tratando de valores absolutos, o melhor resultado continua sendo da cidade do Rio de Janeiro, detentora de um RevPAR de R\$ 146,78, resultado 13,59% superior ao de 2006 (R\$ 129,22).

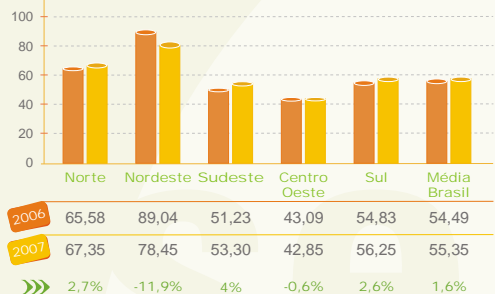
Gráfico 5: RevPar Principais Capitais (R\$)



O baixo desempenho da Taxa de Ocupação - TX OCC (gráfico 06), dentre os demais índices, com crescimento de apenas 1,58%, cravando o percentual de 55,35%, contra 54,49% no mesmo período do ano passado. Apesar de positivo, esse

leve aumento impediu um melhor desempenho financeiro dos hotéis, em um mês com grandes resultados nos outros indicadores. Se esse valor obtivesse um incremento similar ao da média do PIB, algo próximo de 3,0%, poderiam ser acrescidas em aproximadamente 135.000 pernites as vendas no mes. Ao observar-se o quadro nacional, percebe-se que a Taxa de Ocupação como um todo, quase sempre manteve um modesto avanço (4,05%, na região Sudeste) ou registrou perdas mínimas (no Centro-Oeste, com -0,56%) sobre os números relativos a 2006.

Gráfico 6: Taxa de Ocupação - Brasil (%)

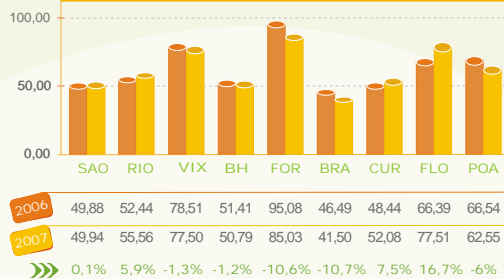


O vilão desse baixo desempenho foi a marcante queda do índice na região Nordeste, de 11,89%, possivelmente, refletindo algumas das questões apontadas a seguir, que resultaram na troca do destino turístico preferencial para o verão, o Nordeste:

- Dólar baixo: aproximadamente -5% do que a cotação de 31/01/2006, tornando os gastos com turismo mais acessíveis, quando realizados em outros países,
- Navios de Cruzeiro: o aumento do número de navios disponíveis na costa brasileira para a temporada de fim de ano e do verão foi recorde (12 navios). Além disso, as companhias operadoras de cruzeiros aumentaram os opções de financiamento, atingindo em alguns casos pagamentos em até 12 vezes. Essa estratégia parece ter dado bons resultados, pois na temporada 2006/2007 devem ser transportados quase 700.000 passageiros, contra aproximadamente 250.000 na temporada 2005/2006,
- A crise no Transporte aéreo: segundo a ABAV nacional, houve queda de 8% nos pacotes aéreos entre Dezembro/2006 e Janeiro/2007, ao mesmo tempo que foi registrado um aumento de 1,5% no fluxo de veículos leves nas estradas pedagiadas. Isso leva a crer que um número maior de turistas preferiram evitar os possíveis transtornos aéreos, fazendo a opção de turismo de férias com base rodoviária.

Os resultados das capitais analisadas, apenas corroboram com essa análise, pois a cidade que teve a maior perda em termos absolutos foi Fortaleza, de 10,05% de TX OCC de um ano para o outro: caiu de 95,08% em 2006, para 85,03% em 2007. (gráfico 07).

Gráfico 7: Taxa de Ocupação Principais Capitais (%)



#### Análise Geral - Índices por Categoria

Como novidade maior nesse primeiro INFOHB SENAC de 2007, a partir desse mês, está sendo realizada análise dos dados estatísticos, também por CATEGORIA. Ressalta-se o fato de que a classificação aqui utilizada para os segmentos denominados de ECONÔMICO (71 Hotéis com 10.369 UH), MIDSCALE (164 Hotéis com 22.336 UH) e UPSCALE (19 Hotéis com 3.578 UH), é a existente no site do FOHB, ou seja, baseia-se na auto-classificação realizada pelos próprios grupos hoteleiros administradores desses produtos. O segmento de UPSCALE será analisado, apenas, em nível Brasil e por regiões, Sudeste e Sul, pois são poucas as unidades existentes nas outras regiões, não permitindo realizar uma análise mais apurada. Desse modo, começa-se a análise com a DM (gráfico 08), que apresentou oscilação positiva nos 03 segmentos estudados. A melhor variação de DM ficou com o seguimento de UPSCALE, com aumento de 17,47%, seguido pelo MIDSCALE, com um ganho de 14,04%. A variação atingida pelos ECONÔMICOS, de 9,71%, demonstra que o primeiro mês do ano também foi favorável a esse segmento hoteleiro.

Na categoria UPSCALE, a região Sudeste teve o melhor desempenho, com variação positiva de 19,29%, com o Sul marcando 15,85% de variação. O Sudeste também demonstrou os melhores resultados, quando o assunto são valores absolutos (R\$ 259,42), um valor 75% maior do que o registrado na região Sul (R\$ 148,23).

Com relação aos MIDSCALE, houve um empate técnico no tocante às melhores variações, pois tanto a Região Sudeste (15,66% e valor atual de R\$ 128,69) como a Nordeste (15,64% e valor de R\$ 133,65), registraram valores próximos. O menor desempenho foi verificado na região Norte, com aumento de apenas 3,48%. Em contrapartida a fraca variação, essa mesma região Norte continua disparada na frente com a melhor DM (R\$ 196,81), mais de 27% acima da região Nordeste (R\$ 154,55), segunda colocada e superior em mais de 63% do valor registrado na Região Sul (R\$ 120,61), o menor valor entre todos os MIDSCALE.

Na análise por regiões, o melhor resultado da categoria dos ECONOMICOS ficou com o significativo aumento de 15,09% registrado na Região Centro-Oeste (R\$ 83,94 em 2006 contra os atuais R\$ 96,61) e o mais fraco na região Norte, com

Como novidade maior nesse primeiro INFOHB SENAC de 2007, a partir desse mês, está sendo realizada análise dos dados estatísticos, também por categoria.

André Posada  
Diretor Executivo do FOHB.

A Análise Mercadológica apresentada aqui, foi elaborada pela Consultoria Hoteleira do Senac-SP.  
Responsável:  
Julio César Butuhy

**viva senac**  
são paulo

o conhecimento transforma

#### Expediente:

O InFOHB é uma publicação mensal do FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil.

#### Presidência

Presidente: **Rafael Guaspari**  
Vice-Presidente Administrativo Financeiro: **André Monegaglia**  
Vice-Presidente Comercial: **Roberto Rotter**  
Vice-Presidente de Tecnologia de Informação: **Alexandre Ghelen**  
Vice-Presidente de Recursos Humanos e Responsabilidade Social: **Eduardo Campos**  
Vice-Presidente de Relações Institucionais: **Antônio Bispo**

#### Conselho

Presidente: **Roland de Bonadona**  
Vice-Presidente: **Jayme Canet Neto**  
Conselheiro: **Eduardo Lara**  
Conselheiro: **Ernesto Machado**  
Conselheiro: **Lúcio Suriani**

Diretoria Executiva:  
**André Pousada**  
Assistente:  
**Fernanda Andreucci**

fohb@fohb.com.br

www.fohb.com.br

#### Créditos:

#### Jornalista Responsável:

Lúcia Mazza Paes de Barros - MTB 16.249  
meta.comunicacao@uol.com.br

#### Criação e Projeto Gráfico:

Fecuripater Propaganda Ltda  
agencia@fecuripater.com.br  
www.fecuripater.com.br



uma variação de 7,27% (R\$ 105,48 ao passado, ante R\$ 113,15 em 2007). Entretanto, a região Nordeste (R\$ 113,92) ultrapassou por pouco a Região Norte (R\$ 113,15), e lidera o ranking brasileiro de melhor DM nessa categoria.



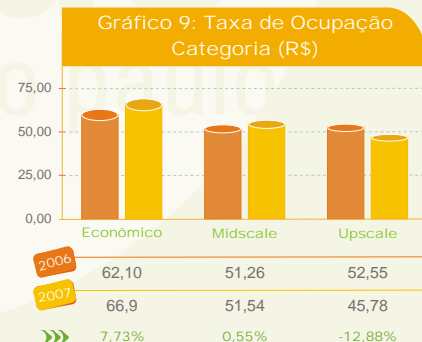
A análise da TX OCC (gráfico 09), apresenta números dignos de preocupação, pois apenas os ECONÔMICOS apresentam um crescimento consistente (7,73%), contrabalançando o desempenho dos MIDSCALE, que tiveram um aumento pouco significativo (0,56%) e dos UPSCALE, que sofreram um baque considerável, com a impressionante queda de 12,87%.

Mesmo a variação positiva dos ECONÔMICOS poderia ser melhor, se não tivessem havido as perdas de -3,06% e -0,11% nas regiões Norte e Nordeste, respectivamente, além de um crescimento quase imperceptível da região Sul (2,01%). Esse valores negativos ou crescimentos escassos contrastaram com o bom desempenho da região Sudeste (10,97%) e um resultado excepcional da região Centro-Oeste (20,68%). Mesmo com o mal resultado, o Nordeste continua tendo a melhor TX OCC, com uma média de 90,44%, quase o dobro da registrada na região Centro-Oeste (46,09%).

A demonstração de resultados dos MIDSCALE apenas confirma o "Janeiro Negro" passado pelo Nordeste, tendo sido registrado a pior variação desse segmento

nessa região, com preocupantes -13,21%. O singelo crescimento dessa categoria só não foi pior por causa da região Norte, que atingiu uma variação de 7,73%. Nenhuma das outras regiões conseguiu atingir uma crescimento superior a 2,80%. Mesmo assim, a melhor TX OCC ainda ficou com a região Nordeste (75,71%) e o menor desempenho no Centro-Oeste (43,34%).

Os UPSCALE tiveram um péssimo desempenho, dentre as categorias analisadas, ao registrar -12,87% de variação. As regiões Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste (14 hotéis) "jogaram" esse valor para baixo ao deixarem de vender, juntas, quase 7.800 pernites, com uma perda aproximada de receita de R\$ 1.490.000,00. Apesar desses números, a melhor ocupação estava na região Nordeste (67,39%), estando a região Sul (35,80%), com o desempenho mais fraco.



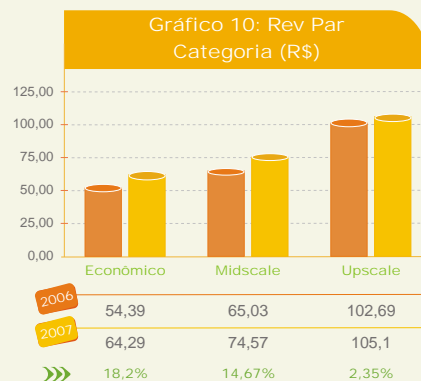
Finalizando esse INFOHB SENAC, os valores do RevPAR (gráfico 10) das categorias demonstram que apesar das dificuldades enfrentadas em termos de ocupação, todos os 03 segmentos analisados mantiveram melhorias desse índice, em Janeiro de 2007. Os ECONÔMICOS (18,19%) e os MIDSCALE (14,67%) apresentaram resultados animadores, muito a frente dos UPSCALE, com modestos 2,35% positivos.

Os ECONÔMICOS registraram a maior de todas as variações na região Centro-Oeste, aumento expressivo de 38,88%, seguida pelo Sudeste (22,14%). Mesmo com essa impressionante variação, o Centro-Oeste

ainda é a região, em números absolutos, com o menor valor (R\$ 44,53) para esse índice. O melhor valor absoluto foi da região Nordeste (R\$ 103,04), valor esse 26% superior ao registrado pela segunda colocada, a região Norte (R\$ 81,72).

A categoria de MIDSCALE também pode comemorar esse primeiro mês do ano, pois nenhuma das regiões registrou oscilação negativa. Apenas o Nordeste (0,37%), manteve-se praticamente estável. As demais regiões variaram de 11,48% (Norte) até 17,57% (Sudeste). Esse bom resultado atingido pelos hotéis do Norte, permitiu que o melhor RevVPAR fosse ali registrado (R\$ 125,86), resultado quase 8% superior aos valores da região Nordeste (R\$ 117,01) e aproximadamente o dobro do valor atingido pelos hotéis do Centro-Oeste (R\$ 63,48)

A pequena variação positiva de 2,35%, atingida pela categoria UPSCALE, é passível de comemoração, principalmente se for levado em conta as quedas aferidas de -15,84% e -12,01%, respectivamente nas regiões Nordeste e Centro-Oeste. Apesar desses números desanimadores, as regiões Sul (20,69%) e Sudeste (10,06%), equilibraram as perdas e mantiveram esse índice positivo na categoria. Em termos absolutos, o melhor resultado ocorreu no Nordeste (R\$ 145,22), 28,5% superior ao registrado no Sudeste (R\$ 113,03) e mais do que o dobro do registrado na região Sul (R\$ 61,48).



### FOHB estreita laços e parceria com SPC&VB

O presidente do FOHB - Forum dos Operadores Hoteleiros do Brasil reuniu-se recentemente com Orlando de Souza, presidente do São Paulo Convention and Visitors Bureau, para discutir eventuais parcerias do Forum com o bureau paulista e manifestar seu apoio às iniciativas que necessitam do suporte da rede hoteleira local e nacional. A iniciativa vem ao encontro da missão do FOHB de integrar-se e de trabalhar em sintonia com as principais instituições do trade turístico, notadamente o SPC&VB, ABIH, São Paulo Turismo, Federação de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares, Sindi - Hospedagem, Abremar - Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos, ABAV, TMC, FAVECC e ABGEV, entre as principais.

### FOHB adota nova linha de ação social

Após dois anos realizando ações sociais de frentes diversas, através de seu núcleo de recursos humanos o FOHB volta mais uma vez seu foco em uma campanha de

combate ao turismo sexual, que será divulgada nos hotéis das redes associadas. A nova linha estratégica utiliza a conscientização da sociedade como ferramenta principal, sendo o resultado de um projeto desenvolvido junto à especialista Ana Drummond, diretora executiva do Instituto WCF-Brasil, uma das principais ONGs de responsabilidade social do país. "Chamamos a Ana para nos ajudar a entender esta área tão diversificada que é a responsabilidade social e descobrir qual a melhor maneira que o FOHB poderia atuar neste terreno", declarou André Pousada, diretor executivo do fórum.

O novo modelo representa uma preocupação com um problema sobre o qual o FOHB já se manifestou diversas vezes no passado, e tem como objetivo realizar um trabalho de maior abrangência, fora do âmbito assistencialista, através da colaboração entre as redes (que já possuem programas sociais próprios), com uma coordenação geral realizada entre o fórum, diretores e gerentes gerais dos hotéis, evitando o conflito de programações diferentes.



Sintonia do FOHB com instituições do trade turístico



[www.fohb.com.br](http://www.fohb.com.br)