

Apresentamos aqui a 91ª Edição do InFOHB – informativo desenvolvido mensalmente em parceria com o Senac São Paulo – que revela e analisa os resultados estatísticos da hotelaria no país, bem como destaca as ações realizadas pelo FOHB. Esta edição, que contou com amostra de 473 hotéis e 72.550 unidades habitacionais (UHs), traz resultados de fevereiro de 2015 e os compara com o desempenho obtido no mesmo período em 2014.

A ocorrência do Carnaval no mês de fevereiro no ano de 2015 e em março em 2014 teve influência nos resultados consolidados dos hotéis de redes associadas ao FOHB. Nesta edição, comparando-se com o mesmo período do ano anterior, verificou-se que a taxa de ocupação caiu 10,9%, a diária média cresceu 4,8% e, consequentemente, o RevPAR apresentou decréscimo de 6,6%.

Em relação ao acumulado do ano - janeiro a fevereiro de 2015, verificou-se que os resultados do mês de fevereiro tiveram impacto nos resultados apurados. A taxa de ocupação e o RevPAR acumularam quedas de 5,7% e 2,3%, respectivamente, enquanto a diária média teve um crescimento de 3,7%.

Destacamos nesta edição a parceria do FOHB com a WTM Latin America na realização da 3ª edição do evento; a participação do presidente do FOHB, Roberto Rotter, em um painel da 10ª edição do LACTE e o lançamento da atualização do IEVC (Indicadores Econômicos de Viagens Corporativas) com os resultados de 2014.

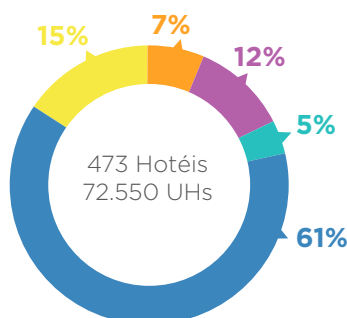
Desejamos a todos uma ótima leitura!



**Roberto Rotter**  
Presidente

## Amostra

Percentual de UHs (unidades habitacionais) por Região do Brasil



Região	UHs	Hotéis
CO	4.860	28
NE	9.063	61
N	3.419	23
SE	44.212	273
S	10.996	88

## Notícias

Pág. 05

Participação no LACTE 2015 e apoio ao IEVC

Parceria com WTM Latin America 3ª edição

Região	Taxa de ocupação			Diária média			RevPAR*		
	2014	2015	Variação	2014	2015	Variação	2014	2015	Variação
Centro-Oeste	60,0%	51,1%	▼ -14,8%	R\$228,66	R\$212,66	▼ -7,0%	R\$137,17	R\$108,67	▼ -20,8%
Nordeste	66,5%	65,1%	▼ -2,1%	R\$212,72	R\$250,51	▲ 17,8%	R\$141,39	R\$163,01	▲ 15,3%
Norte	50,9%	44,0%	▼ -13,5%	R\$192,72	R\$191,42	▼ -0,7%	R\$98,02	R\$84,17	▼ -14,1%
Sudeste	63,9%	55,7%	▼ -12,8%	R\$271,87	R\$283,14	▲ 4,1%	R\$173,62	R\$157,71	▼ -9,2%
Sul	62,5%	57,3%	▼ -8,4%	R\$208,99	R\$217,24	▲ 3,9%	R\$130,64	R\$124,37	▼ -4,8%
Brasil	63,0%	56,2%	▼ -10,9%	R\$248,19	R\$260,08	▲ 4,8%	R\$156,46	R\$146,11	▼ -6,6%

\*RevPAR: Revenue Per Available Room = Receita por Apartamento Disponível

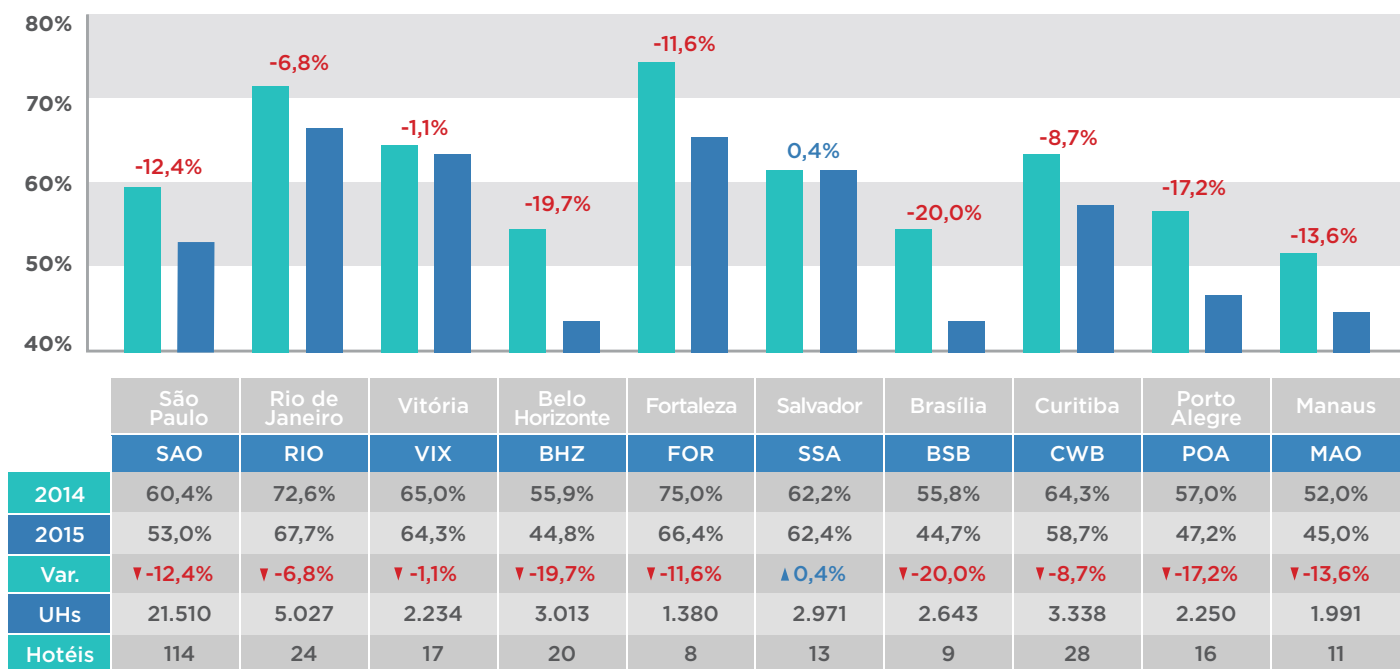
### PRINCIPAIS CIDADES

No mês de fevereiro de 2015, com exceção de Salvador, as outras nove cidades analisadas apresentaram queda na taxa de ocupação. A capital baiana registrou um leve acréscimo no indicador, de 0,4%, enquanto cidades como Brasília, Belo Horizonte e Porto Alegre tiveram variações negativas abaixo de 15%. Esses resultados são consequência também da ocorrência do Carnaval em diferentes meses nos anos de 2014 e

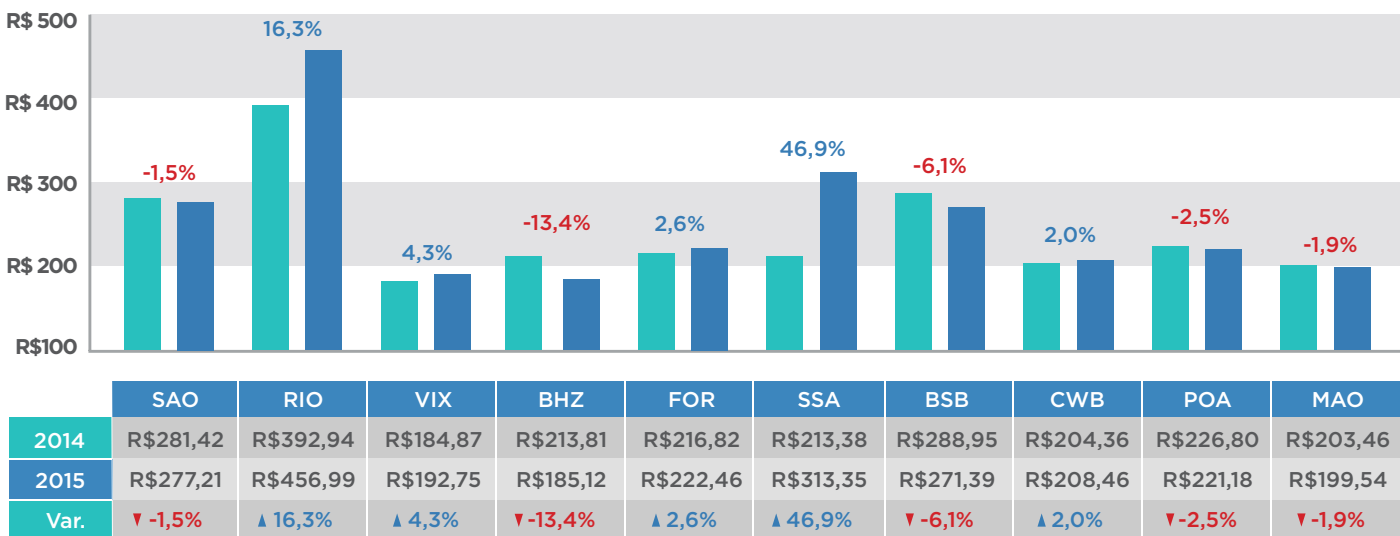
2015 – o feriado aconteceu em fevereiro em 2015 e em março em 2014.

Salvador também se destacou nos resultados da diária média, com o maior aumento do indicador (+46,9%), comparando-se com o mesmo período do ano anterior. O Carnaval também beneficiou o resultado na cidade do Rio de Janeiro, onde houve um crescimento

#### Taxa de ocupação



#### Diária média

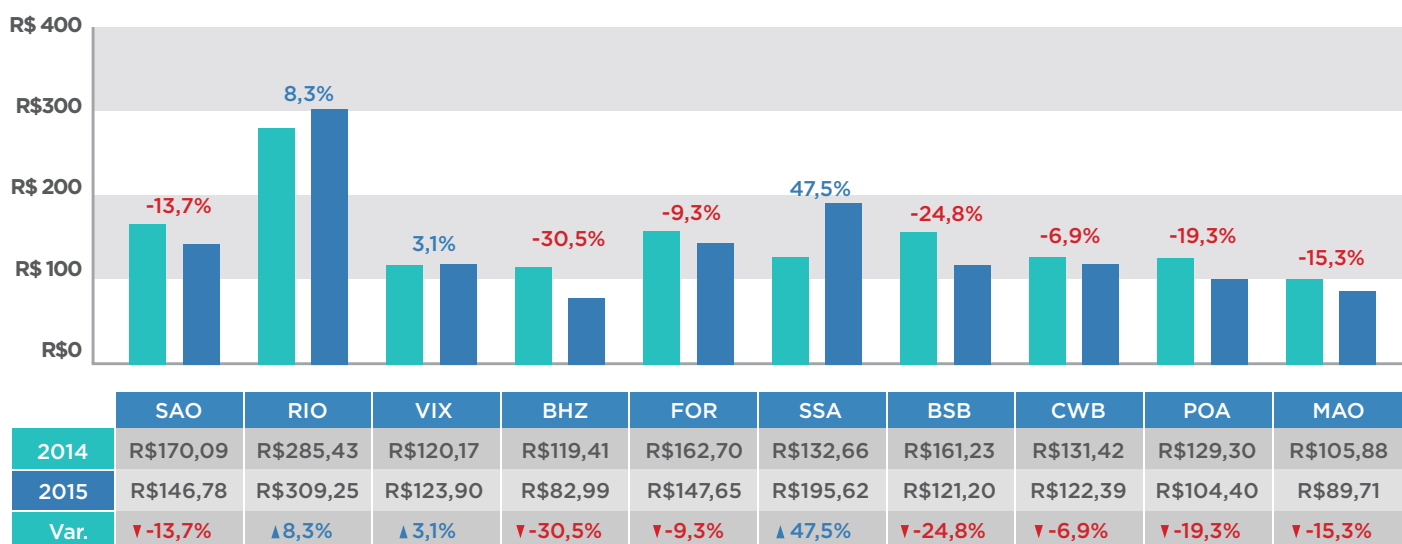


de 16,3% no mesmo indicador. Observaram-se quedas em Belo Horizonte (-13,4%), Brasília (-6,1%), Porto Alegre (-2,5%), Manaus (-1,9%) e São Paulo (-1,5%).

O turismo de negócios impulsiona a atividade hoteleira na maior parte dos hotéis e dos destinos acompanhados. Em razão das fortes quedas na taxa de ocupação, sete cidades apresentaram redução do RevPAR, com as maiores quedas observadas em Belo Horizonte (-30,5%) e Brasília (-24,8%).

De acordo com estimativas da Secretaria Municipal de Turismo, o Carnaval no Rio de Janeiro trouxe quase 1 milhão de turistas para a cidade, o que teve impacto na variação positiva de 8,3% no RevPAR dos hotéis de redes associadas. Já em Salvador (+47,5% no RevPAR), cerca de 700 mil turistas estiveram na cidade também durante o Carnaval, em torno de 16% a mais do que em 2014, de acordo com dados da Saltur - Empresa de Turismo da Prefeitura de Salvador (UOL).

## RevPAR

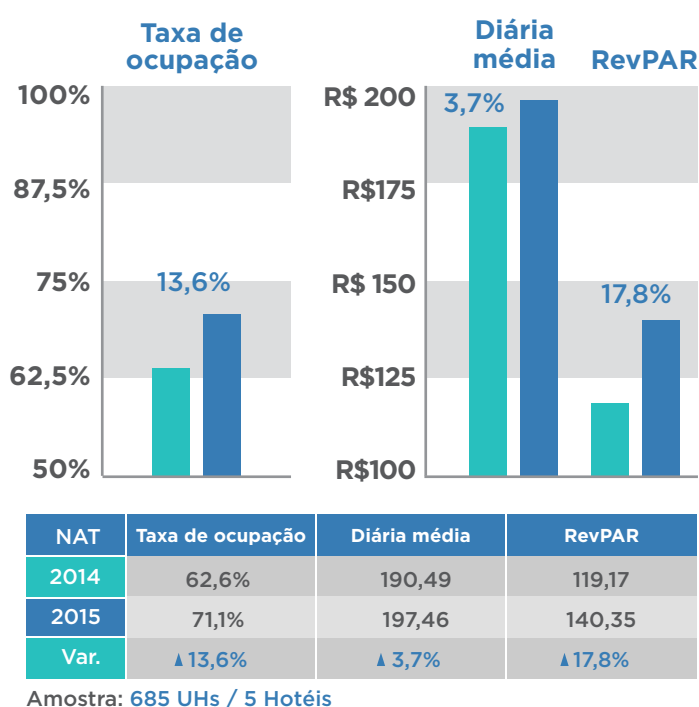


## CIDADES DESTAQUE

### Natal

A capital do Rio Grande do Norte teve um Produto Interno Bruto de 13,3 bilhões de reais no ano de 2012, sendo o setor de serviços responsável por 74% desse valor (IBGE). Em 5 anos (de 2007 a 2012), o PIB da cidade cresceu 66%, parte desse resultado vem da crescente dinâmica turística da cidade. Além de estar no ponto mais próximo entre o Brasil e os continentes europeu e africano, Natal tem muitas praias, dunas e um clima agradável durante todo o ano (Portal da Prefeitura de Natal).

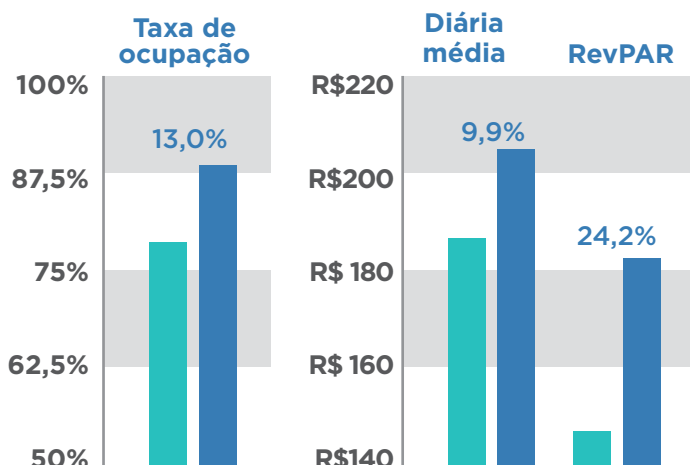
Natal também se beneficiou da ocorrência do Carnaval no mês de fevereiro em 2015. Houve aumento nos 3 indicadores analisados, comparando-se com os resultados de fevereiro de 2014: +13,6% na taxa de ocupação, +3,7% na diária média e +17,8% no RevPAR dos hotéis de redes associadas ao FOHB.



## João Pessoa

O portal da Prefeitura de João Pessoa destaca a cidade como um destino turístico no Nordeste, tanto por seus atrativos naturais, como as diversas praias, quanto por sua riqueza histórica, já que foi a terceira cidade a ser fundada no país, completando 430 anos em 2015. A economia local vem refletindo essa importância, com um crescimento de 66% no Produto Interno Bruto da cidade entre 2007 e 2012, sendo que o setor de serviços representou 64% do valor produzido em 2012 (IBGE). Em levantamento publicado pelo Convention Bureau de João Pessoa no início de 2015, 28 eventos já haviam sido captados (25 nacionais e 3 internacionais) a serem realizados entre 2015 e 2018.

Os quatro hotéis de redes associadas ao FOHB da cidade registraram uma taxa de ocupação média de quase 90% durante o mês de fevereiro de 2015, o que representa um aumento de 13,0% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Observaram-se crescimentos também na diária média e no RevPAR da cidade, com variações de 9,9% e 24,2%, respectivamente.



JPA	Taxa de ocupação	Diária média	RevPAR
2014	79,1%	R\$187,03	R\$148,02
2015	89,4%	R\$205,53	R\$183,78
Var.	▲ 13,0%	▲ 9,9%	▲ 24,2%

Amostra: 313 UHs / 4 Hotéis

## CATEGORIAS

A análise do mês de fevereiro de 2015 foi composta por 473 hotéis e 72.550 unidades habitacionais, sendo 183 hotéis econômicos (25.181 unidades habitacionais), 238 *midscale* (36.281 unidades habitacionais) e 52 *upscale* (11.088 unidades habitacionais).

Durante o mês de fevereiro de 2015, as três categorias apresentaram uma taxa de ocupação média abaixo de 60% e com quedas superiores a 9%, com-

parando-se com o mesmo período do ano anterior. Considerando a diária média, houve crescimento em todos os segmentos, sendo que os hotéis *upscale* registraram o maior aumento (+11,6%) e os *midscale*, o menor (+2,1%). O RevPAR refletiu os fortes decréscimos da taxa de ocupação e também apresentou quedas, sendo que a categoria *upscale* teve a menor variação observada (-0,6%) e a *midscale*, a maior (-10,0%).

	Econômico			Midscale			Upscale		
	2014	2015	Variação	2014	2015	Variação	2014	2015	Variação
Taxa de ocupação	66,3%	59,9%	▼ -9,6%	61,3%	54,0%	▼ -11,9%	60,7%	54,0%	▼ -11,0%
Diária média	R\$174,09	R\$181,79	▲ 4,4%	R\$264,17	R\$269,80	▲ 2,1%	R\$389,19	R\$434,53	▲ 11,6%
RevPAR	R\$115,35	R\$108,87	▼ -5,6%	R\$162,02	R\$145,77	▼ -10,0%	R\$236,28	R\$234,78	▼ -0,6%
UHs	25.181			36.281			11.088		
Hotéis	183			238			52		

## NOTÍCIAS

### Participação no LACTE 2015 e apoio ao IEVC

De 22 a 24 de fevereiro de 2015, a ALAGEV promoveu a 10ª edição do LACTE (Latin American Corporate Travel Experience) no Grand Hyatt São Paulo. Uma das sessões educacionais do evento contou com a participação do presidente do FOHB, Roberto Rotter, que debateu junto com Edmar Bull, da Abracorp, e Rodrigo Cezar, da Alagev, o tema “Negociação triangular - Quando os programas entre fornecedores e TMCs influenciam no programa de viagens do cliente”.

Durante o evento, apresentaram-se também os resultados dos Indicadores Econômicos de Viagens Corporativas (IEVC) de 2014. Comparando-se com 2013, o levantamento apresentou um aumento de 9,2% nas receitas de viagens corporativas, gerando um total de 17 bilhões de reais em produtos e serviços utilizados pela indústria. Em 2015, a pesquisa foi realizada com as 1,1 mil maiores empresas com atuação no Brasil e revelou que 61,5% irão reduzir os gastos com viagens corporativas, enquanto 23% não devem alterar os valores gastos.

### Parceria com WTM Latin America 3ª edição

O FOHB firmou uma parceria para apoiar a 3ª edição da WTM Latin America, realizada pela Reed Exhibitions. A parceria engloba tanto o apoio ao evento, como a realização do Workshop FOHB São Paulo em paralelo à feira. O evento visa a reunir as

redes associadas ao FOHB e os clientes de viagens corporativas. De 22 a 24 de abril, a WTM acontecerá no Expo Center Norte, em São Paulo. O Workshop FOHB São Paulo será realizado no mesmo local, em 24 de abril, às 8h30.

“Participar da WTM Latin America era um anseio de nossos associados, clientes e travel managers desde a conclusão da primeira edição da feira. É uma parceria muito frutífera e esperamos que seja duradoura.”

**Flávia Matos**  
Diretora Executiva do FOHB



24 de abril de 2015 | Expo Center Norte

## EXPEDIENTE



FÓRUM  
DE OPERADORES  
HOTELEIROS  
DO BRASIL



### Presidência Executiva

**Presidente:** Roberto Rotter

**Vice-Presidente Administrativo Financeiro:**

André Monegaglia

**Vice-Presidente Comercial:** Patrick Mendes

**Vice-Presidente de Tecnologia da Informação:**

Alexandre Gehlen

**Vice-Presidente de RH & Responsabilidade**

**Socioambiental:** Francisco Garcia

**Vice-Presidente de Relações Institucionais:**

Julio Serson

### Conselho Consultivo

**Presidente:** Rafael Guaspari

**Vice-Presidente:** Roland de Bonadona

**Conselheiro:** Guilherme Paulus

**Conselheiro:** Jayme Canet Neto

**Conselheiro:** Reginaldo Olivi

### Diretoria Executiva

**Diretora Executiva:** Flávia Matos

**Gerente de Projetos:** Juliana Bettini

**Relações Governamentais:** Marcio Lopes

**Analista de Projetos:** Clarissa Yamakita

**Analista de Projetos:** Fabiana Ribeiro

**Assistente Administrativo Financeiro:**

Débora Ferreira

### Créditos

**Criação e Projeto Gráfico:**

Mariano Barone - chaino.gmo@gmail.com

### Centro Universitário Senac

**Presidente do Senac São Paulo:** Abram Szajman

**Diretor Regional do Senac São Paulo:**

Luiz Francisco de A. Salgado

**Superintendente Universitário**

**e de Desenvolvimento:** Luiz Carlos Dourado

**Reitor:** Sidney Zaganin Latorre

**Gerente do Centro Universitário Senac - Campus**

**Águas de São Pedro:** Cícera Carla Bezerra da Silva

**Gerente do Centro Universitário Senac - Campus**

**Campos do Jordão:** Camila Fernanda Barboza e

Moraes

**Diretor de Graduação:** Eduardo Mazzaferro Ehlers

**Diretor de Pós-graduação e Extensão:** Daniel

Garcia Correa

**Diretor Administrativo:** Esmeraldo Batista de

Oliveira

**Diretora de Relacionamento e Serviços ao Aluno:**

Maria Stela Reis Crotti

**Coordenador do Centro de Estudos Aplicados:**

Leandro Mastropasqua

### Projeto Análise Mercadológica

**Coordenadora do Projeto:**

Maristela S. G. Sugiyama