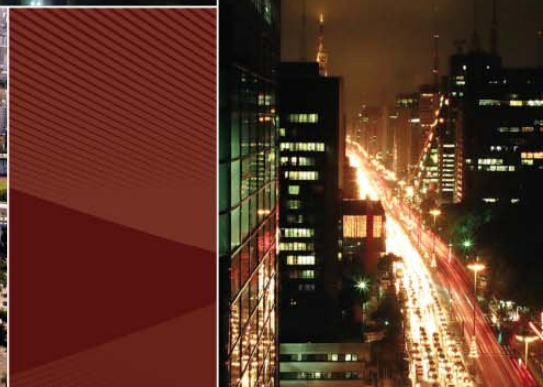
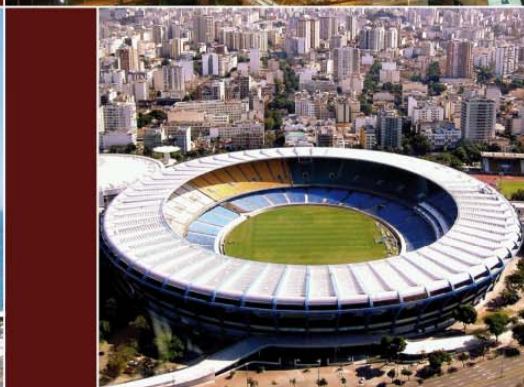




Panorama da Hotelaria Brasileira

2009 | 2010

Rio de Janeiro
São Paulo
Salvador
Curitiba

APRESENTAÇÃO

O Panorama da Hotelaria Brasileira é uma publicação anual da HVS Brasil que apresenta análises do desempenho do setor em alguns dos principais mercados nacionais. Nosso objetivo é estudar e documentar a evolução da hotelaria brasileira para compreender cada vez melhor seus principais direcionadores, antecipar desafios e identificar oportunidades. Esperamos também oferecer uma ferramenta útil aos gestores e investidores na elaboração das suas estratégias.

A primeira edição do Panorama, publicada em 2009 (em comemoração aos 10 anos da HVS Brasil), apresentou uma detalhada caracterização de Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador, além de um estudo da evolução desses mercados ao longo da última década.

Nesta segunda edição, iniciamos o acompanhamento de Curitiba. Além disso, damos continuidade ao monitoramento de Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador, com uma abordagem mais objetiva. São apresentados dados de desempenho dos últimos cinco anos, mas os comentários referem-se apenas ao ano de 2009 e às perspectivas futuras.

As informações aqui apresentadas são produzidas com base no desempenho comercial de 21.300 unidades habitacionais. A amostra utilizada é a mesma em todos os anos, exceto quando há novas aberturas ou mudanças significativas de segmentação. No Rio de Janeiro, a amostra representa 85% do segmento Top, 84% do segmento Upscale e 31% do segmento Midscale. Em São Paulo, 100% do Upscale e 40% do Midscale. Em Salvador, 78% do Upscale e 61% do Econômico. Em Curitiba, 100% do Upscale e 65% do Midscale.

Essa extensa base de dados é construída com registros internos da HVS e dados fornecidos por diversos parceiros. Agradecemos àqueles que contribuíram para a realização desta publicação e convidamos novos hotéis, operadoras e associações a compartilharem seus dados de desempenho em futuras edições. A HVS Brasil se compromete a preservar em sigilo as informações individuais de cada colaborador.

Esta e outras edições do Panorama podem ser obtidas gratuitamente no site da HVS: <http://pt.hvs.com>.

As edições anuais do Panorama são complementadas por análises trimestrais divulgadas no Boletim HVS Brasil. Para receber essas e outras publicações da HVS, envie um e-mail para hvsbrasil@hvs.com.

Para fornecer informações, esclarecer dúvidas, fazer comentários e dar sugestões, entre em contato com Gustavo Moura: gmoura@hvs.com / (11) 3093-2781.

Contatos da imprensa devem ser feitos diretamente com Cristiano Vasques: cvasques@hvs.com / (11) 3093-2746.



RETROSPECTIVA

O ano de 2009 começou marcado pelo temor da crise econômica global, mas terminou como um dos mais promissores momentos da hotelaria nacional nos últimos 20 anos.

No início, predominou a inquietação. Em janeiro de 2009, esperava-se que a economia brasileira - após crescer acima de 5% por dois anos - se expandiria apenas 2,4%. Em março, essa expectativa se reduziu a 0%. A taxa de câmbio, que oscilava ao redor de R\$ 1,70 antes da crise, estava em R\$ 2,30, e as apostas eram de que se manteria nesse patamar. Esperava-se ainda que a SELIC, então em 13,75%, chegaria a 12% no final do ano.

Esse cenário apontava para retração da demanda hoteleira de negócios e eventos. Contudo, se mostrava promissor para resorts, já que a apreciação do dólar elevaria a competitividade destes (para uma demanda doméstica muito aquecida) e provocaria aumento das receitas em Reais.

Inicialmente, as expectativas se confirmaram. O PIB se retraiu no quarto trimestre de 2008 e no primeiro de 2009. A incerteza sobre o desdobramento da crise ocasionou postergação ou redimensionamento de eventos, cancelamento de viagens, redução da permanência e contração da demanda internacional. Apesar de o verão de 2008/2009 ter sido excelente para a hotelaria de lazer, a demanda agregada por hospedagem caiu 8% no primeiro semestre.

Aos poucos, o cenário mudou. Impulsionada por incentivos fiscais, tributários e monetários, a economia brasileira voltou a crescer a partir de meados do segundo trimestre, antes dos principais países industrializados e de outras potências emergentes. Os fluxos de capital voltaram ao país, levando a taxa de câmbio a R\$1,90 (julho) e R\$1,75 (dezembro). A entrada de capitais, os juros internacionais baixos e a ausência de pressões inflacionárias permitiram a SELIC atingir 8,75% em julho. Embora as previsões de crescimento para 2009 se mantivessem baixas, a expectativa para o PIB de 2010 foi gradualmente ajustada, de 3,8% em janeiro para 5,2% em dezembro.

A hotelaria logo sentiu quando as empresas se apressaram em retomar seus projetos, reuniões e eventos. Enquanto as variações cambiais voltavam a estimular o turismo emissor internacional (ameaçando os resorts), os mercados urbanos começaram a se recuperar. A volta do dinamismo econômico fez a demanda agregada do quarto trimestre superar a do mesmo período de 2008 em quase 1%. Isso, associado ao aumento de 2,6% nas diárias, resultou em RevPAR trimestral 3,5% maior. Esse crescimento, contudo, não compensou totalmente as perdas iniciais. No acumulado do ano, houve retração de demanda (-5,0%) e RevPAR (-3,5% em termos reais). Apesar disso, a evolução dos resultados trimestrais deixa clara a tendência de recuperação para os próximos meses.

PERSPECTIVAS

Para 2010, o clima é de otimismo. As expectativas são de forte expansão do PIB (+5,35%), câmbio estável (R\$1,80 no fim do ano), e elevação da SELIC (11% no fim do ano) para conter pressões inflacionárias oriundas da demanda aquecida. Enquanto a economia global continua sem perspectivas de retomada, o Brasil desponta como opção: o investimento estrangeiro direto (IED) para 2010 (previsto em US\$ 37,5 bi) deve ser o segundo maior da série histórica, enquanto se antecipa redução no IED mundial. Em novembro, a revista *The Economist* ilustrou uma capa com o Cristo Redentor decolando e publicou que o Brasil, pela primeira vez, une estabilidade de preços, democracia e crescimento.

Essa situação favorável tomou a hotelaria nacional bastante atraente. Desde 2008, sete grandes cadeias hoteleiras internacionais, incluindo três das quatro maiores no mundo, montaram equipes de desenvolvimento no Brasil. Há motivos para tanta atenção, além da força econômica. O país será sede da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016; eventos que induzem demanda, dão visibilidade e determinam um prazo para a execução de grandes investimentos públicos, aumentando a confiança do empresariado e garantindo dinamismo econômico.

Outra grande notícia é a criação da linha de crédito Pró-Copa, que disponibilizará R\$ 1 bilhão para renovação e expansão da oferta hoteleira, com taxas e prazos atraentes (a partir de 6,9%, em até 18 anos), via BNDES. As novas condições de financiamento antecipam a viabilidade de projetos em alguns mercados. Desenvolvedores e proprietários poderão, finalmente, contar com um bom mecanismo de alavancagem financeira.

Abriu-se uma janela de oportunidade: crescimento econômico, visibilidade internacional, grandes eventos e crédito.

Como decorrência, o resultado da maioria dos mercados urbanos deve se elevar consistentemente, até o início da operação de novos hotéis que começam a ser planejados agora. Até lá, há espaço para aquisições. Onde há barreiras de entrada, espera-se um volume relevante de conversões, considerando o potencial limitado de novos desenvolvimentos. Além disso, alguns mercados específicos se tornarão promissores devido a grandes obras de infra-estrutura. Adicionalmente, a popularização de certos mecanismos financeiros e a atratividade do Brasil no mercado internacional facilitarão o desenho de novas estratégias de investimento.

Apesar das perspectivas promissoras, há riscos e restrições relevantes. É preciso ser rápido para aproveitar o melhor momento de abertura de novos hotéis. Os preços de terreno (pressionados por projetos residenciais e comerciais), a legislação de uso do solo (que torna alguns terrenos não aproveitáveis para uso hoteleiro) e a falta de áreas disponíveis são os principais desafios. Tais fatores podem

restringir ou atrasar significativamente a implantação de empreendimentos. Empresas focadas em conversões podem encontrar dificuldade em identificar propriedades que atendam às especificações técnicas de marcas internacionais. Se em certos mercados será difícil desenvolver, em outros, há grandes chances de expansão exagerada da oferta. Por fim, os recursos do BNDES podem ser menores que a demanda por crédito.

Pesando riscos e oportunidades, as condições previstas para a hotelaria brasileira são excepcionais. É preciso conhecimento e agilidade para aproveitar da melhor forma as diversas oportunidades que se apresentam.

**Informações sobre expectativas das variáveis econômicas obtidas via Boletim Focus-BACEN.*



RIO DE JANEIRO

No início de 2009, as expectativas para o mercado hoteleiro do Rio de Janeiro eram de desempenho modesto. O arrefecimento da atividade econômica (decorrente da crise internacional) deveria resultar em retração da demanda internacional, além da demanda doméstica de eventos e negócios. Por outro lado, a mudança de patamar da taxa de câmbio apontava para uma elevação da demanda doméstica de lazer e um aumento das receitas em reais. Todos os fatores somados, previa-se queda de demanda próxima a 3,0%, e manutenção das diárias em termos reais.

Ao longo do ano, a mudança no cenário econômico atenuou as tendências esperadas. Já no início do segundo semestre, a recuperação da atividade econômica era evidente e o câmbio voltava a patamares semelhantes ao período pré-crise. Isso provocou rápida retomada da demanda, mas diminuiu os ganhos gerados pela variação cambial. Assim, 2009 registrou leve queda de demanda (-0,9%), elevação de diária média (2,3%), e suave variação positiva da oferta (0,2%) decorrente da reabertura de quartos fechados para reformas no ano anterior. Como resultado, houve elevação de 1,1% na RevPAR da cidade, em termos reais.

Esse cenário geral representa a somatória de realidades distintas para as categorias de hotéis analisadas. Os hotéis **Top** (com diárias acima de R\$ 400) apresentaram queda de ocupação (-5,4%), associada à elevação das diárias em reais (4,5%). O resultado foi queda de RevPAR (-1,2%).

Os hotéis **Upscale** (com diárias entre R\$ 300 e R\$ 400), obtiveram o maior aumento de diárias (8,6%), mas registraram queda de ocupação (-5,8%). A somatória dos efeitos contrários foi positiva, resultando em expansão de RevPAR de 2,3%, considerando aumento de 0,5% na oferta.

O segmento **Midscale** (com diárias entre R\$ 150 e R\$ 300) registrou significativa elevação da ocupação (6,3%) e retração de diária (-3,3%), resultando no maior aumento de RevPAR (2,9%). Como o segmento possui demanda internacional menos representativa, as variações do câmbio não impulsionaram significativamente suas diárias.

Nota-se que a variação de demanda dos três segmentos dá indícios de que a crise tenha estimulado a procura por acomodações mais baratas. Tal fato pode ser reflexo da maior participação relativa da demanda doméstica, mais sensível a preço.

Para os próximos anos, as perspectivas são de movimentação. Há uma percepção crescente de que haverá um volume grande de investimentos públicos e privados na cidade, com grandes perspectivas de elevação da demanda.

Essa percepção se apóia nos seguintes fatos: a realização da Copa do Mundo em 2014; a realização das Olimpíadas em 2016 (anunciada em 2009); os investimentos previstos para os setores naval, petroquímico, de transporte e comércio exterior (entre outros); a implantação do projeto Porto Maravilha; e as ações de pacificação e de urbanização em áreas deterioradas da cidade.

Com isso, os investidores entenderam ser um bom momento para avançar com novos projetos de empreendimentos hoteleiros na cidade.

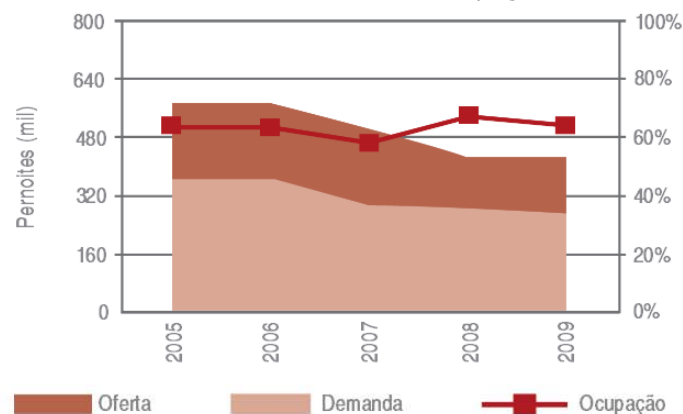
Levando em conta apenas os novos projetos mais promissores (localizados principalmente na Barra da Tijuca e na Zona Sul), espera-se elevação da oferta de ao menos 10% para os próximos 3 a 4 anos, sem contar a reabertura de alguns ícones da hotelaria carioca, como o Hotel Nacional (arrematado em Leilão pelo empresário Marcelo Gonçalves, em 2009), o hotel Windsor (antigo Le-Meridien e Iberostar, vendido para a Windsor em 2009) e o hotel Glória (atualmente em reforma, após sua venda para o empresário Eike Batista em 2008), que poderá ser operado por uma grande marca internacional.

¹Para esse estudo, foi acompanhada uma amostra de hotéis que somam 6.020 UHs, representando 31,3% da oferta total do Rio de Janeiro (19.260 UHs). No segmento Top, são estudados 1.664 UHs (85,1% do total do segmento), no segmento Upscale, 2.349 UHs (83,5%) e no segmento Midscale, 2007 UHs (31,2%). Para esta oferta, são excluídos hotéis, albergues, pensões e residenciais com serviços em que predominam contratos mensais.

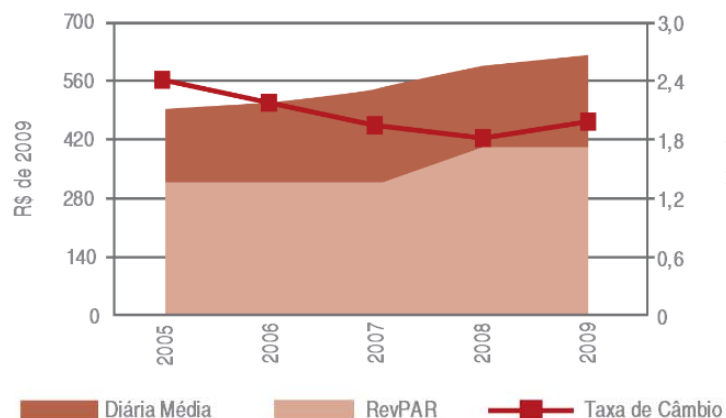
RIO DE JANEIRO

SEGMENTO TOP

Oferta, Demanda e Ocupação

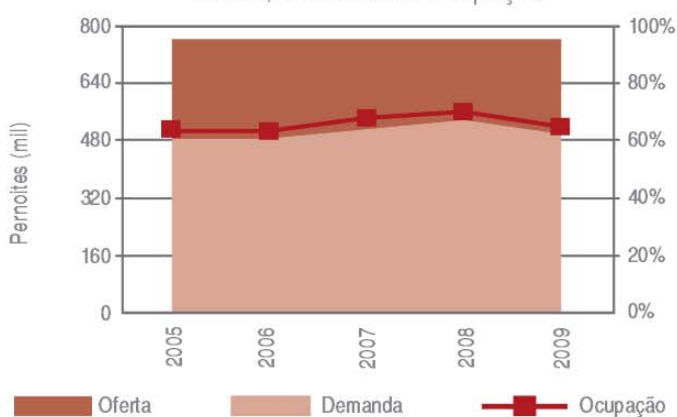


Diária Média e RevPAR

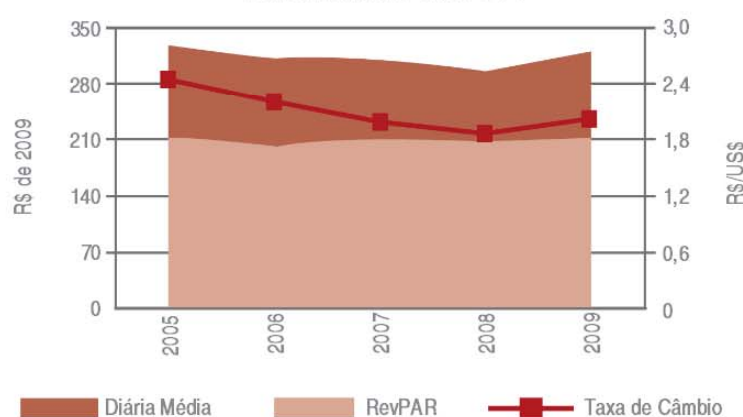


SEGMENTO UPSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação

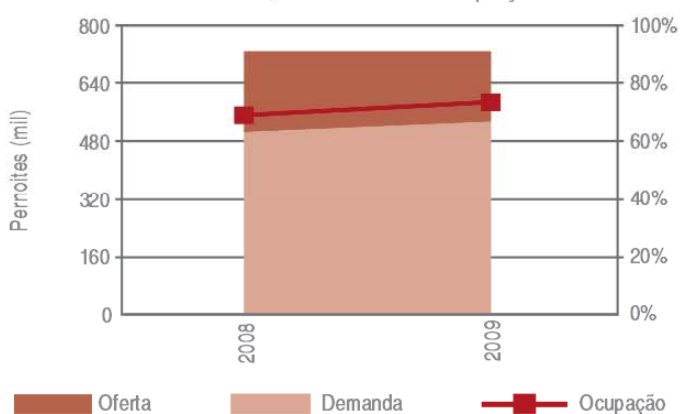


Diária Média e RevPAR

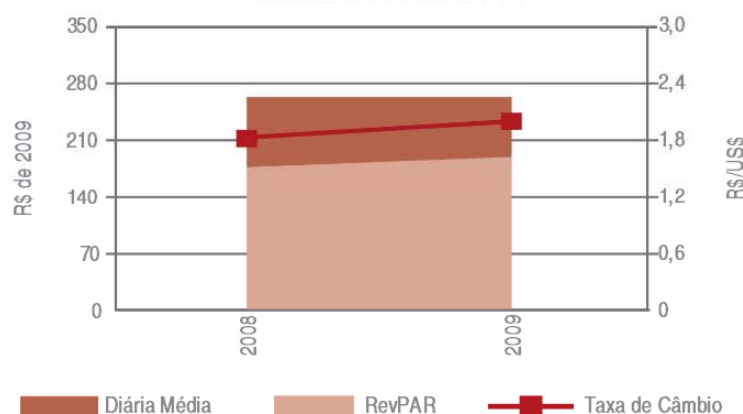


SEGMENTO MIDSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação



Diária Média e RevPAR





SÃO PAULO

Em São Paulo, o mercado hoteleiro iniciou 2009 incerto do impacto da crise econômica internacional. Esperava-se uma queda nas viagens e eventos corporativos, porém isso não deveria interromper a recuperação de diárias médias, o que resultaria em uma RevPAR levemente maior em 2009.

Os primeiros meses do ano apresentaram resultados contraditórios. O desempenho de janeiro e março não mostrou sinais de enfraquecimento, mas os meses de fevereiro e abril foram assustadores. Isso confundiu o mercado, que ficou sem saber o que esperar do restante do ano. Na verdade, fevereiro e abril foram impactados principalmente por feriados que, em 2009, caíram em datas prejudiciais para o mercado hoteleiro paulistano, dependente quase que exclusivamente do segmento de negócios e eventos. Já nos meses seguintes, o volume de negócios e eventos de São Paulo voltou a se aquecer. Aos poucos, percebeu-se que as expectativas eram de um ano com RevPAR nominal estável.

Em geral, a crise impactou diretamente na demanda por hospedagem em São Paulo em -8,0%. Entretanto, alguns picos de ocupação durante a semana continuaram existindo, o que permitiu o aumento das diárias médias (5,1% em termos reais), compensando em parte a queda de ocupação.

No mercado **Upscale** (com diárias entre R\$ 300 e R\$ 600), houve a reabertura do Hotel Mofarrej em fevereiro, sob a marca Tivoli, e a adesão do hotel WTC à marca Sheraton, fazendo com que passasse a concorrer diretamente com os hotéis upscale. Essas reaberturas induziram demanda, que aumentou 9,4% em 2009, porém representaram 21,3% a mais da oferta disponível em 2008, levando a uma queda de 9,8% na ocupação. As diárias médias em termos nominais aumentaram, mas variaram -0,3% em termos reais, gerando uma diminuição de 10,1% na RevPAR.

No mercado **Midscale e Upper-Midscale** (com diárias entre R\$ 150 e R\$ 300), não houve alteração na oferta e a demanda foi impactada negativamente, caindo 9,4% em relação a 2008, levando a uma queda de igual intensidade na ocupação. Como era esperado, isso não interrompeu o processo de recuperação das diárias, que tiveram um aumento real de 6,0%. Com isso, a RevPAR em valores nominais

teve um leve aumento de 1,1% em 2009, o que representa uma variação real de -3,4%.

Em 2010, a expectativa é de que a demanda hoteleira volte a crescer, chegando novamente aos níveis de 2008. No último trimestre de 2009, a demanda dos segmentos Midscale e Upper-Midscale já apresentavam indícios de recuperação, com uma retração muito pequena, de somente 0,8% com relação ao mesmo período do ano anterior, época muito boa para o mercado hoteleiro da cidade, apesar de posterior ao início da crise.

Adicionalmente, São Paulo ainda não tem perspectiva de aumento da oferta hoteleira nos próximos anos. Além da dificuldade de encontrar terrenos bem localizados a preços adequados para novos hotéis na cidade, as diárias atualmente praticadas ainda estão baixas, fazendo com que o valor de mercado hotéis em operação ainda seja menor do que os custos de construção de novos empreendimentos.

Com a oferta estabilizada e a demanda crescendo fortemente, eleva-se a pressão sobre os valores das diárias, que devem aumentar mais de 10% em 2010. Isso resultaria em uma RevPAR muito superior à de 2009.

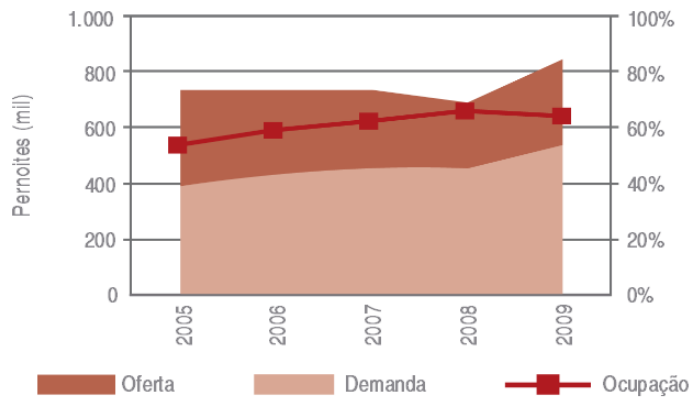
A situação do mercado de São Paulo é favorável para os atuais investidores e proprietários de unidades hoteleiras na cidade. A crise apenas retardou o processo de recuperação do mercado, que em 2010 já demonstra indícios consistentes de um bom desempenho. O mercado secundário de unidades hoteleiras ainda é a melhor forma de se investir no setor nos próximos anos, mas devido ao aquecimento do mercado imobiliário, esses ativos têm valorizado significativamente, sendo necessário analisar bem as oportunidades para identificar boas oportunidades.

¹Para esse estudo, foi acompanhada uma amostra de hotéis que somam 9.072 UHs, representando 27,2% da oferta total de São Paulo (33.360 UHs). No segmento Upscale, são estudados 2.332 UHs (100% do total do segmento) e no segmento Midscale e Upper-Midscale, são estudados 6.740 UHs (40,9%). Para esta oferta, são excluídos hotéis, albergues, pensões, residenciais com serviços em que predominam contratos mensais, e flats que estão fora do pool hoteleiro.

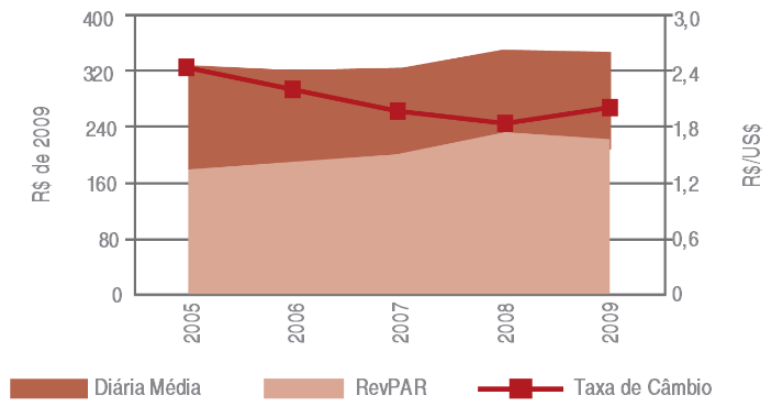
SÃO PAULO

SEGMENTO UPSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação

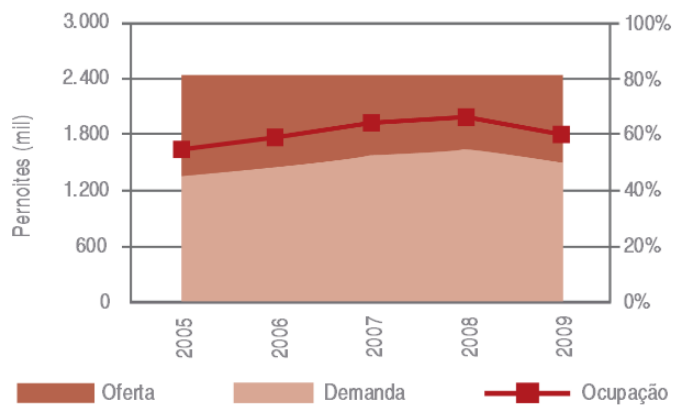


Diária Média e RevPAR

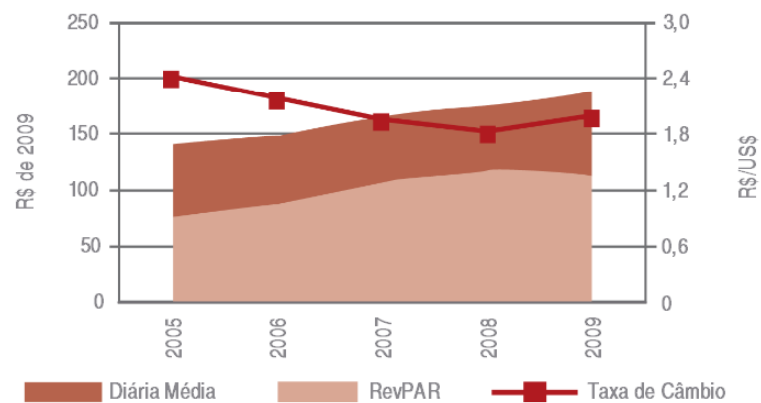


SEGMENTO MIDSCALE E UPPER-MIDSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação



Diária Média e RevPAR





SALVADOR

O mercado hoteleiro de Salvador começou 2009 com poucas definições. Os sinais visíveis eram que a crise não havia ainda atingido intensamente o Brasil, e que a valorização do dólar, ocorrida no final de 2008, incentivaria o turismo de lazer no Nordeste.

Com o desenrolar do ano, algumas percepções se confirmaram enquanto outras sofreram fortes alterações, resultando em um ano de desempenho inferior a 2008, especialmente para o mercado econômico. A crise afetou os negócios de petróleo e exportação de commodities (importantes atividades da cidade), provocou a redução, adiamento ou cancelamento de muitos eventos, e reduziu a propensão dos turistas europeus e americanos a viajarem, especialmente a destinos distantes. Além disso, a desvalorização do dólar tomou a cidade mais cara em relação a outros destinos internacionais. Nesse contexto, os resorts do litoral a norte de Salvador, reduziram tarifas buscando atrair eventos e turistas de lazer. Com preços reduzidos e estruturas grandiosas, captaram parte do público que poderia hospedar-se na capital.

Como resultado, a diária média de Salvador reduziu-se apenas 1,4%, enquanto a ocupação retraiu-se 7,4%, ocasionando uma queda de RevPAR de 8,7%. A queda de ocupação deve-se a uma leve redução da demanda (4,3%), decorrente da crise e da concorrência dos resorts, associada a um aumento da oferta de 3,3% em 2009.

No mercado **Upscale** (com diárias acima de R\$ 170), a RevPAR dos hotéis se reduziu em 7,1%, resultado de uma queda de 7,3% da ocupação, e aumento de 0,2% da diária média. Apesar do aumento da demanda (5,0%), a oferta de pemoites aumentou 13,3%, devido à abertura do Gran Hotel Stella Maris, no final de 2008 e do Pestana Bahia Residence, em meados de 2009.

O mercado **Econômico** (com diárias abaixo dos R\$ 150) foi atingido mais intensamente. A ocupação sofreu queda de 7,9%, enquanto a diária média caiu 6,7%, resultando em redução de 14,1% na RevPAR. A oferta se reduziu em 3,3%, com o fechamento do Salvador Praia, e a demanda atingiu o patamar de 775 mil pemoites, 10,9% a menos que em 2008.

Para 2010, as perspectivas para Salvador são de crescimento discreto da demanda, decorrente de um misto de fatores positivos e negativos. Apesar do estímulo gerado pela retomada do crescimento nacional, a baixa taxa de câmbio manterá Salvador um destino menos competitivo internacionalmente. Ao mesmo tempo, os resorts do litoral norte deverão manter tarifários agressivos para atrair eventos e turistas para seus empreendimentos, competindo diretamente com a capital baiana.

Adicionalmente, há expectativa de grande aumento da oferta para os próximos anos. Entre as novas aberturas, espera-se que o Caesar Business, o Catussaba Suites e o Hotel Matiz iniciem operação ainda em 2010. Além disso, se prevê a inauguração do Intercity e do Fasano Salvador, em 2011, e dos hotéis Ibis Aeroclube e Hilton, em 2012. Essa oferta em desenvolvimento somará mais de 1000 UHs ao mercado de Salvador, que significa um aumento de 16,2% nos próximos 3 anos.

Dada a evolução da demanda e da oferta estimadas, a ocupação em 2010 na capital baiana deverá ficar ligeiramente acima da obtida em 2009. No patamar de ocupação previsto, e com as pressões existentes, espera-se que a diária média também fique apenas ligeiramente acima do patamar atingido em 2009.

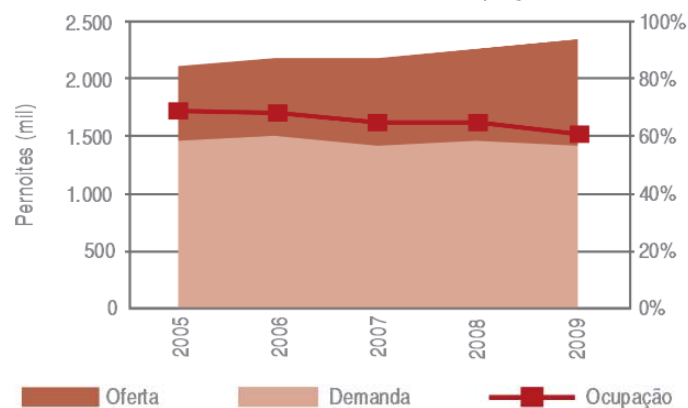
Nas atuais condições, as previsões para o mercado hoteleiro de Salvador não são favoráveis, mesmo com as perspectivas positivas para a economia baiana. O aumento de demanda gerado pelo aquecimento econômico será atenuado pelas pressões cambiais. Os pemoites adicionais gerados serão compartilhados com os resorts do litoral norte. Assim, a lenta evolução da demanda somada a um crescimento expressivo da oferta deverá resultar em um período de baixa evolução de RevPAR, havendo, inclusive, risco de retração.

¹Para esse estudo, foi acompanhada uma amostra de hotéis que somam 4.213 UHs, representando 65,5% da oferta total de Salvador (6.436 UHs). No segmento Upscale, são estudados 2.213 UHs (77,6% do total do segmento) e no segmento Econômico, são estudados 2.217 UHs (61,1%). Para esta oferta, são excluídos hotéis, albergues, pensões e residenciais com serviços em que predominam contratos mensais.

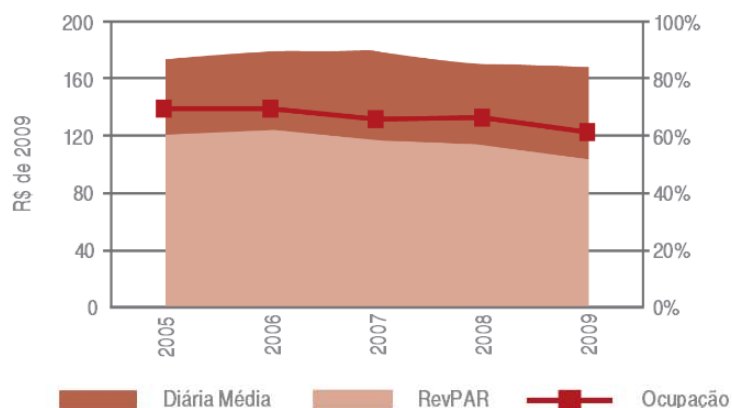
SALVADOR

MERCADO

Oferta, Demanda e Ocupação

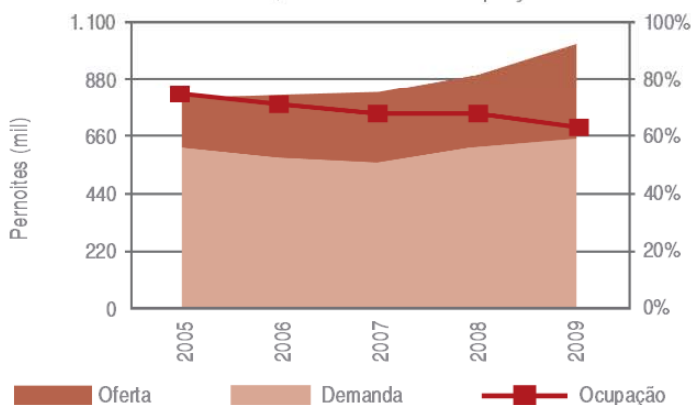


Diária Média e RevPAR

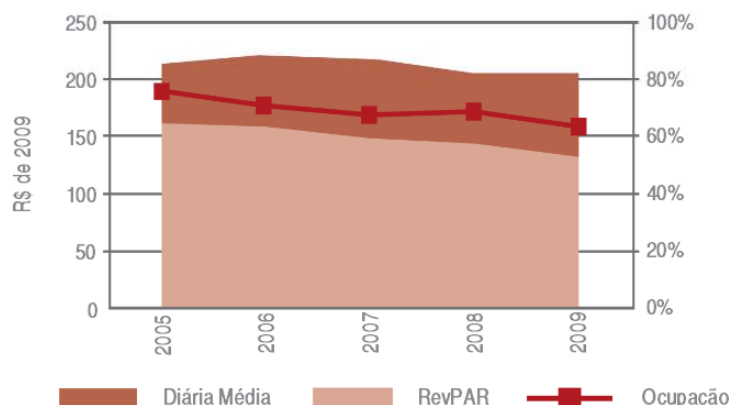


SEGMENTO UPSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação

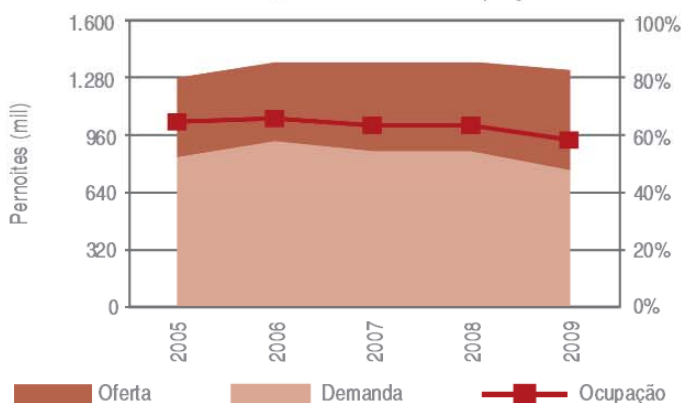


Diária Média e RevPAR

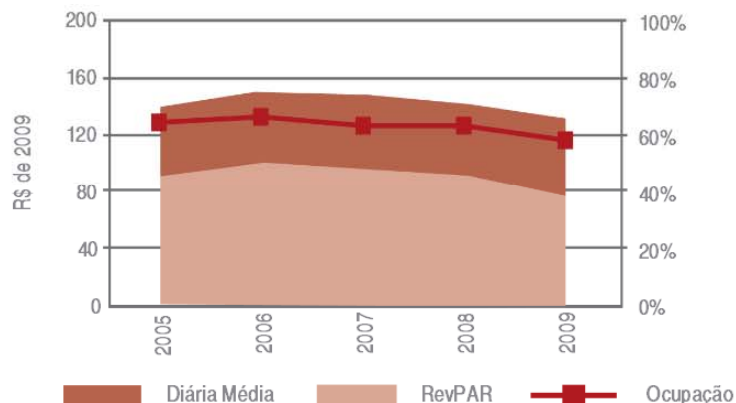


SEGMENTO ECONÔMICO

Oferta, Demanda e Ocupação



Diária Média e RevPAR





CURITIBA

Em sua 2ª edição, o Panorama da Hotelaria Brasileira inicia o acompanhamento de Curitiba entre os mercados hoteleiros do país.

Curitiba, capital do Estado do Paraná, é a 7ª cidade mais populosa do país, e a segunda maior da região sul, com mais de 1,85 milhão de habitantes. Com um pólo industrial diversificado, está entre as 10 principais economias nacionais. Em 2009, recebeu cerca de 3 milhões de turistas e registrou 4,85 milhões de embarques e desembarques aéreos¹.

Por ser uma cidade essencialmente de negócios e eventos, essas motivações representam, juntas, 90% da demanda hoteleira curitibana. Sua sazonalidade está bastante relacionada ao calendário escolar. Meses de férias são os de menor ocupação, e no 2º semestre registram-se mais pemoites em razão da ocorrência expressiva de eventos na cidade. Durante a semana, a maior procura por hotéis é de segunda a quinta-feira.

A oferta hoteleira qualificada da cidade totaliza 7.195 unidades habitacionais (UHs), distribuídas por 82 empreendimentos. Os hotéis estão divididos em quatro categorias, conforme sua estrutura, seus serviços e a diária média praticada: budget (BUD) – até R\$ 74; econômico (ECO) – entre R\$ 75 e R\$ 104; midscale (MID) – entre R\$ 105 e R\$ 144; e upscale (UPS) – entre R\$ 145 e R\$ 230.

O 1º ciclo de desenvolvimento hoteleiro acontece na década de 70, impulsionado pela crescente industrialização. Até o início dos anos 90, a evolução foi lenta e gradual, restrita ao centro, basicamente com hotéis de padrão BUD e ECO e de administração independente. Com a melhoria do ambiente macroeconômico, pós-Plano Real, a cidade vivencia um período de grande expansão. Redes nacionais e internacionais constroem diversos hotéis, de padrão econômico à upscale, dessa vez de forma mais pulverizada. O Batel, região nobre da cidade, vira um novo pólo hoteleiro.

Entre 1998 e 2004, a oferta cresce 80% – em média 10% ao ano. Foram inaugurados 34 empreendimentos (+3.000 UHs), a maior parte flats. A construção de novos estabelecimentos fez o

desempenho dos hotéis despencar, dando início a um difícil período no mercado hoteleiro de Curitiba. Ainda hoje, a taxa de ocupação e a diária média verificadas estão baixas, comparadas as de outros destinos nacionais.

O início de 2009 foi marcado por incertezas para os hotéis de Curitiba. As dúvidas sobre os desdobramentos da crise financeira internacional no Brasil deixaram os hoteleiros receosos. O primeiro efeito prático dessa constatação foi o “congelamento” temporário de aumentos de diária. Uma vez confirmada a mudança de perspectiva de crescimento do país, reflexo da divulgação de indicadores econômicos nacionais do 4º trimestre de 2008, em março, diversos eventos foram cancelados ou ao menos adiados, levando a uma sensível queda da ocupação do 2º trimestre.

No início do 3º trimestre, apesar de amenizada a crise de confiança do empresariado brasileiro sobre a economia do país, o alarde sobre a Gripe A ganhou visibilidade na capital paranaense acima de qualquer outra região. Como resultado, a ocupação, em especial do mês de agosto, volta a cair. Com o fim da exposição da doença na mídia e com a recuperação da economia, o último trimestre mostrou franco crescimento na performance hoteleira.

A hotelaria curitibana encerra 2009 com desempenho modesto. No segmento **Midscale**, a diária média foi de R\$ 120, enquanto a ocupação atingiu 62%. Já no mercado **Upscale**, a diária não superou R\$ 176 e a ocupação foi de apenas 47%.

Para o ano de 2010, espera-se recuperação das diárias em ambos os segmentos, provavelmente acima de 10%, em valor nominal. A demanda deve crescer de forma moderada, entomo de 5%, e a oferta aumentar 3,5%, com a abertura de um Ibis na região do Batel, com 250 UHs.

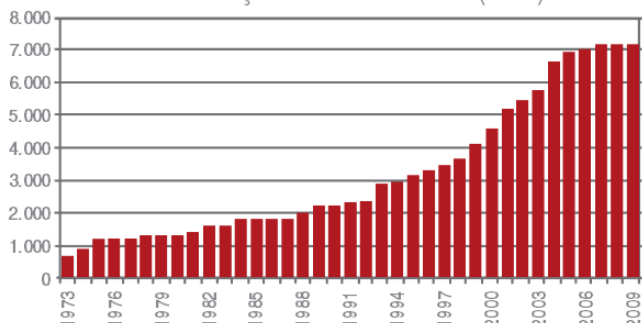
¹Dados da Secretaria de Estado do Turismo do Paraná e da Infraero.

²Para esse estudo, foi acompanhada uma amostra de hotéis que somam 2.000 UHs, representando 27,8% da oferta total de Curitiba (7.195 UHs). No segmento Upscale, são estudados 932 UHs (100% do total do segmento) e no segmento Midscale, são estudados 1.068 UHs (65%). Para esta oferta, são excluídos motéis, albergues, pensões e residenciais com serviços em que predominam contratos mensais.

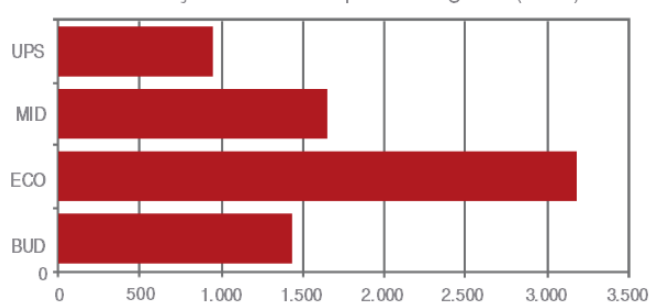
CURITIBA

MERCADO

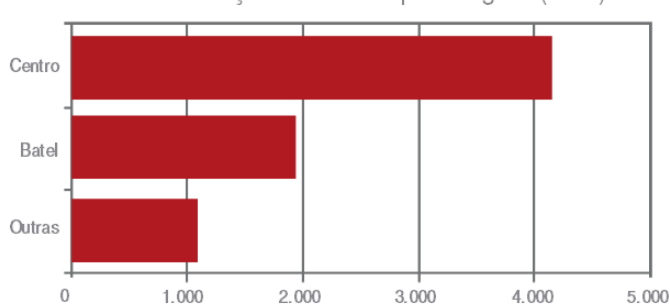
Evolução da Oferta Atual (UHs)



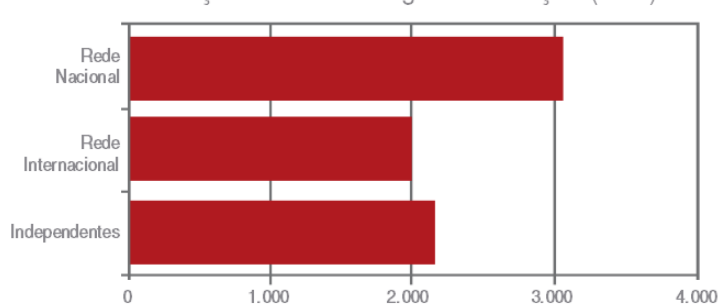
Distribuição da Oferta por Categoria (UHs)



Distribuição da Oferta por Região (UHs)

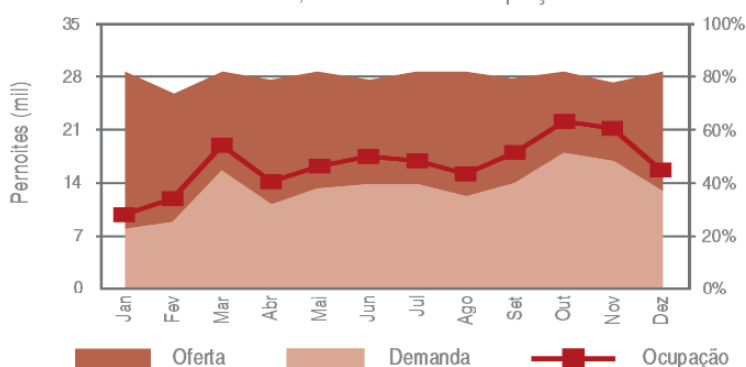


Distribuição da Oferta Segundo Afiliação (UHs)

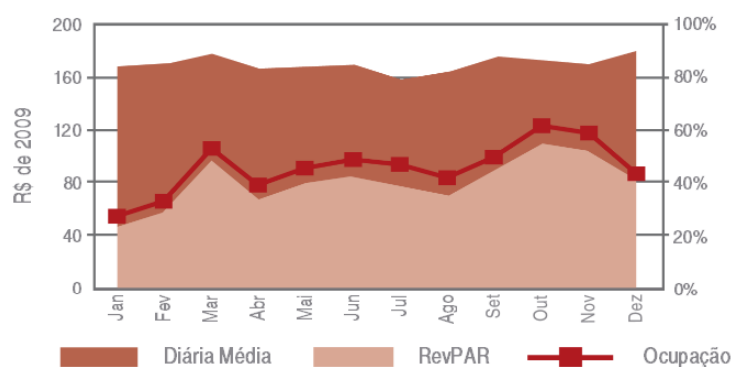


SEGMENTO UPSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação

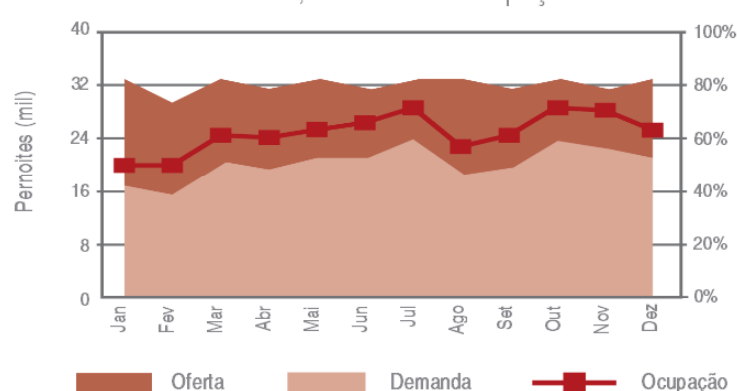


Diária Média e RevPAR

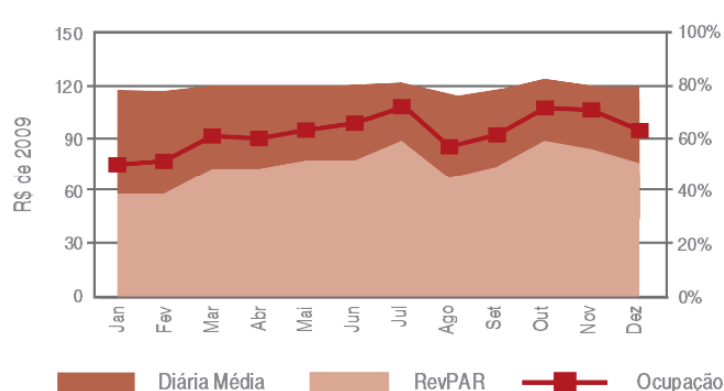


SEGMENTO MIDSCALE

Oferta, Demanda e Ocupação



Diária Média e RevPAR



Sobre a HVS

A HVS é uma empresa internacional de consultoria em investimentos nos setores de hotelaria, alimentos & bebidas, lazer, cassinos, convenções e propriedade compartilhada. Fundada em 1980, nos EUA, atualmente possui 38 escritórios pelo mundo e realiza mais de 2.000 projetos por ano, em mais de 50 países, para os principais agentes e investidores internacionais relacionados a sua área de atuação.

Ao longo dos mais de 10 anos de atuação no Brasil, a HVS realizou trabalhos de consultoria para mais de 200 hotéis e resorts no país e no exterior, além de ter elaborado planos de desenvolvimento turísticos para os Estados da Bahia e do Maranhão. Hoje, sua área de Asset Management assessora 14 hotéis, localizados em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. Como gestora estratégica do Fundo de Investimento Hotel Maxinvest, supervisiona um patrimônio superior a R\$ 113 milhões¹.

No Brasil, a HVS oferece os seguintes serviços:

- Análise de viabilidade;
- Avaliação econômico-financeira;
- Planos de negócios;
- Estudos de mercado;
- Estruturação de empreendimentos turístico-hoteleiros e turístico-imobiliários;
- Asset Management de empreendimentos hoteleiros;
- Gestão Estratégica de Fundos de Investimento em Hotéis;
- Consultoria de planejamento e gestão em turismo.

Autores



Cristiano Vasques
Sócio

Engenheiro de Produção (POLI/USP) e pós-graduado em Gestão de Turismo e Hotelaria (CEAG/FGV-EAESP). Desde 2001, atua como consultor de projetos de investimento no mercado turístico-hoteleiro e imobiliário, além de ser responsável pelo desenvolvimento de novos negócios na HVS.



Gustavo Moura
Coordenador

Bacharel em Turismo (ECA/USP) e pós-graduado em Economia (FGV-EESP). Trabalhou em projetos de pesquisa para FIPE (FEA-USP) e Ministério de Turismo do Brasil. Na HVS desde 2005, atua hoje como coordenador de projetos de investimento hoteleiro e imobiliário no Brasil e exterior.



Renato Moraes
Consultor

Graduado em Administração de Empresas (FGV-EAESP). Desde 2006 na HVS Brasil, atuou na área de Hotel Asset Management e atualmente desenvolve estudos de viabilidade e avaliação econômica para empreendimentos imobiliários.



Pedro Cypriano
Consultor

Bacharel em Turismo (ECA/USP). Trabalhou em projetos de pesquisa dos órgãos oficiais de turismo do Estado do Paraná e da cidade de São Paulo. Atua desde 2007, nas áreas de consultoria em turismo e hotelaria da HVS Brasil.



Tadeu Avallone
Consultor

Graduado do bacharelado em Hotelaria (SENAC-SP). Desde 2007, está na HVS Brasil atuando na área de administração do Fundo de Investimento Imobiliário Hotel Maxinvest e em Asset Management.

¹Referente a 565 UHs de 44 diferentes hotéis da Grande São Paulo. Estimativa baseada em avaliação efetuada por uma consultoria independente.



NORTH AMERICA - Atlanta | Bahamas | Boston | Chicago | Dallas | Denver | Las Vegas | Mexico City | Miami | New York | Newport, RI | San Francisco | Toronto | Vancouver | Washington, D.C. | EUROPE - Athens | London | Madrid | Moscow | ASIA - Beijing | Hong Kong | Mumbai | New Delhi | Shanghai | Singapore | SOUTH AMERICA - Buenos Aires | Lima | São Paulo | Salvador | MIDDLE EAST - Dubai



HVS Brasil
Global Hospitality Services

www.hvs.com
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1912 - Conj. 20J
São Paulo - SP - Brasil
CEP 01452-000
Tel. +55 11 3093-2743
Fax +55 11 3093-2783