

Novo Placar 2015

Como estarão os mercados hoteleiros das cidades-sede após a Copa?

*Confira o **calendário dos jogos da Copa do Mundo 2014***

Exclusiva: Match Services

Organizadora oficial de hospitalidade da Copa do Mundo FIFA 2014 bate bola com nosso time

*O que aconteceu com a hotelaria durante as **Copas da Alemanha e África do Sul***

*E mais: como o **time da hotelaria** pode marcar gols em 2014*

PLACAR DA HOTELARIA



FÓRUM
DE OPERADORES
HOTELEIROS
DO BRASIL



Hotel Invest

canteras &
associados

Apresentação

Bola no Chão!

Com a proximidade do início dos jogos, a atenção da hotelaria se volta para a realização da Copa e nossa publicação muda seu foco.

O FOHB e a HotellInvest, com o inestimável apoio do Senac São Paulo, apresentam a 5ª edição do **Placar da Hotelaria 2015**, estudo publicado desde agosto de 2010 e direcionado a monitorar a evolução dos mercados hoteleiros das cidades-sede da Copa do Mundo.

Ao longo das quatro edições anteriores, colhemos informações, avaliamos perspectivas e divulgamos os resultados das projeções de taxa de ocupação para a hotelaria no pós-Copa. Acreditamos que este estudo tenha trazido importante contribuição para a formação de uma cultura de investimento responsável na hotelaria nacional.

Agora, faltando menos de dois anos para o início dos jogos, o cenário de oferta e demanda vai se consolidando e as atenções se voltam para a operacionalização da Copa do Mundo. Assim, o Placar 2015 se incorpora ao **Placar da Hotelaria**, uma publicação voltada à análise mais ampla sobre o desenrolar da Copa no Brasil.

Nesse novo **Placar da Hotelaria**, o leitor terá acesso a diversas informações relevantes sobre o dia a dia da Copa do Mundo. Com isso, poderá se preparar e tirar o melhor proveito do mais importante evento esportivo do planeta.

Além da 5ª edição do Placar 2015, nossa equipe apresenta uma valiosa análise do desempenho diário dos hotéis nas principais sedes das Copas da Alemanha e África do Sul. Baseado em dados oferecidos pela STR Global, esse estudo traz uma visão clara sobre o comportamento da hotelaria ao longo do período de jogos. Estamos certos de que profissionais e investidores vão se surpreender com nossas informações.

O leitor também vai encontrar uma entrevista esclarecedora com a Match Services, organizadora oficial de hospitalidade da FIFA, na qual ela nos apresenta análises sobre as Copas anteriores e as expectativas da entidade sobre o Mundial no Brasil. Você ainda terá o calendário dos jogos, os projetos de cada cidade-sede e, enfim, um exclusivo panorama sobre os desafios e as oportunidades que a Copa traz para a hotelaria nacional.

Além disso, convidamos o leitor a acessar o hotsite do Placar na internet: www.sp.senac.br/placardahotelaria.

Além do download da versão digital e tabelas interativas, você poderá conferir dicas e novidades exclusivas.

Boa leitura e bons negócios!



Roberto Rotter
Presidente do FOHB



Diogo Canteras
Sócio-Diretor da HotellInvest



4



Placar 2015

Projeção da taxa de ocupação hoteleira das 12 cidades-sede

10



Projetos da Copa 2014

Raio-X dos investimentos previstos em cada cidade-sede

14



Calendário de Jogos

Todos os jogos da Copa do Mundo 2014. Cidade a cidade, dia a dia

16



Placar das Copas Anteriores

Informações sobre o desempenho dos hotéis nas Copas da Alemanha e África do Sul

22



Entrevista Exclusiva Match Services

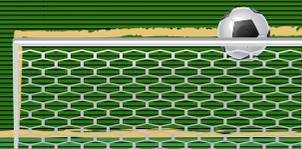
Direto da fonte, tudo que você gostaria de saber sobre turismo e hotelaria na Copa

25



Vamos Ganhar a Taça

Como a hotelaria pode tirar o máximo proveito da Copa



CIDADE-SEDE	ECONÔMICO	MIDSCALE	UPSCALE
Belo Horizonte			ND
Brasília	ND		ND
Cuiabá	ND		ND
Curitiba			---
Fortaleza	ND		ND
Manaus			ND
Natal	ND		ND
Porto Alegre			
Recife	ND		ND
Rio de Janeiro			
Salvador			*
São Paulo			



RISCO BAIXO

Mercado hoteleiro saudável, apresenta níveis de ocupação que permitem boas tarifas, margens operacionais satisfatórias e rentabilidade sobre o investimento adequada.



CAUTELA

Mercado hoteleiro apresenta níveis de ocupação que dificultam a obtenção de boas margens operacionais e comprometem a rentabilidade do investimento hoteleiro.



PREOCUPANTE

Mercado hoteleiro com níveis de ocupação que pressionam a redução das tarifas e não permitem a rentabilidade do investimento. Qualquer deterioração das condições de mercado conduz a uma situação operacional e financeira bastante desfavorável.



RUIM

Mercado hoteleiro com níveis de ocupação muito baixos e que geram queda nas tarifas. Os níveis de faturamento e lucro caem a patamares muito baixos e perde-se a perspectiva de rentabilidade dos investimentos realizados.



CRÍTICO

Mercado hoteleiro com desempenho bastante insatisfatório, que compromete a saúde financeira do setor por um longo período. A recuperação do mercado deve se estender por muitos anos.

ND DADOS NÃO DISPONÍVEIS

* DADOS OMITIDOS

O placar da página anterior apresenta o risco de crescimento excessivo da oferta hoteleira em cada um dos mercados analisados.

A 5ª edição do Placar da Hotelaria 2015 (dez/2012) traz algumas mudanças significativas com relação à edição anterior, publicada em maio do mesmo ano. Identificaram-se novos hotéis em algumas cidades-sede que ainda não estavam sendo considerados nas projeções. Isso ocorre porque muitos deles se encontravam em fase preliminar de negociações, porém agora conseguiram avançar em seus projetos, e devem ficar prontos até 2015. Soma-se a isso a desaceleração do crescimento da economia brasileira desde o final de 2011, que trouxe reflexos diretos na evolução de demanda hoteleira na grande maioria dos mercados analisados em 2012, especialmente em negócios e eventos. Dessa forma, seguindo a revisão para baixo da expectativa de crescimento do PIB nacional, considerou-se uma leve retração de demanda em 2012 assim como um crescimento mais ameno no ano seguinte. Para 2014 e 2015, manteve-se a meta de crescimento projetada anteriormente.

Os mercados identificados anteriormente com risco de superoferta de hotéis no período pós-Copa devem continuar na mesma condição: Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Manaus e Salvador. A novidade é que outras cidades-sede passaram também a fazer parte desse grupo: Porto Alegre (Econômico) e Recife (segmento Midscale). Além disso, principalmente em razão do desaquecimento econômico atual, outros mercados que antes tinham cartão verde passaram a apresentar risco moderado de superoferta: Porto Alegre e Rio de Janeiro (ambos no segmento Midscale). Nas demais cidades, o risco de a oferta crescer em maior velocidade que a demanda ainda permanece pequeno.

Cerca de 5.000 UHs foram adicionadas nas projeções desta edição, totalizando 26.626 novas UHs previstas até 2015. Houve aumento significativo na nova oferta de hotéis especialmente em Belo Horizonte, Brasília, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre. Nesses dois últimos mercados, o número de projetos hoteleiros considerados se ampliou muito em razão da identificação de novos hotéis independentes que não foram divulgados anteriormente. No Rio de Janeiro, a maioria dos novos hotéis estará situada na Barra da Tijuca. É possível que essa região se consolide como um mercado hoteleiro com dinâmica distinta da que já existe na Zona Sul e no Centro da cidade. Devido à distância entre essas regiões e a futura disponibilidade de quartos, esses mercados hoteleiros deverão se comportar de forma independente, apresentando geradores de demanda e níveis de ocupação e diária média diferentes. Especificamente na Barra da Tijuca, levou-se em consideração que deve haver uma indução de demanda por hospedagem nos próximos anos, gerada principalmente por: grande volume de investimentos no âmbito da exploração do pré-sal;

implantação de novas torres corporativas; e construção de novos centros de convenções e eventos.

O número de segmentos de mercado hoteleiro que deve sofrer impacto na ocupação no pós-Copa aumentou e agora representa a maioria das cidades estudadas. Nesses mercados com **alto risco** de crescimento excessivo da oferta hoteleira, a oferta atual geralmente é pequena ou pouco qualificada e está sofrendo forte movimento de expansão e requalificação, ocasionado pela construção de hotéis modernos a serem operados por redes nacionais e internacionais. Em outros casos, apesar da existência de oferta ampla e empreendimentos em bom estado de conservação, há forte expansão devido ao aquecimento do mercado imobiliário em geral e/ou à concessão de incentivos fiscais. O aumento demasiado da oferta poderá causar forte competição entre os hotéis, guerra de preços, e até fechamento de hotéis antigos.

Em segundo lugar aparecem os mercados com **risco baixo** de superoferta, que devem manter boas taxas de ocupação após a Copa. Isso se deve principalmente à expansão reduzida da oferta, decorrente de altos preços de terreno, competição com empreendimentos imobiliários residenciais e comerciais, e diárias médias ainda em processo de recuperação. Com boa ocupação, os hotéis existentes devem aumentar suas diárias e, conseqüentemente, sua receita, possibilitando a renovação de suas instalações. À medida que esse processo de aumento de receita e lucro se consolida, mais novos projetos se tornarão viáveis e permitirão expansão da oferta com qualidade e de forma equilibrada.

Por fim, encontram-se os demais mercados com **risco moderado**. Ainda assim merecem atenção, pois ainda é possível evitar que a situação de alerta se transforme em problema. De modo geral, não apresentam baixas taxas de ocupação futura, mas a inauguração de mais hotéis pode levar a taxa de ocupação futura para níveis preocupantes.

Vale reforçar a ideia de que a taxa de ocupação é apenas um dos indicadores da saúde de um mercado hoteleiro. Apesar de ser uma importante direcionadora dos níveis de diária e lucro, ela não deve ser utilizada isoladamente para determinar a viabilidade de um empreendimento hoteleiro, nem para tomar decisões de investimento. Cada projeto possui características únicas que o diferenciam da média do mercado e afetam sua rentabilidade de maneira distinta. Por isso, se desejar investir em hotéis, analise cuidadosamente o mercado, o terreno e o projeto.

	INFORMAÇÕES ANO BASE (PREMISSAS)				PROJEÇÕES PARA 2015		T.O. 2015
	OFERTA ATUAL (UHs)	DEMANDA ATUAL (UHs)*	T.O. 2011	C.M.A.D.	OFERTA ADICIONAL (UHs)	DEMANDA ADICIONAL (UHs)*	



SUL
CURITIBA

TOTAL	7.381	5.187	70%	3.4%	872	741	72%
ECONÔMICO	4.823	3.473	72%	3.8%	676	563	73%
MIDSCALE	2.558	1.714	67%	2.5%	196	178	69%
UPSCALE	0	-	-	-	0	-	-



SUL
PORTO ALEGRE

TOTAL	5.039	3.533	70%	3.1%	2.082	454	56%
ECONÔMICO	2.658	1.914	72%	3.8%	1.562	310	53%
MIDSCALE	2.210	1.503	68%	2.2%	520	139	60%
UPSCALE	171	116	68%	1.1%	0	5	71%



SUDESTE
BELO HORIZONTE

TOTAL	6.377	4.386	69%	n/d	6.544	n/d	n/d
ECONÔMICO	3.761	2.633	70%	3.8%	2.663	426	48%
MIDSCALE	2.616	1.753	67%	3.8%	2.539	284	40%
UPSCALE	0	-	-	-	1.342	-	-



SUDESTE
RIO DE JANEIRO

TOTAL	18.957	14.823	78%	4.6%	5.686	2.939	72%
ECONÔMICO	7.975	6.699	84%	4.4%	1.120	1.261	88%
MIDSCALE	6.228	4.796	77%	5.6%	3.111	1.158	64%
UPSCALE	4.754	3.328	70%	3.7%	1.455	520	62%

INFORMAÇÕES ANO BASE (PREMISSAS)				PROJEÇÕES PARA 2015		
OFERTA ATUAL (UHs)	DEMANDA ATUAL (UHs)*	T.O. 2011	C.M.A.D.	OFERTA ADICIONAL (UHs)	DEMANDA ADICIONAL (UHs)*	T.O. 2015



SUDESTE

SÃO PAULO

TOTAL	35.869	24.374	68%	3.9%	463	4.063	78%
ECONÔMICO	14.547	10.183	70%	4.1%	120	1.768	81%
MIDSCALE	16.582	11.110	67%	4.3%	343	2.058	78%
UPSCALE	4.740	3.081	65%	2.0%	0	237	70%



CENTRO-OESTE

BRASÍLIA

TOTAL	7.579	n/d	n/d	n/d	3.264	n/d	n/d
ECONÔMICO	3.752	n/d	n/d	n/d	964	n/d	n/d
MIDSCALE	2.588	1.656	64%	3.3%	1.672	230	44%
UPSCALE	1.239	n/d	n/d	n/d	628	n/d	n/d



CENTRO-OESTE

CUIABÁ

TOTAL	1.707	n/d	n/d	n/d	1.075	n/d	n/d
ECONÔMICO	1.208	n/d	n/d	n/d	588	n/d	n/d
MIDSCALE	358	233	65%	3.8%	237	38	45%
UPSCALE	141	n/d	n/d	n/d	250	n/d	n/d



NORDESTE

NATAL

TOTAL	6.092	n/d	n/d	n/d	1.201	n/d	n/d
ECONÔMICO	3.854	n/d	n/d	n/d	666	n/d	n/d
MIDSCALE	1.370	925	67%	3.8%	535	150	56%
UPSCALE	868	n/d	n/d	n/d	0	n/d	n/d

UHs: Unidades habitacionais | * Média de pernoites vendidos por dia | T.O.: Taxa de ocupação | C.M.D.A: Crescimento médio anual da demanda acomodada | n/d: Dados não disponíveis

INFORMAÇÕES ANO BASE (PREMISSAS)				PROJEÇÕES PARA 2015		
OFERTA ATUAL (UHs)	DEMANDA ATUAL (UHs)*	T.O. 2011	C.M.A.D.	OFERTA ADICIONAL (UHs)	DEMANDA ADICIONAL (UHs)*	T.O. 2015



TOTAL	3.939	n/d	n/d	n/d	1.557	n/d	n/d
ECONÔMICO	2.289	n/d	n/d	n/d	338	n/d	n/d
MIDSCALE	1.409	1.014	72%	5.6%	969	247	53%
UPSCALE	241	n/d	n/d	n/d	250	n/d	n/d



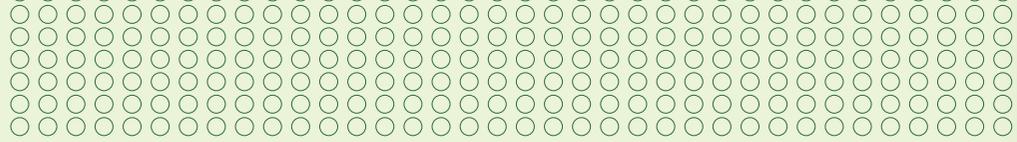
TOTAL	7.383	n/d	n/d	n/d	2.412	n/d	n/d
ECONÔMICO	4.280	2.776	68%	2.2%	759	322	64%
MIDSCALE	3.006	1.619	66%	7.5%	1.653	710	57%
UPSCALE	97	n/d	n/d	n/d	0	n/d	n/d



TOTAL	6.609	n/d	n/d	n/d	150	n/d	n/d
ECONÔMICO	3.974	n/d	n/d	n/d	150	n/d	n/d
MIDSCALE	1.903	1.273	67%	3.3%	0	177	76%
UPSCALE	732	n/d	n/d	n/d	0	n/d	n/d



TOTAL	3.235	n/d	n/d	n/d	1.375	n/d	n/d
ECONÔMICO	1.286	871	68%	3.3%	644	121	51%
MIDSCALE	1.355	854	63%	3.8%	686	138	49%
UPSCALE	594	n/d	n/d	n/d	45	n/d	n/d



As projeções apresentadas no Placar da Hotelaria 2015 foram elaboradas de forma criteriosa, com uma metodologia que vem sendo aperfeiçoada a cada edição:

Etapa 1: Dimensionamento da Oferta Hoteleira – A quantidade de quartos é baseada no Guia Quatro Rodas Brasil 2012 e no acervo interno da HotellInvest, e inclui hotéis independentes e de redes não associadas ao FOHB. Foram excluídos motéis, pensões, albergues, residenciais com serviço onde predominam contratos mensais e outros meios de hospedagem de porte muito reduzido ou padrão baixo.

Etapa 2: Segmentação da Oferta Hoteleira – Cada hotel é classificado de acordo com o segmento em que atua: Econômico, Midscale ou Upscale. A classificação considera o posicionamento mercadológico, os preços, os serviços oferecidos e a qualidade das instalações de cada hotel.

Etapa 3: Projeção da Oferta Hoteleira – A oferta futura consiste na oferta atual somada às unidades habitacionais a serem inauguradas até 2015. A estimativa de novos quartos partiu de informações do FOHB, da HotellInvest e de notícias veiculadas na imprensa. Notícias não confirmadas foram desconsideradas nas projeções. Alguns projetos identificados não foram contabilizados por estarem em estágio preliminar de desenvolvimento (por exemplo, projetos sem contratos de operação, licenças de implantação ou recursos para construção).

Etapa 4: Dimensionamento da Demanda no Ano Base – O ano base é o ano anterior ao de elaboração das análises. A demanda no ano base foi calculada para cada segmento, multiplicando oferta (em pernoites) pela taxa de ocupação de cada mercado, baseada nos dados do FOHB e da HotellInvest. As informações são amostrais, assim o método assume que a ocupação média do mercado é igual à da amostra. Isso implica em algum nível de incerteza nos dados utilizados. Como o tamanho da amostra de cada segmento é diferente, a incerteza associada a cada dado amostral também varia. O tamanho e a composição de cada amostra foram averiguados para avaliar se a taxa de ocupação amostral poderia ser utilizada como média do mercado. Segmentos de mercado nos quais a amostra era demasiadamente pequena ou inexistente foram desconsiderados na análise.

Etapa 5: Projeção da Demanda – A taxa de crescimento da demanda esperada para cada mercado partiu do crescimento esperado para o PIB nacional em cada ano (até 2015) e de ajustes que refletem especificidades da economia de cada mercado. O ajuste de cada cidade levou em consideração: existência de grandes projetos estruturantes; composição, tamanho e evolução histórica do PIB local; importância da economia no contexto nacional

e regional; tamanho e evolução histórica do mercado hoteleiro; importância relativa de cada segmento da demanda hoteleira no mercado local; existência de geradores de demanda, hubs de transporte aéreo e centros de eventos; atratividade e posicionamento mercadológico do destino turístico. Essas taxas foram aplicadas sobre a demanda no ano base, permitindo calcular a demanda potencial esperada para o ano de 2015.

Também foi considerada a migração de demanda entre os segmentos de mercado de uma mesma cidade: quando um segmento apresentou saturação, considerou-se que a demanda excedente seria absorvida pelos demais. Foi considerada, ainda, a possibilidade de existência de “topo sazonal”, valor que reflete a taxa de ocupação máxima que um mercado consegue atingir. Nos mercados onde as projeções indicavam taxas de ocupação maiores que o topo sazonal, este foi adotado como valor final. Nesses mercados, a demanda acomodada é menor que a demanda potencial.

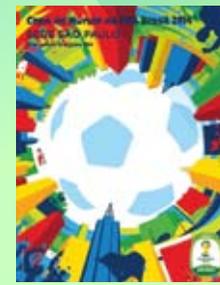
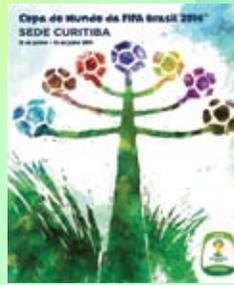
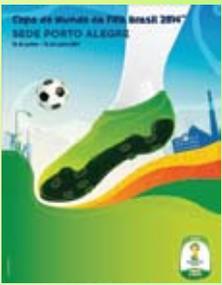
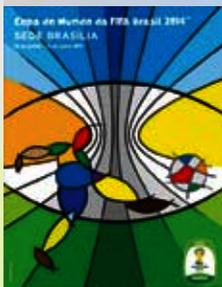
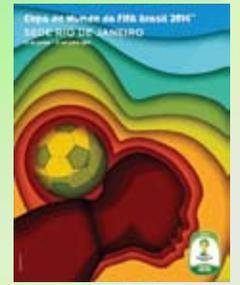
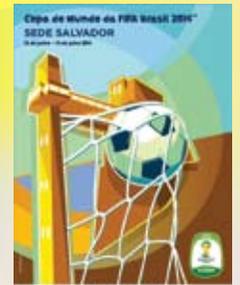
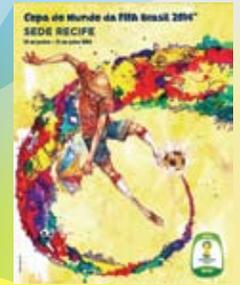
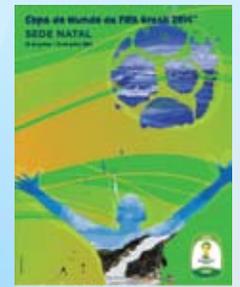
Etapa 6: Cálculo da Taxa de Ocupação em 2015 – Para cada mercado e para cada segmento, dividiu-se a demanda acomodada prevista pela oferta projetada em 2015, obtendo-se assim a taxa de ocupação prevista para aquele ano. A taxa de ocupação pode mudar a cada edição, em função de variação das projeções de demanda e oferta, bem como de revisões do topo sazonal dos mercados.

Observações e Limitações do Estudo

Os resultados deste estudo devem ser interpretados com cautela. Apesar dos esforços para garantir a confiabilidade dos dados, a metodologia utilizada apresenta limitações por utilizar dados amostrais, por tratar de mercados abrangentes e por realizar projeções para um horizonte longo. As informações apresentadas devem ser interpretadas exclusivamente como um parâmetro de orientação adicional para investidores e hoteleiros.

As premissas também podem se alterar rapidamente, modificando assim as perspectivas aqui descritas. Nos mercados em que há muitos projetos em estágio preliminar de desenvolvimento, esse risco é ainda mais elevado. Como as projeções de oferta contabilizam apenas hotéis em estágio avançado de desenvolvimento, é possível que a previsão de nova oferta tenda a crescer no futuro. Logo, pode haver alguma discrepância entre o número de quartos projetado atualmente e a soma dos quartos de projetos anunciados pela mídia, operadoras, hoteleiros independentes e desenvolvedores. A cada edição as informações serão revistas, buscando minimizar essas limitações e atualizar as conclusões.

Projetos da Copa 2014



Cidade-Sede		BELO HORIZONTE	BRÁSÍLIA
Arena	Nome	Mineirão - Estádio Governador Magalhães Pinto	Estádio Nacional Mané Garrincha
	Capacidade	64,5 mil	71 mil
	Obras previstas	Modernização do estádio inclui construção de cobertura, vestiários, novas arquibancadas, estacionamentos e esplanada.	Projeto de arena multiuso que inclui estacionamento, áreas de apoio, vestiários, lojas e ampliação de arquibancadas.
	Conclusão das obras	Dez/2012	Dez/2012
	Investimento	R\$ 695 milhões	R\$ 812,2 milhões
	Financiamento federal	R\$ 400 milhões	Não haverá
Aeroporto	Obras previstas	Construção do Terminal 3	Reforma e ampliação do terminal de passageiros, do pátio de aeronaves, do sistema viário e de edificações complementares
		Reforma e ampliação do terminal de passageiros, da pista de pouso e do sistema de pátios	Implantação de módulo operacional, que deve aumentar a capacidade de passageiros em 89% (de 14 para 26,5 milhões por ano)
		Ampliação do estacionamento	Sistema de pista de pouso e decolagem
		Adequação do sistema viário	
	Conclusão das obras	Dez/2013	Dez/2013
Investimento	R\$ 508,7 milhões	R\$ 651 milhões	
Mobilidade urbana	Obras previstas	Construção de 3 linhas de Bus Rapid Transit (BRT)	As obras do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) Aeroporto / Asa Sul começaram em 2009, mas foram suspensas em 2011 pela Justiça do Distrito Federal, que considerou o processo de licitação fraudulento.
		Construção de 3 novas vias e corredor exclusivo de ônibus	
		Implantação de uma central de monitoramento	
	Investimento	R\$ 1,389 bilhão	
Financiamento federal	R\$ 1,023 bilhão		
Investimento total		R\$ 2,593 bilhões	R\$ 1,463 bilhão

Cidade-Sede		CUIABÁ	CURITIBA
Arena	Nome	Arena Pantanal	Arena da Baixada - Estádio Joaquim Américo Guimarães
	Capacidade	43,6 mil	41 mil
	Obras previstas	Projeto multiuso prevê arquibancadas e cobertura desmontáveis. Poderá ter redução de até 30% da capacidade após o Mundial.	Projeto de arena multiuso que inclui estacionamento, áreas de apoio, vestiários, lojas e ampliação de arquibancadas.
	Conclusão das obras	Dez/2012	Jun/2013
	Investimento	R\$ 518,9 milhões	R\$ 234 milhões
	Financiamento federal	R\$ 285 milhões	R\$ 123 milhões (em análise pelo BNDES)
Aeroporto	Obras previstas	Reforma e modernização do terminal de passageiros	Ampliação do terminal de passageiros e do sistema viário. Aumento da capacidade de passageiros em 87% (de 7,8 para 14,6 milhões por ano)
	Conclusão das obras	Jul/2013	Dez/2013
	Investimento	R\$ 91,3 milhões	R\$ 85 milhões
Mobilidade urbana	Obras previstas	Implantação de corredor exclusivo de ônibus e vias de acesso à arena	Construção de 4 corredores de ônibus, 2 vias de acesso e um terminal urbano
		Construção do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) de 22,2 km de extensão que ligará o Centro Político Administrativo ao Aeroporto, e o bairro de Coxipó ao centro. Obras em ritmo lento, mas o consórcio vencedor da licitação promete entregar antes da Copa.	Implantação de uma linha de Bus Rapid Transit (BRT)
	Investimento	R\$ 1,44 bilhão	R\$ 543,9 milhões
	Financiamento federal	R\$ 562 milhões	R\$ 440,6 milhões
Investimento total		R\$ 2,05 bilhões	R\$ 862,9 milhões

Projetos da Copa 2014

Cidade-Sede		FORTALEZA	MANAUS
Arena	Nome	Castelão - Estádio Governador Plácido Castelo	Arena da Amazônia - Estádio Vivaldo Lima
	Capacidade	67 mil	44,3 mil
	Obras previstas	Reforma prevê construção de estacionamento, centro olímpico, piscina e ginásio multiuso, além de sistema de geração de energia eólica.	Construção de nova arena, substituindo o estádio Vivaldão que já existia
	Conclusão das obras	Dez/2012	Jun/2013
	Investimento	R\$ 518,6 milhões	R\$ 532,2 milhões
	Financiamento federal	R\$ 400 milhões	R\$ 400 milhões
Aeroporto	Obras previstas	Reforma e ampliação do terminal de passageiros do aeroporto (Fase 1) e adequação do sistema viário. Capacidade aumentará em 39% (de 6,2 para 8,6 milhões de passageiros por ano)	Reforma e ampliação do terminal de passageiros do aeroporto (Fase 1)
		Reforma do Porto de Mucuripe (construção de novo cais, estação de passageiros de 9 mil m², lojas de conveniência, espaço para bagagens, restaurantes, estacionamento, além de área de 40 mil m² para armazenagem de contêineres)	Reforma do Porto de Manaus inclui: adaptação dos Armazéns 3 e 4 para o terminal marítimo de passageiros, adaptação do Armazém 0 para bagagens, aumento de cais e defesas, urbanização de pátio para estacionamento e passarela coberta para pedestres.
	Conclusão das obras	Dez/2013	Dez/2013 (aeroporto) e Mar/2014 (porto)
	Investimento	R\$ 349,8 milhões (aeroporto) e R\$ 149 milhões (porto)	R\$ 394,1 milhões (aeroporto) e R\$ 89,4 milhões (porto)
Mobilidade urbana	Obras previstas	Implantação de 4 linhas de Bus Rapid Transit (BRTs)	Implantação de uma linha de Bus Rapid Transit no eixo Leste/Centro
		Implantação do Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) Parangaba Mucuripe, que conectará o setor hoteleiro da orla marítima e o centro de Fortaleza	Implantação de um monotrilho com duas linhas: Norte-Centro e Leste-Centro. Serão 19 estações no total.
	Investimento	R\$ 562 milhões	R\$ 1,845 bilhão
	Financiamento federal	R\$ 410 milhões	R\$ 800 milhões
Investimento total		R\$ 1,58 bilhão	R\$ 2,86 bilhões

Cidade-Sede		NATAL	PORTO ALEGRE
Arena	Nome	Arena das Dunas - Estádio João Cláudio de Vasconcelos Machado	Beira-Rio - Estádio José Pinheiro Borda
	Capacidade	43 mil	52 mil
	Obras previstas	Construção de nova arena	Modernização do estádio compreende construção de cobertura metálica e aumento da capacidade de 56 mil para 60,8 mil lugares.
	Conclusão das obras	Dez/2013	Dez/2013
	Investimento	R\$ 417 milhões	R\$ 330 milhões
	Financiamento federal	R\$ 396,5 milhões	R\$ 235 milhões (em análise pelo BNDES)
Aeroporto	Obras previstas	Construção do Aeroporto de São Gonçalo do Amarante	Ampliação do Terminal de Passageiros e Pátio (Fase 1)
	Conclusão das obras	Mar/2014	Ampliação da pista de pouso e decolagem
	Investimento	R\$ 792,5 milhões	Jan/2014 R\$ 579,2 milhões
Mobilidade urbana	Obras previstas	Construção de um eixo que fará integração entre aeroporto, Arena das Dunas e setor hoteleiro	Implantação de três linhas de Bus Rapid Transit (BRT)
		Prolongamento da Avenida Prudente de Moraes, importante acesso ao estádio	Construção de duas vias, quatro corredores exclusivos de ônibus e um terminal urbano
	Investimento	Não informado	Implantação de sistema central de monitoramento R\$ 560 milhões
	Financiamento federal	Não informado	R\$ 484 milhões
Financiamento BNDES ProCopa Turismo	Valor total financiado	Ibis Natal (R\$ 20 milhões)	
Investimento total		Não informado	R\$ 1,47 bilhão

Cidade-Sede		RECIFE	RIO DE JANEIRO
Arena	Nome	Arena Pernambuco	Maracanã - Estádio Mário Filho
	Capacidade	46 mil	79 mil
	Obras previstas	Construção de nova arena em São Lourenço da Mata, a 19 Km de Recife	Reforma do Maracanã compreende reconstrução da arquibancada inferior, geometria oval (para melhorar curva de visibilidade), 108 camarotes e acesso por rampa monumental
	Conclusão das obras	Fev/2013	Fev/2013
	Investimento	R\$ 500,2 milhões	R\$ 808,4 milhões
	Financiamento federal	R\$ 400 milhões	R\$ 400 milhões
Aeroporto	Obras previstas	Construção de nova torre de controle	Reforma dos Terminais 1 e 2 Revitalização do sistema de pista e pátio
	Conclusão das obras	Dez/2013	Dez/2013
	Investimento	R\$ 18,47 milhões	R\$ 813,3 milhões
Mobilidade urbana	Obras previstas	Construção da 1ª via expressa da cidade (Via Mangue) que compreende 2 elevados, 8 pontes, 2 alças de ligação, alargamento da Ponte Paulo Guerra e do Viaduto Capitão Temudo	Implantação da linha Transcarioca do Bus Rapid Transit (BRT Aeroporto / Penha / Barra) com 39 Km de extensão
	Investimento	R\$ 433,2 milhões	R\$ 1,88 bilhão
	Financiamento federal	R\$ 331 milhões	Não informado
Financiamento BNDES ProCopa Turismo	Valor total financiado	Modernização dos empreendimentos Mar Hotel, Atlante Plaza e Summerville (R\$ 32 milhões)	Ibis Copacabana (R\$ 11,6 milhões)
Investimento total		R\$ 2,593 bilhões	R\$ 3,7 bilhões

Cidade-Sede		SALVADOR	SÃO PAULO
Arena	Nome	Arena Fonte Nova - Estádio Otávio Mangabeira	Arena de Itaquera
	Capacidade	50 mil	65 mil
	Obras previstas	Nova arena substituirá o estádio Fonte Nova (demolido), mantendo a geometria oval e abertura para o Dique de Tororó	Construção de nova arena
	Conclusão das obras	Dez/2012	Dez/2013
	Investimento	R\$ 591,7 milhões	R\$ 820 milhões
	Financiamento federal	R\$ 323,6 milhões	R\$ 400 milhões
Aeroporto	Obras previstas	Reforma e adequação do terminal de passageiros Ampliação do pátio de aeronaves Construção de nova torre de controle Construção de novo terminal de passageiros no Porto de Salvador	Ampliação e revitalização do sistema de pista e pátio Construção da pista de táxi e de saída rápida Construção do 3º terminal de passageiros (Fase 1) Construção do Terminal 4 (Fase 2)
	Conclusão das obras	Dez/2013	Os projetos serão entregues ao longo de 2013
	Investimento	R\$ 47,6 milhões (aeroporto) e não informado (porto)	R\$ 2,04 bilhões
Mobilidade urbana	Obras previstas	Não informado	Construção do Monotrilho Linha 17 - Ouro do Metrô, que ligará o Aeroporto de Congonhas às linhas de metrô e trem
	Investimento		R\$ 1,88 bilhão
	Financiamento federal		R\$ 1,08 bilhão
Financiamento BNDES ProCopa Turismo	Valor total financiado	Hotel Sotero Salvador (R\$ 15,1 milhões)	
Investimento total		R\$ 708,4 milhões	R\$ 4,74 bilhões



Calendário de Jogos



PARTIDAS DA FASE DE GRUPOS

	Quinta, 12/JUNHO	Sexta, 13/JUNHO	Sábado, 14/JUNHO	Domingo, 15/JUNHO	Segunda, 16/JUNHO	Terça, 17/JUNHO	Quarta, 18/JUNHO	Quinta, 19/JUNHO	Sexta, 20/JUNHO	Sábado, 21/JUNHO	Domingo, 22/JUNHO	Segunda, 23/JUNHO	Terça, 24/JUNHO	Quarta, 25/JUNHO
Belo Horizonte Estádio do Mineirão			5 13h00 C1 x C2			15 13h00 H1 x H2				27 13h00 F1 x F3			40 13h00 D2 x D3	
Brasília Estádio Nacional				9 13h00 E1 x E2				21 13h00 C1 x C3				33 17h00 A4 x A1		
Cuiabá* Arena Pantanal		4 18h00 B3 x B4				16 18h00 H3 x H4				28 18h00 F4 x F2			37 16h00 C4 x C1	
Curitiba Arena da Baixada					12 16h00 F3 x F4				26 19h00 E4 x E2			35 13h00 B4 x B1		
Fortaleza Estádio Castelão			7 16h00 D1 x D2			17 16h00 A1 x A3				29 16h00 G1 x G3			38 17h00 C2 x C3	
Manaus* Arena Pantanal			8 21h00 D3 x D4				18 15h00 A4 x A2				30 15h00 G4 x G2			41 16h00 E4 x E1
Natal Estádio das Dunas		2 13h00 A3 x A4			14 19h00 G3 x G4			22 19h00 C4 x C2					39 13h00 D4 x D1	
Porto Alegre Estádio Beira-Rio				10 16h00 E3 x E4			20 13h00 B4 x B2				32 13h00 H4 x H2			43 13h00 F4 x F1
Recife Arena Pernambuco			6 19h00 C3 x C4						24 13h00 D4 x D2			34 17h00 A2 x A3		
Rio de Janeiro Estádio do Maracanã				11 19h00 F1 x F2			19 19h00 B1 x B3				31 19h00 H1 x H3			42 17h00 E2 x E3
Salvador Arena Fonte Nova		3 16h00 B1 x B2			13 13h00 G1 x G2				25 16h00 E1 x E3					44 13h00 F2 x F3
São Paulo Arena São Paulo	1 17h00 A1 x A2							23 16h00 D1 x D3				36 13h00 B2 x B3		

*OBS: os horários locais de início dos jogos para Cuiabá e Manaus são GMT-4, todas as outras sedes são GMT-3.

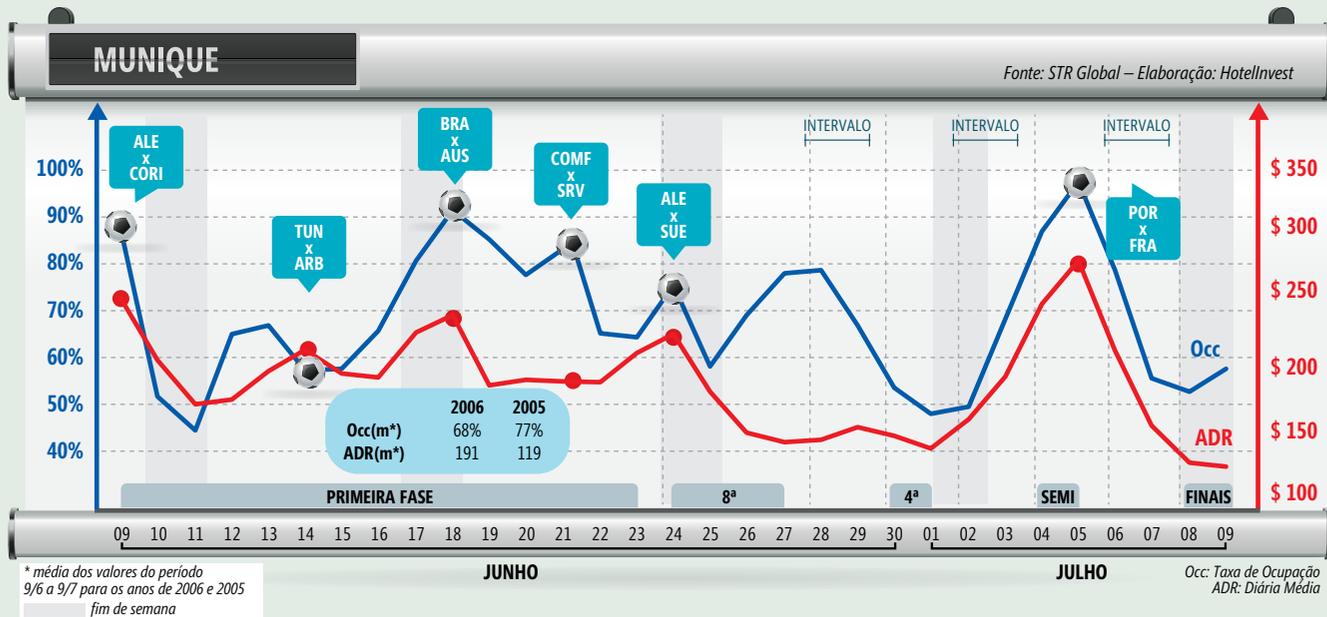
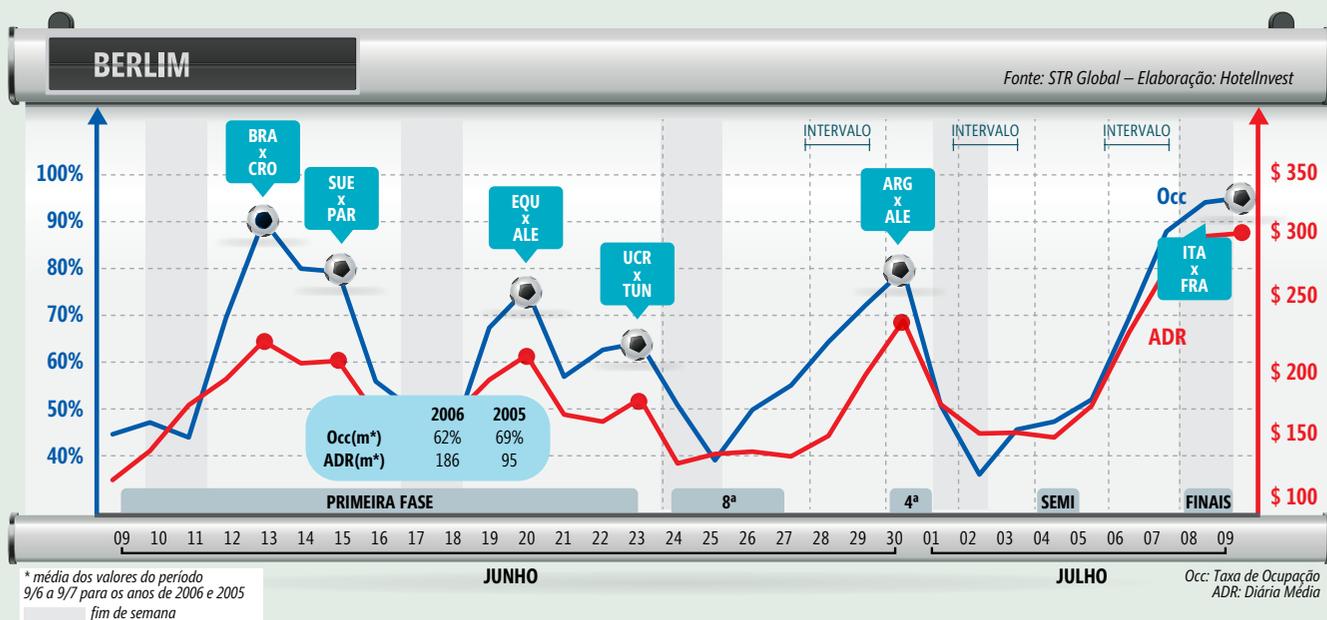
Placar das Copas Anteriores

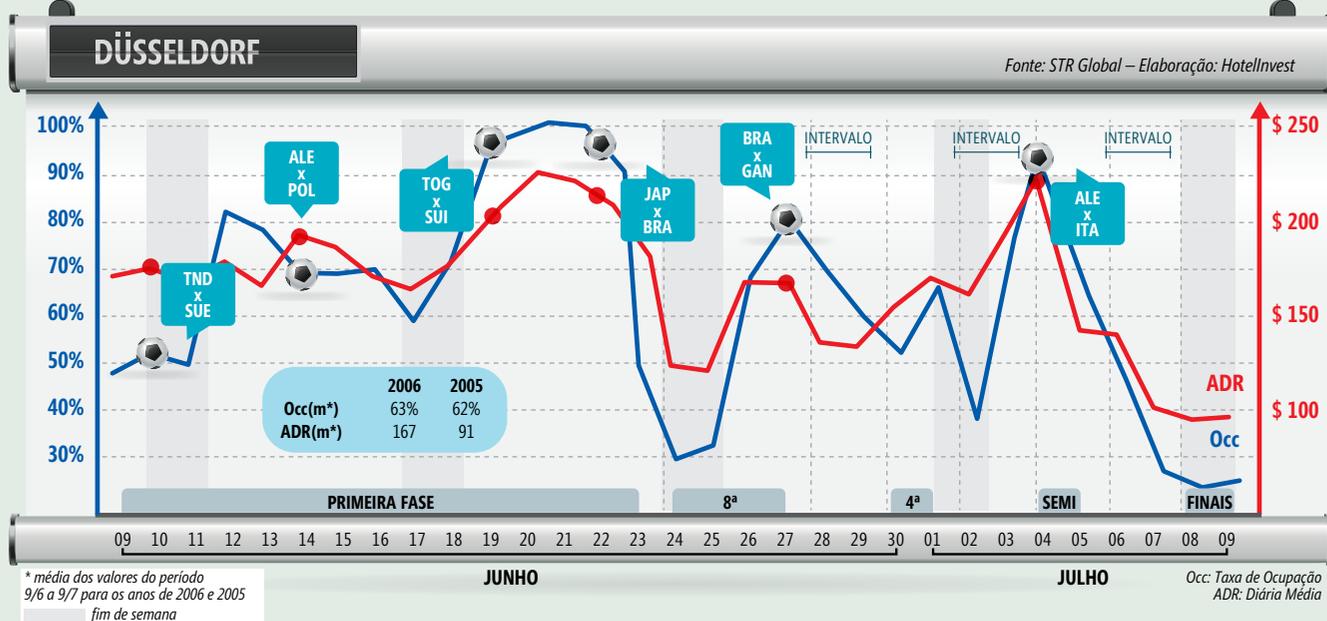
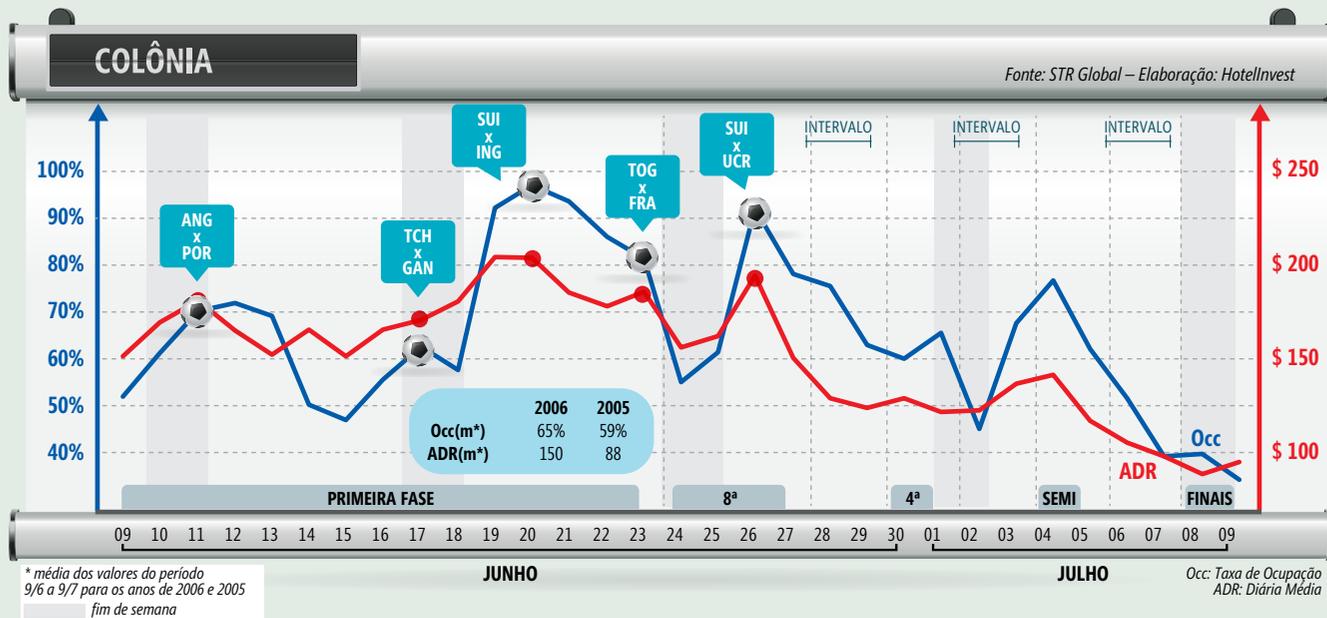
A equipe do Placar foi a campo para descobrir como foi o desempenho da hotelaria nas Copas do Mundo da Alemanha e da África do Sul.

Para tanto, contou com o apoio da STR Global, empresa internacional especializada em coleta, divulgação e análise de dados de mercado hoteleiro.

Os resultados nas principais cidades, bem como os comentários da nossa equipe de analistas, você acompanha a seguir.

Copa do Mundo da Alemanha 2006





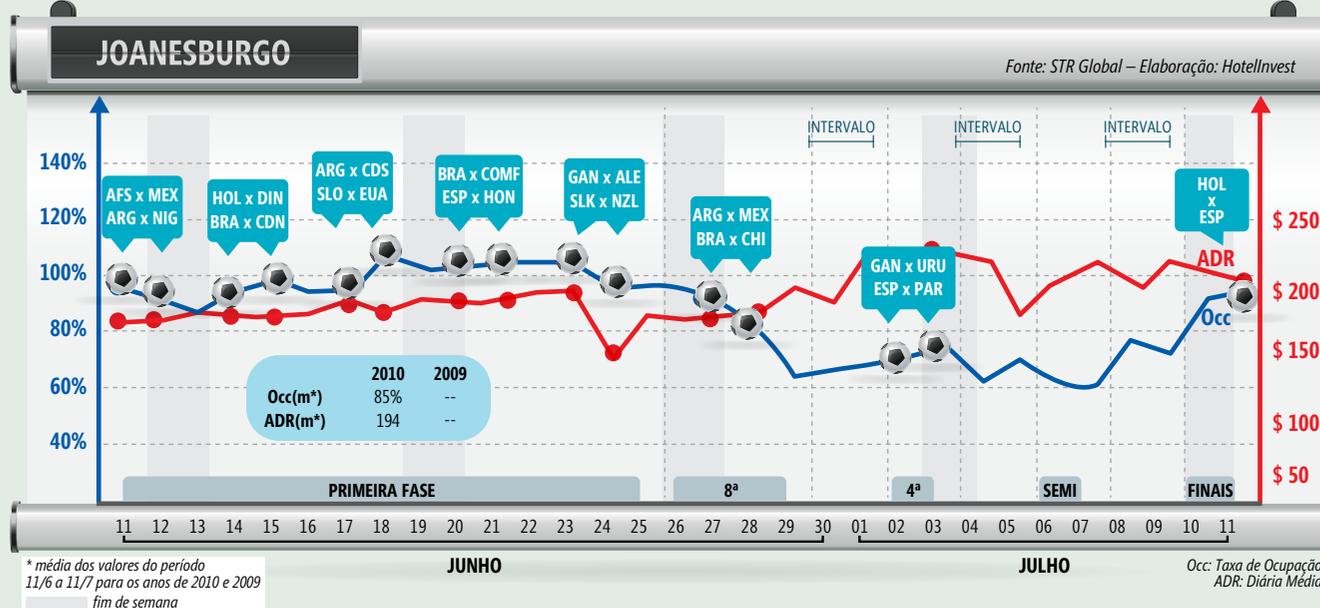
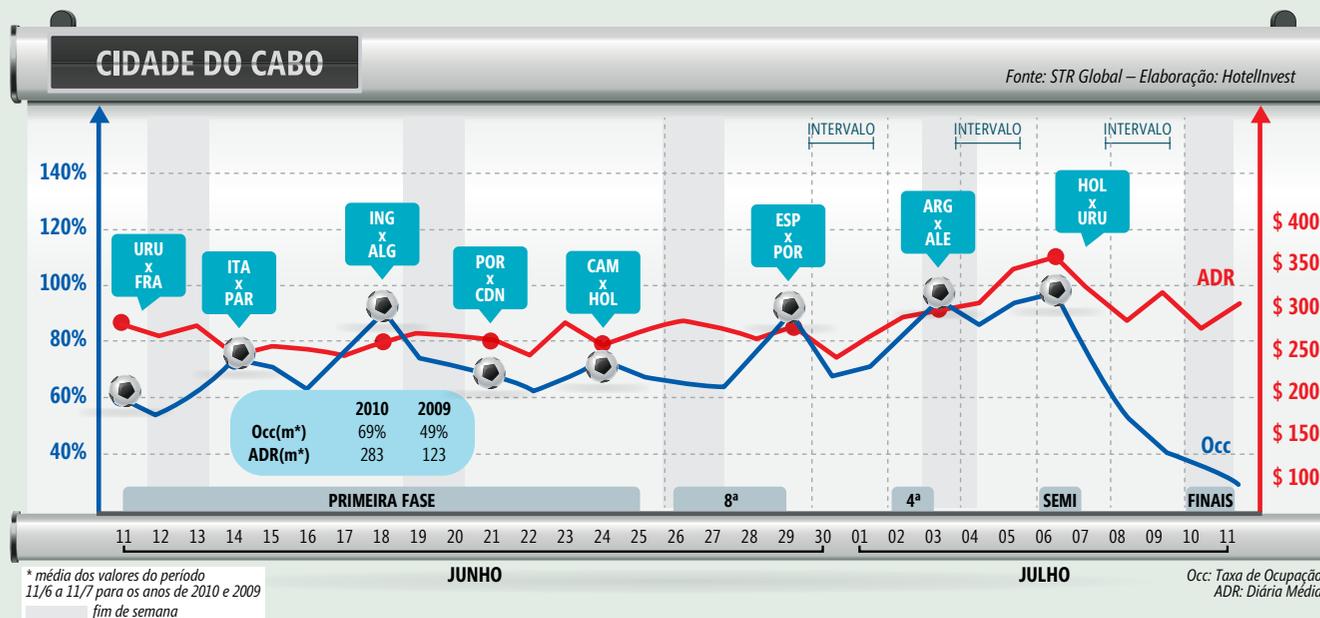
Análise dos Comentaristas do Placar da Hotelaria

Os dados da STR Global nos permitem análises muito interessantes. Os resultados variam bastante: em cada país, em cada cidade e ao longo do período dos jogos. De qualquer forma, algumas observações saltaram aos olhos de nossos analistas:

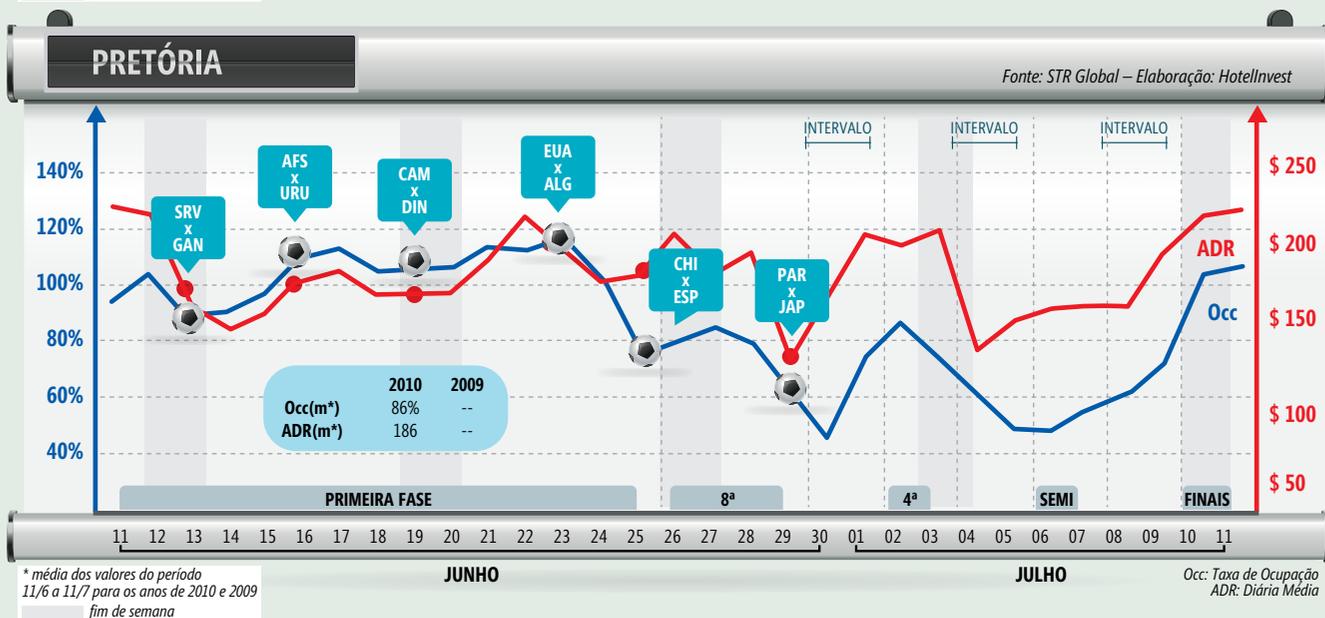
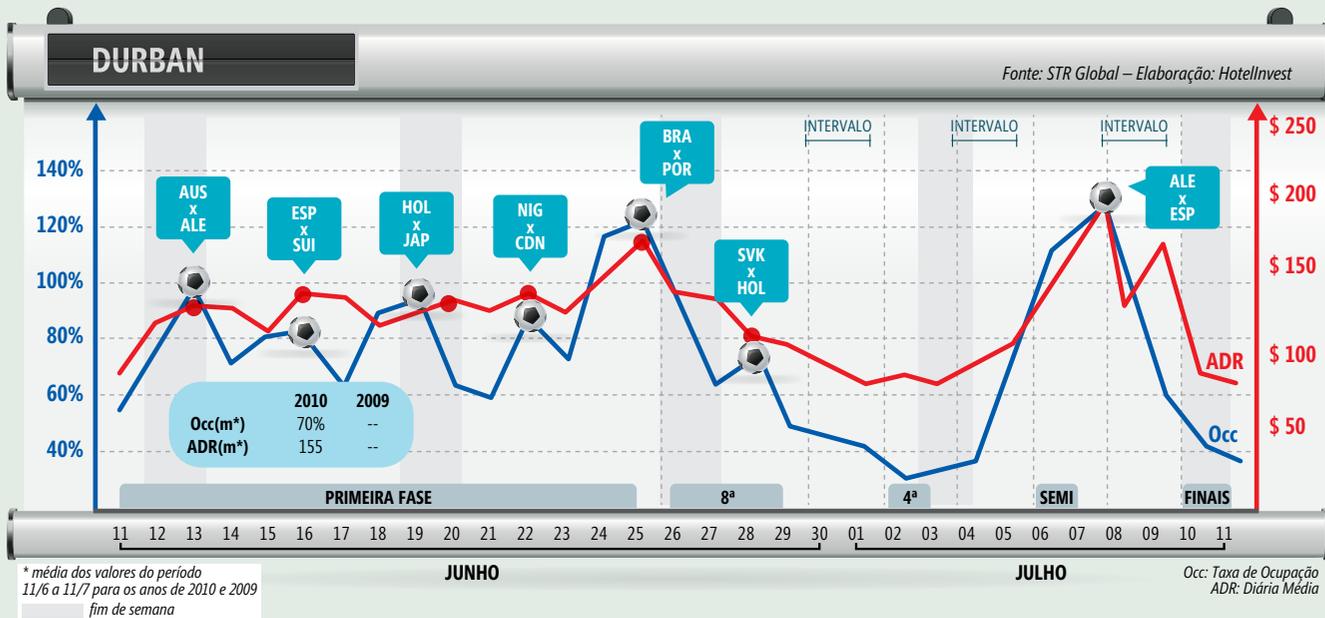
- Há picos de demanda na véspera ou nos próprios dias de jogos, seguidos de quedas pronunciadas nas taxas de ocupação nos demais dias. As diárias também tendem a aumentar de maneira mais clara nos dias de jogos, mas a variação ao longo do período da Copa parece ser menos intensa que a da taxa de ocupação;
- Longos períodos sem a realização de jogos também parecem esvaziar o mercado hoteleiro de uma sede.

Placar das Copas Anteriores

Copa do Mundo da África do Sul 2010



- Cidades que conseguem manter boas taxas de ocupação durante o período da Copa são: as sedes principais e bases da organização do evento; aquelas que se tornam base para seleções tradicionais; ou aquelas que recebem grande quantidade de jogos seguidos;
- Os jogos que tendem a gerar maiores níveis de ocupação nos momentos de pico de demanda são: de seleções com tradição no futebol; de seleções de países grandes emissores de turistas; seleções de países próximos à cidade-sede e com bons níveis socioeconômicos;
- Os impactos positivos dos jogos nas cidades-sede, ao longo de todo o período de realização da Copa, parecem ser mais evidentes em termos de diárias que de taxa de ocupação.



- A demanda hoteleira cai acentuadamente após a conclusão dos jogos das fases iniciais nas cidades secundárias, tanto pela diminuição da frequência de jogos como pelo fato de que as atenções se voltam às sedes principais;
- Não parece haver grande afluxo de turistas e hóspedes após o fim dos jogos em uma determinada sede;
- As quedas nas taxas de ocupação durante os períodos entre os jogos indicam que a demanda hoteleira regular (tipicamente de negócios e eventos) das cidades-sede tendem a evita-las durante o período de Copa;
- A facilidade de acesso pode se voltar contra uma sede: muitos turistas podem sair de sua base, assistir o jogo em uma cidade-sede e voltar no mesmo dia, sem gerar demanda por hospedagem.

Copa do Mundo – desafios e oportunidades para proprietários e operadores hoteleiros

O efeito mais duradouro de um país-sede da Copa do Mundo da FIFA™ é a boa impressão que causará ao mundo todo pela combinação de uma organização eficiente e hospitalidade acolhedora. A simpatia do povo local costuma deixar marcas nos viajantes de todo o mundo – o que configura tanto uma oportunidade quanto um desafio para a indústria hoteleira. Um dos problemas mais marcantes destacados pelo levantamento de dados da STR Global e que afeta o mercado hoteleiro nos países-sede é o excesso de hotéis construídos no período pré-Copa. Contudo, entende-se que um destino possui diversas outras oportunidades que lhe permite se autopromover tanto nos mercados já atendidos quanto em outros ainda potenciais.

O crescimento da oferta geralmente pressiona os hotéis existentes à medida que os novos empreendimentos são inaugurados. Assim, torna-se vital para um hotel manter-se informado quanto à sua fatia ideal de participação no mercado, além da utilização de ferramentas estratégicas que visam manter ou melhorar esta participação. Durante as Copas do Mundo da FIFA™ na Alemanha (2006) e na África do Sul (2010), os dados diários da STR Global mostraram desempenho robusto no dia anterior ao jogo e no dia de sua realização, enquanto os demais dias apresentaram desempenho mais fraco, devido ao deslocamento de seleções e seus fãs às cidades para o próximo jogo ou de volta a suas cidades-base.

Impacto da oferta

Destinos que sediam grandes eventos esportivos tipicamente apresentam aumento de oferta hoteleira dado que os desenvolvedores desejam atender à demanda gerada pelo evento e esperam que as melhorias na infraestrutura e a promoção do destino estimulem o turismo a longo prazo. Na maioria das cidades-sede estes novos projetos acabam resultando em superoferta já no período anterior ao evento.

No caso da África do Sul, na Copa do Mundo de 2010, por exemplo, a oferta hoteleira no ano de 2010 cresceu 6,8% em relação ao ano anterior, o maior incremento observado entre os anos 2000 e 2011. A taxa de crescimento de 4,1% registrada no ano anterior à Copa foi o segundo maior valor do período. Estes acontecimentos impactaram negativamente a Receita por Apartamento Disponível

(RevPAR – Revenue Per Available Room) após o evento, e o setor hoteleiro do país passou a apresentar queda desse indicador durante 11 dos 12 meses posteriores à Copa. Este comportamento contrariou a tendência mundial de recuperação no pós-crise financeira de 2009.

Impacto na demanda

Outro aspecto relevante a considerar é a demanda regular do mercado que se hospeda no destino durante o período do evento. Estes clientes habituais podem sentir-se desencorajados a se hospedar no destino por acharem que não haverá quartos disponíveis e que os preços estarão mais elevados. Durante o ano de 2006 na Alemanha, por exemplo, a demanda hoteleira diminuiu apenas nos meses de abril e junho (a Copa do Mundo no país ocorreu entre 09 de junho e 09 de julho). A queda de demanda de abril foi decorrente da mudança do feriado da Páscoa (que ocorreu em março, em 2005, e em abril, em 2006). Já no mês de junho, quando foi realizado o maior número de jogos da Copa, foi o único momento do ano a apresentar queda de demanda (2,2%). Aparentemente, os apartamentos reservados aos negócios referentes à Copa não foram inteiramente ocupados pelos organizadores, fãs e seleções, e os hoteleiros não conseguiram repassá-los em tempo hábil para os segmentos de turismo de negócios e lazer não relacionados à Copa.

A recepção de um grande evento esportivo de fato ajuda a promover o destino, destacando seus atrativos e sua hospitalidade para o público mundial, seja pelo comparecimento ao evento ou pela cobertura midiática. A imagem da Alemanha, por exemplo, melhorou expressivamente dada a vivacidade do slogan do evento “Zu Gast bei Freunden” (Tempo para fazer amigos) e o país vem recebendo cada vez mais visitantes internacionais.

Com o devido cuidado na gestão dos hotéis contratados e preços praticados, os hoteleiros estarão aptos a tirar a máxima rentabilidade deste evento único e a construir uma imagem que impulsionará o número de visitantes nos próximos anos.

Konstanze Auernheimer

Diretora de Marketing e Análises da STR Global

Sobre a STR Global: A empresa STR Global compila dados do mercado hoteleiro e fornece análises de desempenho mercadológico para as maiores redes e marcas hoteleiras em diversos países ao redor do mundo. Entre seus serviços, destaca-se a linha de produtos STAR, que permitem a comparação do desempenho de um dado hotel frente a uma cesta de competidores escolhida e proporcionam

ferramentas para verificar a eficácia de estratégias em Vendas & Marketing e Revenue Management. O mecanismo de benchmarking diário da STR permite que os hoteleiros saibam quais dias possuem maior ocupação e planejem, por exemplo, políticas de estada mínima, ou identifiquem dias com baixa ocupação nos quais se poderiam praticar descontos.

Para mais informações, entre em contato com Patricia Boo através do e-mail pboo@strglobal.com ou visite www.strglobal.com



A MATCH Services é a empresa de serviços oficial da FIFA. Tem como objetivo contratar as acomodações necessárias para a Copa das Confederações de 2013, a Copa do Mundo de 2014™ e a eventos relacionados com esses jogos no Brasil.

O objetivo principal da MATCH para hospedagem é garantir acomodações de qualidade e em número suficiente para a Família FIFA. O inventário contratado pela empresa está disponível no site oficial da FIFA (<http://hotels.fifa.com>), onde podem também ser obtidas informações detalhadas quanto às instalações de cada hotel, sua localização e os eventos neles designados. A MATCH também assegurou em seu inventário uma quantidade de acomodações a serem vendidas para outros grupos clientes da FIFA, entre os quais os Afiliados Comerciais da FIFA, a mídia e clientes do Programa de Hospitalidade Oficial.

Apesar de não ser a única provedora de acomodações, a MATCH está focada em atender às necessidades das partes interessadas da FIFA. Com isso, o inventário de hotéis que exceder a quantidade necessária para os grupos de clientes FIFA será oferecido a operadores turísticos e ao público em geral.

A seguir, a equipe de comunicação da empresa bate uma bola com o Placar da Hotelaria e revela alguns detalhes, bem como os desafios, que uma Copa do Mundo representa.

Considerando o inventário contratado até a presente data, seis meses antes da Copa da Confederações da FIFA de 2013 e 18 meses antes da abertura da Copa do Mundo da FIFA de 2014™, como vocês qualificam as acomodações até o momento?

Desde 2007 nós estamos com uma equipe avaliando os hotéis no Brasil e temos sido muito bem recebidos no país. A MATCH Services, notando as particularidades dos estabelecimentos aqui existentes, sente-se satisfeita com os resultados e está confiante de que estaremos aptos a entregar uma solução efetiva no que se refere às acomodações.

Como vocês avaliam o apoio recebido no Brasil?

As várias entidades dos setores de turismo e hospedagem envolvidas foram muito prestativas e cooperativas. A MATCH tem dado apoio à Embratur ao participar do programa "Goal to Brazil", que nos próximos nove meses deverá ocorrer em 14 países. Este programa visa promover o Brasil como destino turístico e a Copa do Mundo da FIFA™ em mercados-chave e beneficia, portanto, o setor hoteleiro.

Nossa parceria – assim como todas as demais que concluímos neste período no setor hoteleiro – é de fato de grande importância para que alcancemos nossos objetivos mútuos e é um dos elementos essenciais para assegurar que os visitantes em 2013 e 2014 encontrem o tipo de acomodação que

desejam e elogiem a qualidade dos serviços e a infraestrutura do setor hoteleiro brasileiro.

Quantos hotéis estão contratados até o momento? Em quais categorias?

Até a presente data, aproximadamente 800 hotéis foram contratados no Brasil inteiro pela MATCH Services, especialmente nas categorias de três a cinco estrelas, o que significa que podemos contar com um vasto inventário que inclui grande parte dos hotéis de cada uma das 12 cidades-sede. Este inventário inclui também hotéis de alto padrão. Continuaremos a contratar outros empreendimentos interessados e adicionando-os a nosso inventário no futuro próximo.

Como anda o processo de definição das tarifas?

O processo de definição de tarifas está em andamento e mais de 400 hotéis estão de acordo com o valor estabelecido. Vários destes já estão sendo divulgados no site da FIFA (<http://hotels.fifa.com>). Esses hotéis, cujas tarifas já estão divulgadas, estão disponíveis para reservas.

Alguma dificuldade na negociação desse inventário?

Enquanto algumas partes envolvidas compreenderam corretamente a dinâmica da Copa do Mundo da FIFA™ e têm apresentado bons preços, a MATCH está preocupada com as tarifas sugeridas por muitos hotéis. A MATCH está em

processo de comunicação com estes empreendimentos, com o intuito de assegurar que as tarifas cobradas não serão um fator que venha a reduzir o número de turistas para a Copa do Mundo da FIFA™. As expectativas atuais de alguns destes estabelecimentos nos causa certa preocupação.

Que vantagens um hotel tem ao ser referenciado?

O site oficial das Acomodações da Copa do Mundo da FIFA de 2014™ está ativo desde outubro de 2011 e está registrando um grande número de acessos. O simples fato de ser referenciado dá a estes hotéis uma maior visibilidade. Visitantes do site encontrarão dados descritivos dos hotéis, incluindo fotos, amenities, tarifas e sua localização através do Google Maps. Além disso, a MATCH Services ajuda a promover os estabelecimentos de outras formas e alavanca a cadeia de distribuição e o marketing destes através de agentes e de uma extensa base de dados.

As distâncias entre as cidades-sede no Brasil são grandes, muito maiores que na Alemanha e na África do Sul. Além disso, o número de cidades que receberão os jogos também é maior que nas Copas anteriores. Quais os desafios que surgem dessa situação? Isso deve mudar a forma como os turistas acompanham os jogos?

"Aproximadamente 800 hotéis foram contratados no Brasil inteiro (...), podemos contar com um vasto inventário que inclui grande parte dos hotéis de cada uma das 12 cidades-sede."



Excetuando-se o Brasil, nenhuma outra seleção está ainda qualificada. A maior parte dos visitantes seguirá suas respectivas seleções e, assim, viajará entre as cidades nas quais estas jogarão. Somente quando estiverem encerradas as etapas de qualificação em novembro de 2013 e os sorteios finais forem realizados em dezembro de 2013, poderemos fazer estimativas minimamente embasadas quanto a padrões de fluxo de visitantes e às necessidades de transporte e acomodações. Por este motivo, não gostaríamos de dar previsões especulativas no momento.

Quais foram os países que mais enviaram turistas nas Copas anteriores? Alguma expectativa sobre os principais emissores de turistas para a Copa no Brasil? O que pode influenciar esse número?

De um modo geral, comparações entre diferentes Copas não podem ser feitas. A Alemanha em 2006 beneficiou-se da localização central na Europa. O país podia ser acessado facilmente pelos países do continente inteiro. Ademais, a Europa possui o maior contingente de seleções qualificadas para a Copa do Mundo, o que automaticamente criou grande demanda até mesmo em muitos países do continente cujas seleções não estavam qualificadas.

Antevendo e baseando-se em dados estatísticos do Ministério do Turismo

“Queremos assegurar que as tarifas cobradas não serão um fator que venha a reduzir o número de turistas para a Copa. As expectativas atuais de alguns estabelecimentos nos causa certa preocupação.”

do Brasil, o fato é que em 2010 e em 2011 a maior parte dos turistas veio dos seguintes países, em ordem decrescente de número de emissores: Argentina, Estados Unidos, Uruguai, Alemanha, Itália, Chile, França, Paraguai, Espanha, Portugal e Inglaterra. Todos estes são países tradicionais no futebol e possuem grandes chances de se qualificarem para a Copa. É, portanto, factível estimar que grande parte dos turistas do evento pode vir destes países.

Além dos fãs de futebol, a própria organização da Copa demanda uma grande quantidade de quartos antes e durante os jogos. Quem são os membros dessa “família FIFA”? Há alguma estimativa de número de quartos necessários para acomodá-los?

A MATCH é responsável por garantir todos os requisitos nas acomodações dos seguintes grupos:

- Oficiais, delegações, convidados e funcionários da FIFA e do COL (Comitê Organizador Local) nas cidades-sede;
- Todas as seleções participantes da Copa e suas equipes;
- Provedores de serviços da FIFA nas áreas de tele transmissão, venda de ingressos e TI;

A estimativa da MATCH para o número de quartos destinados a atender a FIFA, o COL e os membros das seleções e suas equipes é de aproximadamente

200.000 pernites durante a realização da Copa do Mundo de 2014™. Tipicamente, estes hotéis estão localizados na própria cidade-sede ou em seus arredores.

Falando em hotelaria, como é feita a homologação/ referenciamento de quartos para a “família FIFA” e para os turistas?

Para as equipes, um inventário das bases das seleções e dos possíveis hotéis em determinadas áreas foi identificado. Dentre os critérios adotados estão: distância aos principais aeroportos, qualidade dos hotéis, segurança, instalações do local, proximidade a centros de treinamento contratados pelo COL e quantidade mínima de apartamentos disponíveis a preços razoáveis. Ser selecionado para entrar neste inventário não garante que o empreendimento será utilizado por uma seleção de futebol, uma vez que haverá mais opções de hotéis que seleções no torneio. Para os outros grupos de interesse, nós pesquisamos uma série de hotéis baseando-se também nestes mesmos critérios, mas, além disso, foram incluídos os critérios de capacidade, preço e localização/distância aos respectivos estádios e outras estruturas centrais do evento. Cada grupo possui exigências próprias que precisam ser pensadas com atenção.

A oferta de quartos nas cidades-sede é suficiente em termos de quantidade, qualidade e preço?

A MATCH Services constrói seu inventário de acordo com o que está disponível em cada cidade-sede. Já temos em nosso inventário uma quantidade suficiente de apartamentos para atender à demanda da FIFA, do COL e das seleções participantes. Uma quantidade significativa de apartamentos já está contratada também para os membros associados à organização da FIFA, seus Afiliados Comerciais, a mídia e os clientes do Programa Oficial de Hospitalidade. A MATCH continua em um esforço direcionado para contratar mais apartamentos em todo o país, de forma a assegurar que as necessidades de todos os grupos de clientes da FIFA sejam atendidas.

Caso alguma cidade não tenha oferta de quartos suficiente, quais são as alternativas da organização da Copa?

Onde existe demanda excedente, a MATCH está tentando encontrar soluções com voos fretados de outras cidades ou com oferta de quartos disponíveis em cidades vizinhas para apoio.

Parece que a expectativa sobre público nos estádios e turistas nas cidades-sede depende muito das seleções classificadas para a Copa e dos locais de jogos dos principais times. De forma resumida, qual é o cronograma dessas definições?

“Somente quando estiverem encerradas as etapas de qualificação e os sorteios finais, poderemos fazer estimativas minimamente embasadas quanto a padrões de fluxo de visitantes e às necessidades de transporte e acomodações.”

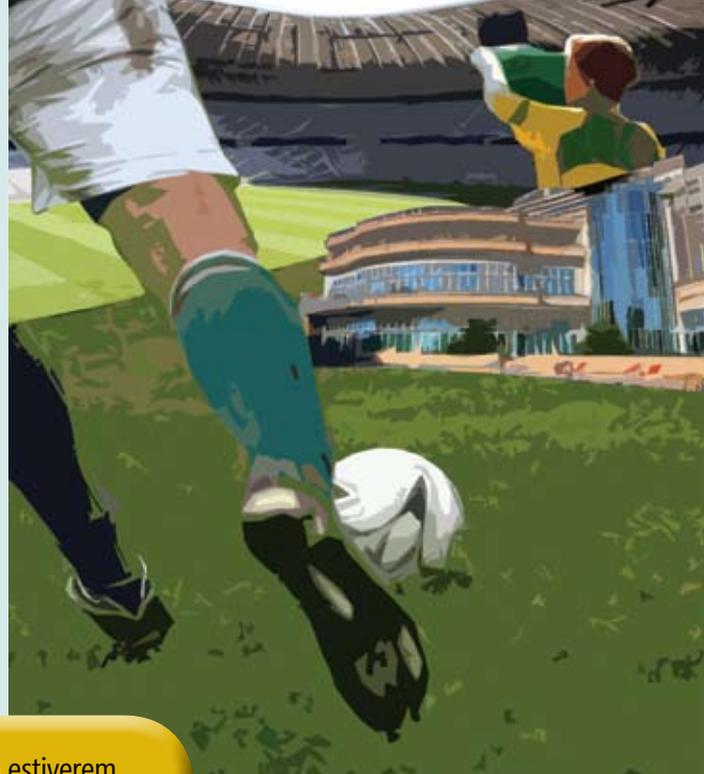
Em novembro de 2013, conheceremos as 32 seleções finalistas e em dezembro do mesmo ano será realizado o sorteio final das chaves. Após o sorteio, serão conhecidas as equipes, os locais e as demais informações relevantes das primeiras 48 partidas da Copa do mundo da FIFA™ (os seis jogos de cada uma das oito chaves). Todos os detalhes quando ao cronograma estão especificados em: <http://www.fifa.com/worldcup/matches/matcheschedule.html>.

No próximo ano será realizada a Copa das Confederações. O que ela já traz de aprendizado e treino para a realização da Copa de 2014?

A Copa das Confederações da FIFA será a primeira pedra fundamental para nós. No dia seguinte à sua final, faremos uma análise detalhada dos acertos do evento e do que precisa ser melhorado para a Copa de 2014.

Qual será o legado para o setor hoteleiro brasileiro da Copa do Mundo da FIFA™?

A Copa do Mundo da FIFA™ será uma oportunidade excepcional para o mercado hoteleiro brasileiro promover sua qualidade. Tanto as marcas internacionais quando os hotéis independentes reforçam sua presença ao investir em suas propriedades já existentes ou ao construir novos empreendimentos. Estar exposto para o mundo inteiro propiciará ao setor uma experiência muito valiosa que o beneficiará no longo prazo.



Vamos Ganhar a Taça

Essa edição especial do Placar da Hotelaria trouxe muitas novidades e informações reveladoras sobre turismo e hotelaria em Copas do Mundo. Os dados, as entrevistas e as análises mostram que há muitas oportunidades a serem aproveitadas e grandes desafios a serem vencidos. O Placar da Hotelaria avaliou as informações e organizou uma lista com algumas dicas preciosas para que a hotelaria marque muitos gols e ganhe a taça. Confira!

- A quantidade de turistas que o Brasil pode captar será fortemente influenciada pelo perfil das seleções classificadas. Países grandes emissores de turistas e, ao mesmo tempo, que têm tradição no futebol despertam mais interesse e geram mais demanda turística e hoteleira. Assim, só teremos uma visão mais clara sobre as reais perspectivas das sedes após o sorteio das chaves, em dezembro de 2013.

- Também pode haver variações consideráveis no fluxo de turistas e torcedores dependendo de quais seleções avançam para as fases eliminatórias. Nessas fases, o nível de interesse por parte do público (assim como o fluxo de turistas e hóspedes) vai depender de haver jogos entre times de maior tradição ou potencial turístico.

- Além disso, é importante entender que o Brasil é um destino de longa distância e que isso pode limitar a quantidade de turistas que virá ao país acompanhar os jogos.

- Por outro lado, os turistas que vierem deverão permanecer por um período mais longo. Na Alemanha, ao contrário, muitos fãs assistiam aos jogos e voltavam aos seus países em seguida.

- É possível que as operadoras prefiram adotar um modelo de pacote “transporte-hospedagem-ingresso” usando uma cidade específica como base, indo e voltando dessa cidade para os locais de jogos no mesmo dia. Isso é conveniente do ponto de vista do torcedor, mas pode frustrar as expectativas dos mercados hoteleiros das cidades-sede. Cidades mais atrativas e com boa logística terão vantagem na disputa pela preferência dos operadores e dos turistas.

- Hóspedes regulares (negócios, eventos, lazer) tendem a evitar viagens para uma cidade-sede durante a realização de Copas. Se os picos de demanda de torcedores forem tão pronunciados como na Alemanha e na África do Sul, isso pode comprometer o desempenho dos mercados hoteleiros durante o período de jogos. É importante avaliar as perspectivas

de venda de diárias de forma realista e promover o destino para os dias sem jogos, tanto para hóspedes regulares como para eventuais turistas motivados pela Copa.

- Algumas cidades, em especial o Rio de Janeiro, terão papel muito relevante no evento. Nessas cidades, pode-se esperar níveis mais altos e constantes de ocupação, ao longo de quase todo o período de realização dos jogos.

- Muitas cidades terão poucos jogos e, provavelmente, entre seleções com menor potencial turístico. Nesses locais, o setor turístico-hoteleiro deverá ser mais realista e esperar por alguns poucos picos de demanda, especialmente nas vésperas e nos próprios dias em que haverá jogos. Nesses casos, o mercado regional, formado por cidades de médio porte a curta distância rodoviária, pode ser uma excelente alternativa a ser explorada.

- Para tirar melhor proveito da Copa, as cidades-sede devem se apresentar como alternativas interessantes para operadores turísticos e fãs de futebol. Com isso, aumentam as chances de serem eleitas cidade-base para turistas e manterem níveis mais constantes (e altos) de ocupação hoteleira. Aproveitar o potencial turístico dos arredores, estruturando passeios e atividades complementares aos oferecidos na cidade, pode se mostrar um grande diferencial.

- Durante o período de realização da Copa, os preços das diversas cidades serão comparados entre si e com os preços dos próprios mercados emissores. Se a hotelaria de uma determinada sede exagerar nos valores cobrados, correrá um sério risco de perder hóspedes para cidades vizinhas ou outras sedes. Essa chance é real!

- A Copa do Mundo deve ser uma excelente oportunidade para o Brasil estabelecer e consolidar a imagem de um país moderno, festivo e encantador. O setor turístico e a hotelaria deverão ter ganhos mais evidentes no longo prazo, e não incrementos brutais de diárias, receita e lucro no período dos jogos.





FÓRUM
DE OPERADORES
HOTELEIROS
DO BRASIL

Criado em 2002, o FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – é uma entidade associativa sem fins lucrativos, que representa importantes redes hoteleiras, nacionais e internacionais, com atuação no país.

O FOHB congrega 25 operadores hoteleiros, que juntos contam com mais de 520 hotéis, aproximadamente 84 mil apartamentos, e empregam mais de 150.000 colaboradores diretos e indiretos.

O FOHB tem como missão contribuir para o desenvolvimento do setor, auxiliando na normatização e sistematização da classe e do mercado hoteleiro em geral. Nesse sentido, um dos principais eixos de atuação da entidade baseia-se em projetos que geram informações confiáveis ao setor, dentre os quais podemos destacar o Placar da Hotelaria.

Para conhecer mais sobre o FOHB, visite www.fohb.com.br



canteras &
associados

Fundada em 1999, por Diogo Canteras, a HotelInvest é referência em assessoria de investimento hoteleiro no Brasil. Ao longo de sua história, a HotelInvest vem atendendo os principais desenvolvedores, investidores e operadores em atividade no país.

A Consultoria em Investimento Hoteleiro da HotelInvest alia a tecnologia internacionalmente reconhecida com o profundo conhecimento do mercado brasileiro para realizar Estudos de Mercado, Análises de Viabilidade Econômica, Análise de Investimento, Estudos de Conceituação e Reposicionamento, e Planos de Negócios.

A companhia foi pioneira no país na atividade de Hotel Asset Management, área focada em supervisionar e maximizar a rentabilidade dos investimentos hoteleiros. Hoje, ela tem como cliente 14 empreendimentos hoteleiros no Brasil, pulverizados em mais de 3.500 investidores com ativos superiores a R\$ 500 milhões.

Além disso, a empresa estruturou, em parceria com o Banco Ourinvest, o Fundo de Investimento Imobiliário Hotel Maxinvest, cujo patrimônio atual é de aproximadamente R\$ 175 milhões. Em 2011, o Maxinvest foi classificado como o segundo fundo de investimento mais rentável do país, de acordo com o jornal Valor Econômico.

Saiba mais em www.hotelinvest.com.br.

apoio



Excelência no ensino e contínua inovação marcam a trajetória de mais de 60 anos do Senac São Paulo. Seu Centro Universitário oferece graduação, pós-graduação lato sensu e cursos de extensão. A instituição dispõe, também, de amplo portfólio de cursos técnicos, livres, corporativos e a distância. Os programas são oferecidos nas áreas de administração e negócios, tecnologia da informação, comunicação e artes, design e arquitetura, moda, eventos e hotelaria, gastronomia e nutrição, saúde e bem-estar, meio ambiente, segurança e saúde no trabalho, educação e desenvolvimento social. O modelo educacional apoia-se em uma rede de 54 unidades, três campi universitários, dois hotéis-escola Senac – Grande Hotel São Pedro e Grande Hotel Campos do Jordão – e pela Editora Senac São Paulo.

A destacada atuação social foi responsável, em 2010, pela concessão de mais de 35 mil bolsas integrais.

Para mais informações e inscrições acesse www.sp.senac.br ou ligue 0800 883 2000.



“O Placar da Hotelaria tem sido um importante instrumento de informação e planejamento para as cidades-sede do Mundial de Futebol de 2014. Conhecer a oferta de quartos e as perspectivas de ampliação é um dos passos importantes para a preparação do evento e ao mesmo tempo para pensar o setor a médio e longo prazos.

A hotelaria é um dos importantes pilares do desenvolvimento turístico e econômico das cidades, que junto com a oferta de serviços, o acesso e as atrações naturais e culturais, compõem a essência da experiência que será vivida em cada cidade durante e depois da realização da Copa do Mundo da FIFA™.

A realização de um evento de sucesso passa por três importantes momentos: conhecer e aprender com a experiência de outros países; realizar um evento de sucesso no Brasil mostrando o que o país tem de melhor; e, preparar desde agora o pós- evento, ou seja, aproveitar a visibilidade que teremos para que o mundo conheça melhor o Brasil e sua curiosidade em nos visitar seja cada vez maior.”

Jeanine Pires

Secretária-Executiva do Ministério da Cultura e Ex-Presidente da EMBRATUR

O Placar da Hotelaria é uma publicação que tem como objetivo monitorar a evolução dos mercados hoteleiros nas 12 cidades-sede da Copa do Mundo de 2014, de maneira a colaborar para o desenvolvimento ordenado e evitar o crescimento excessivo da oferta hoteleira nesses mercados. Temos o intuito de aperfeiçoar nossas projeções a cada nova edição, que é atualizada anualmente. Se você tem interesse em contribuir com dados ou sugestões, entre em contato: fohb@fohb.com.br / hotelinvest@hotelinvest.com.br.

realização

apoio



FÓRUM
DE OPERADORES
HOTELEIROS
DO BRASIL

www.fohb.com.br

 Hotel Invest | canteras & associados

www.hotelinvest.com.br



www.sp.senac.br