

HOTELARIA Companhias como a Deville e Marbor se preparam para garantir ocupação no megaevento

Redes disputam 32 seleções da Copa de 2014

Investimentos em capacitação profissional, gastronomia regional e aumento da infraestrutura são algumas das estratégias dos hotéis

SÃO PAULO

Depois do fraco resultado proveniente da Copa das Confederações – quando a ocupação hoteleira esperada era de 70% e não ultrapassou os 40%, em média, – as redes de hotéis estão em plena temporada de corrida em busca de contratos com as 32 seleções estrangeiras para garantir hóspedes na Copa do Mundo, em 2014.

Grupos como Deville, Accor, Marbor e Casa Grande, já credenciados pela Fifa para receber seleções, começam a se organizar para lidar com as novas demandas dos hóspedes, que segundo analistas do setor, gira em torno de 2,5 mil pessoas entre as equipes estrangeiras, o Brasil e o corpo de árbitros. “São contratos fechados. É mais seguro para a rede fechar pacotes do que esperar turistas que, como visto na Copa das Confederações, as vezes nem vem”, diz o professor de hotelaria e turismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Sérgio Costa.

Entre as apostas das redes para atrair esses hóspedes, empresários investem em gastronomia típica, capacitação profissional e alteração de serviços diários para se adequar aos países que visitarão o Paísano que vem.

A Rede Deville, que opera nove hotéis e possui dois em construção é candidata para receber a equipe japonesa durante o mundial de futebol em Maringá, no hotel Deville Maringá (PR). Segundo Cicero Vilela, diretor comercial e de marketing da Deville,

→ CAPACITAÇÃO

«Os colaboradores estão sendo capacitados para atender algumas exigências específicas da Fifa»

CÍCERO VILELA

GERENTE DA DELVILLE MARINGÁ

o grupo vem investindo em infraestrutura e na capacitação profissional dos funcionários.

“Os colaboradores estão sendo capacitados no sentido de atender algumas exigências específicas da Fifa. De modo geral, é um treinamento mais específico de línguas, principalmente o inglês”, disse ele ao DCI.

A ação da Deville não é isolada, segundo Costa, as redes hoteleiras realmente protagonizam neste semestre uma corrida pelas 32 seleções participantes.

“A Copa das Confederações decepcionou boa parte do empresariado hoteleiro. Com uma crise financeira mundial, a redução da vinda de estrangeiros acendeu o sinal amarelo nas empresas, que preferem optar por pacotes e descontos para seleções e assim garantir ocupação durante o torneio”.

O professor disse ainda que várias redes estão visitando diversos países que já se classificaram para a Copa a fim de estreitar laços.

“O diferencial para atrair uma

seleção oriental, por exemplo, é apostar em serviços parecidos com o que eles encontram no país de origem”, explicou o acadêmico, lembrando que a cultura oriental de hospedagem é bem diferente da brasileira.

“Não adianta apenas preparar pratos similares aos do país, é preciso treinar o funcionário, por exemplo, para não ser tão expansivo com os hóspedes orientais”.

Para o diretor da Deville, a ocupação de estrangeiros dentro dos hotéis do grupo no primeiro semestre ficou em 9%, mas há perspectiva de crescimento com a possível chegada das equipes esportivas. “Sem dúvida irá aumentar, mas é difícil precisar esse incremento”.

Com relação à culinária, o executivo explica que “as adaptações do cardápio vão ocorrer, de acordo com a tabela de jogos”, e acrescenta: “a unidade de Salvador hospedou as seleções da Nigéria e do Uruguai na Copa das Confederações. Foi um ótimo teste para mostrar que os serviços da rede estão à altura dos eventos internacionais. Durante a estada das equipes, todas as exigências foram cumpridas, superando os padrões da Fifa”.

A Accor, uma das maiores redes hoteleiras do Brasil, também se organiza para a chegada destes turistas. Segundo a gerente de Comunicação Corporativa e Desenvolvimento Sustentável Accor América Latina, Antonietta Varlese, a rede vem aumentando as ações de capacitação profissional. “Em maio, a Accor realizou um treinamento com seus colaboradores, onde foram apresentadas estratégias de vendas e distribuição, possíveis impactos nas

operações, e necessidades de adaptação na segurança para a Copa do Mundo”, explicou.

Ela explica ainda que cada operação da rede, como as marcas Pullman e Novotel, recebem incrementos diferentes para atender a demanda internacional. “No Pullman, o café oferece opções para atender ao público chinês. Já no Novotel, o cardápio foi elaborado especialmente para os hóspedes orientais”. Na Copa do Mundo, a Accor estará presente nas cidades-sede com 127 hotéis e mais de 25 mil quartos.

“Para tanto, o grupo atualmente está implantando 24 novos empreendimentos hoteleiros que deverão receber os torcedores e também manter altas taxas de ocupação após o evento”, disse.

Com relação aos investimentos para a Copa, a Marbor, que nasceu em 1974 em Curitiba, segue com aportes. “Não são apenas investimentos para a Copa. A empresa esta em constante ampliação e melhoria da infraestrutura, tecnologia e serviços. São mais de R\$ 10 milhões investidos ao ano apenas nessas modernizações”.

Atualmente a rede está na briga para receber a seleção japonesa na Copa. Durante a Copa das Confederações, em junho, o membro da Associação de Futebol do Japão (Japan Football Association – JFA) e gerente da Seleção Japonesa, Naoki Tsumura, esteve no hotel e garantiu que a delegação pode ficar em Maringá.

A cidade de Mogi das Cruzes, no interior de São Paulo, também foi selecionada como subse

para a Copa. Com esse potencial, o Hotel Marbor, fez investimentos em capacitação, e segue no diálogo com seleções para realizar a hospedagem das delegações. “Até o início deste ano, não sabíamos ainda que Mogi seria subsele da Copa, mas nos antecipamos para receber todos os tipos de hóspedes”, argumentou Filipe Lemos, gerente do Hotel Marbor. O executivo lembrou ainda que a empresa deu aos funcionários bolsas de estudos de inglês, e aperfeiçoar a capacidade de comunicação com os hóspedes.

Padrão Fifa

Para receber as seleções no período dos jogos, tantos os hotéis quanto a cidade precisam cumprir algumas regras exigidas pela Fifa, que organiza o mundial. Entre eles está a disponibilidade de um campo para treinamento, disponibilidade viária na cidade, e hotéis que sigam normas internacionais de serviços prestados, garantindo conforto e segurança aos usuários. “A maior parte dos hotéis não possuem campo dentro das instalações, por isso as redes fazem parceria com o município, para atender essa exigência”, explica o professor da UFRJ, lembrando que esses processos, geralmente, são feitos sem custo já que as prefeituras incentivam a chegada das seleções brasileiras para fomentar o turismo local.

PAULA CRISTINA

Publicamos 521 reportagens sobre

HOTELARIA

www.dci.com.br

www.panoramabrasil.com.br

Notas

TRENS

CCR faz lance de R\$ 127,6 mi por obra de metrô na Bahia

SÃO PAULO // A CCR propôs um valor de contraprestação anual de R\$ 127,6 milhões para assumir o projeto do metrô de Salvador. Conforme as regras do edital, os interessados na parceria público-privada com o governo da Bahia deveriam apresentar uma oferta inicial, que não fosse superior a R\$ 134,4 milhões. Apenas a proposta da CCR foi apresentada. O prazo de concessão é de 30 anos, sendo três de construção e 27 de operação do metrô. Ao todo, o projeto é orçado em quase R\$ 4 bilhões, dos quais o governo baiano deve contribuir com R\$ 1,8 bilhão. A previsão do governo da Bahia é que o primeiro trecho da Linha 1, ligando a Estação da Lapa até o Retiro, seja concluído até a Copa de 2014.

EDUCAÇÃO

Fisk pode superar meta inicial de abrir 50 unidades este ano

SÃO PAULO // Dando continuidade ao seu plano de expansão – que prevê a abertura de 50 novas escolas em 2013 e ampliação de 10% no número de alunos – a rede de franquias de idiomas Fisk, já inaugurou 28 novas unidades somente nos primeiros seis meses deste ano, entre unidades no Brasil e América do Sul. “Nossa expectativa é ultrapassar a nossa meta inicial de 50 inaugurações este ano. Há muitos interessados em ser um franqueado”, afirma Christian Ambros, diretor da Fundação Fisk. No Brasil, os estados que devem receber novas unidades, segundo o executivo, são: Bahia, Ceará, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul além de São Paulo.

LEIS

Comissão do Senado aprova regras para ar-condicionado

BRASÍLIA // Os sistemas de ar-condicionado de todos os prédios de uso público e coletivo precisarão ser enquadrados em um plano de manutenção, operação e controle, conforme projeto de lei aprovado ontem pela Comissão de Assuntos Sociais (CAS) do Senado. O objetivo do PLC 70/2012 é eliminar ou minimizar riscos potenciais à saúde. O texto, que voltará à Câmara, impõe a adoção do plano de manutenção também nos ambientes climatizados de uso restrito, como laboratórios e hospitais. A proposta dá prazo de 180 dias, a partir da regulamentação, para proprietários, locatários e responsáveis por sistemas de climatização já instalados, para cumprirem as regras.

AGÊNCIAS

INDICADOR

Transportes são maior impacto do índice de serviços, diz IBGE

Crescimento é expressivo e tem ligação direta com a demanda das empresas industriais e da intensa expansão agrícola

BRASÍLIA

A receita bruta do setor de serviços subiu 8,6% em junho, ante igual mês de 2012, segundo a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), inaugurada ontem (21) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A receita bruta do setor acumula alta de 8,4% no ano e elevação de 8,9% em 12 meses.

Os serviços de transporte e os de informação e comunicação foram as atividades que apresentaram o maior impacto na alta da receita bruta nominal do setor como um todo em junho deste ano, ante junho de 2012.

“As atividades que mais influem são informação e comunicação, transporte e serviços profissionais”, disse o técnico da Coordenação de Serviços e Comér-

cio do IBGE, Roberto Saldanha.

Dos 8,6% de alta na receita bruta nominal dos serviços registrados em junho ante junho de 2012, 3,0 pontos percentuais se deveram à atividade “transportes, serviços auxiliares dos transportes e correio”. “O transporte vem apresentando taxas de crescimento bastante expressivas”, explicou Saldanha. “É uma função direta da demanda das empresas industriais e do crescimento agrícola”, completou o técnico, destacando também o crescimento do transporte por dutos.

Serviços de informação e comunicação responderam por 2,7 pontos percentuais. Segundo Saldanha, puxados pela demanda das empresas e governos. Já os “serviços profissionais, adminis-

trativos e complementares” adicionaram 1,6 ponto percentual ao índice cheio. Mesmo com variação expressiva, os “serviços prestados às famílias” pesaram 0,6 ponto percentual, enquanto “outros serviços” responderam por 0,7 ponto percentual.

Composição

A PMS produz índices nominais de receita bruta, desagregados por atividades e com detalhes para alguns estados, divididos em quatro tipos: o índice de base fixa, que permite o cálculo da variação de um mês contra a média do ano de 2011; o índice do mês frente a igual mês do ano anterior; o índice acumulado no ano; e o índice acumulado em 12 meses.

Ainda não há divulgação de dados com ajuste sazonal (mês contra mês imediatamente anterior), pois, segundo o IBGE, a dessazonalização requer a existência de uma série histórica de aproximadamente quatro anos.

O crescimento da receita bruta

nominal do setor de serviços acelerou na passagem do primeiro para o segundo trimestre deste ano, passando de 7,6%, na alta do primeiro trimestre fechado, para 9,2% no segundo trimestre.

Atividade

O IBGE divulgou também o crescimento da receita bruta nominal por atividades de serviços. Os serviços prestados às famílias registraram variação de 9,0%; os serviços de informação e comunicação, 7,6%; os serviços profissionais, administrativos e complementares, 7,8% e outros serviços, 11,0%. Segundo Saldanha, o crescimento continuado do setor de serviços no País permite afirmar que o século 21 será o século dos serviços.

“A tendência de crescimento continuado do setor de serviços nos permite afirmar que o século 21 será o século dos serviços”, disse o especialista do IBGE.

AGÊNCIAS

fusão não está ameaçada e corre como planejado. “Ela permitirá que LAN e TAM, empresas líderes em seus respectivos mercados, alcancem maior eficiência a custos mais baixos e tenham maiores oportunidades de crescimento. O balanço registra números negativos porque é um período de ajustes, o que é natural em negócios dessa natureza e por questões conjunturais. Os benefícios vão começar a se refletir nos resultados no futuro. Neste ano, as sinergias de TAM e LAN devem variar entre US\$ 250 milhões e US\$ 300 milhões e, a partir do 4º ano, devem alcançar entre US\$ 600 milhões e US\$ 700 milhões”.

LUÍZA SILVESTRINI | AGÊNCIAS