



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**GEOGRAFIA DAS REDES HOTELEIRAS
MUNDO, BRASIL E SANTA CATARINA**

DOUTORADO

Fabíola Martins dos Santos

**Florianópolis
2012**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

Fabíola Martins dos Santos

**GEOGRAFIA DAS REDES HOTELEIRAS
MUNDO, BRASIL E SANTA CATARINA**

Tese apresentada a Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para a obtenção do Grau de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. José Messias Bastos.

Co-orientadora: Prof. Dra. Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira.

Área de concentração: Desenvolvimento Regional e Urbano.

Linha de pesquisa: Formação Sócio Espacial: Mundo/Brasil/Regiões.

Florianópolis
2012

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Santos, Fabíola Martins dos

Geografia das redes hoteleiras Mundo, Brasil e Santa Catarina [tese] / Fabíola Martins dos Santos ; orientador, José Messias Bastos ; co-orientadora, Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira. - Florianópolis, SC, 2012.

397 p. ; 21cm

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Geografia.

Inclui referências

1. Geografia. 2. Geografia econômica. 3. Redes hoteleiras. 4. Turismo. I. Bastos, José Messias . II. Pereira, Raquel Maria Fontes do Amaral. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Geografia. IV. Título.

Fabiola Martins dos Santos

**GEOGRAFIA DAS REDES HOTELEIRAS: MUNDO,
BRASIL E SANTA CATARINA**

Esta Tese foi julgada adequada para obtenção do Título de “Doutor em Geografia”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-graduação em Geografia.

Florianópolis, 12 de setembro de 2012.

Profa. Dra. Ruth Emília Nogueira
Coordenadora do PPGG/UFSC

Banca Examinadora:

Prof. Dr. José Messias Bastos
Universidade Federal de Santa Catarina

Profa. Dra. Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Carlos José Espíndola
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Aloysio Martins de Araujo Junior
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Fábio Napoleão
Universidade do Estado de Santa Catarina

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara
Universidade Federal do Paraná

Dedico este trabalho a minha vó
Silvia, aos meus pais e a minha
filha Júlia, a esta família linda que
sempre me apoiou em todas as
etapas da minha vida profissional e
acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Seria impossível nomear todos que contribuíram em vários momentos para elaboração desta Tese. Entre tantos a quem devo agradecimentos, expresso aqueles com quem compartilhei as minhas angústias durante a elaboração desse trabalho:

Aos meus pais Djalma e Aurora meus grandes incentivadores e a minha filha Júlia minha fonte de energia e inspiração.

À Kadine Bender dos Santos pela amizade e apoio na finalização do trabalho.

Aos amigos de todas as horas, Cassiano Borges, Gustavo Maresch, Fernanda Crespo, Bianca Antonini e Nicole Pelaez pelos momentos de descontração e pelas palavras de incentivo.

Aos meus colegas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, em especial Flavia Baratieri Losso e Vinícius De Lucca Filho, manifesto a minha gratidão pela amizade, apoio e pelas contribuições na realização deste trabalho.

Ao Prof. José Messias Bastos, meu muito obrigado pela paciência e orientação ao longo de todos esses anos.

À Prof^ª Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira, minha mentora e amiga. Sou sempre grata pela confiança e orientação em todas as etapas da minha vida acadêmica.

Aos professores membros da banca examinadora meus agradecimentos pelas contribuições.

À minha família pelo amor, carinho e proteção, sem os quais tudo teria sido muito mais difícil.

A vida é o dever que nós trouxemos para fazer
em casa.
Quando se vê, já são seis horas!
Quando se vê, já é sexta-feira!
Quando se vê, já é natal...
Quando se vê, já terminou o ano...
Quando se vê perdemos o amor da nossa vida.
Quando se vê passaram 50 anos!
Agora é tarde demais para ser reprovado...
Se me fosse dado um dia, outra oportunidade, eu
nem olhava o relógio.
Seguiria sempre em frente e iria jogando pelo
caminho a casca dourada e inútil das horas...
Seguraria o amor que está a minha frente e diria
que eu o amo...
E tem mais: não deixe de fazer algo de que gosta
devido à falta de tempo.
Não deixe de ter pessoas ao seu lado por puro
medo de ser feliz.
A única falta que terá será a desse tempo que,
infelizmente, nunca mais voltará.
(Mario Quintana)

RESUMO

Este trabalho apresenta os resultados empíricos de uma investigação que analisa o setor hoteleiro em Santa Catarina, a partir do desenvolvimento das redes hoteleiras no Brasil e no mundo. O estudo permitiu compreender o quadro de relações responsáveis pelo crescimento da atividade turística e a expansão das redes de hotéis nacionais, internacionais e regionais no território catarinense. O referencial teórico apresentado no trabalho toma como ponto de partida a análise da realidade socioespacial - com base nas ideias de Armen Mamigonian -, utilizando o paradigma de formação socioespacial para explicar a formação socioeconômica catarinense a partir de uma perspectiva teórica marxista. Para explicar a formação social e econômica brasileira, recorreu-se a Ignácio Rangel no que se refere à teoria das dualidades e da evolução cíclica da economia capitalista, inserindo os negócios da hotelaria no contexto. O turismo constitui uma importante fonte econômica para Santa Catarina, por seus diversos atrativos paisagísticos e complexos turísticos. O setor hoteleiro é bastante diversificado e vem buscando seguir e adequar-se às especificidades de cada região do Estado. Santa Catarina conta somente com 34 hotéis vinculados a redes hoteleiras internacionais, nacionais e regionais, dos quais 44% pertencem a uma única rede Internacional - a Accor -, 50% pertencem a redes Nacionais e apenas 6% são de redes regionais. As redes Hotel 10 e Le Canard são catarinenses com sede em Joinville. Esta pesquisa demonstrou que a existência de redes hoteleiras no território considerado é de baixa concentração frente à presença maciça dos hotéis independentes, principalmente familiares. Este estudo permitiu confirmar que o capitalismo engendrado nas áreas de pequena produção mercantil do território catarinense deu origem aos primeiros empreendimentos inicialmente modestos no setor hoteleiro, aproveitando as oportunidades lucrativas que iam surgindo, na medida em que se desenvolviam as diferentes regiões do Estado, sendo a distribuição geográfica das redes hoteleiras privilégio dos centros mais adensados como Florianópolis e Joinville e a sua expansão relacionada ao desenvolvimento do turismo de negócios e de eventos e não ao turismo de lazer. A estratégia utilizada pelas redes hoteleiras para a sua expansão deu-se a partir da associação com investidores de Santa Catarina oriundos da pequena produção mercantil que, inclusive, souberam aproveitar das políticas fomentadoras do turismo.

Palavras-chave: Geografia Econômica. Redes Hoteleiras. Turismo.

ABSTRACT

This thesis presents the empirical results of an investigation that aimed to analyze the hotel sector in Santa Catarina, as from the development of hotel chains in Brazil and around the world. This study permitted to comprehend the relationship framework responsible for the growth of tourism and the expansion of national, regional and international hotel chains in the territory of Santa Catarina. The theoretical framework in this study has as its starting point the analysis of the socio-spatial reality, based on the ideas of Armen Mamigonian, applying the paradigm of socio-spatial formation in order to explain the socioeconomic situation of Santa Catarina from a Marxist theoretical perspective. To explain the Brazilian socio-economic formation, reference to Ignacio Rangel was provided, regarding to the theory of dualities and the cyclical evolution of the capitalist economy, including the hotel business in this context. Tourism is an important economic source for the state of Santa Catarina, due to its scenic and landscape attractions as well as touristic complexes available. The hotel industry is quite diverse and it has been attempting to follow and to adapt to the specificities of each region of the state. Santa Catarina has only 34 hotels linked to international, national and regional hotel chains, of which 44% belong to a single International hotel chain, Accor, 50% belong to national chains and only 6% belong to regional chains. The hotel chains - Hotel 10 and Le Canard - are from Santa Catarina, headquartered in Joinville. This research shows that there is a small concentration of hotel chains in the territory considered when compared to the massive presence of independent hotels, especially family-owned hotels. This study confirms that capitalism engendered in the areas of small production in the territory of Santa Catarina gave rise to the first initial modest ventures in the hotel industry, taking advantage of profitable opportunities which appeared due to the development of the different regions of the state, being the geographical distribution of hotel chains a privilege of the most densely populated and urbanized centers, such as Florianópolis and Joinville, and its expansion is related to the development of business tourism and events and not to leisure tourism. The strategy used by the hotel chains towards their expansion started through their association with investors from Santa Catarina, who derived from small commodities production, who, for that matter, were able to take advantage of the instigating tourism policies.

Keywords: Economic Geography. Hotel Chains. Tourism.

RESUMEN

Este trabajo presenta resultados empíricos de una investigación que analiza el sector hotelero en Santa Catarina, a partir del desarrollo de las cadenas hoteleras en Brasil y en el mundo. El estudio ha permitido comprender el cuadro de relaciones responsables por el crecimiento de la actividad turística y la expansión de las cadenas de hoteles nacionales, internacionales y regionales en el territorio catarinense. El referencial teórico utilizado en el trabajo parte del análisis de la realidad socio-espacial – con base en las ideas de Armen Mamigonian –, utilizando el paradigma de la formación socio-espacial para explicar la formación socio-económica de Santa Catarina desde una perspectiva teórica marxista. Para explicar la formación social y económica brasileña, se ha recurrido a Ignácio Rangel en lo que se refiere a la teoría de las dualidades y de la evolución cíclica de la economía capitalista, insiriendo los negocios de la hotelería en el contexto. El turismo representa una importante fuente económica para Santa Catarina, por sus diversos atractivos paisajísticos y complejos turísticos. El sector hotelero es muy diversificado, buscando seguir y adecuarse a las especificidades de cada región del estado. Santa Catarina dispone solamente de 34 hoteles vinculados a cadenas hoteleras internacionales, nacionales y regionales, de los cuales, 44% pertenecen a una única cadena internacional – a Accor –, 50% pertenecen a cadenas nacionales y sólo 6% son cadenas regionales. Las cadenas *Hotel 10* y *Le Canard* son catarinenses con sede en Joinville. La investigación ha señalado la baja concentración de cadenas hoteleras en el territorio considerado frente a la gran presencia de hoteles independientes principalmente familiares. El estudio ha permitido confirmar que el capitalismo engendrado en las áreas de pequeña producción mercantil del territorio catarinense ha originado los primeros emprendimientos, inicialmente sencillos en el sector hotelero, aprovechando las oportunidades rentables que surgían, a medida que se desarrollaban las diferentes regiones del Estado, siendo la distribución geográfica de las cadenas hoteleras privilegio de los centros de mayor población, como Florianópolis y Joinville, y su expansión relacionada al desarrollo del turismo de negocios y de eventos, y no turismo de ocio. La estrategia utilizada por las cadenas hoteleras para su expansión sucede de la asociación con inversionistas de Santa Catarina, originarios de la pequeña producción mercantilista que, incluso, han sabido aprovechar las políticas fomentadoras del turismo.

Palabras-clave: Geografía Económica. Cadenas Hoteleras. Turismo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1– Mapa de Atuação da Rede Accor no Mundo em 2010	84
Figura 2– Mapa do litoral catarinense	205
Figura 3– Mapa de distribuição de Hotéis por quantidade e tipo de administração em Santa Catarina	209
Figura 4 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião de Florianópolis.....	211
Figura 5 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião de Itajaí.....	220
Figura 6 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Norte.....	234
Figura 7 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Sul	239
Figura 8 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Serrana	244
Figura 9 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Oeste.....	250
Figura 10 – Mapa de Localização das redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina em 2012.....	253
Figura 11– Mapa de Distribuição e concentração da Rede Accor no Brasil	317
Figura 12 - Modalidade de negócio da Atrio Hotéis para condo-hotéis Fonte: Elaborado pela autora em 2012.	328
Figura 13– Mapa de Distribuição e concentração de hotéis da Rede Atlantica no Brasil	336
Figura 14 – Infraestrutura do Jurerê Beach Village	361
Figura 15 – Estrutura do Il Campanário Villagio Resort.....	362
Figura 16 – Mapa das Redes Hoteleiras em Santa Catarina – distribuição por origem	370

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Ranking das redes hoteleiras no Mundo – 2008 / 2009	58
Quadro 2- Atuação da rede InterContinental Hotels Group PLC (IHG) no mundo em 2010	67
Quadro 3- Empreendimentos hoteleiros da rede Marriott em 1998	72
Quadro 4– Hotéis em funcionamento da Rede Hilton na América do Sul, em 2011.....	77
Quadro 5- Hotéis instalados no Mundo pelo Grupo Accor em 1998	82
Quadro 6- Distribuição dos hotéis do Grupo Accor no mundo em 31/12/2010.....	85
Quadro 7– Quantidade de hotéis na cidade do Rio de Janeiro entre 1860 e 1882.....	101
Quadro 8 - Evolução dos meios de hospedagem no Brasil de 1968 a 1979.....	118
Quadro 9- Desembolsos para o financiamento do turismo no Brasil ..	130
Quadro 10- Número de estabelecimentos de hospedagem nas principais capitais.....	147
Quadro 11- Ranking das principais redes hoteleiras nacionais e internacionais do Brasil.....	150
Quadro 12- Resorts instalados no Brasil.....	157
Quadro 13- Número de empresas turísticas e empregos gerados por região do Estado de Santa Catarina.....	193
Quadro 14- Regiões Turísticas de Santa Catarina.....	198
Quadro 15- Crescimento populacional na última década: Litoral Catarinense, Santa Catarina e Região Sul	206
Quadro 16- Capacidade de Hospedagem por número de quartos em Santa Catarina em 2011.....	207
Quadro 17- Hotéis dos municípios de Piçarras e Penha.....	221
Quadro 18– Hotéis no município de Itajaí	222
Quadro 19- Principais empreendimentos localizados na praia de Balneário Camboriú de 1928 até 1990.....	225
Quadro 20- Redes hoteleiras na Região Norte e Joinville.....	236
Quadro 21- Empreendimentos hoteleiros em funcionamento na região de Lages em 2011.....	245
Quadro 22- População dos municípios e o número de hotéis instalados por região do Estado de Santa Catarina em 2012.....	254
Quadro 23- Hotéis localizados nos Balneários da Ilha de Santa Catarina nos anos de 1970 e 1980	285
Quadro 24- Evolução hoteleira em Florianópolis, de 1932 a 1989	291

Quadro 25- Hotéis localizados nos Balneários da Ilha de Santa Catarina	292
Quadro 26- Crescimentos dos empreendimentos de pequeno porte nos balneários da Ilha de Santa Catarina a partir de 1990	293
Quadro 27- Hotéis localizados no núcleo urbano central de Florianópolis	296
Quadro 28- Balanço do número de eventos/ público no Centro de Eventos de Florianópolis.....	300
Quadro 29- Expansão dos hotéis localizados nos municípios de Florianópolis, São José e Palhoça nos anos 2000	305
Quadro 30- Redes hoteleiras em Santa Catarina – 2012.....	309
Quadro 31- Ranking das redes instaladas em Santa Catarina	312
Quadro 32- Distribuição regional da rede Accor no Brasil em 2012..	319
Quadro 33- Segmentação dos hotéis da rede Accor no Brasil em 2012.....	322
Quadro 34- Rede Accor em Santa Catarina - 2012.....	327
Quadro 35- Operação dos empreendimentos da Atrio Hotéis.....	329
Quadro 36- Futuros hotéis da Rede Atlantica	337
Quadro 37– Rede Blue Tree.....	342
Quadro 38- Rede de Hotéis Slaviero.....	344
Quadro 39– Rede Bourbon Hotéis & Resorts	348
Quadro 40– Rede Plaza.....	352
Quadro 41- Rede InterCity.....	354
Quadro 42- Futuras unidades hoteleiras da rede InterCity até 2014 ...	356
Quadro 43- JI Administradora Hoteleira (JIAH)	359
Quadro 44- Rede Le Canard	365
Quadro 45– Rede Hoteleira Hotel 10.....	367
Quadro 46- Hotéis instalados e os futuros hotéis na Região do Vale do Itajaí.....	372

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mão-de-obra empregada em setores das atividades turísticas – 1994/2003	139
Tabela 2 – Chegada de turistas internacionais no mundo por região – 2002/2009	141
Tabela 3 – Número de turistas estrangeiros no Brasil de 1970 até 2009	142
Tabela 4 – Estimativa da demanda turística e os respectivos gastos nos meses de janeiro e fevereiro no período de 1990 a 2010 em Santa Catarina	201
Tabela 5 – Evolução da população de Florianópolis - 1940/2010	277
Tabela 6 – Crescimento do número de passageiros ao ano 2002/2010.....	277
Tabela 7 – Principais mercados emissores de turistas estrangeiros para Florianópolis 1986/2008.....	279
Tabela 8 – Movimento de turistas nacionais e estrangeiros para Florianópolis e a receita gerada em dólar 1986/2009.....	281
Tabela 9 – Principais mercados emissores nacionais para Florianópolis 1986/2008	283

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV	– Associação Brasileira de Agências de Viagem
ABEOC	– SC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos de Santa Catarina
ABIH	– Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABIH-SC	– Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina
BADESC	– Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina
BHG	– <i>Brazil Hospitality Group</i>
BNDES	– Banco Nacional do Desenvolvimento
BRAZTOA	– Associação Brasileira de Operadoras de Turismo
BRDE	– Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CITUR	– Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina S/A
CNTur	– Conselho Nacional de Turismo
COFINS	– Financiamento da Seguridade Social
COMBRATUR	– Comissão Brasileira de Turismo
Conmebol	– Confederação Sul-americana de Futebol
CRS	– <i>Central Reservation System</i>
DEATUR	– Departamento Autônomo de Turismo
DIRETUR	– Diretoria de Turismo e Cultura
EBIT	– <i>Earnings Before Interest and Taxes</i>
EMBRATUR	– Instituto Brasileiro de Turismo
FAT	– Fundo de Amparo ao Trabalhador
FEBRATEX	– Feira Brasileira para Indústria Têxtil
FIERGS	– Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul
FINAM	– Fundo de investimento da Amazônia
FINOR	– Fundo de Investimento do Nordeste
FOBH	– Forum dos Operadores Hoteleiros
Funcef	– Fundo de Pensão dos Funcionários da Caixa Econômica Federal
FUNGETUR	– Fundo Geral de Turismo
GDS	– <i>Global Distribution System</i>
IBGE	– Instituto de Geografia e Estatística
ICCA	– <i>International Congress and Convention Association</i>
INFRAERO	– Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária
INPC	– Índice Nacional de Preços ao Consumidor

Mtur	– Ministério do Turismo
OMT	– Organização Mundial de Turismo
OTA	– <i>On Line Travel Agencies</i>
PAC	– Programa de Aceleração do Crescimento
PDIL	– Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer
PIB	– Produto Interno Bruto
PLANTUR	– Plano Nacional de Turismo
PNMT	– Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PRODETUR	– Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo
PROFIT	– Programa de Fruticultura de Clima Temperado
SANTUR	– Santa Catarina Turismo S/A
SEITEC	– Sistema Estadual de Incentivo ao Turismo, ao Esporte e à Cultura
SETUR	– Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes
SOL	– Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte de Santa Catarina
SUDENE	– Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste
TMC	– <i>Travel Management Company</i>
TURESC	– Empresa de Turismo e Empreendimentos do Estado de Santa Catarina S/A
UH	– Unidades Habitacionais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	27
2 FORMAÇÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO MUNDO	39
2.1 O SURGIMENTO DOS PRIMEIROS HOTÉIS NO CONTINENTE EUROPEU E NOS ESTADOS UNIDOS.....	39
3 ORIGENS, DESENVOLVIMENTO E EXPANSÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO BRASIL	91
3.1 AS ORIGENS DO SETOR HOTELEIRO.....	91
3.2 O DESENVOLVIMENTO DO SETOR HOTELEIRO A PARTIR DA ENTRADA DAS REDES INTERNACIONAIS NO BRASIL.....	119
3.3 A EXPANSÃO DAS REDES NACIONAIS E INTERNACIONAIS NO BRASIL.....	132
3.4 AS FORMAS DE ADMINISTRAÇÃO DAS REDES HOTELEIRAS.....	153
4 A GEOGRAFIA DAS REDES HOTELEIRAS EM SANTA CATARINA	167
4.1 A FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL E A GÊNESE DO SETOR HOTELEIRO DE SANTA CATARINA.....	167
4.2 AS ESPECIFICIDADES REGIONAIS DO SETOR HOTELEIRO EM SANTA CATARINA.....	190
4.2.1O desenvolvimento do setor hoteleiro frente à expansão urbana e do turismo em Florianópolis	255
4.3 ORGANIZAÇÃO ESPACIAL E PERSPECTIVAS DE EXPANSÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO ESTADO.....	307
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	375
REFERÊNCIAS	385

1 INTRODUÇÃO

O Estado de Santa Catarina é reconhecido na região do Sul do Brasil por suas potencialidades turísticas em razão da diversidade da formação natural e social do seu território. No âmbito do turismo de lazer, seu litoral recortado (praias em meia lua, costões, restingas, dunas, enseadas, ilhas etc.) e sua densa malha de vales profundos e dissecados abrigam balneários praianos, fluviais e de águas termais, além dos cânions, das serras e dos campos naturais; constituindo, assim, um rico mosaico de paisagens que servem para o desenvolvimento do turismo rural, do ecoturismo e do turismo voltado para esportes radicais, aliando-se ao lazer e à prática de esportes. O turismo de negócios e de eventos, este mais concentrado nos grandes centros urbanos, também vem ganhando relevância na economia de Santa Catarina.

O traço natural da paisagem catarinense é dado pela conformação de seu relevo que apresenta duas grandes regiões: o litoral e o planalto, separados pelas serras do Mar e Geral. A essa configuração combina-se outros elementos naturais que, de certa forma, propiciam as bases para o desenvolvimento de formações sociais, as singularidades e as características de cada região.

Por suas especificidades regionais, a atividade turística constitui uma importante fonte econômica para o Estado, concentrando-se na alta estação de veraneio a maior demanda turística de lazer que, ao longo dos anos, contribuiu para a consolidação progressiva de uma estrutura turística, reforçando a presença do território catarinense no portfólio brasileiro dos destinos turísticos mais procurados do país.

O setor hoteleiro também é bastante diversificado e vem buscando seguir e se adequar às especificidades de cada região do Estado. Na região serrana catarinense, como em Lages, por exemplo, encontram-se os hotéis fazenda, localizados em áreas rurais, originárias em sua maioria de antigas fazendas; no Meio Oeste catarinense, nas estações termominerais como em Itá e Piratuba, encontram-se verdadeiros complexos de lazer que têm como principal atrativo as águas termais. Nas capitais regionais de Santa Catarina, nos centros de comércio, industriais, administrativos e financeiros, encontram-se os hotéis voltados para atender a demanda de negócios e eventos. O maior número de empreendimentos hoteleiros de lazer está concentrado na faixa litorânea catarinense, próximos às praias.

A formação litorânea catarinense, em particular, vem passando por transformações socioeconômicas e espaciais produzidas para atender

às crescentes necessidades de sua população e, mais recentemente, dos fluxos turísticos que acabaram estimulando a instalação de hotéis, muito embora alguns empreendimentos hoteleiros tenham surgido no século XIX, criados para atender a uma demanda por hospedagem que não era necessariamente turística.

A entrada das redes internacionais de hotéis no Brasil ocorreu em meados da década de 1970, com o crescimento da economia brasileira¹, coincidindo com a instalação das multinacionais, esta provocada pelo acirramento da concorrência entre as principais companhias em nível internacional e pela transformação do país em um importante polo de viagens de negócios. A estratégia utilizada pelas redes internacionais no primeiro momento foi a de associar-se a grupos nacionais que, na maioria dos casos, assumiam a responsabilidade do investimento imobiliário enquanto a gestão do empreendimento era realizada por meio de contrato de administração ou sistemas de franquias. A vinda das cadeias hoteleiras no início da década de 1970 coincidiu com uma fase de disponibilidade de financiamento de longo prazo e de incentivos fiscais para a construção de hotéis². Cabe acrescentar que a partir de 1973, inicia-se a fase depressiva do ciclo longo (fase b do 4º Kondratieff) que é caracterizada pelo crescimento lento da economia mundial que, de forma contraditória, é associada ao crescimento do comércio internacional, pois em períodos depressivos anteriores, a crise do comércio internacional era superior à crise econômica em razão da abertura do comércio iniciada pelos EUA, que trouxe como consequência o aumento da concorrência internacional, que, por sua vez, possibilitou o surgimento de ideias neoliberais. Nesse contexto, com a expansão do turismo no mundo e a abertura de mercado internacional, teve início o processo de fusões e expansões de empresas para setores com os quais possuíam sinergia, como por exemplo, transporte e hospedagem, adquirindo redes locais de hotéis ou organizando novas redes. A partir desse período, ocorre uma aceleração do processo de concentração do setor hoteleiro e a consolidação de fortes redes internacionais, como foram os casos das cinco maiores redes mundiais em 2008 e 2009: a Intercontinental Hotels Group, a Wyndham Hotel Group, a Marriott International, a Hilton Worldwide e a Rede Accor.

¹ Entre 1968 e 1973, o Brasil cresceu na média de 11,2% ao ano. Em 1973, inicia-se a fase depressiva do ciclo longo 4º Kondratieff que coincide com a crise mundial do petróleo.

² Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil em 1999.

Existem algumas vantagens nessa associação para a expansão das redes hoteleiras, dentre as quais, o acesso mais fácil aos mercados de outros países, compartilhamento de riscos e custos e o ganho de sinergia ao juntar forças para enfrentar a concorrência de outras redes. A capacidade total de quartos no mercado mundial, atualmente, é estimada em vinte milhões de unidades habitacionais. As estratégias de expansão têm ido para além da construção de novos hotéis, em uma primeira fase privilegiando as fusões e as aquisições, logo seguidas pelos sistemas de franquias e contratos de gestão, mais rápidos em termos de progressão e, aparentemente, com menos riscos.

O setor de hospedagem brasileiro é composto por hotéis independentes e hotéis administrados por redes hoteleiras. Os hotéis vinculados a redes costumam ser administrados através de contratos de gestão ou arrendamento e sistemas de franquias³. Os hotéis independentes respondem por mais de 75% dos estabelecimentos no Brasil, e as redes hoteleiras respondem pelo restante, sendo a participação mais efetiva das redes notada a partir dos anos 2000.

Em Santa Catarina, a entrada das redes hoteleiras internacionais foi recente (em 1995), se comparada a outras regiões do Brasil como a do sudeste em 1970. O estado recebeu, inicialmente, dois empreendimentos pertencentes ao grupo francês Accor, inaugurados no mesmo ano, em 1995, nas cidades de Florianópolis (Hotel Parthenon Lindacap) e São Bento do Sul (Hotel Novotel São Bento do Sul).

A partir dessas constatações, chega-se a hipóteses desta tese: o capitalismo engendrado nas áreas de pequena produção mercantil do território catarinense deu origem aos primeiros empreendimentos inicialmente modestos no setor hoteleiro, aproveitando as oportunidades lucrativas que iam surgindo, na medida em que se desenvolviam as diferentes regiões do Estado; a distribuição geográfica das redes hoteleiras privilegiou os centros mais adensados e a sua expansão esteve relacionada ao desenvolvimento do turismo de negócios e de eventos e não ao turismo de lazer; a estratégia utilizada pelas redes hoteleiras para

³ Os hotéis franqueados são hotéis que se filiam a uma rede, através de contrato de franquia. O proprietário ou franqueado paga uma taxa de franquia à rede hoteleira em troca dos direitos de uso da marca. Além disso, a rede disponibiliza orientação e padrões para realização dos procedimentos para operação de todo o empreendimento, sistema de centrais de reserva, campanhas de marketing e outros serviços. Os hotéis que operam sob o sistema de contrato de administração são similares a uma franquia no que se refere ao fornecimento de padrões para operação, mas diferem na medida em que são efetivamente operados pelas próprias empresas que fornecem os padrões, ao contrário de um hotel franqueado que pode escolher o próprio sistema de administração (ISMAIL, 2004).

a sua expansão deu-se a partir da associação com investidores do próprio Estado oriundos da pequena produção mercantil catarinense, que, inclusive, soube aproveitar as políticas fomentadoras do turismo.

Este trabalho buscou analisar a partir da expansão das redes hoteleiras no mundo e no Brasil, o setor hoteleiro em Santa Catarina, no intuito de compreender o quadro de relações existentes que impulsionaram o crescimento da atividade turística e a expansão das redes hoteleiras nacionais e internacionais e regionais no território catarinense. Para tanto, foi necessário caracterizar o desenvolvimento das redes hoteleiras no Mundo e no Brasil; investigar a evolução dos hotéis administrados por redes nacionais e internacionais em Santa Catarina; identificar a origem do capital investido na construção dos hotéis administrados por redes hoteleiras; apontar quem são os investidores e os proprietários dos hotéis administrados por redes regionais, nacionais e internacionais no território catarinense; verificar a forma de administração desses empreendimentos e, por último, apontar as estratégias e as perspectivas de expansão das redes hoteleiras em Santa Catarina.

A temática impôs a definição de alguns recortes. Nesse sentido, a pesquisa concentrou-se na análise das cinco principais redes hoteleiras internacionais no mundo e somente das principais redes nacionais e regionais que possuem presença no Estado de Santa Catarina. Em razão da amplitude do setor hoteleiro de Santa Catarina, optou-se por chamar a atenção para a formação em rede de empreendimentos hoteleiros com mais de três unidades hoteleiras. Diante disso, somente mereceram destaque no trabalho algumas dessas redes de formação local.

Para compreender os múltiplos aspectos que caracterizam o território catarinense e que acabaram por determinar sua configuração sócio-espacial, fez-se necessário acompanhar a trajetória do seu desenvolvimento e a sua inserção no contexto nacional e internacional, sem esquecer o significado das características físicas do espaço, bem como os elementos humanos definidores da paisagem urbana, hoje em acelerado processo de mudança.

O estudo buscou explicar o presente através da análise do processo histórico, recuperando suas origens e evolução, teórica e empiricamente, identificando as transformações socioespaciais recentes de Santa Catarina, decorrentes do crescimento dos fluxos turísticos e a sua relação com a expansão das redes hoteleiras.

No desenvolvimento desse estudo, o espaço foi interpretado como um produto de relações historicamente determinadas, visto que o processo de produção é entendido como histórico e social e imprime as

suas marcas sobre a materialidade. Considerando o incremento do setor turístico, da indústria, do comércio e a expansão das redes hoteleiras, o processo de produção e de apropriação do espaço vem sendo afetado por mudanças ditadas pela lógica capitalista, que, além de alterar os traços da paisagem natural, também reduzem as marcas de sua história, o que implica no entendimento de que analisar as alterações geradas exige a apreensão de uma realidade mais ampla, capaz de considerar um quadro de relações responsável pelas mudanças notadas principalmente nas últimas décadas, tornando necessária a busca de elementos explicativos situados nas escalas local, regional, nacional e internacional. Por outro lado, houve necessidade, também, de discutir o contexto socioeconômico nacional e mundial e seus reflexos sobre o setor hoteleiro, para, posteriormente, compreender o desenvolvimento do setor hoteleiro regional, com a entrada das redes nacionais e internacionais e a sua expansão em Santa Catarina.

Dessa forma, o referencial teórico utilizado como base para o trabalho toma, como ponto de partida, a análise da realidade socioespacial, com base nos conceitos e especialmente nas ideias de Armen Mamigonian ao utilizar o paradigma de formação socioespacial para explicar a formação socioeconômica catarinense, a partir de uma perspectiva teórica marxista que resgata a categoria espaço no interior do materialismo histórico-dialético, abrindo novas e importantes explicações para a Geografia. Assim, a abordagem científica da temática proposta considera a relação dialética entre os elementos naturais e humanos em diferentes escalas: mundial, nacional, regional e local.

Essa perspectiva teórico-metodológica promove a aproximação entre a história e a geografia, ao mesmo tempo em que favorece a consideração da dimensão histórica na geografia e da dimensão geográfica ao longo da história, numa complementaridade que permite ultrapassar a simples aparência fragmentária do espaço. (PEREIRA, 2003, p. 2).

O presente estudo partiu do entendimento de que as especificidades de um determinado local (no caso, o catarinense) têm explicações de ordem natural e humana, ao mesmo tempo em que corresponde a uma conjugação de fatores endógenos e exógenos situados em diferentes momentos de sua história, porque “as combinações de caráter geográfico respondem a medidas bem

determinadas, com relação ao espaço e ao tempo e este duplo caráter que garantem a sua originalidade”. (CHOLLEY, 1964, p. 140). O autor divide as combinações em três grandes categorias:

[...] as que resultam, unicamente de convergência de fatores físicos; aquelas, já mais complexas, que são, a um tempo de ordem física e de ordem biológica; as mais complicadas e por isso mesmo, mais interessantes, que resultam da interferência conjunta dos elementos físicos, dos elementos biológicos e dos elementos humanos. (CHOLLEY, 1964, p.140-141).

Cabe acrescentar que a categoria de formação socioespacial, por sua vez, possibilita a realização de estudos de caráter globalizante, ao considerar as “múltiplas determinações”, responsáveis por uma realidade concreta, visto que, para Marx (1982, p. 14), o concreto é a síntese de várias determinações. Mamigonian (1996) assinala que focar as “múltiplas determinações” defendidas por Marx é o mesmo que trabalhar a ideia de “combinações geográficas” defendida por Cholley, pois ambas possibilitam compreender o concreto, ou melhor, abarcar a realidade em sua totalidade.

No Brasil, a categoria de formação socioeconômica ou formação social, foi proposta na segunda metade dos anos setenta por Milton Santos no texto “Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método”, partindo da noção de formação social ligada ao desenvolvimento de uma determinada sociedade em sua totalidade histórica-espacial e concreta. Para Milton Santos (1977), “a História não se escreve fora do espaço e não há sociedade a-espacial...o espaço, ele mesmo, é social”. Dessa forma, ao considerar as características físicas do espaço onde se constitui a sociedade e a história da sociedade que aí se implantou, o paradigma de formação sócio-espacial propicia um enfoque multidisciplinar em que o espaço geográfico e o tempo histórico constituem o ponto de partida para uma melhor compreensão de uma realidade em que a cada nova fase de sua evolução o espaço natural vai sendo modificado de forma mais profunda respondendo às exigências sociais definidas a partir das imposições locais, regionais, nacionais ou internacionais, ditadas pelas relações de produção dominante. Sendo assim, essa teoria permite analisar as formações historicamente determinadas e geograficamente localizadas.

A aplicabilidade do paradigma formação socioespacial em Santa Catarina, na verdade, vem sendo utilizada de forma precursora pelo Geógrafo Armen Mamigonian, que, desde a década de 1960, tem apresentado diversos trabalhos, dentre os quais, o *Atlas Geográfico de Santa Catarina* (1958); *As indústrias de Brusque e suas conseqüências na vida urbana* (1960); *Estudo Geográfico das Indústrias de Blumenau* (1965); *Vida Regional de Santa Catarina* (1966); *Geografia das Indústrias de Santa Catarina* (1986), além de outras publicações e orientações de diversos trabalhos de tese de doutoramento nessa perspectiva analítica, cabendo citar: *O comércio de Múltiplas Filiais no Sul do Brasil* (BASTOS, 2002); *As Agroindústrias de Carnes do Sul do Brasil* (ESPÍNDOLA, 2002); *Origem, desenvolvimento e crise da indústria joinvilense de materiais de construção em PVC: 1941 -2002* (NAPOLEÃO, 2004); *O Dinamismo Industrial Exportador de Santa Catarina* (ROCHA, 2004); *Os Portos do Sul do Brasil no século XXI* (NEU, 2009), dentre outros.

A questão temporal expressa através da historicidade é uma possibilidade que se concretiza por meio de uma ação que é histórica e espacialmente localizada, mas que reproduz uma situação que é global. Compreender essa dinâmica é buscar o entendimento da sociedade como o todo. Sobre a noção de totalidade, Milton Santos (1977) coloca que o espaço reproduz a totalidade social na medida em que as transformações sobre o espaço são determinadas por necessidades sociais, econômicas e políticas.

O espaço reproduz-se, ele mesmo, no interior da totalidade, quando evolui em função do modo de produção e de seus momentos sucessivos. Mas o espaço influencia também a evolução de outras estruturas, e por isso, torna-se um componente fundamental da totalidade social e de seus movimentos (SANTOS, 1977, p. 18).

O desenvolvimento da presente pesquisa encontrou apoio também nas contribuições de Ignácio Rangel (1981; 2005) para interpretar a realidade histórica, política e econômica brasileira, permitindo entender que as relações de produção estão em consonância com o método do materialismo histórico⁴, visto que as etapas históricas

⁴ O materialismo em seu sentido mais amplo afirma que tudo o que existe é apenas matéria ou, pelo menos, depende da matéria. Em sua forma mais geral, afirma que toda a realidade é essencialmente matéria; em sua forma mais específica que a realidade

se sucedem por meio de transformações nas relações de produção, determinadas pela evolução das forças produtivas. Esse entendimento, por sua vez, indica a necessidade de uma interpretação crítica da sucessão de modos de produção proposta pelo materialismo histórico, considerando a sua complexidade no que se refere aos diferentes estágios de desenvolvimento.

A teoria da dualidade de Inácio Rangel apresenta as bases teóricas necessárias para a interpretação da formação social brasileira, assim como para se compreender os estágios de desenvolvimento da economia frente aos ciclos longos ou de Kondratieff e ciclos breves ou de Juglar⁵. O princípio da dualidade consiste na combinação de relações heterogêneas para compor um só e mesmo modo de produção. A dualidade combina diferentes modos de produção fundamentais (escravismo; feudalismo; capitalismo)⁶.

As combinações desses elementos não fazem ao acaso, faz-se em obediência a certas leis específicas, o desenvolvimento das forças produtivas muda a dualidade, mas a mudança ocorre apenas em um dos pólos; os pólos interno e externo mudam alternadamente; o pólo muda pelo processo de internalizar o modo de produção existente no seu lado externo; o lado externo do pólo em mudança também se modifica,

humana. O materialismo histórico afirma o primeiro causal do modo de produção dos homens/mulheres e de reprodução de seu ser natural (físico), ou de um modo mais geral, do processo de trabalho no desenvolvimento da história humana (BOTTOMORE, 2001).

⁵ Os ciclos longos tem duração de 50 anos aproximadamente, sendo a primeira metade do ciclo ascendente chamada de fase “a”, e a segunda, a depressiva, chamada de fase “b”. Nas fases ascendentes eram postas em prática as invenções tecnológicas básicas que elevavam a produtividade do trabalho, como a invenção da máquina a vapor. O aumento da produtividade refletia em toda a economia, baixando a taxa de lucro, desestimulando os investimentos, provocando uma fase depressiva (fase b) na qual novamente eram gestadas mudanças tecnológicas básicas que postas em prática elevavam a taxa de lucro, garantindo a retomada dos investimentos e da expansão (fase a). Os ciclos juglarianos são ciclos médios de duração entre 8 e 11 anos. Rangel percebeu que o aparecimento de um centro dinâmico engendrou flutuações econômicas endógenas no Brasil de 10 anos aproximadamente, sendo o primeiro quinquênio de cada década, a partir de 1920, recessivo, e os subsequentes, expansivos.

⁶ Quando se fala de modo de produção, não se trata simplesmente de relações sociais que tomam uma forma material, mas também seus aspectos sociais que tomam uma forma material, assim como seus aspectos imateriais como dado político ou ideológico. Todos eles têm uma influência determinante nas localizações e tornam-se, assim, um fator de produção (SANTOS, 1979).

incorporando elementos de um modo de produção mais avançado; as mudanças na dualidade brasileira são provocadas por mudanças no centro dinâmico do capitalismo. (RANGEL, 2005).

A dualidade é formada por dois polos, o interno e o externo, cada um deles constituído de dois lados, um interno e outro externo, encontrando-se o lado externo do polo externo em formação estrangeira dominante, porque o “motor histórico do processo é o movimento internacional”, isto é, o desenvolvimento das forças produtivas em escala mundial é que determina o movimento da dualidade. O polo interno possui movimentos próprios, são eles que vão determinar a resposta que a economia brasileira dará às oscilações da economia externa (RANGEL, 2005). A interpretação rangeliana da formação socioeconômica do Brasil, com base no conceito de dualidade, vincula, pois, a dinâmica interna brasileira às relações que o país mantém com as economias capitalistas do centro do sistema. Por essa razão, Mamigonian (1987) ressalta que a base econômica das dualidades não nasce apenas das forças produtivas e das relações de produção internas do país, mas também da evolução das relações que nossa economia periférica mantém com as economias centrais.

Assim, ao tentarmos desvendar a expansão das redes hoteleiras em Santa Catarina, não podemos buscar respostas apenas em âmbito local e / ou regional, visto que a compreensão desse processo, somente se dará se considerarmos as “múltiplas determinações” da formação social brasileira e do capitalismo mundial sobre a realidade enfocada. Dessa forma, o trabalho de investigação foi desenvolvido dentro dos marcos teóricos apontados por Armen Mamigonian no que diz respeito à formação socioeconômica e a pequena produção mercantil catarinense; por Ignácio Rangel, quanto à teoria das dualidades e a evolução cíclica da economia capitalista; e por Andre Cholley, no que concerne às combinações geográficas.

Tal perspectiva teórica leva a um enfoque interdisciplinar para a análise da realidade, somando à utilização de referenciais da área de turismo e da hotelaria. Cabe apontar alguns estudos que tiveram como objeto de análise a hotelaria, dentre os quais, os trabalhos de dissertação de mestrado: Santos (2005), que faz uma análise histórica e espacial do desenvolvimento do setor hoteleiro localizado no núcleo urbano central de Florianópolis (SC); Pereira (2006), sobre as estratégias da rede hoteleira Accor no Brasil no período de 1974 a 2004; Spolon (2006), o qual realizou um estudo sobre a relação entre a expansão da hotelaria na

cidade de São Paulo e o mercado imobiliário, no período de 1995 a 2005; Mossato (2007), que estudou a internacionalização da economia urbana a partir da hotelaria na cidade de Curitiba; Silva (2007) apresentou uma discussão geográfica e histórica sobre a distribuição espacial dos meios de hospedagem de Salvador. Destaque também para os trabalhos de tese de doutorado de Prosépio (2002), sobre o avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil; e de Ramos (2010), que realizou uma análise da relação entre a evolução histórica e a dinâmica da localização da hotelaria da cidade de Curitiba.

Por se tratar de uma pesquisa com sustentação histórica, a etapa da coleta de dados, segundo Richardson (1999), exige a responsabilidade do pesquisador na busca das informações disponíveis sobre o tema, bem como de novas fontes, capazes de ampliar o conhecimento, contribuindo para o aprofundamento da análise. Quanto à pesquisa qualitativa nas ciências sociais, o trabalho de campo representa uma possibilidade de aproximação com aquilo que se deseja conhecer.

A fase exploratória da pesquisa foi dividida em duas etapas: a primeira refere-se à atuação das redes hoteleiras por meio do levantamento de dados secundários publicados nos endereços eletrônicos das principais redes hoteleiras em atuação no mundo e no Brasil e em Santa Catarina, assim como a consulta às entidades de classe, órgãos públicos e a estudos de referência nacional e internacional. Nessa etapa da pesquisa, foi realizado o levantamento de dados secundários em entidades de classe, tais como o Forum dos Operadores Hoteleiros (FOBH); Sindicato de Hotéis, Bares e Similares; Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina (ABIH-SC) e nos órgãos públicos como: Ministério do Turismo (Mtur); Santa Catarina Turismo S/A (SANTUR); Instituto de Geografia e Estatística (IBGE). Além da consulta às entidades e aos órgãos oficiais, para caracterizar o setor hoteleiro de Santa Catarina, foram valiosas também as consultas aos documentos “Análise Setorial da Indústria Hoteleira”, publicado em 1999 pela Gazeta Mercantil e “Análise Setorial da Indústria Hoteleira”, publicado em 2010, pelo Valor Econômico S.A.; e aos dados levantados pela Jones Lang LaSalle Hotels, empresa líder mundial em serviços de consultoria para investimentos em hotelaria. Sobre o levantamento da hotelaria instalada em Santa Catarina, recorreu-se ao Guia Quatro Rodas de 2011.

A escolha desse guia decorre das dificuldades encontradas para obtenção de dados confiáveis acerca da capacidade e distribuição dos hotéis em Santa Catarina. Cabe ressaltar que o Guia Quatro Rodas é considerado a mais tradicional publicação na área de turismo no Brasil.

O primeiro exemplar foi publicado em 1966 e já relacionava 663 hotéis, em 283 cidades brasileiras. A partir de visitas anônimas, com base em critérios próprios para classificação, é realizada a avaliação dos serviços e o cadastramento do empreendimento hoteleiro. A inserção do hotel no guia é isenta de pagamento, razão pela qual não são publicados todos os hotéis instalados em uma cidade. Vale apontar que atualmente o Guia tornou-se fonte alternativa para o levantamento de dados sobre o setor hoteleiro brasileiro, utilizado pelo Ministério do Turismo em diversos documentos, assim como em publicações acadêmicas.

A partir da organização dos dados coletados no Guia Quatro Rodas de 2011 foi possível realizar o mapeamento do setor hoteleiro, o que permitiu analisar a distribuição geográfica dos hotéis pelo Estado.

Para a identificação dos primeiros empreendimentos recorreu-se ao arquivo histórico das cidades de Florianópolis e Joinville, além da leitura de algumas obras de referência, tais como: Oswaldo Rodrigues Cabral (1971; 1972; 1979) e de Carlos Ficker (2006). Para compreender os elementos capazes de explicar o crescimento dos investimentos no setor hoteleiro catarinense e a origem do capital investido para a construção dos hotéis, foi necessário realizar um trabalho de investigação por meio da consulta constante aos *sites* dos empreendimentos, da realização de visitas técnicas e de entrevistas com proprietários, gestores e diretores desses hotéis.

Assim, a estrutura desse trabalho foi dividida, além desta introdução, em mais três capítulos. No segundo capítulo será discutido o setor hoteleiro no Mundo abordando o surgimento dos primeiros hotéis no continente europeu e nos Estados Unidos e a formação das grandes redes hoteleiras no mundo a partir de 1970. No terceiro capítulo, apresentam-se as origens do setor hoteleiro no Brasil, o desenvolvimento do setor hoteleiro a partir da entrada das redes internacionais no país, a expansão das redes nacionais e internacionais no Brasil e as formas de administração dos empreendimentos hoteleiros. O quarto capítulo discute as origens, a formação e as especificidades regionais do setor hoteleiro em Santa Catarina, bem como as transformações recentes a partir dos anos 2000. Esse capítulo aborda, também, o desenvolvimento do setor hoteleiro frente à expansão urbana e ao turismo em Florianópolis, finalizando com a organização espacial e perspectivas de expansão das redes hoteleiras no Estado de Santa Catarina. Nas considerações finais são apontados os resultados mais relevantes alcançados com esta pesquisa.

A relevância desse estudo deve-se ao fato de representar uma pesquisa inédita no que se refere ao tema estudado, buscando realizar

uma abordagem geográfica das redes hoteleiras no mundo, no Brasil e, em especial, em Santa Catarina, visto que a formação socioespacial regional e sua relação com o turismo já foram objeto de análise de diversas dissertações e teses na Geografia.

2 FORMAÇÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO MUNDO

Neste capítulo, far-se-á uma discussão acerca da história do setor hoteleiro no Mundo, abordando o surgimento dos primeiros hotéis no continente europeu e nos Estados Unidos. Além disso, será discutida a formação das grandes redes hoteleiras no mundo a partir de 1970, quando teve início a fase depressiva do 4º Kondratieff.

2.1 O SURGIMENTO DOS PRIMEIROS HOTÉIS NO CONTINENTE EUROPEU E NOS ESTADOS UNIDOS

A história da hospedagem pode ser contada desde o tempo das antigas civilizações, pois a necessidade de abrigo, isto é, dispor de um lugar para repousar quando longe de casa é tão antiga quanto o primeiro viajante nômade. Ao longo das rotas comerciais, alguns pontos de parada tornaram-se necessários, principalmente diante de longas distâncias, pois os viajantes tinham que se sujeitar aos limites impostos pelo tipo de transporte disponível e pelos suprimentos que podiam transportar.

A noção de acolhimento ao viajante, chamada de hospitalidade, provém da palavra latina *hospitalitas-atis* e traduz-se no ato de acolher, de hospedar; na qualidade do hospitaleiro, da boa acolhida, da recepção, do tratamento afável, cortês, amável; gentil. Já a palavra *hospes-itus* traduz-se por hóspede, por forasteiro, por estrangeiro, aquele que é acolhido com hospitalidade; o indivíduo que se acomoda ou se acolhe provisoriamente em casa alheia, hotel ou outro meio de hospedagem (DIAS, 2002, p. 98-99).

A palavra hotel surgiu em Londres, em torno do ano de 1760. Ela foi anglicizada a partir do termo francês *hotel garni*, ou “mansão ampla e mobiliada” (VALLEN; VALLEN, 2003, p. 27). O termo *hotel* na França é utilizado para identificar os edifícios, públicos ou privados, que fossem suntuosos e/ou que tivessem uma importância para a sociedade em relação aos demais da localidade⁷.

As viagens e o incremento do comércio deram origem aos primeiros meios de hospedagem que se caracterizavam como estabelecimentos de passagem, para um único pernoite, devido às longas

⁷ Ainda hoje se pode observar na França edifícios que se destacam pela arquitetura e pela função pública exercida, como o Hôtel de Ville, a prefeitura; o Hôtel-de-Dieu, fundado para ser hospital; o Hôtel des Postes, o correio, dentre outros.

distâncias e à necessidade absoluta de descanso. Diante da inexistência de local apropriado para hospedagem, alguns viajantes contavam apenas com a hospitalidade dos habitantes da região.

O intercâmbio entre culturas e o desenvolvimento das rotas comerciais levou muitas pessoas à necessidade de viajar e vencer grandes distâncias. As áreas em que diferentes rotas comerciais interceptavam-se e vieram a tornar-se pontos obrigatórios de parada. Esses pontos de intersecção desenvolveram-se e transformaram-se em centros comerciais e, muitos deles, deram origem a vilas e, posteriormente, a cidades. No século XV, muitas das cidades europeias tornaram-se centros de comércio e cultura. Paralelamente, passaram a ser criadas instalações de hospedagem.

Ao longo das rotas comerciais e dos caminhos utilizados por caravanas, um tipo de parada desenvolveu-se. O percurso correspondente ao trecho de viagem realizado a camelo ou a cavalo era significativamente maior do que o percurso feito a pé. Ao final de cada trecho, havia a necessidade de instalações para hospedagem que eram denominadas na China de “casas de repouso” ou “casas de revezamento”, na Pérsia de “Khans” (paradouros à beira da estrada) e em Roma de “tavernas”. As estalagens da Europa ou as hospedarias americanas, qualquer que fosse o termo utilizado, a função dessas instalações era de acolhimento aos viajantes (VALLEN; VALLEN, 2003; ISMAIL, 2004). Segundo Walker (2002), o vocábulo “taverna” foi utilizado em países da Europa e em Nova Iorque (EUA), entretanto, na região da Pensilvânia, esses locais eram chamados de estalagens e, no sul dos Estados Unidos, de *ordinaries* (comuns/ordinários), termos utilizados para denominar estabelecimento de hospedagem para atender aos viajantes.

As tavernas logo se expandiram por todas as colônias europeias, floresceram ao longo das rotas de comunicação conhecidas como estradas de pedágio. Com a evolução dos meios de transporte, outras rotas foram criadas e os viajantes daquela época, tal como os de hoje, além de abrigo, necessitavam de comer e de beber.

Chon e Sparrowe (2003), Ismail (2004), Powers e Barrows (2004) chamam a atenção para a origem da prática da hospedagem, que é muito antiga. Em Roma, por volta de 43 d.C., já havia instalações para hospedagem em todas as principais estradas e nas cidades. As melhores com uma estrutura para alimentação, lavatório, quartos com chave, um quintal e estábulo. A sociedade romana teve uma influência singular para o setor de hospedagem. Conforme os soldados conquistavam novos territórios, os cidadãos romanos podiam visitar lugares exóticos com

certo conforto. Com a queda do império Romano, e a consequente emergência do feudalismo, as hospedarias tornaram-se praticamente inexistentes. Do século IV ao XI, os mosteiros eram uma alternativa disponível para alojamento dos viajantes, existentes nas igrejas que ofereciam lugar para comer e dormir. Gradualmente, com o aumento do comércio e das viagens na Europa, os mosteiros permaneceram como estabelecimentos para hospedagem. As primeiras regulamentações para hospedagem, citadas por diferentes autores, são encontradas no Código de Hamurabi, no antigo império Babilônico, de 1792 a 1750 a.C., as quais obrigavam os proprietários de tavernas a denunciar qualquer hóspede que planejasse um crime. O código também proibía adicionar água às bebidas ou enganar quanto à dose servida. A punição para esses crimes era morte por afogamento⁸.

As grandes navegações abriram espaço para as viagens de longo percurso. Na falta de meios de comunicação mais eficazes, a melhor maneira de conhecer os lugares era viajar até eles. A estrutura de acomodação dos primeiros meios de hospedagem era de pequeno porte e adequadas aos padrões da época. Os hóspedes compartilhavam suas acomodações com desconhecidos, ficando várias pessoas no mesmo quarto, sem local para as necessidades, sendo as refeições realizadas junto à família do dono do estabelecimento. “Alguns privilegiados eram hospedados em castelos, por exemplo, situados próximo a uma fonte termal, ou na casa do pároco. A classe mais pobre dormia ao feno” (BOYER, 1999, p. 77). As primeiras estruturas de origem inglesa denominadas hotel, no século XVIII, faziam referência às cidades britânicas: Hotel da Inglaterra, de Londres, de Albion. Nesses empreendimentos, o hóspede já dispunha de quarto, com um jarro de água e de um balde para a higiene pessoal.

O Renascimento Europeu, que abrangeu o período do século XIV até o século XVII, teve reflexos na expansão do comércio, no florescimento das artes e da literatura e na exploração mundial das novas terras descobertas. Todavia, do ponto de vista das viagens, representou um grande incentivo à contemplação das paisagens, da

⁸ O código de Hamurabi, rei Babilônico, era uma revisão do código dos sumérios. Posteriormente, esse código tornou-se a base do direito de quase todos os povos semitas, babilônios, assírios, caldeus e hebreus. Embora os antigos babilônios constituíssem uma nação estrangeira, tiveram estreito contato com os sumerianos e, por bastante tempo, foram influenciados por eles. Com o código de Hamurabi aumentou consideravelmente a severidade das penas, em especial aos crimes que envolvessem sinais de traição ou sedição. Infrações aparentemente triviais, como vadiagem ou desordem em uma taverna, tornaram-se passíveis de pena de morte. (BURNS; LERNER; MEACHAM 2003).

cultura e das artes, ao despertar interesses sobre o conhecimento, por meio do estudo e das vivências de diferentes lugares. Dessa forma, cientistas, professores, estudantes e artistas deslocaram-se em viagens por toda Europa e também para fora dela.

Os primeiros viajantes em expedições pelo litoral e interior brasileiro nos séculos XVIII e XIX forneceram imagens e manuscritos importantes sobre a estrutura das cidades, a flora, a fauna e até mesmo sobre o cotidiano, os hábitos e os costumes da população. Esse é o caso das expedições realizadas pelos estrangeiros oriundos principalmente do continente Europeu, com intuito de explorar o território brasileiro. Em passagem pela Ilha de Santa Catarina para abastecimento, os viajantes relatavam, por exemplo, detalhes sobre a natureza, o cotidiano e a hospitalidade dos moradores locais. Esses estrangeiros, em sua maioria, eram militares e naturalistas⁹.

Existiram dois circuitos “turísticos” iniciados no século XVI pela Europa: o primeiro denominava-se *petit tour*, o qual compreendia a visitação à região de Paris e ao Vale do Loire, e o segundo, já no final do século XVII, o *grand tour*, que correspondia à viagem de estudos para Paris, Roma, Florença e outros centros culturais. Chon e Sparrowe (2003), afirmam que, nesse período, as viagens educacionais e culturais tornaram-se especialmente populares entre os estudantes britânicos, os quais faziam o chamado *grand tour* para estudar artes e ciências avançadas, cujo tempo de viagem, algumas vezes, durava em torno de três anos. Já Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) descrevem que o *grand tour* possuía aspectos interessantes por sua forma convencional e regular. Para eles o circuito percorria um itinerário que incluía uma longa estada na França, especialmente em Paris, quase um ano na Itália, visitando Gênova, Milão, Florença, Roma e Veneza. Depois, no retorno, chegavam à Alemanha e aos Países Baixos, via Suíça.

No século XVIII, as grandes transformações decorrentes da Revolução Industrial vieram a contribuir para realização do turismo, proporcionando o crescimento dos hotéis na Europa. Já no século XIX, no desenrolar da Revolução Industrial, o fato mais importante para a atividade foi o desenvolvimento da navegação a vapor, ainda no início do século, e do transporte ferroviário. A Revolução Industrial provocou

⁹ Sobre o relato dos viajantes estrangeiros na Ilha de Santa Catarina nos séculos XVIII e XIX ver a obra de Martim Afonso Palma de Haro, publicada em 1996 pela editora da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC.

grandes mudanças na estrutura socioeconômica europeia, notada primeiramente entre os britânicos no século XVIII.

Cabe ressaltar que, acerca da Revolução Industrial e dos ciclos longos de Kondratieff, as invenções da máquina a vapor na fase depressiva (1815-1848) do 1º ciclo longo vai acabar expandindo-se para o setor de transporte, primeiramente com o desenvolvimento do sistema ferroviário e posteriormente com os navios a vapor.

Para Mamigonian (1999), a Revolução Industrial, nos fins do século XVIII, inaugurou os ritmos industriais, principalmente referentes aos ciclos decenais (jujglarianos) e aos ciclos longos, de cinquenta anos (Kondratieff). As crises dos ciclos longos podem ser relacionadas à queda da taxa de lucro de longo prazo e ao esgotamento das invenções revolucionárias ligadas à Revolução Industrial.

Afirma, ainda, Mamigonian, que a organização do capitalismo depende e dependeu das revoluções industriais e das revoluções no âmbito dos transportes. A primeira Revolução Industrial promoveu a localização industrial próxima às estações ferroviárias e às vias de navegação, assim como a segunda Revolução Industrial correspondeu à americanização do espaço urbano com as verticalizações e as vias expressas urbanas.

Nas colônias americanas do século XVII e XVIII, os abrigos e tavernas antecederam aos hotéis. O terceiro prédio a ser construído em Washington, a nova capital dos Estados Unidos, depois da Casa Branca e do Capitólio, foi um hotel. Sua estrutura física lembrava a de um palácio, mas seu nome, o Union Public Hotel, garantia-lhe a condição de palácio do povo. O estilo repetiu-se quando o City Hotel foi inaugurado em Nova Iorque no mesmo ano, 1793. Esse empreendimento foi financiado a partir da oferta de ações ao público, permitindo que este realmente fosse dono do palácio do povo (VALLEN; VALLEN, 2003, p. 27). O City Hotel foi um marco da hotelaria americana, porque o único propósito dele era fornecer acomodação para os hóspedes. Até então, as primeiras hospedarias e estalagens funcionavam inicialmente como moradia, e apenas posteriormente foram transformadas em locais destinados à hospedagem.

A criação das estradas de ferro no início do século XIX provocou mudanças nas opções de hospedagem. O tempo de duração da viagem diminuiu, além disso, a estrutura de acomodação passou a proporcionar conforto aos passageiros. Muitas das estalagens e hospedarias e até restaurantes foram construídos junto às estações. Chon e Sparrowe (2003) destacam que em algumas regiões de fronteira dos Estados Unidos foram construídos hospedarias, hotéis e restaurantes, antes

mesmo da chegada da ferrovia, com a esperança de atrair novos negócios. Os autores citam o exemplo do Ponce de Leon Hotel (1888), em St. Augustine, cujo construtor, Henry Flager, chegou a comprar estradas de ferro para garantir que os seus hóspedes chegassem até o hotel. Chon e Sparrowe apontam, também, que algumas empresas ferroviárias investiram no desenvolvimento do setor hoteleiro, a exemplo do empreendimento Greenbrier Resort, em West Virgínia, concebido pela Chesapeake & Ohio Railway. Cabe destacar que o capitalismo americano nasce financeiro, isto é, o casamento entre os bancos e a indústria, em oportunidades lucrativas, formavam verdadeiros conglomerados industriais.

Pode-se constatar a íntima relação existente entre o aprimoramento dos meios de transporte e o crescimento do setor hoteleiro. Dessa forma, no início do século XIX surgiram outros estabelecimentos de hospedagem nos Estados Unidos. Em 1829, foi construído em Boston o Tremont House, um empreendimento de luxo para os padrões da época, com funcionários bem treinados, cozinha francesa, quartos muito bem mobiliados que contavam com jarras de água e ainda sabonetes de cortesia, itens considerados revolucionários naquela época (ISMAIL, 2004). De acordo com Walker (2002), o Tremont House foi o primeiro estabelecimento hoteleiro a colocar fechadura nas portas dos quartos e a empregar recepcionistas e mensageiros. Para Chon e Sparrowe (2003), o hotel tinha um estilo neoclássico construído em três pavimentos. Possuía 170 quartos, um salão circular com cúpula, grandes salas de convenções, um salão de jantar com 200 lugares em que era servida comida francesa e uma sala de leitura repleta de jornais de todo o mundo. Por não possuir elevadores, a gerência do hotel criou o cargo do mensageiro que tinha a função de carregar as bagagens dos hóspedes até as acomodações. Os autores apontam algumas curiosidades sobre os primeiros hotéis, como, em 1859 o Fifth Avenue Hotel em Nova Iorque, o primeiro a possuir elevadores, o Hotel Everett também localizado em Nova Iorque, o primeiro a utilizar eletricidade. Outros empreendimentos inspirados na estrutura do Tremont House surgiram nos Estados Unidos, dentre eles, o Astor House, em Nova Iorque (1836); Parker House, em Boston (1856); Palace Hotel, em São Francisco (1875) e o Waldorf-Astoria, em Nova Iorque¹⁰ (1893-1931).

¹⁰ O Waldorf Hotel de New York foi um dos primeiros empreendimentos a oferecer amenidades europeias aos seus hóspedes. Construído em 1893, por William Waldorf Astor, o Waldorf foi acompanhado por hotéis maiores e mais elaborados, como o Astoria

Paralelamente começam a surgir os primeiros agentes de viagens, com destaque para Robert Smart que, em 1822, na Inglaterra, apresentou-se como o primeiro agente de navios a vapor; Tomaz Cook que, em 1841, iniciou o negócio de excursões especiais de trem na Inglaterra. Cook pode ser reconhecido como o primeiro agente de viagens ferroviárias cujas iniciativas pioneiras passaram a ser copiadas em diversas partes do mundo. Sua empresa cresceu rapidamente oferecendo viagens ao continente europeu, aos Estados Unidos e a todo o mundo. Acerenza (1986) considera-o como o fundador das agências de viagens. Outro agente que ficou conhecido como especialista em pacotes individuais, Thomas Bennett, no mesmo período, criou uma empresa que fornecia itinerários, transporte, “kit de viagem”, fazia reserva de hotel com antecedência para seus clientes.

Além da questão do transporte, outro movimento marcante dos séculos XVIII e XIX foi o “termalismo” que impactou no setor de viagens, gerando um fluxo de pessoas para os balneários, sendo Bath, na Inglaterra, um dos lugares mais visitados, assim como o centro Spa-Francorchamps, na Bélgica, e Baden Baden, na Alemanha¹¹.

O desenvolvimento dos *Spas* nas estações de águas termais, depois de seu uso original pelos romanos, aconteceu também na Inglaterra e no continente Europeu. Segundo Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 50), “no século XVIII, os spas estiveram muito em moda entre os membros de setores mais altos da sociedade, não apenas pelos aspectos curativos, mas também pelos eventos sociais, competições, danças e jogos que ofereciam”.

Os banhos de mar também passaram a ser procurados, pois acreditava-se que tratamentos com água salgada, conhecido como “talassoterapia”, traziam mais benefícios que os Spas em águas termais. Surgem os primeiros Resorts litorâneos, conforme apontam, Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 50), indicando “que havia uma demanda reprimida por viagens de férias”. A maioria dos visitantes não

Hotel, também em Nova York. Uma última combinação dessas duas propriedades criou o Waldorf-Astoria Hotel, o maior estabelecimento hoteleiro da época (POWERS; BARROWS 2004).

¹¹ Baden Baden foi o balneário com melhor reputação do continente europeu. Em 1820, recebeu 5.138 visitantes, chegando a receber 62.601 pessoas, em 1890, de tal forma que, no século XIX, dizia-se que a Europa tinha duas capitais, Paris no inverno, e Baden Baden no verão (REJOWSKI, 2002). Percebe-se a existência de duas temporadas, inverno e verão. No inverno evitava-se o clima frio e úmido e a temporada estendia-se de outubro a maio. Já no verão, o maior afluxo era para as estações termais, cuja temporada estendia-se de junho a setembro. É importante ressaltar que no século XIX, as estações termais no período do verão concorriam com os balneários litorâneos na Europa.

pernoitava, fazia excursões de um dia, o que chamamos hoje de “*day use*”, uma forma utilizada pelos Resorts para otimizar a utilização de todos os espaços sem o pernoite, em que o hóspede usufrui de toda a infraestrutura de lazer e alimentação do empreendimento, pagando uma taxa para utilização. Assim como acontece nos dias atuais, a clientela que frequentava os Resorts no século XIX limitava-se àqueles que tinham boas condições financeiras, isto é, à classe mais alta da sociedade¹².

No último quartel do século XIX, a economia mundial vivia uma longa fase depressiva (período recessivo do 2º ciclo longo que vai de 1876 a 1896), quando as oportunidades lucrativas declinaram para investimentos defensivos, como foi o caso dos capitais dirigidos ao setor hoteleiro de luxo. Uma parte desses hotéis encontrava-se no continente europeu, dentre os quais o Grand Hotel de Roma, o Paris Ritz e o Savoy, de Londres.

O Savoy, em Londres, foi construído entre 1884 e 1889. Esse empreendimento, segundo Dias (2002), “incorporou as técnicas modernas norte-americanas que incluíam construções à prova de fogo, estrutura de aço e concreto, luz elétrica, elevadores e numerosos banheiros”. Já o Ritz Hotel foi inaugurado em 1898, concebido por Cesar Ritz no número 15 da Place Vendôme, em Paris, considerado o melhor hotel da cidade, superior ao Grand Hotel tido, até então, como o empreendimento mais luxuoso¹³.

¹² Rejowski (2002) chama a atenção para o fato de que o banho era visto como uma forma de cura, sendo, inclusive, prescrito por médicos. Para a época, a exposição ao sol não era elegante, e o bronzamento geralmente denunciava pessoas de condição inferior. O rosto e os braços com a cor natural da pele eram tanto a garantia de pertencer à classe ociosa como a prova de ser do mundo ocidental, no momento em que as potências europeias se afirmavam com as suas colônias.

¹³ Ressalta-se que Cesar Ritz dedicou toda a sua vida à hotelaria. Nasceu em 1850 na Suíça, começou a sua carreira aos 15 anos como garçom do Hôtel des Trois Couronnes et Poste. Em 1872, assumiu a gerência do restaurante do Grand Hotel. Dando prosseguimento à sua carreira, atuou no Grand Hotel Locarno, em Sam Remo, onde teve a sua primeira experiência na administração financeira. Atuou também por onze temporadas no Grand Hotel de Lucerna, organizando eventos sociais e no Grand Hôtel, em Monte Carlo. Em 1887, deixou de ser empregado e passou a seguir a carreira de empresário, adquirindo o Hôtel de Provence, em Cannes, passando também a administrar um pequeno hotel em Baden Baden. Em 1889, associou-se ao Savoy de Londres juntamente com Escoffier. Juntos introduziram o serviço e a culinária francesa no restaurante de hotel. A carreira de Ritz no Savoy prolongou-se por nove anos, período esse em que ele também esteve envolvido com outros empreendimentos hoteleiros.

Em 1896, com apoio financeiro de outros cinco investidores do Savoy, e, também, com a participação de Escoffier¹⁴, Cesar Ritz criou a sociedade denominada “The Ritz Hotel Syndicate Limited”. Pode-se afirmar que alguns dos hotéis que surgiram no final do século XIX na Europa tiveram alguma ligação com Cesar Ritz. Dias (2002) destaca que o Hotel Ritz criou uma galeria de butikues, que até hoje é encontrada nos hotéis de luxo, e introduziu os concertos durante as refeições. O hotel era também adornado com flores, como ninguém fizera antes. Cesar Ritz criou a iluminação indireta e a iluminação com abajures de seda rosada; introduziu também os armários embutidos e os closets nos apartamentos; implantou, também, alguns cuidados operacionais quanto à higiene e limpeza. Os quartos, voltados para o Sul, tinham janelas grandes para facilitar a entrada de luz. As camas não possuíam véus e as cortinas eram feitas de tecido de musselina branca, o que permitia a limpeza e a lavagem frequente das peças.

Diante do sucesso do empreendimento e da credibilidade que conquistara, em parceria com seus investidores londrinos, Cesar Ritz fundou a “*The Ritz Hotels Development Company Limited*” que pode ser considerada a primeira administradora hoteleira. “Surge daí o sistema de franquia, em 1907, quando a companhia franqueou o nome Ritz-Carlton para um empreendimento em Nova York” (WALKER, 2002). A companhia não financia a construção, esta deve ser realizada por capitais locais, mas a utilização do nome Ritz (marca) oferece credibilidade e confiança para a operação do hotel. Conforme Dias (2002), em 1910 é inaugurado o Ritz de Madri, o Carlton da Madison Avenue, em Nova Iorque, e, a partir daí, outros Ritz são inaugurados pelo mundo¹⁵.

¹⁴ Auguste Escoffier é considerado o patrono dos cozinheiros profissionais. Ele é considerado como modelo e ponto de referência para todos os *Chefs* de cozinha internacional. Foi o criador do *Le Guide Culinaire*, livro de referência para cozinha clássica com mais de cinco mil receitas, especialmente francesa, ao longo da obra enfatiza a técnica, a importância do completo domínio dos princípios básicos da culinária, bem como, a importância da escolha de ingredientes de qualidade para a confecção dos pratos. Uma de suas maiores contribuições foi a racionalização dos espaços da cozinha, fazendo divisões setoriais de acordo com as tarefas executadas. A parceria com Cesar Ritz foi importante para ambos. Escoffier trouxe o olhar da alta gastronomia para o ambiente hoteleiro e Ritz deu a oportunidade e a liberdade para que ele desenvolvesse isso (WALKER, 2002; DIAS, 2002).

¹⁵ A partir de 1902, Cesar Ritz não atuou mais no gerenciamento do hotel que ficou a cargo de sua esposa, Marie-Louise. Cesar Ritz faleceu em 1918. Após a Segunda Guerra, Marie Louise, em 1953, passou a administração do hotel para seu filho Charles. Ele realizou melhorias no hotel, investiu em maquinários para cozinha, substituiu o chuveiro por grandes duchas importadas dos Estados Unidos. Foi quando começou a se deparar

Segundo Powers e Barrows (2004, p. 179), “em 1900 havia pouco mais de 10.000 propriedades hoteleiras de variáveis níveis” espalhadas pelo território dos Estados Unidos. A rede de Statler, que iniciou as suas atividades em Búfalo, no estado de Nova Iorque, serviu de modelo para a construção de hotéis dos 40 anos seguintes. O pioneirismo da rede Statler, no que diz respeito à introdução de novos padrões de conforto e de serviços para o setor hoteleiro, foi apresentado já na inauguração do primeiro hotel de Búfalo em 1908, com apresentação dos quartos com banheiros privativos, espelhos e telefone. Outras melhorias foram introduzidas também pela rede em 1927, com o Hotel Statler de Boston que se tornou o primeiro com recepção de rádio e em 1934, passou a ter também um sistema de ar refrigerado nas dependências públicas¹⁶.

Ainda de acordo com Powers e Barrows (2004), as duas primeiras décadas do século XX deram início a várias grandes empresas hoteleiras, ainda proeminentes nos dias atuais dentre as quais, a Hilton Corporation, concebida por Conrad Hilton, que inicia as suas atividades em 1919, ao adquirir o Mobbley Hotel, no Texas. A Sheraton Hotels, fundado por Ernest Henderson, o qual adquiriu quatro hotéis nos anos finais da “grande depressão”¹⁷. Na mesma época, em 1927, a empresa concebida por J. Willard Marriott entrou no setor de hospitalidade com abertura da primeira barraca de bebidas. Em 1957, fez o primeiro estabelecimento hoteleiro e tempos depois deu origem a Marriott

com um grande impasse, pois a construção predial era antiga e vários problemas de manutenção surgiram ao longo do tempo. Ao falecer em 1976, gradativamente o hotel foi perdendo negócios para outros empreendimentos mais luxuosos. Os custos para reerguê-lo eram relativamente altos, foi quando a venda passou a ser considerada pela família. Em 1979, foi vendido a Mohamed, Salah e Ali Al Fayed, donos do *Alfayed Investment and Trust*, uma companhia com negócios em diversos setores, bancário, navegação, construção, petróleo, e, ainda, hotéis e lojas de departamentos. A venda foi firmada no valor de 30 milhões de dólares e os gastos com a reforma ficaram em torno de 100 milhões de dólares. Os novos proprietários tiveram o cuidado de não descaracterizar as instalações para manter o conceito do nome Ritz no empreendimento. Uma das inovações dos proprietários foi a criação da *École de Gastronomie Auguste Escoffier*.

¹⁶ A Statler Hotel Company chegou a ser a principal líder da indústria hoteleira nos Estados Unidos até a década de 1950. Perdeu espaço para os concorrentes Hilton e Marriott.

¹⁷ A crise mundial de 1929 foi desencadeada pela quebra da Bolsa de Nova Iorque, em 29 de outubro de 1929. O “crack” (quebra) da Bolsa de Nova Iorque foi o estopim de uma crise mundial originada nos Estados Unidos, e que provocou a diminuição do nível da atividade econômica conhecida como a Grande Depressão. O período coincide com a fase recessiva do 3º ciclo longo de Kondratieff que se inicia em 1921 com o término da fase “a” correspondente a fase expansiva do 3º ciclo longo de Kondratieff e o início do período recessivo do mesmo ciclo que vai até 1948.

Corporation (1967). Para Ismail (2004), quando a Hilton adquiriu a Statler Hotel Company, em 1957, foi a maior transação imobiliária realizada até então.

Historicamente, quando a economia se expande, o mesmo ocorre com a oferta e a demanda. As condições econômicas favoráveis no início do século XX, com investimentos ligados à Segunda Revolução Industrial, alavancaram o crescimento do setor hoteleiro nos Estados Unidos. Uma mudança abrupta ocorreu na fase depressiva do 3º ciclo longo de Kondratieff, com a chamada “grande depressão”, época em que o sistema financeiro ficou comprometido com a falência de importantes bancos. Além disso, com a economia comprometida, o número de viagens caiu de modo vertiginoso. Alguns hotéis que sobreviveram à depressão são até hoje conhecidos: Statler, Ritz-Carlton e Hilton.

Na década de 1940, surgiram nos EUA os primeiros motéis derivados das palavras “motor-hotéis”, que ofereciam hospedagem à beira das estradas, às famílias americanas que, cada vez mais, viajavam de automóvel¹⁸.

A partir desse período, os hotéis familiares deram origem às grandes redes hoteleiras. Surgem, nessa época, as redes Hilton, Quality Courts Motels - que deu origem às redes Choice, Best Western, Marriot e Sheraton, posteriormente incorporada ao grupo Six Continents. Na Europa, entre 1950 e 1960, surgiram as redes Novotel (posteriormente incorporada ao grupo Accor), Sol Meliá, Hotasa e Mediterranée, dentre outras (PROSERPIO, 2007).

Com o avanço das redes hoteleiras nos Estados Unidos entre os anos de 1960 e 1970, a hotelaria independente começa a perder espaço para as redes hoteleiras. Os hotéis independentes, geralmente de menor porte, precisaram conciliar interesses e recursos para manterem-se em um mercado cada vez mais competitivo. De forma associativa, os hotéis buscaram atuar em rede no que se refere ao Marketing e às Vendas dos

¹⁸ A partir da década de 1940, com a expansão automobilística, período Pós-Segunda Guerra, muitos americanos passaram a utilizar as estradas para viajar e optaram por pernoitar nos primeiros motéis. A implantação do sistema de estradas interestaduais possibilitou a facilidade em viajar e para atender a demanda das pessoas que utilizavam essas rodovias, o modelo criado pelos motéis proporcionava um local para tomar banho, dormir e comer, dando origem a um novo tipo de empreendimento de hospedagem para atender às necessidades desses viajantes. Esse tipo de hospedagem ainda se mantém nos Estados Unidos, acomodações simples para pernoite, localizadas ao longo das principais estradas. Na América do Sul, em maior número no Brasil, é que os Motéis a partir da década de 1960 receberam outra conotação, visto que, além da possibilidade de hospedagem, são usados para encontro de casais, tanto que o pagamento dos serviços de hospedagem é cobrado por hora.

empreendimentos. Com a participação de todos os associados, por meio de um fundo único de recursos, os hotéis independentes fazem frente aos grandes grupos hoteleiros. Entre as redes hoteleiras que são formadas por uma associação de hotéis independentes encontra-se a Best Western, a maior rede de hotéis independentes do mundo.

Os conceitos de hotelaria moderna desenvolveram-se, primeiramente, nos Estados Unidos, com a implantação de padrões para execução de serviços. A partir do início do século XX, nota-se uma reinterpretação dos empreendimentos que existiam anteriormente. As primeiras redes hoteleiras que surgiram na segunda metade desse século foram devido ao fato de as empresas passarem a assumir a propriedade de muitos estabelecimentos na Europa e nos Estados Unidos, em razão da necessidade de mobilização de capital para construção e operação desses empreendimentos.

Os hotéis operados pelos proprietários, historicamente, são o primeiro tipo de gestão de hotéis. São os chamados hotéis familiares, quando o proprietário e sua família atuam diretamente na execução da operação do empreendimento. Ismail (2004) aponta como exemplo os hotéis tipo *bed&breakfast*, de origem inglesa, os proprietários são responsáveis pela operação, pois são eles que preparam as refeições, arrumam e higienizam os quartos e fazem todo atendimento do hóspede durante a sua estada. Ainda, Ismail (2004) ressalta que muitas das redes hoteleiras que estão em operação, iniciaram as suas atividades no ramo hoteleiro, com uma única propriedade gerenciada pelo proprietário e, somente, a partir desse primeiro hotel, cresceram utilizando diferentes formas de administração. Quando os empreendimentos hoteleiros não vinculam a administração a uma rede hoteleira, são denominados *independentes*.

Os empreendimentos hoteleiros franqueados são os hotéis independentes que se filiam a uma rede hoteleira por meio de contrato de franquia¹⁹. O proprietário ou franqueado paga uma taxa de franquia por utilização da “marca” ou “bandeira” à rede hoteleira, e em troca a rede hoteleira disponibiliza os procedimentos-padrão para operação do hotel, além das diretrizes administrativas para o seu funcionamento. É uma forma de assegurar que o padrão dos serviços relacionados à marca

¹⁹ A franquia é uma licença obtida por um investidor para operar um hotel utilizando o “nome comercial” e os procedimentos de operação de uma rede hoteleira. O franqueador é a rede e o franqueado é o investidor que se obriga a pagar uma cota à companhia hoteleira para financiar a construção, decoração, contratação de pessoal, assim como para abertura do estabelecimento e para manter os padrões de qualidade e especificados pela rede.

seja mantido pelo franqueado. Outra forma de vinculação administrativa a uma rede hoteleira é por meio de contrato de administração, similar a uma franquia no que se refere ao fornecimento de padrões para operação dos serviços, bem como as metas em termos de qualidade para que o nível de serviço seja mantido de acordo com o padrão da rede. Entretanto, diferem do sistema de franquia, na medida em que a operação do hotel é realizada pela administradora hoteleira, isto é, pela própria empresa que fornece os padrões, a rede hoteleira. Essa empresa é denominada de “operadora hoteleira”, ou “administradora hoteleira” especializada na prestação de serviços hoteleiros. Cabe destacar que os hotéis operados por contrato de administração reportam-se diretamente a rede hoteleira no que se refere aos processos administrativos e operacionais do empreendimento afiliado²⁰. Pode-se definir um contrato de administração como um acordo formal que determina os termos segundo os quais “uma empresa concorda em gerenciar a outra em nome desta, e sob o risco desta, em troca de remuneração financeira” (CLARKE; CHEN, 2008).

Uma rede hoteleira pode ser conceituada como uma empresa especializada na prestação de serviços hoteleiros, que engloba uma administração unificada a um número determinado de hotéis, distribuídos espacialmente em uma ou em diferentes escalas geográficas. Esses estabelecimentos hoteleiros seguem padrões estabelecidos pela rede referente aos aspectos arquitetônicos, aos processuais da operação e aos administrativos. Algumas possuem a propriedade total ou parcial do empreendimento com aporte de capital, com ou sem participação de outros investidores; outras fazem todo o trabalho de consultoria e assessoria desde a concepção, a construção, a implantação e o funcionamento do empreendimento, porém sem investimento próprio, somente de terceiros.

A rede hoteleira possui central de reservas única para todos os hotéis, o que permite ao cliente efetuar a reserva por telefone, e-mail ou, ainda, a possibilidade de fazer a reserva *online*²¹. A rede tem uma

²⁰ Ismail (2004) salienta que as redes hoteleiras não são as únicas empresas que fornecem contratos de administração a proprietários de hotéis. Existem as chamadas companhias de administração sem afiliação que são organizações que não possuem laços de relacionamento com alguma rede. O hotel independente busca nesse tipo de empresa uma gestão profissionalizada, mas que possibilite maior liberdade nas decisões administrativas. Todavia, as empresas de administração sem afiliação não conseguem atingir uma abrangência nacional, até mesmo internacional em termos de vendas.

²¹ Por meio da página do hotel, o cliente tem acesso à disponibilidade de quartos conforme o período solicitado obtém todas as informações relacionadas ao serviço, preço

amplitude maior na divulgação e na ação de vendas, no âmbito regional, nacional e até mesmo internacional, o que para um hotel independente torna-se difícil em razão dos custos envolvidos.

No que se refere à padronização, a rede hoteleira busca padronizar todos os procedimentos, e, periodicamente, faz uso de sistemas de auditoria para certificar-se de que o padrão operacional está sendo respeitado. Por exigirem uma padronização dos processos operacionais, assim como do mobiliário, dos utensílios, dos uniformes dos funcionários, dos materiais e dos equipamentos, faz com que a rede tenha possibilidade de agrupar as ordens de compra de todos os hotéis, e com isso aumentar o poder de persuasão e de barganha perante os fornecedores. São as chamadas compras corporativas que fazem reduzir custo na aquisição dos produtos, gerando ganhos consideráveis para a rede hoteleira.

As redes hoteleiras desenvolvem “marcas” ou “bandeiras” para diferenciarem-se e tornarem-se mais competitivas. Cada marca identifica para qual segmento o empreendimento está voltado. Como é o caso da rede Accor (quinta maior rede hoteleira do mundo) com o segmento de hotéis econômicos das marcas Ibis e Formula1, os quais conseguem concentrar os clientes/hóspedes com necessidades e desejos relativamente homogêneos, isto é, com os mesmos interesses, com preço reduzido, com serviços limitados, aliados a uma localização estratégica. Portanto, de acordo com o segmento e o nível de serviço oferecido²², as redes posicionam as suas marcas no mercado em cinco categorias: *luxo*, *upscale*, *midscale*, econômico e super-econômico. Por definição,

e condições de venda, o que permite fazer a reserva diretamente sem intermediação de terceiros e receber a confirmação em tempo real.

²² As redes hoteleiras classificam os seus hotéis de acordo com o nível dos serviços que são oferecidos, dividindo em hotéis com serviços completos e hotéis que apresentam serviços limitados. Para Ismail (2004), os hotéis de padrão *full service* (serviços completos) são os que disponibilizam aos seus hóspedes conforto, serviços de hotelaria e instalações de que eles necessitam e desejam, dentre os quais: serviço de alimentação (café da manhã, almoço e jantar), *room service* (serviço de quarto), mensageria, lavanderia, *conciergerie* serviço de abertura de cama, além dos confortos adicionais disponível no apartamento, como acesso à *internet*, mesas de trabalho, cofre, minibar abastecido com vários itens, *amenities*, dentre outros. Já os hotéis de padrão *limited service* (serviços limitado) normalmente não oferecem alguns dos serviços descritos, como *room service*, mensageria, alimentação completa, variedades de *amenities* e minibar abastecido. Eles efetivamente oferecem um apartamento higienizado e arrumado para uma hospedagem de qualidade por um preço justo. Ainda, encontram-se aqueles empreendimentos que possuem serviços intermediários, oferecem os serviços completos da hotelaria, mas sem alguns atributos relacionados à localização, ao requinte e a determinado serviço.

consideram-se hotéis de luxo, os empreendimentos que possuem alta sofisticação nos ambientes e diferenciais nos serviços prestados; os *upscale* são aqueles considerados de categoria superior, mas sem o requinte dos hotéis de luxo; os *midscale* são os hotéis intermediários com boas instalações e serviços; os econômicos são hotéis que oferecem serviços limitados, melhor aproveitamento dos espaços e padrão operacional enxuto, como consequência apresentam tarifas mais competitivas; e os supereconômicos são aqueles que apresentam também padrão operacional enxuto, instalações com mínimo conforto, limitações nos serviços e preços mais acessíveis do que os econômicos.

No setor de hotelaria, os contratos de administração são os mais utilizados. Esse tipo de acordo teve início quando a Intercontinental Hotel em 1946 como uma empresa subsidiária da Pan American World Airways, começou a dirigir alguns hotéis da América Latina por contrato de administração. Como foi o caso do Grande Hotel de Belém, quando a Pan American Airways, viu em Belém o ponto de partida para o seu ingresso no setor hoteleiro por meio da Intercontinental Hotel Corporation em 1948²³.

Com o aumento do valor do terreno para construção de hotéis, assim como das taxas de juros sobre as hipotecas nos anos de 1970, as redes hoteleiras buscaram outras formas de penetração no mercado mundial. Os contratos de administração tornaram-se uma excelente alternativa de expansão, pois transferem o risco do investimento para os proprietários, conforme sugere Clarke e Chen (2008), quando afirmam que o tipo de gestão de hotéis por meio de contrato de administração permitiu que as redes hoteleiras expandissem-se rapidamente nos mercados domésticos e internacionais, conseguindo aumentar as economias em escala.

No que diz respeito à expansão por meio de contrato de franquia no ramo hoteleiro, iniciou-se em 1907 quando a Ritz Development Company concedeu a franquia do nome Ritz- Carlton em Nova Iorque. A Holiday Inns e a Motel6 também cresceram com a estratégia de utilização de franquia, aproveitando o momento de prosperidade econômica nos Estados Unidos na década de 1950. Nos anos de 1960, foram as vezes da Hilton e da Sheraton licenciarem as suas marcas. (CLARKE; CHEN, 2008).

²³ Cabe ressaltar, que a entrada da Intercontinental Hotel Corporation no Brasil foi um fato isolado, pois até 1970 foi a única operação hoteleira internacional em território brasileiro.

O sistema de franquia, contudo, foi a principal estratégia de crescimento de empreendimentos hoteleiros e moteleiros entre os anos de 1960 e 1990. A franquia também é a forma mais usada para desenvolvimento das marcas de hotéis já que requer um baixo investimento por parte da rede hoteleira, cujas despesas principais são relacionadas ao marketing e à administração das afiliadas. O custo operacional do hotel franqueado, porém, fica por conta do proprietário (investidores). Entretanto, o grande desafio das redes hoteleiras que utilizam esse tipo de estratégia para a expansão é manter os padrões uniformes em todos os hotéis franqueados da rede, pois qualquer alteração na operação do hotel comprometerá o padrão da marca e o seu valor no mercado de investimentos no segmento hoteleiro.

2.2 A FORMAÇÃO DAS GRANDES REDES HOTELEIRAS NO MUNDO A PARTIR DE 1970

O setor hoteleiro passa períodos favoráveis e épocas desfavoráveis, conseqüentemente os números de unidades hoteleiras disponíveis aumentam ou diminuem de acordo com as oscilações do mercado. Nos momentos de crise, os negócios, no âmbito empresarial, são estimulados desencadeando a construção de novos hotéis e acrescentando novas unidades hoteleiras ao mercado. A partir de 1973, quando iniciou a fase depressiva (chamada de fase b) do 4º Kondratieff, houve uma aceleração do processo de concentração do setor hoteleiro e a consolidação de fortes redes internacionais, como nos casos das cinco maiores redes mundiais em 2008 e 2009: Intercontinental Hotels Group; Wyndham Hotel Group; Marriott International; Hilton Worldwide e Accor. Os velhos empreendimentos que se mantinham em funcionamento antes do período de crise, muitos deles, não resistiram ao tempo e logo foram substituídos por novos. Durante a fase de declínio da ocupação, houve mais oferta de apartamentos e menos hóspedes para ocupá-los e, inversamente, durante a fase de crescimento, quando ocorre o aumento da demanda, menos apartamentos disponíveis e mais pessoas para ocupá-los. A demanda por parte do consumidor é medida pelo número de unidades habitacionais que eles ocupam, por isso que o indicador “ocupação” ainda é tão considerado pelos administradores hoteleiros.

Os grandes grupos hoteleiros formados por redes hoteleiras utilizam-se de uma diversidade de estratégias para se expandir, que têm ido para além da construção de novos hotéis. Em um primeiro momento, as estratégias privilegiaram as fusões e as aquisições. Logo no segundo

momento, foram por sistemas de franquias, contratos de gestão, consórcios e outras alianças, que podem ser considerados mais rápidos em termos de progressão e, aparentemente, com menos riscos.

Pode-se afirmar que as redes hoteleiras utilizam de mecanismos externos para se expandirem, dentre os quais, encontra-se a “fusão”, que envolve duas ou mais empresas, em que há uma troca de provisões, mas somente uma empresa sobrevive; a “aquisição”, quando no momento da compra de uma empresa a outra é absorvida como uma subsidiária da empresa que adquiriu; e a “aliança estratégica”, uma parceria entre duas ou mais empresas para atingir objetivos que são mutuamente benéficos.

Para Clarke e Chen (2008), há diferentes formas de expansão para o mercado internacional. Um dos métodos é a formação de *joint-venture*, que significa a criação de uma sociedade entre empresa nacional e uma empresa estrangeira em que as duas dividem o capital. A duração do acordo, a transferência de tecnologia, a capacidade dos recursos da empresa local e os incentivos governamentais são aspectos a serem considerados na formação de *joint-venture*. Há algumas vantagens nessa formação para expansão das redes hoteleiras, dentre as quais, o acesso mais fácil aos mercados de outros países, compartilhamento de riscos e custos e o ganho de sinergia ao juntar forças para enfrentar a concorrência de outras redes. O *joint-venture* pode ser a melhor opção de entrada em um país, principalmente quando os capitais locais são fortalecidos e o governo impõe barreiras para investimento estrangeiro.

O desenvolvimento capitalista nas fases de crise ocorre acumulação extensiva horizontal denominada de centralização do capital, ou seja, nessas fases depressivas setores capitalizados promovem estratégias de aquisição e ou/ fusões.

Com a expansão do turismo no mundo a partir de 1970, inicia-se o processo de fusões e de expansões de empresas para setores com os quais houvesse sinergia entre transporte e hospedagem, adquirindo as redes locais de hotéis ou organizando novas redes. Foi o caso da American Airlines que fundou a América Hotels; a Air France com os hotéis Méridien; a British Airways com a Swissair; a Lufthansa e Alitalia formaram a rede European Hotel Corporation; a TWA assumiu o controle dos hotéis Hilton International; a United Airlines, o controle da Trans-International Hotels e a cadeia Meliá; e, no Brasil, a Varig adquiriu a rede Tropical de Hotéis. No fim dos anos de 1970, diante do acirramento da competição e desregulamentação das atividades e fusões

de grandes transportadoras, as empresas aéreas recuaram e voltaram a concentrar sua atuação no setor de transporte²⁴.

Entre 1978 e 1981, boa parte das redes hoteleiras existentes eram originárias do centro do sistema capitalista e respondiam por quase um milhão de unidades habitacionais (apartamentos) no mundo, sendo as seguintes: Holiday Inn; Sheraton; Novotel; Ramada Inn; Trust House Forte; Hilton; Howard Johnson; Day Inn of América; Quality Inn; InterContinental Hotels; Hilton International e Club Méditerranée²⁵. Dentre essas doze redes pioneiras no mundo, oito delas têm presença destacada no Brasil, embora algumas delas tenham sido incorporadas por redes maiores, como é o caso da Novotel (hoje rede Accor), Quality Inn (rede Choice), InterContinental e Holiday Inn (rede Six Continents), Ramada (rede Marriott) e Sheraton (rede Starwood)²⁶.

Nos anos de 1980, alguns grupos internacionais de hotéis, principalmente britânicos, aproveitaram esse momento de crise para aquisição de propriedades hoteleiras com intuito de instalar novos empreendimentos. Foi nesse período, também, que diante da emergência em reduzir custos operacionais, é que surge o segmento de mercado de hotéis econômicos pelo mundo. Os pioneiros, segundo Ismail (2004), foram os Hampton Inns, mas outros empreendimentos também apresentaram características da hotelaria econômica, que são a otimização dos espaços, quadro funcional reduzido e serviços limitados. Isso significa que não oferecem serviço de quarto, minibar, e mensageria. Alguns não possuem também telefone no quarto, somente toalha para banho, poucos *amenities*, somente sabonete, café da manhã *self service* com pagamento extra, fora do valor pago pela diária. Destaque para a rede Accor com as bandeiras Ibis, Formule 1 e Etape.

A Europa, destino principal do turismo, ainda detém 36% da capacidade de hospedagem mundial, capacidade de hotéis e estabelecimentos similares pode ser estimada em 6,3 milhões de quartos, estando a maioria delas concentradas nos seguintes países: França; Alemanha; Reino Unido; Itália e Espanha. Embora exista uma diversidade de tipos de meios de hospedagem pelo mundo, a maioria dos empreendimentos hoteleiros americanos foram construídos por meio de um criterioso estudo de mercado, enquanto que na Europa a estrutura hoteleira é tipicamente mais antiga e não está tão aberta para atender aos

²⁴ Panorama Setorial da Indústria Hoteleira (1999).

²⁵ Relatório da ONU de 1982 (*apud* DIAS 1990, p. 39).

²⁶ A primeira rede internacional a operar no Brasil foi a Hilton Internacional Corporation, com a inauguração do Hilton São Paulo em 1971. Em seguida, instalaram-se as redes Holiday Inn, Sheraton e a Méridien nos primeiros cinco anos da década de 1970.

padrões e aos conceitos de uma marca específica. A provisão de hotéis na Ásia, na Austrália e no Oriente Médio parece-se com o da América do Norte, já que as unidades hoteleiras são geralmente maiores e mais novas que as europeias (CLARKE; CHEN, 2008).

A capacidade total de quartos no mercado mundial, atualmente, é estimada em vinte milhões de unidades habitacionais. As dez maiores companhias mundiais detém 20%. Ou seja, aproximadamente quatro milhões desse montante estão nas dez primeiras companhias hoteleiras do mundo, conforme pode ser observado no quadro 1 a seguir:

Quadro 1- Ranking das redes hoteleiras no Mundo – 2008 / 2009

Ranking das maiores redes hoteleiras do mundo - 2008 e 2009						
Posição	Grupo Hoteleiro	País de origem	2008		2009	
			Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos
1°	Intercontinental Hotels Group PLC	Inglaterra	4.186	619.851	4.438	646.679
2°	Wyndham Hotel Group	Estados Unidos	7.043	592.880	7.114	597.674
3°	Marriott International Inc.	Estados Unidos	3.178	560.681	3.420	595.461
4°	Hilton Worldwide	Estados Unidos	3.265	545.725	3.530	585.060
5°	Accor Hospitality	França	3.982	478.975	4.120	499.456
6°	Choice Hotels International Inc.	Estados Unidos	5.827	472.526	6.021	487.410
7°	Best Western International	Estados Unidos	4.000	305.000	4.048	308.477
8°	Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc.	Estados Unidos	942	248.000	992	298.522
9°	Carlson Hotels Worldwide	Estados Unidos	1.013	151.077	1.058	159.756
10°	Hyatt Hotels Corp	Estados Unidos	375	114.332	424	122.317
11°	Westmont Hospitality Group	Estados Unidos	689	106.097	803	113.771
12°	Groupe du Louvre	França	856	61.077	1.097	91.409
13°	Jin Jiang International Hotels	China	465	80.164	546	89.251
14°	TUI AG	Alemanha	297	83.728	297	83.728
15°	The Rezidor Hotel Group	Bélgica	361	76.779	389	83.200
16°	LQ Management LLC	Estados Unidos	721	75.832	766	78.945
17°	Sol Meliá AS	Espanha	304	76.335	305	76.887

Ranking das maiores redes hoteleiras do mundo - 2008 e 2009						
Posição	Grupo Hoteleiro	País de origem	2008		2009	
			Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos
18°	Extended Stay Hotels	Estados Unidos	686	76.384	686	76.384
19°	Home Inns & Hotels Management	China	471	55.578	616	71.671
20°	Vantage Hospitality Group	Estados Unidos	845	60.354	906	65.232
21°	NH Hoteles SA	Espanha	341	49.677	401	61.317
22°	GreenTree Inns Hotel Management Group Inc	China	131	14.481	450	49.700
23°	Interstate Hotels & Resorts	Estados Unidos	226	46.448	228	46.129
24°	Barceló Hotels & Resorts	Espanha	186	47.000	181	45.939
25°	MGM Resorts International	Estados Unidos	17	49.919	16	45.701
26°	Whitbread PLC	Inglaterra	568	38.000	583	40.000
27°	Riu Hotels & Resorts	Espanha	100	37.000	104	39.208
28°	Harrah's Entertainment Inc.	Estados Unidos	35	38.000	34	39.000
29°	Archon Hospitality	Estados Unidos	*	*	348	37.900
30°	Red Roof Inn	Estados Unidos	343	36.654	343	36.298
31°	The Walt Disney Co	Estados Unidos	38	34.000	36	36.119
32°	Iberostar Hoteles y Apartamentos SL	Espanha	100	36.000	100	36.000
33°	Fairmont Raffles Hotels International	Canadá	91	34.712	94	35.831
34°	7 Days Group Holdings Ltd.	China	*	*	337	32.836
35°	Shangri-La International Hotel Management Ltd	China	58	27.987	65	29.700

Ranking das maiores redes hoteleiras do mundo - 2008 e 2009						
Posição	Grupo Hoteleiro	País de origem	2008		2009	
			Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos
36°	Millennium & Copthorne Hotels PLC	Inglaterra	119	33.726	105	29.340
37°	China Lodging Group Ltd.	China	*	*	236	28.360
38°	Travelodge Hotels Ltd	Inglaterra	370	25.000	393	28.294
39°	Scandic Hotels	Suécia	138	24.898	138	25.070
40°	Columbia Sussex Corp	Estados Unidos	70	24.448	69	23.932
41°	Club Méditerranée	França	80	26.807	84	23.816
42°	Shanghai Motel Chain Co. Ltd.	China	*	*	199	23.084
43°	HK CTS Hotels Co. Ltd	China	58	19.268	66	22.393
44°	Prince Hotels	Japão	58	22.210	56	22.077
45°	BTG-Jianguo Hotel Management Co. Ltd	China	*	*	71	21.358
46°	Ocean Hospitalities Inc	Estados Unidos	136	20.598	132	20.887
47°	White Lodging Services	Estados Unidos	139	19.580	144	20.259
48°	Jinling Hotels & Resorts Corp	China	73	18.075	81	19.785
49°	Grupo Posadas	México	110	19.800	111	19.600
50°	Four Seasons Hotels and Resorts	Canada	82	19.184	83	19.231

Fonte: Dados compilados de Hotels (2010).

Percebe-se que das dez maiores redes hoteleiras do mundo, somente duas são europeias e as outras se encontram no território Norte Americano, especialmente, nos Estados Unidos. A companhia inglesa Intercontinental Hotels Group PLC (IGH) com 646.679 unidades habitacionais distribuídas em 4.438 hotéis, administrados ou franqueados ocupa a primeira posição do ranking. O grupo está presente em cem países e em cinco continentes. Em 2009, a companhia acumulou a receita de US\$1,887 bilhão, o que representou um crescimento de 15% se comparado com o exercício de 2008 que foi de US\$1,538 bilhão²⁷.

A Intercontinental Hotels Group PLC (IGH) surge quando, em 1770, William Bass, instala uma cervejaria em Burton-on-Trent. O negócio prosperou a ponto de se tornar uma das maiores cervejarias da Inglaterra. Em 1876, a marca Bass, em forma de triângulo vermelho, foi a primeira a ser registrada no Reino Unido. No início do século XX, o grupo Bass expandiu suas atividades pela Europa, através das fusões com diversas cervejarias. Em 1960, passou a controlar uma rede de *pubs/bares* ao adquirir a companhia Mitchells & Butlers (1961) e uniu-se, também, a outra grande empresa do setor de bebidas, a Charringtons United, em Londres (1967), passando a controlar 25% do mercado inglês em 1970²⁸. Essas aquisições fizeram do grupo Bass um dos maiores fabricantes de cerveja e proprietária de *pubs/bares* no Reino Unido²⁹.

Em 1969, O grupo Bass iniciou as atividades no ramo hoteleiro por meio da criação da rede Crest Hotel. Nos anos de 1980, grupo expandiu as operações no setor de hospedagem diante da estagnação do setor de bebidas³⁰. Mas, foi ao final da mesma década que se deu seu

²⁷ Dados fornecidos pelo estudo publicado pelo Valor Econômico – Análise Setorial: A Indústria Hoteleira no Brasil em 2010.

²⁸ Dados fornecidos pelo Panorama Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil em 1999.

²⁹ Em 1989, a Comissão de Monopólios e Fusões (MMC) recomendou a alienação de 14 mil *pubs* do Reino Unido de fabricantes nacionais de cerveja, isto é, forçou os fabricantes nacionais a se desfazerem de metade de suas casas. Nenhum dos fabricantes de cerveja regional ou local foi afetado, dado que nenhum possuía mais de 2.000 *pubs*. A quebra do monopólio limitou o número de estabelecimentos vinculados a grandes fabricantes de cerveja. Diante disso, a Bass reduziu o número de *pubs* que possuía dramaticamente e passou a se concentrar em mercados maiores. Ao mesmo tempo, direcionou o seu fluxo de caixa para ampliar o negócio internacional de hotéis (Disponível em: <<http://www.ihgplc.com/index.asp?pageid=326>>. Acesso em: 25 abril 2011).

³⁰ Dados fornecidos pelo Panorama Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil em 1999.

primeiro movimento significativo internacional sobre o setor hoteleiro, com a compra Holiday Inns International (1988)³¹.

Com a compra a empresa norte-americana Holiday Inn lança no mercado a marca Holiday Inn Express (1991), passando a investir no segmento hoteleiro de serviços limitados, os chamados hotéis econômicos. Nesse mesmo período, ela lança no mercado o Crowne Plaza, investindo também no segmento de hotéis de categoria superior (*upscale*). Paralelamente, a empresa continuou investindo no mercado de bares e restaurantes quando adquire a cadeia de restaurantes Harvester, em 1995, e a cadeia de restaurantes Browns, o que representou um investimento no crescente mercado de *fast food* no Reino Unido.

A partir de 1990, a IGH passa a desenvolver novos projetos localizados especialmente no promissor mercado brasileiro. A partir daí, a companhia vende, em 1997, as propriedades de hotéis norte-americanos do segmento *midscale* (segmento intermediário de hotéis entre a categoria superior e econômica), mas mantém o controle da marca por intermédio de contrato de franquia. Foi quando o grupo desenvolveu uma nova marca de hotéis, Staybridge Suites by Holiday Inn, o que representou uma entrada no lucrativo mercado de luxo norte-americano, chegando a alcançar 50 unidades nas Américas, tornando-se o caso de mais rápido crescimento de empreendimentos nesse segmento.

Em 1998, A IGH adquire a empresa hoteleira Intercontinental, adicionando uma marca de alto luxo ao seu portfólio de hotéis³². Já em

³¹ A marca Holiday Inn surgiu no início da década de 1950 quando Kemmons Wilson, empresário da construção civil, constatou que somente existiam dois tipos de acomodações localizadas à beira das estradas: hotéis luxuosos e motéis. Por meio de financiamento em banco americano construiu o primeiro Holiday Inn, em Memphis, introduzindo um novo conceito de hotel, em que cada quarto possuía um tamanho maior que a média da hotelaria e moteleria nacional, com duas camas de casal. Oferecia restaurante, hospedagem para crianças menores de 12 anos gratuitas, televisão, telefone e uma bíblia, algo que a maioria dos empreendimentos não ofereciam na época. Conforme o sistema rodoviário interestadual desenvolvia-se, outros empreendimentos foram sendo criados. Com a venda da Holiday Corporation para a Bass PLC em 1989, Kemmons Wilson partiu para novos negócios no segmento de motéis e criou a Wilson Inns. Essa rede oferece unidades habitacionais maiores do que a média e acomodações luxuosas por um preço acessível. A Wilson Inns, compete com outras redes mais baratas como a Hampton Inns, Red Roof Inns, LaQuintas e Motel 6 (CHON; SPARROWE, 2003).

³² A Inter Continental foi fundada em 1942 pela companhia aérea norte americana Pan American World Airlines. Sua primeira unidade hoteleira foi inaugurada no Brasil na cidade de Belém, capital do estado do Pará (1946). Ao longo das rotas operadas na América Latina, a companhia expandiu o segmento hoteleiro no México, Chile, Venezuela, Cuba, Colômbia, além do Brasil. Nos anos de 1960, inaugurou seus hotéis no

2000, ao adquirir a Southern Pacific Hotels Corporation (SPHC) na Austrália, a companhia confirma-se em uma posição estratégica, como a companhia hoteleira líder na Ásia. Nesse momento, ela também adquire a Bristol Hotéis & Resorts Inc, uma empresa com sede nos Estados Unidos, com 112 unidades hoteleiras em operação por meio de contrato de gerenciamento. Isso dá ao grupo uma presença mais forte na forma de administração por meio de contrato de gestão, no maior mercado mundial de hotéis.

O grupo vende Bass Brewers a uma das grandes cervejarias belgas por US\$ 2,3 bilhões. Isso marca o passo final na redefinição da empresa na operação de cervejaria nacional, para uma agência líder em hotelaria internacional, um processo que levou mais de dez anos para ser concluído. Também envolveu uma mudança de nome, já que com a venda da marca *Bass*, ela passou a se chamar Six Continents PLC, um nome que reflete a disseminação global dos negócios do grupo. Em abril de 2001, o grupo adquire a cadeia europeia de hotéis Posthouse no valor de US\$ 810 milhões. Os seus empreendimentos foram instalados em locais estratégicos, o que possibilitou a conversão dos hotéis para o conceito Holiday Inn, consolidando a marca Holiday Inn no Reino Unido e no restante da Europa. Nesse mesmo período, o grupo adquire o InterContinental Hong Kong no valor US\$ 241 milhões, fortalecendo

Oriente Médio, Ásia, Austrália e África. No continente europeu, iniciou as suas atividades em 1963, com um hotel em Frankfurt, na Alemanha e, no ano seguinte, estendeu as suas operações pela Europa Oriental. Na década de 1980, a companhia adquiriu a inglesa Gran Metropolitan, foi quando consolidou 21 empreendimentos à rede Intercontinental. No final da mesma década, a rede foi vendida para a companhia japonesa Saison Group (1988). Já nos anos de 1990, a Intercontinental procurou expandir suas atividades através do estabelecimento de parcerias realizadas com outros empreendimentos hoteleiros como no México, com o Presidente Hotel (1994); na África do Sul, com Southern Sun Group (1995); na América Central, com o Grupo Real (1997). Nesse período também procurou expandir a marca Forum, criada em 1972, pertencente ao segmento intermediário de hotéis. Em 1998, a rede foi adquirida pelo grupo Bass por 2,9 bilhões de dólares, nesse momento constava no seu portfólio de hotéis 187 empreendimentos de luxo, oferecendo 65 mil quartos distribuídos em 69 países. Em 1998, o grupo Bass era composto por 2,6 mil hotéis, presentes em 77 países do mundo. E, naquele momento, os investimentos mínimos para os empreendimentos do grupo variavam entre 3 e 15 milhões de dólares, dependendo do perfil de empreendimento a ser construído e da marca a ser utilizada. A taxa de franquia é de 500 dólares por quarto, e o pagamento mensal pela franquia era de 8% sobre o faturamento bruto e 5% de *royalties*, 2% em marketing e 1% de fundo de reserva (PANORAMA SETORIAL DA INDÚSTRIA HOTELEIRA, 1999).

sua posição no mercado hoteleiro de luxo na China, mercado chave para investimentos na Ásia-Pacífico³³.

Em 1º de outubro de 2002, a Six Continents PLC anuncia a separação da hotelaria do grupo das empresas de bebidas (para ser chamado de Intercontinental Hotels Group PLC), o que desencadeou o retorno de capital no valor de 700 milhões de dólares para os seus acionistas. Esse processo foi concluído em abril de 2003. Nesse mesmo período, o grupo vende 16 hotéis da marca Staybridge Suites para a Hotelaria Properties Trust (HPT) com a condição de manter, por meio de contrato de administração, as operações dos empreendimentos. Ressalta-se que esse acordo foi firmado por um período de vinte anos. Ainda nesse período, acrescenta a marca Candlewood Suites à sua carteira de hotéis, no segmento *midscale* (hotéis de categoria intermediária) de longa permanência.

Em 2004, a Intercontinental Hotels Group (IHG) anuncia a introdução de uma nova marca, o Hotel Indigo, focada no fornecimento de alojamento boutique acessível. No mesmo ano, o grupo adota novas normas para reservas de hospedagem através de empresas de viagens *on-line*. Após o sucesso da estadia Staybridge Suites ser prorrogado na América do Norte, a IHG lança Staybridge Suites Reino Unido, em 2005, e anuncia a eliminação de 100% da sua participação na PLC Britvic³⁴. Em 2006, a IHG assina uma empresa de operação conjunta com a All Nippon Airways (ANA). A empresa resultante conjunta - IHG ANA Hotels Group Japan, uma das maiores operadoras hoteleiras no Japão, incorpora três novas marcas desenvolvidas exclusivamente para o Japão: ANA Intercontinental, ANA Crowne Plaza e Holiday Inn-ANA. Em 2007, a IHG anuncia o relançamento mundial da marca Holiday Inn, com a intenção de dar uma imagem renovada e contemporânea à marca.

Hoje, encontram-se em funcionamento 597 hotéis em toda a Europa, incluindo o Reino Unido e a Irlanda e, ainda, 110 em

³³Informações disponibilizadas pela Intercontinental Hotels Group (Disponível em: <<http://www.ihgplc.com/index.asp?pageid=326>>. Acesso em: 25 jul. 2011).

³⁴A Britvic é um dos maiores grupos de bebidas, líder na Irlanda e na França. Representa em seu portfólio várias marcas. Possui acordo de exclusividade com a PepsiCo, para engarrafamento das bebidas no Reino Unido e Irlanda. As operações atuais compreendem Britvic GB, Britvic, Irlanda e França Britvic. O grupo é completado por Britvic International, que administra a franquia de exportação das suas marcas em mais de 50 países, chegando a vender 1,9 bilhão de litros de refrigerantes por ano, gerando emprego para 3.500 pessoas. (Disponível em: <www.britvic.com>. Acesso em: 25 jul. 2011).

desenvolvimento³⁵. Recentemente foi inaugurado o Hotel Indigo Glasgow, o primeiro hotel da marca na Escócia, convertido a partir de um edifício de escritórios industriais onde originalmente funcionava a Glasgow School of Art³⁶.

A IHG é uma das maiores redes hoteleiras internacionais em operação na China e seu gerenciamento dá-se a partir do escritório em Xangai. Ela foi a primeira empresa hoteleira internacional a entrar no mercado chinês em 1984, estando em funcionamento há 27 anos naquele país. São no total 49.385 quartos distribuídos em 148 hotéis e estão previstos mais 48.810 quartos em 144 novos empreendimentos hoteleiros. Além disso, são mais de 40.000 funcionários empregados no país e o grupo planeja criar 90.000 empregos nos próximos cinco anos. Para combater a escassez de mão de obra especializada, a rede lançou a Academia IHG, uma parceria pública que oferece formação na área de hospitalidade no padrão da rede no local de trabalho. Só na China, a Academia tem 23 parceiros situados em 10 cidades, formando mais de 4.800 alunos por ano.

No início de 2011, a rede anunciou a mudança de nome da marca Holiday Inn Express, para o nome chinês Zhi Xuan Jia Ri, apenas para os hotéis sediados na China. A decisão foi baseada em pesquisas aplicadas com consumidores, através das quais se verificou que o novo nome Zhi Xuan Jia Ri (traduzido como "Smart Choice", em inglês e "Escolha Inteligente", em português) forneceria uma interpretação mais clara da essência da marca e do posicionamento entre os clientes

³⁵ Nesse caso consideram-se hotéis em desenvolvimento, aqueles que já foram concebidos (projetados), encontram-se em fase de construção ou de implantação, mas não são considerados prontos.

³⁶ Atualmente, existem 75 hotéis administrados pelo grupo em todo o Oriente Médio e 36 em desenvolvimento para abertura nos próximos anos. Por exemplo, o hotel Marriott Renaissance, em Dubai, foi transformado e passou a ser administrado pela IHG com a marca Crowne Plaza Dubai Deira. Já no continente africano, atualmente, existem 21 hotéis em funcionamento e 9 em processo de abertura. Em abril de 2011, o Holiday Inn Express Joanesburgo Roodepoort foi colocado em funcionamento com 79 quartos. Esse empreendimento localiza-se próximo a importantes parques empresariais e centros comerciais de Joanesburgo e está voltado para atender tanto a demanda de hóspedes de lazer quanto de negócios. Em 2011, devem entrar em operação mais 8 hotéis, totalizando a oferta de 1.425. Todos localizados em locais chave para empresa como Dubai, Genebra e Istambul, reforçando a atuação da rede na Europa, Oriente Médio e África. Nos Estados Unidos, existem 3.096 hotéis da rede IHG em funcionamento e 857 hotéis em processo de abertura e no Canadá são 157 hotéis abertos e 36 em desenvolvimento. Apenas no ano de 2011, foram abertos da rede nos Estados Unidos e Canadá: o Hotel Indigo Baton Rouge, o Holiday Inn Resort Daytona, o Holiday Inn Express Tampa e o Holiday Inn Toronto.

chineses³⁷. Cabe ressaltar, também, que todos os projetos arquitetônicos dos hotéis da rede na China buscaram seguir a filosofia do Feng Shui³⁸ para atender as exigências culturais da região.

Atualmente, IHG é uma rede com foco exclusivo no mercado internacional de hotéis sendo considerada a maior rede hoteleira do mundo³⁹.

A seguir (ver quadro 2), a atuação da rede InterContinental Hotels Group PLC (IHG) no mundo:

³⁷ Além da mudança do nome, outras estratégias foram realizadas pela rede hoteleira para interagir com a cultura desse importante mercado. Dentre elas pode ser citada a adoção, pelo Holiday Inn Express, do Congee, um tipo de mingau de arroz consumido principalmente como um alimento no almoço; pelo InterContinental Century, a criação de um espaço no lobby para a prática da arte antiga de beber chá; e pelo Crowne Plaza Sun Palace, em Pequim, um ambiente em estilo moderno que reproduz as montanhas, os desfiladeiros e as florestas do cenário da província de Yunnan.

³⁸ Feng Shui, segundo essa corrente de pensamento, estabelece uma relação yin/yang aos ideogramas *Feng* e *Shui* (respectivamente *Vento* - yang - e *Água* - yin -) que representariam o conhecimento das forças necessárias para conservar as influências positivas que supostamente estariam presentes em um espaço e redirecionar as negativas de modo a beneficiar seus usuários. Acredita-se que a energia vital está presente na vida e nos objetos não-vivos.

³⁹ A IHG é a maior cadeia hoteleira internacional em operação no México. Estão em funcionamento seis das sete marcas da rede, sendo os hotéis Holiday Inn em maior número. Foram abertos no México 119 hotéis e 52 ainda estão em fase de implantação. Os dois últimos hotéis que entraram em funcionamento foram Staybridge Suites Queretaro e o Holiday Inn Express Merida, em 2010. Na América Central e na América do Sul entraram em operação 74 hotéis e 20 empreendimentos que estão em fase de implantação. É importante ressaltar que o primeiro empreendimento administrado pela rede InterContinental na América do Sul foi no Brasil, em 1946, o InterContinental, na cidade de Belém. Na América Latina, a IHG está presente em vinte empreendimentos. Recentemente, abriu na Argentina o InterContinental Mendoza (2010) e o Holiday Inn Escazu San José (2011), na Costa Rica. Na Ásia e na Austrália, a expansão se deu com 8 novos hotéis em 2010 e 4 em 2011. Com uma presença consolidada em mais de 20 países na Ásia, incluindo nas principais cidades, como Singapura, Sydney, Nova Delhi, Tóquio e Bangcoc. A região da Ásia e Austrália, considerada pela rede, inclui o Japão, Coréia, Sudeste da Ásia, Sudoeste da Ásia, Austrália, Nova Zelândia e as ilhas do Pacífico, sendo o gerenciamento realizado a partir do escritório localizado em Singapura. A IHG possui 12 hotéis em funcionamento na Índia distribuídos em 7 cidades e tem a pretensão de 43 novos empreendimentos. O grupo pretende, também, desenvolver 19 Holiday Inn Express com a Duet Índia Hotels Group, através de recente contrato firmado em sistema de *joint venture*. A estimativa do grupo é abrir 150 novos hotéis até 2020. Na região da Tailândia, Malásia e Vietnã foram abertos quatro novos empreendimentos administrados pela rede no início de 2011, como o InterContinental e o Indigo Hotel na praia de Phuket, o InterContinental Kuala Lumpur e o Crowne Plaza West Hanói.

Quadro 2- Atuação da rede InterContinental Hotels Group PLC (IHG) no mundo em 2010

AMÉRICAS			
Hotéis em funcionamento			Hotéis em desenvolvimento
Marcas	nº de hotéis	nº de quartos	
InterContinental	56	19.178	6
Crowne Plaza	204	55.370	24
Hotel Indigo	34	4.170	45
Holiday Inn	808	144.167	181
Holiday Inn Express	1.839	159.589	393
Holiday Inn Club Vacations	6	2.892	-
Staybridge Suítes	184	20.100	94
Candlewood Suítes	291	28.582	114
Outros	24	10.219	-
Total	3.446	444.267	857
EUROPA, ORIENTE MÉDIO E ÁFRICA			
Hotéis em funcionamento			Hotéis em desenvolvimento
Marcas	nº de hotéis	nº de quartos	
InterContinental	63	19.851	24
Crowne Plaza	100	23.869	26
Hotel Indigo	2	110	12
Holiday Inn	321	52.224	43
Holiday Inn Express	200	23.945	45
Staybridge Suítes	5	748	5

AMÉRICAS			
Hotéis em funcionamento			Hotéis em desenvolvimento
Marcas	nº de hotéis	nº de quartos	
Outros	2	291	-
Total	693	121.038	155
ÁSIA-PACÍFICO			
Hotéis em funcionamento			Hotéis em desenvolvimento
Marcas	nº de hotéis	nº de quartos	
InterContinental	52	19.669	30
Crowne Plaza	82	26.590	69
Hotel Indigo	1	184	6
Holiday Inn	101	28.884	78
Holiday Inn Express	30	7.813	41
Outros	17	4.011	-
Total	283	87.151	224
TOTAL MUNDIAL	4.422	652.456	1.236

Fonte: Elaborado pela autora por meio dos dados fornecidos pela InterContinental Hotels Group PLC, em 2011.

A segunda companhia do ranking hoteleiro mundial publicado pelo Hotel Magazine (2011) é a Wyndham Hotel Group, uma empresa sediada em New Jersey (Estados Unidos) que possui o maior número de unidades hoteleiras, com 7.043 empreendimentos em 2009. Todavia, ao analisar o ranking, percebe-se que, em relação à sua capacidade de hospedagem, a rede possui 592.880 quartos, número inferior à líder InterContinental Hotels Group (IHG), com 646.679 unidades habitacionais. Em 2008, a companhia registrou crescimento de 7,7% no número de apartamentos por conta da aquisição de duas marcas da Global Hyatt: a econômica Microtel e a Hawthorn Suites, por 131

milhões de dólares, o que trouxe ao portfólio da rede 400 novas propriedades.

O Wyndham Hotel Group faz parte da família de companhias Wyndham Worldwide, hoje (2011) com quase 7.200 hotéis e cerca de 606.000 quartos distribuídos em 66 países, em seis continentes. O grupo administra, atualmente, 12 marcas hoteleiras, tais como: Wyndham Hotels and Resorts; Ramada; Days Inn; Super 8; Wingate by Wyndham; Baymont Inn & Suites; Microtel Inns and Suites; Hawthorn Suites by Wyndham; Tryp by Wyndham; Howard Johnson e Knights Inn. Além dessas, a empresa administra por meio de franquia, a marca Planet Hollywood Hotéis⁴⁰. A região Ásia-Pacífico é uma área foco para o desenvolvimento do grupo. A empresa pretende expandir suas operações na Tailândia e também fazer crescer a marca na China,

⁴⁰ A Hawthorn Suites by Wyndham é uma marca da rede Wyndham Hotel Group de estadia prolongada (longa permanência) que proporciona uma atmosfera ideal para viajantes. Está presente na América do Norte, na Europa, no Oriente Médio e na Ásia. Os hóspedes desfrutam de suítes espaçosas com cozinhas, internet grátis e serviços de conveniência, tais como, lojas e lavanderia. Já a Days Inn é uma marca da rede Wyndham Hotel Group, líder mundial em número de quartos no segmento econômico. Possui 1.850 propriedades em todo o mundo. Outra marca administrada pela rede nesse mesmo segmento é a Knights Inn, instalada em mais de 340 locais em toda a América do Norte. Os empreendimentos oferecem acomodações básicas para pernoite, refeições com preço acessível. Também, pertencendo a esse segmento, a Microtel Inns & Suites conta com mais de 310 hotéis localizados nos Estados Unidos, Canadá, México, América do Sul e Filipinas. O Super 8 possui mais de 2.100 propriedades nos Estados Unidos, Canadá e China. A marca Baymont Inn & Suites é considerada do segmento *midscale* (intermediário) da rede Wyndham Hotel Group com mais de 240 propriedades, predominantemente nos Estados Unidos. Outra bandeira também do segmento *midscale* (intermediário) de hotéis da rede é a Howard Johnson que foi a marca pioneira surgida em 1954 em sistema de franchising concentrados em 485 hotéis na América do Norte, América Latina, Ásia e outros mercados internacionais. Já a Ramada Worldwide pertence ao mesmo segmento *midscale*, possui cerca de 900 propriedades, em mais de 47 países do mundo. Alguns dos empreendimentos como a marca Ramada apresentam acesso *wireless* gratuito à Internet de alta velocidade, salas de reuniões, serviços de negócios, centro de *fitness* e de banheiros adaptados para deficientes. A rede Wyndham Hotel Group é detentora da marca Tryp by Wyndham possuindo 90 hotéis localizados preferencialmente em área centrais nas principais cidades europeias como Madrid, Barcelona, Paris, Berlim, Lisboa, Frankfurt e sul-americanas como Buenos Aires, São Paulo e Montevidéu. O empreendimento oferece vários tipos de quartos especiais, como quartos para família com cama anexa para crianças, quartos com *fitness*, com mesa trabalho para executivos e outras facilidades, dependendo da localização do empreendimento. Dos empreendimentos do segmento luxo da rede Wyndham Hotel Group encontra-se a marca Wyndham Hotels and Resorts com serviços completos de hotelaria. São 90 propriedades localizadas em destinos turísticos e de negócios em todo o mundo. Dados e informações fornecidos pelo site oficial do grupo (Disponível em: <www.wyndhamworldwide.com>. Acesso em: 6 jun. 2011).

fortalecendo ainda mais a presença na região, reforçando a posição da Wyndham Hotel Group como a maior rede hoteleira norte-americana na China, com 301 hotéis franqueados que representam mais de 46 mil quartos com as marcas Ramadas, Howard Johnson, Days Inn, Super 8, dentre outras.

Ocupando a terceira posição no ranking, a rede americana Marriott International Inc. conta com 3.178 empreendimentos hoteleiros com 560.681 em 2008, passando a ter, em 2009, 3.420 hotéis, totalizando 595.461 quartos o que representa um crescimento anual de 4,7% aproximadamente⁴¹.

A Marriott International Inc. surgiu a partir de um pequeno bar distribuidor de cerveja, o The Hot Shoppe, fundado em 1927 nos Estados Unidos por Willard e Alice Marriott⁴². Até o início de 1950, a empresa expandiu-se no setor de alimentos e bebidas. Somente em 1957 iniciou as atividades no setor hoteleiro no segmento motor-hotel (Motel), no estado da Virgínia, com o Twin Bridges Motor Hotel, com 365 unidades habitacionais. Com a criação da Marriot Corporation, em 1967, o setor hoteleiro passou a ser privilegiado e quando Marriott Jr, filho do fundador, assumiu a direção dos negócios em 1969, implantou o primeiro hotel internacional no México. Assim, o período da década de 1960 foi marcado pela entrada do grupo no mercado internacional e a construção de diversos hotéis nas proximidades dos aeroportos nos Estados Unidos.

No início da década de 1970, a Marriott cria uma nova forma de administração dos hotéis por meio de contrato de gestão. O período é marcado pela expansão da rede no território europeu com a abertura do primeiro empreendimento em Amsterdã, na Holanda (1975). Nos dois

⁴¹ Dados fornecidos pelo estudo publicado pelo Valor Econômico – Análise Setorial: A Indústria Hoteleira no Brasil em 2010.

⁴² Em 1927, Marriot começou a vender juntamente com a sua esposa Alice, cervejas sem álcool, em uma barraca construída por ele mesmo em Washington. Os negócios prosperaram, particularmente no período de inverno, quando começou a vender comida quente, rebatizando a sua barraca com o nome Hot Shoppe. Aos trinta anos Marriott já era um bem sucedido empresário do ramo. Foi pioneiro no serviço de *catering*, ao fornecer alimentação para companhias aéreas. Por volta de 1937, entrou para o mercado de gerenciamento de alimentos, prestando serviço para órgãos governamentais, escolas e hospitais. A partir desse momento, percebendo a oportunidade de diversificar as suas atividades, em 1957 inaugurou o seu primeiro empreendimento hoteleiro e dez anos depois criou a Marriott Corporation. Seu filho assumiu a companhia em 1972, quando as lideranças da companhia estouraram, atingindo o montante de 3 milhões de dólares em meados da década de 1980, quando as atividades do grupo se expandiram para as estâncias turísticas, navios de cruzeiros e cadeias de *fast food*.

anos seguintes, a receita operacional do grupo chegou a 1 bilhão de dólares. No final dos anos de 1970, a rede começou a mudar a concepção da empresa com aquisição de novas propriedades e a instalação de empreendimentos por meio de contrato de gestão e de franquias. Essa decisão permitiu acelerar o seu crescimento e ampliar sua posição de liderança no mercado internacional. Essa transformação culminou na cisão da empresa em Marriott International, uma empresa de gestão hoteleira e de franchising, chefiada pelo Sr. Marriott e Host Marriott International, uma empresa proprietária de hotéis presidida por seu irmão, Richard Marriott. A partir desse momento, foram criadas 18 tipos de marcas que vão desde o segmento econômico, com serviços limitados até ao segmento de luxo, com serviços completos.

Nos anos de 1980, o grupo desenvolveu uma política de segmentação de mercado no âmbito da hospedagem com criação de diversas marcas no segmento econômico e *timesharing* (tempo compartilhado)⁴³, por meio da aquisição de empresas como a Host International. Em 1987, foram criadas novas marcas, como a Marriott Suites, Residence Inn e Fairfield Inn. Ressalta-se que a empresa também passou a desenvolver estabelecimentos de hospedagem com serviços especializados para idosos (Marriott Senior Living Service).

A necessidade de aumentar a oferta de serviços visando a diluição dos seus custos operacionais, na década de 1990, fez com que a rede ingressasse na dinâmica de fusões e aquisições que marcaram o grupo

⁴³ *Timeshare, Timesharing*, Propriedade de Férias, *Vacation Club* ou Tempo Compartilhado é um sistema que administra a capacidade de hospedagem, por meio da venda e gestão fracionada da propriedade. Adquire-se o tempo na propriedade e não a propriedade em si, isso quer dizer que o comprador é proprietário da unidade habitacional somente por um período de tempo. O sistema de Timeshare começou na Europa com os empreendimentos: o Superdevoluy, Alpes Franceses (1964), o Hapimag, na Suíça (1964) e o Club Hotel, na França (1968). Em 1974 surge a RCI (Resorts Condominiuns International) acelerando o crescimento do sistema conhecido como “intercâmbio de semanas de *timeshare*”, que significa a possibilidade de fazer permuta de semana de *timeshare* de um determinado resort, durante uma ou mais semanas de férias em alguns dos resorts afiliados a essa rede de intercâmbio. Devido à grande aceitação dos consumidores no início dos anos de 1980, as grandes redes hoteleiras entraram nessa indústria e o resultado disso foi um aumento de 800% em resorts afiliados ao sistema, consumidores e no volume de vendas nos últimos 20 anos. Atualmente a maior parte das grandes redes hoteleiras internacionais possui um sistema de *Vacation Club* (clube de férias), e são afiliados a uma rede de intercâmbios, que somados aos Empreendedores independentes formam a indústria mundial de aproximadamente 7.004 resorts, 8.447.000 de famílias proprietárias e US\$ 11,8 bilhões em vendas anuais. Dados fornecidos no endereço www.timeshare.com.br. Acesso em: 26 jul. 2011.

nesse período, como a aquisição de 49% do grupo Ritz-Carlton⁴⁴ em 1995. Nos anos seguintes, a empresa incorporou ao grupo a rede francesa Renaissance, no segmento luxo, com 150 unidades por 1 bilhão de dólares e, com a expansão da rede, pretendia reduzir os seus custos operacionais entre 15 a 20 milhões de dólares ao ano. Em 1997, a Marriott vendeu 12 hotéis para idosos nos Estados Unidos para a Prime Care One.

Em 1998, a Marriott era a segunda maior companhia hoteleira do mundo⁴⁵, com 1,47 mil hotéis em atividade, dos quais 1,24 mil operavam nos Estados Unidos e 235 em outros 54 países. A empresa operava 32 empreendimentos em regime de *timesharing* e 89 hotéis para idosos. No quadro 3 que segue são apresentados os principais empreendimentos hoteleiros da rede em 1998:

Quadro 3- Empreendimentos hoteleiros da rede Marriott em 1998

Marca	Hotéis próprios	Hotéis franqueados	Total
Courtyard	210	139	349
Farfield Inn & Suites	51	293	344
Marriott	204	122	326
Residence Inn	112	146	258
Ramada Internacional ⁴⁶	33	41	74
Renaissance	62	8	70
Ritz-Carlton	33	*	33
New World	14	*	14
TownePlace Suites	2	*	2
Residence & Other	8	*	8
Total	729	749	1.478

Fonte: Panorama Setorial da Indústria Hoteleira, 1999.

Em 2010, a Marriott contava com aproximadamente 300.000 colaboradores em mais de 3.545 propriedades (618.104 quartos)

⁴⁴ A Ritz-Carlton é resultado da fusão entre dois importantes grupos hoteleiros europeus: o Ritz, em Paris e The Carlton, em Londres ambos criados por Cesar Ritz.

⁴⁵ Segundo o estudo publicado pela Gazeta Mercantil, “Análise Setorial a Indústria Hoteleira” (1999).

⁴⁶ Em 2005, a Marriott anuncia a venda de hotéis Ramada International.

distribuídos espacialmente em 70 países. As operações da companhia estão agrupadas em cinco segmentos de negócios: hospedagem com serviço completo; hospedagem com serviço limitado; hospedagens internacionais, hospedagem de luxo e *timesharing*.

Com base nos acordos de franquia, a Marriott aumenta as suas receitas reduzindo o número de propriedades de hotéis. As receitas são provenientes das fontes associadas à venda fracionada da propriedade, das propriedades residenciais, que operam os *Resorts* e imóveis residenciais; dos financiamentos das aquisições de clientes do *timesharing* e das respectivas locações⁴⁷.

Apesar de a crise financeira que afetou os países desenvolvidos em 2008, especialmente os Estados Unidos nos últimos dois anos, a Marriott buscou fortalecer as suas marcas com novos projetos e renovar os seus empreendimentos, inaugurando cerca de 70.000 quartos no período. Em 2010, o faturamento da empresa foi de US \$ 11,7 bilhões, e as receitas geradas pelos contratos de administração e de franquia foram da ordem de 1,2 bilhões de dólares.

Os projetos em desenvolvimento incluem cerca de 700 hotéis, abrangendo 105 mil quartos. Quase um terço são empreendimentos com serviço completo e cerca de 45% estão localizados fora da América do Norte. Em 2010, aproximadamente dois terços das taxas de administração, essencialmente partes dos lucros dos hotéis operados pela rede, foram gerados pelos hotéis fora dos Estados Unidos. Dessa forma, até 2015, a rede deverá ampliar seus negócios no âmbito internacional, especialmente na China - considerado o maior mercado em expansão, a empresa duplicará a sua presença com mais de 120 hotéis. Na Índia, deverá crescer de 12 para 100 hotéis com a introdução de sete marcas. No Brasil, a rede deverá abrir, nos próximos cinco anos, novos hotéis da marca Fairfield.

No território europeu, a rede possui 180 hotéis totalizando mais de 41.000 quartos e pretende dobrar a sua presença no continente. Para atingir as metas de expansão faz uma *joint venture* com a AC Hotels para gerir e franquiar novas hospedagens da marca AC Hotels by

⁴⁷ Até o final de 2011, a empresa pretende separar o segmento *timesharing* das empresas de hospedagem, em duas empresas de capital aberto. A estratégia é para atrair novos investidores com diferentes objetivos e perfis de risco. A conclusão desta transação está sujeita a uma série de condições, dentre as quais a aprovação dos principais acionistas do grupo. A Marriott International terá foco na gestão de hospedagem e franquia empresarial, enquanto a nova empresa de *timesharing* tornar-se-á a maior do mundo nesse segmento.

Marriott, que no lançamento deverá incluir mais de 9.000 quartos de hotel na Espanha, Itália e Portugal.

O cenário é otimista para a Marriott International, mesmo diante da crise econômica que causou a diminuição de novas ofertas de hotéis na América do Norte. Em relação a outros mercados internacionais, as perspectivas são de crescimento, outras oportunidades deverão surgir, principalmente, aquelas relacionadas a investimentos no segmento de hotéis econômicos.

A rede Hilton Worldwide⁴⁸ ocupa a quarta posição do ranking publicado pela *Hotels Magazine*, em 2010. A rede com sede na Califórnia é controlada pela empresa de Private Equity Blackstone, responsável pelo maior crescimento no número de apartamentos entre as dez maiores companhias hoteleiras do mundo. Em 2008, possuía 3.265 hotéis com 545.725 unidades habitacionais, passando a ter 3.530 empreendimentos hoteleiros com 585.060 apartamentos em 2009. Nesse desempenho, devem-se levar em conta as 300 novas propriedades adquiridas em 2008 e a expansão da marca La Quinta. Ressalta-se que a rede foi a primeira operadora hoteleira internacional a investir no mercado brasileiro em 1971, com o hotel Hilton São Paulo, com 380 unidades habitacionais, um empreendimento construído pelo consórcio Scurachio na Avenida Ipiranga, região central da cidade de São Paulo⁴⁹.

Conrad Hilton comprou o seu primeiro hotel em 1919 em Cisco, no estado do Texas. Desde então, a rede expandiu os seus negócios geograficamente pelo mundo, produzindo hotéis originais, com tecnologias inovadoras, para melhor atender aos seus clientes. A Hilton foi uma das primeiras redes a desenvolver métodos de controle de custos nas suas operações, com o intuito de manter-se competitiva no mercado.

⁴⁸ Sobre os dados históricos e econômicos da rede Hilton, as informações foram obtidas por meio da consulta de algumas obras e documentos de referência como: Proserpio (2007); Ismail (2004); Walker (2002); Chon; Sparrowe (2003); Panorama Setorial Gazeta Mercantil (1999); Análise Setorial da Indústria Hoteleira do Valor Econômico (2010). Os dados foram obtidos através do endereço <http://www.hiltonworldwide.com> em 10/06/2011. Sobre o grupo que controla a rede Hilton as informações foram coletadas no endereço <http://www.blackstone.com>. Acesso em: 10 jun. 2011.

⁴⁹ No dia 18 de dezembro de 2004, o hotel Hilton São Paulo fechou as portas após 33 anos de operação hoteleira. O hotel foi todo demolido internamente, somente a fachada externa e o jardim do 10º andar, projetado por Burle Marx foram preservados. A reforma foi feita pela Horus Engenharia e foram investidos R\$ 10 milhões. A edificação foi arrendada por R\$ 670 mil por mês para o Tribunal de Justiça de São Paulo. Em 2010, passou a abrigar os 140 gabinetes de desembargadores das câmaras de Direito Público e Juízes do Tribunal de Justiça de São Paulo.

Inicialmente a rede Hilton concentrou as suas atividades nos Estados Unidos. O primeiro hotel com o nome Hilton foi construído em 1925, em Dallas. Foi somente em 1938, que Conrad Hilton abriu o seu primeiro empreendimento hoteleiro fora do estado do Texas, o Hotel *Sir. Francis Drake*, em São Francisco. Por volta dos anos de 1940 expandiu os seus negócios com outras propriedades espalhadas por todo território dos Estados Unidos e para o México (1942). Após a Segunda Guerra, a rede adquiriu o maior hotel da época, o Stevens, que passou a se chamar Chicago Hilton and Towers e, por meio de contrato de arrendamento, adquiriu um dos mais famosos hotéis de todos os tempos, o Waldorf-Astoria. Alguns anos depois formalizou a compra do empreendimento (1949). Nesse mesmo período, criou a Hilton Internacional para administração dos hotéis no exterior, quando também expandiu as suas operações para Porto Rico.

Em 1953, a Hilton expandiu os seus negócios pelo continente europeu, inaugurando o seu primeiro empreendimento, o The Castellana Hilton, em Madri na Espanha. No ano seguinte, adquiriu 10 empreendimentos da rede Statler Chain, no valor de 111 milhões de dólares, a maior transação imobiliária até então. A Statler foi a companhia americana responsável pela construção do primeiro hotel com banheiro privativo no início do século XX.

Nos anos de 1960, a Hilton Internacional foi transformada em uma empresa independente, a Hilton Hotels Corporation, passando a atuar com o sistema de franquia. Em 1967, a Hilton Internacional é comprada pela TWA, mas Conrad Hilton, fundador da empresa, continuou como presidente do conselho.

Ao longo da década de 1970, a empresa expandiu os seus negócios com a aquisição e franqueamento das suas marcas. Nesse período, a Hilton Internacional abriu o primeiro hotel na Ásia, The Hilton Singapore, canalizando os seus investimentos para o segmento de hotéis-cassinos, com os empreendimentos Las Vegas Hilton e Flamingo Hilton. Ao mesmo tempo, inaugurou o primeiro hotel da rede no Brasil, o Hilton São Paulo (1971), fazendo da Hilton a primeira operadora internacional a atuar no mercado hoteleiro brasileiro.

Na década seguinte, o grupo Hilton expandiu a sua atuação internacional com a inauguração do primeiro hotel em território chinês, o Hilton Xangai, em 1988. No entanto, o forte da rede nessa e na próxima década, foi a expansão dos hotéis-cassino, por meio da marca Conrad International Hotels. Os investimentos na área de jogos chegaram a 88 milhões de dólares somente com o Bally's Casino

Resort. Destaque também nessa área foi o lançamento do Hilton Queen of New Orleans (1994), o primeiro navio-cassino do grupo.

A partir desse momento, a rede inicia uma sucessão de alianças, aquisições e desmembramentos, que fizeram da Hilton uma das dez maiores redes hoteleiras do mundo. Em 1997, formou uma aliança com a Ladbroke Group Plc, proprietária da Hilton International Corporation e, no ano seguinte, adquiriu por 1,2 milhões de dólares, 86,4% das ações da Grand Casinos Inc, considerada na época a maior operadora de cassinos no Mississippi, que é também o terceiro mercado mais procurado para jogos nos Estados Unidos. Essa aquisição transformou a Hilton na maior operadora de hotéis cassinos dos Estados Unidos. Dessa forma, em 1998, a empresa realiza o desmembramento da administração hoteleira com o ramo de cassino, por meio da criação de uma empresa dedicada exclusivamente ao segmento de jogos. No mesmo ano, a Hilton Hotels Corporation era proprietária de 32 empreendimentos hoteleiros nos Estados Unidos, dos quais 14 eram hotéis cassinos. Além desses, a companhia operava 70 hotéis por meio de contrato de arrendamento e 34 sob a forma de contrato de administração, assim como em sistema de franquia, em 180 hotéis pelo mundo⁵⁰.

Em 2005, os acionistas da Hilton Hotels Corporation concordaram em adquirir a empresa hoteleira Hilton Group Plc. Dois anos mais tarde, a Hilton confirmou a fusão com uma afiliada do grupo de fundos de propriedade privada corporativo, a Blackstone Group⁵¹. Embora a Hilton tenha sido a primeira operadora internacional a entrar

⁵⁰ Dados fornecidos pelo Panorama Setorial da Indústria Hoteleira, publicação realizada pela Gazeta Mercantil em 1999.

⁵¹ A Blackstone Group é uma empresa de administração financeira, cujos negócios incluem a gestão de fundos de *private equity*, isto é, fundos de capital privado, de bens imóveis, fundos de dívida sênior, fundos de divisão de proprietários e fechados e fundos mútuos. A Blackstone Group também fornece vários serviços de consultoria financeira, incluindo fusões e aquisições de reestruturação, de assessoria e consultoria de saneamento e serviços de colocação de fundos. Fonte: <http://www.blackstone.com/the-firm/history>. Acesso em: 10 jun. 2011. A Hilton Hotels Corporation ("Hilton") e a The Blackstone Group ("Blackstone") juntas formam uma companhia que se move para uma nova fase de crescimento, no âmbito da internacionalização dos negócios da rede. A Blackstone pretende investir para acelerar o crescimento internacional da empresa para fora dos Estados Unidos. Para tanto, incorporou uma parcela significativa do seu portfólio de hotéis e resorts de luxo para a plataforma Hilton, aumentando a oferta disponível dos empreendimentos de luxo, incluindo as propriedades Boulders Resort and Spa (Arizona), El Conquistador Resort (Porto Rico) e Boca Raton Resort & Club (Flórida).

no mercado brasileiro, em 2002, ela possuía cinco empreendimentos no país. Esses estavam localizados da seguinte forma: um na região Norte, o Hilton Belém, com 361 unidades habitacionais; três na região Sudeste, o Hilton Brasilton Contagem, com 141 unidades habitacionais, o Hilton São Paulo, com 380 unidades habitacionais e o Hilton São Paulo Morumbi, com 485 unidades habitacionais. Hoje a rede mantém em funcionamento somente dois empreendimentos: o Hilton Belém e o Hilton São Paulo Morumbi. O Quadro 4 a seguir demonstra os hotéis em funcionamento na América do Sul em 2011.

Quadro 4– Hotéis em funcionamento da Rede Hilton na América do Sul, em 2011

Hotel	País	Inauguração	Quartos	Forma de gestão
Conrad Punta del Este	Uruguai	1997	296	Franquia
Hilton Buenos Aires	Argentina	1999	417	Administração
Doubletree El Pardo by Hilton Lima	Peru	1979	151	Franquia
Doubletree by Hilton Resort Peru - Paracas	Peru	2008	124	Franquia
Hilton Colon Guayaquil	Equador	1997	294	Franquia
Hilton Colon Quito	Equador	1967	300	Franquia
Hampton Inn by Hilton Guayaquil Downtown	Equador	*	95	Franquia
Hilton Cartagena	Colômbia	1980	341	Administração
Embassy Suites by Hilton Bogota	Colômbia	*	96	Franquia
Embassy Suites by Hilton Caracas	Venezuela	2000	228	Franquia
Embassy Suites by Hilton Valencia Downtown	Venezuela	2007	203	Franquia
Hilton Belém	Brasil	1984	361	Administração
Hilton São Paulo Morumbi	Brasil	2002/2009	487	Proprietário

Fonte: Dados compilados da rede Hilton Worldwide pela autora em 2011.

* A rede não informou as datas de inauguração dos empreendimentos.

Constata-se que a rede Hilton vem expandindo seus negócios na América do Sul apesar de a sua presença ser bastante incipiente se comparada a outras redes hoteleiras internacionais, como a Accor, a IHG e a Marriott. Atualmente, estão em funcionamento 13 hotéis, com 3.393 unidades habitacionais. Para os próximos anos estão previstos 8 novos empreendimentos hoteleiros, com 1.435 unidades habitacionais. Entrarão em operação nos próximos anos, três hotéis na Argentina: o Hilton Itaguaçu, o Hilton Bariloche e o Hilton Ushuaia. A administração desses empreendimentos será realizada por meio de contrato de administração, assim como no Chile, o Hilton Garden Inn Santiago Airport; na Colômbia, o Hilton Bogotá; e no Brasil, o Hilton Salvador. Já no Peru, o Hilton Lima; e no Brasil, o Doubletree by Hilton Resort Itacimirim serão hotéis franqueados da rede⁵².

Contudo, atualmente, a Hilton Worldwide é a quarta maior rede hoteleira em atuação no mundo, com mais de 3750 hotéis distribuídos espacialmente em 84 países. O seu portfólio de marcas inclui o Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Hilton Hotels & Resorts, Doubletree by Hilton, Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hotels Hampton, Homewood Suites by Hilton, Home Suites by Hilton e a Hilton Grand Vacations.

A quinta maior rede hoteleira no mundo, segundo o ranking publicado pelo Hotels Magazine em 2010, é a Accor Hospitality, líder no Brasil como o maior grupo hoteleiro internacional em atuação no

⁵² Em 2011, a Hilton Worldwide assinou três contratos de gestão com o New Huadu Industrial Group para um resort da marca Waldorf Astoria e uma propriedade da Hilton Hotels & Resorts em Hainan e uma propriedade da Hilton Hotels & Resorts em Hunan. Está programados para serem inaugurados entre 2013 e 2014, o Waldorf Astoria Hainan Baoting Resort, o Hilton Hainan Baoting Resort e o Hilton Changsha vão adicionar outros 930 apartamentos a Hilton Worldwide na China. Atualmente, são 17 hotéis em funcionamento com mais de 70 propriedades especializadas em 9 cidades no continente chinês. A empresa conta com a operação 4 marcas, dentre as quais: Waldorf Astoria Hotels & Resorts; Conrad Hotels & Resorts; Hilton Hotels & Resorts e DoubleTree by Hilton. A empresa pretende empreender mais de 100 hotéis nos próximos cinco anos. Para tanto conta com uma empresa parceira na China, a New Huadu Industrial Group. O grupo foi formado em 1997 e conta no seu portfólio de negócios com uma atuação em diversos segmentos, no ramo industrial e de serviços, tais como: mineração, turismo, cervejaria, farmácia, tecnologia da informação e imóveis. O grupo registrou um capital inicial de RMB 139,8 milhões e agora mantém um total de ativos de mais de RMB 30 bilhões. Dados fornecidos pelo site de notícias de economia da UOL intitulado *Press Realise form Business Wire: Hilton Worldwide*, em 24/04/11. Fonte: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2011/04/22/press-release-from-business-wire--hilton-worldwide.jhtm>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

mercado brasileiro, e, ainda, é. Em 2008, possuía 3.982 hotéis com 478.975 unidades habitacionais. A empresa francesa, em 2009, possuía 4.120 hotéis, com 499.456 unidades habitacionais, chegando muito próximo de tornar-se uma das três maiores empresas do setor. Para tanto, a empresa efetuou uma reestruturação interna, promovendo uma divisão entre a Accor Hospitality e a Accor Services, que passou a chamar-se Edenred e a Accor Hospitality agora chamada somente Accor. A intenção do grupo de acionistas foi de concentrar as atividades relacionadas ao nome Accor em uma única divisão hoteleira e com isso fortalecer o nome da marca.

A fundação da Accor inicia-se em 1967, quando Gérard Péliesson da IBM, na Europa, e Paul Dubrule inauguraram primeiramente o hotel Novotel na cidade de Lille, ao Norte da França, próximo à fronteira da Bélgica. Os empreendimentos da marca Novotel, originalmente, localizavam-se nos arredores das cidades. Para a época, era uma novidade, pois os hotéis franceses até então eram divididos em dois tipos: pequenas hospedarias em áreas rurais ou hotéis de luxo localizados em grandes cidades. A marca Novotel foi responsável por desenvolver o conceito no continente Europeu de hotéis intermediários que seguiam um estilo dos estabelecimentos hoteleiros americanos, com quartos padronizados, amplos espaços de lazer e piscina.

Em 1973, a rede desenvolveu a marca Ibis, ingressando no segmento de hotéis econômicos. O primeiro empreendimento foi inaugurado na cidade de Bordeaux, na França. Nos dois anos seguintes, a rede adquiriu a rede Mercure.

No final da década de 1970, Pelisson e Dubrule passaram a controlar a maior rede hoteleira em atuação no continente europeu e partiram para a expansão em outros territórios, como a primeira unidade Novotel na cidade de Mineápolis, nos Estados Unidos. Nesse período, a Novotel possuía 184 empreendimentos distribuídos pela África, Ásia e América do Sul. Especialmente no Brasil, iniciou as suas atividades em 1976 no setor de alimentação por meio de uma subsidiária chamada NHT e, dois anos depois, passou a atuar no setor hoteleiro com a inauguração do Novotel São Paulo Morumbi.

Diante da oportunidade de diversificar o seu portfólio de serviços, a Novotel em 1982, adquiriu a empresa Jacques Borel Internacional, originária do setor de restaurantes e proprietária da Ticket Restaurant⁵³.

⁵³ Jacques Borel Internacional passou a atuar no setor de hotelaria ao adquirir a rede belga de hotéis de luxo Sofitel, com 43 hotéis e 2 *Spas*, em 1975. A Ticket Restaurant iniciou as suas atividades na década de 1950, na Inglaterra. Naquele momento, começou a existir

No ano seguinte, ao incorporar ao grupo os hotéis Sofitel, dá origem à formação da rede Accor. Foi nesse período que no Brasil a Accor desenvolveu uma marca exclusivamente brasileira, o Parthenon, voltada para administração de flats.

A partir da década de 1980, o grupo Accor passa também a diversificar suas operações na área do turismo, com a aquisição de operadoras de turismo, como a belga Wagons-Lits, em 1990, uma parceria realizada com a Societé Générale de Belgique. A operadora controlava um total de 300 hotéis na Europa, Tailândia e Indonésia, além de agências de viagem, locadoras de veículos e restaurantes na Europa⁵⁴. No Brasil, expande as suas atividades, tornando-se a principal administradora de hotéis no País, com 34 hotéis. Em 1998, a rede desenvolveu o seu programa de fidelidade em parceria com as companhias Air France, American Express e o banco Crédit Lyonnais. O programa apresentava, como incentivo, descontos aos clientes fiéis aos serviços do grupo⁵⁵.

A Accor é uma empresa que atua em diversos segmentos, dentre os quais, os de hotelaria, de alimentação, de transporte e de agenciamento. Percebe-se que esses setores complementam-se e relacionam-se uns com os outros, formando uma cadeia produtiva que movimenta a economia, gerando emprego e riquezas para os destinos

uma preocupação com o bem-estar do trabalhador, assim, algumas empresas criaram os refeitórios e firmaram acordos com restaurantes para fornecer refeições para seus trabalhadores. Nesse contexto, a Jacques Borel International percebeu a oportunidade de negócio e lançou o Ticket Restaurante em 1962. No Brasil, a Ticket inicia as suas atividades em 1976. Disponível em: <<http://www.eticketexpress.com.br/portal/portalcorporativo/sobre-a-ticket/historia-da-ticket>>. Acesso em: 14 jun. 2011.

⁵⁴ A Compagnie Internationale des Wagons-Lits et du Tourisme é uma empresa que atuava no segmento de hotéis como proprietária das redes Pullman, Etap Hotel, PLM, Altea, Arcade, no ramo da locação de veículos com a Europcar, no serviço de bordo em trens com a Wagons-Lits, em agências de viagem e turismo com Wagonlit Travel, e no segmento da administração de alimentação rápida com a Eurest e, ainda, no segmento de restaurantes de estrada com a Relais Autoroute. Fonte: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com>>. Acesso em: 14 jun. 2011.

⁵⁵ A Accor possui quatro programas de fidelidade: Compliments from Accor Hotels, que é válido somente na América Latina; o Fidelité trabalha e o Club Bienvenue, ambos voltados aos clientes que se hospedam em unidades Sofitel e o AClub, desenvolvido para ser operado on-line - é mundial e gratuito e engloba as marcas Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, SuiteHotel, Ibis e All Seasons, e pode ser utilizado nos hotéis da rede ou em outros empreendimentos, como o Club Méditerranée. O programa permite também a conversão da pontuação por milhagem em uma das nove companhias aéreas parceiras. Fonte: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com>>. Acesso em: 14 jun. 2011.

turísticos. A partir de 1990, inicia-se um desmembramento de funções no grupo: a divisão hoteleira com Accor Hospitality e a divisão de serviços com a Accor Services⁵⁶. Nesse momento o grupo entra em uma verdadeira corrida mundial de expansão dos seus negócios e por ganhos de competitividade, mediante fusões e incorporações nos setores de hotelaria, alimentação e serviços. No que concerne ao aumento de sua participação no mercado hoteleiro, desenvolve estratégias de expansão em mercados considerados emergentes, como o Brasil e a China para fazer frente a outras redes internacionais.

Em 1998, a Accor já tinha em seu portfólio as marcas Motel6, Ibis, Mercure, Novotel, Formula 1, Etap³hotel e Sofitel, especialmente distribuídas pelo mundo, conforme pode ser observado no quadro 5 que segue:

⁵⁶ Presente em mais de 40 países fica sob a responsabilidade da Accor Services a administração dos produtos e serviços do Ticket Restaurante que permite fazer refeições em restaurantes conveniados; Ticket Alimentação, que permite fazer compras em supermercados e mercearias conveniados; Ticket Car, que permite reabastecer automóveis em postos de gasolina conveniados; Ticket Transporte, que permite pegar transporte público; Ticket Seg, uma marca especializada na consultoria de benefícios saúde; Ticket Childcare, que permite ao consumidor fazer compras de produtos para cuidado com crianças; Accentiv³, uma agência integradora de soluções de marketing; e a Build Up, responsável por prestar serviços de administração de pessoal e processamento de folha de pagamento. Disponível em: <<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com.br/2009/05/accor.html>>. Acesso em: 14 jun. 2011. Acesso em: 14 jun. 2011.

Quadro 5- Hotéis instalados no Mundo pelo Grupo Accor em 1998

Hotéis instalados no Mundo pelo Grupo Accor em 1998										
Marcas	Europa		Estados Unidos		América Latina		Outros lugares		Total	
	Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos	Hotéis	Quartos
Motel6	*	*	764	84.875	*	*	*	*	764	84.875
Ibis	404	40.348	1	242	3	310	24	3.317	432	44.217
Mercure	312	34.412	*	*	5	543	51	7.578	368	42.533
Novotel	214	30.166	9	2.393	19	2.187	77	15.123	319	49.869
Formule 1	301	21.578	*	*	*	*	4	287	305	21.865
Etap'hotel	143	10.369	*	*	*	*	19	1.327	162	11.696
Sofitel	56	9.271	8	2.178	10	1.528	33	7.345	107	20.322
Outras marcas	46	5.167	*	*	50	4.218	24	3.507	120	12.892
Total	1476	151.311	782	89.688	87	8.786	232	38.484	2.577	288.269

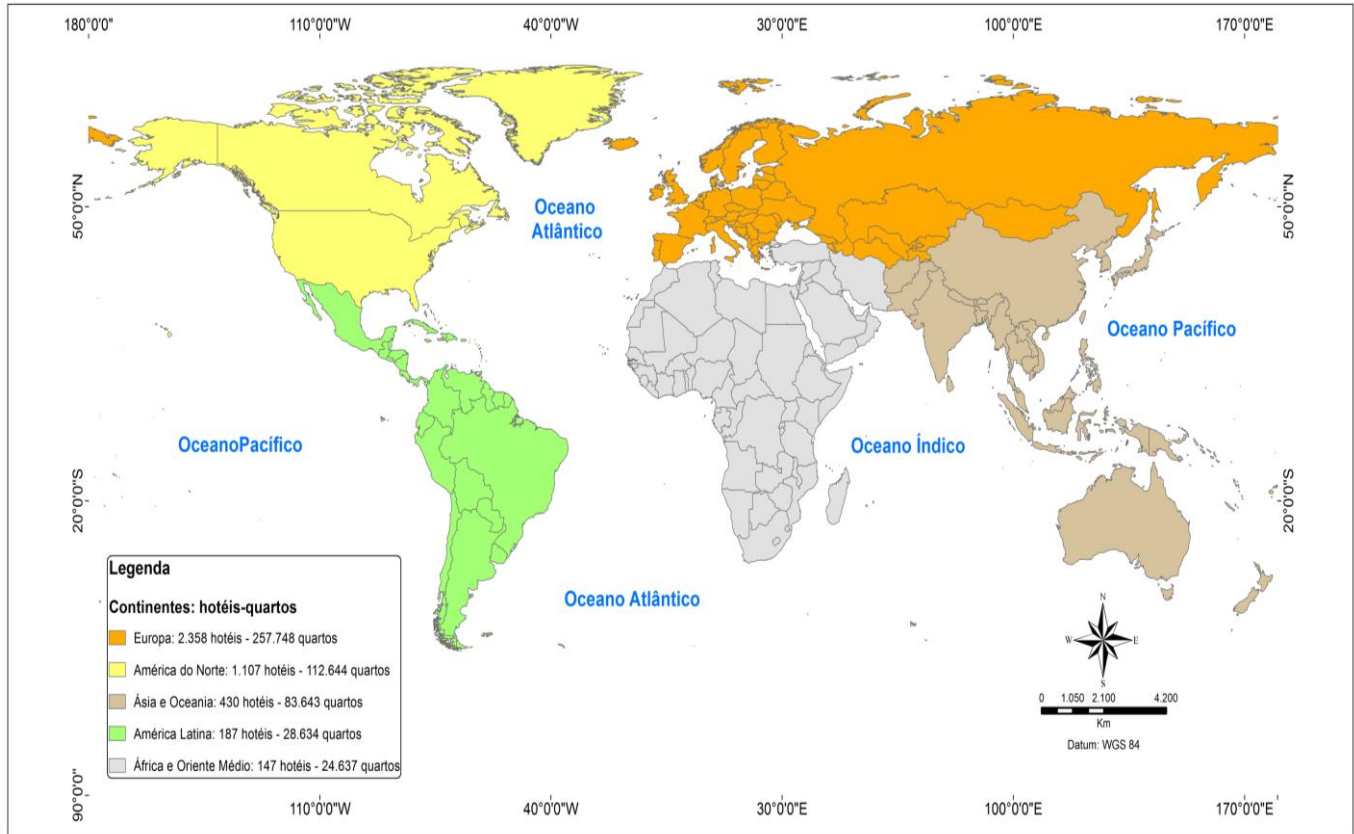
Fonte: Panorama Setorial da Indústria Hoteleira (1999).

Em 1999, a rede partiu para uma política agressiva de aquisições de empreendimentos, tornando-se proprietária de mais de 649 hotéis, somente nesse ano. Já nos anos 2001, a rede conseguiu penetrar no promissor mercado chinês em parceria com a Beijing Tourism Group e o Zenith Hotel International. No ano seguinte, 30% das ações do grupo foram compradas pela empresa hoteleira alemã Dorint AG, que abriu 14 hotéis Sofitel e 170 outros hotéis em países latino-americanos, como Panamá e Peru. Dois anos após, adquiriu 28,9% das ações do Club Méditerranée, chegando em 2005 a possuir 4.000 hotéis e com o aporte de 1 bilhão de euros, por meio do grupo Colony Capital, reforçou sua presença na China, chegando a 10 mil quartos no período.

Em 2006, a rede encontrava-se presente em 140 países em cinco continentes no mundo, e suas atividades eram distribuídas em serviço de alimentação, com o Lenôtre e de serviços de *vouchers* de alimentação com a Ticket Restaurant; no ramo das operações turísticas, com Accor Tour, dentre outras, como a locação de automóveis. O mapa a seguir (ver figura 1) apresenta a distribuição da Accor, pelo número de quartos até final de 2010⁵⁷; e o quadro 6 que o segue a distribuição dos hotéis do Grupo Accor no mundo.

⁵⁷ Dados obtidos pelo site <http://www.accor.com>. Acesso em: 14 jun. 2011.

Figura 1– Mapa de Atuação da Rede Accor no Mundo em 2010



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados compilados da rede Accor (2011).
Produção cartográfica realizada pela geógrafa Renata Duzzioni em 2011.

Quadro 6- Distribuição dos hotéis do Grupo Accor no mundo em 31/12/2010

Distribuição dos Hotéis do Grupo Accor no Mundo em 2010						
Marcas	Segmento	Europa	América do Norte	América Latina	África	Ásia & Oceania
		Hotéis	Hotéis	Hotéis	Hotéis	Hotéis
Motel6	Super Econômico	-	1.028	-	-	-
Studio6	Super Econômico	-	62	-	-	-
Formule 1	Super Econômico	28	-	11	24	24
Etap hotel	Super Econômico	421	-	-	-	-
Hotel F1	Super Econômico	252	-	-	-	-
All Seasons	Econômico	76	-	-	-	39
Ibis	Econômico	700	-	72	36	92
Mercure	Midscale	467	-	15	30	107
Novotel	Midscale	261	8	19	22	85
Suíte Novotel	Midscale	26	-	-	2	-
Adagio	Midscale	32	-	-	-	-
Pullman	Upscale	25	-	1	5	18
M. Gallery	Upscale	19	-	4	2	8
Sofitel	Luxo	33	9	9	22	43
Coralia	Club-Resort	0	-	1	3	-
S/marca	-	18	-	0	1	14
Total de Hotéis	-	2.358	1.107	187	147	430
Total nº de quartos	-	257.748	112.644	28.634	24.637	83.643

Fonte: Accor Group (2011).

Presente em 90 países, com 4.229 hotéis e mais de 507.306 unidades habitacionais, os empreendimentos vão do segmento luxo ao *budget* (supereconômico), totalizando 15 marcas hoteleiras operadas pela Accor no mercado mundial, conforme demonstra o quadro 6 acima, no final de 2010. No Brasil, a rede opera somente com as marcas Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis e Formule 1.

Em 2010, no segmento Luxo, a Accor possuía 116 empreendimentos Sofitel no mundo, apresentando maior concentração na Ásia-Pacífico com 43 hotéis. No segmento *upscale* (superior), há duas marcas: Pulmann e MGallery, e no segmento *midscale* (intermediário) operam as marcas: Novotel, Novotel Suíte, Mercure e Adagio, com maior presença na Europa, na Ásia e na Oceania. Cabe ressaltar que a marca Adagio opera somente no mercado europeu. No segmento econômico, encontram-se as marcas Ibis e All Seasons com 776 empreendimentos na Europa, e no segmento *Budget* (supereconômico), a Accor apresenta em seu portfólio as marcas Etap hotel; Formule1 (fora da França); Hotel F1 (na França); Motel6 e Studio6. Com maior número de hotéis, concentra-se a marca Motel6, com 1.028 estabelecimentos nos Estados Unidos e Canadá.

Ainda em 2010, a Accor abriu 214 novos hotéis representando aproximadamente 25.000 novas unidades habitacionais disponibilizadas para hospedagem no mundo. Dos 4.229 hotéis, 24% são operados em sistema de franquia; 22% por meio de contrato de administração; 37% em contrato de arrendamento e 17% possuem administração própria, pois são propriedades da rede.

Nos mercados emergentes, uma grande parcela da população, hoje, são novos consumidores de bens e serviços. Diante da ascensão de classe social, grandes empresas multinacionais como a Accor, passaram a investir em países como o Brasil, China, Índia e Rússia, cujos mercados possibilitam a expansão para a maioria das marcas da Accor, especialmente, aquelas do segmento *midscale* e econômico.

No Brasil a Accor é líder em todos os segmentos - do *Budget* (supereconômico) ao luxo. Em razão dos eventos esportivos internacionais que deverão ocorrer no país nos próximos anos como a Copa do Mundo de Futebol (2014) e as Olimpíadas (2016), a rede pretende acelerar o desenvolvimento de novos projetos por meio de arrendamento, contrato de administração e acordos de franquia. O objetivo assinalado pela rede é ter 225 novos hotéis no país até 2015, principalmente com as marcas Ibis e Formule1. Até final de 2010, já estavam em construção 74 empreendimentos no Brasil e 12 em países vizinhos.

Na China, a Accor é a segunda maior rede internacional em operação, com 100 hotéis e 25.500 quartos, em 42 cidades. Em 2010, a rede abriu 18 hotéis que representaram o aumento da oferta de 4.000 novas unidades habitacionais, principalmente em sistema de contrato de administração. Nos próximos cinco anos, o grupo pretende dobrar a sua atuação para 200 hotéis. A China é um importante mercado para as marcas Sofitel que possui 23 hotéis e para a Pullman que atualmente tem 18 empreendimentos projetados para abertura nos próximos anos.

O grupo Accor considera a Índia e a Rússia mercados potenciais para investimentos no segmento hoteleiro. Na Índia, juntamente com importantes parceiros, como a GIC Real Estate Pte. Ltd., braço imobiliário do governo de Singapura, a Investment Corporation e a Host Hotels and Resorts desenvolveram um fundo de investimento para a construção de hotéis. O primeiro investimento do fundo envolve atualmente a construção de sete hotéis com as marcas Pullman, Novotel e Ibis. No final de 2010, a Accor possuía 55 hotéis projetados, estando a maioria já em construção. Já no mercado russo, o grupo possui oito empreendimentos com 1.715 unidades habitacionais em operação, entretanto intensificou a sua atuação com a abertura de 4 hotéis no final de 2010 e mais treze outros programados para entrar em funcionamento até 2013 com as marcas Ibis e Novotel⁵⁸.

No final de 2011, a rede Accor adquire a rede de hotéis Mirvac, presentes na Austrália e Nova Zelândia, por 195 milhões de Euros. A negociação inclui 48 hotéis e 6.100 quartos. Em maio de 2012, a empresa faz a assinatura de um acordo de venda dos hotéis econômicos na América do Norte a uma filial do Fundo Blackstone, a Real Estate Partners VII, por 1,9 bilhões de dólares⁵⁹. O acordo contempla a venda da marca Motel 6 e a Studio 6, o que inclui 1.102 hotéis, em um total de 107.347 quartos no Canadá e Estados Unidos. Em julho de 2012, a rede confirma a compra do portfólio da rede Posadas (Mexicana) da América do Sul, no valor de 275 milhões de dólares. A compra de 15 hotéis correspondem a quatro empreendimentos próprios, quatro em regime de locação variáveis e sete em contrato de administração. Esses empreendimentos estão localizados em São Paulo e Rio de Janeiro, no Brasil; Buenos Aires, na Argentina; Santiago, no Chile, sendo 11 deles

⁵⁸ Os dados e as informações atuais e históricas do grupo Accor foram obtidos por meio do relatório anual da rede, publicado em janeiro de 2011. Disponível em: <www.accor.com>. Acesso em: 14 jun. 2011.

⁵⁹ Sobre a venda das marcas Motel 6 e Studio 6. Disponível em: <<http://hoteliernews.com.br/?s=Accor+vende+Motel+e+Studio6+e+cai+no+ranking+das+maiores+marcas>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

situados no Brasil. A negociação inclui também 14 projetos em contrato de administração e a aquisição das marcas Ceasar Park e Ceasar Business operadas pelo grupo Posadas no continente Sul americano. Com esses acordos, a rede praticamente encerra a sua atuação na América do Norte e fortalece a sua presença na América do Sul, passando a contar com 164 hotéis e 26.200 quartos abrangendo todos os segmentos de hotéis, do econômico ao luxo, pouco antes dos importantes eventos esportivos internacionais, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas de 2016⁶⁰.

Mesmo diante de momentos de crises econômicas, as redes hoteleiras estão em plena expansão, aumentando a oferta de hospedagem em diversos destinos turísticos no mundo. Até os anos de 1950, a oferta de hospedagem concentrava-se nos hotéis independentes. A partir desse período formam-se grandes corporações hoteleiras que passam a atuar em rede, o que trouxe ganhos em escala, concentração do capital e aumento da competitividade por destinos no mundo.

Atualmente, o mercado hoteleiro é estruturado em torno de importantes redes como a InterContinental Hotels Group PLC; Wyndham Hotel Group; Marriott International Inc; Hilton Worldwide e a Accor. Essas e outras redes hoteleiras dinamizam a estrutura do setor hoteleiro, por meio da segmentação de mercado, passam a desenvolver importantes estratégias empresariais de marcas hoteleiras, transformadas em produtos hoteleiros para atender as diferentes necessidades de hospedagem.

A reorganização das redes hoteleiras revelou-se em forte movimento de concentração e centralização de capitais. As fusões, aquisições e parcerias entre grandes operadoras hoteleiras decorreram da necessidade de aumentar a escala das atividades, reduzir custos operacionais e a possibilidade de diversificar mercados de atuação. Essas estratégias foram necessárias para fazer frente ao aumento da competição entre as próprias redes hoteleiras e a perspectiva de crescimento do mercado.

Constata-se que o crescimento da demanda de viagens e hospedagem e o aumento da competição no mercado hoteleiro foram determinantes para ampliar escalas de operação, além de diminuir custos

⁶⁰ Informações disponibilizadas pela rede Accor por meio de um comunicado a imprensa em 16 de julho de 2012. Disponível em: <http://www.accor.com/fileadmin/user_upload/Contenus_Accor/Presse/Country/America_Latina/Brasil/PR_2012_Brasil/120716_pr_accor_press_release_prestige_versao_comparada_portugues.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2012.

e diversificar os locais de atuação, e, dessa forma, desenvolver mobilidade no capital para o enfrentamento das crises econômicas.

Percebe-se que algumas frentes são claramente estabelecidas pelas redes. Primeiramente a expansão deu-se a partir dos países desenvolvidos como Estados Unidos e Canadá na América do Norte, no continente europeu Inglaterra, França, Espanha e Alemanha, além do Japão e alguns países na Oceania. No segundo momento, o foco dos investimentos modificou-se com as potencialidades visualizadas nos países de economia emergentes, especialmente a Índia, o Brasil e a China. Dentro da perspectiva de expansão mundial, a presença das redes internacionais no mercado brasileiro ainda é incipiente se comparada com outros lugares no mundo, mas, ao sediar dois importantes eventos esportivos internacionais (Copa do Mundo e as Olimpíadas) nos próximos anos, a rota de investimentos é canalizada, principalmente, para os principais destinos receptores de turistas internacionais, as cidades do Rio de Janeiro e Salvador.

3 ORIGENS, DESENVOLVIMENTO E EXPANSÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO BRASIL

No presente capítulo, tratar-se-á das origens do setor hoteleiro no Brasil e de seu desenvolvimento com a entrada das cadeias internacionais de hotéis, além da expansão das redes hoteleiras no território nacional e suas formas de administração.

3.1 AS ORIGENS DO SETOR HOTELEIRO

Através dos tempos, a hospitalidade tem envolvido os atos de acolher estranhos ou estrangeiros, oferecendo, de acordo com as necessidades do viajante e as posses do anfitrião, ora leito, ora pão, ora alimento ou bebida, ou, então, o conjunto de todos esses elementos. A hospitalidade - vista, muitas vezes, como uma atividade graciosa, como um costume de receber as pessoas, ou, ainda, como troca de favores -, torna-se também uma atividade comercial, com o surgimento dos primeiros meios de hospedagem. Em várias passagens da história, a hospitalidade está implícita nas viagens, e, através dos tempos, ocorre um aprimoramento dos estabelecimentos voltados para a prática de hospedagem. O desenvolvimento desses locais acompanhou as transformações da própria sociedade, como foi o caso brasileiro.

Alguns fatos balizaram as transformações do mundo ocidental. Em 1776, as colônias inglesas da América do Norte proclamaram a sua independência. A partir de 1789, a Revolução Francesa pôs fim ao antigo regime na França, ao mesmo tempo em que na Inglaterra ocorria uma revolução silenciosa, a Revolução Industrial. A utilização de novas fontes de energia, a invenção de maquinários, destinados principalmente à indústria têxtil e o controle do comércio internacional transformaram a Inglaterra na maior potência mundial da época. Para Rangel (1981), sob o impulso da Revolução Industrial, a Inglaterra deslança para uma fase expansiva que se inicia em 1790 até 1815, e uma fase recessiva de 1815 a 1848, cuja imensa periferia subdesenvolvida, na qual o Brasil se enquadra, busca se adequar às suas condições conforme a dinâmica ditada pelo centro do sistema.

De acordo com Caio Prado Jr (2007), a transferência da Corte portuguesa em 1808 deu à emancipação política do Brasil um caráter singular no conjunto do processo histórico da independência das colônias americanas. Todas elas, mais ou menos na mesma época, romperam laços de subordinação que as prendiam às nações do Velho

Mundo, embora, no Brasil, o próprio governo metropolitano que fazia da colônia sede da monarquia é quem vai paradoxalmente lançar as bases da autonomia brasileira, muito embora a independência tenha se dado anos mais tarde, em 1822.

É importante ressaltar que quando se concretiza a independência do Brasil em 1822, estrutura-se politicamente a primeira dualidade brasileira⁶¹, isto é, o pacto de poder que alia os barões e senhores de escravos com os comerciantes exportadores e importadores, a classe dominante que surge a partir da Abertura dos Portos (1808)⁶².

As formas comerciais de hospedagem foram influenciadas pelo aparato comercial que se formou, principalmente após a Abertura dos Portos e da expansão econômica que dela resultou. A vinda da Família Real e a Carta Régia de 28 de janeiro de 1808, abrindo os portos brasileiros, o que refletiu diretamente no incremento do comércio, principalmente nas cidades portuárias, em especial no Rio de Janeiro, mais do que qualquer outra cidade portuária da época, foi beneficiada por abrigar a Família Real. A cidade assume o status de sede de uma monarquia europeia e capital de um império colonial.

Portugal buscava controlar o Brasil por meio das cidades litorâneas, comerciais e político-administrativas, pois “o caráter exportador e dominador da colonização requeriam a presença de cidades e o caráter latifundiário e escravista das relações de produção mostrou-se pouco urbanizador, onde apenas os grandes fazendeiros residiam nas cidades” (MAMIGONIAN, 2005, p. 237). Assim, “esta contradição entre as partes do sistema colonial resolveu-se pelo surgimento de poucas cidades litorâneas consideradas grandes para a época” (MAMIGONIAN, 2005, p. 237), como foi o caso do Rio de Janeiro.

A abertura dos portos foi um ato historicamente previsível, impulsionado pelas circunstâncias do momento, pois Portugal estava ocupado por tropas francesas e o comércio não podia ser feito através dele. Para Coroa, era preferível legalizar o extenso contrabando existente entre a colônia e a Inglaterra e receber os tributos devidos.

⁶¹ Conforme descreve Rangel (1981), a primeira dualidade forma-se nas condições da “fase b” do ciclo longo, do 1º Kondratieff, datando-a em 1815, que é o ano do Waterloo, da estruturação da Santa Aliança, do início da fase recessiva do 1º Kondratieff e da Carta da Lei, que fundava o Reino Unido do Brasil. O Sete de Setembro de 1822 e o Sete de Abril de 1831 foram atos homologatórios das mudanças que já de fato tenham sido efetivadas. A situação política e social do Brasil mantém-se até a Abolição da Escravidão.

⁶² O capital mercantil português, com íntima aliança com o capital industrial nascente na Europa era alijado, sendo seu lugar tomado, no interior da nova sociedade, pelo novo capitalismo mercantil do Brasil, porém não tão brasileiro na época.

Pode-se perceber que a Inglaterra foi a principal beneficiária da medida, já que o Rio de Janeiro tornou-se o porto de entrada dos produtos manufaturados ingleses, com destino não só ao Brasil como ao rio da Prata. Em agosto de 1808 existia na cidade um importante núcleo de 150 a 200 comerciantes e agentes comerciais ingleses (FAUSTO, 2010).

Em razão de um expressivo contingente de comerciantes estrangeiros que se estabeleceu a partir da abertura dos portos, a população do Rio de Janeiro cresceu consideravelmente. A cidade passou a abrigar comerciantes, grandes proprietários coloniais, profissionais liberais, tais como médicos, boticários e advogados, tropas militares e uma massa de escravos, formando, assim, uma população bastante diversificada, o que desencadeou uma revolução nos hábitos e padrões culturais da sociedade. Na medida em que a cidade crescia, multiplicava-se também a demanda por serviços, e, cada vez mais, o estilo de vida das pessoas era influenciado pelos comportamentos europeus. Para atender as exigências da nova população que se formara, o Rio de Janeiro sofreu profundas transformações não somente no contexto quantitativo populacional, mas também espacial⁶³.

O episódio da transferência da Família Real portuguesa para o Brasil e a conseqüente abertura dos Portos não podem ser considerados como marcos da história da hotelaria no Brasil. Entretanto, as atividades mercantis desencadearam no aumento da circulação de pessoas, bem como a presença da Corte suscitou no crescimento populacional. As melhorias urbanas foram criadas para atender a essas demandas e a atividade hoteleira encontraria as condições necessárias e suficientes para emergir e desenvolver-se. Assim, as primeiras estruturas de hospedagem com características comerciais surgiram em decorrência do incremento do comércio e da necessidade de promover a acolhida aos viajantes estrangeiros que em maior número passaram a vir para o Brasil. De acordo com Fausto (2010), durante o período de permanência de Dom João VI no Brasil, o número de habitantes no Rio de Janeiro dobrou, passando de cerca de 50 mil para 100 mil pessoas, muitos dos novos residentes eram imigrantes, não somente portugueses, mas espanhóis, franceses, ingleses, que viriam formar a classe média de profissionais e artesãos qualificados. Dos viajantes estrangeiros que vieram ao Brasil no período, alguns deles eram naturalistas e

⁶³ No ponto de vista do crescimento espacial, a cidade do Rio de Janeiro, entre 1808 e 1818, construiu-se 600 casas e abriram-se aproximadamente 100 chácaras. Interessado em dar feições mais urbanísticas à cidade, o Príncipe Regente realizou melhorias quanto ao abastecimento de água, à construção de pontes, ao calçamento, à iluminação e ao ordenamento urbano (PIRES, 2001).

mineralogistas como o inglês John Mawe, zoólogo; o bávaro Spix; e o naturalista francês Saint-Hilaire, que em seus relatos foram fontes indispensáveis para conhecimento da sociedade da época.

Saint Hilaire, em passagem pela capital paulista, em 29 de outubro de 1819, registra a realidade dos meios de hospedagem da época:

Indicaram-me a hospedaria de um indivíduo conhecido como Bexiga. Fizeram entrar num terreiro lamacento, cercado de um lado por um fosso e dos outros dois lados por pequenas construções, cujas numerosas portas davam para o referido terreiro. Essas construções eram os quartos ou aposentos destinados aos viajantes. Bexiga dava a estes permissão para levarem seus burros para seus pastos, mediante o pagamento de um vintém por noite e por cabeça, e ao viajante não era cobrado nada. Entretanto, não pude deixar de sentir um arrepio quando vi o cubículo úmido, infecto, de uma sujeira revoltante, sem forro, sem janela, e tão apertado que, embora nossas malas tivessem sido empilhadas uma sobre as outras, pouco espaço sobrava para nos mexermos (SAINT HILAIRE, 1972, p. 146).

Ainda, Saint Hilaire (1972), relata que, além dos ranchos, alguns viajantes utilizavam o próprio meio de transporte, carregado de mercadorias e puxado por bois, como uma forma de alojamento: “Os proprietários desses veículos servem-se dos mesmos como tendas ou ranchos, abrigando-se sob eles para dormir e livrar-se da chuva, exemplo que eu próprio segui, mais tarde, quando viajei num grande carretão” (Saint Hilaire 1972, p. 140).

Percebe-se que nos relatos de Saint Hilaire, o único meio de deslocamento disponível era o transporte animal, pois se adaptavam melhor as condições naturais das longas jornadas em terreno acidentado e em estradas que não deixavam de ser trilhas. O tipo de alojamento utilizado pelos viajantes que desbravaram o interior do Brasil foi o rancho.

O rancho era uma construção erguida à beira das estradas, sem nenhum conforto que servia para abrigar os viajantes das intempéries do dia ou do sereno noturno. Por muito tempo, serviu de local de apoio para o fluxo de pessoas e de mercadorias. Belchior e Poyares (1987) chamam

a atenção para o trinômio tropeiro-rancho-vendas que terminou por exigir a diversificação do comércio, pois a presença constante de tropas e tropeiros nos ranchos e nas vendas desencadeou a realização da prestação de serviços além da hospedagem.

Distingue-se a existência de dois tipos de estabelecimentos, o primeiro o “rancho” localizado à beira da estrada, situado em locais distantes, e o segundo, a “venda” responsável pelo abastecimento dos tropeiros por meio da negociação de produtos.

Os ranchos eram “construídos por particulares, donos das terras onde passavam as tropas, mas também a expensas do Tesouro Real e, por isso, chamados de “rancho real”. Estes não tiravam do proprietário a posse da terra, embora houvesse uma administração por parte da Coroa que arcava com as despesas da construção” (PIRES, 2001, p. 158). O privilégio de explorá-lo, no entanto, permanecia com o proprietário que vendia produtos e serviços aos tropeiros. Entre os serviços colocados à disposição dos tropeiros, além da acomodação e alimentação, estavam o serviço de guia, escravo ou aluguel de mulas.

Os viajantes também se hospedavam nas casas-grandes dos engenhos e fazendas, nos casarões das cidades, nos conventos, assim como nos ranchos que existiam à beira das estradas, erguidos, em geral, pelos proprietários das terras marginais. Era comum, também, as famílias receberem hóspedes em suas casas, havendo, em muitas, o quarto de hóspedes (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2000).

Ressalta-se que antes mesmo de existir uma estrutura de acolhimento aos viajantes, os abrigos religiosos foram também utilizados como meios de hospedagem; cita-se a Casa Anchieta, em São Paulo, no século XVI, que servia de abrigo aos religiosos da Companhia de Jesus (SERSON, 1999). O Terreiro de Jesus, em Salvador, primeira capital do Brasil Colônia, foi endereço de uma Casa dos Hóspedes, no Colégio de Jesus, que recebeu personalidades ilustres, vindas da Europa, e também pessoas que necessitassem de acolhida caridosa. No Rio de Janeiro, aposentos para hospedagem foram construídos em um prédio anexado ao Mosteiro de São Bento e um abrigo para desocupados foi instalado junto ao Convento da Ajuda, no século XVIII (BELCHIOR; POYARES, 1987).

Belchior e Poyares (1987) apontam a quase absoluta falta de hospedagem comercial sentida pelos viajantes que aportavam no Rio de Janeiro, no fim do século XVIII e a falta de clareza na indefinição da natureza dos estabelecimentos. No Brasil Colonial, os autores apontam a existência das tavernas, das estalagens, das casas de pasto e das hospedarias como meios de hospedagem, pois ofereciam alojamento e

alimentação aos viajantes e por isso podem ser considerados como embriões dos futuros hotéis⁶⁴.

As casas de pasto forneciam alimentação, as tavernas, por longo tempo, dedicavam-se à venda de bebidas como atividade principal. O termo taverna também era empregado para designar casa de pasto de inferior qualidade. Já o termo estalagens era utilizado para contornar os prejuízos causados à população pelo abuso da aposentadoria passiva⁶⁵. Os mesmos serviços encontrados nas casas de pasto e nas estalagens poderiam ser encontrados nas hospedarias.

Existe uma nítida diferença entre a excelência da hospitalidade espontânea e aquela oferecida mediante pagamento. Os visitantes por viajarem nas mais diferentes condições, muitas vezes seguindo tropas de mulas, souberam registrar tal diferença, “pode-se dizer que as hospedarias primavam pela improvisação, pelos péssimos serviços e, principalmente, pelos preços exagerados” (PIRES, 2001, p. 142), a

⁶⁴ Os autores alertam da confusão semântica atribuída aos termos nos relatos dos viajantes estrangeiros, pois eles não se preocupavam em caracterizar com precisão a natureza dos estabelecimentos, muitos deles classificavam de acordo com padrões existentes nos seus países de origem. Pode-se constatar que o fornecimento de alimentação como a principal função exercida por esse tipo de estabelecimento.

⁶⁵ As aposentadorias passivas, especialmente em 1808, davam adeus ao direito à propriedade. Com a família real, chegaram em grande número fidalgos, empregados e criados de todas as ordens, e tantos eram que faltavam casas para receber a todos eles. Os criados de menor graduação tiveram mesa e acomodação nas ucharias (segundo o dicionário Aurélio (FERREIRA, 1999), o termo ucharia significa despensa, especialmente para carnes, nas casas reais e abastadas), localizadas no pavimento inferior do convento do Carmo que se ligara ao palácio. Os fidalgos, empregados e criados de outras ordens foram beneficiados pelas famosas aposentadorias. Não houve habitantes da cidade do Rio de Janeiro que dormisse tranquilo na sua casa própria, e que acordasse com a certeza de anoitecer debaixo do mesmo teto. Quanto mais bela e vasta era uma casa, mais exposta ficava ao quero absoluto dos fidalgos. Havia um juiz aposentador que era responsável por realizar as aposentadorias. No primeiro momento o fidalgo desalojado dirigia-se ao aposentador e dizia-lhe que precisava da casa tal da rua tal, após o aposentador encarregava-se de ir satisfazer o desejo e com um pedaço de giz na mão, saía para identificar a propriedade designada. Ao identificar escrevia na porta P. R. (Príncipe Regente). Nesse caso, o proprietário ou morador da casa teria que mudar-se em vinte e quatro horas. Por último, dava-se a posse da propriedade ao fidalgo. As aposentadorias foram uma estratégia utilizada pela Corte para que os vassallos fiéis e bons servidores que vieram acompanhando a família real ao Brasil não ficassem no meio da rua. Os aposentados deveriam pagar aluguel das casas que tomavam, mas muitos deixaram de cumprir esse dever, e houve alguns que não só não pagaram o aluguel de que se tratava, como, no retorno a Portugal, arrancaram as portas e as tábuas dos assoalhos das casas em que estavam morando, a fim de fazer os caixões necessários para levar as suas baixelas e o mais que lhes pertencia (MACEDO, 2005, p. 41).

escala de preço não dependia da variedade de comidas, mas do tratamento dispensado ao hóspede e do asseio da toalha. O tratamento dispensado pelas hospedarias pertencentes a estrangeiros caracterizava-se por um serviço de melhor qualidade se comparada a outras cujos proprietários eram brasileiros.

A acomodação era sinônimo de precariedade e desleixo, como a falta de asseio e despreparo no atendimento. Situações relatadas por Saint-Hilaire (1972) sobre a viagem pela Província de São Paulo, Goiás e a caminho do sul do Brasil, também relatadas por Pires, as quais expressam as condições dessas hospedarias.

Era extremamente amplo e capaz de comportar uma enorme quantidade de mercadorias, mas estava coberto de pó e de sujeira, e o seu chão pulava de pulgas e bichos-de-pé. Censurei o proprietário por não mandar varrer o rancho, que lhe dava proveito, permitindo que os viajantes fossem devorados pelos insetos que o infestavam (PIRES, 2001, 158-159).

Os primeiros hotéis no Brasil surgiram no primeiro quartel do século XIX, que não se pode definir precisamente se eram hospedarias ou hotéis.

Muitos dos proprietários dos meios de hospedagem eram estrangeiros e, por isso, muitos deles utilizavam termos franceses para identificar o serviço e o tipo de estabelecimento de hospedagem conforme foi evidenciado por Belchior e Poyares (1987) e Pires (2001). De acordo com os autores, a denominação “hotel” significava o olhar do estrangeiro na intenção de designar os tipos de negócio resultantes da hospitalidade comercial.

De 1801 a 1820, foi constatada por Belchior e Poyares (1987), a presença de alguns estabelecimentos que assumiam as funções típicas de hotéis. O primeiro estabelecimento de hospedagem a utilizar o termo hotel na cidade do Rio de Janeiro foi o *Hôtel Royaume du Brésil* em 1817. Os hotéis eram dotados de instalações acanhadas, limitado número de quartos, sem condições de conforto, ocupando prédios não construídos para esse fim e, na sua maioria, sem os cuidados referentes à higiene.

Por isso que muitos dos estrangeiros que usufruíram dessas instalações descreveram o setor hoteleiro da época como decadente e com poucas opções de estabelecimentos tipo hotéis, pois, de alguma forma, acabavam por compará-los com os padrões da hotelaria europeia.

Conforme afirmaram Belchior e Poyares (1987, p. 57), “muitos dos hotéis não passariam de simples restaurantes e outros utilizaram esta denominação para acobertar encontros furtivos”.

Ainda, segundo os mesmos autores, o Almanaque Laemmert apresentou a quantidade de hotéis no período no Rio de Janeiro, assim como em São Paulo. No período de 1858 e 1859, surgiu no Rio de Janeiro, entre estalagens, hospedarias e hotéis, 195 estabelecimentos, dos quais 78 pertencentes a brasileiros. Em São Paulo, no mesmo período, a existência de seis hotéis, como o Hotel Recreio Paulistano; Hotel Universal; o Café e Hotel do Comércio, que, além da hospedagem, ofereciam uma estrutura para jogo de bilhar.

Assim como se deu a formação de um setor hoteleiro, segundo Holanda (1995), em 1851, tem-se o início, também, do movimento regular das sociedades anônimas; na mesma data, funda-se o segundo Banco do Brasil⁶⁶; em 1852, inaugura-se a primeira linha teleférica na cidade do Rio de Janeiro; em 1853, funda-se o Banco Hipotecário; em 1854, abre-se o tráfego da primeira linha de estradas de ferro do País entre o porto de Mauá e a estação do Fragoso; em 1855, inicia-se a construção da segunda linha que tinha como objetivo ligar a Corte à capital da província de São Paulo.

É salutar enfatizar que diferentemente da cidade do Rio de Janeiro, que teve um acentuado crescimento de estabelecimentos de hospedagem para atender a demanda de estrangeiros, principalmente após a Abertura dos Portos, no caso de São Paulo, somente se observou tal crescimento a partir de meados do século XIX. Conforme aponta Monteiro (2006), após a criação da Academia de Direito no largo de São Francisco (1828), iniciou-se uma nova fase de construções em São Paulo, ao ponto dos principais hotéis da cidade localizaram-se próximos a essa instituição de ensino superior. Muitos dos estabelecimentos hoteleiros serviram de moradia aos estudantes a exemplo do “Hotel Quatro Estações (1854), palco de memoráveis e alegres banquetes dos jovens acadêmicos do Largo São Francisco, em 1857, mudou de nome para Hotel Itália e em 1875, passou-se a chamar Grande Hotel de France” (MONTEIRO, 2006, p. 32) - muito provavelmente em razão do número de franceses que se instalaram na cidade.

A partir de 1860, inicia-se uma nova fase de crescimento dos hotéis em São Paulo, estimulada pelos capitais gerados em razão da cultura cafeeira e pela implantação das estradas de ferro que permitiram conexão das zonas produtoras de café com o porto e o Rio de Janeiro.

⁶⁶ O fechamento do primeiro Banco do Brasil deu-se em 1829.

Mamigonian reforça a ideia de que “o crescimento da economia cafeeira provocou a ampliação do mercado interno (atendido por artigos importados), a criação de ampla rede de estradas de ferro, a implantação da energia elétrica em São Paulo e no Rio” (MAMIGONIAN, 2005, grifos do autor).

O espaço econômico paulista nasceu da expansão mercantil da Europa, como área colonial encarregada de produzir gêneros de exportação em latifúndios escravistas (açúcar, café, etc.). Paralelamente, importava da Europa manufaturas (tecidos, móveis, louças, etc.) e mesmo alimentos (farinha de trigo, bacalhau, etc.). Na divisão internacional de trabalho criada pela Europa mercantil e depois industrial, São Paulo tornou-se área de grandes lavouras tropicais, com função estritamente especializada e periférica. A sociedade paulista, assim sendo, apresentava-se fortemente polarizada e hierarquizada: grandes proprietários rurais e comerciantes *export-import* dominavam o conjunto. Na base da escala social estavam os escravos exercendo trabalho agrícola de baixa produtividade, quase não consumindo artigos industriais e sem a menor capacidade de decisão. No meio da sociedade não podia existir uma classe média do tipo europeu, mas apenas uma insignificante camada intermediária sem maior autonomia, composta de pequenos comerciantes, artesãos, funcionários civis e militares, fortemente subordinados às classes dominantes. (MAMIGONIAN, 1969).

Segundo Pires (2001), historicamente, não haveria razão para que as cidades produtoras de café ligassem-se somente a São Paulo, pois o escoamento da produção era realizado pelo litoral Norte da Província de São Paulo e pelo Rio de Janeiro. Por esse trajeto vinham também as mercadorias importadas, tendo-se o Rio de Janeiro como grande armazém. Ainda sobre São Paulo, o autor diz que a cidade tinha grandes motivos para receber a presença dos proprietários rurais, por ser sede da Província e estar a meio caminho do litoral santista, o que facilitava o controle das mercadorias na descida da serra. Outro motivo para a vinda das famílias do interior para a sede da Província foi a existência de doenças que estavam tornando-se epidêmicas no País (desde 1850 a

febre já era constante em muitas cidades do interior e do litoral), sobretudo, depois da inauguração da ferrovia São Paulo Railway, primeiramente ligando São Paulo a Santos em 1866, e no ano seguinte chegando até Jundiaí. Rangel (1981) afirma que havendo aumentado a receita monetária dos fazendeiros na fase ascendente do 2º Kondratieff, muitos deles se mudaram para as cidades, levando consigo uma numerosa criadagem escrava⁶⁷. “Os lucros das boas safras de café permitiam construir ricas residências paulistanas, onde frequentemente o mobiliário e as decorações eram ao gosto francês, assim como as roupas de cama, louças e cristais (SOARES JR., 1958 *apud* MAMIGONIAN, 2005, p. 18)”.

Com a implantação da Estação da Luz em 1867, aceleravam-se as transformações e as melhorias urbanas na cidade de São Paulo e, com elas, novas construções de hotéis são realizadas. Conforme cita Monteiro (2006, p. 39), “o largo São Bento foi um dos pontos da cidade que teve o florescimento do setor hoteleiro após a inauguração da Estação da Luz além do Hotel d’Oeste, o Hotel Rebecchino se instalou na região”. É importante enfatizar que nessa área surgiu a primeira linha de bonde elétrico (1900). Com o advento da ferrovia, a hotelaria teve seu crescimento acentuado; em 1889, São Paulo contava com 19 hotéis⁶⁸. Segundo Pires (2001), o grande marco em relação à hotelaria em São Paulo ocorreu com a inauguração do Grande Hotel em 1878⁶⁹.

No Rio de Janeiro, o período de 1860 a 1882 revela um acentuado crescimento de hotéis, na média de 112,5%, conforme o quadro 7 a seguir:

⁶⁷ Conforme afirmou Rangel (1981), o advento da “fase a” do 3º ciclo longo (1896) é que pode ser associado ao surto cafeeiro e ao dinamismo do latifúndio no polo interno do sistema.

⁶⁸ AZEVEDO (1958) *apud* MONTEIRO (2006)

⁶⁹ O Grande Hotel esteve situado na Rua São Bento e esquina com o Beco da Lapa, atual ladeira Miguel Couto, de propriedade do suíço-alemão Frederico Glette, foi considerado como um dos melhores hotéis do Brasil na época (PIRES, 2001). O empreendimento foi projetado pelo alemão Von Puttkamer e recebeu ao longo de sua história vários hóspedes ilustres, como em 1885 o príncipe Henrique da Prússia (MONTEIRO, 2006).

Quadro 7– Quantidade de hotéis na cidade do Rio de Janeiro entre 1860 e 1882

Quantidade de hotéis entre 1860 e 1882			
Ano	Nº de hotéis	Ano	Nº de hotéis
1860	56	1873	67
1861	58	1874	70
1862	64	1875	61
1863	60	1876	71
1864	62	1877	77
1865	63	1878	79
1866	64	1879	73
1867	65	1880	105
1868	61	1881	114
****	***	1882	119

Fonte: Com base nos Almanques Laemmert, a estatística levantada por Eulália Maria Lobo, referenciada pelos autores Belchior e Poyares (1987).

* No período entre 1869 e 1872 não foi identificado o número de estabelecimentos.

Constata-se que entre o período de 1860 e 1868, o número de hotéis permaneceu praticamente estagnado o que correspondeu à fase expansiva do capitalismo mundial. A partir de 1873, inicia-se uma nova fase depressiva quando então a economia brasileira volta-se para dentro substituindo importações e, por conseguinte, há o aprofundamento da urbanização e da divisão social do trabalho, ampliando significativamente o número de hotéis instalados na praça carioca, passando de 67 em 1873 para 119 em 1882.

Para Fausto (2010), o Rio de Janeiro era o maior centro urbano do País, com 522 mil habitantes em 1890. Nele concentrava-se a vida política e as diversões e um grande número de investimentos em transportes, iluminação, dentre outras melhorias. Vinham a seguir,

Salvador, Recife, Belém e, por último, São Paulo, com 65 mil habitantes.

O crescimento econômico da cidade do Rio de Janeiro, a partir de 1850 foi acompanhado pela expansão demográfica. A população que se formara uma parte era constituída por uma camada social de alto poder aquisitivo, outra por comerciantes, banqueiros, industriais e profissionais liberais nacionais e estrangeiros, ainda outra por fazendeiros e todo o pessoal ligado à burocracia do Estado. O número de estrangeiros residentes e passantes foi bastante representativo no Rio de Janeiro. O período foi marcado pela implantação de numerosas linhas transatlânticas de navegação a vapor para a Europa e para os Estados Unidos, de linhas marítimas e ferroviárias para facilitar a ligação do Rio Janeiro com o seu interior e, principalmente, com as demais províncias.

A atividade hoteleira no século XIX era exercida conjuntamente com outros ofícios como barbeiros, sapateiros, alfaiates, que eram ao mesmo tempo artífices, vendedores e estalajadeiros. Todos aí eram considerados vendedores de alimentos e hospedagem, sem maiores distinções (DUARTE, 1996).

As mudanças políticas que vinham se processando desde a época da Independência, com as crescentes pressões em favor da abolição da escravatura, assim como para a transformação do regime de governo em República, culminaram na substituição da mão de obra escrava pela de imigrantes na agricultura, o que impulsionou sobremaneira a cafeicultura e, por outro lado, trouxe consigo um grande incentivo ao surgimento de outros tipos de atividades industriais, comerciais e o incremento da hotelaria.

Mamigonian (1987) chama a atenção para a classe de comerciantes de importação e exportação no Rio de Janeiro e de outras praças comerciais que assumiram na 1ª Dualidade o poder de maneira subalterna e somente alcançaram a hegemonia na 2ª Dualidade (1889-1930), quando se integraram de forma crescente à economia brasileira e à divisão internacional do trabalho (café, borracha, cacau etc.), que, nesse caso, tinha como aliados os barões-comerciantes.

Do período Imperial ao Republicano, o Rio de Janeiro sofreu muitas transformações. No setor hoteleiro algumas inovações são notadas no que se refere às estruturas disponibilizadas e aos serviços prestados para hospedagem. As primeiras instalações como as casas de pastos e as edificações eram construídas para exercerem as funções de residência, de hospedagem e de alimentação. Segundo Poyares e Belchior (1987), das casas ocupadas por hotéis, as que possuíam dois pavimentos, os cômodos localizavam-se nos andares superiores; das que

possuíam somente um pavimento, os cômodos dos hóspedes eram situados aos fundos da residência, pois a frente era destinada a outra atividade, geralmente ao comércio varejista. Possuíam, também, um amplo salão para refeições exclusivo para hóspedes. Os autores afirmam que “o primitivo aproveitamento dos prédios residenciais ou comerciais trazia consequências inevitáveis quanto à qualidade das acomodações” (POYARES; BELCHIOR, 1987, p. 66).

Quanto à estrutura dos hotéis, até meados do século XIX, não possuíam banheiros privativos, e os hóspedes utilizavam as casas de banho públicas. O hotel Pharoux, localizado no Rio de Janeiro, por exemplo, inaugurou uma casa aberta para banhos públicos, utilizando água encanada vinda do chafariz do Largo do Paço. Possuir local para banho chegou a ser uma condição de status do hotel. Os estabelecimentos hoteleiros que disponibilizavam banhos quentes possuíam um diferencial e seus proprietários faziam uso da propaganda para divulgar o serviço. Por volta de 1879, os hotéis já ofereciam a seus hóspedes o serviço de telefonia⁷⁰. O Hotel do Leme oferecia aos clientes interessados o bonde que os transportaria até o estabelecimento, e o Hotel Copacabana dispunha de telefone em uma confeitaria localizada no bairro Botafogo para chamada da diligência do hotel. Em 1882, na central Telefônica Brasileira, encontravam-se interligados dez empreendimentos hoteleiros, dentre os quais, Hotel Carson's; Grande Hotel; Hotel Rio de Janeiro; Hotel Globo; Hotel Mangini; Hotel Águia de Ouro; Hotel White; Hotel Vista Alegre; Hotel Aurora e o Hotel Jourdain. Além do telefone, eletricidade passou a ser utilizada pelos hotéis a partir de 1882 (POYARES; BELCHIOR, 1987).

Pode-se inferir que os hotéis do último quartel do século XIX já ofertavam serviços comuns ao setor hoteleiro da atualidade. Dentre eles, encontrava-se o serviço de telefonia em alguns empreendimentos e o serviço de traslado (deslocamento), por bonde ou diligência, como no caso do Hotel do Leme e do Hotel Copacabana.

Ainda sobre os serviços prestados pelos hotéis no século XIX, no que se refere à alimentação, podia-se encontrar uma cozinha inspirada nos padrões Europeus, especialmente franceses. Pires (2001) afirma que aqueles hóspedes que dispunham de melhores condições econômicas almoçavam e jantavam nos hotéis. Os proprietários ao perceberem tal costume buscavam destacar a oferta desses serviços nos jornais de

⁷⁰ Os primeiros telefones no Brasil foram fabricados pela Western Telegraphic Co. para uso do Imperador e pelas casas comerciais. O serviço somente ganhou corpo com a criação da Companhia Telefônica Brasileira em 1881.

época, assim como na parte referente aos anúncios pagos do Almanaque Laemmert.

Somente no final do século XIX é que surgiu a primeira edificação construída com objetivo de abrigar um estabelecimento hoteleiro. Antes as instalações eram adaptadas, isto é, não eram construídas para esse fim. Em algumas situações funcionava, no mesmo local, a residência dos proprietários, a estrutura de alojamento para os viajantes e um restaurante. Assim, conforme consta no Almanaque Laemmert (1890), citado pelos autores Poyares e Belchior (1987, p. 73), o Freitas Hotel foi “o primeiro hotel do Império, o único edifício construído expressamente para abrigar um hotel” com todas as comodidades indispensáveis para atender as exigências dos hóspedes.

Além do Rio de Janeiro e São Paulo, em outras regiões do País floresce o número de hotéis a partir de meados do século XIX. No Sudeste, em Minas Gerais, o hotel Caxambu (1881) e o Grande Hotel Pocinhos (1886) na cidade de Caldas; o Palace Hotel (1894), em Caxambu; o Grande Hotel (1897), em Belo Horizonte. No Norte, em Manaus surge o Hotel Casina (1899), o primeiro hotel do estado do Amazonas; e no Sul, em Porto Alegre, surge o Hotel Del Siglo (1870)⁷¹. Em Santa Catarina, especialmente em Florianópolis (antiga Nossa Senhora do Desterro), com o movimento decorrente do comércio em razão do porto, surgem às primeiras iniciativas hoteleiras a partir de 1850, como o Hotel do Commercio (1850); Hotel Brasil (1856); Hotel Café (1856); Hotel da Praça (1857); Hotel do Vapor (1857); Hotel Universo (1859); Hotel dos Paquetes (1864); Hotel Papini (1871); Hotel Trajano (1876); Grande Hotel (1884)⁷².

Destaca-se o pioneirismo da hotelaria na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Em razão das charqueadas, que foi a principal atividade econômica da cidade entre o século XIX e início do século XX, Pelotas destacou-se como o principal centro econômico da zona da campanha, por ser polo de distribuição de mercadorias originárias do Rio de Janeiro e local de reunião e exportação dos produtos da região para o Norte do País. O charque, como principal produto, atraía viajantes e comerciantes para a cidade. Portanto, em razão do trânsito de pessoas criado pelo comércio do charque, nos anos de 1840, já existia uma hospitalidade comercial. O primeiro estabelecimento da época foi o

⁷¹ História da Hotelaria do Brasil, edição comemorativa dos 70 anos da Associação Brasileira de Hotéis, 2007.

⁷² Resultados da Dissertação de Mestrado defendida pelo programa de Turismo e Hotelaria na Universidade do Vale do Itajaí. (SANTOS, 2005).

Hotel Aliança (1843). Dentro das iniciativas presentes na cidade, a partir dos anos de 1850, encontravam-se o Hotel Moureau; o Hotel dos Emigrados; o Hotel do Commercio e o Hotel Garibaldi. O comércio do charque se expande e com ele surgem outros hotéis. Em 1870, o setor hoteleiro da cidade era composto pelo Hotel Europa; Hotel Colombo; Hotel Club do Commercio; Hotel das Nações; Hotel Particular; Hotel São Pedro; Hotel do Universo; Hotel Brazil, sendo seguidos por muitos outros. Entre 1850 e 1928, existiram aproximadamente de 125 hotéis em Pelotas⁷³.

Com a Abolição da Escravatura (1888) e a Proclamação da República (1889), intensifica-se a imigração e os hotéis ganham proporções mais avantajadas. O Hotel dos Estrangeiros, na passagem do século XIX para o XX, possuía 120 quartos, salão de jantar, salão de recepções, sala de leitura e de bilhar, e ainda, um salão de banquetes para 300 pessoas. Em 1884, a população flutuante era de 870 pessoas, aproximadamente, ao dia no Rio de Janeiro, compreendendo nacionais e estrangeiros para as quais a hotelaria fornecia 1.050 quartos (POYARES; BELCHIOR, 1987).

Os primeiros grandes hotéis brasileiros foram erguidos por imigrantes, que viam na nova terra boas possibilidades de sucesso. No começo, quase toda a estrutura desses empreendimentos era importada, pois o Brasil, por ser um país ainda não industrializado, importava os materiais que ainda não fabricava: telhas, azulejos, cerâmicas, móveis e roupas de cama e mesa, dentre outros⁷⁴. A hotelaria brasileira começa a crescer a partir de meados do século XX, quando muitas das capitais e principais cidades do País ganharam grandes e elegantes hotéis. (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2000).

⁷³ Trabalho apresentado pelas autoras Müller e Hallal em 2005, ao NP 19 – Comunicação, Turismo e Hospitalidade, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18335/1/R1498-1.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2011.

⁷⁴ Em São Paulo, com o crescimento da imigração, em 1886, inicia-se a construção da hospedaria dos Imigrantes, situada no bairro Bom Retiro e no ano seguinte a sede passa a se estabelecer no Bairro Brás. Com capacidade para atender até 4 mil imigrantes, principalmente italianos que vieram no primeiro momento para atender a substituição da mão de obra escrava das fazendas e no segundo momento como trabalhadores da indústria paulistana (ABIH, 2007).

Sobre o papel exercido pelos imigrantes na industrialização brasileira, Mamigonian, afirma que:

[...] a sociedade brasileira tradicional, como existia no século XIX não possuía condições internas para se auto-superar e promover o crescimento industrial. Os imigrantes europeus e asiáticos que se introduziram no Brasil constituíram-se no sangue novo que faltava: inseriram-se como classe média de considerável capacidade de produção e de consumo que cresceu mais e modificou nitidamente o conjunto da vida brasileira, provocando nosso ingresso num capitalismo de tipo europeu do século XIX. (MAMIGONIAN, 2005, p. 3).

O turismo, até o término do século XIX, não assumiria dimensões capazes de torná-lo importante em termos socioeconômicos, principalmente no que se refere à concepção de um turismo organizado, conforme afirmam Poyares e Belchior (1987). Essa atividade nasce e se intensifica quando desperta o interesse de jornalistas que passam a destacar a presença de turistas estrangeiros percorrendo as ruas em automóveis abertos e visitando os pontos de atração turística no Rio de Janeiro, tais como a Vista Chinesa, primeiro “miradouro de grande afluxo turístico”, situado na Floresta da Tijuca, do qual era possível contemplar a Baía de Guanabara, as praias da zona Sul e a Lagoa Rodrigues de Freitas. A Estrada de Ferro do Corcovado e o Hotel Paineiras surgiram em razão das potencialidades turísticas que se anunciavam. A construção da Estrada de Ferro do Corcovado teve como objetivo facilitar o acesso dos visitantes ao alto da famosa montanha do Rio de Janeiro. Os dois empreendimentos pertenceram à companhia concessionária da linha férrea e foram inaugurados em 1884, por D. Pedro II. Registra-se que os primeiros grupos de turistas estrangeiros oriundos da Agência Cook chegaram em 22 de julho de 1907, a bordo do vapor *Byron*. Tal fato é considerado um marco para a organização do turismo no País.

A cidade do Rio de Janeiro, no início do século XX, perde suas características coloniais, com a realização de melhorias urbanas, dentre as quais o alargamento das ruas e o saneamento. A cidade passa a apresentar condições mais aprazíveis para receber os viajantes. Em 1907, o Decreto nº 1.160 isentava por sete anos todos os impostos municipais para os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem na

cidade. Para Poyares e Belchior (1987, p. 60), o decreto foi “o divisor entre o período de implantação da hotelaria no Rio de Janeiro, e sua expansão em busca da encontrada modernidade”.

Com o decreto, surgiu o Hotel Avenida, segundo edifício do País, especialmente construído para abrigar um empreendimento hoteleiro, inaugurado em 1908, com 220 quartos, representando um marco não somente para hotelaria carioca, mas também brasileira no início do século XX.

O setor hoteleiro começa a expandir-se também em outras cidades. Em Belém, surge o Grande Hotel Belém (1913), o primeiro grande empreendimento da capital do Pará; na cidade de Belo Horizonte, inaugura-se o Hotel Globo (1914), no mesmo local, onde hoje se encontra o Belo Horizonte Othon Palace. Em Foz do Iguaçu, instala-se o Hotel Brasil (1915), e ao mesmo tempo em Recife, o Grande Hotel. Em Curitiba surge o Hotel Johnscher (1917), um importante empreendimento frequentado pela elite política e social da cidade⁷⁵.

Os anos de 1920 marcaram a construção dos hotéis de luxo na cidade do Rio de Janeiro e em São Paulo, mesma época em que tem início a fase depressiva do terceiro ciclo longo, caracterizada pela substituição de importações artesanais por industriais, as quais dinamizaram a formação de um capitalismo industrial no polo interno

⁷⁵ O Grande Hotel de Belém foi de propriedade de Teixeira Martins & Cia que inovou ao abrigar no hotel o Palace Theatre. O ciclo da borracha levou ao Norte do país brasileiros e estrangeiros em razão do comércio do látex da seringueira. O hotel manteve seu papel de destaque na vida social de Belém tornando-se um dos pontos de encontro da aristocracia local. Os primeiros anos de funcionamento do Grande Hotel, os 81 quartos possuíam banheiros privativos, decorados com lustres de bronze e cristais. Todo mobiliário estilo Luiz XV. No hotel se hospedaram várias personalidades, como presidentes, militares e artistas. Devido à baixa autonomia de voo das aeronaves, a capital paraense tornou-se escala obrigatória para muitas rotas que cruzavam o oceano. Por essa razão, a Pan American Airways (Panam) viu em Belém o ponto de partida para seus investimentos no setor hoteleiro. Em 1948, a subsidiária Intercontinental Hotels Corporation (IHC), o maior grupo hoteleiro internacional na atualidade, fundada em 1946, adquire o Grande Hotel da Companhia Teixeira Martins. Após aquisição, a rede inicia uma reestruturação modernizando os ambientes. Dentro de opção estratégica de ampliação da rede para outros continentes, o grupo resolve vender o empreendimento (1971). Em 1976, o hotel foi demolido e vendido para Brasilton Belém-Hotéis e Turismo S/A, no terreno iniciou-se a construção do hotel Hilton Belém. Já o Grande Hotel de Recife foi considerado um dos melhores empreendimentos hoteleiros por muitos anos, sendo ponto de encontro não só de viajantes como de toda sociedade, mas também para os adeptos a jogar no cassino do hotel. Sobre o Hotel Johnscher de Curitiba era de propriedade de Francisco Johnscher, imigrante alemão, um dos fundadores da Associação Brasileira de Hotéis, desativado em 1975. Em 2002 a edificação foi restaurada passando a abrigar o Hotel San Juan Charm. (ABIH, 2007).

em substituição ao capitalismo mercantil. Mamigonian (2005) aponta que a redução da capacidade de consumo externo e de exportação dos países centrais europeus durante a Primeira Guerra (1914 a 1918) - período em que o crescimento da Alemanha já ultrapassava o da Inglaterra -, a economia dos Estados Unidos, exceção diante da crise, encontrava-se em pleno desenvolvimento, pois as empresas americanas produziam e exportavam em grande quantidade para abastecer os países europeus.

De acordo com Monteiro (2006), em São Paulo, surgiu no início dos anos de 1920 o Hotel Terminus, com 250 quartos e banheiros privativos, restaurante com capacidade para 300 comensais, salão de música e de chá, salão de festas e banquetes, barbearia, garagem para 80 automóveis, lavanderia e tinturaria. Ainda em São Paulo, inaugura-se o Hotel Esplanada (1923), o mais importante hotel de luxo da cidade. Com 250 quartos, foi o cenário de festas aristocráticas e serviu de morada para os mais ilustres visitantes da capital paulista⁷⁶.

No Rio e Janeiro, surge o Hotel Gloria (1922)⁷⁷, denominado de “hotel dos presidentes”, em razão de sua íntima ligação com diversos governantes brasileiros. Foi construído a pedido do presidente da República Epitácio Pessoa para sediar o Primeiro Centenário da Independência do Brasil. Luxuoso e ousado para época, o projeto arquitetônico teve autoria do arquiteto francês Joseph Gire. O Hotel Glória foi o primeiro prédio em concreto armado do Brasil a possuir banheiros e telefones em todos os 180 quartos iniciais⁷⁸.

⁷⁶ O hotel foi desativado em 1957, e a edificação foi adquirida pelo Grupo Votorantin, tornando-se a sede do conglomerado empresarial e, posteriormente, o escritório central da Companhia Brasileira de Alumínio. Localizado ao lado do Teatro Municipal, no Parque do Anhangabaú, projeto assinado pelos arquitetos franceses Gabriel Pierre J. Marmorat e Emile Louis Viret. O empreendimento tornou-se um dos importantes pontos de encontro da sociedade paulistana. Pelo seu suntuoso hall de entrada em mármore de Carrara e seus sofisticados salões, passaram empresários, políticos e artistas oriundos das companhias que se apresentaram no Teatro Municipal (ABIH, 2007).

⁷⁷ A relação do Hotel Glória com o Rio de Janeiro não restringiu à hospedagem de autoridades e a personalidades ou ao seu papel na história da hotelaria brasileira. O empreendimento acompanhou as grandes transformações de impactos urbanísticos que incluíram a construção da Avenida Beira-Mar e da Praça Paris, nos primeiros anos do século XX, culminando com o aterro do Flamengo, já na década de 1960 (ABIH, 2007).

⁷⁸ Hospedaram-se no hotel Glória os Presidentes: Epitácio Pessoa, Juscelino Kubitschek, Jânio Quadros, Humberto Alencar Castelo Branco, Ernesto Geisel, Itamar Franco, José Sarney e Fernando Henrique. Em 2008, a empresa EBX comprou o Hotel Glória com o objetivo de restaurá-lo e reformá-lo. Após reformado, o novo hotel se chamará Gloria Palace Hotel e será equipado com o que há de mais moderno em tecnologia, conforto e segurança. A fachada será totalmente restaurada à semelhança da original e irá atender

No início da década de 1920, legaliza-se a prática do jogo de azar no Brasil, por meio do Decreto nº 3.987 de 2 de janeiro de 1920, assinado pelo presidente Epitácio Pessoa, que impulsionou o desenvolvimento dos cassinos, das estações balneárias, termas e climáticas. Uma vez licenciados e sujeitos à taxa de cobrança de 15%, esses complexos passaram a funcionar sem que incidissem nas disposições penais relativas ao jogo. O decreto visava formar um fundo especial para o custeio das obras de saneamento básico no interior do Brasil. Assim o governo federal encontrou meios para fazer caixa e enfrentar às graves questões de saúde pública (PAIXÃO, 2006) - ressalta-se que o jogo como atividade recreativa sempre esteve presente em boa parte dos hotéis do século XIX.

O primeiro hotel cassino do Brasil, o Hotel Copacabana Palace (1923), localizado no Rio de Janeiro, iniciou as suas atividades em 1923. Situado na praia de Copacabana, a edificação possui ainda hoje uma fachada imponente. É considerado o hotel de luxo mais tradicional do Rio de Janeiro, de reconhecimento internacional. Desde a sua inauguração, o empreendimento só teve dois proprietários, a família Guinle do Rio de Janeiro e a partir de 1989, a Orient-Express Hotels⁷⁹. Ao longo de décadas, hospedaram-se no hotel, membros da realeza, estrelas de cinema, teatro, música e esportes, assim como políticos e grandes empresários⁸⁰.

aos padrões internacionais de segurança e sustentabilidade. O Hotel contará com 231 apartamentos, Centro de Convenções com capacidade para mil pessoas, restaurantes, Piano Bar no Lobby, Lounge na cobertura com Spa, Fitness e Cabeleleiro. A EBX pretende também revitalizar a área do entorno do Gloria Palace, e com aquisição da Marina da Glória, a ideia é fomentar o turismo, o aumento da segurança e as melhorias no âmbito da infraestrutura da região. O investimento previsto é de R\$ 200 milhões e a reinauguração está prevista para o final de 2013. Disponível em: <<http://www.hotelgloriario.com.br/>>. Acesso em: 26 jul. 2011.

⁷⁹ Orient-Express Hotels iniciou as suas atividades em Veneza, na Itália, com aquisição do Hotel Cipriani. Está presente em vários continentes do mundo, possui 16 empreendimentos na Europa, 3 na América do Norte, 2 no México e 1 no Caribe, 8 na Ásia, 1 na Austrália e 5 na África do Sul. Na América do Sul conta com 9 empreendimentos. No Brasil, a rede conta com 2: o Hotel Cataratas de Foz do Iguaçu e o Copacabana Palace no Rio de Janeiro. Além do ramo hoteleiro, o grupo atua nos segmentos de River-boat, trens, safáris e restaurantes. Disponível em: <<http://www.orient-express.com>>. Acesso em: 1 ago. 2011.

⁸⁰ A construção do Copacabana Palace iniciou-se em 1917, mas diante das dificuldades técnicas encontradas o empreendimento foi inaugurado somente em 1923. O projeto foi assinado pelo arquiteto Joseph Gire que se inspirou em dois hotéis: o Negresco de Nice e o Carlton de Cannes. Hoje, o empreendimento ocupa uma área de mais de treze mil metros quadrados em um dos imóveis mais caros e procurados do Brasil. De 1991 a 1995, uma parte das acomodações do Prédio Anexo e do Prédio Principal foram

A sugestão da construção do Copacabana Palace partiu do então presidente da República Epitácio Pessoa, acanhado com a falta de instalações adequadas para receber o Rei Alberto I, da Bélgica, quando de sua visita oficial ao Brasil em setembro de 1920. A concepção de um hotel de luxo à beira-mar sensibilizou o empresário Octávio Guinle. A exigência em anexar um cassino ao empreendimento foi aceita pelo presidente. Em seguida, o empreendedor escolheu uma área distante da população pobre da cidade, à beira-mar. Vencida a crítica da época que desconfiava do êxito de um hotel-cassino construído “*tão longe do centro do Rio de Janeiro*” segundo os jornais da época. (PAIXÃO, 2006, p. 11).

A partir da inauguração do Copacabana Palace, a movimentação nos cassinos ampliou-se, sobretudo em razão daqueles que foram construídos em estâncias climáticas e balneárias. Em Poço de Caldas, na década de 1930, grandes empreendimentos foram construídos, como é o caso do Palace Casino, do Palace Hotel e do Thermas Antônio Carlos. Os turistas que chegavam, principalmente de São Paulo, por meio da Estrada de Ferro Mogyana, permaneciam na cidade durante, pelo menos, 21 dias. Entretanto, a fase áurea desses empreendimentos vai da década de 1930 a de 1940, quando a cidade hospedou várias vezes o presidente Getúlio Vargas e sua esposa Darcy Vargas, além de ministros, diplomatas, governantes, políticos e a mais alta sociedade brasileira⁸¹. Para Paixão (2006), em razão da sua localização, na divisa entre os estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, a cidade passou a atrair as oligarquias do “café-com-leite” e a vasta máquina pública do Rio de Janeiro, ávida pelo jogo.

Com exceção das estâncias balneárias, o setor hoteleiro no Brasil, na década de 1930, sofre com a diminuição do número de viagens. Em razão da crise mundial e da depressão econômica que se

completamente renovadas e modernizadas e o 6º andar ganhou 7 espaçosas e luxuosas Suítes Cobertura. Mais recentemente, em 2009, todas as acomodações com vista para a cidade do Prédio Anexo foram completamente renovadas adicionando novos apartamentos ao número total de acomodações do hotel, que atualmente possui 243 unidades, sendo em maior número as unidades tipo suítes. Disponível em: <<http://www.copacabanapalace.com.br>>. Acesso em: 26 jul. 2011.

⁸¹ Disponível: <<http://www.pocosnarede.com/>>. Acesso em: 1 ago. 2011.

instalou, houve uma redução da procura por meios de hospedagem em todo mundo. Principalmente nos Estados Unidos, epicentro da crise, uma parcela significativa dos hotéis foi desativada. Todavia, empreendimentos hoteleiros de pequeno e médio porte surgiram no Brasil para atender a demanda doméstica por hospedagem, especialmente nos centros mais dinâmicos como São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Bahia, Paraná e Rio Grande do Sul⁸².

O movimento revolucionário de 1930 no Brasil insere-se numa conjuntura externa de instabilidade mundial, gerada pela crise mundial de 1929⁸³. Após a Revolução, internamente, a política centralizadora, implantada pelo governo provisório de Getúlio Vargas, busca integrar o território brasileiro e fortalecer a unidade nacional para o enfrentamento da crise⁸⁴. No polo externo, a partir da Revolução de 1930, o Brasil

⁸² Sobre a diminuição do número de viagens no período, foi um dado apresentado pelo estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil, em 1999. No que se refere aos centros dinâmicos foram apontados por Proserpio (2007).

⁸³ Com a Europa reconstruída, no pós Primeira Guerra, os países europeus diminuíram drasticamente as importações dos produtos americanos e com isso as indústrias começaram a aumentar seus estoques de produtos. No momento da prosperidade, boa parte dessas empresas havia colocado suas ações na bolsa de valores de Nova York e os norte-americanos investiram nessas ações. Em 1929, ocorre uma desvalorização das ações de muitas empresas, o efeito é avassalador. Os preços dos papéis da Bolsa de Valores de Nova York, um dos maiores centros capitalistas da época, despencaram. Os investidores correm para vender as suas ações, porém já se encontravam desvalorizadas. Ocorre a quebra na bolsa e bancos, indústrias, empresas rurais foram à falência e em consequência milhares de americanos ficam desempregados. Vários países do mundo mantinham relações comerciais com os Estados Unidos por isso que a crise se espalhou rapidamente em vários continentes. O Brasil também foi afetado com a crise, pois os Estados Unidos era o maior comprador do café brasileiro.

⁸⁴ Em razão da crise mundial, a cafeicultura fica em situação complicada, pois o momento provocou a queda brusca dos preços do café no âmbito internacional. Em razão da queda do consumo, tornou-se praticamente impossível a ampliação do volume de vendas. Com isso, muitos fazendeiros ficaram endividados. Por conta dos empréstimos antes realizados e sem a perspectiva de venda da produção, faltaram-lhes recursos para honrar as dívidas pré-estabelecidas. Segundo Pereira (2001), os latifundiários feudais sentem-se marginalizados pela hegemonia dos agroexportadores da aliança entre São Paulo e Minas Gerais (a chamada política café com leite). Esses latifundiários insatisfeitos exigem mudanças que culminam com o movimento liderado por Getúlio Vargas. A situação agrava-se, pois há de um lado um bloqueio das exportações brasileiras e de outro a impossibilidade de importações. Os latifundiários associam-se à burguesia industrial nascente, formando uma Aliança Liberal composta pelas oligarquias do Rio Grande do Sul, Paraíba e Minas Gerais, que se unem ao Partido Democrático formadas por cafeicultores ex-integrantes do Partido Republicano Paulista. Para Fausto (2010), a Aliança Liberal foi formada em meados de 1929, com as candidaturas de Getúlio Vargas à Presidência e de João Pessoa à Vice Presidência em oposição a Júlio Prestes que vence as eleições em março de 1930. O resultado não foi bem aceito pelos opositoristas. Em

rompe com o capital industrial inglês e o lado externo do polo externo passa a ser o capital financeiro americano associado ao capital industrial brasileiro que representa o pacto de poder da classe dos industriais dominantes, ou seja, o sócio menor⁸⁵.

Para dar conta do projeto nacionalista, algumas medidas de controle foram executadas pelo Estado, após 1930, dentre as quais, a estatização do câmbio, o investimento em máquinas e equipamentos para implantação de novos setores industriais e políticas de importação implantadas pelo governo Vargas, que exigiam que todo importador comprovasse a aquisição de produtos nacionais (PEREIRA, 2001). Essas medidas tinham o intuito de dinamizar o mercado interno. Conforme relata Fausto (2010, p. 203), “[...] a partir de 1937, o Estado embarca com maior decisão, em uma política de substituir importações pela produção interna e de estabelecer uma indústria de base”.

Destaca-se que a Revolução de 1930 teve relação direta com o período depressivo do 3º Kondratieff (1920-1948) e com o fim da hegemonia industrial britânica e da economia agroexportadora, inaugurando o período de expansão da economia nacional com dinamismo próprio, o que interessava às oligarquias rurais regionais voltadas ao mercado interno, principalmente os industriais que puderam acelerar o processo de substituição de importações. O enfraquecimento da aristocracia liberal levou ao poder as camadas sociais conservadoras de tendências nacionalistas, responsáveis pela introdução de uma política governamental voltada para a indústria (MAMIGONIAN, 2005).

julho, João Pessoa é assassinado em Recife por adversários políticos. A sua morte foi explorada politicamente pelos opositoristas do governo. Em outubro de 1930, estoura a Revolução, inicialmente em Minas Gerais e no Rio Grande do Sul que culminou com a posse de Getúlio Vargas na Presidência, em 3 de novembro de 1930, marcando o fim da Primeira República.

⁸⁵ A crise mundial contribuiu para o declínio da hegemonia inglesa e ascensão dos Estados Unidos. Ao mesmo tempo surgiu outro competidor internacional, a Alemanha Nazista, a partir de 1933. Dessa forma, no período de 1934 a 1940, caracteriza-se pela crescente participação da Alemanha no mercado exterior do Brasil, tornando-se a principal compradora do algodão brasileiro e a segunda do mercado de café. A política externa foi alterada com a Segunda Guerra Mundial com o fortalecimento das relações com os Estados Unidos. Como foi o financiamento dos americanos para implantação da Usina de Volta Redonda, com sede no Rio de Janeiro. Os créditos forma concedidos pelo banco Export-Import Bank e com recursos brasileiros. Entretanto, o seu controle ficou nas mãos de uma empresa de economia mista, a Companhia Siderúrgica Nacional (FAUSTO, 2010).

Nesse contexto, cabe destacar que a formação social brasileira não é um mero reflexo das forças exógenas, pois, apesar das dificuldades enfrentadas no âmbito internacional, como foi o caso da depressão provocada pela crise de 1929, os problemas são solucionados com base no mercado interno. Portanto há uma dinâmica interna própria, que, apesar da conjuntura internacional desfavorável, permite a expansão da economia brasileira⁸⁶.

O Brasil reage aos movimentos do ciclo longo mundial [...] quando a economia mundial entra em fase expansiva, o Brasil reage aprofundando os seus laços de divisão internacional do trabalho, o que se manifesta pela expansão das exportações e importações. Entretanto, quando a economia entra em fase recessiva, a economia brasileira volta-se sobre si mesma, adotando uma forma de substituição de importações, que também pode ser e o tem sido, uma forma de crescimento, adequada ao seu nível de desenvolvimento econômico e social. (RANGEL, 2005, p. 698).

⁸⁶ Para Rangel (2005), quando a economia mundial entra em recessão, a qual tem duração de meio século, característica do ciclo de Kondratieff, a economia brasileira, como parte da periferia, tem de esforçar-se por ajustar-se ao novo estado das coisas. A economia não se acomoda passivamente, mas ativamente; promove uma forma de substituição de importações adequada ao estágio de desenvolvimento alcançado por suas forças produtivas e por instituições básicas. É por isso que o Brasil tem encontrado meios de desenvolver-se, tanto nas fases B como nas fases A dos ciclos longos. Na fase B do primeiro Kondratieff (1815-1848), há uma diversificação das atividades produtivas na fazenda, com a realocação dos seus recursos tornando-os menos dependentes das importações. Do ponto de vista da economia nacional, pode ser encarado como um esforço de substituição de importações. Na passagem da fase A do ciclo longo subsequente inverte-se essa tendência. A fazenda volta a concentrar os seus recursos para artigos exportáveis. Com o crescimento das receitas monetárias da fazenda, ocorre o movimento de urbanização motivado pela transferência das casas-grandes para as cidades. No próximo ciclo, correspondente à fase B (1873-1896), impunha-se um novo esforço de substituição de importações que assumiria a forma de proliferação de unidades artesanais e algumas manufaturas pré-industriais. Como promotor desse movimento, não mais os senhores de escravos, mas o capital mercantil que se vinha desenvolvendo desde a Abertura dos Portos (1808). Ao se inserir a fase A do terceiro ciclo (1896-1921), a economia voltou a crescer. Com advento da 1ª Guerra Mundial e da subsequente fase recessiva do terceiro ciclo longo, a economia brasileira abre-se externamente. O esforço mercantil de substituição de importações ganha feições industriais. Inicia-se efetivamente a industrialização no Brasil.

Em 1936, a hotelaria já dava sinais de organização, quando por ocasião do I Congresso Nacional Hoteleiro foi fundada a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, com sede no Rio de Janeiro, para atuar como órgão técnico consultivo no estudo e solução dos problemas do setor, tendo como principal objetivo representar e defender os interesses da classe dos hoteleiros do Brasil.

No início dos anos 40, a proliferação de cassinos no País motivou a diversificação do setor, por meio da construção dos hotéis-cassino. Surgem, no período, o Grande Hotel de Poços de Caldas, em Minas Gerais; o Atlântico, de Santos; o Águas de São Pedro e o La Plage, do Guarujá, em São Paulo; o Marambaia Cassino Hotel, de Balneário Camboriú, em Santa Catarina. Segundo Proserpio (2007), ainda surgiram no período o Palácio Quitandinha, em Petrópolis; o Parque Balneário, de Santos; o Quississana, em Poços de Caldas; o Grande Hotel Termas, de Araxá; o Icaraí de Niterói; e o Grande Hotel de Cipó, na Bahia, os quais acabaram sendo desativados com a proibição do jogo (1946).

A proibição do jogo deu-se por meio do Decreto-Lei 9.215 de 30 de abril de 1946, firmado pelo então Presidente da República Eurico Gaspar Dutra. Tal medida gerou descontentamento da classe empresarial e desencadeou problemas de ordem social, como o desemprego, em razão do fechamento dos Cassinos em todo território nacional. No caso dos Hotéis-Cassinos, localizados nas cidades que dispunham de outros atrativos naturais para atrair os turistas, houve uma diversificação dos seus serviços, compensando a evasão da demanda motivada pelo jogo. Entretanto, os hotéis que possuíam o jogo como principal atrativo turístico sofreram perdas econômicas mais graves e tiveram dificuldades em manter os seus negócios. Assim, um dos motivos pelo qual o setor não apresentou uma evolução significativa deve-se à proibição dos jogos de azar, em 1946. A partir desse período, as viagens comerciais voltaram a ser as principais responsáveis pela procura de hospedagem nos hotéis. Já na década de 1950, o País passa por modificações significativas no seu sistema rodoviário e no transporte aéreo. A implementação de investimentos na infraestrutura dos principais aeroportos e a construção de estradas interestaduais refletiram no aumento das viagens domésticas impulsionadas pela instalação da indústria automobilística no Brasil.

No início dos anos de 1950, o governo brasileiro promoveu várias medidas para incentivar o desenvolvimento econômico. Foi dada ênfase à industrialização com a fundação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) em 1952, que teve o propósito de

acelerar a diversificação industrial, assim como promover investimentos públicos em infraestrutura, dentre os quais se encontram a melhoria no sistema de transportes e o reequipamento da marinha mercante e do sistema portuário brasileiro (FAUSTO, 2010).

O plano de metas do governo de Juscelino Kubitschek (1956 a 1961), cujo lema era “cinquenta anos em cinco”, previa o investimento em áreas consideradas prioritárias para o desenvolvimento econômico. De acordo com Fausto (2010, p. 236), a “ideologia nacionalista perdia terreno para o desenvolvimentismo”. O governo JK promoveu uma ampla atividade do Estado tanto no setor de infraestrutura como no incentivo a industrialização. Foi nesse período que ocorreu a abertura da economia para investimento do capital estrangeiro, atraindo grandes empresas internacionais. A legislação facilitou os investimentos estrangeiros em áreas consideradas prioritárias pelo governo: indústria automobilística, transporte aéreo e energia. Foi quando entraram no mercado brasileiro as grandes montadoras de automóveis, dentre as quais: Ford, Volkswagen e General Motors, que se instalaram na região do ABC paulista, abrangendo os municípios de Santo André, de São Bernardo e de São Caetano.

Foi no governo de Juscelino Kubitschek que foi instituído o primeiro órgão federal destinado ao desenvolvimento do turismo interno e externo do Brasil, a COMBRATUR (Comissão Brasileira de Turismo), por meio do Decreto nº 44.863 de 21 de novembro de 1958. Os integrantes da comissão eram representantes dos mais diversos setores da atividade pública e privada que era subordinada diretamente à Presidência. Como se vê, o governo federal dava os primeiros sinais para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para o incremento da atividade turística no Brasil. Vale ressaltar que a COMBRATUR foi o órgão que antecedeu a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), criado em 1966⁸⁷.

Acompanhando o ritmo desenvolvimentista ditado pelo governo brasileiro no período, surgem algumas das mais importantes redes

⁸⁷ A COMBRATUR era composta por membros representantes dos Ministérios da Confederação Nacional da Indústria, da Confederação Rural Brasileira, do Touring Club do Brasil, do Automóvel Club do Brasil, da Associação Brasileira da Imprensa, da Associação Brasileira da Propaganda, da Superintendência da Valorização da Amazônia, do Instituto de Arquitetos do Brasil, do Instituto Nacional de Imigração e Colonização, da Associação Brasileira de Tradições Populares e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Tinha como finalidade coordenar, planejar e supervisionar a execução da política nacional do turismo, com objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do País, no que respeita ao turismo interno e internacional (DECRETO Nº 48.126 DE 19/04/1960, SENADO FEDERAL).

nacionais de hotéis, a exemplo da rede Tropical, que se originou da Real Tur S/A, empresa criada em 1959 pela Real Transportes Aéreos para administrar os Hotéis Cataratas (Paraná) e o Hotel Bahia (pertencente ao governo do estado da Bahia). Em 1967, a Real Transportes Aéreos foi comprada pela VARIG (Fundação Rubem Berta), passando os hotéis a ser administrados pela Companhia Tropical de Hotéis. Outra rede importante e tradicional no Brasil que surgiu nesse período foi a Othon, que inaugurou o seu primeiro empreendimento em 1944 no Rio de Janeiro e no mesmo ano em São Paulo, sendo nos anos seguintes outras unidades abertas em Salvador, Olinda e assim por diante⁸⁸. Pode-se afirmar que a rede Othon foi a primeira rede hoteleira de capital brasileiro a se expandir no território nacional.

O desenvolvimento da indústria automobilística, a ampliação do sistema rodoviário, a construção e ampliação dos aeroportos e a introdução dos aviões de grande porte foram infraestruturas necessárias e responsáveis para o incremento do setor de viagens a partir dos anos de 1960.

Com a transferência da sede do governo brasileiro (Rio de Janeiro) para Brasília em 21 de abril de 1960, surgiram também as primeiras iniciativas do poder público para o desenvolvimento do turismo no Brasil. Tal mudança representou a interiorização do País e um estímulo às viagens, além da diversificação espacial dos negócios e dos serviços de hospedagem que até então eram concentrados no Rio de Janeiro e em São Paulo. Foram criados programas de incentivos voltados para a construção de hotéis, com o intuito de viabilizar a expansão do parque hoteleiro nas principais capitais brasileiras.

Uma das iniciativas públicas foi a criação da Embratur (1966)⁸⁹ e, junto com ela, o FUNGETUR (Fundo Geral de Turismo), que passam a atuar através de incentivos fiscais na implantação de hotéis, promovendo uma nova fase na hotelaria brasileira, principalmente no segmento de hotéis de luxo, os chamados cinco estrelas. Esse novo surto hoteleiro leva também a mudanças nas leis de zoneamento das grandes capitais, tornando a legislação mais flexível e favorável à construção de hotéis (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2000).

Para Rangel (2005, p. 712), no período de 1967 a 1973, “o Brasil viveu uma conjuntura extremamente favorável, resultante da

⁸⁸ Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil em 1999.

⁸⁹ O Decreto de Lei nº55 de 18/11/1966, do então Presidente Castello Branco, define a política nacional do turismo, cria o Conselho Nacional do Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). (BRASIL, 1966).

coincidência da fase A do ciclo endógeno⁹⁰ com a etapa final da mesma fase A do quarto ciclo longo”. A partir de 1973, o mundo entra em uma fase recessiva do quarto ciclo de Kondratieff. A economia brasileira até 1973, com seu Juglar em fase ascendente, viu-se acelerada e invertendo-se a conjuntura mundial a partir daquele ano. Dessa forma, com o Juglar em fase ascendente, o Brasil obteve um desempenho satisfatório no período de 1975 e 1980 - a produção industrial brasileira cresceu na ordem de 7,6% ao ano contra a 4,5% ao ano no mundo.

Com o estabelecimento da correção monetária, as vendas da indústria de bens duráveis, recentemente instaladas no período do governo JK, poderiam ser adquiridas pela classe trabalhadora. A correção monetária permitiu a incorporação dos juros futuros nos financiamentos descontando a inflação.

Na fase ascendente do Juglar brasileiro, o número de meios de hospedagem no País aumentou de 12,66 mil estabelecimentos (1968) para 17,68 mil em 1981, crescimento na ordem de 39,65%. Dessa forma, o número de quartos cresceu de 211,87 mil para 351,7 mil, representando um incremento de 66%. No período de 1968 a 1979 registra-se um crescimento de 300% nos hotéis de luxo e 265,44% nos empreendimentos de primeira categoria. Outro destaque: encontra-se na diversificação dos meios de hospedagem o crescimento do número de Motéis, de 38 empreendimentos (1968) para 1,02 mil (1979). O número de hóspedes no Brasil aumentou também de 19,38 milhões (1969) para 26,51 milhões (1973), um incremento de 36,8% em menos de 5 anos, o que fez contribuir o desenvolvimento dos incentivos do governo federal para a expansão das redes hoteleiras locais, bem como a entrada das grandes cadeias internacionais. Nesse período, surgem vários hotéis de luxo, como é o caso do Maksoud Plaza em São Paulo; o Internacional Foz, no Paraná; Laguna Tourist, em Santa Catarina⁹¹.

O quadro 8 a seguir apresenta a evolução do número de hotéis, pensões e motéis de 1968 a 1979.

⁹⁰ Com advento do capitalismo industrial, surge no corpo da economia um centro dinâmico capaz de engendrar ciclos diferentes e independentes dos ciclos longos que tinham a sua origem no centro dinâmico da economia mundial. Esses ciclos são denominados Ciclos de Juglar cuja duração varia entre 7 e 11 anos. O Juglar brasileiro tem a duração aproximada de um decênio. Os primeiros cinco anos de cada década são depressivos, ao passo que as fases ascendentes ocorrem nos próximos cinco anos.

⁹¹ Os dados são do IBGE, publicados pelo estudo “Análise setorial da Indústria Hoteleira” da Gazeta Mercantil, em 1999.

Quadro 8 - Evolução dos meios de hospedagem no Brasil de 1968 a 1979

Ano	Categoria dos hotéis				Outros estabelecimentos		Total Meios de Hospedagem
	Luxo	1ª	2ª	3ª	Pensões	Motéis	
1968	28	136	517	7.889	4.052	38	12.660
1969	43	244	811	7.226	4.090	183	12.597
1971	22	154	621	8.277	4.055	204	13.333
1972	18	168	673	8.720	3.929	256	13.764
1973	30	208	729	9.315	4.058	293	14.633
1974	70	333	801	9.495	3.575	507	15.356
1976	94	384	902	9.434	3.603	654	16.345
1977	105	468	949	9.572	3.462	787	16.807
1978	111	482	1.088	9.978	3.585	901	17.751
1979	112	497	1.176	9.618	3.341	1.023	17.683

Fonte: Panorama Setorial da Indústria Hoteleira (1999).

Percebe-se, no quadro acima, a evolução no número de meios de hospedagem que surgiram no período, mesmo diante da crise mundial que surgiu em 1973⁹². O número de empreendimentos hoteleiros continuava crescendo, o que comprova a teoria de Rangel sobre a individualidade ou as características originais da economia brasileira que cresce mesmo nas fases depressivas do ciclo. Observa-se que os hotéis de luxo e os considerados de 1º categoria, todos contavam aposentos com banheiros privativos, já os de segunda categoria, 40% possuíam banheiros e os de terceira categoria, menos de 40%, contavam com esse tipo de equipamento⁹³.

No início da década de 70, não existia nenhuma exigência quanto à estrutura física e de serviços dos hotéis independentes para determinar o padrão referente à categoria hoteleira, pois somente em 1978 é que o sistema de classificação hoteleiro foi instituído pelo Conselho Nacional de Turismo (CNTur). Nesse momento, eram classificados como hotéis aqueles que possuíam os apartamentos privativos, com banheiros ou salas. Os hotéis que possuíam apartamentos com cozinha e sala passaram a ser chamados de hotéis-residência, enquanto as instalações com valor histórico foram denominadas pousadas, e os estabelecimentos simples com banheiros coletivos foram classificados como hospedaria de turismo. Os hotéis de lazer deveriam possuir equipamentos de lazer, tais como piscina e atividades de recreação.

A década de 1970 registra o crescimento do número de viagens decorrente do desenvolvimento da infraestrutura dos transportes aéreo e rodoviário.

3.2 O DESENVOLVIMENTO DO SETOR HOTELEIRO A PARTIR DA ENTRADA DAS REDES INTERNACIONAIS NO BRASIL

A entrada das cadeias internacionais de hotéis em meados da década de 1970 foi estimulada pela deflagração da crise do sistema capitalista e pelo acirramento da concorrência entre companhias em nível internacional e pela alta taxa de crescimento econômico sustentado por mais de uma década, transformando, conseqüentemente, o país em

⁹² Ressalta-se que a fase B do quarto Kondratieff abriu-se em 1973, com a chamada crise do petróleo, que ao mesmo tempo traduzia-se por uma forte crise na balança de pagamentos dos países importadores de produtos, como foi o Brasil e na acumulação de saldos sem precedentes dos países exportadores do mesmo produto. A determinação dos governos militares de tornar o Brasil uma "potência emergente" e a disponibilidade externa de capital aceleraram e diversificaram o crescimento do país entre 1968 e 1974.

⁹³ Análise setorial da Indústria Hoteleira (GAZETA MERCANTIL, 1999).

um importante polo de viagens de negócios e de lazer. A estratégia utilizada pelas redes internacionais foi a de associar-se a grupos nacionais que, na maioria dos casos, assumiam a responsabilidade do investimento imobiliário enquanto a administração do empreendimento era realizada através de contrato de gestão ou sistemas de franquias⁹⁴.

A primeira rede internacional a operar no Brasil foi a Hilton Internacional Corporation, com a inauguração do Hilton São Paulo com 400 apartamentos (1971). A capital paraense foi a segunda cidade escolhida pelo grupo. O Hilton Belém foi inaugurado em agosto de 1984 com 361 apartamentos. Além da Hilton, outras redes internacionais também entraram no território nacional no início da década de 1970. A Holiday Inn assumiu a administração de dois hotéis Nivory, no interior de São Paulo. A rede expandiu a sua atuação utilizando-se do sistema de franquia (1976) com hotéis em Santos, em Campinas e em São Bernardo do Campo. Em 1974, no Rio de Janeiro, o Sheraton e o International Rio, administrado pela Intercontinental Hotel Corporation em associação com o grupo Brascan, que na época era detentor do controle da companhia de energia Light e de duas empresas de turismo, a Gávea Hotelaria e Turismo e a Parati Desenvolvimento Turístico. No ano seguinte (1975), a Méridien, de origem francesa, subsidiária da Air France, iniciou as suas atividades em Salvador, por meio da associação ao grupo Sisal da Bahia. O Clube Mediterranée instalou-se em 1976, na ilha de Itaparica, na Bahia; a rede Novotel, na época (hoje os seus hotéis pertencem a rede Accor), iniciou as suas operações em parceria com o grupo Moreira Salles, em 1977. Posteriormente, a rede Caesar Park inaugura dois estabelecimentos no período de 1976 e 1979 em São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente⁹⁵.

A expansão das redes internacionais esteve relacionada com o forte crescimento econômico observado no período de 1970, o qual foi acompanhado por um expressivo crescimento das viagens de negócios e hospedagem. O modelo de substituição de importações, por um lado apoiado em subsídios e incentivos governamentais e por outro na atração de capital estrangeiro e os sistemas de incentivos promoveram a diversificação dos projetos hoteleiros em âmbito nacional.

Seguindo a estratégia política e econômica vigente, além do incentivo à instalação de novas indústrias, o setor de turismo também é

⁹⁴ A vinda das cadeias hoteleiras para o Brasil no início da década de 70, coincidiu com uma fase de disponibilidade de financiamento de longo prazo através da EMBRATUR e de incentivos fiscais para construção de hotéis (HIA – Hotel Investment Advisors, 2007).

⁹⁵ Os dados foram fornecidos pelo estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira publicado pela Gazeta Mercantil (1999) e pela obra de Renata Prosérpio (2007).

beneficiado, por meio da EMBRATUR com a entrada de novos capitais no final dos anos de 1960, determinante para a expansão do parque hoteleiro no Brasil e a entrada das redes internacionais, atraídas pelos incentivos e pela perspectiva de crescimento do turismo interno. Dessa forma foram criadas linhas de crédito e financiamento que beneficiaram boa parte dos hotéis do Brasil: Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR)⁹⁶; Fundo de Investimento do Nordeste (FINOR); Fundo de investimento da Amazônia (FINAM). Além do BNDES e os fundos de pensão, como a PREVI, foram os grandes responsáveis pela ampliação do parque hoteleiro brasileiro. Entre o período de 1976 e 1996, o FUNGETUR financiou a construção de aproximadamente 48 mil apartamentos em todo o País.

A década de 1970 foi, também, marcada pelo crescimento das redes nacionais, dentre as quais a Hotéis Reunidos S. A., que inaugurou o Hotel Nacional no Rio de Janeiro, oitavo estabelecimento do grupo. A Rede Tropical, controlada até então pela companhia de aviação Varig, construiu, em 1973, o Hotel Santarém (AC), os hotéis de Manaus (AM) e Tambaúba (PB), em 1976. A rede Othon passou de dois para oito hotéis no período de 1972 a 1979. O grupo Arão Sahn, proprietário da rede Eldorado, inaugurou em São Paulo, entre 1973 e 1978, o Eldorado Boulevard na Avenida São Luís; o Morada do Sol, em Araraquara (SP); o Village Atibaia, em Atibaia (SP); o Eldorado Higienópolis, em São Paulo (SP) e o Eldorado, em São José dos Campos. Destacaram-se na época outros empreendimentos independentes, como o Hotel Miramar, em Recife e o Casa Grande Hotel (1972), no Guarujá. Surge o Sol Itapema e o São Paulo Center Hotel (1973); o Salvador Praia Hotel (1974) e o Everest Rio (1975)⁹⁷.

É importante ressaltar que até 1970, os hotéis brasileiros eram administrados diretamente pelos proprietários ou por empresas especializadas (operadoras hoteleiras)⁹⁸ pertencentes a redes hoteleiras

⁹⁶ O fundo geral de turismo (FUNGETUR) foi criado pelo Conselho Nacional de Turismo (CNTur) no final da década de 1960 pra financiar os investimentos que promovessem o desenvolvimento das atividades turísticas no País (Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil, 1999) . Em 1971, o Decreto-lei nº1191, de 27 de outubro de 1971 é sancionado pelo então Presidente da República Emílio G. Médice. JusBrasil - Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/109337/decreto-lei-1191-71>>. Acesso em: 13 jun. 2011.

⁹⁷ Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil, 1999.

⁹⁸ As operadoras hoteleiras são prestadoras de serviços especializados na administração de redes de hotéis. Utilizam-se tradicionalmente de contrato de administração ou gerenciamento e de franquias para expansão. Podendo atuar no setor hoteleiro como proprietárias, agentes financiadoras e na elaboração de projetos. Os contratos para

de capital nacional. Com a entrada da primeira rede internacional, no Brasil, os empreendimentos passaram a ser também administrados por contrato de gestão, arrendamento ou em sistema de franquia. Ressalta-se que, em geral, os hotéis independentes são administrados pelos próprios proprietários, esse é o caso da maior parte dos empreendimentos brasileiros.

Nos anos de 1980, o desenvolvimento de projetos hoteleiros foi bastante prejudicado pela instabilidade econômica e pelo crescimento acelerado da inflação⁹⁹, período em que a fase recessiva do ciclo breve (Juglar brasileiro) coincide com a do ciclo longo mundial (Kondratieff). “Foi um período de estagnação que durou quase toda a primeira metade da década de 1980, com quedas de 4,3% do PIB, em 1981, e de 2,9%, em 1983, redução das taxas de investimentos, principalmente entre 1981 e 1985” (FIGUEIRAS, 2007, p. 37). Os recursos do FUNGETUR foram reduzidos e também as fontes de financiamentos com retorno do investimento de médio e longo prazo praticamente inexistentes. Com os custos elevados e os prazos inapropriados, desencadeou-se a falta de novos investimentos no setor hoteleiro.

Ressalta-se, entretanto, que na mesma década a hotelaria nos Estados Unidos expande-se, impulsionada pelo aumento da competição em escala mundial e pelo crescimento da atividade turística no mundo, ao contrário do Brasil, onde a retração da economia, o endividamento externo e a implantação de políticas públicas voltadas para combater a hiperinflação restringiam as oportunidades de novos projetos hoteleiros, contribuindo também para a estagnação e a redução da entrada de estrangeiros (turistas) no País. A exceção acontecia em Santa Catarina, onde o período foi bastante promissor.

A época marca o “boom” da atividade turística no litoral catarinense, especialmente nas cidades de Florianópolis e Balneário Camboriú, resultante de uma estratégia política e promocional do estado, com sucessivas campanhas publicitárias em todo território nacional e nos países vizinhos, que fez com que a região recebesse um

administração são, em geral, de médio e longo prazo, normalmente estabelecem os percentuais referentes à taxa de administração e à participação nos lucros brutos. Alguns também são estabelecidos baseados nos resultados. Dessa forma, preveem cláusulas de quebra de contrato, caso os operadores não alcancem o desempenho estimado, pelo próprio contrato.

⁹⁹ Com a crise econômica do início dos anos de 1980, a indústria hoteleira certificou-se de que seria difícil manter o ritmo de crescimento da oferta de novos hotéis, como ocorrera na década de 1970, em função do fim dos financiamentos de longo prazo e dos incentivos fiscais (HIA, 2007).

número bastante expressivo de turistas estrangeiros (Argentinos e Uruguaios). Em Florianópolis, ocorre a expansão urbana na parte balneária ao Norte da Ilha, com os loteamentos e a construção dos Hotéis de Lazer nas localidades de Jurerê, Ingleses, Canasvieiras, Pontas das Canas e Cachoeira do Bom Jesus.

No início da década de 1980, apesar da crise econômica internacional, alguns projetos já antes iniciados (1970) foram consolidados, especialmente no segmento de luxo, dentre os quais se destacam o Maksoud Plaza (SP), o Rio Palace (RJ), o Transamérica (SP), o Internacional Foz (PR) e o Hilton Belém (PA).

No início da década de 1990¹⁰⁰, o governo Collor abre um período de mudança na economia brasileira e na própria organização produtiva do Brasil, com a abertura comercial e a redefinição do papel do Estado. Algumas medidas foram iniciadas a partir de 1988 como a redução das alíquotas de importação e restrição de algumas barreiras tarifárias. Foi no governo Collor (1990), porém, que efetivamente apresentou-se um cronograma de redução tarifária e abolição dos regimes especiais para importação. Essa abertura desencadeou o processo de abertura da economia, mas que contemplava uma política de modernização da produção nacional. Dessa forma, o setor industrial viu-se em uma situação de crise, diante da concorrência internacional. A saída encontrada para modernização do mercado nacional foi a atração das multinacionais para aqui se instalarem. Muitas dessas empresas viram no mercado brasileiro uma oportunidade e uma possibilidade concreta de desenvolvimento já que este se apresentava defasado.

O Plano Collor promovia a estabilização econômica articulada a um projeto de mudanças estruturais de longo prazo. Basicamente, constituía-se de uma reforma monetária, um ajuste fiscal e uma política de rendas associada a medidas para a liberalização do comércio externo, assim como a realização de uma nova política cambial¹⁰¹ (FIGUEIRAS, 2007).

¹⁰⁰ Quando os setores sociais nacionais desenvolvimentistas são apeados do poder pela aliança entre o capital financeiro nacional e internacional com os setores agroexportadores.

¹⁰¹ A reforma monetária fez-se pela substituição da velha moeda (Cruzado Novo) pela nova (Cruzeiro). Uma medida inédita foi tomada na política econômica do país, a totalidade dos ativos financeiros do país foi atingida por um confisco, que reduziu a liquidez da economia de 25% para 10% do PIB. O ajuste fiscal tinha como objetivo fundamental a obtenção de um superávit operacional de 2% do PIB, por meio de um esforço fiscal de 10% do PIB, que consistiu em medidas de indexação e redução dos

No âmbito empresarial, apresenta-se a situação de previsibilidade de investimento. A partir de 1991, as fontes de financiamento influenciaram o surgimento de novos projetos hoteleiros em polos turísticos de referência, com destaque para o papel do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social). Nesse mesmo ano, financiou 50% do investimento de US\$ 30 milhões para ampliação do hotel Transamérica São Paulo¹⁰².

O novo cenário configurou-se no setor produtivo nacional, criou-se um modelo de desenvolvimento com bases no setor privado e, conseqüentemente, no enfraquecimento do setor público. A criação do Plano Real¹⁰³ aprofundou as mudanças já ocorridas baseada na abertura total do mercado, marcando o início da fase de expansão da demanda do setor hoteleiro¹⁰⁴.

prazos de recolhimentos dos impostos, ampliação da tributação, aumento das alíquotas, suspensão dos incentivos regionais (FIGUEIRAS, 2007).

¹⁰² A Companhia Transamérica de Hotéis, fundada em 1972, somente inaugurou seu primeiro empreendimento, o Hotel Transamérica São Paulo, em 1985. No ano seguinte, iniciou a sua administração e operação hoteleira com o hotel Transamérica La Residence, também na cidade de São Paulo. Até 1999 a companhia atuava com a marca Transamérica Comercial e Serviços. De 2000 até 2010, a empresa passou a ser conhecida por Transamérica Flats. Desde 2010, um novo modelo de negócio foi adotado pela empresa, passando a chamar-se de Transamérica Hospitality Group, com a administração de 3.120 unidades habitacionais distribuídas em 17 empreendimentos, em cinco cidades brasileiras: São Paulo, Sorocaba, Rio de Janeiro, Curitiba e Vila Velha. Atualmente, o grupo é controlado pelo Conglomerado Financeiro Alfa que teve início em 1925 com o Banco da Lavoura de Minas Gerais. Em 1972, alterou a sua denominação para Banco Real que teve parte do seu controle acionário vendido ao ABN Amro Bank. As empresas financeiras não vendidas (então Banco Real de Investimento, Real Financeira, Real Arrendamento Mercantil e Corretora Real) formaram o novo Conglomerado Financeiro Alfa, completado logo após com a criação do Banco Alfa (banco comercial) e da Alfa Seguradora. O controlador do Conglomerado Financeiro Alfa possui ainda relevantes investimentos em áreas não financeiras: Hotelaria (Rede Transamérica de Hotéis), Materiais de Construção (C&C Casa e Construção), Agropecuária e Agroindústria (Agropalma), Águas Minerais (Águas Prata), Alimentos (Sorvetes La Basque), Cultural (Teatro Alfa) e Comunicações (Rádio Transamérica e TV Transamérica). (GAZETA MERCANTIL, 1999; VALOR ECONÔMICO, 2010).

¹⁰³ Segundo Bresser Pereira (2012), o Plano Real foi iniciado no governo de Itamar Franco, um governo que tentou reverter a hegemonia política que se estabelecera no Brasil depois do fracasso do Plano Collor (1990) e a constituição do Pacto-liberal-dependente de 1991 que reunia toda a burguesia excluindo os trabalhadores, os empresários industriais. No governo seguinte de Fernando Henrique Cardoso (1995), submeteu-se o Brasil a uma nova ordem internacional, neoliberal de reformas institucionais e de gestão macroeconômica.

¹⁰⁴ Nos anos de 1990, o setor hoteleiro no Brasil passou a vislumbrar uma nova fase de desenvolvimento. Em 1991, o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) começou a oferecer uma linha de crédito para a construção de hotéis, apesar de

O desempenho dos hotéis gerou um grande interesse dos investidores institucionais, principalmente dos Fundos de Pensão¹⁰⁵, bem como de outros investidores internacionais atraídos pela possibilidade de bons retornos do capital aplicado na construção de novos empreendimentos hoteleiros. A hotelaria brasileira passa a atrair a atenção do capital estrangeiro, que começa a investir em novos hotéis no Brasil, primeiramente através das próprias redes hoteleiras. Como exemplo de investimentos, pode-se citar a compra da rede Caesar Park pelo grupo Mexicano Posadas e a construção do Grand Hyatt, em São Paulo, com investimento da própria Hyatt e do grupo argentino Libermann¹⁰⁶.

No Brasil, os fundos atuam de forma incipiente no setor hoteleiro se comparado com outros países como Estados Unidos. Apesar disso, observa-se um significativo crescimento no número de investimentos dos fundos de pensão na hotelaria, como é o caso do Fundo de Pensão dos Funcionários da Caixa Econômica Federal (Funcef), proprietária do Eco Resort de Cabo de Santo Agostinho (PE), do Eco Resort de Angra dos Reis (RJ), do hotel Brasília Alvorada (DF) e do Hotel Renaissance (SP)¹⁰⁷. No seu orçamento anual, na ordem de R\$400 milhões, direciona

apresentar condições (prazo e juros) mais desfavoráveis do que o modelo aplicado no exterior.

¹⁰⁵ Os fundos institucionais, ou fundos de pensão, passaram a atuar no setor hoteleiro no início dos anos de 1990, com o crescimento dos recursos administrados por essas instituições e as oportunidades associadas aos empreendimentos no setor de turismo no país. A entrada dos investidores institucionais no setor foi acompanhada pela expansão das operadoras hoteleiras internacionais que ofereciam aos fundos e aos proprietários dos empreendimentos imobiliários o gerenciamento profissional e o acesso aos mercados turísticos internacionais, através das cadeias hoteleiras. A Previdência Privada dos Funcionários do Banco do Brasil (PREVI) realizou importantes investimentos no setor hoteleiro, com o Complexo Turístico da Costa do Sauípe, localizado na Costa do Coqueiro na Bahia, inaugurado em 2000. Outro investidor institucional, o Fundo de Pensão dos Funcionários da Caixa Econômica Federal (FUNCEF) também realizou investimentos importantes, o empreendimento hoteleiro Renaissance de São Paulo, em 1997; o Resort de luxo Cabo de Santo Agostinho administrado pela rede Blue Tree, dentre outros (GAZETA MERCANTIL,1999).

¹⁰⁶ Análise Setorial da Indústria Hoteleira (1999) e Hotel Investment Advisors,(HIA, 2007).

¹⁰⁷ A rede portuguesa Vila Galé, em 2009, assumiu a administração dos hotéis da Funcef em Cabo de Santo Agostinho e em Angra dos Reis. O contrato prevê a terceirização da gestão por dez anos. Os empreendimentos antes eram administrados pela Rede Blue Tree até 2006. O grupo Posadas assumiu a administração, mas, diante dos prejuízos acumulados, a empresa desistiu do projeto. A Funcef abriu concorrência que acabou com a vitória da rede Vila Galé. Para garantir o sucesso da parceria a rede pretende investir R\$17 milhões em reformas e reposicionamento dos dois empreendimentos no mercado.

aproximadamente 150 milhões para investimentos no setor de hotelaria no mercado brasileiro (VALOR ECONÔMICO, 2010).

A fase de expansão da demanda do setor hoteleiro foi motivada pelo aumento da entrada de estrangeiros no País e pelo incremento do turismo interno. Entre o período de 1994 e 1997, a ocupação hoteleira nos hotéis de categoria superior cresceu em 11,6% e dos hotéis chamados intermediários, 9,1% e no caso dos hotéis econômicos, 10,2% entre 1995 e 1997. O desenvolvimento do turismo interno no período foi motivado pelo incremento da renda da população do sistema de crédito para o financiamento de passagens aéreas e de pacotes turísticos. Foram comercializados no Brasil 1,4 milhão de pacotes em 1997, o que representa 20% de incremento em relação ao ano anterior. Contribuiu para o crescimento do turismo interno a desregulamentação do transporte aéreo, a qual levou à criação de novas rotas, à redução dos preços das passagens em 40% no período de 1996 e 1997. Com a desvalorização cambial em 1999, houve uma queda nos preços dos pacotes nacionais em relação aos internacionais gerando impactos negativos sobre a procura. No âmbito do turismo de negócio, em 1997, o Brasil recebeu cerca de 3 milhões de visitantes, dos quais 28,3% desse montante estavam em viagem de negócios. No mesmo período, as viagens de lazer representaram 27,6% da ocupação dos hotéis de categoria superior; 31,1% da ocupação dos hotéis intermediários e 40,9% da ocupação dos hotéis econômicos. No período de 1997, conforme registros do Banco Central, o turismo foi o quarto maior gerador de divisas internacionais, com US\$2,59 bilhões, sendo o principal produto o ferro com US\$2,85 bilhões, seguido do café com US\$ 2,75 bilhões; e pela soja com US\$ 2,68 bilhões¹⁰⁸.

Cabe destacar que desde a década de 1970 até o Plano Real, as taxas de inflação medidas pelo INPC¹⁰⁹, que se encontravam próximas de 20% no início dos anos de 1970, passam para cerca de 100% nos três primeiros anos da década de 1980. Saltam para o patamar dos 200% nos anos da década de 1983 e 1985 e, após o ano do Plano Cruzado (62,4%), voltam a acelerar, com 395% em 1987, atingindo o patamar de 990% em 1988, 1.880% em 1989 e 1.585% em 1990. O Plano Collor resultou em uma taxa de 475% em 1991, seguida de 1.150% e 2.490% nos anos de 1992 e 1993, respectivamente.

¹⁰⁸ Dados provenientes do estudo - Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pela Gazeta Mercantil, 1999.

¹⁰⁹ Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), média do custo de vida nas 11 principais regiões metropolitanas do país para famílias com renda de 1 até 8 salários mínimos, medido pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

A partir de 1994, verifica-se uma brusca interrupção do crescente inflacionário. Já no primeiro ano, registra-se uma queda de 2.500% para 930% e, no ano seguinte (1995), reduz-se bruscamente para 22%, e desde 1996 oscilando entre 2,5% a 9,6% ao ano (RABAHY, 2003). Entre 1995 e 2010, a inflação oficial (IPCA¹¹⁰) foi de 7,6% ao ano. No período mais recente, entre 2003 e 2010, a média anual caiu para 5,7%. Porém, apenas nos quatro meses que antecederam ao Plano Collor (dezembro de 1989 a março de 1990), a inflação acumulada superou a marca de 700%. Apenas nos 31 dias daquele março ela foi de 82%. Já nos 12 meses que antecederam ao Plano Real, a inflação acumulada foi superior a 5.000%. Como se pode perceber, a diferença para os tempos atuais é significativa¹¹¹.

A lógica implantada no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso (1995 a 2002), sob a influência da corrente neoliberal, previa basicamente a adoção do controle inflacionário, ajuste fiscal, privatizações, abertura comercial, além do fim das restrições para investimentos estrangeiros no País. As políticas neoliberais deram condições para o avanço das redes hoteleiras internacionais, como foi o caso do estado de Santa Catarina, que recebeu a primeira rede hoteleira internacional no ano de 1995, a Rede Accor (francesa) com duas unidades, uma na cidade de São Bento do Sul e a outra em Florianópolis.

Bastos (2005) chama atenção para o aprofundamento da depressão econômica nos anos de 1990, pois as empresas foram forçadas a promover uma reestruturação para competirem internamente, não só com aquelas já instaladas, mas também com as estrangeiras. Isso se deve pela abertura comercial iniciada nos primeiros anos de 1990, que privilegiava as importações e a entrada de capital estrangeiro em vários setores da economia: financeiro, industrial, comercial e serviços. Para Bresser Pereira (2012, p. 26), durante oito anos do governo de Fernando Henrique Cardoso, o País manteve-se “semiestagnado e a instabilidade financeira se expressava em duas crises de balanço de pagamentos, no final de 1998 e no final de 2002”.

¹¹⁰ IPCA - Índice de Preços ao Consumidor Amplo, também do IBGE, calculado desde 1980, semelhante ao INPC, porém refletindo o custo de vida para famílias com renda mensal de 1 a 40 salários mínimos. A pesquisa é feita nas mesmas 11 regiões metropolitanas. Foi escolhido como alvo das metas de inflação no Brasil.

¹¹¹ Dados apresentados por Paulo Kliass (2007) no trabalho intitulado “Inflação variáveis dos índices de inflação”, publicado na revista mensal de informações e debates do IPEA: Desafios e desenvolvimento. Disponível em: < <http://desafios.ipea.gov.br>>. Acesso em: 25 abril 2012.

Sobre a abertura comercial, Mamigonian (2005) chama atenção para o aprofundamento da crise econômica nos anos de 1990, que atingiu diretamente a economia catarinense, especialmente a partir de 1995 com efetivação da abertura comercial, que “significou basicamente dificuldade nas exportações e invasão no mercado brasileiro das importações predatórias frequentemente com o uso da prática de dumping” (MAMIGONIAN, 2005, p. 54). Todos os setores industriais de Santa Catarina foram afetados, sobretudo os setores têxtil e carbonífero.

Desde 2008, o mundo vem passando pela maior crise econômica internacional desde a crise dos anos de 1920 e 1930, uma das maiores recessões desde a Segunda Guerra Mundial. O epicentro da crise foi os Estados Unidos, em meio a mercados financeiros desregulados, a crise alcançou o sistema financeiro, gerando ameaças de falta de crédito, afetando diretamente o comércio internacional. O Brasil, no entanto, soube combater a crise de 2008, sendo um dos últimos a entrar em recessão e um dos primeiros a sair dela (MATTOSE, 2010). É importante ressaltar que o aumento dos investimentos em infraestrutura programado para atender aos eventos internacionais esportivos que o País irá receber nos próximos anos, Copa do Mundo (2014) e Olimpíadas (2016), assim como a execução do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), impactarão de forma positiva para aumentar a competitividade do turismo internacional do Brasil com outros países.

A expansão do mercado hoteleiro no Brasil começou a se delinear nos anos 2000. Como o ciclo de desenvolvimento é de dez anos, os reflexos só começam a aparecer agora, com as linhas de financiamentos liberadas a partir de 2009. Nesse contexto, costuma-se relacionar o momento atual da hotelaria aos megaeventos esportivos que o País irá sediar nos próximos anos, a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Todavia, constata-se que a relação mais forte desses eventos com a expansão do parque hoteleiro foi a criação de uma nova linha de crédito do BNDES, no valor de R\$ 1 bilhão para reforma, ampliação e construção de novos empreendimentos, a qual integra o pacote de ações do governo federal, especialmente em razão da Copa do Mundo. Os prazos de amortizações dos financiamentos podem chegar a 12 anos, no caso de modernização das unidades existentes, e a 18 anos para construção de novas unidades, desde que haja o cumprimento dos preceitos exigidos no projeto no que tange a sustentabilidade ambiental¹¹² (BNDES, 2010).

¹¹² A questão ambiental tornou-se importante requisito na aprovação dos projetos e na concessão de crédito para os meios de hospedagem de turismo. Os empreendimentos que

Segundo Mello e Goldeinstein (2010), as principais linhas de crédito disponibilizadas ao setor do turismo e ao segmento hoteleiro são por meio de programas como o Cresce Nordeste – Turismo do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o FNO – Amazônia Sustentável do Banco da Amazônia (Basa) e o FCO Empresarial do Banco do Brasil (BB). Outras linhas de crédito administradas por esses agentes financeiros são também destinados para o turismo, como o Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) - Proger Turismo e o Prodetur¹¹³, este voltado para investimentos do setor público. A Caixa Econômica Federal dispõe de recursos do FUNGETUR para oferta de crédito para reformas e modernização dos empreendimentos hoteleiros. O quadro 9 apresenta o desembolso de recursos realizados por instituições financeiras para o financiamento do turismo no Brasil nos anos de 2003 a 2011:

possuem certificação de eficiência energética e de sustentabilidade, reconhecidos pelo Inmetro, poderão obter ampliação de prazos e créditos. As taxas de juros são uma das mais baixas do mercado, para micro, pequenas e médias empresas - 6,9% -, e para grandes empresas, 8,8% ao ano.

¹¹³ O Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) busca auxiliar aos estados e aos municípios no planejamento e na execução de obras e projetos de interesse turístico, com recurso do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Quadro 9- Desembolsos para o financiamento do turismo no Brasil

Ano	Total	Instituições Financeiras Federais – (mil R\$)						
		Banco do Brasil	Caixa Econômica Federal	Banco de Desenvolvimento Econômico Social (BNDES)			Banco do Nordeste	Banco da Amazônia
				Total	Direto	Indireto		
2003	1.094.324	738.504	244.399	57.259	4.024	53.235	48.416	5.746
2004	1.396.353	893.590	403.045	43.116	7.595	35.521	42.457	14.145
2005	1.978.774	1.081.238	680.821	91.353	26.201	65.152	109.377	15.985
2006	2.169.907	1.155.857	817.498	68.497	4.300	64.197	122.924	5.131
2007	2.569.988	1.420.880	986.630	66.644	-	66.644	79.400	16.434
2008	3.591.514	1.776.142	1.456.136	62.351	2.200	60.151	243.076	53.809
2009	5.584.403	2.326.099	2.977.942	82.427	7.725	74.702	140.231	57.704
2010	6.678.237	2.327.182	3.913.741	132.603	79.127	53.476	242.715	61.996
2011*	7.455.374	2.559.631	3.911.363	711.333	594.982	116.391	161.166	111.841

Fonte: Instituições financeiras federais: Banco do Brasil; Caixa Econômica Federal; Banco de Desenvolvimento Social; Banco Nordeste; Banco Amazônia¹¹⁴.

*Os desembolsos de 2011 são de janeiro a novembro de 2011.

¹¹⁴ Dados compilados do Ministério do Turismo. Disponível em: < <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 16 maio 2012.

Os dados fornecidos pelas instituições financeiras federais demonstram um crescimento dos desembolsos concedidos para investimentos em projetos turísticos, principalmente notado nos últimos cinco anos. Os bancos que mais desembolsaram recursos para o turismo foram o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal¹¹⁵. Já o BNDES foi a instituição que mais cresceu (aproximadamente 500%) em percentual de desembolsos entre 2010 e 2011.

Percebe-se, contudo, o papel do Estado para o fomento da atividade turística, por meio da geração de programas de incentivo, de liberação de recursos para construção, de implantação e melhorias dos equipamentos turísticos.

No que se refere ao setor de hotelaria, é importante ressaltar que ele demanda um grande aporte de capital para construção de hotéis e um longo prazo de maturação para retorno do investimento, além das melhorias necessárias no que se refere à modernização e à manutenção para manter-se competitivo. Por isso a disponibilidade de recursos financeiros para tais investimentos providos de linhas de créditos de instituições financeiras públicas e privadas, dentre as quais, basicamente, encontram-se os empréstimos bancários, fundos de pensão e investidores privados e fundos de investimentos imobiliários¹¹⁶.

¹¹⁵ Além dos recursos direcionados às empresas que compõem o *trade turístico* (meios de hospedagem de turismo, agências de viagens, locadoras, dentre outras), a Caixa Econômica Federal, disponibiliza aos seus clientes, o Cartão Turismo Caixa que oferece opções de financiamento em até 24 meses para as despesas realizadas em estabelecimentos turísticos, como hotéis, companhias aéreas, locadoras de automóveis, agências de viagens e parques temáticos. Em 2009, o cartão disponibilizou R\$ 118,98 milhões. Desde o seu lançamento em 2006. O Cartão Turismo Caixa, já disponibilizou ao consumidor o montante de crédito na ordem de R\$354,25 milhões. Assim como a Caixa Econômica Federal, outros bancos também criaram linhas de créditos pessoais para os seus clientes para o mesmo fim.

¹¹⁶ Os Fundos Imobiliários são formados por grupos de investidores, com objetivo de aplicar recursos para o desenvolvimento de empreendimentos imobiliários ou em imóveis prontos. Do patrimônio de um fundo podem participar um ou mais imóveis ou ainda parte de imóveis. Os fundos imobiliários baseiam-se na geração de rendimentos provenientes de investimentos de longo prazo em ativos imobiliários por meio da locação, arrendamento ou alienação de imóveis. Com a possibilidade aferição das receitas geradas pelos hotéis, um bem imobiliário, o setor torna-se significativamente atrativo para os fundos imobiliários. Os principais bancos do sistema financeiro que administram os fundos imobiliários que se encontram no mercado são: Caixa Econômica Federal e Banco Ourinvest. Segundo dados divulgados pela Comissão de Valores Imobiliários (CVM), em 2010 existiam 91 fundos de investimentos imobiliários no país, com um patrimônio líquido de R\$5,9 bilhões (VALOR ECONÔMICO, 2010).

3.3 A EXPANSÃO DAS REDES NACIONAIS E INTERNACIONAIS NO BRASIL

A expansão das redes hoteleiras no Brasil é estimulada pelo crescimento do turismo de negócios e lazer e pela abertura econômica brasileira. O turismo desenvolveu-se ao longo da história, a partir de deslocamentos de diversas ordens. A atividade turística foi impulsionada pelo advento das revoluções tecnológicas e dos meios de transportes. O seu desenvolvimento está atrelado à melhoria dos meios de locomoção, à expansão urbana e à ascensão do capitalismo, principalmente a partir de meados do século XX. As transformações econômicas e sociais ocorridas com advento da Revolução Industrial (século XIX) e a consolidação do modo de produção capitalista é que promoveram a expansão do turismo¹¹⁷. Nessa perspectiva, a expressão do turismo pressupõe a moderna sociedade capitalista. Nesse contexto, somente após o período de 1950 (Pós-Segunda Guerra Mundial) é que se transformaria em atividade de massa expressiva, em termos socioeconômicos e culturais. Pode-se afirmar que a partir desse momento é que acontece a efetiva estruturação e organização da atividade turística, conforme ela se apresenta nos dias de hoje¹¹⁸.

¹¹⁷ É importante ressaltar também que para o desenvolvimento do turismo foi fundamental a definição da legislação trabalhista que regulamenta o direito a férias, no caso do Brasil, pelo Decreto Federal 4982 de 21 de dezembro de 1925, e ao descanso semanal remunerado, além da jornada diária de trabalho de oito horas. Ferreira (1998, p. 11), lembra que em Florianópolis “[...] o decreto custou a ser implantado, tanto que em 1931 o Jornal o Estado publicou um artigo que contava que os operários de Florianópolis haviam procurado o Dr. Henrique Fontes (Juiz Federal em exercício), para consulta-lo sobre a lei de férias, que já estava em vigor no Brasil, mas que aqui nunca tinha sido observada”.

¹¹⁸ A Primeira Guerra Mundial (1900-1918) e a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foram períodos de grande recessão para a atividade turística, porém no período entre guerras, ocorre uma curva ascendente no desenvolvimento do turismo até a crise econômica de Wall Street, em 1929, que assinala a depressão econômica dos EUA, com reflexos na economia mundial e diretamente no turismo. A recuperação do Pós-Segunda-Guerra durou aproximadamente cinco anos, período marcado pela construção e reconstrução do espaço, pelo estabelecimento da paz e da nova ordem internacional, a criação da Organização Nações Unidas, em 1945. É a partir de 1950, que começa de novo a curva ascendente do turismo, momento em que surgem as principais melhorias nos transportes que permitiram o desenvolvimento do turismo de massa, com incremento maciço da aviação comercial (MONTEJANO, 2001). É interessante observar que, conforme Mamigonian (1987, p.65-67), com base nos escritos de Ignácio Rangel, o Brasil acompanha os movimentos cíclicos da economia capitalista mundial, sendo o segundo pós-guerra caracterizado como um período de grande expansão econômica, no qual o país se insere com grande dinamismo.

No período pós-guerra, é que houve uma mudança importante para o turismo, marcada pela massificação, pela regulação do trabalho, na limitação de seu tempo, nas férias, na aposentadoria, na sociedade de massa de consumo, nos transportes desenvolvidos, como o avião, e aí sim o turismo, realmente, apresentou essa característica de massificação (BECKER, 1996).

No Brasil, de acordo com Santos (1993), após a Segunda Guerra Mundial, a integração do território nacional é realizada através da construção das estradas de rodagem, que proporcionaram a interligação de diversas regiões entre si e, sobretudo, com o polo mais dinâmico do País, eixo Rio – São Paulo, o que redundou na execução de um ousado programa de infraestruturas. Esse período duraria até fins da década de 1970. O golpe do Estado de 1964 aparece como um marco, pois foi o ciclo militar que criou as condições de uma rápida integração do País a um movimento de internacionalização que aparecia como irreversível, em escala mundial.

É nesse período que surge no Brasil uma política nacional, orientada para o turismo como um vetor de desenvolvimento, incidindo com maior força na zona costeira. Ela se inicia nos anos de 1950, e, as primeiras regulações foram feitas em 1958, no governo de Juscelino Kubitschek e está relacionada à ampliação da rede de energia, transporte, circulação de automóveis, estradas e à formação de uma classe média nacional ¹¹⁹.

O período Pós-Segunda Guerra Mundial pode ser caracterizado pela reconstrução e desenvolvimento urbano, pela prosperidade econômica, e pela estabilidade social embora fosse marcado também pela bipolaridade entre o mundo capitalista, liderado pelos Estados Unidos e o mundo socialista, liderado pela União Soviética. Os anos de 1950 a 1970 caracterizaram-se pela ampliação da atividade turística, pela oferta de pacotes turísticos que passam a conduzir turistas aos mais diversos destinos do planeta ¹²⁰. Dessa forma, o turismo vai se tornando um termo universal que descreve o movimento de pessoas que saem do

¹¹⁹ Os marcos na evolução do turismo no Brasil foram a criação da COMBRATUR (1958) e, posteriormente, da EMBRATUR (1966), como uma autarquia, que caracterizava o turismo como uma indústria nacional e importante.

¹²⁰ A partir de 1973, o mundo entra numa fase recessiva (fase b do 4º ciclo de Kondratieff) em contrapartida a economia brasileira com o seu Juglar em fase ascendente viu-se acelerada ao contrário da conjuntura mundial a partir daquele ano, apresentando reflexos significativos para o turismo interno e para o setor hoteleiro, como no aumento da capacidade de hospedagem, diante do surgimento de novos hotéis independentes e de redes hoteleiras nacionais e internacionais que começaram a se expandir no mercado brasileiro.

local de sua residência permanente para uma estada temporária em outro local. As atividades dessa população que viaja e os gastos despendidos nessa mudança de localidade, tais como transporte, acomodação, serviços, atividades no destino visitado e uma vasta gama de outros serviços necessários para tornar tal viagem possível, formam juntos o negócio de turismo e passam a representar um impacto econômico sobre as localidades receptoras de turistas (LICKORISH; JENKINS, 2000).

O setor do Turismo é bastante dinâmico e amplo, considerando-se que tal atividade envolve programas, projetos e produtos de diversos segmentos econômicos e sociais os quais devem ser tratados de forma integrada. Os atores do turismo são compostos por agentes emissores, no caso das agências de viagem e operadoras de turismo, que comercializam os produtos turísticos para diversas localidades, e por agentes receptivos, que correspondem à comunidade receptora, às agências de receptivos, às empresas transportadoras, ao comércio local, aos restaurantes, às empresas de entretenimento, e outras empresas que proporcionam serviços aos turistas no destino procurado, bem como aos órgãos públicos que promovem e regulam a atividade turística.

Segundo a Organização Mundial de Turismo - OMT - (2010), as atividades características do turismo são responsáveis pela geração de 6% a 8% do total de empregos no mundo. O mercado de viagens representa 30% das exportações mundiais de serviços, sendo 6% do valor total dessas exportações. Ainda para a OMT, a atividade turística ocupa a quarta posição do *ranking* das atividades geradoras de receitas cambiais, atrás somente das indústrias de combustíveis, de produtos químicos e automobilística.

Hoje, o quadro institucional brasileiro regulador da atividade turística, é o Ministério do Turismo (Mtur), como formulador das políticas públicas para o setor; a EMBRATUR, como órgão executor das políticas públicas e da promoção da atividade turística; as secretarias, como departamentos de turismo de governos estaduais e municipais, responsáveis por ações específicas para as suas respectivas regiões. Por muito tempo, sucessivos planos e programas foram elaborados visando o fomento e o desenvolvimento da atividade turística na esfera municipal, estadual e nacional, dentre os quais se pode destacar: o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) de 1992, que previa o desenvolvimento de polos de turismo integrado, em novas áreas, associados à expansão de infraestrutura, às estradas e aos aeroportos, bem como todo aparato técnico necessário para o desenvolvimento nacional das estruturas no âmbito estadual e municipal. Foi também criado, em 1999, o Programa de Ação para o

Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro (Prodetur-Nordeste), o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), com a intenção de fomentar e desenvolver a atividade turística a partir dos municípios. Atualmente, está em vigor o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com diretrizes operacionais para promoverem o desenvolvimento do turismo amparado nas premissas da sustentabilidade ambiental, econômica e sociocultural. Com esse programa, o Ministério do Turismo pretende ampliar a oferta dos produtos turísticos e atrair mais turistas.

O turismo na atualidade pode ser visto como um dos segmentos mais importantes da economia, razão pela qual se faz necessário considerar não somente os agentes econômicos, como também as implicações comportamentais que concorrem diretamente para a obtenção de bons resultados no mercado.

O uso de conhecimentos científicos entre as tecnologias de informação foi de grande importância para o turismo. A necessidade de informação é enfatizada por certas características do produto turístico, como a intangibilidade que o diferencia dos demais produtos manufaturados. O poder da tecnologia da informação permite que a informação seja gerenciada de forma mais efetiva e transportada pelo mundo todo quase imediatamente. Hoje, através da telemática¹²¹, tornou-se possível realizar reservas nos meios de transporte e de hospedagem, estabelecendo contato direto com a administração e controle de processos burocráticos e financeiros.

As companhias aéreas adotam atualmente as tecnologias para ajudar, gerenciar e aperfeiçoar suas operações, ganhando vantagens estratégicas. Os sistemas de reservas por computador, como o *Global Distribution System* (GDS) tornaram-se quase essenciais para a distribuição da informação para as agências de viagens e hotéis, além de proporcionarem muitas vantagens em termos de custo e de operação (O'CONNOR, 2001).

As redes hoteleiras dispõem de algumas vantagens competitivas em relação à distribuição do hotel, dentre as quais centrais de reservas, programas de fidelidade, acordos com grandes distribuidores como as operadoras *online*, as denominadas *On Line Travel Agencies* (OTA)¹²²,

¹²¹ Conjunto de tecnologia de transmissão de dados, junção dos recursos de telecomunicações (telefonia, satélite, fibra ótica, cabo) e da informática (software, sistemas de redes e outros).

¹²² A maior Agência de viagens *online*, atualmente, é a Booking.com, que já chega a 100 mil hotéis atendidos, tem mais de 30 milhões de visitantes em 37 línguas em 89 países. A empresa faz parte do grupo Priceline, que junto com a Expedia e Orbitz aumentam em

com as agências corporativas *Travel Management Company* (TMC), com as grandes agências e operadoras internacionais, conseguindo obter redução de custos com ganho em escala obtido pela centralização de atividades comerciais. Uma das alternativas utilizadas pelos hotéis independentes é de associarem-se a redes de hotéis independentes para terem acesso às centrais de reservas, às operações conjuntas de marketing e aos canais de distribuição sem perderem o controle operacional e administrativo do hotel. Foi a estratégia utilizada por alguns hotéis independentes em Santa Catarina. O hotel Baía Norte de Florianópolis já se associou a rede Othon; o Castelmar Hotel, também de Florianópolis, e o Apart Hotel Le Village já estiveram associados à rede Best Western de Hotéis.

Dentre as tecnologias disponíveis e sistemas mais avançados, as redes hoteleiras utilizam *Central Reservation System* (CRS), que possibilita em uma base de dados agruparem as informações e tarifas de múltiplos hotéis e enviar os dados para todos os canais de distribuição, como a central de reservas OTAs e sistemas de GDS. Os sistemas GDSs são responsáveis por distribuir a informação para diferentes sistemas de centrais de reservas (CRS) e para as agências de viagens, possibilitando em tempo real o agente ter acesso à tarifa comercializada e à disponibilidade do aéreo, dos hotéis, da locação de carros, dos cruzeiros, dos trens, dentre outros. Os quatro maiores sistemas GDS em operação são: Sabre, Amadeus, Galileo by Travelport, Worldspan by Travelport. Além desses sistemas avançados de distribuição, o sistema de distribuição pela Internet é o mais utilizado, pois disponibiliza acesso ao hotel em diferentes páginas na *web*. Esses *websites* passaram a funcionar como agentes de viagem virtual.

Ao incorporar o acesso à tecnologia da Internet pela população, as companhias aéreas e os hotéis aumentaram o seu canal de distribuição, chegando às casas dos clientes e incentivando as reservas via sistema. Ainda se encontra algumas resistências quanto ao uso dessas tecnologias. A partir do momento em que as pessoas se acostumarem a viver nesse ambiente, ela se tornará tão invisível quanto os outros agentes tecnológicos da história.

A telemática facilitou a forma como os hotéis relacionam-se com os seus clientes. As reservas realizadas por meio dos canais de Internet são lançadas diretamente na base de dados da unidade hoteleira de forma automática, podendo ficar ou não sujeitas à confirmação em

20% suas reservas de hotéis a cada trimestre. As OTAs (On Line Travel Agencies) já produzem mais reservas do que as próprias TMCs em muitos hotéis.

tempo real, dependendo do sistema incorporado pela empresa. O *site* de uma rede hoteleira geralmente faz uma interface com o sistema operacional do hotel. Esse sistema permite o gerenciamento operacional e administrativo de todo empreendimento. Os sistemas de gerenciamento hoteleiro que se encontram disponíveis no mercado, basicamente são divididos em módulos de operação, como recepção, reservas, governança, eventos, gerência, além dos módulos estatísticos, administrativos e financeiros.

A evolução tecnológica nas empresas turísticas apresenta estágios de desenvolvimento bastante diversos. Ao mesmo tempo em que se identificam empresas com tecnologia de ponta, altamente competitivas no mercado, como as redes hoteleiras internacionais; existem hotéis que não fazem uso das tecnologias de informação para gestão dos seus empreendimentos, como é o caso de alguns empreendimentos de administração familiar.

No Brasil, o setor de turismo responde por 5% do PIB nacional e impacta 52 segmentos diferentes da economia, empregando, em sua cadeia, desde mão de obra mais qualificada em áreas que se utilizam de alta tecnologia, até as de menor qualificação, tanto no que diz respeito ao emprego formal quanto ao informal. Dentre as vantagens do turismo como fonte geradora de empregos, podem ser destacadas o seu forte grau de impacto em toda economia; a facilidade com que promoções e novos investimentos podem ampliar a oferta de empregos; o maior potencial de criação de empregos em relação a outros setores econômicos; a diversidade qualitativa de empregos gerados; a geração de primeiros empregos de meio expediente e/ ou sazonais; a possibilidade de criar empregos em regiões determinadas - tanto por meio de ações promocionais quanto pela construção de infraestrutura¹²³

¹²³ É importante lembrar que apesar do otimismo que se abordam os aspectos econômico-sociais positivos do turismo, os custos da atividade não podem ser desconsiderados, como os efeitos negativos sobre a localidade receptora de turistas, dos quais se pode relacionar a dependência excessiva do turismo que tem levado alguns países ao colapso econômico quando por diversos motivos, como uma catástrofe natural (Tsunami) - o número de turistas diminui. A inflação e a especulação imobiliária se caracterizam pelo aumento dos preços dos produtos comercializados nas destinações, bem como pela valorização excessiva de terrenos, como é o caso de Jurerê Internacional (Florianópolis). A sazonalidade da demanda turística, que se caracteriza pela concentração de turistas em determinadas épocas do ano e por sua ausência ou quase total em outras, provoca transtornos e efeitos econômicos negativos nas comunidades receptores, fato que muitos hotéis chegam a fechar no período caracterizado como de baixa temporada. Essa realidade acontece em alguns estabelecimentos hoteleiros localizados ao Norte da Ilha de Santa Catarina. (RUSCHMANN, 2001).

(BENI, 2003). Como pode ser observado na tabela 1 que segue, o turismo é um segmento da economia em constante e progressivo crescimento.

Tabela 1 - Mão-de-obra empregada em setores das atividades turísticas – 1994/2003

Atividades	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alojamento	149.404	175.511	181.073	187.010	191.028	190.742	197.309	208.455	204.696	204.206
Alimentação	360.748	450.258	473.345	512.438	532.287	542.077	580.495	622.426	669.584	692.101
Agência de Viagens	27.894	46.439	44.202	44.044	30.966	32.165	33.749	34.203	4.745	37.167
Transporte Rodoviário	113.291	94.851	40.409	139.608	137.319	133.272	133.986	138.966	140.335	137.451
Transporte aéreo regular	47.235	41.134	39.965	40.321	41.804	29.124	32.822	37.425	34.749	31.461
Transporte aéreo não regular	4.857	3.161	3.221	3.312	3.421	3.846	4.802	4.602	4.606	5.173
Atividades Recreativas	*	*	*	*	*	241.063	245.965	252.425	261.232	271.056
Locação de Automóveis	*	*	*	*	*	16.751	12.580	14.460	16.379	18.601
TOTAL	703.429	911.354	882.215	926.693	936.825	1.189.040	1.241.708	1.312.962	1.366.326	1.397.216

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego / Ministério do Turismo¹²⁴.

* No período de 1994 a 1998 não foram organizados os dados pela EMBRATUR referentes às atividades recreativas e locação de automóveis.

¹²⁴ Os dados sobre empregos gerados pelas atividades relacionadas não podem ser considerados todos turísticos, por exemplo: um restaurante tanto pode atender à população local como pode atender ao turista. Pode-se observar através do quadro que alguns dados, como é o caso da locação de automóveis, apenas recentemente passaram a ser organizados pelo Ministério do Turismo, através da EMBRATUR.

Atualmente, as oscilações de demanda internacional, bem como da nacional, são altamente influenciadas pela conjuntura política, social e econômica mundial. Segundo Ruschmann (2001), o ambiente mundial sinaliza novos enfoques sociais, culturais, tecnológicos e institucionais para a atividade turística, os quais surgem em consequência da difusão de sistemas de informatização, da desregulamentação das tarifas aéreas, do financiamento das viagens turísticas, dos impactos negativos do turismo nas comunidades receptoras, do câmbio dos fluxos turísticos, de pressões ambientais, da competição tecnológica, de mudanças nas preferências dos turistas, de alterações na distribuição do tempo livre dos turistas, bem como dos padrões laborais e de rendimentos das pessoas.

Os dados recentes acerca da movimentação turística internacional revelam explicitamente a concentração espacial do turismo no continente europeu, seguida pela Ásia e pelo Pacífico. Percebe-se que em 2009, o número de chegadas de turistas internacionais no mundo foi de 880 milhões tendo a Europa como o principal destino receptor de turistas com 459,7 milhões, como mostra a tabela 2 a seguir.

Tabela 2- Chegada de turistas internacionais no mundo por região – 2002/2009

Região/Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Mundo	702,6	697,0	765,5	802,5	847,3	904,3	920,0	880,0
Europa	399,8	408,6	424,5	438,7	462,2	487,4	487,1	459,7
Ásia e Pacífico	122,4	114,2	145,4	155,3	167,0	181,9	184,1	180,5
África	29,1	30,7	33,4	37,3	41,4	45,1	45,7	48,1
Oriente Médio	27,6	30,0	36,3	38,0	40,9	47,0	55,6	52,5
Américas	114,9	113,1	125,9	133,2	135,8	142,9	147,1	139,6
América do Sul	12,5	13,7	16,2	18,2	18,7	20,0	20,8	20,1
Brasil	3,8	4,1	4,8	5,4	5,0	5,0	5,1	4,8

Fonte: Dados compilados do Valor Econômico (2010) da OMT.

O principal continente emissor de turistas no mundo, o europeu foi responsável pelo recuo do turismo verificado em 2009. Dentre os países mais afetados com a crise, Portugal e Espanha registraram uma queda de 17,4% e 13,8% respectivamente. O Brasil ainda ocupa uma posição marginal no turismo mundial. A sua participação é incipiente, somente 0,54% quando recebeu 4,8 milhões de turistas. A tabela abaixo demonstra as chegadas de turistas estrangeiros no Brasil de 1970 até 2009:

Tabela 3- Número de turistas estrangeiros no Brasil de 1970 até 2009

Ano	Total	Ano	Total
1970	249.900	1990	1.091.067
1971	287.926	1991	1.228.178
1972	342.961	1992	1.692.078
1973	399.127	1993	1.641.138
1974	480.267	1994	1.853.301
1975	517.967	1995	1.991.416
1976	555.967	1996	2.665.508
1977	634.595	1997	2.849.750
1978	784.316	1998	4.818.084
1979	1.081.799	1999	5.107.169
1980	1.625.422	2000	5.313.463
1981	1.357.879	2001	4.772.575
1982	1.146.681	2002	3.784.898
1983	1.420.481	2003	4.132.847
1984	1.595.726	2004	4.793.703
1985	1.735.982	2005	5.358.170
1986	1.934.091	2006	5.017.251
1987	1.929.053	2007	5.025.834
1988	1.742.939	2008	5.050.099
1989	1.402.897	2009	4.802.217

Fonte: Dados compilados do Valor Econômico (2010) fornecidos pelo Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.

Pode-se observar que até o final da década de 1970 o investimento no turismo internacional no Brasil foi muito pouco se comparado com os outros períodos. Com os investimentos externos, a estabilidade econômica anunciada com o Plano Real, a partir de 1994, favoreceu o crescimento do número de turistas internacionais no Brasil. Destaca-se que o mercado Argentino sempre foi líder no ranking de estrangeiros que mais visitam o Brasil, principalmente o Estado de Santa Catarina. Segundo a OMT (2011), o Brasil registrou em 2010, aproximadamente, 52 milhões de ingressos de turistas estrangeiros no

país. Esse número está abaixo de outros países, como França (76,8 milhões), Estados Unidos (59,7 milhões), China (55,7 milhões) e Espanha (52,7 milhões). Por outro lado, os eventos internacionais esportivos que o País receberá nos próximos anos, como a Copa das Federações (2013), Copa do Mundo de Futebol (2014) e Olimpíadas (2016), trazem perspectivas de incremento no número de estrangeiros que visitarão o Brasil, assim como no crescimento do turismo interno brasileiro.

O mercado turístico (*trade*) corresponde a um composto de atividades e de serviços relativos à interação da demanda e da oferta de produtos relacionados à produção de bens e de serviços aos turistas. Como qualquer negócio da sociedade capitalista, a atividade turística visa lucro e rentabilidade. Segundo a pesquisa da FGV (2009) realizada com as 80 maiores empresas de turismo do País, de diferentes segmentos, essas empresas respondem pelo faturamento de R\$35 bilhões e empregam 85 mil profissionais¹²⁵. Essa mesma pesquisa aponta o crescimento do mercado de eventos e do gasto médio desse tipo de turista na ordem de US\$285, ante US\$68 de um turista de lazer. Em 2008 o turismo de eventos gerou no Brasil US\$122 milhões em gastos dos visitantes que participaram desses eventos.

Os principais agentes que movimentam o setor hoteleiro são os proprietários dos hotéis independentes, as administradoras hoteleiras de abrangência nacional e ou internacional (empresas especializadas na prestação e na gestão dos serviços de hospedagem), as agências e as operadoras de viagem, as quais são responsáveis pela promoção e venda dos serviços turísticos, que incluem a hospedagem. Ainda se incluem as empresas organizadoras de eventos que promovem a ocupação dos hotéis em razão da realização de eventos e os investidores públicos e privados que são responsáveis pelo capital aplicado no setor hoteleiro.

Considera-se um fator que influencia positivamente e sinaliza a expansão de setores com a hotelaria a realização de eventos internacionais no País. O Brasil registrou crescimento em 2009 no número de eventos internacionais realizados, foram 293 sediados no País. Segundo o estudo do Valor Econômico – Análise Setorial da Indústria Hoteleira – publicado em 2010, o Brasil ocupa a décima posição dos países que recebem os eventos internacionais no mundo. Esse patamar foi conquistado com a conquista da Copa do Mundo de 2014 e a Olimpíada de 2016. Destaca-se que somente a realização da

¹²⁵ Pesquisa de conjuntura econômica do turismo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) disponibilizada pelo Ministério do Turismo em 2011.

Copa do Mundo deve gerar 2 milhões de novos postos de trabalho para o turismo. Constatase que os grandes eventos internacionais geram visibilidade para o Brasil, trazendo divisas não somente para as cidades sedes do evento, mas também para todo o país. Cabe enfatizar que os eventos internacionais citados podem promover um grande salto qualitativo e quantitativo nos serviços e nos equipamentos turísticos do país.

Em 2010, foram programados para o Rio de Janeiro 102 importantes eventos entre seminários e congressos, o que geraram uma receita estimada de US\$ 100 milhões. Até 2017, estão agendados mais 44 eventos com uma receita prevista de mais de US\$ 150 milhões. A EMBRATUR investe fortemente na promoção dos destinos para o recebimento de eventos internacionais, além dos eventos associativos e corporativos, o foco está em importantes eventos esportivos, como as etapas de campeonatos mundiais. Atualmente o Brasil já é sede de muitos eventos como o Grande Prêmio Brasil de Formula1, em Interlagos/São Paulo, e o *Ironman*, importante evento internacional de triatlon, sendo uma das etapas em Florianópolis. A Associação Internacional de Congressos e Convenções (ICCA – *International Congress and Convention Association*¹²⁶) realiza o ranking dos países que mais sediaram eventos internacionais em todo o mundo. Em 2010, das cidades brasileiras, Florianópolis conquistou o terceiro lugar na lista, empatando com Brasília, com 12 eventos. A cidade de São Paulo mantém-se na primeira posição com 75 eventos realizados, seguida do Rio de Janeiro com 62 eventos. No quadro geral, o Brasil ocupa a nona posição, somando 275 eventos internacionais. Na classificação apresentada pelo ICCA, os Estados Unidos lideram com 623 eventos, seguidos pela Alemanha com 542, pela Espanha com 451, pela

¹²⁶ A ICCA - International Congress & Convention Association tem como missão a criação de uma comunidade global para a indústria de eventos internacionais. Atua na geração de vantagens comerciais e competitivas para todos que são membros, facilitando para que os mesmos encontrem as cidades com o melhor perfil para sediar seus eventos. Fundado em 1963 por um grupo de agentes de viagens, possui aproximadamente 850 membros em 85 países. O ICCA apresenta ranking com os principais destinos que realizam encontros internacionais, e serve de base para quem irá tomar a decisão na hora de escolher um país como sede de um evento (Informações fornecidas pelo Florianópolis Região Convention Visitors Bureau. Disponível em: <www.florianopoliscvb.com.br>. Acesso em: 16 jun. 2012). O Florianópolis e Região Convention & Visitors Bureau é uma entidade privada, sem fins lucrativos, mantida e administrada por dirigentes das empresas associadas. A entidade se mantém por meio da contribuição social paga pelo grupo de associados e pela taxa de turismo cobrada nos hotéis. Essa taxa compreende a um valor cobrado ao hóspede na diária no momento da ocupação no hotel

Inglaterra com 399, pela França com 371, pela Itália com 341, pelo Japão com 305 e pela China com 282 eventos internacionais registrados.

Os principais segmentos de demanda hoteleira no Brasil são negócios (comercial), lazer e grupos de eventos. Dependendo do tipo de hotel, a participação percentual pode variar, consideravelmente, em cada segmento. O segmento de negócios corporativo é o grande cliente da indústria hoteleira o qual responde por 43% do total, sendo seguido pelo de cliente de negócios individual (18,1%), ou seja, 61% da demanda é composta por hóspedes a negócios. A participação dos turistas de lazer só é superior na demanda dos Resorts, atingindo 50,6%, mas, mesmo assim, o segmento de negócios representa para esses empreendimentos 16,7%, por conta dos eventos de negócios que são realizados¹²⁷.

Rabahy (2003) chama a atenção para o ciclo de negócio que é gerado pelo movimento do comércio internacional. Em fases de crescimento, a interação entre países é intensificada, incluindo aí as viagens de negócios para participação de encontros (conferência; convenção; work shop; reunião) e feiras. Essas viagens de caráter comercial estimulam o crescimento turístico e a expansão de hotéis com infraestrutura e serviços para atender a essa demanda.

Os hotéis independentes respondem por 75% dos estabelecimentos no Brasil e as redes hoteleiras respondem pelo restante, sendo a participação das redes notadas a partir da década de 1990 e são delas os principais empreendimentos mais recentes. A efervescência dos anos de 1990 conduziu grande aumento da oferta de novos hotéis e quartos, reflexo disso, o setor entrou em crise de preços por um período de baixa de ocupação que marcou o período de 2001 a 2004, mas o mercado brasileiro apresentou somente sinais de recuperação após 2005. Essa recuperação deve-se em parte a uma desaceleração dos investimentos hoteleiros e também ao encerramento da atividade de alguns hotéis antigos, somados ao incremento da demanda ocorrido em razão do crescimento tímido da economia brasileira.

Com o aumento do crédito, o barateamento das passagens aéreas e a incorporação de novos consumidores de menor poder aquisitivo, fez com que aquecesse o mercado interno de viagens, foi o que determinou também a ampliação dos hotéis econômicos e intermediários (*midscale*) para atender a demanda. É importante destacar que o segmento econômico de hotéis não é sinônimo de hotel barato. Há toda uma

¹²⁷ Dados compilados do estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

dinâmica que caracteriza esse tipo de empreendimento. A característica fundamental para o hotel econômico ser rentável é ter custos baixos, quadro permanente enxuto, menor dimensão, menor variedade dos serviços e padronização operacional, possibilita ao hotel alcançar vantagens operacionais e preços mais acessíveis de que outros empreendimentos.

As redes internacionais e nacionais adotam a estratégia de segmentação de mercado para identificar os tipos de hotéis de acordo com as marcas disponibilizadas no mercado. Como exemplo de atuação no Brasil, a Rede Accor possui a marca Sofitel para identificar os hotéis de luxo, Novotel e Mercure para os hotéis de categoria superior, Ibis e Formule1 para os hotéis do segmento econômico. Assim como Accor, outras redes diferenciam a categoria dos seus empreendimentos por meio das suas bandeiras, como a Rede Atlantica Hotels, que representa as principais redes hoteleiras americanas em operação no mercado brasileiro; como a bandeira Go Inn, no segmento econômico. No segmento intermediário de hotéis, os empreendimentos Sleep Inn e Comfort; nos hotéis de luxo, as bandeiras Radisson, Four Points by Sheraton e Clarion; e nos hotéis de categoria superior, as bandeiras Quality e Confort Suites.

Quando se analisa a distribuição de hotéis pelo país, percebe-se a supremacia da região Sudeste com 48% dos hotéis instalados, e o esvaziamento da região Norte com apenas 3% e da região Centro-Oeste com 7% dos hotéis instalados. No Nordeste brasileiro, concentra-se 23% e na região Sul, 19% da hotelaria nacional¹²⁸. A Associação da Indústria Hoteleira estima existir 25 mil estabelecimentos hoteleiros no país. Segundo os dados levantados no Guia Quatro Rodas, o Estado de Santa Catarina conta com 452 empreendimentos hoteleiros.

Em 2012, o Instituto de Geografia e Estatística (IBGE) publicou os resultados da pesquisa sobre o setor hoteleiro realizada nas capitais em parceria com o Ministério do Turismo (Mtur). Foram cadastradas para a pesquisa 7.161 empresas, entretanto, participaram efetivamente 5.036 empreendimentos hoteleiros que registraram um total de 250.284 unidades habitacionais e 373.673 leitos. A seguir, no quadro 10, os resultados alcançados sobre o número de estabelecimentos de hospedagem, número de leitos disponíveis, distribuídos nas principais capitais brasileiras.

¹²⁸ Dados fornecidos pelo estudo da Jones Lang La Salle Hotels (2010).

Quadro 10- Número de estabelecimentos de hospedagem nas principais capitais

Principais capitais	Estabelecimentos de hospedagem		Unidades Habitacionais		Leitos disponíveis	
	Total	Participação (%)	Total	Participação (%)	Total	Participação (%)
São Paulo	972	19,3	54.065	21,6	73.488	19,7
Rio de Janeiro	429	8,5	31.594	12,6	45.416	12,2
Salvador	358	7,1	15.666	6,3	22.366	6,0
Belo Horizonte	291	5,8	13.353	5,3	19.031	5,1
Fortaleza	280	5,6	12.188	4,9	19.745	5,3
Florianópolis	254	5,0	10.098	4,0	20.060	5,4
Curitiba	242	4,8	12.780	5,1	19.083	5,1
Brasília	222	4,4	11.980	4,8	19.216	5,1
Natal	212	4,2	11.455	4,6	19.532	5,2
Porto Alegre	190	3,8	10.284	4,1	14.625	3,9
Outros	1.586	31,5	66.821	26,7	101.111	27,0
TOTAL	5.036	100,0	250.284	100,0	373.673	100,0

Fonte: IBGE (2011).

A pesquisa realizada pelo IBGE (2011) demonstra que o município de São Paulo apresenta o maior número de estabelecimentos de hospedagem com 972, o que representa 19,3% do total de empreendimentos pesquisados. O que chama atenção na pesquisa realizada é que a capital catarinense, Florianópolis, o número de estabelecimentos (254) correspondem a 5% do total das capitais brasileiras. Entretanto, possui um número inferior de unidades habitacionais disponíveis (10.098), abaixo das capitais Curitiba, Brasília, Natal e Porto Alegre, mas em número de leitos disponíveis supera as capitais Belo Horizonte, Fortaleza, Curitiba, Brasília, Natal e Porto Alegre. Isso quer dizer que, em termos de capacidade de hospedagem, Florianópolis supera a disponibilidade de leitos em relação a importantes capitais. Ressalta-se que somente Florianópolis não será cidade sede dos jogos previstos na Copa do Mundo, sendo as capitais Porto Alegre e Curitiba sedes do evento; a capacidade de hospedagem, assim, torna-se um objeto preocupante.

Diante de um cenário cada vez mais competitivo da hotelaria brasileira, principalmente em razão da expansão das redes internacionais altamente profissionalizadas e capitalizadas, ainda é muito importante a participação dos hotéis independentes que, segundo o estudo da Jones Lang LaSalle Hotels (2010), representaram 75% dos quartos no País. Dentre as vantagens que os empreendimentos independentes acumulam está o fato de conhecerem muito bem o cliente, isso se estabelece como uma oportunidade para entender o perfil e o comportamento do seu consumidor, o que possibilita direcionar os seus serviços ao seu público alvo. Como desvantagem está o fato da gestão ser considerada pouco profissionalizada, no que tange ao uso de tecnologias operacionais mais atualizadas, fato notado principalmente nos pequenos empreendimentos.

A entrada das redes hoteleiras internacionais no Brasil incitou os hotéis independentes de capital nacional a se modernizarem para competir de forma igualitária ao padrão imposto por essas redes. Os hotéis que surgiram na década de 1970, no momento favorável da economia, foram sucateados na década posterior (1980) com a diminuição de recursos para investimentos em melhorias estruturais e modernização e acabaram por perder espaço para os novos hotéis que surgiram na década de 1990. Os investimentos realizados no setor hoteleiro na década de 1990, tais quais: disponibilidade de linhas de financiamento (BNDES), criação de programas de fomento para atividade turística (PRODETUR); não foram suficientes para modernizar o setor hoteleiro que já se encontrava sucateado. Os hotéis que surgiram na década de 1990, de alguma forma, conseguiram

modernizar-se com investimento em equipamentos e em tecnologias de gestão. Nesse ínterim, há a incorporação extensiva da tecnologia informacional para o gerenciamento e comercialização dos empreendimentos.

Com a abertura internacional para investimentos no Brasil, praticamente sem restrições de barreiras para entrada do capital estrangeiro, a hotelaria brasileira é forçada a buscar alternativas de sobrevivência para enfrentamento das condicionantes internas e externas desse mercado cada vez mais competitivo.

As redes hoteleiras nacionais e internacionais apresentam capacidade de expansão de forma horizontal, para obter economia de escala, com técnicas operacionais superiores a das empresas locais. Em algumas regiões, essa expansão acontece de forma tentacular e silenciosa - diz-se silenciosa porque efetivamente o setor hoteleiro somente se dá conta da existência da rede no momento da abertura do hotel. É quando ocorre um aumento da oferta e diminuição, ou melhor, distribuição da demanda por hospedagem. Isso acontece no momento da inserção de qualquer novo hotel no mercado, mas quando esse empreendimento é vinculado a uma rede hoteleira, os hotéis independentes deparam-se com todo aparato tecnológico próprio da rede para operação, administração e comercialização dos seus empreendimentos.

O *ranking* das redes hoteleiras inclui as principais empresas nacionais e internacionais que operam no mercado brasileiro. O destaque está para rede Accor de origem francesa que lidera com 138 empreendimentos e 23.030 quartos no país conforme pode ser observado no quadro 11 a seguir:

Quadro 11- Ranking das principais redes hoteleiras nacionais e internacionais do Brasil

Rede	Origem	Nº de hotéis 2009	Nº de UH* 2009	Nº de hotéis 2010	Nº UH* 2010
Accor	Internacional	133	22.510	138	23.030
Atlantica	Nacional	71	12.056	74	12.189
BHG Brazil Hospitality Group	Nacional	28	4.942	33	5.499
Blue Tree	Nacional	23	4.092	24	4.149
Nacional Inn	Nacional	27	3.404	31	3.747
Sol Meliá	Internacional	13	3.131	14	3.395
Transamérica	Nacional	18	2.620	19	2.774
Windsor	Nacional	9	2.129	10	2.726
Othon	Nacional	21	2.813	20	2.717
IHG - InterContinental Hotels Group	Internacional	5	2.006	6	2.211
InterCity	Nacional	14	1.797	16	2.131
Posadas	Internacional	10	1.869	11	2.095
Bourbon	Nacional	10	2.028	10	2.015
Hotéis Slaviero	Nacional	15	1.779	16	1.872
Bristol Hotelaria	Nacional	21	2.528	16	1.934
Deville	Nacional	10	1.462	11	1.668
Travel Inn	Nacional	14	1.077	24	1.645
Vila Galé	Internacional	5	1.575	5	1.575
Pestana	Internacional	8	1.430	9	1.528
Glp	Internacional	7	882	9	1.451

Fonte: Jones Lang LaSalle Hotels (2010)¹²⁹ e organizados pela autora em 2011.

* UH – Unidades Habitacionais.

¹²⁹ Os dados incluem os hotéis inaugurados até julho de 2010.

O ranking acima demonstra atuação das principais redes hoteleiras instaladas no Brasil. Com destaque para rede Accor na primeira posição com 138 empreendimentos, em 2010. Cabe lembrar que a empresa é a quinta maior rede hoteleira no mundo.

Ocupando a segunda posição, a Atlantica Hotels, uma administradora hoteleira multimarcas, mas de capital externo (americano), operando hotéis de categorias econômico, superior e luxo. Ressalta-se que a Atlantica não possui ativos, ou seja, administra apenas ativos de terceiros. Ela opera as principais bandeiras (marcas) americanas, por meio de uma aliança estratégica representa a Choice Hotels Internacional (dona das marcas Sleep, Comfort, Comfort Suites, Quality e Clarion) e com a Carlson Company (bandeiras Radisson, Park Inn e Park Suites). A empresa possui uma bandeira própria a Go Inn e a Atlantica Collection para operar os hotéis independentes que queiram se vincular a uma rede nos segmentos *resort*, econômico, superior e luxo. Destaca-se que a Atlantica está presente em 41 cidades brasileiras, com 74 hotéis e mais de 12 mil quartos¹³⁰.

A terceira maior rede hoteleira, a Brazil Hospitality Group (BHG), surgiu em 2009 após uma operação societária de incorporação envolvendo a Invest Tur Brasil e a Latin America Hotels (LAHotels¹³¹). A companhia é controlada pela GP Investments, com 52% de seu capital social total e votante. É uma das maiores redes do País com hotéis próprios e administrados, iniciando as suas atividades com 33 empreendimentos. Desde 2008, o maior gestor de fundos de participações do Brasil (GP Investments) vem comprando hotéis de diversas categorias e implementando a sua própria administração. A rede Accor foi a primeira rede a registrar uma baixa no seu portfólio de hotéis com a entrada da BHG no mercado. O hotel operado pela rede em Angra dos Reis (RJ), foi adquirido pela GP Investments por R\$27 milhões em 2008, imediatamente a Accor foi informada que não poderia mais administrá-lo, passando a gestão para a LAHotels, na época operando com a marca Golden Tulip (VALOR ECONÔMICO, 2010).

¹³⁰ Informações coletadas no site da empresa. Disponível em: <www.atlantichotels.com.br>. Acesso em: 22 jul. 2011.

¹³¹ A LAHotels foi constituída em dezembro de 2007, com o intuito de adquirir e administrar hotéis ou companhias que possuam ativos hoteleiros no Brasil e em outros países da América Latina. Iniciou as suas atividades administrando 15 hotéis da rede Chambertin, administradora de hotéis que possui franquia das bandeiras holandesas Golden Tulip e Tulip Inn (VALOR ECONÔMICO, 2010).

A estratégia utilizada na constituição da rede BHG é ganhar ao mesmo tempo com a valorização imobiliária na aquisição de propriedades hoteleiras e com a administração de hotéis.

O *ranking* das principais redes hoteleiras nacionais é estabelecido por número de quartos operados pelas redes pela Jones Lang LaSalle Hotels em 2010. Encontra-se na primeira posição a rede Blue Tree com 24 hotéis e 4.149 quartos; na segunda a rede Nacional Inn com 31 hotéis e 3.747 quartos; na terceira a rede Transamérica com 18 hotéis e 2.774 quartos; na quarta a rede Windsor com 10 hotéis e 2.726 quartos e na quinta posição do ranking a rede Othon com 20 hotéis e 2.717 quartos¹³².

Ressalta-se que estão em operação em Santa Catarina as redes Accor com 15 hotéis nas marcas Sofitel, Mercure, Novotel e Ibis; a rede Blue Tree com dois empreendimentos nas cidades de Joinville e Florianópolis; a rede InterCity com um hotel em Florianópolis com 121 quartos, tendo no País 13 e 1.389 quartos; a rede Slaviero com três hotéis no território catarinense e 16 no País com 1.966 quartos; a Atlantica com um hotel em Joinville com a marca Sleep Inn; a rede Bourbon com um hotel na cidade de Joinville e 11 hotéis no País totalizando 2.671. Ainda está presente em Santa Catarina a rede Hotel10 com sede em Joinville, mas com atuação nacional, a qual possui dois empreendimentos em Santa Catarina; a rede Plaza do Rio Grande do Sul, com três hotéis nas cidades de Blumenau, Itapema e Santo Amaro da Imperatriz; a rede JIAH de abrangência regional, com dois hotéis, tendo como investidor majoritário o Grupo Habitasul e a rede Le Carnard de abrangência regional com três hotéis nas cidades de Joinville, Lages e Caçador.

Quando se analisa o setor hoteleiro, percebe-se que os capitais nacionais ainda sobrepõem os estrangeiros e essa lógica mantém-se em Santa Catarina. A abertura econômica a partir de 1994, o controle inflacionário e o aumento do crédito impulsionaram o crescimento do setor de viagem. Paralelamente ocorreu, também, a expansão dos hotéis econômicos e intermediários justamente para atender a essa demanda, tanto nas capitais federais como nas regionais.

Contudo, no que tange à existência das grandes redes internacionais em atuação no país, constata-se a baixa concentração em virtude da efetiva presença de uma hotelaria local e independente.

¹³² Dados publicados pelo Valor Econômico no estudo “Análise Setorial da Indústria Hoteleira”, em 2010.

3.4 AS FORMAS DE ADMINISTRAÇÃO DAS REDES HOTELEIRAS

O avanço das redes hoteleiras na última década no Brasil acompanhou a diversificação das formas de administração dos hotéis, no que diz respeito à separação entre a propriedade e a operação. Nesse contexto, empresas especializadas na prestação de serviços hoteleiros, as denominadas operadoras e/ou administradoras hoteleiras, emergem no mercado de hospedagem incitando a competitividade entre os estabelecimentos hoteleiros. Segundo Beni,

[...] o hotel é uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se de outros estabelecimentos industriais ou comerciais. Enquanto, na indústria pode-se planejar o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para um determinado tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo dos clientes para pôr em funcionamento o esquema de produção. (BENI, 2001, p. 195).

Sendo assim, o cliente é o grande foco da hotelaria, por isso a empresa hoteleira é tão suscetível a crises políticas e econômicas que afetam a ordem social e de mercado em diversas escalas, local, regional, nacional e internacional.

O conceito de mercado deve ser realçado, uma vez que é nesse ambiente que os hotéis sobrevivem como empresa. Basicamente o mercado de hospedagem é dividido entre os hotéis independentes e os hotéis vinculados às redes hoteleiras. Dentro da perspectiva dos hotéis independentes, apresentam-se duas modalidades: o hotel administrado diretamente pelo proprietário e o hotel administrado por gestores contratados pelo proprietário. Na modalidade de administração direta pelo proprietário, geralmente são empresas hoteleiras familiares, do qual o investidor do empreendimento é proprietário do imóvel e responsável pela administração e operação dos serviços hoteleiros, em maioria, executados por integrantes da família do proprietário. Já os hotéis administrados por gestores contratados pelo proprietário possuem uma gestão profissionalizada, isto é, uma gestão feita por profissionais com experiência e com formação técnica. É comum a esses empreendimentos a empresa hoteleira ser constituída por um ou mais investidores que são sócio-proprietários e responsáveis pela incorporação e direção do

empreendimento. A gestão e a operação são realizadas por profissionais contratados especialmente para essas funções.

O setor hoteleiro é composto por empreendimentos voltados exclusivamente à prestação de serviços relacionados à hospedagem, de acordo com a Lei 11.771 de setembro de 2008, a qual dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e define os meios de hospedagem de turismo como empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários - denominados de serviços de hospedagem -, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária¹³³. Assim como os empreendimentos ou estabelecimentos de hospedagem que explorem ou administrem, em condomínios residenciais, a prestação de serviços de hospedagem em unidades mobiliadas e equipadas, bem como outros serviços oferecidos a hóspedes. Nesse último, considera-se prestação de serviços de hospedagem em tempo compartilhado a administração de intercâmbio, entendida como organização e permuta de períodos de ocupação entre cessionários de unidades habitacionais de distintos meios de hospedagem. Não descaracteriza a prestação de serviços de hospedagem, a divisão do empreendimento em unidades hoteleiras, assim entendida a atribuição de natureza jurídica autônoma às unidades habitacionais que o compõem, sob a titularidade de diversas pessoas, desde que sua destinação funcional seja apenas e, exclusivamente, a de meio de hospedagem.

O hotel é um estabelecimento comercial de hospedagem que oferece aposentos mobiliados com banheiros privativos, para ocupação eminentemente temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além de outras atividades inerentes a operação hoteleira. Este empreendimento é uma combinação harmoniosa entre padrões físicos e gestão para propiciar sua classificação nos níveis e categorias de conforto, serviços e preços (Art.4º da Lei 6.505 de 13/12/77).

O que caracteriza um hotel é o tipo de alojamento que tem enorme variedade conforme o tipo de construção, localização, a quem se destina (perfil do cliente), característica do estabelecimento, que vão desde uma hospedaria ou um hotel modesto, até um hotel de luxo com

¹³³ Entende-se por diária o preço de hospedagem correspondente à utilização da unidade habitacional e dos serviços incluídos, no período de 24 (vinte e quatro) horas, compreendido nos horários fixados para entrada e saída de hóspedes (Lei 11.771 de setembro de 2008).

vários apartamentos e modernas instalações. Os critérios para classificar os hotéis variam de país para país¹³⁴, mas os mais usuais são por motivo de viagem do turista, localização, preço, variedade de serviços, capacidade, perfil da clientela.

No contexto brasileiro, as empresas hoteleiras são classificadas quanto ao seu tamanho, como de pequeno porte (até 50 unidades habitacionais), médio porte (50 a 200 unidades habitacionais) e grande porte (acima de 200 unidades habitacionais). No que se referem à localização, os empreendimentos estão situados em centros urbanos mais adensados ou afastados deles como: praia, campo e montanha ou, ainda, próximos a aeroportos e a rodovias. Quanto ao preço as categorias são de luxo, turística e econômica. Em relação aos serviços são considerados limitados quando se reduzem a somente hospedagem e café da manhã e completos quando incluem todos os serviços de hospedagem (recepção, mensageria, camareira), alimentação, bebidas, lazer, eventos e outros, conforme o tipo e a categoria do hotel.

Os hotéis são diferenciados quanto ao perfil da clientela. Nesse caso, os hotéis executivos destinam-se basicamente para pessoas de

¹³⁴O sistema de classificação dos meios de hospedagem é uma referência para os clientes sobre a qualidade do produto e serviços ofertados pelos estabelecimentos de hospedagem. Para Bertoli (2005, p. 75), o objetivo principal da classificação hoteleira é oferecer aos hóspedes e aos demais consumidores dos serviços prestados pela hotelaria um referencial que traduza fielmente os níveis de conforto, serviços e preços esperados de acordo com os seus diferentes objetivos ou motivações, possibilitando a distinção e a comparação entre os diversos equipamentos de hospedagem disponíveis, com vistas à satisfação das suas necessidades e expectativas. O primeiro sistema de classificação dos meios de hospedagem realizado pelo governo brasileiro por meio da EMBRATUR foi em 1978. O sistema da época teria como objetivos principais orientar o consumidor a possibilidade de distinção empreendimentos em relação aos padrões de conforto, serviços e preços oferecidos de acordo com os diferentes níveis de exigência e interesse do público; estimular também a qualificação da oferta hoteleira e a melhoria dos equipamentos postos à disposição dos turistas; constituir uma importante ferramenta de marketing para os meios de hospedagem e turismo, por ser um referencial informativo de abrangência internacional para favorecer a comercialização do produto turístico.

O sistema de classificação dos meios de hospedagem de turismo já passou por algumas reformulações e, hoje, o que está em vigor representa, primeiramente, a expectativa do hóspede em relação ao hotel, as posturas legais, de segurança, de saúde e de higiene, de conservação e manutenção dos ambientes de atendimento ao hóspede e de sustentabilidade. O sistema de classificação, brasileiro é representado por estrelas: hotel de categoria uma, duas, três, quatro, cinco estrelas. Ressalta-se que as redes hoteleiras não se utilizam dos sistemas de classificação como referência de qualidade do produto e de serviços, pois são através das suas marcas padronizados e de sistemas próprios de divulgação e de distribuição é que permite ao cliente o reconhecimento antecipado dos seus serviços.

negócios e geralmente possuem permanência curta (três a cinco dias); os hotéis de lazer orientam-se para pessoas em férias, localizam-se em pontos de interesse turístico, como praia, montanha ou parques temáticos; os hotéis residenciais e flats são para hóspedes permanentes ou com previsão de longa estada, por isso que os apartamentos possuem cozinha equipada de modo a permitir o preparo da refeição; os hotéis de beira de estrada são para os que necessitam de pouso noturno, por isso a localização de fácil acesso a estradas.

As Pousadas são empreendimentos de pequeno porte (até 50 unidades habitacionais) geralmente com localização afastada de um centro urbano (praia, montanha, campo). Algumas possuem estrutura com alto valor histórico, como as localizadas em Parati no Rio de Janeiro. Com uma administração familiar e um serviço personalizado, não seguem um critério operacional tão rígido com em um hotel de grande porte, entretanto algumas ofertam serviços comparáveis aos hotéis de categorias superiores e luxo, como é o caso da Pousada do Papagaio localizada na ilha do Papagaio no município de Palhoça (SC). Os períodos de maior ocupação nesse tipo de empreendimento são aos finais de semanas e feriados prolongados (dois a quatro dias) e o público que se utiliza dessa hospedagem são casais e famílias à lazer.

Os empreendimentos do tipo Resorts estão situados em localidades extraurbanas com apelo paisagístico marcante (praia, montanha). Pode ser caracterizado como uma extensão de um hotel de lazer pelo número elevado de unidades habitacionais e o nível de instalação e de serviços que são oferecidos. São dotados de uma infraestrutura autossuficiente, os hóspedes não necessitam sair do empreendimento para consumir em outro local, como ir a um restaurante da região, já que o Resort consegue atender e satisfazer uma gama de interesses. O empreendimento apresenta diversificada infraestrutura e serviços, dentre os quais, opções de restaurantes, bares, lojas, espaços de lazer, eventos e Spa¹³⁵, o qual agrega à hospedagem tratamentos estéticos, voltados para emagrecimento ou relaxamento. Os

¹³⁵ Os Spas podem ser empreendimentos autônomos, isto é, não vinculados a um hotel ou resort, localizados afastados de um centro urbano, dependendo do seu tipo (o *day spa* e o *spa* urbano estão localizados dentro de um centro urbano e não oferecem hospedagem). Alguns oferecem equipamentos e serviços especializados para fins terapêuticos, reeducação alimentar, redução de peso, condicionamento físico e estético, além dos serviços básicos da hotelaria (hospedagem, alimentação e limpeza e arrumação das unidades habitacionais). São locais para o relaxamento e o lazer aliados à saúde e ao bem estar, sempre tendo como coadjuvantes os recursos naturais. Alguns oferecem cursos de meditação, ioga, acupuntura e outras tantas opções modernas de melhorias para o corpo e mente.

empreendimentos do tipo Resort são voltados aos públicos de lazer, negócios e eventos.

No Brasil, os Resorts apresentam profunda penetração no litoral brasileiro¹³⁶. Dos empreendimentos afiliados à Associação Brasileira de Resorts, são 42 empreendimentos, com 11.799 unidades habitacionais, distribuídos em 11 estados da federação, com 17.556 funcionários e um faturamento de R\$ 1 bilhão (2010), conforme demonstra o quadro 12 a seguir:

Quadro 12- Resorts instalados no Brasil

RESORTS INSTALADOS NO BRASIL			
RESORT	REGIÃO	ESTADO	MUNICÍPIO
Rio Quente Resorts	Centro Oeste	Goias	Rio Quente
Jatiúca Hotéis & Resorts	Nordeste	Alagoas	Maceió
Ritz Lagoa da Anta Urban Resort	Nordeste	Alagoas	Maceió
Salinas do Maragogi All Inclusive Resort	Nordeste	Alagoas	Maragogi
Cana Brava Resort Hotel	Nordeste	Bahia	Ilhéus
Club Med Itaparica	Nordeste	Bahia	Itaparica
Grand Palladium Imabassi Resort & Spa	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Sauípe Club	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Sauípe Fun	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Sauípe Park	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Sauípe Pousadas	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Sauípe Premium	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Tivoli Ecoresort Praia do Forte	Nordeste	Bahia	Mata de São João
Arraial D'ajuda Eco Resort	Nordeste	Bahia	Porto Seguro
Catussaba Resort Hotel	Nordeste	Bahia	Salvador
Club Med Trancoso	Nordeste	Bahia	Trancoso
Hotel Transamérica Ilha de Comandatuba	Nordeste	Bahia	Uma
Beach Park Acqua Resort	Nordeste	Ceará	Aquiraz

¹³⁶ Cruz (2003) afirma que os empreendimentos hoteleiros do tipo Resort são “Paraisos Privados” que vêm se multiplicando pela faixa litorânea brasileira, principalmente a partir dos anos de 1990.

RESORTS INSTALADOS NO BRASIL			
RESORT	REGIÃO	ESTADO	MUNICÍPIO
Beach Park Suítes Resort	Nordeste	Ceará	Aquiraz
Oceani Resort	Nordeste	Ceará	Porto das Dunas
Nannai Beach Resort	Nordeste	Pernambuco	Ipojuca
Summerville Beach Resort	Nordeste	Pernambuco	Ipojuca
Ocean Palace Beach Resort & Bungalows	Nordeste	Rio Grande do Norte	Natal
Pestana Natal Hotel	Nordeste	Rio Grande do Norte	Natal
Serhs Natal Grand Hotel	Nordeste	Rio Grande do Norte	Natal
Vale Suíço Resort Hotel	Sudeste	Minas Gerais	Itapeva
Tropical Araxá Spa & Resort	Sudeste	Minas Gerais	Araxá
Meliá Angra Marina & Convention Resort	Sudeste	Rio de Janeiro	Angra dos Reis
Club Med Rio das Pedras	Sudeste	Rio de Janeiro	Mangaratiba
Portobello Resort & Safari	Sudeste	Rio de Janeiro	Mangaratiba
Hotel Le Canton Swiss Mountain Resort	Sudeste	Rio de Janeiro	Teresópolis
Bourbon Atibaia Spa Resort	Sudeste	São Paulo	Atibaia
Royal Palm Plaza Resort Campinas	Sudeste	São Paulo	Campinas
Grande Hotel Campos do Jordão	Sudeste	São Paulo	Campos do Jordão
Mavsa Resort Convention & Spa	Sudeste	São Paulo	São Paulo
Casa Grande Hotel Resort & Spa	Sudeste	São Paulo	Guarujá
Sofitel Jequitimar	Sudeste	São Paulo	Guarujá
Paradise Golf & Lake Resort	Sudeste	São Paulo	Mogi das Cruzes
Grande Hotel São Pedro	Sudeste	São Paulo	São Pedro
Mabu Capivari Eco Resort	Sul	Paraná	Campina Grande do Sul
Aguativa Golf Resort	Sul	Paraná	Cornélio Procópio
Bourbon Cataratas Convention Resort	Sul	Paraná	Foz do Iguaçu
Mabu Thermas & Resort	Sul	Paraná	Foz do Iguaçu
Costão do Santinho Resort & Spa	Sul	Santa Catarina	Florianópolis

Fonte: Associação Brasileira de Resorts (2011).

A região Nordeste concentra o maior número de Resorts, especialmente localizados no litoral brasileiro, em razão da potencialidade dos ambientes litorâneos para o turismo - o binômio sol e praia, responsável pela atratividade turística em boa parte dos destinos em escala mundial e nacional e da concentração espacial, no Brasil, de infraestruturas de acesso como aeroportos e urbanas ao longo da faixa litorânea. O estado da Bahia é o que detém a maior concentração espacial de Resorts. Na região Sudeste os estabelecimentos são mais interiorizados, isto é, são situados fora dos centros mais adensados. A região Sul, especialmente no Estado de Santa Catarina, encontram-se importantes empreendimentos de reconhecimento internacional: o Costão do Santinho Resort & Spa, em Florianópolis; o Infinity Blue Resort & Spa, em Balneário Camboriú¹³⁷; o Itapema Plaza e Resort & Spa, em Itapema; e o Plaza Caldas da Imperatriz Resort & Spa, em Santo Amaro da Imperatriz. Observa-se a presença das redes hoteleiras na administração dos empreendimentos tipo Resort, como as redes Plaza em Santa Catarina e as redes: Club Med, Pestana, Transamérica, Tivoli, Sol Meliá, Boubon e Accor com empreendimentos instalados em outras regiões do país.

As redes hoteleiras administram e operam hotéis próprios ou de terceiros. Quando administram os hotéis próprios, em sua maioria, são incorporadoras, isto é, administram-nas com recursos próprios ou com a participação de uma fonte financiadora, constroem e operam os hotéis assumindo todos os riscos inerentes ao negócio e à operação do empreendimento hoteleiro. No que se refere à administração dos hotéis de terceiros, pode ser por contrato de administração, arrendamento e/ou franquia. Sobre os investimentos são concentrados em um investidor ou são pulverizados, isto é, há vários investidores. Nesse último, a incorporação pode ser realizada na modalidade de *flats* ou condo-hotéis, em que há a venda de cotas imobiliárias do empreendimento ao mercado para aquisição de investidores individuais. Cada investidor é proprietário de uma cota, que se configura em uma unidade habitacional privativa. Outras cotas imobiliárias podem ser estabelecidas entre as áreas sociais e de eventos.

Os *flats* que surgiram na década de 1980 foram uma forma encontrada pelas construtoras/incorporadoras para aquecer o mercado imobiliário e obter recursos para viabilizar a construção dos

¹³⁷ Os empreendimentos Costão do Santinho Resort & Spa localizado em Florianópolis e o Infinity Blue Resort & Spa em Balneário Camboriú, não vinculam as suas administrações a uma rede hoteleira, são independentes.

empreendimentos. Para o investidor individual o *flat* passa a ser também uma alternativa de rentabilidade, no que se refere à valorização e à locação do imóvel. Os *flats* que surgiram nesse período apresentavam-se com a proposta de oferecer uma moradia com estrutura compacta, facilidades e serviços hoteleiros e com atrativo de “usar e alugar”. Com o passar do tempo os serviços hoteleiros tornaram-se cada vez mais relevantes no negócio e evoluiu o conceito para o que hoje são chamados condo-hotéis. Dessa forma, pode-se afirmar que os condo-hotéis, em essência, seguem o mesmo modelo de negócio estabelecido pelos *flats*, quando há incorporação e venda por cota imobiliária do empreendimento.

Quanto à forma e à estrutura física do *flat*, são compostas originalmente por apartamentos com quarto, banheiro privativo, sala e cozinha equipada. Já no caso do condo-hotel, não necessariamente as unidades habitacionais possuem essa infraestrutura - em muitos empreendimentos apresentam-se apenas o quarto com banheiro privativo.

No aspecto conceitual, o condo-hotel¹³⁸ é um condomínio com serviços hoteleiros e, dessa forma, é formado por um conjunto de pessoas que são proprietárias do imóvel que dividem as despesas dos equipamentos de uso comum. As despesas são rateadas entre os proprietários que mantêm o empreendimento, no que se refere à manutenção, à mão de obra e aos investimentos. Além da administração condominial, há a gestão da operação hoteleira que é realizada por empresa especializada, as denominadas administradoras hoteleiras, as quais são responsáveis pela gestão do condomínio, dos serviços hoteleiros e da locação das unidades hoteleiras. Esse modelo de negócio é vendido com uma possibilidade de investimento na aquisição do imóvel uma vez que oportuniza o ganho sobre a sua rentabilidade. É um nicho muito específico de investidores que adquirem propriedades em empreendimento do tipo condo-hotel. Geralmente são aqueles que buscam não somente a valorização imobiliária, mas também uma garantia de retorno imediato sobre o investimento.

A rentabilidade do negócio em uma incorporação na modalidade de condo-hotel apresenta-se em algumas frentes. A primeira, por meio da venda do imóvel no sentido do retorno do investimento; a segunda, no momento de associá-lo a uma administradora hoteleira (rede hoteleira) e, por muitas vezes, a não negociação de todas as cotas do empreendimento. Nesse contexto, o incorporador torna-se sócio

¹³⁸ Na maioria dos condo-hotéis são sociedades por cota de participação.

majoritário e acaba por receber, também, os dividendos da operação hoteleira. Cabe lembrar que o sócio majoritário é o investidor maior, isto é, aquele que possui o maior número de cotas sobre o empreendimento e, nesse caso, possui maioria nos votos e poder decisório sobre os investimentos do hotel. Estrategicamente, muitas redes hoteleiras, além de incorporadoras, são investidoras, pois não fazem a venda do hotel como todo, mantendo um percentual de cotas que lhes garanta o poder decisório ou de persuasão sob a administração do empreendimento. É exemplo dessa estratégia a Atrio Hotéis, que administra os hotéis da rede Accor e da JI Administradora Hoteleira (JIAH) - sendo o caso, também, de outras redes hoteleiras que atuam na incorporação dos seus empreendimentos.

Na administração de um condo-hotel, as decisões sobre o condomínio são realizadas em Assembleia¹³⁹ que é constituída pela participação de todos os proprietários. Assim como em um condomínio residencial, há a formação de um Conselho Consultivo Fiscal que é formado por um grupo de condôminos representante dos demais proprietários. Compete ao conselho representar aos interesses dos condôminos no que se refere ao relacionamento com a administradora hoteleira. Além do Conselho Fiscal, há presença do síndico e do subsíndico que são também eleitos em Assembleia pelos proprietários.

No que diz respeito aos serviços hoteleiros e as despesas relacionadas ao funcionamento do hotel, estas são custeadas pelos condôminos pagas na taxa do condomínio rateadas entre os proprietários. São exemplos dessas despesas: lavanderia industrial, segurança, mão de obra operacional, manutenção, TV a cabo, energia, água, materiais de consumo, limpeza e higiene, dentre outros. Porém os consumos individuais de determinados serviços da hotelaria são pagos a parte pelo proprietário, como alimentação e bebidas, serviços de telefonia, lavanderia de hóspedes, taxas de estacionamento, passeios e outros serviços extras que o hotel possa ofertar. Pode-se observar que existem serviços “obrigatórios” que são incluídos na taxa de condomínio e outros serviços “opcionais”, pagos mediante consumo.

Ainda dentro da operação de um condo-hotel, há a organização de um sistema associativo de locação, denominado de *pool* hoteleiro ou *pool* de locação. O *pool* hoteleiro é formado pelo conjunto de unidades habitacionais, colocadas à disposição da administradora hoteleira pelos seus proprietários para locação por diárias. Basicamente, a

¹³⁹ A Assembleia Geral é órgão máximo e soberano de um condomínio e reúne proprietários de todas as unidades autônomas do condomínio.

administradora hoteleira faz a gestão da comercialização das unidades habitacionais e os proprietários recebem os rendimentos sobre a locação no período que a propriedade ficou disponibilizada ao *pool*. Ressalta-se que não existe um modelo único de administração do *pool* de locação para todos os empreendimentos. A gestão do *pool* é organizada de acordo com o modelo administrativo estabelecido para a operação do *condo-hotel*.

Esse conjunto de unidades habitacionais mencionadas no *pool* de locação é chamado de inventário, podendo ser fixo ou fluante. Considera-se fixo quando todos os proprietários disponibilizam permanentemente suas unidades ao *pool* de locação, isto é, o proprietário não pode tirar e colocar a unidade habitacional no *pool*. A administradora tem um controle maior sobre a disponibilidade do hotel, pois sempre sabe quantos e quais apartamentos estão disponíveis. Já, quando o *pool* é fluante, o inventário não é fixo, mas variável. O proprietário da unidade habitacional mediante prazos e regras acordados com a administradora hoteleira, tira e coloca o seu apartamento do *pool* de acordo com o seu interesse. Nesse caso, a quantidade de apartamentos disponíveis para ocupação é variável, e a administradora hoteleira programa a operação por meio de projeções de disponibilidade futura.

Cabe destacar que as despesas relacionadas exclusivamente à operação do *pool* de locação, como venda, promoção e mão de obra administrativa, são imputadas ao *pool* hoteleiro e, em forma de rateio, deduzidas do faturamento¹⁴⁰ alcançado pelas unidades habitacionais disponibilizadas ao sistema. Dessa forma, primeiramente são debitadas as despesas, para posteriormente realizar a distribuição do saldo entre os *poolistas*, isto é, entre os proprietários que colocaram as suas unidades habitacionais no *pool* de locação. É importante também apontar que, dependendo do modelo de negócio estabelecido no empreendimento, outras despesas operacionais e administrativas do hotel podem ser pagas pelos *poolistas*. Outras despesas relacionadas à operação hoteleira, folha de pagamento, materiais, insumos, equipamentos, reposição de enxoval, TV por assinatura, impostos, e outras de cunho operacional e administrativo, são lançadas no condomínio e rateadas para pagamento dos proprietários. Compete à administradora hoteleira, mensalmente, apresentar aos proprietários os balancetes demonstrativos de todas as

¹⁴⁰ As receitas alcançadas pelo *pool* de locação correspondem à operação hoteleira, nesse sentido, faturamento de diárias, eventos, lavanderia, telefonia, restaurante, *room service*, estacionamento, dentre outras.

despesas e as receitas do empreendimento correspondentes o seu apartamento.

As redes hoteleiras são formadas por um conjunto de hotéis interligados por um mesmo padrão de administração, comercialização e operação sob a égide de uma empresa especializada na gestão e na operacionalização de empreendimentos hoteleiros, com objetivo de possuir ganho em escala e produzir a redução de custos para aumentar a lucratividade dos empreendimentos. Dentre as várias formas de controle na administração dos hotéis vinculados a rede, uma delas é a gestão administrativa e operacional por meio de contrato de administração. Nesse caso, a gestão administrativa e operacional do hotel é realizada por meio de um acordo contratual entre a empresa administradora hoteleira (rede hoteleira) e a empresa proprietária do hotel, segundo o qual a administradora dirige o empreendimento. No caso dos condomínios, o contrato é realizado entre administradora hoteleira e o condomínio.

A operação do hotel por contrato de administração é uma das formas mais utilizadas pelas redes instaladas em Santa Catarina, dentre elas: a rede JI Administradora Hoteleira, na administração dos hotéis Il Campanário Villagio Resort e o Jurerê Beach Village, localizados em Florianópolis; a rede Le Canard, na administração do Le Canard Caçador; a rede Blue Tree, na administração dos hotéis, Blue Tree Towers Florianópolis e o Blue Tree Towers Joinville; a rede Accor, na administração dos hotéis Ibis Florianópolis, Sofitel Florianópolis, Mercure Convention de Florianópolis, Mercure Centro Florianópolis e o Novotel de São Bento do Sul.

No setor de hotelaria, a utilização de contratos de franquia é outra forma de vinculação de um hotel através de uma marca de uma rede hoteleira. A rede hoteleira concede ao hotel, por meio de contrato, o uso da marca registrada, comunicação visual, sistemas operacionais padronizados, acesso a canais de reserva, planejamento operacional, financeiro, comercial e marketing, mediante pagamento de taxas de utilização da marca (*royalty*). Em contrapartida, o franqueado assume a operação do hotel com o compromisso de seguir os padrões operacionais e administrativos da rede hoteleira. A gestão por meio de franquia permite ao hotel assegurar o controle da qualidade da prestação de serviços, através da padronização dos processos operacionais e implantação de instrumentos de controle e de avaliação.

A franquia é a forma mais usada para o desenvolvimento das marcas de hotéis, já que requer investimentos baixos por parte da rede hoteleira. A maioria das grandes redes de hotéis e de restaurantes

funciona como “empresas-rede”, utilizando o regime de franquia, que possibilitam a adoção de formas contratuais de relacionamento mais flexíveis e menos onerosas do que a instalação de filiais controladas majoritariamente, o que permite às redes valorizarem mundialmente seu *know-how* específico concentrando os seus esforços na padronização dos produtos e no controle da qualidade associada à imagem de uma marca. As redes hoteleiras remetem ao franqueado (hotel) os problemas da administração cotidiana, deixam para os beneficiados da franquia que “suportem o peso de todos os investimentos locais e enfrentem os imprevistos das flutuações da demanda” (CHESNAIS, 1996, p. 203).

Em Santa Catarina, a Atrio Hotéis é uma das empresas responsáveis pela expansão da rede Accor no território catarinense através da franquia dos hotéis Ibis de Blumenau, de Joinville e de Criciúma. A rede Pires também possui a franquia da marca Mercure da rede Accor, com o hotel Mercure Balneário Camboriú de Balneário e a rede Slaviero com hotel Slaviero Executive de Florianópolis Camboriú. O capital investido para incorporação e administração dos hotéis é de empreendedores catarinenses.

Os hotéis independentes e as redes locais buscam associarem-se às marcas pertencentes às redes hoteleiras por meio de contrato de franquia. É uma estratégia utilizada principalmente para reposicionamento do produto (hotel) ao mercado e tornar o empreendimento mais competitivo, pois a rede hoteleira possui *know-how* administrativo da operação hoteleira, no que se refere aos padrões operacionais dos serviços, aos sistemas uniformes de gestão, ao treinamento do quadro funcional, ao aparato tecnológico próprio, ao maior acesso aos canais de distribuição (agências, operadoras, portais, centrais de reservas, reserva *on-line*, portais da internet, operadores *on-line*, dentre outros).

As redes hoteleiras, portanto, utilizam a franquia das suas marcas e a operação de empreendimentos hoteleiros por meio de contrato de administração como estratégias de expansão dos seus negócios, sem disponibilizar de recursos próprios para instalação dos seus empreendimentos.

Os hotéis de rede são especificados através das marcas criadas pelas redes hoteleiras para identificar o segmento para o qual o empreendimento está voltado. É por intermédio das marcas que as operadoras concentram hóspedes com necessidades e desejos relativamente homogêneos, sendo uma estratégia para manter e expandir a participação de mercado e para criar e identificar segmentos específicos da demanda. Cada vez mais as redes hoteleiras têm

desenvolvido produtos para diferentes segmentos e criado uma marca para cada segmento, como é o caso da marca Ibis da rede Accor para o segmento econômico de hotéis.

4 A GEOGRAFIA DAS REDES HOTELEIRAS EM SANTA CATARINA

Neste capítulo, discutir-se-á sobre as origens, a formação e as especificidades regionais do setor hoteleiro em Santa Catarina, além das transformações ocorridas no setor a partir dos anos 2000. Tratar-se-á, também, do desenvolvimento do setor hoteleiro influenciadas pela expansão urbana e pelo turismo, fazendo-se uma discussão em relação à organização espacial e às perspectivas de expansão das redes hoteleiras no Estado de Santa Catarina.

4.1 A FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL E A GÊNESE DO SETOR HOTELEIRO DE SANTA CATARINA

O processo histórico de formação da nação brasileira realiza-se sobre uma base material determinada por condições naturais e humanas. Diante do quadro geográfico, o processo de povoamento do território que hoje corresponde ao Brasil foi realizado pela iniciativa da Coroa Portuguesa, cuja ocupação fez-se a partir do litoral, obedecendo à busca de novas oportunidades lucrativas, como foi o caso do óleo de baleias capturadas e manufaturadas nas armações do litoral de Santa Catarina, assegurando à Coroa Portuguesa a posse de grandes extensões do território colonial, na porção Meridional, alvo de grandes disputas entre os dois reinos ibéricos: Espanha e Portugal¹⁴¹.

A indefinição das fronteiras e a falta de um povoamento efetivo da região Meridional geraram inúmeros conflitos apesar do Tratado de Tordesilhas, firmado entre as duas Coroas Ibéricas em 1494¹⁴².

¹⁴¹No momento histórico da conquista e colonização do “novo mundo” pelos países ibéricos, a Europa passava pelo processo de transição do feudalismo para o capitalismo. Essa transição foi lenta, impulsionada pelos acontecimentos históricos desse período: as navegações, a expansão marítima, as grandes descobertas, a colonização e os novos mercados. A descoberta da América, e do Brasil em particular, é marcada por uma dualidade, ou seja, no polo interno da dualidade dominavam formações sociais pré-feudais, isto é, não existia uma população afeita a produzir a sua própria condição de vida, enquadrada na pequena exploração agrícola, enquanto no polo externo existia um sistema mercantilista em desenvolvimento e um sistema feudal em decomposição (PEREIRA, 1998). Ver a história da dualidade brasileira de Inácio Rangel, 1981.

¹⁴²Rangel (1981) chama a atenção sobre o feudalismo que surgiu no Brasil a partir do Tratado de Tordesilhas, pois as relações que passaram a dominar entre os donatários e o rei de Portugal eram de suserania e vassalagem, isto é, uma relação de submissão às ambições de Portugal ao passo que entre o donatário-vassalo e a população do feudo, a

A ocupação e a consolidação do território colonial conquistado pelos portugueses constituem um dos fios condutores da formação social brasileira. São as condições naturais e humanas vigentes no espaço colonial que, somadas às experiências trazidas pelos portugueses, irão definir a estruturação socioeconômica do futuro Brasil (PEREIRA, 1997).

A estratégia de povoamento do litoral Sul teve como ponto de partida a capitania de São Vicente de onde se irradiou a formação de alguns núcleos de povoamento que, no século XVII, deu origem no litoral de Santa Catarina às vilas de Nossa Senhora do Rio São Francisco do Sul (1645), Nossa Senhora do Desterro (1651) e Santo Antônio dos Anjos da Laguna (1676), consideradas postos avançados dos portugueses no sentido Norte-Sul, os quais dependiam da via marítima e das condições portuárias para estabelecer contato com outros núcleos coloniais de povoamento situados na faixa costeira¹⁴³.

O litoral catarinense foi o principal alvo da política expansionista de Portugal na ocupação do território meridional brasileiro, com base na exploração dos recursos naturais disponíveis (óleo da baleia). A experiência colonizadora associava-se à estratégia de defesa territorial e ao uso diversificado da terra. Em meados do século XVIII, o litoral catarinense, especialmente as áreas próximas à Vila de Nossa Senhora do Desterro, porta de entrada do Brasil Meridional, local de apoio para o abastecimento de embarcações e rota obrigatória para atingir a bacia do rio da Prata, recebeu um número significativo de açorianos a partir da segunda metade do século XVIII, servindo de local de apoio para abastecimento de embarcações e como rota obrigatória para atingir a bacia do rio da Prata (MAMIGONIAN, 1998).

Desde os seus primórdios, a ocupação do território catarinense acabou gerando duas realidades distintas: o planalto e o litoral separados pelas Serras do Mar e Geral. “O planalto, que pertencia à Capitania de São Paulo, foi povoado por paulistas em 1766, com a fundação de Lages, incorporada a Santa Catarina em 1820” (PELUSO JR., 1991).

A localização estratégica da costa catarinense, entretanto, permitiu que, no interior dessa formação sócio-espacial, fossem

ele subordinada, estabeleciam-se relações típicas de outros modos mais “primitivos” de produção.

¹⁴³ A partir da fundação das póvoas de São Francisco, Desterro e Laguna, a ocupação do litoral catarinense se intensifica com a concessão de sesmarias e a fixação de sesmeiros, com seus estabelecimentos agrícolas e pastoris. Em 1680, na margem setentrional do rio da Prata, os portugueses fundam a colônia do Sacramento (PIAZZA, 1982).

desencadeadas produções territoriais e cumulativas com o passar do tempo.

Pela orla litorânea os contatos iniciais realizados pelos primeiros exploradores eram realizados por via marítima, enquanto mesmo diante das dificuldades encontradas para superar o paredão da Serra do Mar, a exploração rumo ao interior do planalto meridional concorreu, também, com o avanço das bandeiras de colonização. Duas correntes realizaram essa expansão: uma partindo de São Vicente (1532) e descendo pelo litoral até Laguna; e a outra, tendo como foco inicial o centro pastoril de Sorocaba (1598), atravessava todo o planalto meridional. A primeira corrente de povoamento chega a Laguna em 1684, liderada por Domingos de Brito Peixoto. Esse território passa a ser o primeiro centro explorador dos paulistas no extremo-sul (VIANA, 2005)¹⁴⁴.

Movidos inicialmente (século XVII) pela procura de índios para escravizá-los e vendê-los, no século seguinte (XVIII), os paulistas passaram a arrebancar o gado missioneiro para comercializar em Sorocaba (SP), incorporando-o ao circuito econômico colonial e criando, ao longo desse caminho, sesmarias que se transformaram em estâncias. A exploração econômica das terras do planalto catarinense deu origem, nas suas manchas de campo ao latifúndio pastoril, associada ao extrativismo dos ervais nativos encontrados na mata araucária. (PEREIRA, 2003, p. 104).

O contato europeu com a paisagem local iria gerar modificações desde o começo do assentamento luso nesse território¹⁴⁵. Como já enfatizado, a política administrativa instalada pela Corte portuguesa promoveu, de um lado, o processo de reconhecimento geográfico do território colonial e, de outro, a construção de um sistema de fortificações a partir da criação da Capitania, bem como a colonização açoriana do Brasil meridional. Para Pereira:

¹⁴⁴ Muito antes de atingirem as campanhas férteis do extremo-sul, os bandeirantes paulistas, além da captura para escravizar índios e da exploração de ouro, praticam o pastoreio como forma principal de atividade e como meio para o povoamento. Viana (2005) ressalta que da “política imperialista a única expressão realmente característica é o bandeirismo pastoril, que eles praticam desde os primeiros grupos que enxameiam de São Vicente, no século XVI, até as últimas fundações em Palmas e Curitibaanos, no planalto catarinense, e em Passo Fundo, em Palmeiras, em Cruz Alta, na região serrana do Rio Grande já em pleno século XVIII”.

¹⁴⁵ Diante do vazio econômico encontrado pelos descobridores, a transformação por que passa o território conquistado será geneticamente determinada pelos elementos endógenos e pelo padrão de colonização imposto pela Coroa portuguesa, cujas ações eram motivadas pelo capital mercantil associado à nobreza (PEREIRA, 1997).

O projeto de colonização do Brasil meridional, do qual fazia parte a ocupação do espaço litorâneo catarinense, se amplia e se consolida com a instalação de bases político-militares, o que levou a construção de um complexo de fortificações, principalmente na Ilha de Santa Catarina, e a edificação de armações baleeiras, financiado por capitais comerciais portugueses, para extração de óleo de baleia, utilizado nos séculos XVIII e XIX para vários fins. (PEREIRA, 2003, p.104).

Entre os anos de 1747 e 1756 emigraram para o Brasil, provenientes do arquipélago dos Açores e Madeira, voluntários açorianos para fortalecer a colonização do litoral Catarinense. Em 1747, instalaram-se vários povoados nos núcleos de São Miguel, como a Fazenda da Armação, Costeira da Armação, Palmas, Ganchos, Garoupas, Bombas, Zimbros, Tijuquinhas, além de outros povoados que também merecem destaque, como a Enseada do Brito, São José, Paulo Lopes, Garopaba e Vila Nova. Na ilha de Santa Catarina, os açorianos localizaram-se especialmente na Trindade, Ribeirão, Lagoa, Santo Antônio, Rio Vermelho e Rio Tavares¹⁴⁶ (SILVA, 1992).

As consequências do povoamento açoriano em terras catarinenses fizeram-se sentir em três esferas: político-administrativa, econômica e cultural. Primeiramente, no campo político-administrativo, registra-se o fortalecimento da posição portuguesa na parte meridional do território colonial através da implementação de um projeto político de ocupação do litoral catarinense, em que se associou o caráter político militar ao caráter socioeconômico: uma pequena produção mercantil assegurou a posse efetiva da terra, colocando-se como possibilidade para compor

¹⁴⁶ Na ilha de Santa Catarina, a princípio, os grupos de açorianos que se assentaram aos arredores do Largo da Matriz, expandindo-se primeiramente para o Leste e, posteriormente para o Oeste, conformando aglomerados de casas muito rudimentares (VEIGA, 1993, p. 37). Paralelamente, ocorre a expansão para outras localidades no interior da ilha, formando as freguesias. Os problemas encontrados na época para assentar as famílias de colonos decorriam da dificuldade de transporte e de locomoção por terra ou por mar. Esses imigrantes eram agricultores, alguns carpinteiros, vários comerciantes, outros oleiros, mas, pouquíssimos pescadores. Nas ilhas dos Açores, dedicavam-se também às atividades ligadas ao plantio e ao trato do trigo e ao cultivo da uva, do ananás, de frutas cítricas, de hortifrutigranjeiros e da pecuária do leite. Ao chegar à ilha de Santa Catarina, deram início a essas atividades, porém experimentaram revezes pela inadaptabilidade do clima para os cultivos, tanto do trigo como do linho. Além disso, encontraram outras práticas relacionadas ao cultivo do algodão e da mandioca, dando origem aos engenhos para a fabricação da farinha de mandioca (PEREIRA, 1993).

parte da força de trabalho no interior da manufatura baleeira. Esta, por sua vez, valia-se de um modo de produção escravista e tinha a finalidade de alimentar o Estado e os capitais mercantis portugueses. Assegurada a posse, a militarização e a produção, estava garantido o acesso ao Prata (SILVA, 1992).

Diferentemente do restante do litoral brasileiro onde a atividade agrícola era monocultora, utilizando-se da mão de obra escrava em grandes glebas de terra, no Sul se estabeleciam colônias de povoamento alicerçadas na pequena propriedade familiar. O colono tinha a liberdade de praticar a policultura de subsistência. Este, dentre outros fatores, foi fundamental para propiciar a precoce emergência do litoral catarinense à posição de destaque no cenário colonial da época como uma das áreas fornecedoras de gêneros alimentícios¹⁴⁷. Assim, surgem no litoral catarinense os centros comerciais de Desterro, Laguna e São Francisco.

A pequena produção mercantil constituída por pequenas unidades produtivas independentes comportava uma densidade populacional superior, o que possibilitava uma maior produtividade e consumo, ou seja, uma tendência maior à divisão social do trabalho¹⁴⁸.

A colônia de povoamento que se estabelecia estava alicerçada na pequena propriedade familiar, distinguindo-se neste aspecto do restante do território brasileiro onde a tônica era a exploração monocultora de enormes glebas de terras utilizando mão de obra escrava. O colono açoriano, diferentemente do escravo, tinha liberdade de praticar uma policultura de

¹⁴⁷ Durante os séculos XVII e XVIII, os paulistas alcançaram o território catarinense pelo litoral. No litoral, os índios se instalaram em explorações agrícolas primitivas, quase de subsistência. No planalto estabeleceram-se os campos naturais, com a criação extensiva de bovinos. O litoral foi transformado no século XVIII com o estabelecimento dos casais açorianos e madeirenses: as explorações policulturas familiares forneceriam no final do século XVIII e inícios do século XIX importantes excedentes alimentares, com destaque para farinha de mandioca, arroz e feijão que se destinaram ao abastecimento do Rio de Janeiro, de Salvador e até mesmo de Montevidéu (MAMIGONIAN, 1966).

¹⁴⁸ No século XVII, os franceses e ingleses conquistaram o norte temperado do continente com o excesso populacional das metrópoles, estruturando uma sociedade de pequenos produtores. Já os portugueses o fazem nos séculos XVII e XVIII, no que se refere ao sul temperado, com contingentes populacionais coloniais, ou seja, com paulistas, ameríndios e africanos, responsáveis pela estruturação, no Brasil meridional, de uma sociedade inicialmente de mera subsistência e logo latifundiária pastoril e extrativa (PEREIRA; VIEIRA, 2007). Porém, no século XVIII, a colonização açoriana, e já em meados do século XIX, a colonização europeia faz-se nos mesmos moldes da citada colonização do “norte temperado”.

subsistência e utilizar se excedente na melhoria de sua propriedade (BASTOS, 2000, p.129).

A estrutura agrária baseada na pequena propriedade propiciou a formação de um pequeno produtor independente. Dono dos seus próprios meios de produção, separava alguns produtos necessários para a sua subsistência e o excedente era comercializado (exportação). Todavia, a economia de subsistência não permitia acumular um volume capaz de permitir o desenvolvimento de relações capitalistas de produção, devido a um complexo de fatores, com já foi destacado.

A atividade mercantil estabeleceu-se no litoral catarinense, principalmente graças ao óleo de baleia, ao pescado seco, produtos da época, exportados para a parte Norte e Nordeste do Brasil e também para a Europa. Vale ressaltar que, sem dúvida, os interesses portugueses na pesca da baleia devem-se ao fato de que, na época, o óleo extraído era uma espécie de petróleo utilizado para as construções das edificações, iluminação e diversas manufaturas lubrificantes¹⁴⁹.

No século XVIII, foram as armações baleeiras que no contexto econômico colonial mais movimentaram economicamente o litoral catarinense - através do comércio marítimo. Nos núcleos de Desterro, Laguna e São Francisco grande parte da população praticava uma economia de subsistência que não favorecia relações econômicas de vulto, cenário que foi alterado quando as armações baleeiras foram instaladas.

O porto do Desterro desempenhava a função de escoadouro da produção agrícola do litoral catarinense, tendo como principal produto de exportação da época a farinha de mandioca, distribuída por seus principais portos (Desterro, Laguna e São Francisco), permanecendo a produção de Laguna na própria Província (Desterro), enquanto a do porto de São Francisco, pela sua posição geográfica ao Norte do estado, dirigia-se diretamente à capital do Império (Rio de Janeiro).

A farinha de mandioca foi um gênero produzido por quase todas as províncias da colônia portuguesa e constituiu-se no produto de maior expressão no comércio exportador da Província de Santa Catarina. Produzida em grande nos arredores do litoral catarinense durante o século XIX, “foi constante a posição de vanguarda da farinha diante dos

¹⁴⁹ Já ao final do século XVIII prolongando-se pelos primeiros anos do século XIX, a situação econômica mantinha-se precária, sofrendo o comércio grandes oscilações no mercado. Ocorreu a decadência da pesca da baleia, cuja atividade exercida desde o início do século XVIII, era praticada através de contratantes que arrematavam o direito de explorá-la através de monopólios. (HÜBNER, 1981, p.19).

demais produtos, no que se refere à exportação” (HÜBNER, 1981, p. 81).

Para Desterro (atual Florianópolis), o porto foi um elemento fundamental para a sua origem e expansão, no que se refere ao interesse comercial, representado pela possibilidade de transações com os navios que ancoravam na baía, fazendo da linha da praia a área de maior concentração de população. Segundo relato dos viajantes,¹⁵⁰ em 1866, a população era de 6.474 indivíduos, e já na República, em 1890, o censo acusava 11.400 pessoas, enquanto o censo de 1900 acusou uma população de 13.474 habitantes (PELUSO JR., 1991).

Desterro, ainda, obteve um lugar de destaque graças à sua posição geográfica privilegiada, por estar localizada entre as duas principais cidades da costa atlântica: o Rio de Janeiro e Buenos Aires. Associadas à função portuária, destacaram-se desde cedo as funções comercial e administrativa, que tiveram um papel importante na organização de serviços prestados à população local, bem como de estruturas criadas para atender aos viajantes. Peluso Jr. (1991) destaca o fato de oferecer abrigo às embarcações em função da sua condição de atracadouro e da sua localização estratégica, fazendo de Desterro parada obrigatória para os viajantes que exploravam o litoral catarinense ou que se deslocavam para o Norte e para o Sul. Nesse contexto, por meio da dinâmica portuária e o incremento do comércio, surgem os primeiros meios de hospedagem, que se caracterizavam como estabelecimentos de passagem, para um único pernoite, já que, devido às longas distâncias, colocava-se a necessidade de locais para descanso. Diante da inexistência de locais destinados ao acolhimento das pessoas que chegavam à cidade, os viajantes só podiam contar com a hospitalidade dos habitantes da região.

Durante as expedições pelo litoral brasileiro, em passagem pela Ilha de Santa Catarina, alguns viajantes estrangeiros descrevem o cotidiano, a paisagem e a hospitalidade dos moradores da época. Segundo relato do viajante René Primevère Lesson¹⁵¹, em 1822: “Nossa Senhora do Desterro, não oferecia aos estrangeiros nem hotel, nem restaurantes, nem café”. Como em todas as colônias portuguesas

¹⁵⁰ Os viajantes eram cientistas europeus que em expedições exploravam o litoral brasileiro. Esses descrevem em seus relatos, a geografia do sul do país, a paisagem e o cotidiano da sociedade do século XVIII e XIX.

¹⁵¹ René Lesson foi um naturalista que integrava uma expedição que aportou em Santa Catarina em 1822.

encontravam-se várias tendas de revendedores, espécies de tabernas¹⁵² onde se dava de beber e comer. Sua população é de mais ou menos seis mil almas. Distinguem-se três classes de habitantes: os brancos, os mulatos e os negros. A última é quase que inteiramente composta de escravos. Cabral (1979) também confirma a existência de tabernas frequentadas por negros escravos, quando “um concessionário chamado José Monteiro foi advertido pela Câmara, por fazer da sua taberna de alojamento para pernoitarem os escravos, destinados ao serviço da iluminação da cidade” (CABRAL, 1979, p. 156). As tabernas eram chamadas de “taberna de molhados”, pois vendiam todo tipo de gêneros alimentícios¹⁵³.

Conforme o relato de René Lesson, não existiam hotéis para atender aos viajantes, entretanto a presença de tabernas era marcante, pois exerciam uma função comercial com a venda de produtos e uma precária estrutura de hospedagem para receber aqueles que chegavam à cidade¹⁵⁴.

Os primeiros hotéis surgiram, aproximadamente, na metade do século XIX, na região do largo do palácio e comercial da cidade, próxima ao porto, junto ao comércio varejista. As primeiras iniciativas hoteleiras foram: Hotel do Commercio (1850); Hotel Brasil (1856); Hotel Café (1856); Hotel da Praça (1857); Hotel do Vapor (1857); Hotel Universo (1859); Hotel dos Paquetes (1864); Hotel Papini (1871); Hotel Trajano (1876); Grande Hotel (1884). Muitos desses estabelecimentos possuíam um partido arquitetônico de dois pavimentos, funcionando no

¹⁵² Tabernas, local para venda de vinhos a varejo, algumas com quartos para pernoite de viajantes, na época também eram chamadas de casa de pasto.

¹⁵³ “Não teriam sido muitas, nessa época as grandes e boas residências, às quais eram levados hóspedes ilustres, não só porque pertenciam elas à gente bem da Vila, como porque todos desejavam que saíssem eles daqui fazendo elogios e propaganda da terra. A maioria dos proprietários era de pequenos vendedores, principalmente de gêneros alimentícios, a cujas casas se denominavam de taberna de molhados, que puderam ir amealhando os seus pés de meia, escondidos debaixo dos colchões ou no fundo da arca das roupas, todos eles mais ou menos açambarcadores de gêneros, cobrando já naquele tempo, o dobro do que lhes custavam e lesando o fisco” (CABRAL, 1979, p. 232).

¹⁵⁴ Desterro, na segunda metade do século XIX, exercia nitidamente a função praça centralizadora do comércio exportador local, o que deu origem a uma burguesia comercial, conforme registram Vaz (1991) e Veiga (1993), responsável por intervenções humanas na paisagem. Nesse momento, surgem os sobrados e as chácaras, bondes puxados a burros e a iluminação nas ruas. Até a metade do século XIX não haviam estabelecimentos adequados para acomodação dos viajantes que chegavam à Ilha de Santa Catarina, sendo as personalidades ilustres recebidas no próprio Palácio, enquanto aos demais restava como abrigo a própria embarcação ou dependiam do acolhimento dos moradores locais.

primeiro uma forma de armazém e no segundo uma estrutura de hospedagem para receber os viajantes que chegavam a Desterro.

Os hotéis atingiam aos mais diversos segmentos da sociedade, viajantes a lazer ou a negócios, assim como artistas, militares e políticos¹⁵⁵. Os empreendimentos hoteleiros ofereciam serviços e produtos diferenciados, além da hospedagem¹⁵⁶. Como já foi destacado, em alguns deles funcionava no piso térreo um tipo de armazém, denominado de “secos e molhados”, onde se podia encontrar uma diversidade de produtos alimentícios, homeopáticos, bebidas, cigarros, cafés, velas de carnaúba, papéis, além de outros objetos colocados à venda¹⁵⁷.

¹⁵⁵ Fatos relatados por Cabral (1979) e nos jornais de época, sobre o Hotel Papini e o dos Paquetes dão conta de que eram frequentados pelos políticos da época, como evidenciam as seguintes colocações: “A 4 de novembro, o Visconde passou de volta, regressando do Rio Grande do Sul. Hospedou-se no Hotel dos Paquetes. Não houve homenagens, bailes, nem outras puxadas. Corrêa da Câmara não deixara de ser Visconde. Mas deixara de ser Ministro”. Em 1871, “havia na Praça, um Hotel chamado Papini. Deveria ser recém instalado e era frequentado por políticos” (A PROVÍNCIA, 8/11/1871). “A 5 de novembro, de volta, desembarcou João Caetano no Desterro, fez um breve ensaio com o grupo e, às 7 da noite foi levado do Hotel do Vapor, onde se hospedara, para o Teatro, com acompanhamento nunca visto, puxado pela banda de Música da Guarda Nacional”.

¹⁵⁶ Os hotéis possuíam uma variedade de serviços que atendiam as exigências dos clientes da época, como destaca Cabral (1979), acerca do Hotel Brasil: “a boa ordem deste estabelecimento, o asseio, a profusão da comida e sua variedade, nada deixa a desejar aos hotéis da Corte”. Sobre a divulgação da qualidade dos serviços prestados aos viajantes que chegavam ao porto do Desterro, os hotéis utilizavam os jornais de circulação da época, destacando inclusive a facilidade de acesso e a localização, como pode ser visto no anúncio do jornal “O CONSERVADOR”, de 27 de abril de 1855: “este hotel inteiramente mobiliado e arranjado de novo ao pé do desembarque no Largo da Praça n. 20 torna-se recomendável a todos os passageiros ou viajantes pela qualidade dos objetos de gasto, excelente serviço e modicidade dos preços”. Assim como a hotelaria de hoje, divulga nos anúncios de classificados as oportunidades de emprego, o Hotel do Vapor no século XIX, já o fazia, conforme atesta um anúncio do jornal O CONSERVADOR, de 20/11/1855: “no Hotel do Vapor, Largo do Palácio, necessita-se de um bom cozinheiro; quem se achar nessas circunstâncias, queira dirigir-se ao mesmo Hotel para tratar”. Parece, entretanto, que o proprietário não obteve sucesso com o anúncio, porque, segundo o relato de Cabral (1979, p. 406-407), ele teve que buscar na Corte um profissional à altura do seu Hotel: “em 1859, apareceu por aqui um artista culinário, Mr. Alexandre Bourgoïn, trazido da Corte pelo proprietário do Hotel do Vapor, com o cartaz de haver exercido a sua arte em Paris, Inglaterra e Rio de Janeiro. No ano seguinte, o mesmo Hotel oferecia-se para o fornecimento de doces de fantasia para soirée, chás e bailes, por preços módicos, confeccionados por um confeitiro francês”.

¹⁵⁷ Observa-se por meio dos anúncios o funcionamento da hotelaria da época: No Hotel do Commercio rua do Príncipe nº 29 vende-se lombinhos muito superiores chegados ultimamente da Colônia de S. Leopoldo, por preço cômodo. (NOVO IRÍS, 05/07/1850); Na nova reforma de secos e molhados debaixo do Hotel da Praça, vende-se os seguintes

A maioria dos estabelecimentos fornecia refeição completa: café, almoço e jantar¹⁵⁸, e os serviços implementados pela hotelaria do século XIX atendiam também a eventos sociais, com destaque para o hotel do Vapor que era conhecido pela sua diversidade gastronômica, razão pela qual se tornou o principal ponto de encontro da sociedade da época. No que diz respeito ao lazer proporcionado aos hóspedes, o jogo era uma prática permitida e utilizada por alguns empreendimentos¹⁵⁹.

Com se vê as atividades comerciais em razão do porto tiveram um papel fundamental tanto na origem como na formação dos primeiros meios de hospedagem de Florianópolis.

Desde a sua fundação, Desterro, atual Florianópolis, foi marcada, como já foi enfatizado, pela função política e administrativa, assim como pelas atividades portuárias. Ao longo de sua evolução é possível reconhecer diferentes fases de desenvolvimento da cidade dentre os quais, segundo Bastos (2000), pode-se reconhecer um primeiro estágio de urbanização vinculado à ascensão da pequena produção mercantil açoriana (virada do século XVIII para o século XIX), e um segundo em que Florianópolis ascende à condição de praça comercial importadora

gêneros: Velas de sebo; vinho da companhia do Alto-Douro; resma de papel; biscoitos finos e araruta. (CORREIO CATHARINENSE, 02/11/1853); VAMOS ao Armazém debaixo do Hotel da Praça, comprar açúcar branco de Pernambuco, bom a 120 reis a libra; dito fino, claro a 140 reis; dito mascaviacho refinado a 149 reis; dito refinado finíssimo a 200 reis; velas de sebo superior a 520 reis a dúzia; azeitonas d'Elva; amêndoas do reino, casca mole; queijo do reino; latas de goiabada e de marmelada, finíssima; cerveja Inglesa em garrafas e meias garrafas; champagne em garrafas e meias garrafas; genebra Holandesa; bolachinhas; doces; araruta; dita americana muito superior; vinho tinto e branco Lisboa, muito superior (O CONSERVADOR, 07/08/1855); BAIXOU O PREÇO! Óleo Kerosene superior a 2:400 rs. A medida e 640 rs. A garrafa em casa de Gomes & Cia debaixo do Hotel dos Paquetes. (DESPERTADOR, 17/05/1864).

¹⁵⁸ Conforme descreve Cabral (1979, p. 406), “todos eles, pelo menos os de maior expressão, esmeravam-se no conforto e tratamento oferecido aos hóspedes. Cômodos excelentes para a época; roupas limpas, mesa farta e boa. E nota-se que, naquele tempo, não havia história de prato único. Não se comia apenas um prato ou dois...Eram muitos...Entradas, sopas, frituras, assados e outras iguarias de resistência, em doses fartas, regadas com bom vinho ou cerveja inglesa. Ninguém saía da mesa com fome. As sobremesas eram variadas – frutas, compotas, cremes – terminado todo o repasto por um bom café e um licor forte, para estimular o suco gástrico. E havia necessidade. Para digerir tudo aquilo, havia mister de bom estímulo...de muito estímulo e de muitas horas”.

¹⁵⁹ “Hotel do Vapor, era o centro de reuniões sociais, era, ao mesmo tempo, uma hospedaria de primeira ordem, servida de um excelente restaurante, uma casa de diversões. Não tardou que, ou por ter o pessoal cansado das atrações lúdicas que oferecia, ou para mais servir e atrair a freguesia, comprou em um Hotel, no Rio de Janeiro, um bilhar, com mesa de mármore de Escócia” (O ARGOS, 1859 *apud* CABRAL, 1979, p. 198).

(último quartel do século XIX). A última fase de urbanização está relacionada à inserção da capital do estado de Santa Catarina no contexto do capitalismo industrial brasileiro e catarinense, a partir da segunda metade da década de 1950.

No período Imperial (1822-1889), outros fluxos migratórios dinamizaram o espaço de Santa Catarina. Provenientes de outras áreas da Europa, chegaram os primeiros imigrantes que promoveram o desenvolvimento econômico de várias regiões do estado.

Os primeiros alemães chegaram a São Pedro de Alcântara em 1829. Um pouco mais tarde, no vale do Itajaí, fundaram Blumenau (1850) e no nordeste do Estado, Joinville (1851), seguindo novas frentes de ocupação que estabeleceram colônias menores, numa penetração no sentido oeste. Os colonos alemães iniciaram uma diversificada pequena produção mercantil rural (produtos alimentares, tais como manteiga, banha, leite, queijo) e urbana (atividades de artesãos, como ferreiros, marceneiros, tecelões, alfaiates, sapateiros). Ao comercializarem o excedente de sua produção adquiriam através do sistema colônia-venda outras mercadorias, imprimindo um dinamismo que, articulado às complexas relações econômicas, sociais e espaciais inter e extrarregionais decorrentes da evolução do capitalismo no Brasil e no mundo, propiciou o surgimento e a consolidação de um vigoroso parque industrial. (PEREIRA, 2003, p. 5).

Os primeiros imigrantes que chegaram ao vale do Itajaí enfrentaram a topografia acidentada, o que dificultou a sua exploração durante a primeira metade do século XIX. Em virtude das serras que ladeiam a região era praticamente impossível para época a sua penetração, por isso que as vias de acesso se deram a partir da foz do rio Itajaí-Açu. As terras mais próximas ao vale do Itajaí permaneceram inabitadas até 1807, quando se deu início à primeira povoação por açorianos em Porto Belo (situado a uns 20 quilômetros da foz do rio Itajaí-Açu). As tentativas de penetração para o interior frustravam-se em razão das dificuldades impostas pela Serra do Mar. A bacia do Itajaí passou a entrar nos planos de colonização como meio de ligação entre o

litoral e o planalto¹⁶⁰. Em 1845, foi feito o primeiro ensaio de colonização estrangeira no vale do Itajaí-Açu, quando Charles van Lede promoveu a fundação da Colônia Belga de Ilhota. Esse empreendimento de colonização mais tarde foi comprometido em razão das disputas de terras, em consequência algumas famílias deslocaram-se para outras colônias do vale, como Blumenau e Gaspar. Esta colonização serviu de base para Dr. Hermann Bruno Otto Blumenau, a partir de 1850, iniciar o povoamento e colonização do médio vale com a fundação da Colônia Blumenau. Ressalta-se que o processo de povoamento de Ilhota e Blumenau representam as tentativas particulares de colonização e nada tinham a ver com as promovidas pelo governo brasileiro, este apenas autorizava a fundação das colônias (SEYFERTH, 1974).

Como se pode observar, a porta de entrada para muitos imigrantes europeus que passam a ocupar o médio e o alto vale e médio do Itajaí deu-se através da foz do Rio Itajaí-Açu, o que provocou transformações significativas na região. O núcleo de povoamento de Itajaí, cuja gênese se deu no século XVIII, era formado por açorianos que povoaram parte do litoral catarinense. Somente mais tarde, com a vinda dos imigrantes europeus (alemães) em meados do século XIX, é que se estabeleceu a freguesia, mais tarde a Vila de Itajaí, nas proximidades de sua foz servindo de base para instalação das primeiras colônias como as de Ilhota (1842) e de Blumenau (1850).

No Brasil, a colonização não aconteceu de forma espontânea, isto é, desde o princípio tem sido sempre organizada, planejada, subvencionada e dirigida pela metrópole portuguesa e mais tarde pelo governo imperial que estimulou companhias particulares ou, ainda, por proprietários de terras que individualmente organizaram o processo de colonização. Por conseguinte, não existe um modelo único, razão pela qual os resultados alcançados diferem de acordo com o tipo de colonização aplicada em cada região do país.

Em Santa Catarina, o processo de colonização após a Independência é realizado por iniciativas individuais, particulares, ou por companhias de colonização que promoveram a vinda dos imigrantes ao Estado. Como foi o caso da região de Joinville, quando o senador Christian Mathias Schroeder fundou a Sociedade Hamburguesa de

¹⁶⁰ O primeiro passo decisivo para colonização do baixo vale do Itajaí-Açu data 1836, quando a Lei nº11, de 5 de maio autorizou o estabelecimento de colônias às margens do Itajaí nas localidades do Pocinho e Belchior. A colônia de Belchior se originou dos alemães vindos de São Pedro de Alcântara e logo apresentou algum desenvolvimento, da mesma forma aconteceu com Pocinho. Belchior e Pocinho em 1839 contavam com uma população de 47 famílias brasileiras e 17 estrangeiras (SEYFERTH, 1974).

Colonização, a empresa alemã *Kolonisationsverein Von Hamburg*, com intenção inicial de formar uma comunidade agrícola. Essa companhia adquiriu do Príncipe Joinville¹⁶¹, uma área de terra localizada na extremidade do interior da baía de São Francisco e foi ali que se deu a fundação da colônia Dona Francisca (atual Joinville) por volta de 1850. Assim como na região do baixo vale do Itajaí (1850), onde o processo de colonização se deu por meio de iniciativa de um particular, o Dr. Hermann Blumenau que fundou a colônia de Blumenau.

Cabe ressaltar que, para o governo, o processo de colonização fez parte de uma política de povoamento com o objetivo de desenvolver as áreas desabitadas no país. Já para as companhias particulares e para os empresários individuais, a colonização é um negócio, pois a relação se baseia estritamente em princípios econômicos, razão pela qual os empreendimentos foram tão bem sucedidos na colonização do Sul do Brasil e especialmente em Santa Catarina.

No decorrer do processo de colonização, os ranchos foram a primeira forma de moradia dos imigrantes, tanto na colônia Blumenau como na colônia Dona Francisca.

No que se refere à fundação da colônia Blumenau, o Dr. Blumenau juntamente com Ferdinand Hackradt, em 1848, iniciaram o empreendimento de colonização, providenciando a infraestrutura necessária para recepção dos imigrantes, dentre as quais, encontra-se a preparação de ranchos para acomodação dos primeiros colonos, localizados próximos à confluência do ribeirão da Velha. A medida era necessária, pois não existia nenhuma hospedaria no local¹⁶².

¹⁶¹ O Príncipe de Joinville, terceiro filho do rei da França, Luiz Felipe casou-se com a filha de D. Pedro I, Francisca Carolina e como dote recebeu as terras onde assento a Colônia Dona Francisca (FICKER, 1965). Em 1848, o Príncipe de Joinville resolve negociar as terras que eram de direito, firmando um contrato de negociação com o Senador Christian Mathias Schroeder. Em 1849, funda-se a Sociedade Hamburguesa de Colonização, sendo assinado o contrato pelo qual o Príncipe cedia 8 léguas quadradas de terras, à sua escolha, nas terras demarcadas, com direito a opção de mais 12 mediante a indenização, ficando a obrigação de colocar 1500 colonos em 5 anos, cuidando de agasalhar, localizar, amparar durante certo tempo os imigrantes, deles cobrar um imposto anual e abrir estradas, caminhos, construir igrejas e benfeitorias (CABRAL, 1968).

¹⁶² As primeiras famílias germânicas contratadas por Dr. Blumenau chegaram à capital da província a bordo do veleiro “Christian Mathias Schroeder”, após passarem alguns dias na Alfândega chegaram a Itajaí em um barco e posteriormente em uma balsa improvisada seguiram até Belchior, depois sendo transportados até a foz do ribeirão da Velha. Chegaram em um total de 17 imigrantes originados das famílias Gaertner; Sallenthien; Kelnner; Ritscher; Friedenreich; Pfaffendorf; Riemer; Hoffman; Kohlmann e Boettscher na região (KORMANN, 1994).

Na colônia Blumenau, em 1852, foi construído o primeiro “Barracão de Imigrantes”, com capacidade para acomodar 80 a 100 pessoas, podendo ser considerado a primeira hospedaria¹⁶³ para atender a hospedagem dos imigrantes que chegavam à colônia. A partir desse período todos os imigrantes eram alojados no Barracão de Imigrantes até que finalizassem a construção das suas moradias. A estrutura de alojamento do Barracão não suportava o volume de pessoas que imigravam para região. Dessa forma, algumas hospedagens eram improvisadas nas casas dos colonos já estabelecidos. Percebe-se que desde o início da formação da colônia há necessidade de uma estrutura de hospedagem para atender aos viajantes e imigrantes (LICKFELD, 2002).

Ao final de 1854, a colônia de Blumenau contava com quarenta moradias concluídas, dois engenhos de açúcar e aguardente, três engenhos de farinha de mandioca, uma pequena farmácia, uma casa de negócio na qual poderia se comprar ferramentas, ferragens, fazenda, armarinhos e mantimentos de primeira necessidade. A lavoura encontrava-se em pleno desenvolvimento, praticamente todos os colonos obtinham criação de aves domésticas e de porcos e de bovinos para subsistência. A partir de então, o desenvolvimento da colônia deu-se de forma muito acelerada: em dez anos a população passou de 18.884 habitantes (1888) para aproximadamente 40.000 habitantes (1898). Em 1887, já contava com 60 mil milhas de estrada de traçado animal e 250 milhas de caminhos que ligavam as povoações vizinhas. Os principais artigos de exportação eram a farinha de mandioca, manteiga, charutos e fumo em folha que em grandes quantidades eram enviados para Hamburgo e Bremen, na Alemanha (KORMANN, 1994).

Desde cedo foram mantidas a comunicação, a relação comercial e industrial com o país de origem (Alemanha), fato notado quando o Dr. Blumenau, em 1866, importou um pequeno tear de ferro da Alemanha. A partir desse tear, em 1871, foi instalada a primeira tecelagem organizada por moradores residentes da colônia. Logo foi fundada a Indústria Têxtil Companhia Hering (1880), a Companhia Têxtil Karsten (1881), a Empresa Industrial Garcia (1884) e a Fábrica de Meias de Ernst Eckardt (1890), tornando Blumenau pioneira na indústria têxtil no Sul do Brasil. Além das indústrias têxteis, outras iniciativas industriais

¹⁶³ As hospedarias de imigrantes foram criadas em meados no século XIX para atender ao movimento migratório, especialmente dos países europeus para América, com a finalidade de hospedar os imigrantes estrangeiros e fornecer assistência para o encaminhamento ao trabalho na lavoura ou para colonização (SEGAWA, 1989)

surgiram na localidade como a Manilhas Kretz Ltda (1866), fábrica de louças de barro de Daniel Kretz; o primeiro curtume de couro de Blumenau (1872), instalado por Johann Karl Adam e, posteriormente, a primeira indústria de curtume (1880), fundada por Oswald Otte, assim como a primeira funilaria (1885), fundada por Richard Franz Parucker. Por volta de 1879, surgiram também algumas fábricas de extração de óleos e pedras de amolar. Em 1886, já existiam em Blumenau aproximadamente cinquenta fábricas das mais diversas dentre as quais: de vinho, de vinagre, de charutos, de manteiga, de conservas e de banha, que eram responsáveis por empregar 400 pessoas (KORMANN, 1994).

Armem Mamigoniann (2000), chama atenção para pequena produção mercantil que foi responsável pelo êxito de industrialização de Santa Catarina, pois mestres-artesãos têxteis, ao saírem das áreas têxteis europeias no final do século XIX, estabeleceram-se em Blumenau, Joinville e Brusque e puderam contar com compradores certos para seus produtos, os agricultores locais, e encomendar aos carpinteiros a construção de teares manuais de madeira, mesmo tendo poucos recursos em dinheiro obtidos localmente, conseguiam importar algodão da Europa através da intermediação comercial solidamente estabelecida, nas principais praças portuárias brasileiras, como o Rio de Janeiro. Percebe-se que as indústrias localizadas nas áreas de colonização alemãs, em Santa Catarina, nasceram pequenas, elas foram favorecidas pela conjuntura de depressão do comércio internacional (1873-1896) que, além de criar barreira protecionista natural decorrente da pobreza cambial, reforçou a política comercial de importação. É sabido como essas indústrias se mantiveram vinculadas à Alemanha, no que se refere à atualização das técnicas de trabalho e dos maquinários para produção e por terem ao seu lado a força política estabelecida por imigrantes alemães como Lauro Muller, Schmidt e Renaux, em âmbito estadual e federal, os quais fizeram com que o crescimento industrial catarinense fosse lento e seguro, alcançando o mercado do Sul do Brasil e, em muitos casos, do Rio de Janeiro e São Paulo, antes mesmo da Primeira Guerra Mundial.

A pequena produção mercantil é a via revolucionária para o capitalismo. São descendentes desses imigrantes que vão dinamizar o litoral, através da instalação de vários estabelecimentos, dentre os quais os do setor hoteleiro. A região litorânea ocupada por açorianos estava presa às relações sociais “pré-capitalistas”.

Nas áreas de colonização do vale do Itajaí, a pequena produção mercantil foi também responsável pelo surgimento dos primeiros estabelecimentos hoteleiros, originados por iniciativas dos imigrantes

que chegaram para colonizar Santa Catarina, dentre eles se encontram a Hospedaria Friedenreich; a Hospedaria de Richard Stein; o Hotel Schreep; o Hotel Brasil; o Hotel de Oswaldo Paul; o Hotel Willy; o Hotel São José; o Hotel Gross e o Hotel Holetz. Todos os empreendimentos originados dos imigrantes alemães na região de Blumenau.

Dentre as primeiras iniciativas hoteleiras em Blumenau, encontra-se também a do alemão Carl Wilhelm Friedenreich, integrante do grupo dos primeiros dezessete imigrantes que chegaram em 1850. Ele pode ser considerado o primeiro empresário hoteleiro de Blumenau. A casa de Friedenreich foi sede da colônia e residência do seu diretor, Dr. Blumenau, em 1855, e abrigava um pequeno comércio de gêneros alimentícios, produtos essenciais aos colonos da época. Dos imigrantes que chegaram ao início da colônia, Friedenreich era o que possuía mais recursos e atuava em diversos ofícios, como comerciante, veterinário, médico, alferes-cirurgião, homeopata, obstetra, juiz de paz e hoteleiro¹⁶⁴.

No século XIX, especialmente a partir de 1860, outras iniciativas hoteleiras surgiram em Blumenau, citadas por Kormann (1994) e Lickfeld (2002), dentre as quais se encontram o Hotel Schreep de propriedade de Johann Schreep, que além de hoteleiro era também açougueiro. Esse empreendimento teve importante papel na vida social da colônia. Entre as suas dependências encontrava-se um salão de baile no qual eram realizados os eventos festivos. No hotel hospedaram-se importantes personalidades como o Conde d'Eu e sua comitiva em visita à Blumenau (1884). O Hotel Schreep foi arrendado por Theodor Luerds em 1897, que chegara à Blumenau em 1879, passando a chamar-se Hotel Brasil, situado na antiga Rua das Palmeiras, atual Alameda Duque de Caxias. A edificação foi totalmente reformada em razão da grave enchente de Blumenau em 1880. Esse empreendimento também registra a hospedagem de pessoas ilustres, dentre os quais o governador de Santa Catarina, Hercílio Pedro da Luz, que visitou Blumenau acompanhado de sua comitiva em 1897. Entre 1900 e 1903, o Hotel Brasil foi adquirido por Hannes Schmidt. Acredita-se que o hotel tenha encerrado as suas atividades nos anos de 1920, pois na década posterior a edificação passou abrigar a casa comercial de Carlos Koffke. Nos primeiros anos

¹⁶⁴ A hospedaria de Friedenreich era frequentada por viajantes que chegavam à colônia de Blumenau (LICKFELD, 2002).

de 1940, o prédio foi demolido para dar lugar ao edifício situado na esquina das ruas 15 de Novembro e Alameda Duque de Caxias.

No início do século XX, em 1902, é inaugurado o Hotel Holetz que, segundo Kormann (1994) e Lickfeld (2002), foi considerado o melhor hotel de Blumenau até o final dos anos de 1940. No entanto, o contexto histórico apresentado pelos autores sobre o empreendimento, a atividade hoteleira iniciada pela família Holetz remonta à década de 1870. O empreendimento foi instalado no terreno que pertencia a família que chegara nos primeiros anos de existência da colônia Blumenau. Antes da construção do hotel, alguns imigrantes que chegavam à colônia se utilizavam da estrutura de hospitalidade proporcionada pela residência dos Holetz. Os registros relatam que o hotel foi construído as margens do ribeirão Garcia, na esquina das atuais ruas 15 de Novembro e Alameda Rio Branco, onde atualmente situa-se o Grande Hotel Blumenau, inaugurado em 1963 pela Companhia de Melhoramentos de Blumenau.

O Hotel Holetz foi uma referência para sociedade blumenauense. Nele se hospedaram, além de viajantes, militares e importantes personalidades de cunho político, como o senador Hercílio Luz, acompanhado da família em 1905 e o governador do Estado, Gustavo Richard em 1907. Grandes eventos sociais, como bailes e banquetes, eram fornecidos pelo empreendimento para os hóspedes e, em datas festivas, para comunidade de Blumenau. Ressalta-se que nas dependências do hotel funcionou por 25 anos o cinema Busch's Kino em homenagem ao empresário Frederico Guilherme Busch Jr. No campo da vida social da cidade acontecia no hotel a apresentação de grupos de canto, ginástica e teatro.

O hotel entra em decadência no final dos anos de 1930 quando começam a surgir outros espaços na cidade, principalmente a partir da inauguração do Teatro Carlos Gomes, em 1939, que passou a ser responsável pela realização dos principais eventos culturais e sociais na cidade. O gerenciamento do hotel Holetz passou por sucessivos administradores, dentre os quais Marx Mayr, imigrante alemão que chegou ao Brasil em 1899, gerenciou o empreendimento em 1909. Reinoldo Siebert esteve à frente do hotel em 1930 e Stammer foi último a administrá-lo e coube a ele decidir a respeito da concessão do prédio para construção do Grande Hotel Blumenau. Ressalta-se que o desaparecimento do hotel coincide com uma nova etapa de urbanização da cidade, além de estar ligado à Campanha de Nacionalização ocorrida a partir de 1939 durante a Segunda Guerra Mundial. Dentre as medidas tomadas, encontra-se a proibição da utilização da língua alemã e uma

ruptura forçada dos costumes de origem europeia para a adoção da imposição do novo padrão americano.

Assim como em Blumenau, a Colônia Dona Francisca (Joinville) também foi um empreendimento de colonização particular, iniciado em 1849. Os primeiros seis imigrantes trabalhadores, assalariados pela Sociedade Colonizadora Hamburguesa, desembarcaram na região em maio de 1850. No ano seguinte, chegou um contingente maior de pessoas, 118 passageiros da barca norueguesa Colon, entre suíços, alemães e noruegueses, na sua maioria lavradores, mais alguns alfaiates, sapateiros, comerciantes (FICKER, 2006)¹⁶⁵. A data que fixa o início da colonização na localidade é marcada pela chegada do primeiro grupo mais numeroso de imigrantes em 9 de março de 1851.

Durante os primeiros meses de permanência na Colônia, os imigrantes recebiam ajuda de custo para alimentação. Logo, Eduard Schroeder, primeiro Diretor da Colônia, tratou de abrir um armazém para o fornecimento de produtos de primeira necessidade. Além do armazém, existiam dois ranchos espaçosos que serviram de abrigo para os primeiros colonos, além da casa de Direção da Colônia. Os noruegueses dotados de habilidades de carpintaria foram responsáveis pela construção das moradias. Para a construção, utilizaram os recursos naturais disponíveis, como troncos de palmitos ligados com cipó e revestimento de argamassa de barro misturada com folhas picadas. Logo veio a necessidade de uma olaria para produzir telhas e tijolos, assim foi feito à custa da Direção da Colônia para melhorar os aspectos construtivos das casas. Para o acolhimento dos imigrantes que chegavam constantemente à Colônia construiu-se o Rancho de Recepção (1852) para aqueles que desembarcavam no local onde hoje se encontra a Praça Hercílio Luz, em direção ao centro da Vila, nas proximidades da Rua Abdon Batista na atualidade¹⁶⁶. No mesmo ano, surge a primeira fábrica de cerâmica para produção de artefatos de barro para uso doméstico. Segundo o relatório do diretor da Colônia Dona Francisca, Benno Frankenberg, dirigido ao Presidente da Província em dezembro

¹⁶⁵ Dos 61 noruegueses que chegaram, somente 9 permaneceram na colônia, o restante teve uma estada provisória, permanecendo somente até o fim de 1852, quando embarcaram novamente com destino à América do Norte. Entretanto esses imigrantes exerceram um papel importante para o desenvolvimento da colônia, por serem principalmente operários e artífices como carpinteiros, pedreiros e ferreiros, contribuíram e muito para construção das primeiras edificações.

¹⁶⁶ Fato observado sobre a utilização do Rancho de Recepção para hospedagem dos imigrantes, em 1853, é o de que quando desembarcaram 42 imigrantes, estes foram dirigidos à colônia em canoas seguindo pelo Rio Cachoeira até chegarem à casa de Recepção para depois serem conduzidos à Direção da Colônia (FICHER, p.138, 1965).

de 1852, a colônia contava com quatro estabelecimentos industriais, uma fábrica de tijolos, de madeira, de vinagre e de cigarros, um açougue e duas padarias, cinco lojas e um hotel (FICKER, 2006, p. 126-127). Chama a atenção a existência de um hotel nos primeiros anos da Colônia Dona Francisca (1852) para atender a necessidade de moradia dos imigrantes e de hospedagem para os viajantes, que constantemente visitavam a colônia.

Ao contrário das outras colônias, que não tiveram qualquer sistema de organização particular, a não ser Blumenau, que seguiu sempre as diretrizes do seu fundador Dr. Blumenau, a Colônia Dona Francisca teve um regulamento próprio, pois uma cláusula do contrato lavrado entre os Príncipes e a Sociedade Hamburguesa garantia aos colonos o direito de se constituírem livres instituições comunais. Logo fundaram as primeiras sociedades na sede da colônia, que foram a Sociedade de Cultura e a Sociedade de Atiradores e ainda a Sociedade de Ginástica (1858). Nesse período contava com 68 casas, 30 engenhos de mandioca, 4 de arroz e 9 de cana, continuando o movimento imigratório quase ininterrupto (CABRAL, 1968).

De 1852 até o final do século XIX, surgiram os seguintes empreendimentos hoteleiros na Colônia Dona Francisca (Joinville), citados por Ficker (2006): Hotel Kumlehn (1870); Hotel Kuehne (1878), na esquina da Rua do Príncipe e Rua do Meio (atual XV de Novembro); Hotel Europa (1882); Hotel Beckmann (1887), localizado também na Rua do Príncipe com a Rua do Meio, acredita-se ser no mesmo local do antigo Hotel Kuehne; Hotel Ypiranga (1890), situado na Rua d'Água, atual Abdon Batista, ficou em atividade até 1913, quando a edificação foi demolida. Este último, de propriedade de João Antônio Correa Maia, serviu de hospedagem para militares, viajantes e políticos e de ponto de encontro para reuniões da sociedade da época.

Entre os primeiros empreendimentos hoteleiros de Joinville, destacam-se o Hotel Beckmann, mais tarde o Hotel do Comércio, de propriedade de Adolf Beckmann de 1887, situado em uma edificação construída no início da colonização. A varanda servia como ponto de encontro de destaque, no entardecer, quando eram debatidos assuntos dos mais importantes da vida comunitária de Joinville. “A Beckmarche” existiu durante muitos anos, até a demolição do edifício. O Hotel Imigrante, uma construção de 1907, localizado à Rua XV de Novembro em frente ao cemitério dos imigrantes. A edificação encontra-se tombada atualmente, porém em estado de ruína. O Hotel Paris, em 1910, localizado à Rua Princesa Isabel, em frente ao Colégio Bom Jesus; o Grande Hotel de Joinville em 1917, situado à Rua Dr. João Colin

esquina com Rua XV de Novembro. De propriedade de Otto Trinks, passou a sediar a Fábrica Stein e depois estabelecimentos variados: Príncipe Games, Loja de Calçados e agora um estabelecimento voltado à área de empréstimos; o Hotel Weiss, em 1920, localizado à Rua do Príncipe, antiga rua Olaria, próximo ao escritório da companhia Baptista & Cia, da Câmara Municipal e do Palácio Niemeyer; o Hotel Príncipe, residência e casa comercial construída em 1930 pelo arquiteto Roberto Miers para o Sr. Jorge Schlemm Filho, localizado à Rua do Príncipe com a Jerônimo Coelho. Abrigou inicialmente o Palacete Schlemm, no térreo servia para comércio e os superiores para a residência da família. Com o falecimento do proprietário, Sr. Jorge Schlemm Filho, foi transformado em hotel que funcionou até 1988; o Hotel Müller, localizado à Rua Três de maio, fundos da Alameda das Palmeiras, uma construção também do final do início do século XX funcionou por muitos anos até 1990, localizado próximo ao rio Cachoeira (chamado de pequeno hotel)¹⁶⁷.

No que se refere à atividade comercial de Joinville, desde o início da Colônia (1851) até a primeira década do século XX, pode ser dividida em duas fases: a primeira, caracterizando-se pelo sistema “colônia-venda”; e a segunda, além do comércio de produtos coloniais, o beneficiamento e a exportação da erva-mate (ROCHA, 1997). Os empreendimentos hoteleiros que surgiram no decorrer do desenvolvimento econômico promovido pelo comércio da erva-mate encontravam-se estrategicamente posicionados na parte comercial da Colônia, na atual Rua XV de Novembro e imediações.

De acordo com Rocha (1997), o comércio, desde a fundação da colônia (1851) até a instalação dos primeiros engenhos de erva-mate em Joinville (1877), funcionava nos moldes de outros núcleos coloniais da época, como a venda de produtos não produzidos pelos agricultores, como louças, tecidos, ferramentas, e outros produtos importados e aquisição de produtos produzidos na própria colônia como manteiga, banha, açúcar, madeira, dentre outros. Por essa razão, conforme aponta Mamigonian (1965), os comerciantes da época eram a parcela da população que acumulava parte do excedente econômico originário da pequena produção mercantil, importando produtos da Europa e exportando os produtos coloniais. Essa pequena produção mercantil permitiu a acumulação primitiva do capital para a industrialização.

¹⁶⁷ Consulta realizada nos jornais e fotos antigas disponíveis no Arquivo Histórico de Joinville, em 2012.

A economia crescia baseada na comercialização de produtos regionais para o mercado nacional, enriquecida na segunda metade do século XIX com a criação das novas colônias de imigrantes italianas e alemães em territórios da província de Santa Catarina que imprimiram um surto de progresso. Cabe destacar que na última década do século XIX, teve início um processo de substituição de importações que deu origem a numerosos estabelecimentos capitalistas. Nesse contexto, no avanço da industrialização, no século XX, as cidades do vale do Itajaí (Brusque e Blumenau) e do Norte do estado (Joinville) passaram a ganhar destaque no cenário econômico nacional por meio da indústria têxtil, enquanto no Sul do estado (Criciúma) por intermédio da indústria carbonífera. Já as regiões nordeste e do oeste catarinense caracterizaram-se na economia nacional e mundial por apresentar empresas fortemente competitivas como consequência, Florianópolis acaba perdendo espaço econômico para outros núcleos e, gradativamente, sua importância no contexto regional e nacional, passando a exercer praticamente apenas a sua função administrativa de capital do Estado de Santa Catarina¹⁶⁸.

Ainda no final do século XIX, imigrantes italianos colonizaram as áreas periféricas coloniais do vale do Itajaí, primeiramente ocupadas por alemães, além de fundarem também núcleos coloniais no litoral Sul de Santa Catarina, ligados inicialmente à agricultura e posteriormente à mineração do carvão. Já na primeira década do século XX, iniciou-se a ocupação da porção oeste do planalto catarinense, a qual se deve ao processo de colonização levado a efeito por companhias de colonização do Rio Grande do Sul, com imigrantes alemães e italianos, o que explica a influência da cultura rio-grandense nessa região.

Nos vales do Litoral Norte, os alemães sobrepõem o número de italianos, ao contrário do Litoral Sul, em menor número de alemães, os colonos italianos que se instalaram nas bacias do Tubarão e Urussanga desenvolveram-se através das atividades ligadas à agricultura e à mineração do carvão. Para Pereira e Vieira (1997, p. 458), “a região Sul catarinense não se define somente pela ocupação de seus vales pela pequena produção mercantil de origem italiana, mas também pelo recurso natural nele contido: o carvão”. A Segunda Guerra Mundial permitiu novas substituições de importação no setor carbonífero, com o

¹⁶⁸ No caso da praça de Florianópolis, relativamente boa, abasteceu estas crescentes populações durante a segunda metade do século, mas na medida em que o desenvolvimento das colônias atingiu novas etapas, tornando-se independentes, a capital não só perdeu freguesia como viu nascer novos concorrentes (MAMIGONIAN, 1959, p. 24).

aumento da extração feita por empreiteiros locais, como Santos Guglielmi e Dionísio Freitas - com destaque para a atuação empreendedora de Santos Guglielmi, no ramo industrial, imobiliário, hospitalar e hoteleiro. De descendência italiana foi pioneiro na mineração do carvão e fundador da maior mineradora particular: a Carbonífera Metropolitana, com sede em Criciúma. Possui duas minas: a Esperança e a Fontanela, em Treviso, ambas mecanizadas, que fornecem matéria prima para a geração de energia elétrica. No setor agropecuário, o Grupo Guglielmi atua na cultura de arroz com fazendas em Tubarão e Içara. No setor pecuário, o destaque é para a criação de gado de corte, principalmente da raça Nelori. O plantel está dividido nas fazendas de Içara, Tubarão e Laguna. No ramo hoteleiro, com dois empreendimentos: o Laguna Tourist Hotel, localizado na Praia do Gi, com 96 unidades habitacionais; e o Hotel Termas da Guarda, um dos primeiros hotéis construídos em estâncias hidrominerais no Sul do país. Ao lado do hotel também de propriedade do Grupo Guglielmi, a Água Mineral da Guarda, localizada em Tubarão, pioneira no envase de água mineral, atinge os mercados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Paraná. Na área hospitalar, o empreendedor Santos Guglielmi construiu o Hospital São João Batista, em Criciúma. Para administrar as propriedades espalhadas por Criciúma, Içara, Tubarão, Foz do Iguaçu e Laguna, pertencentes à família, o Grupo Guglielmi criou uma divisão imobiliária a Guglielmi Empreendimentos Imobiliários.

Os excedentes populacionais de italianos e alemães das colônias rio-grandenses imigraram para o Vale do Rio do Peixe e Oeste catarinense, atraídos pelos lotes coloniais comercializados por companhias colonizadoras. Essas áreas demarcadas para colonização surgiram somente no início do século XX e junto com a policultura comercial surgiu por meio de iniciativas locais um pequeno comércio colonial *export-import* que deram origem a importantes empresas catarinenses de reconhecimento nacional e mundial como foi o caso dos comerciantes Atílio Fontana e Saul Brandalise, que deram origem à Sadia e à Perdigão. Conforme destaca Mamigonian (2011), a agro-indústria no Sul do Brasil surgiu de pequeno e médio porte nas décadas de 1930 e 1940, como um prolongamento das atividades comerciais de compra aos pequenos colonos e venda de porcos aos grandes frigoríficos paulistanos, acelerando-se, na década de 1960, com a implantação de modernos abatedouros de frangos que deram origem a três grandes grupos como Sadia, Perdigão e Seara, assim como por meio do cooperativismo naquela região ao grupo Aurora, também de grande porte. Ressalta-se que no período Pós-Segunda, especificamente, em 5

de janeiro de 1955, foi fundada a então Sadia S.A. Transportes Aéreos por Omar Fontana, filho de Atílio Fontana, fundador da Sadia, com o objetivo de transportar a carne fresca para São Paulo. A empresa originária da Transbrasil¹⁶⁹ (1973) contava inicialmente com 35 funcionários e cinco aviões (três Douglas DC-3 e dois Curtiss Commander C-46), que atuavam nas linhas: Joaçaba - Londrina - Bauru - Ribeirão Preto e Joaçaba - São Paulo - Videira - Florianópolis, com três frequências semanais cada uma. Ressalta-se que, naquela época, havia onze empresas aéreas regulares em funcionamento no país para transporte de cargas e passageiros. Com a logística implantada para o transporte de carne, tanto a Sadia como a Perdigão logo expandiram as suas atividades e passaram a ganhar novos mercados.

Portanto a colonização estrangeira, em Santa Catarina, caracterizou-se pelo estabelecimento de imigrantes germânicos, ítalos e, em menor número, de outras nacionalidades. O volume de ingressos de açorianos foi menos expressivo, pois os alemães e italianos foram distribuídos em levas até aproximadamente 1930. O transporte marítimo facilitou o deslocamento de grandes contingentes de carga e pessoas, assim como o surgimento das ferrovias e com elas, o aumento das transações comerciais e o escoamento da produção da produção de carvão do Sul catarinense, no caminho ferroviário para o porto de Imbituba. A ampliação dos meios de transporte, rodoviários, marítimos e aéreos promoveu a ampliação técnica, industrial e comercial dos produtos em Santa Catarina, assim como a infraestrutura necessária para a intensificação dos fluxos turísticos no Estado.

A pequena produção mercantil desenvolvida em Florianópolis, assim como na faixa litorânea catarinense, não deu origem a iniciativas industriais expressivas. Já nas áreas do planalto e nos vales catarinenses, a acumulação resultante do excedente comercializado favoreceu as instalações de pequenas indústrias, as quais proporcionaram a formação de núcleos industriais. Entretanto essa pequena produção mercantil que originou a formação dos núcleos industriais e comerciais foi responsável também pela origem dos empreendimentos hoteleiros localizados nas regiões do vale e de boa parte do litoral catarinense. Por isso as iniciativas hoteleiras no litoral catarinense, como é o caso de Balneário Camboriú, serão realizadas por descendentes dos imigrantes alemães vindos do Vale do Itajaí.

¹⁶⁹ Após o falecimento do seu fundador Omar Fontana (2000), a queda da empresa foi vertiginosa. Com problemas de crédito para honrar as despesas operacionais como pagamentos dos funcionários, a Transbrasil encerrou as suas atividades em 2001.

4.2 AS ESPECIFICIDADES REGIONAIS DO SETOR HOTELEIRO EM SANTA CATARINA

O crescimento do Estado de Santa Catarina fez-se a partir da pequena produção mercantil que viabilizou o surgimento do seu parque industrial e que deu origem a importantes empresas catarinenses. No que tange ao setor do turismo, nas últimas quatro décadas, o Estado participa com certo destaque no cenário turístico brasileiro. Ao longo desses anos, o adensamento dos fluxos turísticos (internos e externos), contribuiu para consolidação progressiva de uma estrutura turística, reforçando a ideia de que o território catarinense passa a constar de modo mais evidente no portfólio brasileiro de destinos para o lazer, eventos e negócios. Por suas especificidades regionais, o turismo catarinense constitui uma importante fonte econômica para o Estado, tendo como atrativos paisagísticos vales, litorâneos e serranos, belas paisagens, complexos de lazer e termominerais, festas e eventos culturais - uma grande diversidade de potencialidades que o turista pode desfrutar percorrendo pequenas distâncias, cenários e climas de grandes contrastes.

O setor hoteleiro também é bastante diversificado e vem buscando seguir e se adequar às especificidades de cada região do Estado. Na região serrana catarinense, como em Lages e Bom Jardim da Serra, por exemplo, encontram-se os hotéis fazenda, localizados em áreas rurais, originárias em sua maioria de antigas fazendas, características da região, com uma administração familiar, ofertando serviços de hospedagem para uma demanda de turistas de lazer que buscam o contato maior com a vida campeira¹⁷⁰.

Na região do Meio Oeste catarinense, nas estações termominerais, como em Itá e Piratuba, encontram-se verdadeiros complexos de lazer, tendo como principal atrativo as águas termais. Além dos serviços completos de hotelaria¹⁷¹, apresentam uma

¹⁷⁰ Os hotéis fazendas são equipados com habitações confortáveis, na sua maioria com apartamentos tipo suíte, quarto, banheiro privativo e uma antessala com lareira, além dos serviços completos prestados pela hotelaria, como higienização, arrumação diária dos apartamentos, serviço de pensão completa, café da manhã, almoço, chá da tarde e jantar, além de atividades de lazer como cavalgadas, plantio de árvores, ordenha, caminhadas, conforme a programação do hotel.

¹⁷¹ Dentre os principais serviços completos prestados pela hotelaria, pode-se citar os serviços diários de limpeza, higienização e arrumação das unidades habitacionais; serviço de recepção e de mensageria; alimentação e bebidas, como *room service*; mini bar, café da manhã, almoço e jantar; serviço de lavanderia; guarda de bagagens; telefonia e *Internet*.

diversidade de instalações de lazer, como piscinas térmicas que têm na fonte hidromineral o seu principal atrativo. Destacam-se também pelo Estado, outras destinações de águas termais, dentre as quais, os hotéis localizados de Gravatal e de Santo Amaro da Imperatriz.

Nas capitais regionais de Santa Catarina, nos centros de comércio, industriais, administrativos e financeiros, encontram-se os hotéis voltados para atender a demanda de negócios e eventos para Estado. Nessas áreas, constata-se uma concentração de hotéis executivos e hotéis econômicos. Esses empreendimentos apresentam edificações verticalizadas, com serviços voltados para atender aos turistas de negócios e de eventos¹⁷².

O maior número de empreendimentos hoteleiros de lazer está concentrado na faixa litorânea catarinense, próximos às praias. As regiões de Imbituba, Porto Belo e o Sul da Ilha de Santa Catarina são as que apresentam maior número de Pousadas. Já nas cidades de Balneário Camboriú e Florianópolis concentram-se os hotéis de lazer e os três maiores *resorts* do Estado: o Resort & Spa Costão do Santinho, localizado na Praia do Santinho, Norte da Ilha de Santa Catarina; o Infinity Blue Resort Spa, na Praia dos Amores, em Balneário Camboriú; e o Plaza Itapema Resort & Spa, em Itapema.

Santa Catarina é especialmente reconhecida em razão das belezas naturais do seu litoral, concentrando-se na alta estação a maior demanda turística de lazer. Segundo as estimativas da SANTUR na temporada de verão (janeiro e fevereiro), em 2010, o Estado recebeu um fluxo de 5.165,1 mil turistas, desse montante, 92% brasileiros e 8% estrangeiros, especialmente argentinos. Ainda segundo a SANTUR, a receita gerada no período foi de aproximadamente 2.974,42 milhões de reais.

De acordo com os dados do Ministério do Trabalho e do Emprego, em 2008, Santa Catarina contava com 28.700 empresas

¹⁷² Os Hotéis Executivos se diversificam conforme a estrutura e a categoria dos serviços prestados. No caso dos hotéis executivos da categoria luxo possuem uma arquitetura tanto externa como de interior e serviços mais aprimorados. Já os hotéis executivos de categoria luxo superior, possuem uma estrutura com elevado conforto, mas com menos requinte nas instalações e nos serviços se comparado como os hotéis de luxo. Os hotéis de categoria superior apresentam serviços intermediários, mas que possibilitam conforto compatível com a estrutura do empreendimento. Dentro do conceito apresentado pelos hotéis econômicos, tanto os espaços como os serviços são otimizados para o seu melhor aproveitamento, no que se refere aos serviços prestados pela hotelaria, neste tipo de empreendimento, são limitados, isto é não ofertam mensageria e *room service* e o serviço de alimentação é *self-service* ao contrário dos Hotéis Executivos, onde os serviços da hotelaria são completos tanto de alimentação e bebidas como de hospedagem.

turísticas, sendo responsáveis por 65.595 empregos nos setores de hospedagem, alimentação e em outras empresas prestadoras de serviços turísticos, distribuídos espacialmente pelas regiões do Estado, conforme o quadro 13 a seguir.

Quadro 13- Número de empresas turísticas e empregos gerados por região do Estado de Santa Catarina

Regiões	Hospedagem		Alimentação		Outros serviços turísticos		Total	
	Empresa	Emprego	Empresa	Emprego	Empresa	Emprego	Empresa	Emprego
Região Norte	323	1517	4821	8675	313	492	5.457	10.684
Região do Vale do Itajaí	727	4971	6428	13485	578	890	7.733	19.346
Região de Florianópolis	610	4296	4225	14869	785	1964	5.620	21.129
Região Sul	283	1574	2326	3909	214	328	2.823	5.811
Região Serrana	125	549	1165	1804	61	60	1.351	2.413
Região Oeste	334	1773	5119	4323	263	216	5.716	6.312
Santa Catarina	2402	14680	24084	47065	2214	3950	28.700	65.695

Fonte: Dados de 2008 obtidos pelo SEBRAE-SC.

O maior número de empresas turísticas atua no setor de alimentação, correspondente a 84% do montante, responsáveis pela geração de 47.065 empregos formais. No que se refere ao setor de hospedagem, somente por 8,5% do número de empresas de turismo concentram-se nesse setor, gerando 14.680 empregos formais.

Segundo a Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina, o VAF¹⁷³ do turismo, isto é, o índice fiscal de arrecadação do ICMS, por meio das empresas turísticas, atingiu em 2007 o montante de R\$ 619.298,12 milhões, o equivalente a 0,9% da participação dos municípios na arrecadação do ICMS. Desse montante, 95,7% são provenientes dos serviços de alimentação e somente 2,7% da prestação dos serviços de hospedagem (SEBRAE-SC, 2010). Cabe ressaltar que o movimento econômico relacionado às empresas de alimentação não se restringe somente à demanda turística, diferentemente do setor de hotelaria. A arrecadação desse setor, principalmente na alta estação, quando há o aumento da demanda, fica comprometida pelo aluguel de casas e apartamentos, as segundas residências, colocadas para locação, o que possibilita um ganho extra para os proprietários desses imóveis.

Foi a partir da década de 1960 que começaram a circular em Santa Catarina os primeiros turistas provenientes do Rio Grande do Sul, Paraná e interior do estado. Em 1967, a crise política e econômica brasileira desestimulava qualquer ação na área de turismo. Entretanto, os governos do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, com intuito de fomentarem a economia na região Sul, fundaram o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) que passou a ser agente financeiro da EMBRATUR, com linhas de financiamentos para os empreendimentos turísticos. O Governo Federal, no mesmo período, criou mecanismos para estimular o desenvolvimento do turismo em todo país, criando uma concorrência de investimentos, para obtenção dos incentivos fiscais do imposto de renda entre as regiões Sul e Nordeste. Em 1968, as pessoas físicas e jurídicas poderiam destinar 50% do imposto de renda para investimentos ligados ao turismo, principalmente em novos hotéis¹⁷⁴ (OLIVEIRA, 2011).

¹⁷³ O valor adicional fiscal (VAF), para efeito do cálculo do fundo de participação dos municípios, corresponderá para cada município ao valor das mercadorias saídas, acrescido do valor das prestações de serviços, deduzido do valor das mercadorias entradas em cada ano civil (SEBRAE-SC, 2010).

¹⁷⁴ Ainda Oliveira (2011) afirma que a “guerra política” entre as regiões Sul e Nordeste estabeleceu-se porque a Superintendência para o Desenvolvimento do

A Superintendência do Desenvolvimento da Região Sul (SUDESUL), em convênio com a EMBRATUR, realizou o plano de turismo para os Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Com orçamento de 500 mil dólares, o prazo previsto para a conclusão dos trabalhos era de 24 meses, para tanto foram contratadas duas empresas de consultoria: a brasileira Engevix e a espanhola Tecniberia. O objetivo era fazer um levantamento do potencial turístico da região Sul, inventariar as infraestruturas e os serviços turísticos existentes, recomendar ações para o poder público, determinar prioridades e recomendar os incentivos adequados para a promoção dos destinos (OLIVEIRA, 2011). A partir dessa iniciativa e com a necessidade crescente de se planejar o turismo com uma estrutura administrativa capaz de promover a atividade, é criado no governo Ivo Silveira (1966 a 1971), o Departamento Autônomo de Turismo – DEATUR.

O DEATUR iniciou suas atividades por volta de 1968, sendo ampliado e reestruturado durante a gestão do Governador Colombo Salles (1971 a 1975). Paralelamente ao DEATUR, o estado mantinha um setor de apoio ao turismo junto ao Banco do Estado de Santa Catarina – BESC, denominado BESC Empreendimentos e Turismo S/A. Ressalta-se que as consultorias contratadas para realização do plano de turismo para região Sul cumpriram com todas as etapas previstas dentro do prazo previsto. Para Oliveira (2011), foi o plano turístico mais completo que Santa Catarina já teve, pois continha orientações que poderiam transformar o Estado na região brasileira mais bem estruturada para a atividade turística. O plano nunca foi aplicado “por falta de conhecimento e interesse do então Diretor do DEATUR” (OLIVEIRA, 2011, p. 169), perdendo-se uma bela oportunidade para organizar o turismo no momento em que o Estado começava a despontar para a atividade.

Nordeste (SUDENE) queria que os incentivos direcionados para a região Sul fossem revogados mantendo-se somente os da região Nordeste. Assim como os estados do Nordeste, o Rio Grande do Sul e o Paraná entraram com uma agressiva campanha para captarem os recursos, por sua vez, Santa Catarina, ficou alheia a essa questão. Em 1967, em um discurso proferido pelo Deputado Celso Ramos Filho na Assembleia Legislativa, alertou sobre as medidas que o Estado catarinense deveria tomar para não perder grandes somas de dinheiro, pois dirigentes das indústrias levariam as aplicações para outros Estados, atraídos pelos incentivos fiscais criados pelos seus governantes. O governador Ivo Silveira foi buscar junto ao governo federal a garantia de que os recursos direcionados para Santa Catarina fossem mantidos, assim como os estímulos fiscais para região Sul, concedidos pelo Decreto 55/66. A hotelaria desse período foi beneficiada pelos recursos do imposto de renda.

Os argentinos descobriram a faixa litorânea catarinense em 1973 quando os voos *charters* de verão foram inaugurados, operados pela empresa argentina Austral. Nesse período, estimou-se que 70 mil turistas visitaram a região. Com a moeda brasileira desvalorizada perante o dólar americano, os turistas argentinos poderiam usufruir de um poder de compra maior o que tornava a viagem mais atrativa para esses turistas. Entretanto, cabe apontar a dificuldade que os estes tinham em pagar as compras com dólares, pois o comércio no período não se encontrava preparado para receber a moeda estrangeira. Devido à previsão de incremento do turismo no Litoral de Santa Catarina, o então governador Colombo Salles (1971 a 1974) toma a iniciativa de criar a “operação verão”, com a intenção de oferecer um policiamento mais ostensivo nos balneários, o que perdura na Alta Temporada até os dias de hoje. Oliveira (2011) chama a atenção para o período que antecede a Alta Temporada de 1974-1975, quando a desvalorização da moeda brasileira era enorme perante o dólar o que tornava o Brasil um destino mais barato para os turistas estrangeiros, especialmente argentinos.

Em 1974, a estrutura do DEATUR foi modificada com a fusão desse departamento com o BESC Empreendimentos e Turismo que resultou na criação da TURESC – Empresa de Turismo e Empreendimentos do Estado de Santa Catarina S/A, em 1975. Em 1977, a TURESC e o Centro de Promoções e Informações Turísticas S/A estabelecem um protocolo de fusão, passando a denominar-se Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina S/A - CITUR. Nesse período, através da gestão de Orlando Bertoli, vários projetos hoteleiros ainda em construção no estado foram refinanciados, utilizando-se do Sistema BNH- Recor, para liquidar os débitos de modo mais abrangente e atrativo por meio do FISET-TURISMO e do FUNGETUR¹⁷⁵.

Com a crise internacional do petróleo em 1979, o governo federal tomou medidas drásticas que afetaram diretamente o turismo interno, como fechamento dos postos de gasolina aos sábados, domingos e feriados para promover a redução do consumo de combustível o que fez reduzir de imediato às viagens de finais de semana em carros particulares. A economia brasileira nesse período encontrava-se deteriorada, com a inflação alcançando ao patamar de 77% ao ano e o governo criando medidas que impulsionavam a

¹⁷⁵ Dados fornecidos pelo Arquiteto Leandro Bertoli, Gerente Técnico do Setor de Planejamento de Projetos Turísticos (SANTUR).

desvalorização da moeda brasileira perante o dólar. Com essa condição cambial favorável, os estrangeiros - os argentinos em maior volume -, escolheram o Litoral Catarinense como destino para usufruírem de suas férias, especialmente, Florianópolis e Balneário Camboriú. Oliveira (2011) aponta a situação de uma imobiliária da capital catarinense que em apenas três dias vendeu o equivalente a 280 mil dólares em imóveis. A situação para os argentinos era tão favorável que até os taxistas com toda a família hospedavam-se no único hotel cinco estrelas da cidade o Hotel Floph. Segundo o autor, os turistas argentinos “foram a salvação da economia de Florianópolis, quando o país atravessava uma crise sem precedentes” (OLIVEIRA, 2011, p. 236).

Em 1987, a CITUR passou a se chamar Santa Catarina Turismo S/A – SANTUR, objetivando maior identificação com o “nome” do Estado. Desde a sua instituição em 1975, atua como órgão oficial para representação do turismo em Santa Catarina, com o intuito de fomentar a atividade turística, desenvolvendo ações para estimular o turismo integrado no Estado, fazendo a ponte entre os governos estadual e federal, através do Ministério do Turismo e da EMBRATUR. Atualmente, a SANTUR é responsável pela elaboração das estratégias de promoção do Estado de Santa Catarina, sendo as diretrizes para gestão das políticas públicas de responsabilidade da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte de Santa Catarina (SOL).

Desde 2004, com a proposta nacional de regionalização¹⁷⁶, as políticas públicas são direcionadas para trabalhar o turismo de forma regionalizada, logo, o Estado de Santa Catarina busca alinhar o seu planejamento turístico com as diretrizes do governo federal. Nesse contexto, a partir de 2006, entrou em prática o Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer (PDIL), que foi concebido primeiramente para inventariar as potencialidades turísticas e fazer o diagnóstico situacional da infraestrutura turística e de apoio do Estado, mas, posteriormente, pensar em desenvolver uma política regional que atenda as particularidades de Santa Catarina.

Uma das ações criadas a partir do PDIL foi a instituição do Sistema Estadual de Incentivo ao Turismo, ao Esporte e à Cultura

¹⁷⁶ O programa de regionalização do turismo é balizado pela segmentação da oferta e da demanda. Ele apresenta as estratégias de organização do turismo para o planejamento e a gestão, tendo em vista a concepção de roteiros e destinos que reflitam as peculiaridades e especificidades de cada região (MTUR, 2008).

(SEITEC), que possui Fundos para o financiamento de projetos de infraestrutura para prática do turismo, do esporte e da cultura. Cabe destacar que o Estado é pioneiro na promoção de um sistema de incentivos para esse fim.

O Estado de Santa Catarina, dentro da política de regionalização do turismo nacional, foi dividido em nove regiões por afinidades geográficas, econômicas e algumas características históricas e culturais, conforme se apresenta no quadro 14 a seguir.

Quadro 14- Regiões Turísticas de Santa Catarina

Regiões Turísticas	Principais Municípios
Caminhos dos Príncipes	Joinville; São Francisco do Sul; Jaraguá do Sul; São Bento do Sul; Rio Negrinho; Corupá; Campo Alegre; Mafra; Itaiópolis; Garuva; Balneário Barra do Sul; Papanduva; Araquari; Guaramirim; Massaranduba; São João do Itaperiú; Monte Castelo.
Costa Verde Mar	Balneário Camboriú; Balneário de Piçarras; Bombinhas; Camboriú; Ilhota; Itajaí; Itapema; Luís Alves; Navegantes; Penha; Porto Belo.
Grande Florianópolis	Florianópolis; São José; Palhoça; Biguaçu; Santo Amaro da Imperatriz; Governador Celso Ramos; Rancho Queimado; São Pedro de Alcântara; Rancho Queimado; Águas Mornas; Angelina; Anitápolis; São Bonifácio; Antônio Carlos.
Encantos do Sul	Garopaba; Ibituba; Laguna; Tubarão; Jaguaruna; Gravatal; Criciúma; Içara; Imarú; Urussanga; Orleans; Nova Veneza; São Martinho; Santa Rosa de Lima.
Serra Catarinense	Lages; Urubici; São Joaquim; Bom Jardim da Serra; Urupema; Bocaina do Sul; Rio Rufino; Bom Retiro; Correia Pinto.
Vale Europeu	Blumenau; Pomerode; Brusque; Timbó; Ibirama; Gaspar; Nova Trento; Rio dos Cedros; Indaial; Rodeio; Presidente Getúlio; Douror Pedrinho; Apiúna; Benedito Novo; Ituporanga; Agrolândia; Botuverá; Vitor Meireles.
Vale do Contestado	Fraiburgo; Piratuba; Treze Tílias; Videira; Caçador; Tangará; Canoinhas; Curitibaanos; Irani; Porto União; Itá; Campos Novos; Concórdia; Joaçaba; Frei Rogério; Seara; Rio das Antas; Pinheiro Preto; Capinzal.
Grande Oeste	Chapecó; Águas de Chapecó; Abelardo Luz; São Carlos; São Domingos; Mondai; Xanxerê; Palmitos; São Miguel do Oeste; Dionísio Cerqueira; Itapiranga; Saudades; São Lourenço do Oeste; São João do Oeste; Guaraciaba; Vargeão; Ipuacu; Xaxim; Maravilha; Guatambu; São José do Cedro.
Caminhos dos Cânions	Araranguá; Jacinto Macho; Sombrio; Balneário Gaivota; Balneário Arroio do Silva; Praia Grande.

Fonte: Elaborado pela autora em 2011 com base nos Roteiros Turísticos Regionais - Governo do Estado de Santa Catarina (2009).

Santa Catarina é um importante destino brasileiro receptivo de turismo de lazer internacional, sendo as cidades de Florianópolis e Balneário Camboriú os destinos mais visitados do País.

O movimento estimado de turistas em todo Estado, no ano de 2008, foi de 21 milhões, sendo 95% nacional e 5% internacional, destes, 71% do fluxo internacional são provenientes da Argentina e 50% concentram-se nos meses de janeiro e fevereiro. O gasto médio desses turistas está na ordem de R\$ 90,00 por dia para o turista nacional e de R\$100,00 por dia para o turista internacional. A estadia média no período considerado de alta temporada é de dez dias para o turista nacional e de seis dias para o turista internacional. Todavia, o período de permanência médio diminui para dois dias no momento na baixa temporada. Cabe destacar que 32% dos turistas utilizam os hotéis como meio de hospedagem.¹⁷⁷

Os dados estimados pela SANTUR permitem obter informações sobre a demanda em números de turistas (nacionais e estrangeiros) relativos aos meses de Alta Temporada, isto é, janeiro e fevereiro. Além do número de turistas, os relatórios apresentam a taxa média de ocupação da rede hoteleira, a permanência média nos hotéis, a permanência média em todos os meios de hospedagem, o gasto médio dos turistas, os principais mercados emissores nacionais e estrangeiros, os meios de hospedagem mais utilizados, o motivo de viagem e os meios de transporte mais utilizados pelos turistas. Como exemplo na Sinopse Comparativa dos anos de 2006, 2007 e 2008, consta que a taxa de ocupação hoteleira variou entre 66,75%, em 2006, e 73,67%, em 2007, caindo para 67,34%, em 2008, e o tempo de permanência média dos turistas ficou entre 9,75 dias em 2006, aumentando para 11,65 dias, em 2007 e caindo para 10,43 dias, em 2008 em todos os meios de hospedagem. Esse relatório apresenta o Rio Grande do Sul como o principal mercado emissor de turistas para o Estado em todos os anos (2006, 2007 e 2008), seguido pelo próprio mercado catarinense, depois por São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro, respectivamente.

Ao analisar-se a última Sinopse divulgada em 2010 pela SANTUR sobre a demanda turística no período de Alta Temporada (janeiro e fevereiro), percebe-se que o Rio Grande do Sul assume a terceira posição e o mercado catarinense assume a primeira posição como principal mercado emissor de turistas nacionais para o Estado

¹⁷⁷ Dados fornecidos pelo Plano Catarina, de iniciativa da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte de Santa Catarina- SOL em 2009.

de Santa Catarina, ocupando a segunda posição o Paraná e a quarta posição São Paulo. Percebe-se que os principais mercados emissores de turistas nacionais para Santa Catarina concentram-se nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Já no que se refere aos mercados emissores internacionais, percebe-se no relatório na Sinopse de 2006, 2007 e 2008, a liderança absoluta da Argentina em todos os anos como principal mercado emissor de turistas estrangeiros para Santa Catarina, com 63,64% em 2006, 90,0% em 2007 e 79,17% em 2008, ocupando a segunda posição o Chile, seguido pelos mercados do Uruguai e o Paraguai. Na Sinopse divulgada pela SANTUR em 2010, a Argentina é ainda o principal mercado, ocupando a segunda posição o Paraguai, seguido pelo Uruguai, o que demonstra que os mercados emissores de turistas internacionais para Santa Catarina concentram-se na América do Sul, principalmente aqueles circunvizinhos ao Brasil. A tabela 4 a seguir apresenta a estimativa da demanda turística e os gastos dos turistas nacionais e estrangeiros em Santa Catarina no período de 1990 a 2010.

Tabela 4- Estimativa da demanda turística e os respectivos gastos nos meses de janeiro e fevereiro no período de 1990 a 2010 em Santa Catarina

Ano	Turistas Nacionais	Turistas Estrangeiros	Total	Gastos Básicos
	(em mil turistas)	(em mil turistas)	(em mil turistas)	(em US\$ milhões)
1990	810,6	120,8	931,4	284,32
1991	956,1	146,3	1.102,4	219,82
1992	1.091,5	247,8	1.339,3	281,93
1993	1.205,7	378,0	1.583,7	467,20
1994	1.205,2	335,2	1.540,4	565,80
1995	1.238,1	112,5	1.350,6	541,65
1996	1.443,3	117,7	1.561,0	636,97
1997	1.997,6	266,8	2.264,4	930,61
1998	1.671,4	153,6	1.825,0	428,22
1999	1.993,6	292,9	2.286,5	365,08
2000	2.255,9	465,0	2.720,9	491,22
2001	2.194,5	568,7	2.763,2	477,49
2002	2.001,0	158,5	2.159,5	300,05
2003	2.114,1	198,7	2.312,8	242,10
2004	2.712,1	246,9	2.959,0	442,60
2005	2.570,6	202,2	2.772,8	505,83
2006	2.937,5	211,7	3.149,3	605,53
2007	3.539,2	469,0	4.008,2	1.175,42
2008	3.794,4	509,0	4.303,4	1.493,72
2009	3.836,3	518,3	4.354,6	2.633,65
2010	4.750,1	415,0	5.165,1	2.974,42

Fonte: Elaborado pela autora em 2012 com base no Estudo da Demanda Turística, SANTUR (vários anos).

No período de Alta Temporada, quando há um aumento da demanda, nos meses de janeiro e fevereiro, percebe-se na tabela 4, que a presença estrangeira veio crescente até 1993. No intervalo compreendido entre 1994 e 1999, registrou-se um comportamento

oscilante. Observa-se um acréscimo de aproximadamente 63% no número de turistas internacionais de 1999 a 2000, chegando ao ápice na ordem de 568,7 mil turistas no ano de 2001. É possível relacionar o movimento do número de turistas estrangeiros à política cambial adotada tanto pelo Brasil como pela Argentina, dentre as quais se encontra o Plano Cavallo (1991), plano de conversibilidade, instituído no primeiro governo de Carlos Saúl Menem, com o objetivo de fixar o câmbio da moeda do país, equiparando-a com o dólar, o que desencadeou a dolarização da economia, já que o próprio dólar era aceito como moeda no país, provocando uma diminuição da competitividade dos produtos nacionais argentinos frente aos concorrentes importados. Logo a desvalorização do Real contribuiu para o fim do Plano Cavallo e as exportações Argentinas tornaram-se muito caras¹⁷⁸. Ressalta-se que o Plano Real (1994) brasileiro foi escorado no câmbio sobrevalorizado e a mudança da política cambial com adoção de um câmbio flutuante foi implantada a partir de 1999. Desde então, no Brasil, sucederam-se fases de estabilidade cambial e de grande volatilidade e desalinhamento na taxa de câmbio, com reflexos diretos no número de turistas estrangeiros, especialmente argentinos no Estado. Observa-se, também, na tabela 4 acima, uma queda brusca no número de turistas internacionais entre a temporada de 2001 e 2002, período que coincide com a crise política e financeira na Argentina. Com uma permanente política de câmbio fixo, em que o peso valia um dólar, agravou-se a dívida externa. Em 2001, o governo argentino declarou a moratória da sua dívida, período marcado também pelo aprofundamento da crise política, quando o governo da Nação chegou a passar por cinco presidentes. Somente em 2002, inicia-se um programa de desvalorização do câmbio pelo então presidente Eduardo Duhalde e, no ano seguinte, Néstor Krichner, ao assumir a presidência, dá o início ao processo de negociação da dívida.

Vê-se que o grande afluxo turístico para Santa Catarina denota a importância do mercado argentino para o Estado. Esse mercado foi responsável pelo desenvolvimento de localidades que antes eram espaços frequentados pela população local nos finais de semana e no

¹⁷⁸ Praticamente todos os setores da indústria nacional foram desmantelados, por meio do estrangulamento financeiro, no que se refere aos juros cobrados pelos bancos nacionais que chegam a ser até quatro vezes maiores do que a média nacional e da abertura do mercado lastreada pela paridade peso-dólar. Muitas das empresas nacionais foram incorporadas por grandes multinacionais estrangeiras e outras foram levadas a fechar as portas (FERREIRA; NAPOLEÃO, 2009).

período das férias escolares (verão) e pouco a pouco foram sendo transformados em destinações de grande apelo turístico, principalmente para o turista argentino. Esse foi o caso do balneário de Canasvieiras, situado ao Norte da Ilha de Santa Catarina, em que até o início da década de 1980, o turismo era incipiente. A praia era, até então, um espaço de lazer frequentado pela população da própria região de Florianópolis. Com o crescimento da demanda de turistas argentinos, outros serviços, comércio e hotéis foram surgindo na localidade. A partir de 1980, as modificações socioespaciais nas diversas localidades regiões de Santa Catarina de origem europeia, imprimiram um novo dinamismo aos núcleos urbanos, principalmente, litorâneos ligados ao turismo.

Percebe-se que quanto maior a dependência de um único mercado, maiores são os riscos. No caso catarinense, os riscos são proporcionais ao volume de turistas argentinos que passaram a frequentar o seu litoral, pois a atividade é suscetível a intempéries de ordem econômica tanto na Argentina quanto no Brasil que podem comprometer toda a economia gerada pelo turismo. Foi o que aconteceu na Alta Temporada de 2001 para 2002 quando houve uma brusca diminuição no número de turistas estrangeiros, especialmente argentinos em Santa Catarina. Nesse momento, entendeu-se o quanto o Estado era dependente do turismo emissor argentino, e, para transformar essa situação, o governo estadual iniciou campanhas para estimular o turismo interno, investindo no principal mercado emissor de turistas nacionais, São Paulo. Foi nesse mesmo período que se instalou na Avenida 9 de Julho, no centro de São Paulo, a Casa Santa Catarina, como um espaço para promoção e reuniões com o *trade turístico* (empresas de turismo; agências de viagem; operadoras de viagem) paulistano para divulgar os destinos turísticos de Santa Catarina.

O movimento de turistas argentinos no litoral catarinense, especialmente na década de 1980, desencadeou uma cultura que perdura até os dias de hoje, a do superfaturamento, da exploração do turista, principalmente nos principais balneários, como os localizados ao Norte da Ilha de Santa.

A dinâmica dos fluxos turísticos nacionais e estrangeiros promoveu um processo de adensamento na ocupação da faixa litorânea catarinense. Sobre a urbanização dos municípios da orla litorânea catarinense, Bastos (2011) identifica diferentes fases, sendo a primeira delas ligada à exportação de excedentes alimentares e a alguns poucos produtos artesanais; a segunda vinculada ao mesmo

tempo à importação de matérias primas e de utensílios de consumo corrente e à diversificação da exportação de produtos agropecuários e do extrativismo vegetal e mineral; e a terceira fase atrelada à nova divisão territorial do trabalho, promovida pelo capitalismo industrial brasileiro e catarinense e, especialmente nas últimas décadas, pela expansão da indústria do turismo.

No mapa que segue (ver figura 2), destaca a BR-101, corredor de acesso aos principais destinos turísticos do litoral catarinense.

Figura 2– Mapa do litoral catarinense



Fonte: Elaborado pela autora e produzido pela geógrafa Renata Duzzioni em 2011.

O Estado de Santa Catarina conta com 293 municípios e, somente na última década, sua população cresceu 14%, e na população dos municípios litorâneos observa-se (ver quadro 15) um crescimento ainda maior, aproximadamente 20%.

Quadro 15- Crescimento populacional na última década: Litoral Catarinense, Santa Catarina e Região Sul

Município	População em 2000	População em 2010
Araquari	23.645	24.470
Araranguá	54.706	61.251
Balneário Arroio do Silva	6.043	9.546
Balneário Barra do Sul	6.045	8.303
Balneário Camboriú	73.455	106.220
Balneário Gaivota	5.450	8.119
Balneário Piçarras	10.911	16.865
Barra Velha	15.530	22.278
Bombinhas	8.716	14.216
Biguaçu	48.077	57.139
Florianópolis	342.315	404.224
Garopaba	13.164	18.124
Governador Celso Ramos	11.598	12.737
Içara	48.634	58.790
Imbituba	35.700	39.023
Itajaí	147.494	182.484
Itapema	25.869	44.207
Itapoá	8.839	14.345
Jaguaruna	14.613	17.276
Laguna	47.568	50.766
Navegantes	39.317	60.038
Palhoça	102.742	135.720
Passo de Torres	4.400	6.576
Paulo Lopes	5.924	6.686
Penha	17.678	24.890

Município	População em 2000	População em 2010
Porto Belo	10.704	15.986
São Francisco do Sul	32.301	41.501
São José	173.559	203.384
Tijucas	23.499	30.886
Total: Litoral Catarinense	1.358.496	1.696.050
Total: Santa Catarina	5.356.360	6.178.603
Total: Região Sul	25.107.616	27.022.098

Fonte: Censo IBGE (2010)¹⁷⁹.

Constata-se que os municípios com maior índice de crescimento populacional estão localizados na Região de Florianópolis (Florianópolis, São José, Biguaçu e Palhoça) e do Vale do Itajaí (Balneário Camboriú e Itajaí). O município do litoral catarinense que mais aumentou o número de habitantes na última década foi Balneário Camboriú, em 69% aproximadamente.

No quadro 16 a seguir, segundo os dados coletados a partir do Guia Quatro Rodas em 2011, pode-se observar a capacidade de hospedagem por número de quartos em Santa Catarina por região.

Quadro 16- Capacidade de Hospedagem por número de quartos em Santa Catarina em 2011

Regiões do Estado de SC	Total de quartos p/ Região	Redes Hoteleiras					Hotéis Independentes	
		Internacional	Nacional	Regional	Total Rede	%	Local	%
Região Norte	2.386	473	561	77	1.111	46,5	1.275	53,5
Região do Vale do Itajaí	8.826	416	477	-	893	10	7.933	90
Região de Florianópolis	7.272	701	687	530	1.918	26	5.354	74
Região Sul	2.271	110	-	-	110	5	2.161	95
Região Serrana	913	64	-	128	192	21	892	79
Região Oeste	2.206	-	-	68	68	3	2.138	97
Total	23.874	1.764	1.725	803	4.292	18	19.582	82

Fonte: Elaborado pela autora em 2012 com base nos dados compilados do Guia Quatro Rodas.

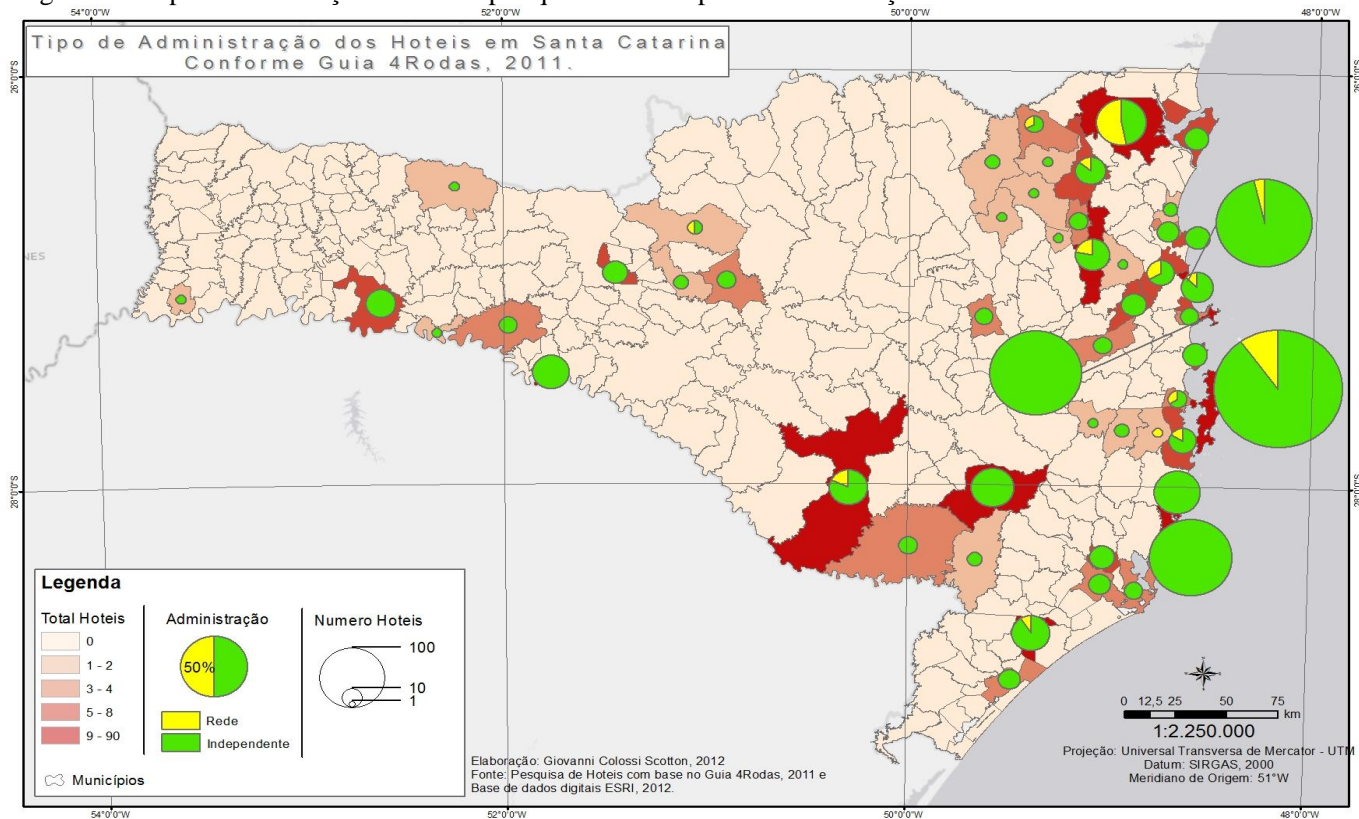
¹⁷⁹ Dados do censo de 2010 publicados no Diário Oficial da União em 4/11/2010. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=42>. Acesso em: 21 jul. 2011.

Ao analisar o quadro 16, pode-se inferir que, em relação à capacidade de hospedagem, 82% da operação do setor hoteleiro catarinense encontram-se nas mãos de capitais locais. No que tange à concentração do número de quartos, a Região Norte possui o maior percentual (46,5%) de quartos em redes de hotéis e o menor percentual (53,5%) em hotéis independentes, se comparada a outras regiões do Estado. A Região Oeste possui o maior percentual (97%) de quartos em hotéis independentes. Vale destacar a Região do Vale do Itajaí que possui a maior capacidade de hospedagem do território catarinense, com 8.826 quartos e a Região Serrana com a menor capacidade de hospedagem do Estado, com 913 quartos.

Segundo o cadastro dos hotéis em Santa Catarina do Guia Quatro Rodas de 2011, dos empreendimentos hoteleiros instalados atualmente nas regiões catarinense, 93% são independentes, predominantemente com uma administração familiar, isto é, são hotéis e pousadas que não são vinculados a redes hoteleiras internacionais, nacionais, regionais e locais. O universo dos hotéis administrados por redes hoteleiras representam somente 7% do setor hoteleiro no território.

A partir dessa constatação, percebe-se, de forma cristalina, que o capitalismo engendrado nas áreas de pequena produção mercantil do território catarinense deu origem aos primeiros empreendimentos inicialmente modestos no setor hoteleiro, aproveitando as oportunidades lucrativas que iam surgindo na medida em que se desenvolviam as diferentes regiões do Estado. O mapa a seguir (ver figura 3) demonstra o predomínio dos empreendimentos cuja origem é catarinense.

Figura 3– Mapa de distribuição de Hotéis por quantidade e tipo de administração em Santa Catarina



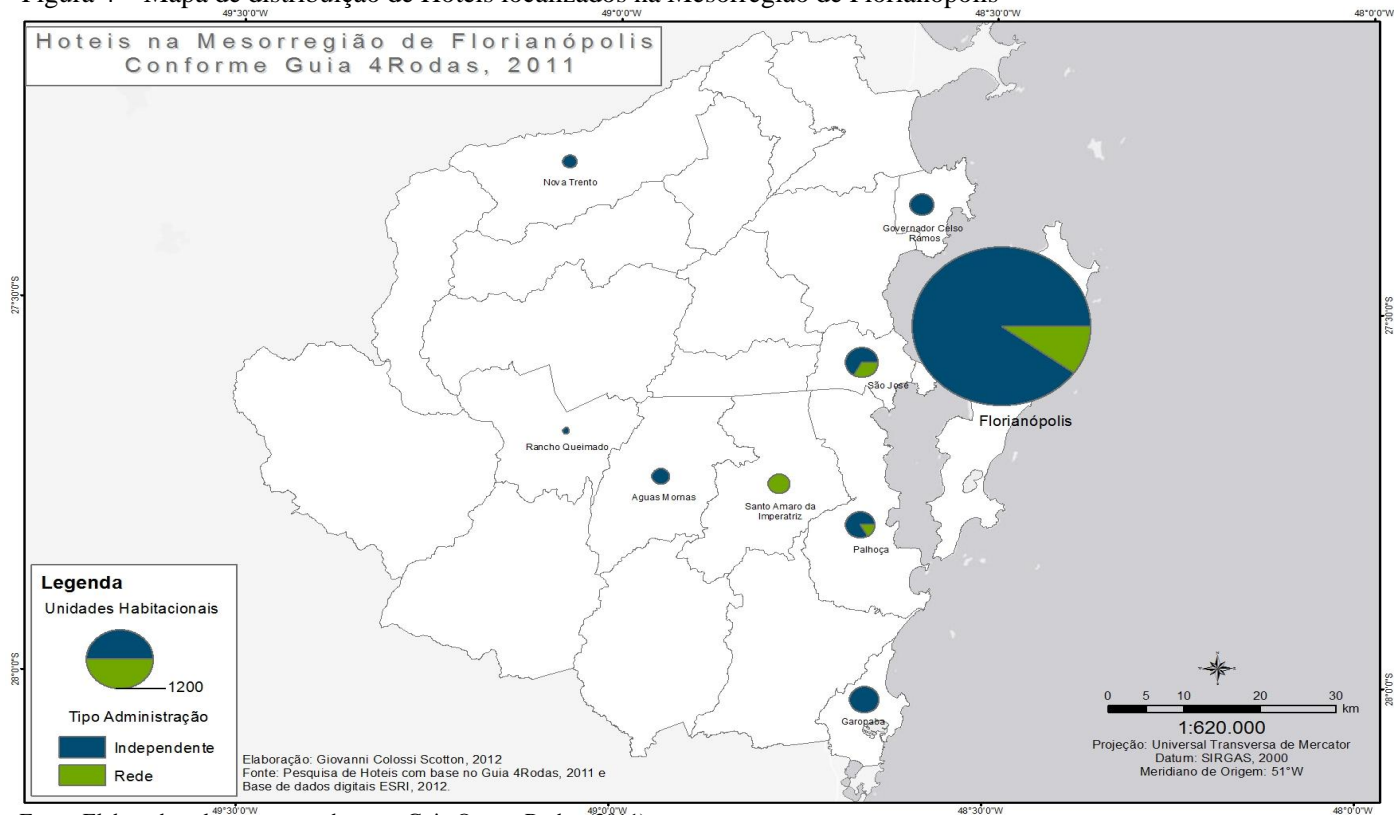
Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).
Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

A região de Florianópolis contempla uma diversidade de tipos de empreendimentos hoteleiros: hotel executivo, hotel econômico, hotel de lazer, resorts e pousadas. Segundo o Guia Quatro Rodas de 2011, a região possui 130 empreendimentos, voltados para os segmentos de lazer, negócios e eventos. As pousadas, os hotéis de lazer e os resorts localizam-se nas partes áreas balneárias. Especialmente as pousadas concentram-se na parte Norte e Sul da Ilha de Santa Catarina, nos municípios de Governador Celso Ramos, Palhoça e Garopaba. Já os hotéis executivos e econômicos situam-se nas áreas urbanas centrais, onde as redes hoteleiras, em geral, buscam instalar-se. No caso de Florianópolis, bem como de outras regiões do Estado de Santa Catarina, como Joinville, Jaraguá do Sul, São Bento do Sul, Blumenau e Itajaí, as redes hoteleiras buscam a melhor localização para seus hotéis, ou seja, a proximidade dos centros administrativos, financeiros, industriais e comerciais das cidades e consideram, principalmente, a facilidade de acesso.

Conforme os dados levantados no Guia Quatro Rodas, dos empreendimentos instalados na região de Florianópolis, 74% são de capital local e 26% são vinculados às redes hoteleiras. É a região com a maior concentração de hotéis administrados por redes hoteleiras de abrangência internacional, nacional, regional e local. Das unidades hoteleiras instaladas, 4 empreendimentos pertencem à maior rede hoteleira em operação no Brasil, a rede Accor, com as marcas Sofitel, Mercure e Ibis.

Dentro da distribuição geográfica, percebe-se a espacialização das redes hoteleiras por outros municípios da região de Florianópolis com a presença de hotéis de rede no município de Santo Amaro da Imperatriz, que possui uma das mais antigas estâncias de águas termominerais do Brasil, a rede Plaza com empreendimento hoteleiro Plaza Caldas da Imperatriz Resort & Spa; no município de Palhoça, à beira da BR 101, anexo ao Shopping Center ViaCatarina, a rede Slaviero com o hotel executivo Slaviero ViaCatarina; no município de São José, nas proximidades do Shopping Itaguaçu, a rede Accor administra com o hotel econômico, Ibis São José. No mapa a seguir (ver figura 4), pode-se observar a distribuição dos hotéis na mesorregião de Florianópolis.

Figura 4 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião de Florianópolis



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).

Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

Com a inauguração do centro de eventos na capital catarinense em 1998, cria-se a oportunidade de desenvolvimento de hotéis voltados para o segmento de negócios e eventos. Dessa forma, a partir dos anos 2000, há efetiva entrada das bandeiras de hotéis integrantes de redes hoteleiras nacionais e internacionais, tais como a rede Blue Tree com o Blue Tree Towers, a rede InterCity com o InterCity Premium Florianópolis, a rede Accor com os hotéis, Mercure Convention, Mercure Centro, Ibis Florianópolis e Sofitel, a rede Slaviero com o Slaviero Executive. Esses empreendimentos estão localizados na região do distrito central de Florianópolis, nas proximidades do comércio, bancos, do centro de eventos, da rodoviária, das faculdades e universidades.

Segundo ABEOC – SC (2012), Florianópolis soma aproximadamente 120 locais para realização de eventos, conta com mais de 60 empresas especializadas no setor - números que colocam a capital de Santa Catarina como o quarto destino turístico para o setor de eventos, atrás apenas de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. Somente a realização dos eventos este ano deverá movimentar mais de R\$ 200 milhões em Santa Catarina, isso sem contabilizar os gastos relacionados com alimentação e hospedagem, dentre outras despesas¹⁸⁰.

Em Florianópolis, as redes hoteleiras instaladas constituem-se a partir de um modo de operação que elege alianças com investidores locais para construção dos empreendimentos, como é o caso dos empreendimentos Blue Tree Towers, Ibis Florianópolis e Sofitel, com o investidor Aurélio Paladini, sócio proprietário da Magno Martins, construtora local.

O setor hoteleiro de Florianópolis é composto por aproximadamente 259 meios de hospedagem entre pousadas, albergues, hotéis de lazer, hotéis executivos, hotéis econômicos, resorts, dentre outros. São 10.098 unidades habitacionais e 20.060 leitos disponíveis na cidade¹⁸¹. A maior concentração dos equipamentos hoteleiros de lazer encontra-se nos balneários praianos da ilha de Santa Catarina, predominantemente na parte Norte da ilha, onde se constata a presença das pousadas, dos hotéis de lazer e de um único resort (Costão do

ⁱ Informações noticiadas pela ABEOC-SC (Associação Brasileira de Empresas de Eventos de Santa Catarina) em 2012. Disponível em: <<http://abeocsc.org.br/?pageContent=lerNoticia&id=54>>. Acesso em: 11 jul. 2012

¹⁸¹ Dados levantados na pesquisa realizada pela ABEOC-SC em 2012, sobre o turismo de negócios e eventos em Santa Catarina. Disponível em: <<http://abeocsc.org.br>>. Acesso em: 11 jul. 2012.

Santinho Resort & Spa). A hotelaria executiva e econômica está localizada nas áreas centrais.

O dinamismo econômico de Santa Catarina provém de empresas de capital local instaladas em seu território. Na região do Vale do Itajaí, o setor hoteleiro instalado é predominantemente originário da própria região.

A região do Vale do Itajaí tem como capital regional a cidade de Blumenau, fundada em 1850, centro da colonização alemã, cuja atividade industrial esteve relacionada à imigração de pequenos industriais, comerciantes e operários, que com as suas expertises souberam aproveitar a conjuntura econômica internacional depressiva (1973-1896), que favoreceu a substituição de importações de bens de consumo para empreendimentos industriais inicialmente modestos, que foram gradativamente se desenvolvendo no âmbito local, regional, nacional e internacional. Esse dinamismo produtivo industrial dos primeiros colonos que imigraram para região fez com que em aproximadamente 20 anos de existência da colônia 239 fábricas já haviam sido instaladas, imprimindo as características eminentemente produtiva e industrial existentes até hoje, projetando Blumenau como cidade polo industrial do setor têxtil, de maior força econômica da região, servindo como sede das principais indústrias do país: Hering, Karsten, Teka, Cremer, dentre outras.

O crescimento do setor hoteleiro de Blumenau acompanhou o desenvolvimento econômico da própria formação da cidade. As primeiras iniciativas hoteleiras que surgiram foram Hotel Schreep (1860); Hotel Brasil (1897); Hotel Holetz (1902); Hotel Esperança (1915); Hotel Boa Vista (1925). Entre o período de 1931 a 1950 também foram inaugurados os hotéis Wuergs, Gross, Boa Vista, Oliveira e o Hotel Moderno (KORMANN, 1994).

Em 1850, a cidade de Blumenau já dispunha de 19 hotéis conforme a relação que segue: Hotel Boa Vista, Hotel Benthien, Hotel Blumenauense, Hotel Braz, Hotel Cruzeiro, Hotel Expresso, Hotel Delphi, Hotel Dinamarca, Hotel Estrela, Hotel Elite, Hotel Holetz, Hotel Moderno, Hotel Jardim Blumenau, Hotel Palmeiras, Pensão Busarello, Hotel São José, Hotel Wuerges, Hotel Rex e o Hermann Hotel¹⁸².

¹⁸² Em 1948, surge o Hotel Hermann, inicialmente conhecido como casa Durma Bem, voltada especialmente para viajantes. Na década de 1940, a família Hermann transformou a casa em hotel. Em 1950, foi feita uma ampliação de alvenaria, situada atrás da antiga casa em enxaimel. A obra foi inspirada nas construções modernas da época. O hotel passou pelas duas grandes enchentes, de 1983 e 1984. As águas chegaram até o telhado do segundo andar, destruindo toda a parte interna do estabelecimento. Recuperado o

O turismo manifesta-se na cidade de Blumenau quando começam a circular os primeiros grupos de visitantes, principalmente após a abertura, em 1950, do Hotel Rex, o mais moderno da cidade no período.

Em 1958, o governo de Juscelino Kubitschek institui e cria o primeiro órgão público federal destinado ao desenvolvimento do turismo interno e externo do Brasil, a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR). Logo em 1963, o governo do prefeito de Blumenau Hercílio Deede cria, por meio do Decreto Lei nº 1.161 de 27/06/1963, o Departamento Municipal de Turismo, com o objetivo claro de incrementar a atividade turística em Blumenau. Ressalta-se que Blumenau é primeiro município, fora as capitais federais, a ter um departamento específico para o fomento do turismo.

No período de criação do Departamento de Turismo (1963), inaugura-se o Grande Hotel Blumenau, com 76 quartos e infraestrutura distribuída em 14 pavimentos, com uma área construída de 2.500 m², composta de bar, restaurante internacional, boate, salão de barbeiro e manicure. Esse empreendimento foi idealizado pela Companhia de Melhoramentos de Blumenau e inaugurado em 1963. A Companhia de iniciativa do empresário Hercílio Deede era uma empresa de capital aberto, da qual qualquer pessoa poderia adquirir cotas. O empreendimento era administrado por uma diretoria composta por Maurício dos Reis, Osmar de Souza Nunes e o João Dalcanalle e por um Conselho Fiscal composto por Curt Probst, Raul Chatagnier e Augusto

hotel, voltou a ser ampliado em 1990, recebendo mais oito apartamentos, totalizando 40 unidades habitacionais. Uma das poucas construções blumenauenses verdadeiramente em estilo enxaimel apresenta histórias do mundo inteiro, contadas pelos turistas de diversos países que ali se hospedaram. Em 1948, a casa foi adaptada para abrigar um hotel na Rua Marechal Floriano Peixoto, 213, próximo ao Hospital Santa Isabel. As características marcantes do local, presenciadas por qualquer curioso que entra no estabelecimento, são o clima familiar e a simplicidade colonial, lembrando os imigrantes que chegaram à cidade no século passado. Não se tem registro oficial da data exata da construção. O certo é que em 1912 ela já existia, segundo lembranças da família que adquiriu a propriedade em 1948. No primeiro andar existiam arcos que deram lugar a paredes, formando espaço alugado para um restaurante. As características do estilo enxaimel podem ser vistas claramente nessa casa. Todas as madeiras numeradas, com inscrições em romano, determinam a parede e a ordem de colocação. Nenhuma madeira da construção recebeu pregos, sendo feitas as junções através de técnica de encaixe e com buchas feitas de toco de madeira. Primeiro eram colocadas as vigas de madeira, maciças, e, posteriormente, os espaços eram preenchidos com tijolos. O quadro da memória alemã fica completo com pequenos detalhes, como o jardim colocado à frente da casa e os vasos pendurados com vistosos gerânios. Disponível em: < <http://www.hotelhermann.com.br>>. Acesso em: 10 jun. 2012.

Reichow. Até 1982, o hotel foi gerido pela Companhia, após essa data encerrou as atividades. Em 1986, por meio de recursos do Fungetur para financiamento, o empresário Cláudio Gaertner assume o controle acionário da Companhia De Melhoramentos de Blumenau e adquire o Cine Busch para transformá-lo em centro de eventos e reabrindo o Grande Hotel Blumenau. O empresário Claudio Gaertner, juntamente com Egon Stein, do ramo da construção civil, adquiriu de Victor Germer o Hotel Victor, em 1978, o qual passou a se chamar Hotel Baviera¹⁸³.

Os empreendimentos hoteleiros blumenauenses, em sua maioria, foram incorporados a partir de iniciativas do empresariado local e catarinense, como o hotel Ibis, uma franquia da rede Accor, cuja incorporação e operação são realizadas pela Atrio Hotéis de Joinville e o hotel Plaza Blumenau, que pertence à Rede Plaza de Porto Alegre, em cuja concepção teve a participação de Diretores do Grupo Hering¹⁸⁴.

Cabe acrescentar algumas iniciativas desses empresários na formação do setor hoteleiro de Blumenau. É o caso da construção do Hotel Glória, iniciada em 1964, com 47 quartos, pelo hoteleiro e representante comercial Siegfried Hoelkbaum, proprietário do Hotel Rodoviário. O Hotel Glória foi inaugurado em 1967 e, em 1972, contava com 98 quartos; em 1978, foi construída junto ao hotel a Confeitaria Cafehaus¹⁸⁵. No mesmo período os empresários Victor e Dirce Fistarol, proprietários na época do Restaurante Cacique de Blumenau, investiram na construção do Hotel Geranium, inaugurado em 1975, com 40 quartos,

¹⁸³ Consulta realizada na Dissertação de Mestrado de Luciana Donini da Costa Ribeiro Vargas, intitulada “Turismo e Meios de Hospedagem: análise dos hotéis de categoria superior no Município de Blumenau – SC” (Dissertação do Mestrado em Turismo e Hotelaria Universidade do Vale do Itajaí), em 2004 e na obra de Adolfo Ern Filho e Hermes José Graipel Jr. sobre a história do turismo de Blumenau de 2006.

¹⁸⁴ O Ingo Herring, então Presidente do Grupo Hering, convidou a Rede Plaza de Porto Alegre, através dos diretores Ernesto Schmidt, Victor Ernesto Schmidt e Henrique Frederico Schmidt, para investirem em Blumenau. Nessa ocasião, foi constituída a empresa Itaóca AS e foram colocadas ações no mercado blumenauense. Fazia parte da diretoria dessa empresa o empresário Guenther Steinbach que foi Presidente de Administração e da Diretoria das Lojas Hering SA e um dos fundadores do CDL de Blumenau. O Hotel foi inaugurado em 18/12/1976 com 134 quartos (ERN FILHO; GRAIPEL JR., 2006).

¹⁸⁵ No caso desse hotel, teve a participação acionária dos Irmãos Klems (Henz, Rita, Gerda, Joana, Ruth, Madalena, Guenther), que já administravam o Hotel Rodoviário e em 1974, adquirem o controle acionário do Hotel Gloria. Nesse período, a cidade de Blumenau sediou a 1º Convenção Hoteleira do Sul e da VII Exposição de fornecedores da hotelaria, no Teatro Carlos Gomes, no período de 15/11/1964 a 22/11/1964, com a presença dos hoteleiros do Sul do Brasil e das autoridades do turismo Brasileiro (ERN FILHO; GRAIPEL JR., 2006).

e do Geranium Blue Tower, inaugurado em 1990 - ambos situados em Blumenau. Simultaneamente, ampliaram a sua atuação com o hotel Indaial Palace e passaram a investir em hotéis de categoria turística com duas unidades em Balneário Camboriú, o Geranium Tourist Hotel e o hotel Geranium Balneário Camboriú. Os empreendimentos são administrados pela família.

A sociedade das famílias Buatim e Bauer fez surgir o Hotel Himmelblau, com 125 quartos, inaugurado em 1975. Nos anos de 1980, o Grupo Dudalina, grupo industrial de importância nacional e internacional, no ramo têxtil do tipo camisaria, adquire o hotel na intenção de diversificar os negócios. Após a aquisição, a matriarca da família Hess de Souza passa a dirigi-lo e realiza uma reforma que abrangeu o mobiliário, os utensílios e os equipamentos, assim como a ampliação e a adequação dos espaços para realização de eventos. Idalina Hass Souza administrou o hotel por 10 anos, após a gestão foi assumida por seu filho Anselmo Hess de Souza¹⁸⁶.

Em meados de 1985, o comerciante João Steinhausen resolve transformar o Edifício Suzan em um novo empreendimento para sua família. Mudanças foram feitas na antiga estrutura do prédio para melhorar o local. Em agosto de 1987, após 9 meses de trabalho, nascia o Hotel Steinhausen, com 24 apartamentos. Em 1990 e 1998, ele adquire outro dois imóveis e transforma-os no Hotel Steinhausen Colonial com mais 25 apartamentos e cria o Steinhausen Apart Hotel. Atualmente, os hotéis Steinhausen contam com 87 quartos distribuídos em três unidades hoteleiras, em dois diferentes pontos da cidade, proporcionando diferentes opções de hospedagem para visitantes e representantes comerciais na cidade de Blumenau¹⁸⁷. Durante a realização da Oktoberfest, foi inaugurado, em 1986, o Viena Park Hotel. Sua construção foi realizada por Marcos Born, engenheiro civil e proprietário da construtora Born. Para construção do empreendimento, ele utilizou recurso parcial de financiamento (70%) do BADESC. Em 1990, vendeu o hotel para Narbal Souza – Grupo NS de Balneário Camboriú. Uma edificação moderna em estilo neogermânico, localizada nas proximidades do centro de Blumenau, o qual conta com uma série

¹⁸⁶ No ramo hoteleiro a família possui ainda um hotel fazenda, o Hotel Fazenda Santo Antônio em Massaranduba, divisa do município de Blumenau, sendo a administração realizada por Rodolfo Hess Souza filho de Idalina. Além desse empreendimento, no mesmo ramo familiar, possuem ainda o Eco Hotel Arraial Ouro, localizado no município de Gaspar, inaugurado em 2003. Informações disponibilizadas na pesquisa de Vargas (2004) e Ern Filho e Graipel Jr. (2006).

¹⁸⁷ Disponível em: <<http://www.hotelsteinhausen.com.br>>. Acesso em: 22 maio 2012.

de serviços para os executivos, assim como centro de convenções, áreas de lazer, bar e restaurante, e outros¹⁸⁸.

A Oktoberfest surgiu quando um grupo de empresários blumenauenses inspirados na maior festa da cerveja do mundo, a Oktoberfest de Munique, na Alemanha, teve a ideia de realizar em Blumenau um evento turístico-cultural semelhante àquele. A primeira edição da Oktoberfest de Blumenau foi realizada logo após as enchentes de 1983/1984, as quais destruíram boa parte da cidade, todavia o projeto do evento já existia e seria executado, como aconteceu. Em sessenta dias após a enchente, em outubro de 1984, inicia a festa Oktoberfest. Logo demonstrou que seria um evento que colocaria o Estado de Santa Catarina em destaque em âmbito nacional. Em apenas 10 dias de festa, 102 mil pessoas foram ao então Pavilhão A da Proeb, número que na ocasião representava mais da metade da população da cidade. Na terceira edição do evento, tornou-se necessário a construção de mais um pavilhão e a utilização do ginásio de esportes Sebastião da Cruz (Galeão) para abrigar os turistas vindos de várias partes do Brasil, principalmente da região Sudeste, e, também, de países vizinhos. A realização da Oktoberfest acabou por fazer de Blumenau o principal destino turístico de Santa Catarina no mês de outubro, pois, logo a 5ª edição da festa alcança a marca de um milhão de pessoas que circularam no período do evento (05/10/1988 a 14/10/1988)¹⁸⁹. A partir da Oktoberfest, outras festas surgiram em Santa Catarina, que tornaram o litoral e o vale catarinense no caminho preferido dos turistas no mês de outubro, beneficiando o setor hoteleiro situados nessas regiões.

Além da Oktoberfest, outros eventos realizados em Blumenau movimentam o setor hoteleiro e dinamizam a economia da região, como, por exemplo, a Feira Brasileira para Indústria Têxtil (FEBRATEX), a qual se encontra na sua 20ª edição, um evento bienal, de alcance internacional, que relaciona os setores da indústria de moda, produtos têxteis, indústria de confecção e máquinas têxteis. O evento apresenta os últimos lançamentos de máquinas, materiais e tecnologias para a indústria têxtil e promove atualização dos profissionais do setor, por

¹⁸⁸ Disponível em: <<http://www.vienahotel.com.br>>. Acesso em: 22 maio 2012. As informações sobre a origem do proprietário foram copiladas da Dissertação de Mestrado realizada por Luciana Donini da Costa Ribeiro Vargas intitulada “Turismo e Meios de Hospedagem: análise dos hotéis de categoria superior no Município de Blumenau – SC” (Dissertação do Mestrado em Turismo e Hotelaria Universidade do Vale do Itajaí), em 2004.

¹⁸⁹ Disponível em: <<http://www.oktoberfestblumenau.com.br/oktoberfest/historia>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

meio da realização do Seminário Tecnológico que acontece junto ao evento. Outra feira do setor têxtil realizada na cidade é a Feira Internacional de produtos têxteis para o lar (Textfair Home) de periodicidade anual, a qual acontece todos os anos no mês de março, com alcance internacional, abarcando os setores de artigos para casa, produtos têxteis, decoração, cama, mesa e banho.

Segundo o IBGE (2010)¹⁹⁰, a Região do Vale do Itajaí possui a maior população do Estado de Santa Catarina com 1.508.980 habitantes. As cidades mais populosas da região são Itajaí, com 183.373 habitantes; Balneário Camboriú, com 108.089 habitantes; Brusque, com 105.503 habitantes; e Blumenau, com 309.011 habitantes, sendo o município com a maior população da região. Blumenau conta com 42 meios de hospedagem, entre pousadas, hotéis e apart hotéis, totalizando 2.042 quartos e 5.057 leitos. Dos empreendimentos hoteleiros instalados, 26 hotéis possuem espaços para realização de eventos.

Constata-se na região do Vale do Itajaí que as iniciativas hoteleiras são originárias da própria região, dentre as quais, as instaladas no município de Brusque, o Hotel Gracher (1960), com 45 quartos; Hotel Veneza (1985), com 56 quartos; Hotel Monthez (1993), com 104 quartos; Hotel Beira Rio (1999) com 28 quartos; Hotel Brusque Palace (2002), com 54 quartos. Nos municípios de Pomerode, Doutor Pedrinho e Rio dos Cedros encontram-se empreendimentos familiares do tipo pousada. Cabe, também, destacar o Hotel Fazzenda Park Hotel¹⁹¹

¹⁹⁰ Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

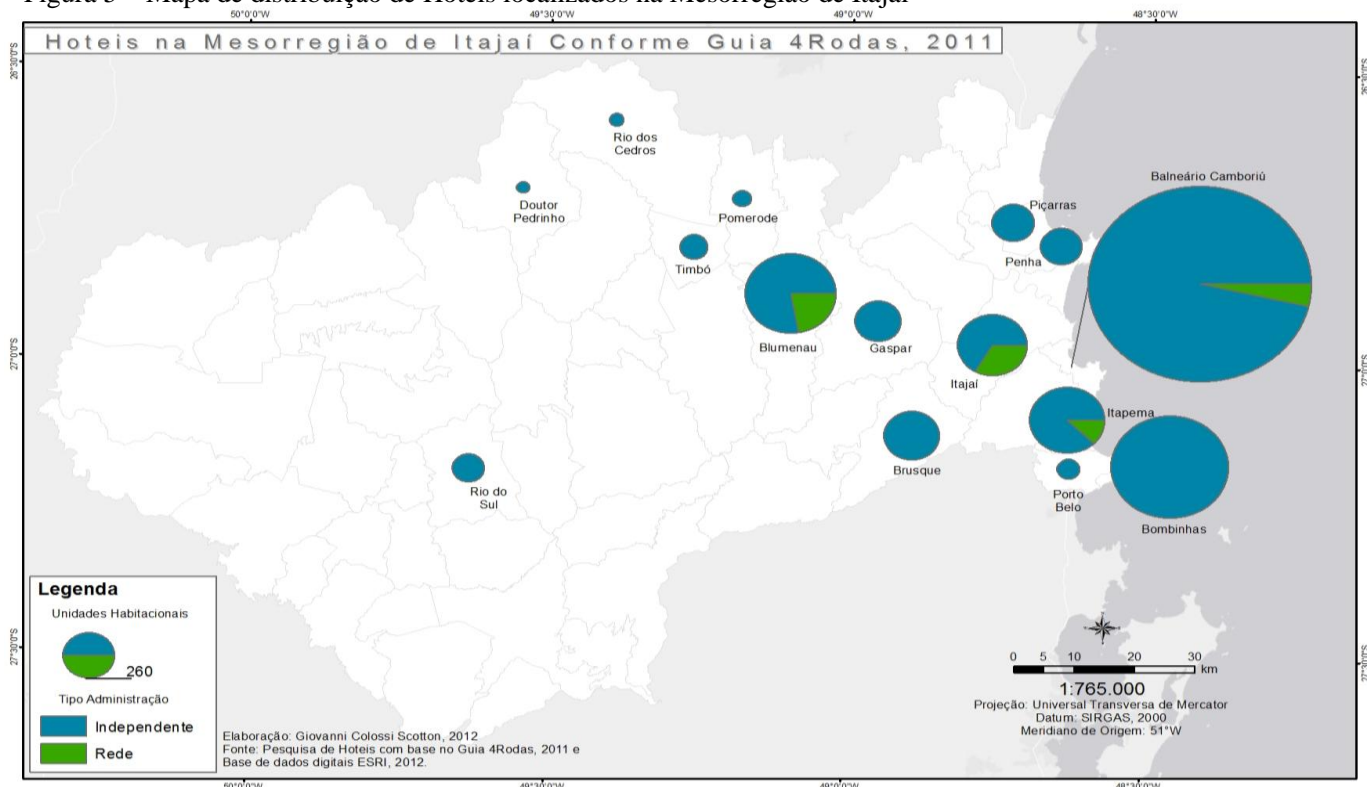
¹⁹¹ Em 1983, Arthur Graciola e seu genro Jaime Rampelotti compraram um extenso terreno, onde a família do Sr. Arthur passou a residir em uma simples e confortável casa. Em uma propriedade onde a mata nativa, lagoas, arrozais e pastagens predominavam, a família vivia do cultivo de arroz e da criação de gado. Logo após três anos é construído um casarão na intenção de acomodar as famílias e um salão de festas com piscina para reunir os familiares aos finais de semana. Os filhos do Sr. Arthur criaram, em seguida, um Pesque Pague, transformando parte das arrozais em duas lagoas para criação de peixes. A demanda pelo Pesque Pague fez com a família resolvesse ampliar o local, passando a oferecer serviços de alimentação e lazer como passeios de cavalos e de charrete, bicicletas e futebol no campo. A partir do sucesso do restaurante criou-se o regime de *Day-Use* (diária sem o pernoite) e posteriormente a ideia da construção de um hotel. Em 1994, surgiu o primeiro prédio, com 48 unidades habitacionais e quatro anos depois é inaugurado oficialmente o empreendimento (1998). As acomodações do hotel foram ampliadas em 2001, passando a contar com mais 51 apartamentos. Nesse mesmo período a área de lazer ganhou mais atrativos, dentre os quais, piscina com bar molhado, uma piscina infantil, uma quadra de tênis e uma cancha de bocha. Nos últimos três anos o hotel foi novamente ampliado, com a construção do terceiro e maior prédio, entre os dois primeiros, acomodando 106 quartos, um amplo restaurante e uma sala de eventos com capacidade para 310 pessoas. Disponível em: <<http://www.fazzenda.com.br/ofazzenda/historia>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

localizado à Rodovia 411 (Rodovia Ivo Silveira, no município de Gaspar), inaugurado em 1998, com 205 unidades habitacionais. O empreendimento foi considerado o melhor hotel fazenda do Brasil em 2011 e 2012 pela revista Viagem e Turismo da editora Abril¹⁹².

O mapa que segue (ver figura 5) demonstra a distribuição por capacidade e tipo de administração dos hotéis instalados na Região do Vale do Itajaí.

¹⁹² Os vencedores no 11º Prêmio Viagem e Turismo 2011/2012 foram eleitos por meio de pesquisa realizada em parceria com o Ibope, que permitiu filtrar os votos de quem mencionou conhecer, testar e aprovar hotéis, museus, restaurantes e outros serviços turísticos. A escolha é resultado de uma extensa votação, realizada junto a pessoas que afirmam conhecer efetivamente locais e serviços nas mais de 30 categorias, estipuladas pelo prêmio mais importante do turismo nacional. Disponível em: <<http://www.gastronomiaenegocios.com.br/portal/turismo/3675-fazenda-park-hotel-e-considerado-o-melhor-hotel-fazenda-do-brasil.html>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

Figura 5 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião de Itajaí



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).
 Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

Segundo dados coletados a partir do Guia Quatro Rodas em 2011, na Região do Vale do Itajaí, 95,43% dos empreendimentos instalados são de capital local, apenas 4,57% pertencem a redes hoteleiras de abrangência internacional e nacional. Constata-se a presença atualmente (2012) da rede Accor, a maior rede hoteleira em operação no Brasil e em Santa Catarina, nas cidades de Blumenau, Itajaí e Balneário Camboriú, a Rede Slaviero, na cidade de Balneário Camboriú, a Rede Plaza nas cidades de Itapema e Blumenau e a rede Hotel 10 na cidade de Itajaí.

A faixa litorânea do Vale do Itajaí possui a maior concentração de capital hoteleiro local. Os municípios de Bombinhas e Porto Belo caracterizam-se pela hospedagem em pequenos empreendimentos do tipo pousada. Em Piçarras e Itapema encontra-se uma hotelaria de lazer voltada para atender ao turismo de alta temporada (verão) e no município de Penha, os hotéis surgiram para atender à demanda turística de lazer e principalmente aos visitantes do parque temático Beto Carrero World, o maior parque temático da América Latina, inaugurado em 1991. No quadro 17 a seguir, podem-se observar os hotéis dos municípios de Piçarras e Penha.

Quadro 17- Hotéis dos municípios de Piçarras e Penha

MUNICÍPIO DE PIÇARRAS		
Hotel	Inauguração	Nº de quartos
Piçarras	1942	24
Imperador Turismo	1976	100
July	1983	22
Turismar	1998	22
MUNICÍPIO DE PENHA		
Hotel	Inauguração	Nº de quartos
Maricá Apart	1986	10
Vila Olaria	1998	44
Pousada Pedra da Ilha	2000	68
Conexão	2002	28
Pé na Areia	2009	10

Fonte: Guia Quatro Rodas (2011). Elaborado pela autora em 2012.

Já o município de Itajaí possui uma dinâmica diferente dos outros municípios da região. Os hotéis estão voltados para atender a demanda de representantes e profissionais de negócios, em razão da presença do Porto de Itajaí e do campus universitário da Universidade do Vale do Itajaí. O setor hoteleiro de Itajaí acaba por se beneficiar também do aumento pela procura de hotéis no período de alta temporada, em razão da proximidade com Balneário Camboriú. Neste encontra-se ainda o resort Infinity Blue Resort & Spa, que atualmente pertence ao grupo Embraed. A seguir, no quadro 18, pode-se observar a rede hoteleira do município de Itajaí.

Quadro 18– Hotéis no município de Itajaí

Hotéis em Itajaí		
Hotel	Inauguração	Nº de quartos
Hotel Rota do Mar	*	60
Adry Hotel e Restaurante	*	39
Hotel Rocha	*	30
Hotel Vitória	1958	59
Grande Hotel Itajaí	1960	70
Hotel Marambaia Cabeçadas	1962	38
Hotel Marjaí	1978	40
Planas Hotel	1979	31
Hotel Linhares	1980	23
Sandri Palace Hotel	1980	86
Hotel Itajaí Tur	1982	70
Hotel Panorama	1995	38
Grajú Turismo Hotel	1989	30
Hotel João de Barro	2006	24
Hotel 10 Itajaí	2006	82
Hotel Íbis Navegantes Itajaí	2006	105

Fonte: Secretaria de Turismo de Itajaí¹⁹³. Elaborado pela autora em 2012.

*Não foi possível precisar a data da abertura dos empreendimentos.

¹⁹³Disponível

em:

<<http://www.visiteitajai.com.br/ficar.php?subtipo=1&classificacao=&bairro=&Buscar=Buscar>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

Em Balneário Camboriú, próximo à praia, registra-se a presença de um número expressivo de empreendimentos hoteleiros verticalizados, voltados para atender à demanda de lazer. Ressalta-se que Balneário Camboriú e Florianópolis são os principais destinos indutores de turistas de lazer em Santa Catarina. Outro destino indutor de turistas, nesse caso, para serra catarinense, é São Joaquim, apesar da inexpressiva quantidade de hotéis existentes na cidade.

No caso de Balneário Camboriú¹⁹⁴, a origem do desenvolvimento do setor hoteleiro corresponde ao final da década de 1920 quando surgem às primeiras casas de veraneio (segundas residências), pertencentes aos descendentes de imigrantes alemães da região do Vale do Itajaí, principalmente de Blumenau, Gaspar e Brusque. Na esquina da Avenida Central e da Avenida Atlântica, encontra-se o primeiro empreendimento hoteleiro do município (1928), tendo como proprietário Jacob Alexandre Schmitt. Em 1934, o hotel é demolido e construído em seu lugar o Hotel Miramar que, apesar das transformações ocorridas com o passar dos anos, ainda permanece em atividade. Ainda no mesmo ano, Paulo Onckem e Lilly Onckem adquirem a propriedade de Carlos Fernandes e constroem o primeiro prédio de alvenaria da praia, o Hotel Balneário Camboriú, um marco para o desenvolvimento da construção civil, assim como para o comércio e para o serviço da cidade. Em 1938, surge o Hotel da Alice, cuja proprietária é Alice Scherempper que logo repassa o negócio para Inês Schmidt Harting, que muda o nome do estabelecimento para Praia Hotel.

Na década de 1940, surge o Hotel Silva (1946), localizado à Avenida Central de Balneário Camboriú, de propriedade de Bruno Silva, proveniente de Gaspar. A família Silva teve uma grande expressão no comércio local, tendo fundado também a primeira loja de confecções da praia, a Casa Silva e o Magazine Silva. No setor hoteleiro, ainda pertencente à mesma família, há o Hotel Topázio de Balneário Camboriú. No mesmo período (década de 1940), surge o Hotel do Baturité, de propriedade de Baturité Campos. Natural de Itapema, instalou-se na Praia de Camboriú onde se tornou um importante comerciante, proprietário de um estabelecimento voltado para salga de peixe e de uma empresa de ônibus Auto-Viação Campos, responsável

¹⁹⁴ Sobre as origens e o desenvolvimento do setor hoteleiro de Balneário Camboriú, baseiam-se no relatório final de pesquisa – PIBIC- Cnpq, intitulado “Diagnóstico do setor hoteleiro na praia central de Balneário Camboriú (SC): passado e presente”, na coordenação da Profª. Drª. Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira com a colaboração da bolsista Isabel Cristina Maus da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, em 2006.

pelo transporte no trecho de Camboriú à Itajaí, na época. Posteriormente, o hotel foi vendido para Evaldo Benthien, passando a chamar-se Hotel Benthien, mais tarde Hotel Central, após ser vendido novamente para Bruno Schroeder.

Na década de 1950, inicia-se a campanha de divulgação da praia de Camboriú com *slogan* “A Maravilha do Atlântico Sul”. Nesse mesmo período, Adolfo Fischer oriundo da região do Oeste catarinense, começa a trabalhar como garçom do Hotel Miramar. Logo ele arrenda o "Terraço Boa Vista", fundado por Gerard Schepperes, passando a trabalhar por conta própria. Com a prosperidade do negócio, adquire um terreno no canto Sul da praia de Balneário Camboriú e constrói o Hotel Fischer que ficou em atividade até 2009. Com a emancipação de Balneário Camboriú (1964), desmembrado do município de Camboriú, a população flutuante do novo município era de 9.104 habitantes, residindo apenas 1.941 na cidade. Nesse período, são implantados vários loteamentos, estando a quadra de frente ao mar já tomada por casas de veraneio. Logo começam a surgir os primeiros edifícios. Surgem também, nessa época, o Hotel Blumenau (1965), de propriedade de Egon Prochnow, originário de Pomerode e o Marambaia Cassino Hotel, de propriedade de Osmar de Souza Nunes, inaugurado em 1967. Esse último chama a atenção pela sua estrutura arquitetônica com uma edificação em forma circular.

Em 1970, Balneário Camboriú já contava com 10.839 habitantes. Com a liberação do trecho da BR-101 que liga Itajaí a Itapema, o município deslança para o turismo e com o desenvolvimento da atividade surgem o Hotel Pires (1970), Hotel Gunz (1971) e Hotel Gracher (1973)¹⁹⁵. Na década seguinte, a população aumenta para 21.854 habitantes, cresce o volume de turistas argentinos para o litoral catarinense, e a construção civil alcança os níveis mais altos de crescimento. Como forma de ter seu valor resguardado, o capital era investido em terras e imóveis, o que gerava uma quarta renda vinculada à especulação, o que resultou a explosão da construção civil na década de 1980, não somente em Balneário Camboriú, mas também em Florianópolis. Logo no início da década de 1990, o mercado imobiliário ascendeu com o aumento das vendas de imóveis e, desde então, o setor hoteleiro evoluiu constantemente, surgindo outros empreendimentos

¹⁹⁵ O Hotel Gunz é de propriedade Ingo Gunz e sua esposa Carmen Gunz, provenientes do município de Pomerode. O Hotel Gracher pertence a Carlos Gracher Neto, natural de Brusque. Ambos os hotéis são de origem familiar alemã do Vale do Itajaí.

hoteleiros para atender à demanda crescente de turistas. O quadro 19 a seguir demonstra o surgimento dos principais empreendimentos localizados na praia de Balneário Camboriú, a partir de 1928 até 1990.

Quadro 19- Principais empreendimentos localizados na praia de Balneário Camboriú de 1928 até 1990

HOTEL	ANO	PROPRIETÁRIO	ADMINISTRAÇÃO
Strand Hotel	1928	Jacob Schmidt	Independente
Hotel Miramar	1934	Ingo Hofman	Independente
Hotel Balneário	1934	Paulo e Lilly Onckem	Independente
Hotel da Alice	1938	Alice Scherempper	Independente
Praia Hotel	-	Inês Schmidt Harting	Independente
Hotel Silva	1946	Bruno Silva	Independente
Hotel Baturité	-	Baturité Campos	Independente
Hotel Benthien	-	Evaldo Benthien	Independente
Hotel Central	-	Bruno Schroeder	Independente
Hotel Fischer	1957	Adolfo Fischer	Independente
Hotel Blumenau	1965	Egon e Fraia Gunz Prochnow	Independente
Marambaia Cassino Hotel	1967	Osmar de Souza Nunes	Independente
Hotel Pires	1970	Joel Rogério Pires	Rede Pires de Hotelaria
Hotel Gunz	1971	Carmen Gunz e Ingo Gunz	Independente
Hotel Gracher	1973	Carlos Gracher Neto	Independente
Sagre's Praia Hotel	1977	José Amilton de Oliveira	Rede Sagres

HOTEL	ANO	PROPRIETÁRIO	ADMINISTRAÇÃO
Hotel dos Açores	1982	José Amilton de Oliveira	Rede Sagres de Hotelaria
Ryan Hotel	1983	Joel Rogério Pires	Rede Pires de Hotelaria
Hotel Topázio	1986	Álvaro Silva	Independente
Ilha da Madeira	1987	José Amilton de Oliveira	Rede Sagres de Hotelaria
Hotel Costa do Marfim	1991	Joel Rogério Pires	Rede Pires de Hotelaria
Sibara Flat Hotel	1992	Famílias Testoni e Figueredo	Independente Grupo Sibara ¹⁹⁶
Hotel Bhaly	1994	Marlene Leite	Independente
Atobá Praia Hotel	1997	Joel Rogério Pires	Rede Pires de Hotelaria
Arlene Palace Hotel	1997	Arlene Dellatorre	Independente
Royal Atlantic Hotel	1999	Anselmo de Souza e Darci Nicareta	Independente

Fonte: Pereira e Maus (2006). Atualizado pela autora em 2012.

¹⁹⁶ O Hotel pertence ao Grupo Sibara, comandado por Horácio Figueiredo, que é composto por Postos de Combustíveis, Lojas Sibara (Itajaí, Balneário Camboriú, Joinville e Florianópolis), Shopping Center, e uma construtora a Construtora Mendes Sibara. Em 2009 o Grupo passou a investir no ramo de Shopping Centers, com o Shopping Via Catarina. Nesse empreendimento foram investidos aproximadamente pelo Grupo cerca de R\$ 80 milhões com recursos próprios. O Grupo Sibara, atua também em operações portuárias em Itajaí. Em Itajaí com um investimento de aproximadamente R\$ 325 milhões, o Grupo pretende até 2014 construir em parceria com a Fitout, grupo Português com atuação no Brasil e na Espanha no mercado de Shopping Centers e Estacionamentos (Retail Parks) o La Vida Shopping Center. O shopping estará integrado a um grande complexo que prevê hotel e centro empresarial (escritórios).

Constata-se em Balneário Camboriú a presença de importantes redes hoteleiras locais - a rede Pires com seis empreendimentos sob a sua administração e a rede Sagres com quatro hotéis. São redes hoteleiras oriundas de Balneário Camboriú cujas filiais concentram-se na mesma cidade, sendo administrada por integrantes da mesma família, uma característica marcante do setor hoteleiro dessa porção do território catarinense.

A rede Pires iniciou as suas atividades em Balneário Camboriú com o Hotel Pires, em 1970, com 170 quartos e com o hotel Ryan em 1983, com 70 quartos, ambos de propriedade de Joel Rogério Pires¹⁹⁷, proveniente de São Joaquim. Com uma administração eminentemente familiar, formou a Rede Pires com mais dois outros hotéis: Hotel Costa Marfim (1991) com 111 quartos e o Atobá Praia Hotel (1997) com 120 quartos. Nos anos 2000, a rede Pires expande a sua atuação com o arrendamento de um Apart Hotel em Balneário Camboriú e a construção do hotel Mercure de Balneário Camboriú. A partir desse momento, a administração da rede Pires faz a sua primeira associação a uma marca internacional por meio de contrato de franquia, com a incorporação do hotel Mercure. A operação do empreendimento é realizada pela rede Pires, mas os padrões de execução são da rede Accor. Logo, a rede amplia o seu relacionamento com a rede Accor, por meio da conversão do hotel Costa do Marfim para o primeiro hotel Ibis Style de Santa Catarina, com previsão de abertura em 2013. Cabe apontar que o Hotel Ryan e o Apart Hotel, encontram-se fechados no período de baixa temporada.

A rede Sagres de Hotéis possui quatro empreendimentos, dentre os quais estão situados em Balneário Camboriú o Sagre's Praia Hotel, com 98 quartos, Hotel dos Açores, com 168 quartos e o Hotel Ilha da Madeira, com 199 quartos, e, localizado em Florianópolis, o Florianópolis Palace Hotel, com 99 quartos. Todos os seus hotéis são controlados pelo proprietário e a administração é realizada por integrantes da família. Ressalta-se que o Hotel dos Açores e o Sagre's Praia Hotel permanecem fechados no período de baixa estação, somente são abertos para alta temporada.

A atividade turística promoveu um forte avanço no setor hoteleiro em Santa Catarina. No caso de Balneário Camboriú, os investimentos nesse setor estão relacionados aos descendentes de imigrantes

¹⁹⁷Além do ramo hoteleiro, a família trouxe a Multinacional McDonald's para Balneário Camboriú (1995), sendo, em 2000, repassada para outro proprietário.

precedentes do Vale do Itajaí. A análise do setor hoteleiro catarinense permite perceber a força do capital catarinense originário da pequena produção mercantil. Há uma forte presença de redes hoteleiras locais como a Rede Pires e a Rede Sagres.

A entrada das redes hoteleiras nacionais e internacionais é muito recente em Balneário Camboriú. Apenas em 2007 é que surge o hotel Mercure, pertencente à rede Accor (internacional), localizado na área central de Balneário Camboriú frente à praia, com 201 unidades habitacionais, por meio da vinculação de uma rede hoteleira local a uma rede hoteleira internacional. Em 2012, surge o hotel Slavieiro Slim, da rede Slavieiro (nacional), localizado praticamente atrás do Balneário Camboriú Shopping, o maior da cidade e próximo a uma das saídas da cidade para a BR 101. O que chama atenção especificamente no caso desse hotel é a sua localização que difere da maioria dos empreendimentos hoteleiros da cidade, localizados, em sua quase totalidade, próximo à praia principal e ao comércio central.

Na dinâmica de consolidação de Balneário Camboriú como destino turístico de lazer, as atividades ligadas ao comércio e ao turismo passaram a figurar como itens principais da economia local relacionados aos setores de hotelaria, alimentação, lazer e entretenimento, cujo efeito dá-se pela geração de emprego e pela criação de postos de trabalho.

O mercado da construção civil em Balneário Camboriú está em plena expansão. Com a escassez e valorização dos terrenos, o alvo das principais construtoras está na aquisição de hotéis estrategicamente posicionados para darem lugar a prédios residenciais. Os negócios mais recentes foram realizados pela construtora Embraed com a aquisição do Hotel Camboriú Palace de propriedade de Mário Sieverdt, com 45 anos de existência na cidade e pela construtora Procave com aquisição do Hotel Fisher, construído na década de 1950. As dificuldades para modernização das instalações, os custos operacionais elevados relacionados à manutenção, mão de obra e impostos estão entre os principais motivos que levam os proprietários a cederem às propostas dos construtores. Se para os hoteleiros a venda pode ser uma boa alternativa, para os construtores é a oportunidade de conseguir um terreno grande, bem localizado, e de proprietário único. Somente a construtora Embraed, de propriedade de Rogério Rosa, nos últimos anos, negociou três hotéis para transformá-los em residenciais¹⁹⁸.

¹⁹⁸ Informações obtidas na reportagem intitulada “Valorização dos terrenos e dificuldade nos negócios faz com que hotéis antigos de Balneário Camboriú, em Santa Catarina, deem espaço a prédios residenciais” publicada na revista *Pense em Imóveis* de

O fenômeno da aquisição de hotéis pelas construtoras catarinenses atinge não somente Balneário Camboriú, mas também a cidade de Joinville, como foi o caso da compra do hotel Anturium de 1973, pela CCS Construtora e Incorporadora Ltda., de Brusque, cujo investidor principal é Norival Comandolli, para construção de um edifício residencial de luxo¹⁹⁹. A fachada do antigo hotel é tombada e deverá ser preservada para abrigar a área social do prédio. O hotel Anturium encerrou as suas atividades em 2010.

Atualmente, Balneário Camboriú conta com aproximadamente 140 hotéis e outros meios de hospedagem como Pousadas, chegando a disponibilizar 20.000 leitos no período de Alta Temporada.

A região Norte do Estado e Joinville possuem a segunda maior concentração de hotéis de rede, com 11 empreendimentos de redes internacionais, nacionais e regionais. Destes, somente dois da rede Accor estão presentes nas cidades de Jaraguá do Sul e São Bento do Sul, com as marcas Mercure e Novotel.

O dinamismo da pequena produção mercantil desenvolvida pelos primeiros colonizadores da cidade de Joinville permitiu a acumulação do capital necessário ao desenvolvimento inicialmente comercial (ervamate e madeira), mais posteriormente industrial (metal/mecânica, plásticos, têxtil e outros), que deu o encadeamento para expansão dos setores de serviços como os ligados ao turismo, a hotelaria e a eventos²⁰⁰.

A economia joinvilense, proveniente da pequena produção mercantil, gerou uma grande concentração de indústrias com destaque no cenário nacional e internacional, dentre as quais: Embraco, Döhler, Lepper, Multibrás, Busscar, Tupy, Docol, Tigre, Datasul, Kavó do Brasil, Schultz, Athletic, Buschle & Lepper, Amanco do Brasil S/A, entre outras que tornaram a cidade de Joinville o terceiro polo industrial do Sul do país e o maior de Santa Catarina.

25/05/2012. Disponível em: <<http://revista.penseimoveis.com.br/especial/rs/editorial-imoveis>>. Acesso em: 10 de jun. 2012.

¹⁹⁹ ClicRBS, A Notícia de 26 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/anoticia/jsp/default2.jsp?uf=2&local=18&source=a3187918.xml&template=4191.dwt&edition=16367§ion=886>>. Acesso em: 10 jun. 2012.

²⁰⁰ A forte demanda das economias do mate e madeira influíu na posterior tradição industrial de Joinville, pois a maioria dos fundadores dos estabelecimentos industriais, alguns deles não são os mesmos provenientes do comércio e beneficiamento da ervamate. As indústrias, em grande parte, têm sua gênese relacionada aos artesãos, aos empregados que abrem um negócio próprio (ROCHA, 1997).

Mamigonian (2000)²⁰¹ aponta que as áreas alemãs caracterizam-se por uma produção diversificada realizada por estabelecimentos de porte nacional e internacional, como muitas daquelas que se instalaram em Joinville e Jaraguá do Sul. O autor cita o caso da Weg que surgiu em Jaraguá do Sul, que já, em 1965, sua produção, que a princípio concentrava-se em Santa Catarina, alcançou todo o Sul do Brasil, expandindo-se para o interior de São Paulo. Em dez anos (1965 a 1975), enquanto a economia brasileira crescia em 10%, a Weg atingiu a taxa anual de 37%, sendo, em 1975, já a maior produtora de motores e exportadora da América Latina. Logo a Weg diversifica a sua produção para fabricação de componentes eletrônicos, máquinas para indústria de mineração, petroquímica, celulose em outras regiões do Estado.

Os investimentos no setor hoteleiro de Joinville são provenientes dos próprios empresários da cidade, cujas origens provêm das atividades de comércio e de serviços.

O setor de hotelaria de Joinville, até a década de 1960, possuía uma estrutura antiga com quartos e banheiros coletivos. O sinal de modernidade surgiu com o Joinville Palace Hotel, com 26 quartos, de propriedade de Werner Goerke²⁰², inaugurado em 1961, cujas unidades habitacionais eram compostas de quarto com banheiros privativos. O hotel deixou aquele hiato de tempo de banheiro no corredor, para um hotel clássico como nos dias de hoje. Ressalta-se que o Joinville Palace foi o segundo edifício de Joinville com elevador. Em seguida, inaugura-

²⁰¹ Versão atualizada (relatório Projeto Integrado de Pesquisa: Santa Catarina Sociedade e Natureza /CNPq, 2000), originalmente publicada no Atlas de Santa Catarina. Florianópolis: GAPLAN, 1986.

²⁰² Werner Goerke era alemão, chegou ao Brasil em 7 de dezembro de 1939 no navio Windhuk, que aportou em Santos, fugindo da marinha inglesa em plena 2ª Guerra Mundial. O navio era uma embarcação de turismo luxuosa, com capacidade para 600 pessoas e abrigava 250 tripulantes. Mesmo o Brasil estando neutro em relação à guerra, o navio ficou detido em Santos, e sua tripulação, proibida de deixar o país. Os alemães residiram na embarcação até 1942, quando, Getúlio Vargas declarou posicionamento contrário ao Eixo. Então, 244 passageiros do Windhuk foram presos e encaminhados primeiramente para prisões provisórias, até que a obra dos campos de concentração em Guaratinguetá e Pindamonhangaba fosse concluída. Werner Goerke, com 17 anos de idade na época, era um dos tripulantes que trabalhava no navio como auxiliar de garçom e ficou retido no campo de concentração de Pindamonhangaba até 1945, quando, ao final da 2ª Guerra, resolveu não retornar à Alemanha e permanecer no Brasil. Na busca por uma colônia alemã, chegou a Joinville, ficando hospedado em um hotel chamado Palacio Hotel, cuja edificação pertencia à família Stein (posto de gasolina, fábrica de conservas, etc.) e arrendado por Olga Karsten, que foi mais tarde ser a sua esposa. Ao se casar os negócios prosperarem. Werner e Olga resolvem adquirir o terreno ao lado do Palacio Hotel para a construção do Joinville Palace Hotel. Dados e informações fornecidas na entrevista realizada com Werner Goerke Jr. em 23/05/2012.

se o Hotel Colon de propriedade de Rosi Dedekind - empreendimento hoteleiro da cidade com a maior capacidade de hospedagem na época, com 70 unidades habitacionais. Encontra-se em atividade, atualmente (2012), somente o Hotel Colon, o Joinville Palace fechou em 2009²⁰³.

Nas décadas de 1970 e 1980, algumas iniciativas dos empresários aumentaram a capacidade dos leitos da cidade de Joinville, dentre as quais, as instalações do Hotel Anthurium, em 1973, por Adolar Linzmeyer²⁰⁴; do Hotel Tannenhoff, com 100 quartos, em 1972, pela família Möller; do Tourist Hotel, com 78 quartos, em 1978, e 130 quartos em 1985, por Karl Sliva; e o Alven Palace Hotel, com 147 quartos, inaugurado em 1986 por Alfredo Venturi. O Hotel Anthurium encerrou as suas atividades em 2010 com a venda do empreendimento para uma construtora de Brusque para construção de um complexo residencial. Referente ao Tourist Hotel, a edificação foi totalmente reformada pelo atual proprietário para abrigar o hotel Slaviero Slim. Já sobre os hotéis Tannenhoff e Alven Palace, continuam em atividade.

Na região Norte catarinense, o turismo de negócio sempre foi o principal mercado da região, especialmente Joinville, em razão das características da própria cidade, forte industrialização e apelo comercial. Isto não quer dizer que na década de 1980, com o aumento da procura pelo litoral catarinense, no período de dezembro a fevereiro, os hotéis joinvilenses acabavam por atender ao público de lazer, principalmente aquele que vinha explorar a parte Norte desse litoral que,

²⁰³ Sobre o Joinville Palace, o proprietário do imóvel, Werner Goerke Jr., transformou-o em apartamentos residenciais para locação. A área térrea do hotel foi reformada e deve abrigar uma grande loja de confecção. O empresário decidiu encerrar as atividades do hotel em razão dos custos operacionais envolvidos na manutenção do hotel e pela falta de capital necessário para investimento em reforma e modernização. O proprietário pretende ainda, no futuro, transformar todos os apartamentos em salas comerciais, já que o empreendimento encontra-se localizado no centro do comércio de Joinville.

²⁰⁴ Adolar Linzmeyer foi um dos fundadores junto com Werner Goerke do Sindicato de Hotéis, Bares e Similares de Joinville. Iniciou a sua atividade profissional como verdureiro e proprietário de bar até partir para o primeiro negócio na hotelaria, o arrendamento da Pensão Cruzeiro em 1950. Posteriormente, por meio também de um contrato de arrendamento, inicia a operação do Hotel Real. O Hotel Anthurium era o antigo palácio Bispal que foi desocupado pela igreja em 1960 e em 1970 foi adquirido por Adolar Linzmeyer para transformá-lo em hotel. O empreendimento foi uma referência para cidade pela arquitetura em estilo neocolonial, o que destaca o prédio em um conjunto urbano marcado pelas influências germânicas. Em 1995, o hotel foi o primeiro empreendimento hoteleiro de Santa Catarina a fazer parte do Roteiro de Charme. Em 1986, o empresário inaugura o Anthurium Praia em Itajuba, que também encerrou as atividades em 2010 por uma decisão da família Linzmeyer.

na época, era praticamente desprovido de uma estrutura hoteleira. Fato ressaltado por Werner Goerke (2012) em seu depoimento:

Até a segunda metade dos anos de 1980, a alta temporada era, no período de janeiro e fevereiro, junto com as praias, pois, naquela época as praias não tinham nenhuma infraestrutura. Os hotéis de praia eram poucos e não existia a mentalidade que existe hoje de alugar casas nos balneários – o que eu me refiro é Barra Velha, Enseada, Barra do Sul, até mesmo Piçarras. Os proprietários dessas segundas residências dessa região são de Joinville, que tinham as suas casas de veraneio que jamais colocariam para alugar na temporada. Então o que acontecia: uma pequena quantidade de hotéis nessas áreas, grande demanda, as pessoas tinham que ficar nas cidades mais próximas, a mais próxima era Joinville, dessa forma, em janeiro, os hotéis da cidade obtinham uma maior ocupação nesse período (GOERKE, 2012).

Joinville não teve o mesmo apelo turístico que Blumenau, por isso que a cidade nunca entrou no roteiro turístico dos Argentinos que vinham a Santa Catarina, pois, segundo Goerke (2012), “o que Blumenau vendia eram produtos de etiqueta, camiseta Hering, toalha Artex, souvenir que o Argentino poderia levar. Já Joinville o que fabrica? Por isso que a região nunca teve argentinos com consistência”. Os empresários hoteleiros relatam a situação de Joinville, perante outras regiões de Santa Catarina, na reportagem do jornal *Notícia*, 2º caderno de 5 de agosto de 1979²⁰⁵, como o depoimento do Gerente Geral do Tourist Hotel na época os Marcos Hardt, coloca que “Joinville é atrasada em termos turísticos se comparada a Blumenau que faz uma divulgação mais ofensiva com os agentes e operadores turísticos para divulgação da cidade”. O hoteleiro Adolar Linzmeyer, proprietário do hotel Real e do hotel Anthurium considera: “Joinville é uma cidade de passagem”.

Na década de 1990, segundo encarte do Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes de Joinville²⁰⁶, a cidade contava com 30 hotéis,

²⁰⁵ Pesquisa realizada no acervo do Arquivo Histórico de Joinville em 23 de maio de 2012.

²⁰⁶ Encarte disponibilizado no acervo do Arquivo Histórico de Joinville. Acesso em 23 de maio de 2012.

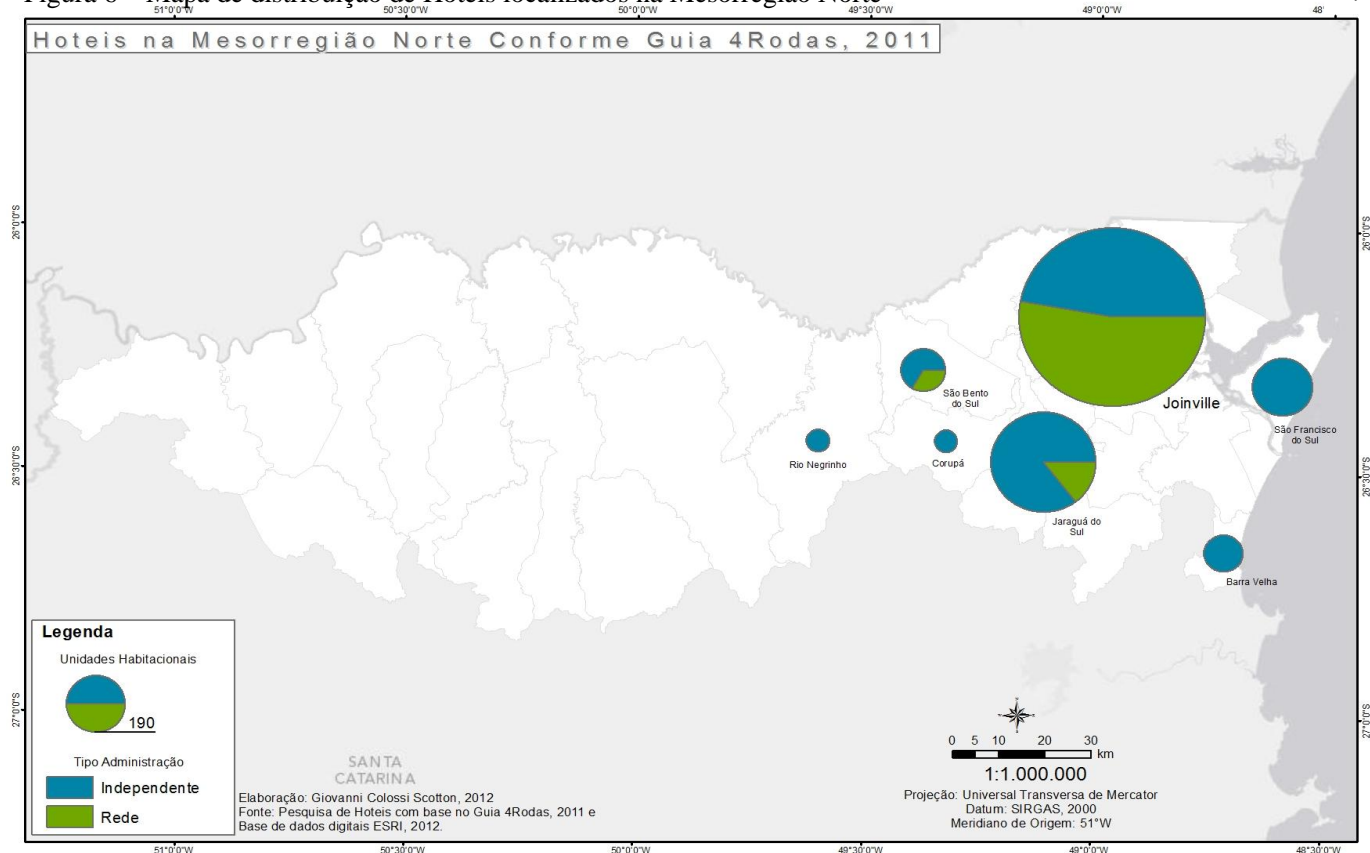
dentre os empreendimentos hoteleiros não se encontram mais em funcionamento, na atualidade, o Novo Hotel Joinville, o Hotel Mendes, o Hotel Real e o Paladium Apart Hotel - alguns deles foram desativados para darem lugar a novos estabelecimentos comerciais.

A economia de Joinville é bastante dinâmica, com polos plásticos, tecnológicos, químico e têxtil, bem estruturados. O setor de serviços na última década tem tido bastante destaque, principalmente no que se refere à realização de eventos. Cada vez mais a cidade vem se especializando na realização de eventos. O primeiro centro de eventos da cidade foi inaugurado em 1998, o Centreventos Cau Hansen, um complexo cultural construído em quase 22 mil metros quadrados, com capacidade para receber arquibancadas para 8 mil pessoas sentadas, além de teatro para 500 pessoas. Em 2000, inaugura a Escola de Teatro Bolshoi no Brasil com sede em Joinville, com mais de 225 anos de existência é a primeira escola a ser instalada fora da Rússia. No ano seguinte, a cidade recebe o primeiro teatro casa de espetáculos construída junto ao Centreventos Cau Hansen, com capacidade para 500 pessoas, o Teatro Juarez Machado em homenagem ao artista joinvilense radicado em Paris.

As redes hoteleiras começam a chegar a Joinville a partir do momento que se instala a estrutura necessária para receber eventos. Percebe-se, nesse momento, uma transformação no setor hoteleiro da cidade. Os hotéis mais antigos vão sendo aos poucos desativados e novos hotéis vão surgindo, não mais com a mesma forma de administração, isto é, vinculados a redes hoteleiras com atuação em escala internacional, nacional e regional. Entretanto, cabe apontar que os capitais envolvidos para construção dos empreendimentos são locais, são empresários joinvilenses que investem na incorporação dos empreendimentos.

Segundo dados levantados no Guia Quatro Rodas em 2011, 46,5 % do número de quartos são operados por redes hoteleiras e 53,5% pertencem a hotéis independentes, conforme demonstra o mapa a seguir (ver figura 6).

Figura 6 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Norte



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).
Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

O crescimento urbano e econômico da região de Joinville esteve atrelado ao desenvolvimento comercial e industrial. A economia da região cresce acima da média nacional, pois, no período de 2000 a 2008, a economia brasileira cresceu em 33%, Joinville e sua região avançou em 40%. A previsão é que a região de Joinville cresça ainda mais nos próximos anos, ainda em 2012, com a instalação de duas fábricas da General Motors (GM) em Joinville e, nos anos seguintes, com a primeira fábrica de montagem de carros do Estado, a BMW, no município de Araquari. Atualmente o parque fabril de Joinville possui mais de 1,5 mil indústrias e cresce em média 5,7% ao ano. A cidade é responsável por cerca de 20% das exportações catarinenses e quase os mesmos 20% da economia do Estado de Santa Catarina. Encontra-se, ainda, entre os quinze municípios brasileiros que mais arrecadam tributos e taxas no Brasil²⁰⁷. Cabe apontar que a cidade de Joinville está estrategicamente localizada próxima aos portos de São Francisco do Sul e Itajaí e é cortada pela BR 101, principais pontos para escoamento da sua produção, e, também, está a poucas horas de dois importantes polos industriais, Curitiba e São Paulo - principais destinos emissores de turistas para Santa Catarina.

A região Norte de Santa Catarina, segundo IBGE (2010), conta com a segunda maior população com 1.212.843 habitantes, tendo o município de Joinville como o maior do Estado, com 515.288 residentes, com 42 meios de hospedagem e 4.388 leitos, entre hotéis, pousadas e apart-hotéis. Dos hotéis instalados, 30 deles estão localizados na área urbana da cidade e na área rural²⁰⁸. A cidade conta ainda com nove redes hoteleiras instaladas (ver quadro 20), sendo duas delas originárias de Joinville, a rede Le Canard e a rede Hotel 10.

²⁰⁷ Os dados e informações coletadas sobre Joinville foram mencionados por Udo Döhler, presidente da Associação Empresarial de Joinville (Acij) na reportagem intitulada “Fôlego para crescer”, publicada em 9/03/2012, por meio do jornal Notícias do dia, no editorial “Joinville é”, uma publicação do Grupo Ric.

²⁰⁸ Dados compilados da pesquisa realizada pela ABEOC-SC em 2012.

Quadro 20- Redes hoteleiras na Região Norte e Joinville

REDES HOTELEIRAS NA REGIÃO NORTE E JOINVILLE						
Hotel	Ano	Nº de UH	Cidade	Rede	Atuação	Cidade sede
Mercure Prinz	1993	132	Joinville	ACCOR	Internacional	Paris
Novotel	1995	72	São Bento do Sul	ACCOR	Internacional	Paris
Le Canard	1997	77	Joinville	Le Canard	Regional	Joinville
Mercure Apartments Platz	2000	64	Joinville	ACCOR	Internacional	Paris
Mercure Apartment Centure	2001	79	Jaraguá do Sul	ACCOR	Internacional	Paris
Blue Tree Towers	2002	84	Joinville	BLUE TREE	Nacional	São Paulo
Bourbon Joinville Business	2003	140	Joinville	BOURBON	Nacional	Curitiba
Sleep Inn	2006	148	Joinville	ATLANTICA	Nacional	São Paulo
Hotel 10	2008	82	Joinville	Hotel 10	Nacional	Joinville
Slaviero Slim	2010	107	Joinville	Slaviero	Nacional	Curitiba
Ibis	2003	126	Joinville	ACCOR	Internacional	Paris

Fonte: Elaborado pela autora em 2012.

Na região Norte do Estado de Santa Catarina, a cidade de Joinville possui a maior concentração de redes hoteleiras. A rede Accor está presente nas cidades de São Bento do Sul e Jaraguá do Sul com as bandeiras Novotel e Mercure, respectivamente.

A segunda maior cidade da região Norte do Estado em número de habitantes, a cidade de Jaraguá do Sul, possui, segundo dados da Secretaria de Turismo, 15 meios de hospedagem de turismo, entre hotéis, pousadas e um eco-resort. Somente sete empreendimentos foram cadastrados pelo Guia Quatro Rodas, em 2011, dentre eles, o Hotel Itajara (1972), com 124 quartos; Hotel Etelan (1993), com 70 quartos; Mercure Apartment Centure (2001), com 79 quartos; Ribeirão Grande Eco Resort & Spa (2002), com 62 quartos; Hotel Vale das Pedras (2003), com 44 quartos; Hotel Saint Sebastian Flat (2003), com 86 quartos; Kayrós Business Hotel (2007), com 47 quartos. A região conta com a presença da rede Accor com um único empreendimento da marca Mercure. Ressalta-se que a incorporação e operação do hotel é realizada pela Atrio Hotéis que é de Joinville. Segundo a Secretaria de Turismo de São Bento do Sul, a cidade conta com 10 empreendimentos hoteleiros entre pousadas e hotéis, com destaque para o Hotel Stelter (1919)²⁰⁹, com 24 quartos, um dos mais antigos hotéis em funcionamento em Santa Catarina e o Novotel São Bento do Sul (1995), com 72 quartos, um dos primeiros hotéis vinculados a uma rede hoteleira internacional de Santa Catarina.

A Região Sul, segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE) de 2010²¹⁰, conta com uma população de 925.065 residentes, sendo a quinta região mais populosa do Estado. As cidades mais populosas da região são Criciúma com 192.308 habitantes e

²⁰⁹ O Hotel Stelter foi construído em 1918, por Antônio Swarowsky Júnior e esposa Ana Roesler Swarowsky, com a finalidade de abrigar o primeiro hotel de categoria em São Bento do Sul. Mais tarde foi vendido para João Hoffmann, que vendeu para Bugendal e este para Guilherme Schmalz, que vendeu para o atual proprietário, Alto Arno Otto Stelter. Foi com esse proprietário que o nome foi alterado de Hotel Swarowsky para Hotel Stelter, mantendo-se com esse nome até hoje e sendo conhecido pela qualidade de seus serviços oferecidos. Por tratar-se da primeira edificação hoteleira da cidade, é localizada em importante rua na área central de São Bento do Sul, somada à qualidade de sua arquitetura, tombado pelo Patrimônio Histórico, com ênfase para sua preservação e manutenção do uso como hotel de referência histórica e cultural para hotelaria de São Bento do Sul e catarinense. Disponível em: <<http://www.hotelstelter.com.br/historico.html>>. Acesso em: 20 jul. 2012.

²¹⁰ Disponível em: http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=42. Acesso em 01 de junho de 2012.

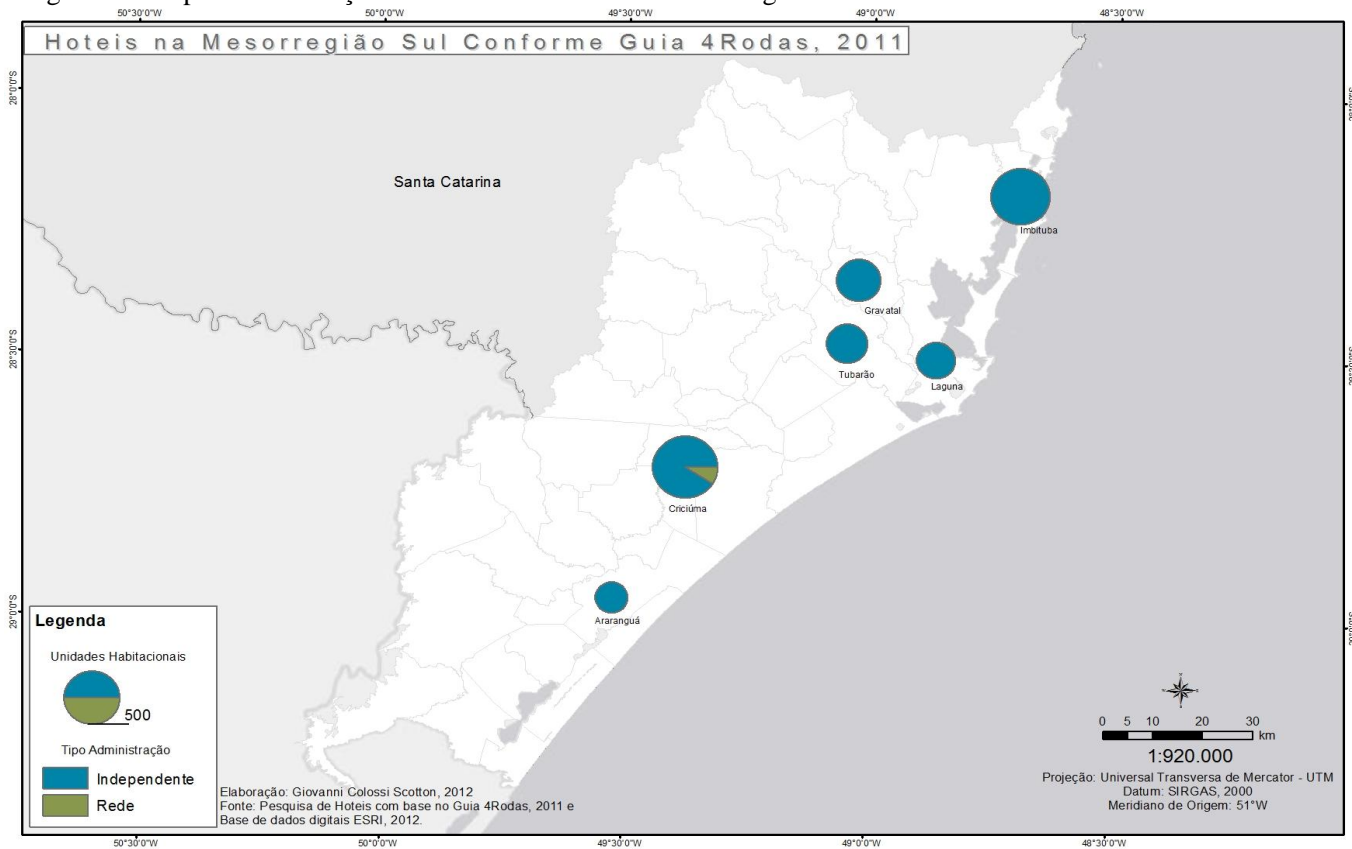
Tubarão com 97.235 habitantes, colonizadas em boa parte por italianos. O Sul de Santa Catarina teve sua economia voltada para mineração do carvão, mas, atualmente, possui um parque industrial bastante diversificado, além da atividade extrativa mineral (carvão). Na região, constata-se a presença de importantes indústrias da fabricação de revestimentos cerâmicos, fabricação de produtos químicos e de vestuário, dentre as quais, estão situadas em Criciúma a Cecrisa Revestimentos Cerâmicos e a Imbralit Indústria e Comércio de Artefatos de Fibrocimento Ltda.; a Eliane Revestimento Cerâmico com unidades em Cocal Sul e Criciúma; a Itagres Revestimentos Cerâmicos em Tubarão; Moliza Revestimento Cerâmico Ltda., localizada no município de Morro da Fumaça; a Cerâmica Novagres e a Cerâmica Urussanga, localizadas no município de Urussanga; a Carbonífera Criciúma, situada na cidade de Forquilha. No setor primário, o Sul catarinense destaca-se no plantio de arroz e cebola.

O Sul catarinense possui uma diversidade de atrativos turísticos naturais, cânions, praias, estâncias termas - possibilitando desenvolver o turismo de observação de baleias -, o turismo e águas termas, o ecoturismo e o turismo de aventura, o turismo esportivo e o turismo de eventos, são alguns dos exemplos das potencialidades da região.

No contexto da formação social catarinense, surgiram inúmeras iniciativas no setor hoteleiro estadual de capitais locais. Na região Sul litorânea catarinense, a partir de 1960, pode-se citar, na cidade de Araranguá, o Hotel Becker (1969), o Hotel Araranguá Tourist (1978) e o Novo Hotel Premier (1998). Na cidade de Laguna, o Hotel Renascença (1969), o Hotel Laguna Tourist (1973) e o Hotel Flipper (1993), como os primeiros empreendimentos. Já no município de Imbituba, encontra-se a maior concentração de empreendimentos do tipo Pousada, localizados especialmente na Praia do Rosa. As três primeiras iniciativas foram a Fazenda do Rosa (1985), a Pousada Rosa (1987) e a Pousada Rosa e Canela (1991).

Na Região Sul do Estado de Santa Catarina, 95% dos empreendimentos hoteleiros em número de quartos, são independentes, isto é, apenas 5% são administrados por uma rede hoteleira. Encontra-se na região um único hotel de rede, o Ibis Criciúma, cuja incorporação e a operação são realizadas pela Atrio Hotéis de Joinville, conforme demonstra o mapa a seguir (ver figura 7).

Figura 7 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Sul



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).
Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

A Região Serrana catarinense manteve-se isolada da parte litorânea catarinense até meados do século XVIII, quando se estabelece as primeiras rotas tropeiras realizadas por vicentistas²¹¹. O tropeirismo, relacionado ao deslocamento de tropas do Rio Grande do Sul para São Paulo, foi responsável pela formação dos primeiros núcleos de povoamento. As barreiras impostas pela Serra Geral e do Mar dificultaram a ligação entre o litoral e o planalto de Santa Catarina. No planalto, o comércio de carnes e outros derivados de bovinos constituíram as bases para o seu desenvolvimento, por isso que a região manteve-se praticamente isolada das atividades litorâneas.

A economia precursora da região esteve relacionada ao latifúndio pastoril que por meio da criação e do comércio de gado deu origem aos seus tipos humanos característicos: o tropeiro, o vaqueiro e o fazendeiro. No segundo momento e, também, atual, a economia da região esteve relacionada ao extrativismo da madeira e ao comércio madeireiro, especialmente a partir da década de 1940. As extensas matas de araucárias, as quais, inicialmente, eram exploradas para suprir as atividades nas fazendas, e, posteriormente, com o processo de industrialização e implantação de tecnologias de beneficiamento e aproveitamento da madeira, possibilitaram o incremento e a diversificação da economia regional estimulada pelo surgimento da indústria de papel e celulose, sustentada em áreas de reflorestamento, em razão do esgotamento com o passar dos anos das reservas naturais. Segundo Mamigonian (2000), nessa região, estão localizadas grandes e médias fábricas de madeira, celulose, papel e papelão, dentre as quais a Klabin, localizada na zona rural de Lages, especializada na produção de papel e celulose catarinense. Na mesma área territorial, encontram-se instaladas, também, as fábricas voltadas para o reflorestamento próprio e de terceiros.

Em 1970, cria-se o Programa de Fruticultura de Clima Temperado – PROFIT, em Santa Catarina, com o objetivo de incentivar a produção da fruticultura em clima temperado, voltada especialmente ao cultivo da maçã. Na Serra Catarinense, o município de São Joaquim, sede do programa, a produção de maçãs é desenvolvida por pequenos e médios produtores provenientes das áreas de pequena produção

²¹¹ O planalto catarinense é dividido pelos geógrafos em três sub-regiões, uma delas chamada de “Campos de Lages”, a qual se separa da região do litoral pela muralha da Serra Geral, abrangendo áreas de características diversas que são zonas naturais dentro da sub-região em que se localizam (PELUSO JÚNIOR, 1991, p. 93).

mercantil, sobretudo do Sul do Estado de Santa Catarina²¹². Os municípios que se destacam em Santa Catarina na produção de frutas de clima temperado, especialmente de maçãs, são Fraiburgo (Oeste) e São Joaquim (Serra Catarinense). Na região serrana catarinense, mais recentemente, desenvolve-se o plantio de uva das variedades *vitis viníferas*²¹³.

O turismo na região serrana catarinense começa a desenvolver-se a partir da década de 1980, quando algumas propriedades de fazenda resolvem diversificar a sua atividade e passam a receber turistas. Entretanto, somente a partir dos anos de 1990, é que o turismo rural começa a ser amplamente difundido no Brasil e em Santa Catarina²¹⁴. Nessa região, o turismo rural é desenvolvido principalmente pelos empreendimentos hotéis-fazenda e pousadas rurais, localizados nos municípios de Lages, São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra.

A serra catarinense é considerada a região mais fria do Brasil, devido às baixas temperaturas e às precipitações de neve ocasionais. No

²¹² Para criação do Projeto de Fruticultura de Clima Temperado (PROFIT), Santa Catarina buscou especialistas no Japão, nos EUA e em Israel, no início do cultivo racional de maçã, pera, pêssago, uva, ameixa e nectarina. Após 35 anos, o Estado é responsável por 55% da produção nacional de maçãs, que está acima de 1 milhão de toneladas por ano, abastecendo o mercado nacional e exportando cerca de 200 mil toneladas.

Disponível em:

<http://www.epagri.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=206:extensao-rural-catarinense-comemora-50-anos&catid=28:projetos-destaque&Itemid=43>.

Acesso em: 26 dez. 2011.

²¹³ Segundo Losso (2010) em Santa Catarina, os principais empreendimentos que se destacaram em âmbito regional e nacional com a produção de vinho de altitude estão localizados em São Joaquim, são eles: Quinta da Neve (1999); Sanjo (2002); Quinta Santa Maria (2004); Suzin (2001) e Pericó (2007). Com vinhedos em São Joaquim e Bom Retiro, o empreendimento Villa Francioni (2001), em Urupema, a empresa Santo Emílio (2004) e, em Urubici, a empresa Serra do Sol (2004).

²¹⁴ O turismo rural pode ser compreendido como um conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural definido comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. As atividades turísticas que são realizadas no meio rural são constituídas pela oferta de hospedagem, alimentação, recepção à visitaçao em propriedades rurais, lazer relacionado ao contexto rural e outras atividades praticadas no meio rural que se vinculam a atividade turística ou que sejam motivos de visitaçao. Mesmo que as atividades agrícolas não estejam presentes em escala comercial, a produção agropecuária pode ser representada, pela cultura e pelo modo de vida típico da população rural. BRASIL, Ministério do Turismo. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. 2004. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br> > Acesso em: 20 de julho de 2012.

Parque Nacional de São Joaquim, cuja maior parte encontra-se no município de Urubici, há remanescentes das florestas de araucárias, a nascente do Rio Pelotas e o Morro da Igreja (1.822m), de onde se pode observar a Pedra Furada, um dos atrativos turísticos naturais da região. As cidades mais procuradas por turistas, especialmente no período de maio a setembro, são: Lages, em razão da Festa Nacional do Pinhão e pela procura pelos hotéis fazenda; São Joaquim, dentre as principais motivações turísticas está o clima frio e a possibilidade de ocorrência de neve, além da colheita da maçã; e Urubici, pela existência de cânions, grutas, cachoeiras e paisagens naturais, o que possibilitam o desenvolvimento de atividades do ecoturismo, como *trekking*, rapel, canoagem, dentre outras.

A região serrana catarinense possui segundo o IBGE (2010) 289.009 habitantes e PIB de R\$ 4,1 bilhões, correspondendo a 3,4% do PIB estadual, tendo como capital regional a cidade de Lages com 156.727 habitantes, em 2010 - considerada a capital do turismo rural brasileiro, diante do pioneirismo da atividade na região.

Segundo dados fornecidos pela Secretaria de Turismo do Município de Lages²¹⁵, a cidade concentra o maior número de estabelecimentos hoteleiros da região serrana. Dos 37 empreendimentos, 26 estão localizados na área urbana e 11 na área rural, neste último, 6 são hotéis fazenda e cinco pousadas rurais.

Os empreendimentos hoteleiros localizados no perímetro urbano da cidade, em sua maioria, não atendem aos requisitos mínimos obrigatórios apontados pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem vigente²¹⁶ para um hotel de categoria uma estrela, como: serviço de recepção aberto por 12 horas e acessível por telefone durante 24 horas; serviço de guarda dos valores dos hóspedes; área útil da unidade habitacional, exceto banheiro, 9 m² (em no mínimo 65% das UH); banheiros nas unidades habitacionais com 2 m² (em no mínimo 65% das UH); serviço de troca de roupas de camas uma vez por semana durante a permanência do hóspede; serviço de café da manhã; medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água e gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem; monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar

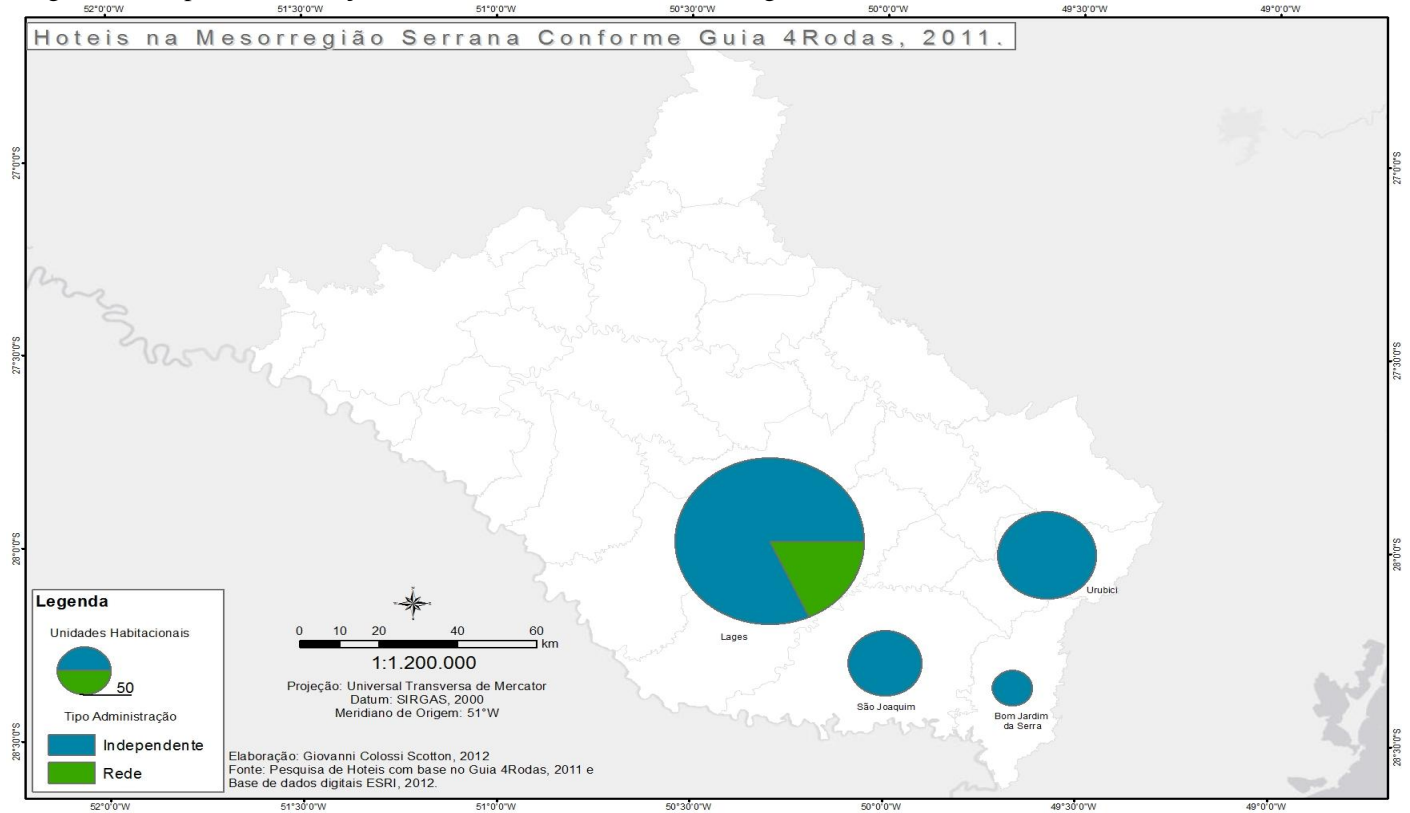
²¹⁵ Disponível em: <<http://www.lages.sc.gov.br/turismo/hospedagem>>. Acesso em: 26 dez. 2011.

²¹⁶ Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site>>. Acesso em: 26 dez. 2011.

opiniões, reclamações para realização das soluções cabíveis diante da existência de uma situação problema. Alguns empreendimentos instalados não utilizam um software de gerenciamento hoteleiro para o controle e registro da operação do hotel, nem mesmo possuem uma página na *Internet* para divulgação dos seus serviços. Em uma visão panorâmica, a oferta hoteleira de Lages é composta por uma estrutura antiga e de médio conforto e, diante dessa realidade, surge a oportunidade para instalação de novos hotéis independentes ou vinculados a redes hoteleiras, principalmente de categoria econômica, até três estrelas.

Encontra-se referenciado no Guia Quatro Rodas (2011) empreendimentos hoteleiros situados nos municípios de Lages, São Joaquim, Bom Jardim da Serra e Urubici. No que se refere à capacidade de hospedagem, 79% dos quartos em operação pelos hotéis situados na Serra Catarinense encontram-se nas mãos do setor hoteleiro da região e somente 21% são administrados por redes hoteleiras. Conforme demonstra o mapa na figura 8 a seguir:

Figura 8 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Serrana



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).

Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

O quadro 21 a seguir demonstra por ano de inauguração os principais empreendimentos citados pelo Guia Quatro Rodas em 2011:

Quadro 21- Empreendimentos hoteleiros em funcionamento na região de Lages em 2011

HOTEL	Ano	Nº DE UH	ADMINISTRAÇÃO	ABRANGÊNCIA
Grande Hotel Lages	1958	82	Independente	local
Map	1969	74	Independente	local
Fazenda Pedras Brancas	1985	31	Independente	local
Fazenda do Barreiro	1987	19	Independente	local
Fazenda Boqueirão	1992	31	Independente	local
Le Canard	1995	128	Le Canard	Regional
Sesc Pousada Rural	2001	61	Independente	local
Cattoni	2002	30	Independente	local
Cattoni II	2005	66	Independente	local
Afford	2008	35	Independente	local
Ibis	2011	64	ACCOR	Internacional

Fonte: Guia Quatro Rodas, 2011. Elaborado pela autora em 2012.

O Fazenda Pedras Brancas, inaugurado em 1985, com 31 unidades habitacionais, situado a 10 km do centro de Lages, foi o primeiro hotel fazenda da região de Lages. A fazenda foi fundada em 1894 pelo Coronel Vicente Gamborgi, latifundiário e comerciante (dono de uma casa de armário na cidade) proprietário das terras que compreendiam extensão da área do hotel Fazenda Pedras Brancas (18.000 ha atualmente) e a Fazenda Boqueirão (750 ha atualmente). Os proprietários das terras são da quarta geração da família Gamborgi. Atualmente, o Hotel Fazenda Pedras Brancas é administrado por meio de contrato de arrendamento por outra família da região. Além da estrutura de hospedagem, o hotel oferece passeios de charrete, apresentações de danças típicas regionais, comidas regionais, além da possibilidade de acompanhar a lida campeira.

O segundo hotel Fazenda do Barreiro da região surgiu em 1987, com 19 quartos - uma das mais tradicionais e antigas fazendas da Serra Catarinense, fundada em 1782 por José Joaquim Pereira (Capitão do

Império). O empreendimento situa-se entre as cidades de São Joaquim e Lages. A administração do hotel é realizada pela mesma família do seu fundador (8ª geração), que procura preservar os costumes, a cultura e as construções deixadas pelos seus antepassados. A criação de gado de corte e de cavalos crioulos e a plantação de milho e feijão sempre colocaram a Fazenda do Barreiro como destaque no setor agropecuário. As atividades da fazenda compreendem a criação de cavalos crioulos; plantações de framboesa para produção de geleias; plantação de amoras; produção de mel de flores silvestres; gado de corte e viticultura²¹⁷.

O hotel Fazenda Boqueirão pertence à família do Coronel Vicente Gamborgi desde 1894. O empreendimento foi inaugurado em 1992 com 31 unidades habitacionais e situa-se aproximadamente a 10 km do centro da cidade da Lages. O hotel mantém, ainda, as atividades produtivas da fazenda com a criação de gado e ovelhas. Os séculos de história são preservados nos hábitos campeiros. Além da estrutura de hospedagem, o Boqueirão possui quadras de tênis, de vôlei e de futebol suíço; cancha de bocha coberta; salão de jogos; sala de leitura; academia; pescarias em açudes; passeios de tatu mulita (veículo adaptado para trilhas); cavalgadas longas e trilhas ecológicas, as quais levam a descobertas das incríveis belezas naturais da região. O hotel oferece, também, a experimentação da lida campeira, como o camargo no galpão, tropeadas, aparte de gado, fogo de chão e roda de chimarrão. Entre as atividades de contemplação da natureza, o hotel possui sete trilhas que possibilitam a observação de pássaros e animais silvestres no decorrer do percurso²¹⁸.

Na região serrana catarinense, encontram-se somente dois hotéis operados por redes hoteleiras, ambos instalados na área urbana do município de Lages: o hotel Le Canard Lages, de propriedade da rede regional Le Canard, com sede em Joinville e o Hotel Ibis Lages, inaugurado no final de 2011 pela rede Accor, internacional, pertencente a um investidor local, o médico Luis Alberto Zago, proprietário da LA Zago Empreendimentos Ltda. Outro investimento na cidade será o Hotel Valerim, com previsão para ser inaugurado entre 2012 e 2013. A estimativa é construir de 100 a 200 apartamentos, empregar cerca de 40 pessoas e investir aproximadamente R\$ 6 milhões²¹⁹. Cabe destacar que

²¹⁷ Dados fornecidos pelo hotel. Disponível em: <<http://www.fazendadobarreiro.com.br/historico.html>>. Acesso em: 27 jul. 2012.

²¹⁸ Dados fornecidos pelo hotel: <Disponível em: http://www.fazendaboqueirao.com.br/site_boqueirao>. Acesso em: 27 jul. 2012.

²¹⁹ Sobre o hotel Valerim em Lages, as informações foram disponibilizadas pelo Correio Lageano na reportagem intitulada: “Hotel trará um novo conceito ao turismo de negócios

os investidores do Hotel Valerim em Lages possuem dois empreendimentos em Florianópolis, o Hotel Valerim Center e o Hotel Valerim Plaza, o que aponta para ampliação dos negócios para formação de uma rede regional em Santa Catarina.

A região Oeste catarinense foi povoada no início do século XX pelas companhias colonizadoras, as quais, estimuladas pelos excedentes populacionais das velhas colônias italianas e alemãs do Rio Grande do Sul, organizaram em moldes capitalistas chácaras e colônias previamente demarcadas, loteando o Vale do Peixe e o Oeste Catarinense. Essas áreas nasceram em uma época em que o crescimento urbano no Brasil incentivava a produção agrícola. Junto à agricultura, surgiram, na época, outras atividades de iniciativas locais - a maioria de dimensões modestas (MAMIGONIAN, 1966). Dessa forma, surgiram vários outros negócios de pequeno e médio portes que acabaram concentrando-se na formação de grandes grupos de empresas, como a Sadia, Perdigão, Aurora, Seara²²⁰. Além das agroindústrias e do setor metal mecânico, o segmento de madeira e móveis e o de fabricação de papel e celulose são, também, bastante representativos do ponto de vista regional e estadual. A atividade industrial que mais emprega na região é a alimentar, e setor mobiliário aparece em segundo lugar.

O Oeste catarinense possui a terceira maior população do Estado de Santa Catarina, com 1.212.843 habitantes, tendo como capital regional a cidade de Chapecó, centro econômico, político, educacional e cultural da região, com 183.530 habitantes (IBGE, 2010)²²¹. Na cidade, concentram-se 22 instituições de ensino superior dentre elas, três são federais (IF-SC; UFSC, UFFS), uma é estadual (UDESC) e duas são municipais (UNOCHAPECÓ E UNOESC).

Chapecó está situada a 630 km de Florianópolis, em meio a um entroncamento de rodovias federais e estaduais, com acesso fácil aos países do Mercosul, como exemplo, a 160 km, a Argentina. Dessa

em Lages”, publicada em 27 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.clmais.com.br/turismo/22111>>. Acesso em 27 jul. 2012.

²²⁰ Essas empresas nasceram nas décadas de 1940 e 1930 do prolongamento de duas atividades, que, segundo Mamigonian (2000, p. 6), dão-se de duas formas: a comercial, no sentido de compra dos pequenos colonos e venda de porcos aos frigoríficos paulistanos, como Suift e Armour; e a frigorificação, já existente no Vale do Itajaí e, sobretudo, no Norte do Rio Grande do Sul.

²²¹ Disponível em:

<http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=42>. Acesso em: 1 jun. 2012.

forma, sua localização é um ponto estratégico para negócios transfronteiras no Sul do Brasil.

O turismo de negócios e de eventos é a principal força motriz do setor de hotelaria de Chapecó. Na cidade, encontram-se somente 20 meios de hospedagem que totalizam 1.028 unidades habitacionais. Dos empreendimentos hoteleiros instalados na cidade, treze possuem espaços para realização de eventos. São hotéis executivos equipados para atender ao hóspede de negócios e de eventos, com mesa de trabalho e acesso disponível à *Internet* nos quartos, *business center* equipado com computadores, impressoras e *Internet* de alta velocidade, sala com estrutura privativa para realização de reuniões e salas de eventos.

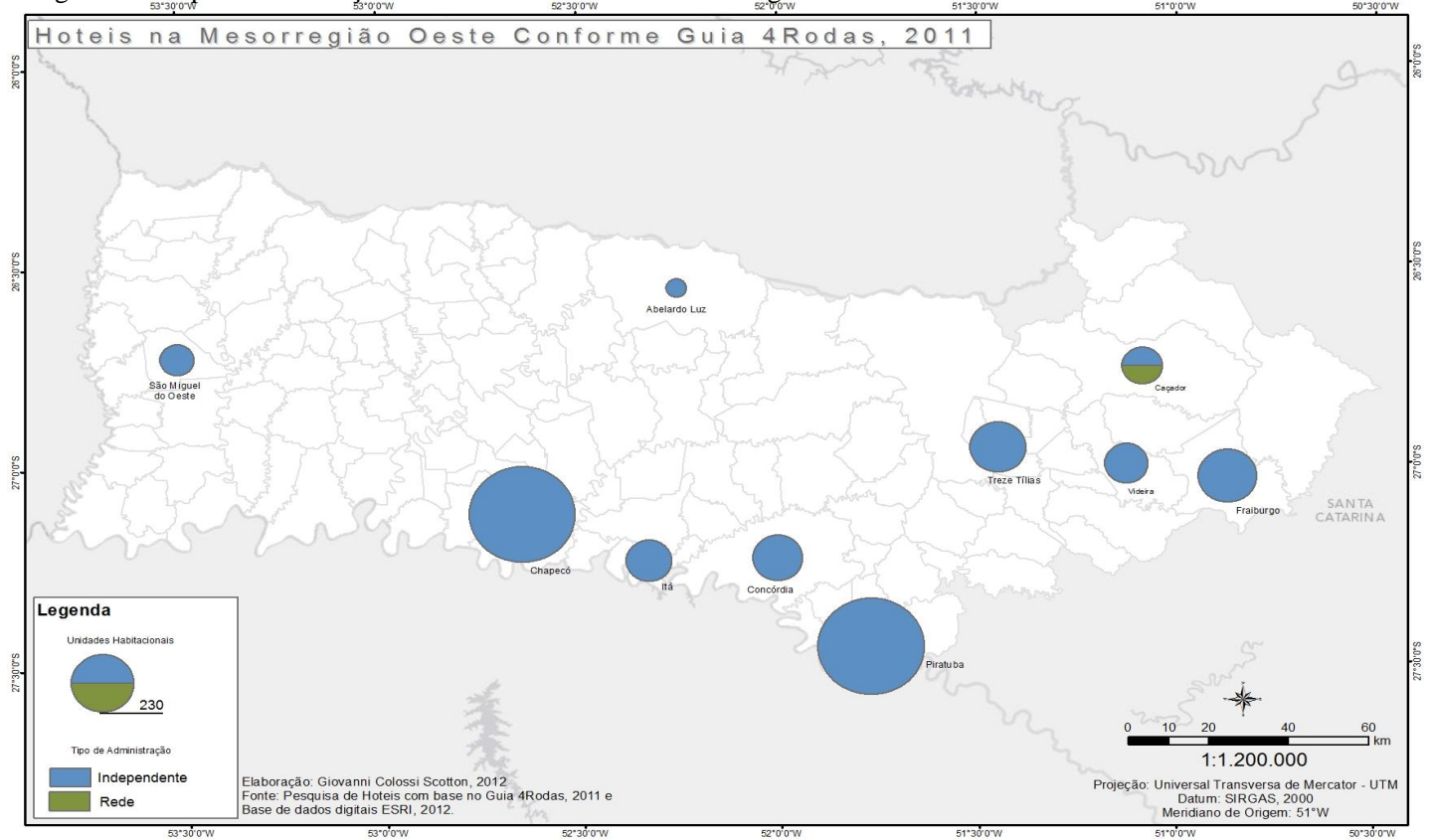
O município de Chapecó possui dois espaços para realização de eventos: o Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo Nes e o Parque de Exposições Tancredo de Almeida Neves. A estrutura do Centro de Cultura e Eventos permite atender, simultaneamente, a 12 eventos. Ele possui um Salão de Convenções para 2.000 pessoas, teatro com capacidade para 1.000 pessoas, e quatro Salas de eventos - duas com capacidade para 400 pessoas e duas para 600 pessoas. O Parque de Exposições possui 16 Pavilhões e 40 Edificações, o que possibilita a realização de diversos tipos de eventos. O maior deles é a Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial de Chapecó (Efapi), de amplitude nacional, uma das maiores feiras multissetoriais do Brasil. A cidade é sede, ainda, de outros eventos de abrangência internacional, nacional e regional, dentre os quais: a Feira Mercosul da Indústria de Móveis (Mercomóveis); o Salão Brasileiro da Suinocultura; a Feira Internacional de Processamento e Industrialização da Carne (Mercoagro). No que se refere à infraestrutura para atender ao turismo negócios e eventos, a cidade conta com 9 empresas especializadas na organização de eventos, 12 empresas prestadoras de serviços para eventos (sonorização, comunicação, limpeza e outros) 24 agências de turismo, 24 empresas de transportes turísticos e 9 locadoras de carro. O aeroporto de Chapecó possui voos regulares para Florianópolis, São Paulo e Porto Alegre²²². Nesse contexto, constata-se que a região Oeste catarinense, no que tange a cidade de Chapecó, possui alta potencialidade para instalação de novos empreendimentos hoteleiros,

²²² Referente aos eventos, os dados foram copilados da pesquisa realizada pela ABEOC – SC em 2012, assim como do Convention Visitors Bureau de Chapecó em Região. Disponível em: <<http://www.chapecoeregiao cvb.com.br/index.php?link=eventos>>. Acesso em: 27 jul. 2012.

principalmente, administrados por redes hoteleiras nacionais e internacionais.

A região Oeste catarinense conta com 2.206 unidades habitacionais cadastradas pelo Guia Quatro Rodas em 2011. Deste montante, 3% somente são administradas por redes hoteleiras e 97% pertencem a hotéis independentes. No mapa que segue (ver figura 9), pode-se observar que as cidades que possuem maior concentração de empreendimentos hoteleiros na região Oeste catarinense são Chapecó e Piratuba.

Figura 9 – Mapa de distribuição de Hotéis localizados na Mesorregião Oeste



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).
 Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

A região do extremo Oeste catarinense foi palco de diversos conflitos políticos pela demarcação de seu território, no primeiro momento entre Brasil e Argentina até o final do século XIX, e mais posteriormente entre os estados do Paraná e Santa Catarina. A efetiva ocupação desse território esteve associada à produção pecuária, erva-mateira e madeireira. O declínio do extrativismo madeireiro abriu espaços para o desenvolvimento da agropecuária, especialmente no que se refere à avicultura e à suinocultura. No que tange à agricultura, assinala-se a representatividade da fruticultura (laranja, abacaxi e uva) a produção de cereais (milho, soja e trigo). O povoamento da região Meio Oeste catarinense teve como aspecto marcante a construção da estrada de ferro que liga o Rio Grande do Sul a São Paulo e a chegada dos imigrantes gaúchos de origem italiana²²³. A colonização da região foi, também, influenciada por alemães, caboclos, austríacos e paranaenses. No Meio Oeste, a suinocultura é bastante expressiva. Na agricultura, destaca-se a fruticultura e a horticultura (uva, pêssigo, maçã e tomate), o cultivo de milho e a produção florestal.

A região do Meio Oeste de Santa Catarina é marcada pela diversidade cultural deixada como herança pelos primeiros colonizadores, a exemplo da cidade de Treze Tílias, fundada por imigrantes vindos do estado do Tirol, na Áustria, a qual se tornou a única colônia austríaca do país que preserva as suas origens nos costumes, nas tradições, na cultura, na gastronomia e na arquitetura típica alpina. Dos hotéis instalados na cidade, que se encontram em funcionamento, a grande maioria data da década de 1990, dentre os quais os hotéis Dreizehnlinden (1993), com 60 quartos; Apenrose (1993), com 30 quartos; Treze Tílias Parque Hotel (1994) com 77 quartos e o Schneider (1998) com 15 quartos.

A cidade de Fraiburgo situada na região do Meio Oeste Catarinense é conhecida como a “Terra da Maçã”. A altitude e as baixas temperaturas no inverno e no verão ameno de Fraiburgo fazem com a cidade seja responsável por boa parte da produção brasileira de maçã. O município foi fundado pela família Frey, que se estabeleceu na região Vale do Rio do Peixe e desde 1935 investiu no setor madeireiro. Com a diminuição do extrativismo da madeira, a família iniciou o cultivo da maçã, passando a ser principal produto de Fraiburgo. O setor hoteleiro da cidade foi iniciado por descendentes da família Frey com o hotel Renar (1981), com 57 unidades habitacionais; o Hotel Fraiburgo (1988), com 89 quartos e o Biz Hotel Business (2006), com 61 quartos.

²²³ Um fato histórico marcante da região é a “Guerra do Contestado” (1912 e 1916).

Atualmente, os empreendimentos são administrados por Edson Ziolkwski, neto de René Frey, fundador da cidade de Fraiburgo.

Na região do Meio Oeste catarinense, o município de Pirtatuba, um balneário de águas termominerais, possui 16 meios de hospedagem, entre hotéis, apart-hotéis e pousadas, além de um centro de eventos com capacidade para 1000 pessoas em auditório²²⁴. A descoberta do lençol de águas termominerais, na década de 1960, acabou por trazer e desenvolver a atividade turística na cidade. Um dos primeiros empreendimentos hoteleiros que surgiram no Balneário foi o hotel Roxinol (1968), com 39 quartos. Logo surgiram outros empreendimentos hoteleiros, como o Hotel Tirolesa (1974), com 75 quartos; Hotel Caxias Thermas (1983), com 60 quartos; Hotel Paraíso Turist (1988), com 81 quartos; Hotel Vila Germânica (1997), com 82 quartos; Thermas Park Hotel (1998), com 56 quartos²²⁵; Hotel Antares (2002), com 28 quartos; Klein Ville Terms (2005), com 132 quartos. Os hotéis ficam localizados na proximidade do Parque Thermal, com uma área verde de 105 mil m², o qual abriga um complexo de piscinas rasas, fundas, semiolímpicas - cobertas ou ao ar livre. O Parque também oferece banhos de imersão com duchas individuais, massoterapia, estrutura para práticas recreativas como hidroginástica e recreação organizada²²⁶.

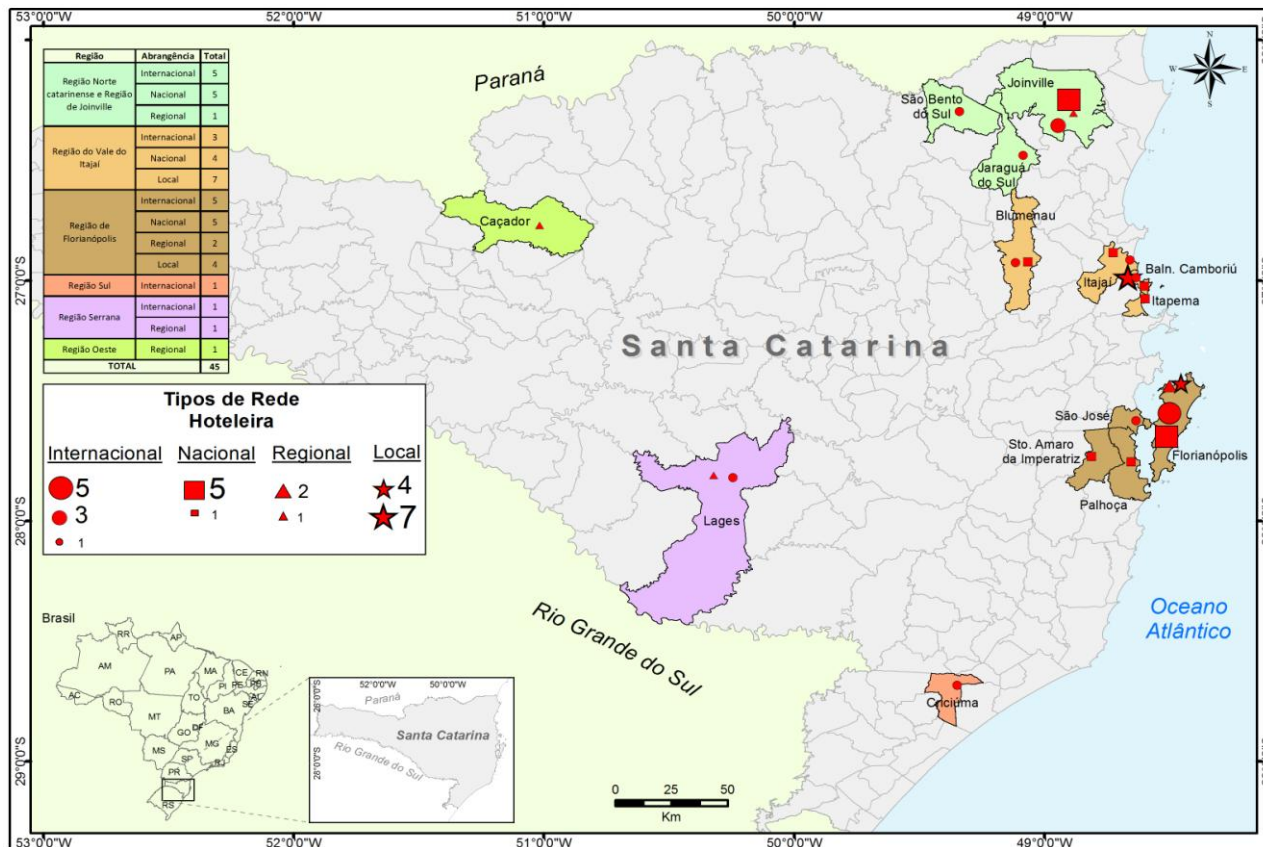
No Oeste catarinense, constata-se proeminência do setor hoteleiro local e a ausência de redes hoteleiras internacionais e nacionais. Na cidade de Caçador, a rede Le Canard (regional) encontra-se presente com uma única unidade hoteleira, mas é um caso isolado que não tem representatividade quando se analisa o contexto regional. Segue mapa (ver figura 10) com a especialização das redes hoteleiras pelo estado de SC.

²²⁴ Dados da Secretaria de Turismo de Pirtatuba. Disponível em: <<http://www.pirtatuba.sc.gov.br/turismo/item/Hospedagem>>. Acesso em: 27 jul. 2012.

²²⁵ No caso específico do Thermas Park Hotel, os proprietários são naturais da cidade de Londrina (PR). Para construção do empreendimento, 40% dos recursos foram recorridos ao financiamento com o banco BNDES e os 60% restantes com recursos próprios. Diferentemente dos hotéis de lazer dos balneários litorâneos, o proprietário do hotel procura manter um quadro fixo o ano inteiro, mesmo nos momentos de baixa ocupação, muito provavelmente pela dificuldade de contratação de mão de obra especializada na região. O período de maior ocupação do hotel acontece nos meses de novembro a janeiro, julho e feriados prolongados. Entrevista realizada com Wilson Macedo, proprietário do hotel em 26 de abril de 2012.

²²⁶ Na região Oeste, alguns municípios utilizam as fontes de águas minerais para o turismo. As principais estruturas localizam-se em Águas de Chapecó (Parque Hidroeste); em Chapecó (Estância das Águas Quentes); em São Carlos (Balneário de Pratas) e em Palmitos (Ilha Redonda no Rio Uruguai).

Figura 10 – Mapa de Localização das redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina em 2012



Fonte: Elaborado pela autora e produzido pela geógrafa Renata Duzzioni em 2012.

Os dois municípios mais populosos do Estado, Florianópolis e Joinville, possuem o maior número de hotéis administrados por redes hoteleiras, 12 e 9 empreendimentos respectivamente. Apesar do número de habitantes e do dinamismo industrial das cidades de Brusque e Chapecó, elas não possuem redes hoteleiras internacionais, nacionais e regionais, prevalecendo os capitais hoteleiros locais. O quadro 22 que segue demonstra a densidade demográfica, o número de habitantes por município e o quantitativo de hotéis de rede instalados no Estado de Santa Catarina.

Quadro 22- População dos municípios e o número de hotéis instalados por região do Estado de Santa Catarina em 2012

Região	Densidade Demográfica	Presença de redes hoteleiras	População	Nº de Hotéis de Rede ²²⁷
Norte	76	São Bento do Sul	74.801	1
		Jaraguá do Sul	143.123	1
		Joinville	515.288	9
Vale do Itajaí	115	Blumenau	309.011	2
		Itajaí	183.373	2
		Balneário Camboriú	108.089	2
		Itapema	45.797	1
Florianópolis	135	Florianópolis	421.240	9
		São José	209.804	1
		Palhoça	137.334	1
		Santo Amaro da Imperatriz	19.823	1
Sul	95	Criciúma	192.308	1
Serrana	18	Lages	156.727	2
Oeste	44	Caçador	70.762	1

Fonte: Elaborado pela autora em 2012.

Os empreendimentos internacionais e nacionais administrados por redes hoteleiras, via de regra, buscam centros urbanos mais adensados como Joinville e Florianópolis em razão do turismo de

²²⁷ Neste quadro foi considerado o quantitativo de hotéis vinculados a redes hoteleiras internacionais, nacionais e regionais.

negócios e eventos. O problema da sazonalidade é uma realidade de Santa Catarina. Por muitos anos o Estado concentrou os seus esforços nas potencialidades naturais do litoral e, de certa forma, o setor hoteleiro ainda sofre as consequências das oscilações de demanda entre os períodos de inverno e verão, muito embora a multiplicação dos eventos sediados em Florianópolis, por exemplo, esteja contribuindo para minimizar os efeitos de sazonalidade.

4.2.10 desenvolvimento do setor hoteleiro frente à expansão urbana e do turismo em Florianópolis

A organização do espaço urbano da capital catarinense foi influenciada, desde as suas origens, por sua localização estratégica no litoral Sul do Brasil e pelo fato de ter sido capital da antiga capitania de Santa Catarina, tendo sido determinantes para a fixação do núcleo original a localização e as características naturais da Ilha de Santa Catarina. O porto, ao lado da função político-administrativa, foi o elemento fundamental na gênese da povoação, servindo de atracadouro das embarcações e de ponto de comércio. A expansão da atividade portuária resultou na demanda por infraestrutura de apoio para atender aos que chegavam à cidade para o desembarque de mercadorias e para as negociações com o comércio local. A necessidade de atender o fluxo crescente de pessoas acabou estimulando a instalação de novos serviços urbanos. Assim, espaços residenciais utilizados inicialmente apenas pela comunidade local, foram gradativamente sendo transformados em áreas para prestação de serviços, dando lugar à atividade hoteleira e ao comércio em geral.

No final do século XIX e início do século XX, a cidade de Florianópolis passou a assumir posições importantes, também, como praça importadora de produtos provenientes de outras regiões do Brasil e da Europa, ocasião em que os comerciantes açorianos foram gradativamente substituídos por comerciantes de origem alemã, merecendo destaque a figura de Carl Hoepcke, responsável pela construção do estaleiro Arataca (1895), da Fábrica de Pontas Rita Maria (1896), da Fábrica de Gelo (1897) e da Fábrica de Rendas e Bordados (1913)²²⁸. O empresário Carl Hoepcke foi considerado o pioneiro da

²²⁸ A Fábrica de pregos foi uma das pioneiras no Brasil e encerrou sua produção na década de 1960 enquanto que a fábrica de bordados e rendas continua ainda a sua produção, sem a mesma expressão do passado, quando foi uma das importantes empresas do Estado de Santa Catarina.

industrialização em Florianópolis, contribuindo, de maneira decisiva, para o desenvolvimento comercial da cidade²²⁹. Segundo aponta Bastos (2000), outros comerciantes, dentre os quais Wendhausen, Mayer, Born e Muller, promoveram a modernização do porto e das relações mercantis com outros mercados, oferecendo uma variedade de artigos antes nunca comercializados. Percebe-se, pois, que o capital comercial florianopolitano foi aos poucos se concentrando nas mãos desses comerciantes descendentes de imigrantes europeus. Assim, o incipiente desenvolvimento da atividade comercial, ocorrido no final do século XIX, motivado pelas transformações da cidade de base militar para centro administrativo e também pelo crescimento da atividade portuária, criou um novo panorama demográfico, fazendo surgir, então, uma elite formada por comerciantes, pequenos industriais da construção naval e funcionários do governo.

Representada por correntes de imigração que colonizaram a região da Grande Florianópolis, a contribuição italiana foi também importante para a cidade. Procedentes de Montividéu, os primeiros italianos chegaram em 1893, inicialmente, por força de contrato de trabalho para construírem uma residência na Praia de Fora²³⁰, onde mais tarde foi instalada a sede do Santa Catarina Country Clube. Dentre as principais famílias de origem italiana que contribuíram para o desenvolvimento da cidade, citam-se os Basadona, Bonetti, Bonfante, Demaria, Cantizano, Cavallazzi, Cuneo, D'Âmpora, D'Aslascio, Evangelista, Faraco, Grillo, Napoli, Pagani, Peluso, Rotolo, Selva, e outros (CORRÊA, 2004).

Além dos imigrantes alemães e italianos, outros grupos de imigrantes destacaram-se no desenvolvimento socioeconômico e político da cidade, como é o caso dos gregos e sírio-libaneses que chegaram entre o final do século XIX e início do século XX.

²²⁹ No comércio, Carl Hoepcke foi proprietário da firma Carl Hoepcke e Cia com filiais em várias cidades catarinenses: São Francisco do Sul, Laguna, Blumenau, Joinville, Joaçaba, Lages; além de escritórios em Itajaí, Criciúma e São Miguel do Oeste, e, também, em outros estados como Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro. Na área do transporte, criou a Empresa Nacional de Navegação Hoepcke, em 1895, que fazia o comércio de importação e exportação com o resto do país e com a Europa, por meio da navegação de cabotagem e do transporte de passageiros, com os vapores Max, Meta e Anna e o navio Carl Hoepcke, além do Estaleiro Arataca. Na indústria, fundou a Fábrica de Pontas de Paris Rita Maria, em 1896, a Fábrica de Gelo em 1897, e em 1913, a Fábrica de Rendas e Bordados. Foi inicialmente, representante dos veículos Ford, passando, depois, para os de marca Chevrolet. (CORRÊA, 2004).

²³⁰ Região da atual Rua Bocaiúva e Almirante Lamego, área que se destacou por suas chácaras e também pelas praias.

Os imigrantes gregos investiram diretamente na atividade comercial, como João Kotzias, que chegou em 1890 com os filhos Estefano e Anastácio, os quais se dedicaram ao comércio de secos e molhados, e tecidos, respectivamente. Os primeiros estabelecimentos comerciais de origem grega localizavam-se na Rua Conselheiro Mafra. Aos imigrantes que se estabeleceram no comércio, somaram-se outros, como os Atherinos, Garofallis, Pitsica, Savas, Mandalis, Spyrides, Lacerda, Katsips, Christakis, Corfu, Haviaras, Kalafatás e muitos outros. A participação dos descendentes gregos na sociedade, na economia e na política florianopolitana tem sido constante, quer como profissionais liberais, comerciantes ou políticos. Já os primeiros libaneses que chegaram a Florianópolis foram os membros da família Cherem, posteriormente, os membros da família Salim Mansur, em 1905, seguidos dos Mussi, Daux, Amim, Helou, Boabaid, Helias, Pinto, Salum, Mattar, Curi e outros tantos. Investiram fortemente no comércio local, principalmente em lojas de tecidos e armarinhos localizadas à Rua Conselheiro Mafra. Além do comércio, deixaram a sua contribuição no setor hoteleiro, como é o caso dos Daux, que inauguraram o Hotel Majestic em 1930 e os Massad, o Lux Hotel em 1950. Na política, os descendentes dos libaneses ocuparam altos cargos públicos desde os de governantes do Estado, deputados estaduais e federais, prefeitos e vereadores municipais (CORRÊA, 2004).

A construção da ponte Hercílio Luz, concluída em 1926, teve um significado especial para a cidade, abrindo uma nova era de construções na medida em que crescia a população. Logo após a sua inauguração, surgiram diversas linhas de ônibus, dentre as quais, a mais importante foi a do Estreito, substituindo as antigas viagens através do canal²³¹.

Até 1930, Florianópolis permanecia como o maior centro exportador do Estado. Diante da crise internacional, a revolução de 30, refletiu uma nova conjuntura que exigiu grandes mudanças na estrutura econômica e política brasileira, implementadas por camadas sociais nacionalistas e pela formação de um novo pacto político que une latifundiários, ligados ao mercado interno e a burguesia industrial nascente, excluindo do poder os comerciantes de importação e exportação que, em Florianópolis, representavam a elite (PEREIRA, 2003, p. 7).

²³¹ A travessia do canal entre a ilha e o continente data dos primeiros tempos da fundação de Desterro. Até 1926, quem fazia a viagem por terra a Florianópolis encontrava, no Estreito, meios de chegar à capital.

A partir de 1930, o município passou a enfrentar um período de estagnação, causado por dois fatores determinantes. O primeiro representado pela grande crise do capitalismo de 1929 e o segundo, pela Revolução de 1930²³², quando o governo local fez parte da oposição à candidatura de Vargas. É importante destacar que apesar do avanço da industrialização do país, sobretudo depois de 1930, o país vivia a terceira etapa de substituição de importações²³³, a industrial, decorrente da aliança entre os latifundiários e os industriais que começaram a se destacar no cenário nacional diante de uma nova crise da economia capitalista. Nesse período, Florianópolis manteve-se, basicamente, com o crescimento do setor público, com uma pequena produção agrícola e pesqueira e apenas algumas iniciativas industriais de caráter local. Por isso, nos anos que sucederam a Revolução de 30, a cidade permaneceu sem grandes alterações, praticamente estagnada. Nesse momento, a política de integração do território nacional e de eliminação das fronteiras regionais deu início ao mercado nacional, impulsionando o desenvolvimento de infraestruturas de transportes e comunicações que atingissem todo o território nacional.

Embora Florianópolis ainda permanecesse com a antiga estratégia de utilização do transporte de mercadorias via cabotagem para o restante do território brasileiro, essa nova realidade trouxe mudanças significativas para a capital e regiões circunvizinhas decorrentes da ampliação do sistema rodoviário, bem como da conjuntura socioeconômica brasileira²³⁴. Ao lado da lenta integração da economia

²³² A revolução de 30, a economia mundial está em crise e seus reflexos sobre a formação social brasileira impõem novas rupturas político-econômicas. Os latifundiários feudais, cuja produção atendia ao mercado externo, sentem-se ameaçados pela hegemonia dos agroexportadores (política café com leite – São Paulo e Minas Gerais). O movimento revolucionário é liderado por Getúlio Vargas, que por um lado reivindica o bloqueio das exportações brasileiras e a impossibilidade de importações. Os latifundiários unem-se à burguesia industrial nascente oriunda da pequena produção mercantil.

²³³ O desenvolvimento do capitalismo é marcado por ciclos ou ondas (ciclos de Kondratieff) em que os períodos de recessão atuam sobre a formação socioeconômica brasileira exigindo ajustes para que o país possa alavancar um novo período de crescimento. A primeira substituição de importação (natural) ocorre no interior das fazendas dos escravos, na fase depressiva do ciclo longo; a segunda, uma substituição de importação (artesanal) acontece já nos centros urbanos, na fase depressiva do segundo ciclo longo e a terceira substituição de importação (industrial) decorre da aliança dos latifundiários com a burguesia industrial nascente (RANGEL, 2005).

²³⁴ Após a instauração do Estado Novo, em novembro de 1937, o governo suspendeu o pagamento da dívida externa, justificando a medida com a necessidade de preparar o país para eventualidade de uma nova conflagração mundial. A instauração da ditadura aumentou o peso político da cúpula militar, que se aliou à corrente industrializante dentro

local à economia capitalista de mercado, deu-se a desestruturação da economia de autossuficiência. Nesse contexto, a capital catarinense acabou permanecendo por muito tempo vinculada à estrutura econômica anterior à década de 1930, razão pela qual passou por um período de estagnação econômica.

No início do século XX, os hotéis apresentavam ainda as mesmas características da hotelaria do final do século XIX, como é o caso do Hotel Taranto que esteve localizado na Praça XV de Novembro entre as décadas de 1910 e 1920. Após o fechamento do hotel, o local passou a abrigar os Correios, sendo demolido em 1935 para a construção da Agência do Banco do Brasil. “A demolição do Hotel Taranto foi muito comentada na cidade, tendo o novo prédio sido classificado como um caixão pela população, que de uma forma geral rejeitava o estilo moderno da época e valorizava a decoração eclética” (SILVA, 1999, p.38).

Os hotéis possuíam um partido arquitetônico horizontal. No primeiro piso, funcionava um comércio varejista, e no segundo, uma estrutura de dormitórios para hospedagem, sem banheiros privativos. Como exemplo dessa estrutura pode-se destacar o Hotel Majestic, que foi localizado na Rua Trajano, esquina com a Conselheiro Mafra; o Hotel Metropol, o qual ficava na Rua Conselheiro Mafra; bem como o Hotel Cruzeiro, ainda em atividade, também na Rua Conselheiro Mafra. Ressalta-se que os prédios em que funcionavam esses hotéis encontram-se preservados no centro de Florianópolis.

Outro destaque para a hotelaria do início do século XX foi o Hotel La Porta. Inaugurado em 1932, localizava-se na primeira quadra da Rua Conselheiro Mafra defronte à Praça XV de Novembro. Esse empreendimento possuía uma construção de cimento armado com quatro andares. Foi o primeiro da cidade a dispor de elevador, tendo como proprietário Ângelo M. La Porta, concessionário e diretor da loteria de Santa Catarina, que adquiriu o prédio onde esteve instalada a

do governo. A partir desse momento o Estado passou a participar diretamente do processo de industrialização. [...] A hegemonia capitalista se instaura no Brasil a partir desta época, em que o fomento da industrialização – ou seja, da acumulação de capital industrial – passou a ser a prioridade máxima dos sucessivos governos. Os interesses de outros modos de produção presentes na formação social brasileira – produção agromanufatureira semi-servil, semicapitalista e a produção simples de mercadorias – foram, desde então, público e privado, nacional e multinacional e financeiro do Estado. No Estado Novo (1937-1945) a decidida ampliação do sistema de previdência social e da legislação do trabalho, inclusive com a concessão de algumas reivindicações do movimento operário, como a jornada de 8 horas e a instauração do salário mínimo. (SINGER, 1987, p.73).

firma de André Wendhausen, no qual fez as adaptações necessárias para transformá-lo em um hotel com 180 apartamentos. Antes da firma de André Wendhausen, funcionara nesse mesmo local a primeira Alfândega da cidade que passou por um incêndio no século XIX²³⁵.

Devido à ação estatal por intermédio da afirmação de políticas sociais, a economia florianopolitana se manteve ou, no mínimo, evitou a sua involução econômica. No período de 1940 a 1950, Florianópolis era uma cidade que exercia essencialmente a sua função administrativa de capital do estado de Santa Catarina, com uma população, em 1940, de 25.014, passando a ter, em 1950, 48.264 habitantes. Esse aumento populacional exigiu grande número de habitações e o papel desempenhado pelo Estado, tanto na esfera federal como na estadual, que foi decisivo para incrementar o desenvolvimento urbano do município. A partir desse período, foram criadas empresas estatais que alavancaram ainda mais o crescimento populacional e promoveram a expansão da mancha urbana, dentre elas, as Centrais Elétricas de Santa Catarina (CELESC), a Telecomunicações de Santa Catarina S/A (TELESC), além da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (1960).

²³⁵ O projeto do Hotel La Porta foi realizado pelos irmãos Corsini, engenheiros que chegaram a Florianópolis em novembro de 1922, para supervisionar a construção da Ponte Hercílio Luz. Eles foram também autores do projeto do Miramar e da ampliação do Mercado Público. A construção foi realizada sob a orientação do arquiteto Augusto Hubel. Defronte ao Hotel La Porta ficava o ponto final da linha de ônibus Agronômica. Percebe-se então que a localização do empreendimento era privilegiada, pois estava próxima à Praça XV, da Praça Fernando Machado e do Bar Miramar, local de fluxo constate da população local e de viajantes que chegavam à cidade. O Hotel La Porta foi desativado na década de 1960, quando a Caixa Econômica Federal adquiriu e reestruturou a edificação, alterando profundamente a sua fachada. Foi acrescentado mais um pavimento, embora tivesse sido conservada a estrutura do prédio. No local passou a funcionar, então, a Agência Miramar da Caixa Econômica Federal. Em 5 de outubro de 1990, o prédio que, na época, abrigava a Agência da Caixa Econômica Federal foi demolido, ocasião em que pela primeira vez foi utilizado o método de implosão em Florianópolis. Atualmente encontra-se no local um terreno baldio onde já funcionou um estacionamento administrado pela Promenor, entidade que atende aos menores carentes de Florianópolis. Outras informações sobre hotel podem ser encontradas nas obras Florianópolis Memória Urbana da Eliane Veras Veiga (1993); o Transporte Coletivo em Florianópolis (2004); e na obra Ruas de Florianópolis: resenha histórica do autor Adolfo Nicolich da Silva (1999). Sobre o Miramar inaugurado em 28 de setembro de 1928, substituindo o antigo Trapiche Municipal de cobertura de zinco. No segundo piso do Miramar funcionava um restaurante com orquestra, e garçons que, com modos elegantes, serviam as mesas, cujos pés tinham a forma de golfinhos. O estabelecimento foi demolido em 24 de outubro de 1974, quando estavam em andamento as obras do aterro da Baía Sul e no seu local hoje existe um Memorial (VEIGA, 2004, p.43).

O papel desempenhado pelo Estado, tanto na esfera federal como na esfera estadual, é de fundamental importância para a compreensão do processo de urbanização recente na região metropolitana de Florianópolis uma vez que a nova divisão territorial do trabalho estabelecida pelo desenvolvimento industrial brasileiro e catarinense imprimiu a capital dos catarinenses novas importantes funções administrativas compatíveis com a ordem econômica social vigente pelo menos desde a década de 1930. (BASTOS, 2000, p.135).

Entre os anos de 1940 e 1960, a rede hoteleira, localizada na área central, ainda era bastante incipiente e a cidade contava com os seguintes estabelecimentos: Hotel Majestic, (1930); Hotel Metropol (1940); Hotel Central (1948), que, em 1965, passou a chamar-se Mário Hotel; Lux Hotel (1950); Hotel Querência (1958); Hotel Royal (1960); Oscar Hotel (1960); City Hotel (1968); Hotel Cruzeiro (1968).

O Hotel Majestic foi construído em concreto armado por iniciativa do imigrante libanês José Daux que chegara ao Brasil por volta de 1890. Como imigrante encontrou as mesmas dificuldades sentidas por outros em permanecer na cidade, tendo inicialmente exercido as atividades de sapateiro e de mascate. Já estabelecido, investiu no comércio de tecidos e na construção civil. Em 1926, com o acesso à ilha facilitado pela construção da Ponte Hercílio Luz, percebeu a necessidade de um estabelecimento hoteleiro para hospedar os negociantes que cada vez mais visitavam a cidade. Dessa forma, surgiu o primeiro Hotel Majestic, inaugurando a tradição da família Daux²³⁶ no

²³⁶ A família Daux investiu fortemente em empreendimentos hoteleiros localizados em Balneário de Canasvieiras no Norte da Ilha de Santa Catarina. O fenômeno do veraneio e a produção do espaço no Litoral Norte da Ilha podem ser divididos, primeiramente, em função do uso e da ocupação das praias pelos florianopolitanos, que construíram residências com intuito de veranear, e, a partir de 1970, registra-se uma mudança de comportamento com a construção da SC 403 (Rodovia Estadual ligando Canasvieiras ao centro de Florianópolis via SC 401) – a melhoria de alguns serviços de infraestrutura e um fluxo crescente de turistas contribuiu para acelerar a urbanização da localidade. O processo amplia-se com a expansão urbana e da atividade turística, que promovem também a locação das segundas residências para os turistas, o incremento do comércio e da hotelaria local. Nesse cenário, a família consolida-se no ramo hoteleiro e destaca-se com os seguintes empreendimentos de propriedade do grupo de empresas Irmãos Daux: os hotéis localizados no balneário de Canasvieiras, Palace Praia Residence, Village Paraíso Apart Hotel, Paraíso Palace Hotel, Fenícia Palace Hotel e Hotel Canasbeach. Já no centro da cidade, a família Daux foi responsável pela construção do edifício em que se

ramo hoteleiro de Florianópolis. Posteriormente, outras famílias administraram o empreendimento, como as famílias Pessi²³⁷ (1950) e Cordioli (1960), até ser desativado em 1988.

Em 1959, o Hotel Majestic, com o arrendamento do empreendimento por Gentil Cordioli, passou por reformas na escadaria, instalação elétrica e hidráulica, mantendo, porém, a estrutura de aproximadamente 30 quartos com capacidade para 60 pessoas. O público que o hotel passou a receber era dos mais diversos:

localizava o Cine Cecomtur e do que abriga o Florianópolis Palace Hotel, ambos em 1970. O segundo Hotel Majestic Palace, localizado na Av. Beira Mar, foi inaugurado em 2004 por Ronaldo Daux.

²³⁷ Na década de 1930, Hugo Pessi iniciou as suas atividades no ramo hoteleiro com uma pensão localizada à Rua General Bittencourt, próximo ao local onde se situa, atualmente, o Clube Doze de Agosto. Em 1940, ampliou seu negócio no setor hoteleiro, arrendando o hotel Metropol localizado à Rua Conselheiro Mafra, entre as ruas Sete de Setembro e Álvaro de Carvalho. O hotel já havia pertencido ao Sr. Hanz, um alemão que em razão da Segunda Guerra Mundial, sentindo-se ameaçado, mudou-se para Blumenau. Foi, então, que Hugo Pessi, vislumbrando a ideia de expandir os seus negócios, aproveitou a oportunidade de arrendamento do referido hotel. O empreendimento era caracterizado na época como um estabelecimento que atendia famílias e viajantes (homens de negócio) que permaneciam na cidade por tempo determinado. As unidades habitacionais eram todas iguais: quartos com cama e pia, sendo os banheiros localizados nos corredores de acesso. Na época, não se prestava serviço de quarto (*room service*). O regime de alimentação era o de pensão completa, que consistia em café da manhã, almoço e jantar, servidos no salão de refeições. Em 1948, surgiu outra oportunidade de negócio para o empreendedor Hugo Pessi, o arrendamento do Hotel Central à Rua Conselheiro Mafra, cuja edificação pertencia ao Hospital de Caridade. O hotel contava com aproximadamente 40 quartos. Assim como o Hotel Metropol, as habitações não contavam com banheiro privativo, e o público que atendia à época, era formado especialmente por famílias que moravam no local e por estudantes da Faculdade de Direito, além de viajantes vindos a negócio. Em 1950, o empreendimento sofreu algumas transformações, tendo sido ampliado e diminuído o serviço de alimentação, oferecendo somente o café da manhã. Nesse mesmo período, Hugo Pessi passou a explorar também o Hotel Majestic, através de um contrato de arrendamento. O Hotel Majestic apresentava-se na época com uma estrutura de aproximadamente 30 quartos, com banheiro coletivo também localizado no corredor de acesso. Os serviços realizados eram básicos da hotelaria, como higiene do quarto e a troca de roupa de cama quase todos os dias, dependendo do tempo de permanência do hóspede. Quanto à lavagem do enxoval e da roupa dos hóspedes, o serviço era realizado por lavadeiras da região que atendiam ao empreendimento, e, em relação ao serviço de telefonia, era oferecido na portaria do hotel, não havendo telefones nos quartos. A família permaneceu na gestão do Hotel Majestic até 1959 quando foi novamente arrendado para a família Cordioli. Por ocasião do falecimento de Hugo Pessi, a administração do hotel Central foi, em 1965, passada para o Eduardo Rosa, que realizou algumas reformas, transformando-o no Mário Hotel (dados obtidos por meio de entrevista concedida por Lorena Pessi em 5/06/2004). Verificou-se que Hugo Pessi foi por muito tempo o maior empresário do ramo da hotelaria da cidade explorando simultaneamente os hotéis Metropol, Central e Majestic.

representantes de calçados e tecidos, funcionários públicos, políticos do interior do estado de Santa Catarina e turistas em maior número no período de janeiro e fevereiro, a partir de 1970²³⁸. Quanto aos serviços de alimentação prestados pelo hotel, é importante observar que nos primeiros vinte anos oferecia pensão completa, restringindo-se ao café da manhã a partir de 1980. Em 1988, o primeiro Hotel Majestic de Florianópolis, que havia sido inaugurado em 1930, encerrou as suas atividades em função dos altos custos operacionais relativos à manutenção de uma edificação com 58 anos de existência e, por conseguinte, já não apresentava mais uma rentabilidade que justificasse o seu funcionamento. É importante destacar que, durante o período em que o Hotel Majestic manteve-se em atividade, outros empreendimentos surgiram na região central de Florianópolis, com melhores estruturas e serviços, transformando a realidade do mercado hoteleiro local²³⁹.

No período de 1950, surgiram outros hotéis, com destaque para o Lux Hotel (1950)²⁴⁰, localizado à Rua Felipe Schmidt e o Hotel Querência (1958)²⁴¹, à Rua Jerônimo Coelho - dois empreendimentos que deixaram as suas marcas na hotelaria de Florianópolis.

²³⁸ Nota-se que, nesse período, começam a chegar os turistas para se hospedar nos hotéis da cidade, então, além de centro político-administrativo e comercial, a cidade vai se tornando também um polo de atração turística.

²³⁹ Dados obtidos em entrevista concedida em 15/07/2004 por Terezinha Cordioli.

²⁴⁰ O Hotel Lux foi construído com capital próprio pela família Massad, de origem libanesa. Situava-se à Rua Felipe Schmidt, esquina com a Rua Trajano, sendo a sua construção com 5 pavimentos bastante imponente na época. Disponha de um restaurante no mezanino, local de encontro da sociedade florianopolitana e das personalidades que vinham à cidade. Posteriormente, foi arrendado por Manoel Gil Malet, espanhol, que chegou ao Brasil por volta da década de 1950, e que iniciara suas atividades no ramo hoteleiro com a aquisição do Hotel Salinas em Porto Alegre. Após a venda deste último, vieram para Florianópolis em 1970. Nesse momento, seu filho Manoel Gil Rimbal, já instalado na cidade, onde gerenciava o Hotel Querência, identificou a oportunidade de arrendamento do Hotel Lux. No segundo andar do hotel existiam lojas e no piso térreo, na esquina da Rua Felipe Schmidt, o bar e café Ponto Chic (conhecido como Senadinho)²⁴⁰. Manoel Gil Malet foi também responsável pela construção, em 1972, do Hotel Ivoram, localizado à Avenida Hercílio Luz. O Lux Hotel passou a chamar-se Hotel Center Plaza até o encerramento das suas atividades na década de 1980. No período de 1990 foi transformado por seu proprietário Nagib Massad, no centro comercial Center Plaza.

²⁴¹ O Querência Palace Hotel foi construído em 1958 por João Alfredo Jorge, comerciante de tecidos, o qual já tinha o propósito original de fazer do edifício um prédio comercial. Entretanto foi contatado por Ramiro Vicente Fernandez (hoteleiro no Rio Grande do Sul) e por Leucádio Almeida Antunes (advogado) que visavam arrendar o imóvel para transformá-lo em um hotel. A origem do capital para construção do hotel Querência veio, pois, do comércio de tecidos que o proprietário mantinha na cidade. Segundo informações obtidas através de Francisco Vaz, quanto à administração “49% do prédio

Em 1958, o empresário de Florianópolis, Osmar Regueira²⁴², contando com recursos próprios²⁴³, iniciou a construção do Hotel Royal localizado à Travessa Ratclif, entre as ruas Antônio Luz e João Pinto, no centro de Florianópolis. A administração do Hotel Royal, ao longo dos anos em que permaneceu em funcionamento, sempre teve preocupação

pertencia à sociedade de Ramiro Fernandez com Leucádio Antunes, 51% das cotas seriam de João Alfredo Jorge²⁴¹. A ideia da mudança da proposta de prédio comercial para hotel veio em função das transformações percebidas na cidade, que segundo depoimento de Luz (2004)²⁴¹, “Florianópolis estava ficando na moda com a transformação da BR 59 para BR 101 e o Ramiro percebeu e aproveitou a oportunidade”. Em função da localização, ele ainda destaca que “na época era muito criticado por ser uma região de meretrício, pois na frente do prédio existia o Bar Universal, frequentado por pessoas de um nível social mais baixo e também por estar próximo do mercado”. Com relação aos hóspedes que frequentavam o hotel, Luz afirma que “o Querência foi praticamente sustentado pelas empreiteiras que construíram as rodovias BR 101, BR 116 e SC 470 e pelo fato de Florianópolis ser um centro administrativo, todos teriam que obrigatoriamente passar por aqui”. Os hóspedes que buscavam o hotel eram procedentes do Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo, sendo destacado por Luz (2004) “que todas as autoridades do governo se hospedavam no hotel”. Na sua inauguração, o empreendimento possuía 73 unidades habitacionais, elevador, bar, restaurante, portaria e recepção, serviços de camareira, de lavanderia, de mensageria, de manobrista e *room service* 24 horas, embora não possuísse estacionamento próprio. Somente em 1976 foi adquirido o terreno para o estacionamento. Durante os anos em que se mantiveram em atividade algumas melhorias foram realizadas, tais como a adaptação de dez unidades habitacionais para suíte, com frigobar, ar condicionado, televisão e cofre. Nesse momento, também foi criado o serviço de *transfer*²⁴¹ para atender os turistas que frequentavam o hotel principalmente nos meses de janeiro e fevereiro. Em 1999, o hotel encerrou as suas atividades para ser transformado em um edifício com salas comerciais.

²⁴² Osmar Regueira era um negociante e um relojoeiro, importante na cidade, que vislumbrou construir um hotel na capital. Segundo o depoimento de Mário Regueira, a oportunidade de aquisição do terreno para a construção do edifício surgiu com a ideia inicial de hospedar os estudantes que ingressassem na futura Universidade Federal de Santa Catarina. Entretanto, quando a obra ainda estava em andamento, foi criada uma lei pela Prefeitura Municipal de Florianópolis que concedia a isenção de pagamento do imposto predial e territorial urbano (IPTU), pelo período de dez anos para os hotéis que apresentassem em seu projeto inicial 20% das suas unidades com banheiros privativos, o que ainda era raro na época. Dessa forma, o projeto inicial foi alterado para que a obra pudesse se beneficiar com este incentivo, mudando, então, o público alvo a ser atendido de estudantes para viajantes a negócios, já que o turismo na época era bastante incipiente, e os negociantes vinham à capital em maior número. Em abril de 1959, aproveitando um Congresso do Rotary Clube em Florianópolis, o proprietário adotou no hotel o sistema de *soft opening*²⁴² para, então, em 1º de janeiro de 1960, oficializar a abertura do empreendimento. No início, o empreendimento contava com 100 unidades habitacionais, sendo 80 sem banheiros e 20 com banheiros privativos (Entrevista concedida por Mário Regueira em 7/07/2004).

²⁴³ Recursos obtidos através das Relojoarias Royal, Rio e Rossi, estabelecimentos localizados no centro de Florianópolis, das quais era proprietário. Entrevista concedida por Mário Regueira em 07/07/2004.

de manter as suas instalações e serviços atualizados para atender às exigências dos seus hóspedes. Todas as unidades habitacionais do hotel tiveram, desde o início, geladeira e televisão. Mário Regueira aponta que “foi o primeiro hotel da cidade a utilizar suporte de televisão, quando ainda nem existia para vender. Foi feito para televisores preto e branco um suporte cromado que girava, tal como os que existem atualmente”. Como resultado dos investimentos, o hotel manteve uma ocupação superior a 75% na primeira década do seu funcionamento. No período de 1970, com a melhoria do acesso à cidade, o turismo começou a se expandir alavancando as vendas e fazendo o hotel atingir a marca de 100% de ocupação frequentemente durante cinco anos consecutivos, hospedando cerca 36.000 pessoas por ano. Atribui-se esse bom resultado à sua localização privilegiada, visto que o empreendimento ficava com a frente voltada para o mar da Baía Sul. A partir desse período, cessa a trajetória de resultados excelentes, quando em meados de 1970, passam a surgir outros hotéis na cidade aumentando a concorrência e ao mesmo tempo em que a sua localização tão privilegiada começa a ser ofuscada devido à construção do aterro da Baía Sul que afasta o hotel do mar, seu principal atrativo paisagístico. No período de 1980, passou a sentir drasticamente a queda na ocupação, que chegou a alcançar somente 19% ao ano. Certamente, parte dessa queda de ocupação decorre da degradação social no entorno do empreendimento e do novo padrão hoteleiro superior que surgia na época, tornando o Hotel Royal ultrapassado para as exigências do mercado. Além disso, é importante destacar, a expansão extraordinária do turismo nesse período e, conseqüentemente, da hotelaria em função do crescente número de turistas estrangeiros e nacionais que optam como destino turístico pelas praias localizadas nos balneários da cidade. Outro fato importante que atingiu diretamente o Hotel Royal, foi a construção do Terminal Urbano de Florianópolis no ano de 1986, quando o edifício do hotel foi praticamente encoberto, e como se não bastasse, ocorreu o fechamento da Rua Antônio Luz que dava acesso ao estacionamento do hotel, isto sem contar com a poluição, o barulho provocado pelos ônibus e pelo movimento intenso de pessoas. Como consequência, em 1990, o hotel deixou de ser competitivo e foi afetado novamente pela urbanização da cidade com o bloqueio da Rua João Pinto ao trânsito, único acesso viário ao hotel e ao estacionamento, que, conseqüentemente, teve que ser fechado. O proprietário já decidido a encerrar as atividades no ramo da hotelaria, fechou o Hotel Royal em 2005 para transformá-lo

totalmente em mais um prédio com salas comerciais em Florianópolis²⁴⁴.

Na década de 1960, surgiram do espírito empreendedor de Oscar Cardoso²⁴⁵, o Oscar Palace Hotel, administrado por Nicolau Cardoso Neto, detentor de 25% das cotas da empresa. Em 1998, o nome fantasia do hotel foi alterado para Oscar Hotel, devido ao surgimento de hotéis mais modernos e suntuosos, perdendo o seu status de “Palace”. Desde a inauguração (1960), o empreendimento já passou por várias reformas para se manter competitivo no mercado. Hoje, conta com 52 unidades habitacionais equipadas com ar condicionado, TV a cabo, ponto para

²⁴⁴ Em 24 e 25 de dezembro de 1995, o empreendimento foi atingido por uma enchente, tendo o porão e a área térrea totalmente inundados. Passaram-se 20 dias até que o hotel fosse colocado novamente em funcionamento. Diante dos prejuízos, a administração do Hotel Royal buscou outros caminhos para gerar receita através da locação dos espaços para lojas e salas comerciais, primeiramente até o quarto piso do hotel. Para tanto, foi necessário fazer a alteração no contrato social da empresa para Royal Hotel e Administração de Imóveis (Entrevista concedida por Mário Regueira em 7/07/2004).

²⁴⁵ Oscar Cardoso nasceu em 1º de dezembro de 1898, em Florianópolis, filho de Antônia Kodzinsky Cardoso (nascida em Varsóvia na Polônia) e Domingos José Cardoso (brasileiro). Aos quinze anos, em 1914, foi aprendiz do alfaiate Felipe Tonera, à Rua Felipe Schmidt, no local onde hoje está instalado o centro comercial Center Plaza. Desde então aprendeu o ofício de alfaiate com outros profissionais importantes que atendiam a sociedade de Florianópolis, até estabelecer a sua própria alfaiataria em 1920, à Rua João Pinto, esquina com a Rua Saldanha Marinho. Nesse momento, Oscar Cardoso passou a vestir pessoas importantes da capital, como o Governador, Senadores, Deputados, políticos, magistrados entre outras personalidades. Em 1927, fundou a loja “Capital”, à Rua Conselheiro Mafra, esquina com a Trajano, que serviu a cidade até 1979, quando foi transferida para Avenida Hercílio Luz. Teve uma atuação política importante na época por apoiar em 1931 o movimento de reivindicações das classes comerciais, industriais e agrícolas, com a União dos Varejistas de Florianópolis, hoje Sindicato do Comércio. Em 1937, instalou na Rua Fernando Machado, a fábrica de roupas “Distincta”, abrindo o mercado de trabalho para costureiras e alfaiates da cidade. Abriu também várias filiais da loja “A Capital”: em 1938, em Blumenau; em 1943, na cidade de Lages; em 1947, em Tubarão, chegando a abrir uma filial em São Paulo no Largo do Arouche em 1950. Em 1973, foi homenageado pela Universidade Federal de Santa Catarina por ter cedido, anos antes, o prédio do Ginásio “Barriga Verde” para instalação da Faculdade de Medicina. Foi também homenageado (1977) com placa de honra ao Mérito pelo Rotary Club de Florianópolis como um dos comerciantes mais antigos da cidade. Em 1980, faleceu deixando uma marca importante para o comércio e para a hotelaria da cidade - Importante alfaiate e comerciante que construiu um hotel, recebeu o seu nome na construção do prédio “Oscar Palace Hotel”, um dos mais altos edifícios da época, iniciado em 1949, tendo sido inaugurado em 1960, em solenidade, que contou com a presença de autoridades como o Desembargador Henrique da Silva Fontes. Na construção do empreendimento, Oscar Cardoso investiu capital próprio obtido através do bom desempenho de sua casa comercial, a loja “A Capital” (Entrevista concedida em 23/04/2004 por Nicolau Cardoso Neto e Nelson Luiz Cardoso, proprietários do hotel).

Internet, frigobar, telefone, cofre individual, estacionamento, serviço de alimentação e café da manhã já incluído na diária. O período de maior fluxo dos hóspedes, até o início dos anos de 1990, correspondia aos meses de janeiro e fevereiro. Essa realidade foi alterada, diante da expansão do turismo e da atividade hoteleira nos principais balneários da Ilha.

A hotelaria de Florianópolis da década de 1960 foi impulsionada pelo fortalecimento da máquina estatal (BRDE; CELESC; BESC), pela criação da Universidade Federal de Santa Catarina, bem como pela fluidez do espaço rodoviário por meio da inauguração do trecho catarinense da BR 101. Os hóspedes, nesse período, possuíam vinculações com o governo, como é o caso de políticos do interior do estado de empreiteiras, cujos executivos, engenheiros e arquitetos necessitavam de estada na capital. A hotelaria também atendia aos professores e estudantes da Universidade, além de representantes comerciais que vinham constantemente à cidade. Os principais mercados emissores eram o interior do estado de Santa Catarina e os vizinhos estados do Rio Grande do Sul e do Paraná.

Dos hotéis que surgiram no início do século XX até a década de 1960, somente permanecem em funcionamento na atualidade o Hotel Cruzeiro, o Oscar Hotel e o City Hotel.

A partir da década de 1970, desencadeia-se uma verdadeira expansão urbana, apresentada por Campos (2010) em quatro períodos distintos: o primeiro período como “o boom imobiliário da década de 1970”, que teve início em meados dos anos de 1970 e se estende até o final da mesma década; o segundo, “a crise dos anos de 1980 e o início da expansão imobiliária de São José²⁴⁶”, que inicia no fim da década de

²⁴⁶ O município de São José está localizado na parte continental, limítrofe com Florianópolis, Biguaçu, Palhoça, Antônio Carlos, Santo Amaro da Imperatriz, Aguas Mornas e São Pedro de Alcântara. Assim como Florianópolis, o município de São José foi colonizado por açorianos em 1750, quando as primeiras famílias começaram a construir as primeiras casas. Nos primeiros períodos da sua fundação, o município exercia a função de centro de apoio para abastecimento da capital, fazendo a ligação entre o Desterro e a parte continental através do mar. No século XIX, São José tornou-se uma importante vila de Santa Catarina, graças ao seu comércio e à intensa movimentação de embarcações, através do trapiche existente no atual Centro Histórico, que foi responsável pela transformação do povoado em centro comercial e também o seu território foi passagem para o planalto servindo de ponto de parada para fazer a travessia até a ilha de Santa Catarina, consolidando as relações entre a região do planalto e o litoral catarinense. Na primeira metade do século XX, o município sofreu momentos de estagnação quando perdeu parte do seu território: Angelina e Garcia são desmembrados para formar o município de Angelina (1961) e João Pessoa (parte continental do estreito) que passa a integrar, em 1944, o município de Florianópolis, local de principal área de comércio.

1970 e vai até a segunda metade da década de 1980; o terceiro período, “a retomada do boom imobiliário na década de 1990”, que teve início no final da década de 1980 e se mantém durante os anos de 1990; e o quarto período, “a explosão a partir do ano 2000” - este foi favorecido pelo reconhecimento nacional e internacional das belezas naturais de Florianópolis, o que refletiu na expansão do turismo e no crescimento da indústria da construção civil e, conseqüentemente, no incremento dos negócios imobiliários e hoteleiros.

Até o final da década de 1960, e no início dos anos de 1970, Florianópolis possuía características de uma cidade pacata e calma, com poucos prédios construídos. Porém, diante da melhoria de sua ligação com a rede rodoviária nacional e estadual, começa a instalação de empresas estatais de grande porte, bem como de outros órgãos federais e estaduais, conforme foi relatado. Inicia-se, então, um fluxo migratório, conseqüentemente um aumento populacional e o incremento da indústria de construção civil, bem como do mercado imobiliário. Em 1970, a cidade já possuía uma população de 115.547 habitantes, e, para atender às exigências estruturais viárias e urbanas, novos incentivos estaduais e federais revolucionaram a configuração urbana, como foi o caso do aterro da Baía Sul, que, dentre outras funções, facilitou o escoamento do fluxo do tráfego urbano em direção às pontes Colombo Sales (1975) e Pedro Ivo Campos (1991).

Em 1970, dá-se à transferência da sede da ELETROSUL (Centrais Elétricas do Sul do Brasil) do Rio de Janeiro para Florianópolis²⁴⁷. Os funcionários da ELETROSUL, recém-chegados à

Com a inauguração da ponte Hercílio Luz (1926), o município deixou de ser cidade-porto ou cidade-dormitório para servir apenas de cidade-estrada. Nesse contexto, passou a ser ponto de passagem. No período da década de 1970, com a formação da área industrial de São José nas margens da BR 101, algumas indústrias sediadas em Florianópolis transferiram suas estruturas para o município. Foi nesse período que São José começa a expandir sua economia novamente: melhorias urbanas foram realizadas, loteamentos foram construídos como o Kobrasol, incrementando a parte econômica e social do município. A partir de então, São José se transformou em um grande polo industrial, comercial e de prestação de serviços, conseqüentemente em uma expressiva expansão urbana e econômica, não somente pela instalação de empresas de grande porte no Distrito Industrial, mas também pelos investimentos realizados por empresas do ramo imobiliário (CAMPOS, 2010).

²⁴⁷ O Estado de Santa Catarina e, principalmente, Florianópolis, ganharam com a instalação na Ilha dessa “massa crítica” de dois mil funcionários de nível superior da ELETROSUL, percebendo e investindo na cidade grande parte de seus salários, bem mais elevados do que aqueles pagos na Ilha. Além disso, uma parte do pessoal foi contratada em Florianópolis, o que ajudou a melhorar seu nível de vida e o patamar de suas expectativas (CARNEIRO, 1987, p. 203).

Florianópolis apresentavam um poder aquisitivo maior, o que provocou um aquecimento no mercado imobiliário em função da demanda por terrenos, casas e apartamentos na capital. Essa expansão do mercado imobiliário, além de gerar transformações na organização espacial urbana, impulsionou, também, o ramo da construção civil. Conforme aponta Campos:

Com o “boom imobiliário”, Florianópolis passou por um processo de transformação fisionômica, fruto do engajamento dos empresários da construção civil no setor e pelas condições favoráveis. O período da construção civil deu-se, mais precisamente de 1971 a 1979, o espaço de tempo onde ocorreram os primeiros investimentos significativos e de elevada monta na construção de grandes edifícios residenciais e comerciais. A classe média, nessa época apresentava condições financeiras e renda compatível para adquirir imóveis. (CAMPOS, 2004, p.117).

Nota-se, portanto, que a construção civil teve grande importância na expansão urbana de Florianópolis, pois participou efetivamente no desenvolvimento econômico-social da cidade, proporcionando, ao lado da ascensão de empresários que se dedicaram ao ramo imobiliário, a melhoria do padrão da habitação local, bem como a geração de novos empregos e fonte de renda para a população.

A partir de 1970, a capital catarinense começa a crescer em razão de uma série de fatores: com a construção das principais vias de acesso rodoviário; com a instalação das universidades federal e estadual, das autarquias e de administração pública, o que desencadeou um processo migratório para a capital de pessoal técnico e pessoas de outras unidades da federação. A década de setenta, no século passado, foi um período de forte expansão urbana e de evolução da construção civil, conforme afirmou Peluso Jr. (1991) e, posteriormente, constatou Campos (2004 e 2010). Foi o auge do “boom imobiliário”, com as facilidades de financiamento para a classe média para aquisição da habitação - as construtoras passaram a investir em empreendimentos, primeiramente localizados no Centro e na Avenida Beira Mar Norte, mas, posteriormente, em Itacorubi, Córrego Grande e Pantanal. As principais empresas da construção civil, nessa época, era a Ceisa, a Gonzaga e a

Emedaux²⁴⁸, todas com capital local. Nesse período, Florianópolis passa a atrair também um contingente maior de pessoas, estudantes e professores, estimulados pela criação e pela atuação de grandes empresas estatais estaduais e federais. A partir de então é que efetivamente se deram os grandes impactos sobre o espaço urbano de Florianópolis com o adensamento do centro e a expansão de sua periferia de forma tentacular.

A construção da BR 101, inaugurada em 1971, contribuiu, também, para a intensificação do crescimento urbano de Florianópolis ao facilitar a comunicação e o acesso aos diversos pontos do território catarinense e destes com a capital. A crescente classe média ganhou representatividade, loteando novos bairros residenciais, como os bairros da Trindade, Pantanal, Córrego Grande, dentre outros. A ação do poder público estadual e federal transformou o perfil das atividades administrativas, dinamizando serviços e implantando novos empreendimentos através de investimentos que reforçaram o setor terciário superior. A criação de agências regionais das instituições prestadoras de serviços, das estatais e das grandes empresas sediadas na capital reforçou a integração da rede urbana catarinense, reafirmando o papel de Florianópolis como centro administrativo do Estado de Santa Catarina. Por outro lado, as modificações provocadas na cidade, devido à intervenção estatal, geraram uma demanda por trabalhadores qualificados, que refletiu em um aumento populacional significativo em relação ao contingente de habitantes naturais. Essa situação faz surgir um novo mercado consumidor que fomentou o desenvolvimento da construção civil, ao mesmo tempo em que a ampliação do sistema rodoviário e a melhoria das infraestruturas urbanas, fomentaram, também, o desenvolvimento turístico a partir de 1970.

Bastos (2000) destaca que o dinâmico crescimento de Florianópolis está diretamente relacionado às novas funções que a capital catarinense passa a exercer, pois a cidade, que se torna alvo de maciços investimentos realizados pelo poder público estadual e federal,

²⁴⁸ A construtora Emedaux foi fundada, em 1970, por Miguel Daux, tendo como sócio o seu filho Luís Daux. Em 1980, a construtora encerrou as suas atividades para seus empreendedores dedicarem-se aos seus empreendimentos hoteleiros construídos por eles, o hotel FLOPH e o Águas Mornas. Já a construtora Gonzaga atuou no mercado imobiliário e construção no período de 1970 e 1980 e foi responsável por boa parte das construções das edificações do centro da capital. Por último e não menos importante, a construtora Ceisa atuou também no mercado imobiliário e na construção civil até 1981 - construiu o edifício Daniela, um dos mais altos (12 pavimentos) para os padrões da época, foi responsável pela construção Ceisa Center, considerado hoje de grande importância para a cidade (CAMPUS, 2010).

readquire certas atividades de âmbito estadual e regional. Tais investimentos modificam radicalmente o perfil da cidade, a urbanização acelera-se, moderniza e reforça o setor terciário superior, dando novas funções à administração estadual e federal, fazendo surgir o BESC, a CELESC e a TELESC, dinamizando serviços, contribuindo na implantação de novos como UFSC, DNER, ELETROSUL.

É importante lembrar que as primeiras manifestações de entretenimento e lazer em Florianópolis, posteriormente associadas ao turismo, vêm através do banho de mar, praticado primeiramente como uma atividade desportiva, realizada próxima à área central e, posteriormente, às segundas residências de florianopolitanos, localizadas, inicialmente, nas praias próximas do continente e, um pouco mais tarde, na parte interior balneária da ilha. Diante dessa nova realidade, surgem as primeiras infraestruturas turísticas e se inicia o processo de urbanização dessas áreas, consideradas privilegiadas pelas elites para o posterior consumo e exploração do espaço que ocorre a partir da intensificação do turismo de massa²⁴⁹.

A partir do momento que os planos governamentais passam a contemplar a perspectiva de exploração da atividade turística, com a criação de políticas de desenvolvimento turístico, o estado e o município assumem, em maior ou menor escala, a implantação de infraestruturas urbanas necessárias para a realização de um turismo organizado em Florianópolis²⁵⁰.

²⁴⁹ Até as décadas de 1950 e 1960, os moradores da região central frequentavam as praias do continente: a praia do Balneário, localizada no bairro do Estreito; as praias da Saudade, Bom Abrigo, Praia do Meio e Itaguaçu localizadas no bairro de Coqueiros. Inicialmente, esses espaços eram utilizados pelos habitantes locais para o lazer, entretanto, com o passar do tempo, urbanizaram-se, tornando-se áreas de residências permanentes e impróprias para banho, em decorrência do acelerado crescimento urbano. “Os interesses imobiliários foram aos poucos concentrando suas atenções no continente. Na praia de Coqueiros, a partir da década de 1930, alugavam-se e vendiam-se casas para temporada, bem como eram abertos muitos loteamentos para casas de veraneio. Até mesmo quando se anunciava a venda de sítios, falava-se da proximidade de uma praia de banhos, entre os seus confortos. Antes se mencionava a excelência do porto, agora praia para banhos. [...] a Ponta do Leal, localizada no distrito do Estreito, também começou a ser maciçamente ocupada na década de 1930. Já em 1933, se organiza um banho de mar à fantasia no Balneário [...] a área que compreende a Ponta do Leal, chamava-se Pasto do Gado e foi adquirida pelo Sr. Fúlvio Coriolano Aducci, para investir em negócios imobiliários. Muitas das famílias abastadas de Florianópolis fizeram ali suas casas de veraneio, como o Sr. Aderbal Ramos da Silva que foi governador de Santa Catarina em 1947.” (FERREIRA, 1998, p. 85).

²⁵⁰ Em 1969, surge o primeiro órgão público ligado ao turismo, a Diretoria de Turismo e Cultura - DIRETUR, no governo do prefeito Acássio Garibaldi Santiago. Nesse mesmo ano, surgem as agências de viagens Ihatur e a Turismo Holzmann, as primeiras empresas

Até o início dos anos de 1970, devido à distância do núcleo central e às deficiências do sistema viário, as áreas balneárias compostas por comunidades pesqueiras e rurais mantinham-se sem grandes alterações, embora, na década de 1930, tenha surgido o primeiro empreendimento hoteleiro “Canasvieiras Hotel”, na praia de Canasvieiras, mas prevalecendo as casas de veraneio cujas propriedades pertenciam à elite florianopolitana. Nesse período, a atividade turística era desenvolvida de forma tímida, começando a dar sinais de expansão. Com isso, além dos lançamentos dos loteamentos nos balneários do Norte da Ilha, no núcleo central da cidade, ocorre ao mesmo tempo um processo de urbanização, identificado através da verticalização e da otimização dos espaços para usos comerciais ou residenciais. Assim, muitas das edificações com alto valor histórico foram destruídas ou alteradas para atender às novas funções (residencial, imobiliária ou ainda comercial), situação observada principalmente com os prédios construídos no período para abrigar salas comerciais, como é o caso, por exemplo, do Edifício Dias Velho e do edifício do Centro Comercial Aderbal Ramos da Silva. A década de 1970 é marcada pela grande evolução na construção civil. Nesse espaço de tempo ocorreram também outros investimentos na construção de hotéis para atender à máquina estatal instalada na capital e à demanda turística. Dentre os empreendimentos hoteleiros construídos nesse período na região do núcleo central, destacam-se o Hotel Ivoram, o Florianópolis Palace Hotel e o Hotel Faial, que proporcionaram, também, um aumento na oferta de leitos para hospedagem na capital.

O hotel Ivoram localizava-se na Rua Hercílio Luz, concebido por Manoel Gil Malet, também proprietário do Lux Hotel (1970). A sua construção foi realizada na pessoa física do proprietário, com recursos capitalizados no início da obra (1971) através da negociação de terrenos, bem como dos dividendos recebidos do empreendimento Lux Hotel. Para finalizar a construção do prédio foi necessário captar outros recursos através de financiamento²⁵¹.

de agenciamento catarinenses. Em 1978 a DIRETUR passa a chamar-se Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes - SETUR.

²⁵¹ Entrevista concedida em 7/07/2004 por Estanislau Emílio Bresolin, genro do Sr. Manoel Gil Malet, administrou o hotel Lux, implantou o hotel Ivoram e construiu o Ivoram Praia. Atualmente exerce a função de Presidente da Federação dos Hotéis Bares e Similares. Diz em seu depoimento, “para acabar o prédio precisava de um financiamento, e para isso só organizando a empresa. Não tinha uma empresa organizada, tinha o Lux, de Manoel Gil Malet, como empresa individual, e o Ivoram não era nada. Era só uma construção dele, na pessoa física. Ele adquiriu o terreno, e foi construindo o prédio com o dinheiro que possuía. Nesse momento, tive dificuldades financeiras para finalizar a

O Florianópolis Palace Hotel (FLOPH), inaugurado em 1975 na Rua Artista Bittencourt, foi o primeiro hotel 5 estrelas da cidade, que apesar de ter sido classificado como um 5 estrelas, o empreendimento nunca atendeu às exigências realizadas pelo Sistema de Classificação Hoteleiro da Embratur²⁵² quanto a sua estrutura e seus serviços disponibilizados. O empresário de origem libanesa, Luís Elias Daux, iniciou a construção do hotel em 1974, com recursos próprios, obtidos através da construtora M. Daux de sua propriedade. O hotel contava, no ano da sua inauguração, com 96 unidades habitacionais distribuídas nas categorias, suíte (presidencial, luxo e executiva) e apartamentos (luxo e superior). Nos primeiros dez anos de seu funcionamento, o hotel não era informatizado, o que significa que necessitava de um expressivo número de pessoas para o atendimento de serviços prestados. O Florianópolis

construção, então, foi necessário buscar um financiamento no Banco Sul Brasileiro”. Em relação à existência de algum incentivo ou recurso governamental para construção dos hotéis no período de 1970, Estanislau Bresolin alega que “não era bem incentivo, nem os financiamentos eram específicos para a hotelaria eram somente recursos. O que tinha de incentivo eram incentivos fiscais, você conseguia 10 anos de isenção de Imposto de Renda, ICMS e de ISS e o Ivoram conseguiu”. Sobre a construção dos empreendimentos afirma que os hotéis de praia foram construídos para os meses de janeiro e fevereiro. Quanto aos hotéis localizados no centro da cidade, o perfil dos hóspedes era o de homens de negócios. Quem construía hotel no Centro o fazia para este fim. Sempre foi assim e o potencial do Ivoram voltava-se para o atendimento de representantes de empresas, sendo São Paulo sempre o maior celeiro, depois é claro o próprio estado, pois vinha muita gente do interior. O hotel foi inaugurado em 1973, com 30 apartamentos e duas suítes, totalizando 32 unidades habitacionais, todas com banheiro privativo e com capacidade para hospedar 68 pessoas. Desde o início do seu funcionamento, o empreendimento sofreu várias reformas para se adequar às necessidades do mercado, devido ao fato de que ao ser instalado apresentava um mobiliário muito simples, em função da urgência de finalizar a obra. Em relação à origem dos hóspedes que buscavam o empreendimento e ao período de maior ocupação janeiro, fevereiro e julho eram os períodos de maior movimentação no hotel. Nos anos de 1980, o Hotel Ivoram passou por mudanças no contrato social da empresa devido à entrada de novos sócios. O Manoel Gil Malet, proprietário da edificação sai da sociedade entrando em seu lugar Paulo Bresolin e Mauro Bresolin. Em 1988, surge o Ivoram Praia como uma filial do Ivoram Centro. O hotel encerrou as suas atividades em outubro de 1997 quando foi vendido para Antônio Alexandre de Oliveira, momento em que mudou de denominação passando a chamar-se Hotel Gênese até 1998, sendo adquirido, no ano 2000, por Cristiane Santos Piccoli. Depois de várias melhorias realizadas pela atual proprietária na estrutura do empreendimento, surge o Hotel Centro Sul em funcionamento até hoje.

²⁵². O Sistema de classificação dos hotéis é uma questão bastante polêmica e vem passando por constantes modificações geradas pela falta de credibilidade da própria classificação decorrente de divergências e confrontos entre a classe empresarial e o governo (EMBRATUR). Para maiores informações sobre as exigências da matriz de classificação hoteleira, consultar o Manual do Sistema de Classificação e a Matriz disponibilizados pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH).

Palace Hotel chegou a ter 120 funcionários, atualmente o quadro funcional conta com 40 pessoas. Em 1988, o hotel foi adquirido por José de Oliveira, proprietário da Rede Sagres, uma rede hoteleira local de Balneário Camboriú²⁵³.

O Hotel Faial, localizado à Rua Felipe Schmidt, foi construído em 1977 por Adroaldo Palma Silva e Edson Schelr, para ser inicialmente um edifício residencial. Porém a construtora Predilar, detentora do empreendimento na época, sem concluir a obra, decidiu vender o imóvel. Atentos à possibilidade de expansão dos negócios, o grupo empresarial Modelar Modas e Confecções²⁵⁴ adquiriu o imóvel com a finalidade de implantar um hotel. Os recursos obtidos para compra e implantação do Faial são provenientes da Modelar. A abertura do hotel ocorreu em 1979, contando na época com 65 unidades habitacionais distribuídas em 12 pavimentos. O estabelecimento já realizou várias reformas com o intuito de melhorar a sua estrutura, dentre elas, a de maior expressão, aconteceu em 1997, quando os proprietários buscaram financiamento por meio do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) para ampliação da capacidade do hotel, construindo mais um bloco de 12 pavimentos, com 55 unidades habitacionais e salas de eventos. O hotel passou, então, a ter 120 unidades habitacionais, aumentando a sua oferta de leitos no mercado. Em 1992, seus proprietários decidiram construir mais um empreendimento, o Hotel Farol da Ilha de categoria econômica com 35 unidades habitacionais, localizado à Rua Bento Gonçalves nas proximidades do Hotel Faial, de modo a aproveitar a infraestrutura operacional deste último. Os hóspedes dos dois hotéis são, principalmente, do interior do estado de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo, coincidindo o período de maior ocupação com os períodos de realização dos eventos na cidade, nos meses de março a dezembro, fato que passou a ocorrer, sobretudo, a partir dos anos de 1990. Nos anos anteriores, em função da falta de estrutura hoteleira nas praias recebiam também turistas a lazer²⁵⁵.

²⁵³Entrevista concedida em 12/07/2004 por Geraldo Zanini que exerceu o cargo da Gerência no Florianópolis Palace Hotel em 1986. No período da entrevista, era Gerente Geral do Águas Mornas Palace Hotel, que pertencia à família Daux.

²⁵⁴Em 1986, houve uma mudança no contrato social, passou a explorar o hotel Faial anteriormente explorado pela Arquipélago Empreendimentos Hotelaria e Turismo para a Modelar Hotelaria e Turismo Ltda., estabelecida em Florianópolis, registrada como empresa exploradora de meios de hospedagem.

²⁵⁵Entrevista concedida por Carlos Cândido da Silva, Gerente Geral do Hotel Faial em 15/06/2004.

Os hotéis construídos nos anos de 1970 foram beneficiados somente por incentivos fiscais. As primeiras linhas de financiamentos próprios para a construção de hotéis surgiram nos anos de 1980, através dos recursos disponibilizados pela Embratur, beneficiando, principalmente, os hotéis de praia construídos no Norte da Ilha de Santa Catarina. Percebeu-se, também, que a transferência da ELETROSUL do Rio de Janeiro para Florianópolis proporcionou um incremento na ocupação dos hotéis - fato já relacionado anteriormente em que se destacou o reflexo dessa mudança na expansão urbana da cidade.

Nota-se que em Florianópolis a atividade turística passou a ganhar credibilidade, sensibilizando ainda mais a esfera política quanto à necessidade de investimentos públicos em infraestruturas, atraindo setores empresariais internos e externos. Prevalecendo-se da oportunidade de compra dos terrenos fora do centro, principalmente nas praias, a apropriação privada ocorreu sobre terras públicas de marinha ou sobre terras comunais tradicionais²⁵⁶. Nesse contexto, o turismo como um elemento influenciador de mudanças, aparece como uma atividade de risco, onde grupos econômicos acabam privilegiando seus próprios interesses, sem qualquer comprometimento com o desenvolvimento sustentável, agindo sobre a natureza e a cultura local.

O expressivo crescimento urbano da cidade desencadeou problemas estruturais, sentidos principalmente nos últimos anos, nos quais a especulação imobiliária, as construções ilegais e a falta de fiscalização dos órgãos públicos municipais, trouxeram à cidade problemas ambientais e sociais os quais podem ser constatados pelas condições de balneabilidade das praias, poluição, desmatamento e o uso inadequado do solo.

Há em Florianópolis uma infinidade de atrativos turísticos e condições de estruturas favoráveis para o desenvolvimento da atividade, principalmente no que se refere aos balneários, sobretudo naqueles localizados nas porções Norte e Leste da ilha. Nessas regiões, atuam grupos empresariais com grande poder econômico e com interesses voltados à apropriação privada dos espaços, como é o caso do grupo

²⁵⁶ As áreas de usos comunais até recentemente predominantes em quase toda ilha, e que refletiam relações socioculturais identificadas com condições ecológicas do lugar, são aquelas que, primeiramente, dão sinais da trajetória e da força de um capitalismo modernizante, elo condutor para o almejo futuro que já não está distante. Através da seletiva substituição de atividades tradicionais, ou convivendo até quando for possível, o turismo e a especulação imobiliária, por exemplo, vão ocupando e produzindo espaços (CAMPOS, 1991).

HABITASUL em Jurerê Internacional com (loteamento Jurerê Internacional); CEISA na Praia Brava e de Marcondes de Matos com o empreendimento Costão do Santinho Resort & Spa, localizado na Praia do Santinho.

Os movimentos empresariais que se estabeleceram na Ilha foram beneficiados pelo processo de especulação imobiliária e pela valorização dos imóveis de aluguel na temporada. Possuir um imóvel na praia passou a ser sinônimo de rentabilidade do capital, mesmo para os pequenos investidores. Quanto às formas de receptividade em Florianópolis, há diferentes meios de acomodação representados pelos meios de hospedagem (hotéis, pousadas e *camping*), casas de aluguel e hospedagem em casa de amigos.

O aumento dos fluxos migratórios de turistas, de certa forma, contribui para o processo de urbanização no que se refere ao número de edificações anualmente licenciadas, principalmente na parte balneária da Ilha. São hotéis, pousadas, apartamentos e casas para aluguel, disponíveis em diversas formas de acomodação para turistas, o que indica a extensão da oferta de hospedagem e dita, em parte, o ritmo urbanizador tanto nas regiões balneárias de Florianópolis como em outras cidades litorâneas catarinenses, como Balneário Camboriú, Itapema, Porto Belo, Bombinhas, Garopaba e Imbituba.

A realidade de Florianópolis não difere daquela existente na maioria das cidades turísticas, nas quais se registra um aumento dos fluxos migratórios de mão de obra relacionada, especialmente, à construção civil que emerge na localidade, muito embora a própria atividade turística demande mão de obra, o que contribui para intensificar esses fluxos.

Embora a cidade turística possa ter como característica a produção específica de determinados bens de consumo (confeção, artesanato, produtos alimentícios, etc.), o custo de vida para a população local é geralmente mais alto nas temporadas. Esse fato, dentre outros, impulsiona a organização dos moradores (sociedades de amigos de bairros, associações de moradores, etc.) traço muito forte que reflete as expectativas e as necessidades locais, frente aos interesses de turistas e a de grupos que atuam no setor turístico (LUCHIARI, 2001, p. 126).

A cidade apresenta considerável crescimento do índice de pessoas provenientes de outros estados e municípios de Santa Catarina que migraram para a capital, estimuladas pela oferta de emprego, pelas atividades de serviços, comerciais e/ou públicas. Esse processo migratório, incentivado também pelo incremento estatal, refletiu em um crescimento populacional, como se pode observar na tabela 5 a seguir.

Tabela 5- Evolução da população de Florianópolis - 1940/2010

Ano	1970	1980	1991	2000	2010
Nº de habitantes	138.337	187.871	255.390	342.315	404.224

Fonte: IBGE (2010).

Outro fato de destaque que permite constatar o incremento da atividade turística foi a inauguração em 1976, do aeroporto Hercílio Luz e, posteriormente, a sua ampliação, em 1988, para receber aviões de grande porte. Em 1995, foi elevado à categoria de Aeroporto Internacional. A fluidez no espaço aéreo foi o que dinamizou o turismo de lazer e, posteriormente, o de negócios e eventos na capital²⁵⁷. Hoje é o 14º mais movimentado aeroporto do país, conforme se pode perceber no número de passageiros nos anos de 2002 a 2012 na tabela 6 a seguir.

Tabela 6- Crescimento do número de passageiros ao ano 2002/2010

Ano	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nº de passageiros	1.176.054	1.282.994	1.382.577	1.548.833	1.630.141	1.948.010	2.080.342	2.108.383	2.672.250

Fonte: Anuário estatístico operacional INFRAERO (2010).

²⁵⁷ A História do Aeroporto Internacional de Florianópolis – Hercílio Luz - retrata os primórdios da aviação na América do Sul. Em 1922, a Ilha de Santa Catarina foi escolhida para abrigar as instalações do Sistema de Defesa Aérea do litoral do Brasil. Nesse período, começaram as obras no campo da Ressacada que abrigaria o Centro de Aviação Naval de Santa Catarina. Na época, o céu era de exclusividade dos hidroaviões em Florianópolis. Em 1927, o Centro de Aviação já dispunha de uma pista de pouso para aeronaves terrestres. O Ministério da Aeronáutica inaugurou, em 1955, o terminal de passageiros sob a administração do Departamento de Aviação Civil. No período de 1974, a Infraero recebeu a jurisdição do Aeroporto de Florianópolis, tendo sido inaugurados o terminal de cargas e o novo terminal de passageiros, para posteriormente a abertura ao tráfego público. Na década de 1980, foi realizada uma série de melhorias no Aeroporto, dentre as quais a ampliação do terminal de passageiros e um novo pátio de manobras para as aeronaves. Em 1995, o Aeroporto de Hercílio Luz foi elevado à categoria Internacional pelo então Ministério da Aeronáutica. Em razão do grande movimento o aeroporto é ampliado e climatizado em 2000. Hoje o atual aeroporto possui em seu sítio aeroportuário uma área de 9.086.589 m², terminal de passageiros para atender 1.200.000 passageiros/ano e estacionamento com capacidade para 500 vagas. Essa estrutura tornou-se modesta para atender ao crescimento notado no fluxo aéreo nos últimos anos e por isso a INFRAERO já apresentou uma proposta de ampliação e modernização dando condições para atender 2,7 milhões de passageiros ao ano. (INFRAERO, 2010).

Pode-se verificar na tabela 6 acima a ocorrência de um expressivo crescimento no número de passageiros/ano no aeroporto de Florianópolis, o que representa um aumento de 127,22%, evidenciando a urgência na ampliação e na modernização do aeroporto, pois a sua capacidade de atendimento de 1.200.000 usuários/ano já foi ultrapassada em 2003.

O crescimento no número de passageiros foi motivado pela estabilidade da economia brasileira no período e, conseqüentemente, no aumento do número de pessoas que passaram a utilizar o avião como meio de transporte para seu deslocamento. Paralelamente, ocorre nos últimos anos, um aumento da oferta de companhias aéreas e, por conseguinte, o crescimento no número de voos para a cidade, não somente em razão do turismo, mas, também, pelo fato do reconhecimento nacional e internacional das belezas naturais, da segurança, o que desencadeou um processo migratório para Florianópolis e, como reflexo, um expressivo aumento populacional, impactando diretamente na falta de infraestruturas urbanas que possam atender a essa demanda, como exemplo, os problemas no sistema viário e na falta de mobilidade urbana sentido pelos moradores da cidade nos últimos anos.

Em 1980, ocorre o “boom” da atividade turística na ilha, em consequência da chegada de turistas provenientes dos países vizinhos (Argentina, Paraguai e Uruguai) que passaram a frequentar mais intensamente o verão de Florianópolis, motivados pela atratividade paisagística local e, também, pelas vantagens monetárias que a política cambial propiciava na época. Além disso, nesse período, foram realizadas campanhas publicitárias que vendiam Florianópolis como “Capital turística do Mercosul” e “Ilha da Magia”, campanhas publicitárias que com o apoio do *trade* turístico²⁵⁸ e do poder público transformaram a cidade em um produto turístico nacional e internacional.

²⁵⁸ Faz parte do mercado turístico, os meios de hospedagem e turismo, as agências de viagens operadoras nacionais e internacionais, as agências de viagens emissivas e receptivas, as empresas organizadoras de eventos, as entidades de classe como a Associação da Indústria de Hotéis (ABIH); Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV); Associação Brasileira de Operadoras de Turismo (BRAZTOA); Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), dentre outras representativas; os órgãos governamentais como na esfera federal o Ministério do Turismo (Mtur); a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR); na esfera estadual a Secretaria da Organização e do Lazer (SOL) e a SANTUR.

Os apelos e as pressões impostas atualmente pelo *trade* turístico aos órgãos competentes do estado e do município para que os recursos públicos sejam também direcionados para a atividade turística parecem indicar novas perspectivas para o turismo em Florianópolis, enquanto alternativa preferencial de desenvolvimento econômico e social para a cidade. Percebe-se, então, por meio da pesquisa mercadológica promovida pela SANTUR, a importância do turismo para movimentar e expandir a economia regional (ver tabela 7 a seguir).

Tabela 7 - Principais mercados emissores de turistas estrangeiros para Florianópolis 1986/2008

Ano	Argentina	Uruguai	Chile	EUA	França	Paraguai
1986	88,64	4,20	1,87	*	*	*
1987	89,95	6,90	*	*	*	*
1988	72,99	10,43	1,90	3,32	2,84	1,90
1989	*	*	*	*	*	*
1990	61,88	20,00	2,50	1,25	1,88	3,75
1991	71,53	9,49	*	5,84	*	2,92
1992	81,88	6,52	4,35	*	*	1,45
1993	93,62	3,83	2,13	*	*	*
1994	92,16	3,19	*	*	*	1,96
1995	84,23	5,09	4,70	*	*	3,02
1996	84,32	6,72	1,49	*	1,49	3,73
1997	84,60	6,70	3,13	*	*	2,46
1998	77,91	9,30	1,55	*	*	6,98
1999	83,04	4,78	2,17	*	*	4,78
2000	86,34	7,01	2,80	*	*	0,88
2001	87,38	6,78	0,95	*	*	4,26
2002	68,60	19,45	1,37	*	*	6,83
2003	70,38	8,71	4,88	*	*	8,01

Ano	Argentina	Uruguai	Chile	EUA	França	Paraguai
2004	72,12	6,06	4,85	*	*	5,45
2005	76,99	7,96	3,10	*	*	3,54
2006	63,64	8,33	15,91	*	*	6,06
2007	90,00	0,50	5,50	*	*	2,50
2008	79,17	5,00	8,33	*	*	5,00

Fonte: SANTUR (dados em %). Consulta realizada em vários anos. Elaborado pela autora em 2011.

* Em 1989, a SANTUR não realizou a pesquisa de demanda e não foi registrada a presença de estrangeiros oriundos dos países Chile; Estados Unidos (EUA), França e Paraguai em alguns períodos.

Por meio da pesquisa de demanda realizada pela SANTUR, pode-se constatar a Argentina como principal mercado emissor de turistas estrangeiros para Florianópolis, embora se verifica, também, a potencialidade de outros mercados como Chile -economia em plena expansão nos últimos anos.

Vale ressaltar que os dados informados pela SANTUR tratam da realidade no período correspondente à alta temporada, destacando-se os uruguaios dentre os estrangeiros que frequentam a capital por preferirem visitar a cidade em períodos fora da alta estação, quando no seu país de origem, acontecem semanas de feriados que coincidem, por exemplo, com a Semana Santa no Brasil. Nesse período, aumenta significativamente o contingente de uruguaios que ocupam preferencialmente os balneários do Norte da Ilha.

A instabilidade econômica da Argentina, principal mercado emissor de estrangeiros que chegam a Florianópolis, diminuiu consideravelmente o fluxo nas temporadas de 2002, 2003 e 2006. Em consequência das oscilações da moeda e da instabilidade econômica, houve uma queda da receita em dólar apresentada no decorrer dos anos. Esse fato deve-se à alta cotação que a moeda experimentava em alguns períodos.

Tabela 8- Movimento de turistas nacionais e estrangeiros para Florianópolis e a receita gerada em dólar 1986/2009

Ano	Nacionais	Estrangeiros	Total	Receita em US\$
1986	131.790	67.710	199.500	35.578.516,09
1987	126.811	82.034	208.845	129.962.213,00
1988	180.786	39.015	219.801	46.089.083,10
1989	*	*	*	152.051.181,19
1990	243.820	58.837	302.657	138.715.090,77
1991	269.133	61.456	330.589	84.920.325,01
1992	201.901	149.797	351.698	84.462.434,18
1993	238.282	178.332	416.614	176.091.054,78
1994	170.679	186.196	356.875	164.771.909,66
1995	172.623	83.105	255.728	109.863.451,84
1996	215.835	84.815	300.650	120.961.916,81
1997	270.189	154.591	424.780	215.508.608,92
1998	272.643	85.815	358.458	138.901.218,73
1999	287.859	147.631	435.490	129.520.526,02
2000	335.132	171.109	506.241	144.917.799,97
2001	319.901	232.987	552.888	163.149.590,98
2002	295.464	75.163	370.627	84.634.776,20
2003	233.425	74.769	308.194	56.000.054,43
2004	492.114	89.328	581.442	113.323.983,55
2005	453.516	120.582	574.098	169.090.856,43
2006	487.960	100.799	588.759	167.860.967,32
2007	637.488	143.095	780.583	298.177.493,65
2008	629.378	146.996	776.374	330.149.308,79

Fonte: SANTUR. Consulta realizada em vários anos. Elaborado pela autora em 2011.

* No período de 1989 a SANTUR não realizou a pesquisa de demanda.

Os dados acima permitem constatar que o número de turistas nacionais foi superior ao número de estrangeiros em praticamente todos os períodos, com exceção de 1994. Ano a ano o índice de estrangeiros aumentou, principalmente a partir de 1992, chegando ao seu ápice em

2001. Nas duas temporadas seguintes (2002 e 2003), houve um decréscimo no movimento de turistas, reflexo da crise econômica na Argentina. Pode-se perceber que o mercado nacional manteve-se em ascensão nos últimos oito anos, isto é devido ao momento de estabilidade econômica que o Brasil experimenta. Algumas ações como o controle da política cambial, a valorização da moeda brasileira, o sistema de crédito, as possibilidades de parcelamento de viagens, permitiram que a classe média passasse a viajar e a incrementar ainda mais a economia com o turismo, o que contribuiu consideravelmente para o aumento da receita, como pode ser percebido a partir de 2004 (ver tabela 9 que segue).

Tabela 9- Principais mercados emissores nacionais para Florianópolis 1986/2008

Ano	Santa Catarina	Rio Grande do Sul	São Paulo	Paraná	Rio de Janeiro
1986	24,11	22,3	20,95	12,48	10,17
1987	16,91	20,63	23,23	10,78	12,27
1988	25,46	15,24	24,34	14,52	7,26
1989	*	*	*	*	*
1990	10,72	26,09	22,32	15,38	6,03
1991	14,17	21	28,33	12,66	9,5
1992	5,91	33,87	29,57	7,53	5,91
1993	11,15	31,53	18,15	15,29	8,6
1994	13,1	34,49	20,86	16,84	6,68
1995	18,09	57,03	10,66	8,24	3,23
1996	17,6	44,27	12,61	14,08	3,81
1997	7,28	43,04	20,31	14,81	7,41
1998	13,19	25,89	26,62	16,44	6,02
1999	7,05	43,34	20,27	11,98	4,7
2000	9,27	37,08	21,03	17,83	4,63
2001	12,56	35,37	20,05	18,78	3,46
2002	11,09	38,86	20,79	16,51	4,28
2003	7,7	40,96	19,31	13,17	5,92
2004	4,51	34,97	24,45	18,44	5,31
2005	13,76	42,71	14,82	11,76	5,88
2006	22,69	37,32	14,24	12,99	4,54
2007	15,82	35,69	17,17	13,69	5,95

Fonte: SANTUR (dados em %). Consulta realizada em vários anos. Elaborado pela autora em 2011.

* No período de 1989, a SANTUR não realizou a pesquisa de demanda.

Segundo os dados coletados pela SANTUR, é expressiva a movimentação de turistas nacionais. Apesar da concorrência com outros destinos, como Balneário Camboriú e a região de Porto Belo, a capital ainda é a porta de entrada do turismo nacional catarinense. Verifica-se, também, que o estado do Rio Grande do Sul é principal mercado

emissor de turistas para Florianópolis, com exceção do estado de São Paulo que nos anos de 1991 e 1998 sobrepôs-se a todos os outros mercados.

A análise de dados da pesquisa de demanda mercadológica permite mensurar o crescimento do turismo em Florianópolis. No entanto, como os dados são fornecidos anualmente pela SANTUR, e referem-se apenas à realidade de alta temporada, a pesquisa fica comprometida já que não permite uma análise do perfil de demanda anual. Em outros meses do ano (março a dezembro), a Ilha recebe também turistas de negócios e eventos.

Na década de 1980, a expansão da atividade turística em Florianópolis, foi marcada pela presença de consumidores turísticos provenientes dos países vizinhos (Argentina, Paraguai e Uruguai), motivados pela atratividade paisagística local, também, pelas vantagens monetárias decorrentes da política cambial. Tem origem, nesse período, a construção dos hotéis localizados nos balneários da Ilha de Santa Catarina.

O quadro 23 a seguir apresenta os hotéis localizados na parte balneária da Ilha de Santa Catarina no período nos anos de 1970 e 1980:

Quadro 23- Hotéis localizados nos Balneários da Ilha de Santa Catarina nos anos de 1970 e 1980

HOTEL	ANO	Nº DE UH	LOCALIZAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO
Canasvieiras Hotel	1930 - 1970	33	Canasvieiras	Independente
Joaquina Beach Hotel	1972	60	Joaquina	Independente
Lagoinha Hotel	1978	85	Lagoinha	Independente
Jurere Praia Hotel	1980	58	Jurerê	Independente
Marinas Palace Hotel	1982	57	Canasvieiras	Independente
Cris Hotel	1983	67	Joaquina	Independente
Praiatour	1984	120	Ingleses	Independente
Hotel Cabanas da Praia Mole / Praia Mole Eco Village	1984	88	Praia Mole	Independente
Costa Norte Ingleses	1986	52	Ingleses	Independente
São Sebastião da Praia	1987	77	Campeche	Independente
Costa Norte Ponta das Canas	1987	55	Ponta das Canas	Independente
Canasvieiras Praia	1988	54	Canasvieiras	Independente

Fonte: Elaborado pela autora (2011).

*UH – designa-se “unidade habitacional” para tipos de acomodações como: apartamento, suíte e outras categorias.

Dos hotéis localizados na parte balneária da Ilha de Santa Catarina, inaugurados nos anos de 1970 e 1980, todos possuíam uma administração independente e familiar, isto é, não eram vinculados a redes hoteleiras, o proprietário do empreendimento é atuava na administração da empresa. Atualmente, os hotéis que não se encontram em funcionamento são: Joaquina Beach Hotel, Lagoinha Hotel e o Jurere Praia Hotel²⁵⁹.

²⁵⁹ O empreendimento Jurerê Praia Hotel foi concebido pelo grupo Habitasul de Porto Alegre, também incorporador do então loteamento Jurerê Internacional. A estrutura habitacional foi composta de 58 cabanas para acomodar de três até cinco pessoas no mesmo ambiente.

Ao final da década de 1990 o Lagoinha fechou para operação hoteleira e passou a alugar a sua estrutura na alta temporada. Já o Joaquina Beach teve o seu auge na década de 1980, quando a Joaquina era a praia mais conceituada da ilha e teve o seu reconhecimento nacional e internacional com os principais campeonatos de surf. A partir

No mesmo período que se iniciaram os investimentos nas praias de Canasvieiras, Jurerê, Joaquina, Lagoinha, Ponta das Canas e Ingleses, com o aumento do número de turistas, começa a surgir uma nova hotelaria no centro da cidade. Surgem no período da década de 1980, os hotéis Diplomata, Castelmar, Baía Norte Palace Hotel, Valerim Plaza e Valerim Center e Pontal Sul para atender, especialmente naquele momento, a demanda do turismo de lazer; todavia, atualmente, os serviços desses empreendimentos são direcionados para o turismo de negócios e eventos²⁶⁰.

da década de 1990, a praia passou a ser mais intensamente frequentada por excursionistas e turistas. Boa parte dos campeonatos e dos eventos esportivos foi transferida para a Praia Mole. A partir daí a Joaquina torna-se um dos principais atrativos turísticos naturais da Ilha, passando a ser visitada mais para contemplação das suas belezas naturais e os hotéis ali localizados sofreram com a falta de ocupação, desencadeando problemas financeiros, sucateamento das instalações, culminando com o fechamento do Joaquina Beach.

²⁶⁰ Um dos empreendimentos que surgiu estimulado pelo crescimento do turismo de lazer na ilha foi o atual Pontal Sul Hotel, localizado na Rua Tiradentes. O empreendimento foi concebido para abrigar salas comerciais na década de 1970. Posteriormente, nos anos de 1980, em razão do movimento turístico na Ilha de Santa Catarina, todas as instalações foram transformadas para funcionar o Hotel Baía Sul. Em 1999, surge o Hotel Pontal Sul por motivos particulares da família, o estabelecimento passa a ser administrado por Juliana Marinho de Sousa Santos e Gabriel Antunes da Cruz de Sousa Santos, cada qual com 50% das ações. O hotel sempre contou com 43 unidades habitacionais, com capacidade para 110 leitos. O capital investido para implantação do Pontal Sul Hotel origina-se da família dos atuais proprietários, que são empresários do ramo hoteleiro no Norte da Ilha. Assim como em outros hotéis localizados no centro de Florianópolis, não foi previsto na construção do prédio estacionamento próprio, conforme relato da proprietária: “A falta de estacionamento dificulta o atendimento aos hóspedes”. Em relação à ocupação, ela afirma que: “Hoje a ocupação do hotel depende praticamente dos eventos que acontecem no Centro de Eventos de Florianópolis, o empreendimento recebe basicamente hóspedes de empresas, provenientes de São Paulo, Rio Grande do Sul e Paraná e Santa Catarina”. Pela proximidade do centro cívico, o hotel recebe ainda funcionários dos órgãos públicos do governo de Santa Catarina, o que chama a atenção nesse empreendimento, enquanto, alguns hotéis localizados no centro da cidade eram desativados e toda infraestrutura foi modificada para salas comerciais, a exemplo do hotel Querência. No entanto, no caso do hotel Pontal Sul, primeiramente foi concebido para exercer a função comercial, mais adiante ele sofre as modificações estruturais para exercer a função de hospedagem. Conforme as informações obtidas por meio de entrevista, em 2004, concedida por Julianda Marinho de Sousa Santos (sócia proprietária atualmente do Ponta Sul), o empreendimento hoteleiro, em 1970, foi idealizado para ser um centro comercial e somente, na década seguinte, a sua estrutura é modificada para atender a operação hoteleira, passando a funcionar no primeiro momento como hotel Baía Sul. Os atuais investidores são proprietários também dos hotéis Bom Jesus Canasvieiras; o Residencial Bom Jesus da Praia, ambos localizados ao Norte da Ilha de Santa Catarina; o hotel Tinguá, localizado na Armação da Piedade no município de Governador Celso Ramos, além da imobiliária Itaguaçu e vários postos de combustíveis na capital.

Um empreendimento que fez história e ficou na lembrança de muitos moradores foi o Hotel Diplomata, inaugurado em 1985, o qual contava com 89 unidades habitacionais, distribuídas nas categorias de apartamentos Standard, Luxo, bem como Suítes Executivas, Nupcial e Presidencial. Além da boa estrutura habitacional, o hotel dispunha, também, na época, de um Piano Bar localizado na cobertura, muito bem frequentado pela sociedade florianopolitana; além de restaurante, quadra de tênis, piscina e sala de eventos. Em 2002, o hotel foi vendido para Rede InterCity de propriedade de Paulo Roberto Christmann e Alexandre David Gehlen, ocasião que passou a ser remodelada a estrutura do antigo prédio. Com uma estrutura moderna e atual, a Rede InterCity investiu no público executivo e de eventos e se posicionou no mercado de Florianópolis. Para as pessoas que conheceram o Hotel Diplomata, fica a lembrança de um hotel muito luxuoso, porém que não acompanhou as exigências do mercado, tornando-se com o passar do tempo menos competitivo, em razão da falta de investimentos na manutenção do empreendimento e também da construção de novos hotéis na cidade²⁶¹.

O hotel Castelmar inaugurado em 1985 pelos empresários José Carlos Chaussard Neto, Renato Nunes Ghizoni e Cláudio Antônio Farinha Borges é um empreendimento de destaque pela sua capacidade de hospedagem e pela sua estrutura de eventos²⁶². Concebido

²⁶¹ Na entrevista concedida por Geraldo Zanini em 12/07/2004 e Mary Gómez em 20/07/2004 foi destacado que o hotel Diplomata foi construído em 1984 e era de propriedade de Nelson Alexandrino, Ronaldo Gouveia de Araújo e Ferruccio Del Bene, este como sócio majoritário. Ferruccio Del Bene é italiano e mora atualmente na Argentina, onde exerce a atividade de Armador. A origem do capital investido na construção do hotel é, pois, proveniente da construção de navios. Em relação à localização do Hotel Diplomata, Geraldo Zanini em seu depoimento relata que “o mercado poderia dizer que era um hotel localizado na frente da rodoviária, mas na verdade era um hotel luxuoso com uma localização privilegiada, possuindo um visual para as pontes e para Baía Sul”. Em 1998, o proprietário resolveu reestruturar o hotel, dando início a uma negociação com a Rede Accor para a administração do empreendimento. Entretanto, segundo relata Mary Gómez, Gerente Geral do Parthenon Lindacap (hoje Mercure), fazia-se necessário realizar grandes investimentos e o proprietário não se apresentava disposto a fazê-lo naquele momento, por isso que não foi dado continuidade no processo de instalação da rede.

²⁶² O hotel está situado em um dos pontos mais elevados do centro da cidade, no alto da Rua Felipe Schmidt. Possui uma vista privilegiada do principal cartão postal de Florianópolis, a Ponte Hercílio Luz. O prédio inicialmente consistia em uma edificação de apartamentos residenciais de propriedade da construtora comercial Comasa, quando em 1983, os empreendedores do hotel Castelmar vislumbraram a possibilidade de adquirir o prédio para transformá-lo em um apart-hotel, sabendo que já existia uma tendência de mercado na época para empreendimentos hoteleiros desse tipo. O capital

inicialmente para ser um prédio residencial e tendo sido transformado em apart-hotel (condomínio com serviços hoteleiros), foi realizada uma operação imobiliária, através do qual o empreendimento passou a ter proprietários de suas unidades habitacionais. Em 1989, deu-se início à construção da segunda torre com mais 96 habitações, passando o empreendimento a contar, então, com mais 172 unidades habitacionais, totalizando 770 leitos. Nesse período, com a intenção de criar o tratamento diferencial aos clientes de lazer, foi implantado o serviço Castelmar Praia, que consistia na implantação de uma estação local para atender ao cliente extensivo à praia, no balneário de Canasvieiras, embora a hospedagem continuasse no centro. Tratava-se de uma estratégia encontrada pelos empreendedores para vender um hotel localizado no centro com uma opção de serviços na praia. Na época, o Castelmar era o maior empreendimento hoteleiro da cidade de Florianópolis. No início da década de 1990, com o aumento da oferta de hotéis nos balneários do Norte da Ilha de Santa Catarina, desencadeia-se a diminuição dos fluxos turísticos de lazer para os hotéis localizados na região do núcleo central, o que levou o hotel Castelmar a adaptar a sua estrutura física para receber eventos, antecipando-se uma possível diminuição da ocupação.

Para aumentar a sua capacidade de venda, o hotel Castelmar associou-se à Rede Brasileira de Hotéis Independentes, composta por 12 empreendimentos hoteleiros, localizados no Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Belo Horizonte. Em 1995, o hotel filiou-se à rede Best Western, maior rede de hotéis independentes no mundo²⁶³, também na

investido no empreendimento teve origem no ramo da construção civil e imobiliário e nos investimentos dos sócios, em parceria com a empresa Província Crédito Imobiliário. Para a modernização do empreendimento foi utilizado financiamento obtido através do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). Em 1986, o sistema de time-sharing teve que ser abandonado em decorrência da intervenção do Banco Sul Brasileiro, também um dos parceiros financeiros do empreendimento. O hotel passou por uma fase reestruturação dos seus serviços hoteleiros, tendo sido criado um centro de eventos, localizado no subsolo do hotel. De acordo com o depoimento de Renato Nunes Ghizoni, em 2004 (sócio proprietário do empreendimento): “O Castelmar iniciou-se como um apart-hotel, que evoluiu para time-sharing, que é a venda de hospedagem antecipada com tempo compartilhado. As férias compartilhadas na época já eram uma tendência em outros destinos, como, por exemplo, Miami”. Dessa forma, o hotel iniciou as suas atividades com 96 unidades habitacionais funcionando inicialmente com o sistema de time-sharing.

²⁶³ A rede Best Western surgiu em 1946 nos Estados Unidos com uma associação de hotéis independente com o objetivo de consolidar-se como uma marca de referência para os hóspedes. A rede expandiu-se no exterior e consolidou-se como uma alternativa para os hotéis independentes que não contavam com sistema de reserva internacional; além

intenção de aumentar a capacidade de venda do empreendimento no mercado. Por volta do ano 2000, o hotel desvinculou-se da rede Best Western e passou a ser administrado pela rede Bristol, uma rede nacional com sede no Paraná que iniciou as suas atividades em 1994 e em 2010, o qual contava com 10 unidades hoteleiras no Brasil²⁶⁴. Atualmente, o empreendimento encontra-se com uma administração independente.

Na década de 1980 surgiram, ainda, outros empreendimentos hoteleiros no centro da cidade, dentre os quais o Hotel Valerim Center e o Hotel Valerim Plaza, de propriedade da família Valerim, ambos localizados à Rua Felipe Schmidt²⁶⁵, e o hotel inaugurado em 1986, o

disso, a empresa oferecia aos estabelecimentos guias internacionais, cobertura de seguro e escritórios comerciais comuns, sendo a maior parte dos recursos obtidos junto aos associados revertida em atividades locais de marketing. A Best Western foi introduzida no Brasil em 1990, por Lauro Costa, administrador da Rede Brasileira de Hotéis, empresa que adquiriu o direito da marca no País. O hotel Castelmara, por também pertencer a Rede Brasileira de Hotéis, foi um dos primeiros empreendimentos hoteleiros do Brasil a associar-se à marca Best Western (PANORAMA SETORIAL DA INDÚSTRIA HOTELEIRA, 1999).

²⁶⁴ A rede Bristol, Hotéis & Resorts, fundada em 1994, é uma empresa totalmente nacional com tecnologia própria de gestão de negócios nas mais diversas áreas da hotelaria. Ela oferece, também, serviços de assessoria desde o projeto arquitetônico, a montagem do hotel e/ou flat, até a sua operacionalização e administração.

²⁶⁵ Em entrevista concedida por José Valerim em 4/11/2005, ele relata que o primeiro Hotel Valerim surgiu em 1975 construído por José Valerim, na Av. Ivo Silveira, situada na porção continental do município de Florianópolis. O capital investido no primeiro empreendimento teve origem no comércio de tecidos que o proprietário mantinha na cidade de Tubarão. Em 1972, ao encerrar as atividades comerciais naquela cidade, José Valerim estabeleceu-se em Florianópolis. Em 1979, já como empresário do ramo hoteleiro, adquiriu 12 salas comerciais através de um financiamento obtido na Caixa Econômica Federal, transformando-as em apartamentos mobiliados com banheiros privativos para hospedagem, fazendo surgir, assim, o Hotel Valerim Center (duas estrelas). Aos poucos o proprietário foi adquirindo outras salas comerciais no prédio e transformando-as também em apartamentos, chegando ao número de 66 habitações. Em 1985, vendeu o primeiro Hotel Valerim no continente, para adquirir um terreno na mesma Rua do Hotel Valerim Center (na Rua Felipe Schmidt), com a finalidade de construir outro hotel de categoria superior. Comprou o terreno em 1988 e iniciou as obras do Hotel Valerim Plaza (três estrelas). Em 1989, arrendou o prédio do Hotel Sumaré localizado também à Rua Felipe Schmidt com a intenção de possuir três hotéis de categorias diferentes (uma, duas e três estrelas) com a mesma localização. Ao ser arrendado, o Hotel Sumaré contava com 50 quartos e 5 banheiros. José Valerim resolveu reformar as habitações, transformando-as em quartos com banheiros privativos, totalizando 44 apartamentos. Em seu depoimento, José Valerim relembra: “No local do Hotel Sumaré já funcionou o Hotel Cacique que data aproximadamente de 1950. O prédio pertencia à família Damiani, sendo que mais tarde foi adquirido por Hélio Benz, também proprietário de outros prédios localizados no centro histórico de Florianópolis”.

Baía Norte Palace Hotel²⁶⁶, localizado à Rua Almirante Lamego, cuja fachada está voltada para a Av. Beira Mar Norte. Sua construção coincide com o período de inauguração do Hotel Diplomata. Atualmente, a administração comercial do hotel é realizada pela Rede Othon.

O quadro 24 a seguir apresenta os hotéis inaugurados na região do núcleo central de Florianópolis, de 1930 a 1989. É bom destacar que, até o final da década de 1980, o desenvolvimento do setor hoteleiro foi relativamente lento. Os empreendimentos não eram vinculados a nenhuma rede hoteleira internacional, nacional ou regional. As administrações dos hotéis eram predominantemente familiares e os próprios empresários do setor hoteleiro com o objetivo de obter ganho em escala, centralizando as suas operações, investiam na ampliação dos seus negócios, construindo ou adquirindo outros hotéis.

Em 1992, o prédio do Hotel Valerim Plaza, já estava em fase de acabamento, quando o proprietário buscou recursos financeiros para concluir a obra mediante um financiamento concedido pelo banco BADESC da ordem de trezentos mil reais. Em 1993, o Valerim Plaza foi inaugurado, cotando com 106 unidades habitacionais distribuídas em apartamentos e suítes, equipados com banheiras de hidromassagem e aquecimento de água central. O hotel conta, também, com salas de eventos com capacidade para atender a 160 pessoas e estacionamento próprio.

²⁶⁶ O proprietário do empreendimento na época, Hilário Paulo Miers, empresário de Curitiba (PR), atuava no ramo da construção civil por meio da Construtora Alavanca. Na área onde está localizado o hotel, não era permitida a construção de prédios com mais de quatro andares, por isso é que a edificação do Baía Norte possui um partido arquitetônico horizontal de quatro pavimentos, diferenciando-o dos demais empreendimentos hoteleiros localizados na área central. Na inauguração contava com 53 unidades habitacionais, a metade do que estava previsto no projeto. Entretanto, em 1989, passou a dispor de 113 habitações nas categorias standard, luxo e suíte. Até os anos de 1990, o hotel possuía uma ocupação linear o ano todo. Em janeiro e fevereiro recebia preferencialmente uruguaios e argentinos, enquanto nos outros meses do ano predominavam paulistas, riograndenses, cariocas e catarinenses. Essa realidade mantém-se até os dias de hoje com a exceção do público argentino e uruguaio que vêm apresentando um decréscimo quanto ao número de turistas que visitam a cidade há cinco anos. Os recursos obtidos para concluir a obra foram solicitados em um financiamento junto ao BADESC (Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina), mas quando saiu o financiamento já tinham terminado a construção do hotel. Assim sendo, o Baía Norte foi praticamente construído com recursos próprios, provenientes das empresas do proprietário e os recursos obtidos através do financiamento, foram utilizados para a ampliação do empreendimento, em 1989. Em 17 de março de 1995, o hotel foi vendido para Roland Horst Peters e Carmen Maria Peters, empresários do setor hoteleiro, proprietários do Plaza Camboriú na cidade de Balneário Camboriú.

Quadro 24- Evolução hoteleira em Florianópolis, de 1932 a 1989

HOTEL	ANO DA INAUGURAÇÃO	PROPRIETÁRIOS NO PERÍODO	ADMINISTRAÇÃO
Majestic	1930	Família Daux	Independente
La Porta	1932	Ângelo La Porta	Independente
Majestic	1940	Hugo Pessi	Independente
Metropol	1940	Hugo Pessi	Independente
Central	1948	Hugo Pessi	Independente
Lux Hotel	1950	Oswaldo Machado	Independente
Querência	1958	Ramiro Fernandez Leucádio Antunes	Independente
Majestic	1959	Gentil Cordioli	Independente
Royal	1960	Mário Regueira	Independente
Oscar	1960	Nelson Cardoso	Independente
Central / Mario Hotel	1965	Eduardo Rosa	Independente
Cruzeiro	1968	Arlinda Nienkötter HaHerroth	Independente
City Hotel	1968	Gentil Cordioli	Independente
Lux Hotel	1970	Manoel Gil Malet	Independente
Ivoram	1972	Estanislau Emílio Bresolin Manuel Gil Malet	Independente
Cacique / Sumaré	1975	Leonardo Beckhauser	Independente
Florianópolis Palace Hotel (Floph)	1975	Luiz Elias Daux (1988 José de Oliveira)	Rede Sagres*
Faial	1979	Cleusa S. Silva Roberta S. Silva	Independente
Valerim Center	1980	José Valerim Junior Soraya S. Valerim Suzane S. Valerim	Independente
Diplomata	1985	Feruccio Del Bene Nelson Alexandrino Ronaldo Gouveia de Araújo	Independente
Castelmar	1985	CHT Prestadora de Serviços S/C Ltda Renato Nunes Ghizoni José Carlos Chaussard Neto	Independente
Baía Norte Palace Hotel	1985	Hilário Paulo Miers	Independente
Valerim Plaza	1985	José Valerim Junior Soraya S. Valerim Suzane S. Valerim	Independente

Fonte: Elaborado pela autora em 2005 e atualizado em 2011.

*A Rede Sagres possui três hotéis localizados em Balneário Camboriú (Hotel dos Açores, Ilha da Madeira, Sagres Praia Hotel).

A partir de 1990 ocorre o aumento da oferta de hotéis localizados nas praias no Norte da Ilha de Santa Catarina. Esse fato fez com que os hotéis localizados no centro da cidade passassem a sofrer a sazonalidade, diminuindo consideravelmente a ocupação e, conseqüentemente, a sua rentabilidade, pois eles começam a concorrer na alta temporada com os hotéis localizados nos balneários. Nos anos de 1990, surgem os seguintes hotéis nas áreas balneárias da ilha, conforme apresentado no quadro 25 que segue:

Quadro 25- Hotéis localizados nos Balneários da Ilha de Santa Catarina

HOTÉIS	Ano	nº de UH	LOCALIZAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO
Costão do Santinho Resort	1991	695	Santinho	Independente
Geranium	1992	28	Canasvieiras	Independente
Engenho Eco Park	1992	45	Rio Vermelho	Independente
Porto Ingleses	1993	65	Ingleses	Independente
Praia Brava	1993	112	Praia Brava	Independente
Saint Germain	1995	35	Canto da Lagoa	Independente
Lexus Internacional Ingleses	1995	63	Ingleses	Independente
Maratea Mare	1995	32	Cachoeira do Bom Jesus	Independente
Porto Sol	1995	60	Ingleses	Independente
Lexus Beira Mar	1996	37	Canasvieiras	Independente
Villa de Vincenzi	1996	28	Canasvieiras	Independente
Ingleses Praia	1997	147	Ingleses	Independente
Canto da Ilha	1997	48	Ponta das Canas	Independente
Mar del Plata Praia	1999	90	Canasvieiras	Rede Mar de Canasvieiras
Praiatour Hotel da Praia	1999	71	Ingleses	Independente
Jurere Beach Village	1999	242	Jurere	Rede JIAH

Fonte: Elaborado pela autora em 2011.

O quadro 25 demonstra o crescimento do número de hotéis que se instalaram na parte balneária da Ilha de Santa Catarina, com destaque para o empreendimento Costão do Santinho Resort & Spa de propriedade de Fernando Marcondes de Mattos.

Em 1990, inicia-se, também, a expansão dos empreendimentos hoteleiros tipo Pousadas, a instalarem-se, principalmente, na parte Leste

e Sul da Ilha de Santa Catarina. O quadro 26 a seguir demonstra o surgimento dos pequenos empreendimentos a partir de 1980:

Quadro 26- Crescimentos dos empreendimentos de pequeno porte nos balneários da Ilha de Santa Catarina a partir de 1990

POUSADAS	ANO	Nº de UH	LOCALIZAÇÃO
Pousada Rio Vermelho	1983	9	Rio Vermelho
Pousada da Baleia	1992	10	Ponta das Canas
Pousada Abaeté	1993	16	Canasvieiras
Pousada Moleques do Sul	1994	7	Pântano do Sul
Pousada Natur Campeche	1996	21	Campeche
Pousada Vento Sul	1996	10	Campeche
Pousadas dos Sonhos	1994	18	Jurerê
Pousadas dos Golfinhos	1997	52	Canasvieiras
Pousada da Vigia	1998	10	Lagoinha / Praia Brava
Pousada Vila Tamarindo Eco Lodge	1999	16	Campeche
Pousada Mar de Jurerê	1999	13	Jurerê
Pousada Vila Tamarindo Eco Lodge	1999	16	Campeche
Pousada Ilha Náutica	1999	22	Rio Vermelho
Pousada Rancho do Vô Lili	2000	7	Jurerê
Pousada do Ilhéu	2000	17	Rio Tavares
Pousada Zepferri	2000	12	Campeche
Pousada Villabella Villaggio	2000	27	Cachoeira do Bom Jesus
Pousada da Ilha	2001	16	Canasvieiras
Rosa dos Ventos Guest House	2002	8	Pântano do Sul
Pousada Jureremirim	2002	9	Jurerê
Pousada dos Artistas	2002	16	Daniela
Pousadas Villa del Sol y Mar	2002	24	Jurerê
Pousadas dos Chás	2002	16	Jurerê
Pousada Pénaireia	2003	12	Armação
Vivenda Maria do Mar	2004	10	Canasvieiras
Pousada Casa Sin Nombre	2005	11	Jurerê
Pousada Pau de Canela	2006	10	Rio Tavares
Mon Chateau	2007	8	Canasvieiras
Pousada Solar do Santinho	2009	14	Santinho

POUSADAS	ANO	Nº de UH	LOCALIZAÇÃO
Pousada Pontal do Jurere	2009	15	Daniela
Backpackers Sunset	2009	13	Praia Mole
Hi Hostel	2010	20	Barra da Lagoa
Hostel Way2go	2010	12	Lagoa da Conceição
Tucano House	2010	10	Lagoa da Conceição

Fonte: Elaborado pela autora em 2011.

As pousadas são empreendimentos de pequeno porte²⁶⁷, geralmente afastadas de um centro urbano. No caso das Pousadas encontradas na parte Norte, Sul e Leste da Ilha de Santa Catarina, localizam-se próximas ou com vista para praia. As Pousadas possuem como característica uma administração familiar, isto é, a presença direta do proprietário na concepção e na própria gestão operacional do empreendimento. Com uma estrutura de pequeno porte, o atendimento é mais intimista, o que permite realizar serviços personalizados, direcionados à necessidade do cliente. Algumas se utilizam do próprio atrativo natural, a praia, para oferecer esportes náuticos, serviço de praia com os guarda-sóis e cadeiras para seus hóspedes, outras exploram o serviço de alimentação como principal atrativo. Além dos serviços, os espaços também são personalizados, com uma arquitetura horizontalizada, os apelos paisagísticos são explorados, como áreas habitacionais com vista para o mar, decoração de interiores que vão do rústico ao moderno, algumas possuem até lareiras para aquecer os hóspedes nas noites de inverno. Dessa forma, as Pousadas são empreendimentos hoteleiros direcionados para o público de lazer e por isso são frequentadas por famílias, com ou sem filhos, e casais. Os períodos de maior demanda, são férias escolares (dezembro, janeiro e parte de fevereiro), coincidindo com a Alta Temporada no Litoral Catarinense e feriados prolongados, como Páscoa, Corpus Christi, Finados e Carnaval.

Os anos de 1990 foram marcados pela abertura econômica brasileira e pela expansão do principal mercado de emissor de turistas estrangeiros, a Argentina. Nos balneários do Norte da Ilha de Santa Catarina, a economia encontrava-se dolarizada, como em Canasvieiras, Cachoeira do Bom Jesus, Ingleses e Jurerê. Os hotéis utilizavam uma base tarifária em dólar com semanas fechadas (sete dias), em razão da

²⁶⁷ No Brasil, consideram-se empreendimentos de pequeno porte aqueles que possuem até 50 unidades habitacionais.

programação dos voos charters da Argentina para Florianópolis aos sábados e aos domingos, realizados pelas operadoras de viagens argentinas. As principais agências e operadoras argentinas do período como a All Seasons, a Top Desk e a Consult House iniciavam, em outubro, a negociação com os empreendimentos hoteleiros, com bastante antecedência da alta estação (dezembro, janeiro e fevereiro) e chegavam a reservar mais de 50% das unidades habitacionais desses hotéis. A garantia da reserva era feita mediante o pagamento de sinal que conforme o hotel chegava a corresponder a 50% do bloqueio (reserva) e o saldo também era pago antecipadamente, isto é, sete dias antes do *check in*. Com o dinheiro em caixa adiantado pelas operadoras, o hoteleiro equipava o hotel para temporada. Com a crise da Argentina em 2002, a comercialização com as operadoras argentinas modifica-se, diminuem a solicitações de reserva com semanas fechadas, expande-se o prazo de confirmação das reservas e de pagamentos. Os hotéis tiveram, também, que se adaptar a essa nova realidade direcionando o foco para o mercado interno, que tradicionalmente exige do hotel uma negociação mais flexível, em alguns casos sem garantias e pagamento de reserva faturado.

O turismo de massa consolida-se e, com ele, uma desenfreada expansão urbana nos balneários na porção Norte da Ilha de Santa Catarina, especialmente nos balneários de Canasvieiras, Ingleses e Cachoeira do Bom Jesus. Os problemas desencadeados pela ocupação desordenada iniciaram-se nessa época e são percebidos ainda hoje, como a falta de balneabilidade das praias e de saneamento.

Ao mesmo tempo em que o setor hoteleiro expande-se no Norte da Ilha, os hotéis localizados no centro de Florianópolis começam a sentir os reflexos dessa expansão, com a diminuição da ocupação nos períodos considerados até então de Alta Temporada. Não é recorrente afirmar que os hotéis que surgiram no núcleo urbano central de 1985 até 1994 foram concebidos, principalmente, para atender a demanda do turismo de lazer. Com a inauguração dos hotéis nos balneários, ocorre o aumento da oferta de empreendimentos hoteleiros e como consequência o aumento da competitividade entre o centro e as praias. A estratégia utilizada pelos hotéis centrais, aplicada ainda hoje, é a realização de promoções, com preços mais competitivos para atrair os turistas de lazer, principalmente, nos períodos de final de semana, alta temporada e feriados prolongados.

Com o aumento da oferta de hotéis, há uma necessidade de inovar e buscar novas oportunidades no mercado que possa suprir a ociosidade dos empreendimentos. Florianópolis, no período se afirma

como uma capital com vocação para o turismo, e o tipo de segmento de mercado até então trabalhado pelos empreendimentos turísticos esteve condicionado a fatores climáticos e econômicos. A sazonalidade é um fantasma que, ainda hoje, assombra todos os meios de hospedagem localizados nas partes balneárias da Ilha. Essa oscilação de demanda, com períodos de alta e baixa estação, afetam drasticamente as empresas turísticas e o comércio em geral. Nesse período foram inaugurados os seguintes empreendimentos na área central da cidade, conforme pode ser observado no quadro 27 a seguir.

Quadro 27- Hotéis localizados no núcleo urbano central de Florianópolis

HOTEL	ANO	PROPRIETÁRIOS	ADMINISTRAÇÃO
Rio Branco Apart Hotel	1990	Antônio César Chede	Independente
Pontal Sul	1992	Juliana M. de Sousa Santos Gabriel Antunes de Sousa Santos	Independente
Farol da Ilha	1992	Cleusa S. Silva Roberta S. Silva	Independente
Coral Plaza	1993	Monteclaro Empreendimentos Turísticos Aurelio Paladín Mário Kenji	Independente
Sumaré	1994	José Valerim	Independente
Parthenon Lindacap	1995	Condomínio com 54 investidores	Administradora - Rede Accor - Internacional
Porto da Ilha	1998	João Vicente Gomes	Independente

Fonte: Elaborado pela autora em 2005 e atualizado em 2011.

Parte da ocupação dos hotéis localizados no núcleo urbano central é proveniente das empresas estatais, das autarquias, das universidades e do próprio centro financeiro. Ainda, pela proximidade do aeroporto e da rodoviária, o acesso é facilitado. Além da hospedagem, outros serviços são requeridos, especialmente no que se refere a eventos. Dessa forma, a ocupação desses empreendimentos tende a ser mais linear, sem tantas oscilações de demanda.

Na metade dos anos de 1990, surge em Florianópolis uma hotelaria voltada para o turismo de negócios e eventos. Embora a

entrada das redes hoteleiras no Brasil tenha ocorrido já na década de 1970, foi apenas em 1995 que elas chegaram a Florianópolis. Até esse período, a hotelaria era eminentemente de gestão familiar, em que o proprietário participava ativamente da administração e operacionalização do hotel. O período de 1990 é marcado pela adaptação das suas estruturas hoteleiras para atender a pequenos eventos. Como já foi dito, o primeiro dos hotéis a investir nesse segmento foi o Hotel Castelmar, com um centro de convenções para 1000 pessoas, atendendo também aos hotéis do seu entorno. Somente em 1998, surge o primeiro centro de eventos localizado na área central, passando Florianópolis a ser reconhecida não somente como um destino de sol e mar, mas também para realização de convenções e feiras de negócios, o que vai trazer um novo dinamismo para a cidade com a expansão das redes hoteleiras nacionais e internacionais.

Até os anos de 1990, as mudanças na hotelaria eram lentas e endógenas. A partir desse período, fazia-se um caminho inverso, já que as mudanças tornam-se rápidas e são ditadas de fora para dentro, na mesma medida em que aumenta o fluxo de turistas. O turismo em Florianópolis, nesse período, foi canalizado para as praias. A partir de 1998, o mercado turístico da região modifica-se em consequência da intensificação dos fluxos turísticos destinados à realização de negócios e à participação em eventos. Essa nova realidade ampliou a ocupação dos hotéis do centro, bem como a sua abrangência, considerando que a atividade turística vigente até então, além de sazonal, concentrava-se nos balneários. Vale ressaltar, também, que a entrada das redes hoteleiras no mercado hoteleiro de Florianópolis aumentou a competitividade entre os hotéis. Foi nesse contexto que surgiu o primeiro hotel de rede internacional na capital catarinense, em 1995, o Hotel Partenon Lindacap, atual Mercure Centro Florianópolis administrado pela rede Accor.

O terreno ocupado pelo então Parthenon Lindacap, localizado à Rua Felipe Schmidt, foi de propriedade de Arlindo Bortolucci, proprietário também do restaurante Lindacap. O proprietário fez uma negociação através da qual entregaria o terreno para construção do empreendimento e teria a concessão da administração do restaurante e algumas unidades e apartamentos. O empreendimento foi concebido como um *flat*²⁶⁸ e inaugurado em 1995. Segundo Gómez²⁶⁹,

²⁶⁸ *Flat* é um empreendimento imobiliário realizado sob a forma de condomínio, composto por apartamentos destinados a estada temporária ou moradia, incluindo infraestrutura completa de serviços hoteleiros e de lazer. A decisão de construir um *flat*

[...] a rede Accor tem um contrato com cada um dos proprietários independentemente e outro contrato global para a administradora do condomínio, isto é, a administradora é responsável por dois segmentos, sendo que o primeiro é o *pool* hoteleiro e o segundo o condomínio. (GÓMEZ, 2004).

O Mercure Centro, em 2004, possuía 54 investidores, dos quais 75% eram da própria cidade e 25% de outros estados como Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo, empresários ligados a atividades comerciais, profissionais liberais e/ou aposentados, que viram no *Flat* uma possibilidade de investimento imobiliário. O proprietário da habitação paga uma taxa condominial (no caso do Parthenon Lindacap, a taxa cobrada em 2004 era de R\$ 850,00), sendo disponibilizados: a limpeza e a arrumação da unidade habitacional, o serviço de manobrista, o serviço de recepção e de mensageria. Todos esses serviços estão incluídos na

em determinada localidade é das incorporadoras, geralmente empresas também responsáveis pela construção de prédios residenciais ou comerciais. A comercialização dos apartamentos de um *flat* é semelhante à forma de venda de novos prédios residenciais, começando as vendas quando o projeto do empreendimento ainda está na planta. Geralmente as incorporadoras lançam no mercado a possibilidade de aquisição dos apartamentos através de um financiamento feito diretamente com a construtora ou através de algum agente financeiro. Os compradores podem adquirir um apartamento com a finalidade de moradia, locação convencional ou locação em grupo (*pool* de locação). No caso de destinar-se a locação, o imóvel deve ser mobiliado, equipado e decorado conforme o padrão definido para o empreendimento em questão. O *pool* de locação é um serviço gerenciado pela empresa administradora que reúne e controla o conjunto de apartamentos disponíveis para estada temporária. A receita é distribuída proporcionalmente entre os investidores. Nesse caso, o proprietário de uma unidade pode integrá-la ao *pool* através de um contrato de adesão com a empresa administradora que colocará a unidade à disposição de clientes interessados na locação temporária, sendo a cobrança da locação sempre feita com base no valor da diária. A empresa que administra o *pool* é responsável pelo controle da ocupação, pelo recebimento das diárias e pela manutenção e conservação dos apartamentos que integram o sistema. Como qualquer prédio residencial, cada *flat* tem a sua Convenção de Condomínio (instrumento que estipula regras e regula as relações no empreendimento) que irá determinar, por exemplo, como será o serviço prestado ao hóspede e ao proprietário, o que estará incluso ou não na taxa de condomínio. É importante que a estrutura e o serviço de um *flat* sejam muito semelhantes à de um hotel. O que geralmente diferencia alguns empreendimentos é a unidade habitacional, nas quais os clientes podem contar, além do dormitório e banheiro, com uma sala e uma cozinha totalmente equipada (ANDRADE, 1999; CAMPOS, 2005).

²⁶⁹ Entrevista concedida por Mary Gómez, Gerente Geral do Hotel Parthenon à Fabíola Martins dos Santos em 20 de julho de 2004.

taxa paga ao condomínio pelo proprietário, ficando sob a responsabilidade do condômino o pagamento dos extras, tais como consumo do restaurante, telefonia, lavanderia, dentre outros. Um critério estabelecido pela rede Accor para os apartamentos do *pool* de locação é o de que todos devem seguir o mesmo padrão, o que quer dizer que para um condômino inserir a sua unidade no *pool* de locação deverá atender a especificação do padrão exigido, no que se refere ao mobiliário, à decoração e aos equipamentos. É importante destacar que é de responsabilidade individual do investidor dispor do seu capital para equipar e mobiliar a unidade da qual é proprietário²⁷⁰. Quanto às razões que levaram a rede Accor a se instalar em Florianópolis, Gómez explica que:

[...] nós surgimos na cidade porque era uma praça que interessava à rede, por ser uma capital, porém tínhamos o conhecimento que era uma cidade sazonal e de funcionalismo público. Ao mesmo tempo existia uma oferta hoteleira decadente, com o Floph, o Diplomata e o Castelmar. (GÓMEZ, 2004).

Isso favoreceu a entrada de uma rede com o padrão de serviços da marca²⁷¹ Parthenon. Percebe-se que o cenário da época era favorável à instalação do empreendimento na cidade. O turismo já era uma atividade em expansão, porém a intenção da rede era investir no segmento de negócios, nos executivos e o reconhecimento da marca pelos clientes em razão dos serviços prestados, garantiria um destaque no mercado local, fazendo com que o Parthenon Lindacap, sobressaísse-se frente aos demais hotéis instalados no centro da capital até então.

Em 15 de julho de 2005, a rede Accor inaugurou mais uma unidade na Ilha de Santa Catarina, localizada no bairro do Itacorubí na Av. Ademar Gonzaga, próximo ao Hospital do Câncer, à Universidade Federal de Santa Catarina, à Universidade Estadual de Santa Catarina, à Federação das Indústrias de Santa Catarina, com acesso facilitado para

²⁷⁰ Entrevista concedida por Mary Gómez, Gerente Geral do Parthenon Lindacap, em 20/07/2004.

²⁷¹ As operadoras hoteleiras, que atuam em diferentes segmentos de mercado, desenvolvem em geral projetos hoteleiros com características diferenciadas em termos de sofisticação, diversidade dos serviços oferecidos, preços das tarifas etc. Esses projetos normalmente são especificados através de marcas criadas pelos grupos hoteleiros para identificar o segmento para o qual o empreendimento está voltado (ANÁLISE SETORIAL DA INDÚSTRIA HOTELEIRA, 1999).

as praias do Norte e do Leste da Ilha - o *Parthenon* Florianópolis, atual *Mercure Convention*, com 176 apartamentos. As unidades habitacionais são equipadas com ar condicionado, cofre eletrônico, cozinha americana, dois ramais telefônicos digitais, sendo um deles para acesso à internet. Além disso, dispõe de piscina térmica, sauna, salas de jogos, *fitness center*, parque infantil, *business center*, estacionamento, restaurante, bar e um Centro de Convenções com 10 salas de eventos. Cabe ressaltar que uma decisão estratégica da rede Accor em consolidar a marca *Mercure* no Brasil, a partir de 2006, todos os empreendimentos da marca *Parthenon* passaram a ser convertidos para bandeira *Mercure*.

Em 1998, surge o primeiro centro de eventos localizado na área central de Florianópolis, e a cidade passa a ser reconhecida como um destino para realização de convenções e feiras de negócios. A seguir, no quadro 28, pode-se observar o balanço do número de acontecimentos no Centro de Eventos de Florianópolis.

Quadro 28- Balanço do número de eventos/ público no Centro de Eventos de Florianópolis

Ano	1998*	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nº Eventos	26	73	122	177	150	136	121
Público	59.600	165.133	248.750	419.515	513.900	451.258	510.460
Ano	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Nº Eventos	150	101	127	128	118	173	64
Público	485.925	623.066	502.126	582.262	587.696	728.366	270.030

Fonte: Dados fornecidos pela área comercial do Centro de Convenções de Florianópolis.

* O Centro Sul foi inaugurado em junho de 1998 e os dados de 2011 são dos eventos realizados até o mês de julho de 2011.

De acordo com os dados acima, fornecidos pelo centro de eventos, a partir de 2001, mais de 410 mil pessoas (mais que toda a população da cidade), participaram de 136 eventos realizados no Centro de Convenções de Florianópolis.

A economia da cidade é altamente beneficiada pelo novo cenário que se formou pelos eventos realizados. O turista de negócios gasta em média R\$ 240,00/dia (com táxi, hotel, refeições, lembranças etc.), enquanto um turista de temporada, o de verão, gasta em média R\$ 60,00/dia, buscando alternativas mais baratas de alimentação, transporte e hospedagem, conforme os dados colhidos em 2004, junto ao *Conventions & Visitors Bureau* de Florianópolis. Os números expressam uma perspectiva de crescimento do turismo de eventos em Florianópolis

e, conseqüentemente, a expansão da rede hoteleira voltada para esse segmento²⁷².

Em 1990, o empresário Aurélio Paladini,²⁷³ sócio proprietário da construtora Magno Martins²⁷⁴, vislumbrou a possibilidade de expansão dos seus negócios no ramo da hotelaria, optando pela localização de um hotel de praia, devido ao fato de que, na época, o turismo concentrava-se nos balneários da cidade. Foi assim que surgiu o primeiro hotel, o Maraton Palace localizado em Canasvieiras²⁷⁵, e no que tange à valorização do capital, Paladini afirma:

A rentabilidade da hotelaria é menor do que a rentabilidade da produção da incorporação que é o que a Magno Martins faz. Porém, como negócio, eu gostei, mesmo porque a hotelaria está ligada à construção civil e hoje existem as operadoras hoteleiras que você pode contratar, como é o caso das redes Blue Tree e Accor. (PALADINI, 2004).

Em 1993, inicia-se a construção do Hotel Coral Plaza, localizado à Rua Felipe Schmidt, através da empresa Monteclaro Empreendimentos

²⁷² Em 1998, surge o Hotel Porto da Ilha, um empreendimento independente com uma administração familiar, localizado à Rua Dom Jaime Câmara, no centro de Florianópolis. O hotel foi construído em 1996, por João Vicente Gomes, sócio da empresa Engebras, uma empreiteira, ligada à construção de estradas e terraplanagem. Dos recursos necessários para a construção do hotel, os proprietários João Vicente Gomes Filho e Eliana Lenze de Miranda Gomes, entraram com 78% de capital próprio e 22% de recursos obtidos através de um financiamento obtido junto ao BRDE (Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul). O empreendimento foi concebido para atender à hospedagem de executivos e participantes de eventos, tendo como hóspedes pessoas procedentes de São Paulo, seguido por Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e outros estados, em menor escala. Segundo os dados obtidos na entrevista concedida por João Vicente Gomes Filho, Gerente Geral do hotel em 10/07/2005, a opção pelo financiamento com o banco BRDE foi por este dispor de melhores condições de carência e juros baixos na época. O Porto da Ilha possui 60 unidades habitacionais distribuídas em três categorias luxo, luxo superior e suíte. Possui, também, restaurante, salas de eventos, *business center* e estacionamento.

²⁷³ Dados obtidos na entrevista concedida por Aurélio Paladini, Sócio-Proprietário da Construtora Magno Martins e dos hotéis Ibis Florianópolis, Sofitel Florianópolis e Blue Tree Towers Florianópolis, à Fabíola Martins dos Santos em 10 de setembro de 2004.

²⁷⁴ A construtora Magno Martins está no mercado da construção civil desde 1978, em Florianópolis.

²⁷⁵ A empresa que administrava o hotel chamava-se Concretiza também de propriedade de Aurélio Paladini.

Turísticos, constituída por Aurélio Paladini e Mário Kenji²⁷⁶ (proprietário da rede de lojas Makenji). O hotel foi inaugurado em 1995, com 72 unidades habitacionais. Em 2010, a administração do empreendimento esteve vinculada à rede Deville até o início de 2012, quando o hotel encerrou as atividades.

Durante a construção do Hotel Coral Plaza, o investidor Aurélio Paladini começou a se questionar quanto à necessidade da cidade possuir um elemento impulsionador para a vinda de visitantes além das suas praias, pois, caso contrário, a hotelaria localizada no centro não teria sucesso. Como o empresário planejava construir outros hotéis na área central, decidiu construir também um prédio para convenções situado no centro da cidade, visando desenvolver o segmento de eventos e amenizar a sazonalidade sofrida pela hotelaria.

Enquanto construía o Centro de Convenções, situado no aterro da Baía Sul, em 1997, o Blue Tree Towers, localizado na Rua Bocaiúva, esquina com a Rua Altamiro Guimarães, estava em construção. O projeto inicial do Blue Tree Towers não se destinava a um hotel, isto é, em 1995, o empreendimento foi concebido para ser um *flat* que se chamaria Victória Place Hotel, com 14 pavimentos e 72 unidades habitacionais. Com a construção do Centro de Convenções, o *flat* foi transformado em hotel, diante do fato de que não existiam, na época, hotéis com categoria superior na cidade para hospedar executivos da alta administração de empresas. Durante a transformação de *flat* para hotel, a capacidade das unidades habitacionais foi aumentada de 72 para 96 apartamentos, tendo sido adaptado o primeiro andar do prédio com espaços para a realização de eventos. A empresa Monteclaro, em 2004, é proprietária de 85 apartamentos, das 96 unidades que o hotel possui, em razão do empreendimento ter sido concebido inicialmente como um *flat*. Assim sendo, houve uma transação imobiliária, através da qual chegaram a ser vendidas 21 unidades, sendo 10 unidades readquiridas pela Monteclaro. Quanto às 11 unidades restantes, seus proprietários optaram por não vendê-las, mantendo a estrutura habitacional de um *flat* (quarto, banheiro, cozinha e ante-sala). O empreendimento é administrado atualmente pela rede hoteleira nacional Blue Tree.

Em 2001, a Monteclaro Empreendimentos Turísticos, iniciou a construção do Hotel Íbis localizado à Av. Rio Branco. A bandeira Íbis é

²⁷⁶ A Monteclaro Empreendimentos Turísticos foi constituída em razão da parceria financeira com Mário Kenji (proprietário da rede de lojas Makenji). Cada sócio detém 50% das ações, porém o projeto e a construção dos hotéis foram realizados pela empresa Magno Martins. Os empreendimentos Blue Tree Towers e Íbis são da Monteclaro Empreendimentos Turísticos.

uma marca de categoria econômica da rede Accor, caracterizada por apresentar instalações compactas e serviços limitados. A unidade de Florianópolis foi inaugurada em 2003, com 198 unidades habitacionais, duas delas adaptadas para portadores de necessidades especiais, totalizando 220 leitos, com capacidade para atender 406 pessoas. Todas as unidades são equipadas com mesa de trabalho, televisão a cabo, tomada para *notebook*, telefone com discagem direta, mensagem eletrônica, despertar automático, ar condicionado e frigobar, mas não oferecendo serviço de quarto e de mensageria. O Ibis Florianópolis possui uma sala de eventos com capacidade para 100 pessoas e um restaurante administrado pela própria rede, com capacidade para 90 pessoas.

Em seu depoimento, o investidor do Hotel Ibis, Aurélio Paladini, em 2004, esclarece como funciona o relacionamento com as operadoras hoteleiras:

A Accor e a Blue Tree não investem nada, não entram com nenhum capital financeiro, nós é que pagamos tudo para eles administrarem os empreendimentos, pagamos para eles pegarem um avião, virem a Florianópolis para avaliarem o projeto, como foi o caso do Sofitel. Precisamos pagar para o arquiteto vir lá de Paris para aprovar o projeto. (PALADINI, 2004).

A Accor recebe um percentual do faturamento para administração do empreendimento e um Royalty por mês pelo uso da marca.

Percebe-se que a administração operacional do empreendimento é realizada pela rede Accor e pela rede Blue Tree; entretanto, os funcionários do hotel e os custos operacionais envolvidos na manutenção do empreendimento ficam sob a responsabilidade da empresa Monteclaro Empreendimentos Turísticos, dos sócios proprietários Aurélio Paladini e Mário Kenji. O capital investido para incorporação dos empreendimentos hoteleiros, Coral Plaza, Blue Tree Towers e Íbis, foi originário das empresas dos sócios da Monteclaro, Magno Martins e Grupo Makenji, porém, para a construção do hotel Sofitel, o empresário buscou fazer uma nova parceria financeira (Anita Hoepcke), expandindo os seus negócios no setor hoteleiro na cidade.

Em novembro de 2004, foi inaugurado o segundo Hotel Majestic com 261 quartos, localizado entre a Av. Mauro Ramos e esquina com a Beira Mar Norte, de propriedade de Ronaldo Daux. O Majestic Palace

conta com um edifício de 22 andares, sendo dezesseis andares de unidades habitacionais, outros andares destinados a garagens, áreas de serviços, administração, lazer, restaurante, recepção e sala de eventos. O Hotel Majestic é o único empreendimento hoteleiro da cidade que possui uma Suíte Presidencial²⁷⁷.

O hotel Slaviero Executive Via Catarina foi o último hotel a ser inaugurado no período administrado pela Rede de Hotéis Slaviero. Localizado no município de Palhoça, possui 180 apartamentos e 9 suítes, espaço para eventos e restaurante, anexado ao Shopping Viacatarina, o único Shopping Center da cidade. A escolha da Rede por Palhoça deve-se ao momento de crescimento que o município vivencia, pois este obteve seu PIB quase triplicado nos últimos anos, tornando-se uma importante rota de investimentos imobiliários e industriais, sendo considerada uma das cidades que mais cresceram no país²⁷⁸.

Os anos 2000 marca o crescimento do setor hoteleiro. Surgiram, além do Majestic, o Cecomtur Executive Hotel (2005)²⁷⁹ e outros novos

²⁷⁷ O capital investido para construção do empreendimento (cerca de R\$ 25.000.000,00) é proveniente das empresas de Ronaldo Daux, proprietário da RCD Empreendimentos Imobiliários pertencente ao grupo Irmãos Daux, uma Holding familiar com predominância associativa de empresas de seu grupo com desempenho e atuação em diversos segmentos do mercado, como a hotelaria, a construção civil, a locação e a administração de imóveis próprios. O patrimônio imobiliário do Grupo Irmãos Daux possibilitou a implantação de diversos projetos no setor da construção civil e da hotelaria, que incluem, além da propriedade de hotéis, vários imóveis (residenciais e comerciais), terrenos nas localizações mais valorizadas da Ilha de Santa Catarina. Fazem parte das empresas do grupo, a Irmãos Daux Participações Ltda., a Ocident Administração e Participações Ltda., a Orient Administração e Participações Ltda., a Invest Beach Investimentos e Lazer Praia Ltda. e a Invest City Investimentos e Administrações de Imóveis Ltda. Foi através da Invest City e da R.C. D, somados ao do capital de outros investidores, que o Majestic Palace Hotel tornou-se realidade em 2004, tendo como público alvo os executivos e o setor de eventos. (DAUX, 2005).

²⁷⁸ O Slaviero Executive Viacatarina foi a 18ª unidade da rede e o 4º hotel no estado de Santa Catarina. Ao todo são mais de 2 mil apartamentos nas cidades de Curitiba, Pinhais, Ponta Grossa, no Paraná; Joinville, Balneário Camboriú (em fase final de construção) e Florianópolis, em Santa Catarina; São Paulo e Guarulhos, em São Paulo; Vitória, no Espírito Santo; e ainda, no Aeroporto de Guarulhos (asa Internacional e Nacional). Dados obtidos pelo site www.slavierohoteis.com.br. Acesso em 2011.

²⁷⁹ Localizado à Rua Arcipreste Paiva, um empreendimento composto por 150 unidades habitacionais distribuídas nas categorias standard, standard plus, superior e suíte. O prédio foi construído no início dos anos de 1970 para ser um hotel, mas por razões financeiras do então proprietário Jorge Daux, optou-se por adaptar as instalações em 1975 para abrigar o Cine Cecomtur, com capacidade para 309 pessoas. Em 1992, o cinema encerrou as suas atividades, porque a União tomou o prédio como parte das dívidas acumuladas pelo proprietário. A partir desse momento, o espaço do térreo ao sétimo

hotéis na cidade administrados por redes hoteleiras, conforme apresentado no quadro 29 a seguir.

Quadro 29- Expansão dos hotéis localizados nos municípios de Florianópolis, São José e Palhoça nos anos 2000

HOTEIS / CENTRO	ANO	Nº de UH	LOCALIZAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO	ABRANGENCIA
Blue Tree Towers	2000	95	Centro	Rede Blue Tree	Nacional
Intercity Premium Florianópolis	2001	121	Centro	Rede Intercity	Nacional
Ibis	2002	198	Centro	Rede Accor	Internacional
Daifa	2003	23	Praia	Independente	Local
Majestic Palace	2004	259	Centro	Independente	Local
Mercure Convention	2005	171	Itacorubi	Rede Accor	Internacional
Cecomtur	2005	150	Centro	Independente	Local
Sofitel	2006	115	Centro	Rede Accor	Internacional
Slaviero Executive	2009	133	Trindade	Rede Slaviero	Nacional
HOTEIS / CONTINENTE	ANO	Nº de UH	LOCALIZAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO	ABRANGENCIA
Diandi	2004	49	Kobrasol	Independente	Local
Golden Executive	2006	123	Serraria	Independente	Local
Ibis São José	2010	136	Barreiros	Rede Accor	Internacional
Slaviero Catarina	2010	189	Palhoça	Rede Slaviero	Nacional
HOTEIS / PRAIA	ANO	Nº de UH	LOCALIZAÇÃO	ADMINISTRAÇÃO	ABRANGENCIA
Marea Apart-hotel	2000	24	Canasvieiras	Independente	Local
Palace Praia Residence	2000	60	Canasvieiras	Independente	Local
San Diego Apart	2001	54	Canasvieiras	Independente	Local
Parador da Cachoeira	2001	74	Cachoeira do Bom Jesus	Independente	Local
Brava Apart	2001	25	Praia Brava	Independente	Local
Torres da Cachoeira	2001	54	Cachoeira do Bom Jesus	Independente	Local
Venice Beach	2006	27	Canasvieiras	Independente	Local
Luisa Palace	2006	34	Canasvieiras	Rede Mar de Canasvieiras	Local
Victoria Palace hotel	2007	82	Canasvieiras	Rede Mar de Canasvieiras	Local
Oceania Park	2007	82	Ingleses	Independente	Local
Hotel Mar de Canasvieiras	2009	38	Canasvieiras	Rede Mar de Canasvieiras	Local
Il Campanario Villaggio Resort	2009	288	Jurerê	Rede JIAH	Regional
Hotel Sete Ilhas	2009	20	Jurerê	Independente	Local

Fonte: Elaborado pela autora em 2011.

andar passou a alojar a Justiça Federal, enquanto a outra parte do prédio (8º a 15º andar) foi a leilão, tendo sido adquirido primeiramente por Ubiratan Barbosa e, posteriormente, em 2003, pela Criciúma Construções que transformou as instalações para abrigar o Cecomtur Executive Hotel. A Justiça Federal continua a ocupar o prédio do térreo ao sétimo andar, mas tão logo a instituição seja transferida para outro local, essa área irá também a leilão, o que possibilitará a aquisição da edificação na sua totalidade pela empresa Criciúma Construções. Dados fornecidos por Tiago Damásio funcionário do empreendimento Cecomtur Executive Hotel em 20/10/2005.

Os altos investimentos em publicidade fizeram com a capital catarinense tivesse reconhecimento nacional e internacional. Em 2010, uma ampla reportagem foi publicada com mais de 12 páginas da quinta edição do guia Frommer's Brazil. A publicação é uma das mais utilizadas no mercado norte-americano por turistas de classe C. O guia descreve Florianópolis como sendo conhecida, em todo o Brasil, por suas praias deslumbrantes, excelentes frutos do mar (ostras, especialmente) e vilas tradicionais de pesca açoriana. Há informações sobre localização, hospedagem, restaurantes, transporte, e demais serviços. Praias e atividades como mergulho, esportes de aventura e passeios também aparecem na publicação²⁸⁰. O estado de Santa Catarina também foi destaque na lista anual de hotéis recomendados na América do Sul pela National Geographic Traveler, publicação internacional na área do turismo ambiental. A Praia do Rosa, em Imbituba, famosa pelo turismo de observação de baleias, faz parte da lista dos 19 hotéis brasileiros escolhidos pela publicação. Santa Catarina é destaque da Revista Brasil Travel News como melhor Destino Turístico Nacional²⁸¹ (SANTUR, 2010).

A década de 2000 foi marcada pela expansão do turismo de negócios e eventos na capital catarinense, chegando em 2010 e 2011 a ocupar a quarta posição do ranking do Internacional Congress and Convention Association (ICCA) dos destinos internacionais mais procurados para realização de eventos no Brasil.

Segundo o levantamento da ABEOC-SC²⁸², em 2012, Florianópolis possui 52 hotéis com espaços para eventos. O primeiro empreendimento a criar um espaço para atender aos eventos da cidade foi o hotel Castelmar, com capacidade para atender até 1000 pessoas.

²⁸⁰ A inclusão de Florianópolis no guia é resultado da vinda do jornalista Shawn Blore (da Frommer's) ao Estado, no último ano, com apoio da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte e da SANTUR.

²⁸¹ Mantendo uma tradição que se repete há 26 anos, a Revista Brasil Travel News, com o apoio da ABAV São Paulo, ABIH São Paulo, ABRAJET São Paulo, ABRARJ, ANETUR, BRAZTOA, FAVECC, FENACTUR e São Paulo Convention & Visitors Bureau, Secretaria de Estado de Esporte, Lazer e Turismo do Governo do Estado de São Paulo, realiza a entrega do troféu "Os Dez Mais do Turismo de 2010". Nesse evento são premiadas empresas e personalidades que se destacaram no setor de turismo durante o ano de 2010. Para a escolha dos agraciados, são avaliados desempenho comercial, capacidade de inovação, criatividade e sucesso nas realizações. Como melhor destino turístico nacional foi escolhido o Estado de Santa Catarina.

²⁸² Dados levantados na pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos de Santa Catarina (ABEOC-SC) em 2012, sobre o turismo de negócios e eventos em Santa Catarina. Disponível em: <<http://abeocsc.org.br>>. Acesso em: 11 julho 2012.

Além do setor hoteleiro, 92 restaurantes e 3 instituições de ensino possuem também espaços de eventos. Para atender aos eventos da cidade, são 28 empresas especializadas na organização de eventos e 63 empresas que prestam serviços para decoração, fotografia, filmagem, montagem, sonorização, limpeza, segurança, tradução simultânea, entre outros.

O turismo de eventos é um segmento que vem apresentando um significativo crescimento nos últimos anos, sendo uma fonte de receita almejada por muitos destinos turísticos no Brasil e no exterior. O desenvolvimento desse setor proporciona a geração de empregabilidade e renda, além de movimentar o turismo no país.

4.3 ORGANIZAÇÃO ESPACIAL E PERSPECTIVAS DE EXPANSÃO DAS REDES HOTELEIRAS NO ESTADO

A existência de redes hoteleiras no Estado de Santa Catarina é incipiente e de baixa concentração diante da presença maciça dos hotéis independentes, principalmente familiares. No Brasil, por exemplo, as 20 maiores redes hoteleiras em atuação administram mais de 500 hotéis, o que corresponde somente a 2% do número de meios de hospedagem no país²⁸³. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina²⁸⁴, existem 2.470 meios de hospedagem, e, dessa forma, pode-se constatar que a presença dos hotéis vinculados a redes hoteleiras correspondem a apenas 1,37% desse universo. Percebe-se, portanto, a

²⁸³ Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), estima-se a existência de aproximadamente 25 mil meios de hospedagem no Brasil. O setor possui patrimônio imobilizado de R\$78,7 bilhões, gasta em média, R\$ 2 bilhões por ano com mão de obra e mais de R\$30 milhões com contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS). Essas informações são citadas no estudo de Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

²⁸⁴ Os dados apresentados pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina são imprecisos, pois não citam a fonte de coleta das informações de forma clara e objetiva, já que em 2007 a entidade divulgou uma estimativa superior (2.750 empreendimentos hoteleiros). Em 2011, eram somente filiados à entidade 212 estabelecimentos entre hotéis de lazer, hotéis fazenda, hotéis executivos, hotéis econômicos, resorts e pousadas. Cabe ressaltar a quantidade de empresas de hospedagem em Santa Catarina revelados pelo SEBRAE de Santa Catarina em 2010. A partir dos dados do MTE e RAIS de 2008, o Estado contaria com 2.402 empresas de hospedagem, integrando ao grupo de empresas os Hotéis e Similares e outros tipos de alojamento como Motéis, Pensões, Albergues. São dados fidedignos, pois se utilizam de fontes oriundas de órgãos oficiais; entretanto, não há uma segmentação por tipo de meios de hospedagem de turismo, especialmente relacionada aos hotéis.

proeminência dos hotéis independentes, muitos deles empresas familiares, em todo território nacional, inclusive Santa Catarina.

O Estado de Santa Catarina conta com 34 hotéis vinculados a uma rede hoteleira, dos quais 44% deles pertencem a uma única rede, a Accor (Internacional), 50% são de redes Nacionais e apenas 6% são de redes regionais. As redes Hotel 10 (Nacional) e Le Canard (Regional) são catarinenses com sede em Joinville. Dos hotéis de rede instalados em Santa Catarina, 68% deles estão localizados nas regiões de Joinville (11 hotéis) e de Florianópolis (12 hotéis); e 32% estão localizados em outras regiões do Estado. Observa-se, no quadro 30 a seguir, a presença das redes hoteleiras em Santa Catarina até 2012.

Quadro 30- Redes hoteleiras em Santa Catarina – 2012

REDES HOTELEIRAS EM SANTA CATARINA - 2012							
HOTEL	ANO	Nº DE UH	CIDADE	REDE	ABRAGÊNCIA	País de Origem	Cidade sede
Mercure Prinz	1998	132	Joinville	Accor	Internacional	França	Paris
Novotel	1995	72	São Bento do Sul	Accor	Internacional	França	Paris
Mercure Centro	1995	81	Florianópolis	Accor	Internacional	França	Paris
Mercure Apartments Platz	2000	64	Joinville	Accor	Internacional	França	Paris
Mercure Apartment Centure	2001	79	Jaraguá do Sul	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2002	198	Florianópolis	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2003	126	Joinville	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2003	110	Blumenau	Accor	Internacional	França	Paris
Mercure Convention	2005	171	Florianópolis	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2006	110	Criciúma	Accor	Internacional	França	Paris
Sofitel	2006	115	Florianópolis	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2006	105	Itajaí	Accor	Internacional	França	Paris
Mercure	2007	201	Balneário Camboriú	Accor	Internacional	França	Paris

REDES HOTELEIRAS EM SANTA CATARINA - 2012							
Ibis	2010	136	São José	Accor	Internacional	França	Paris
Ibis	2011	64	Lages	Accor	Internacional	França	Paris
Slaviero Executive	2009	133	Florianópolis	Slaviero	Nacional	Brasil	Curitiba
Slaviero Executive Viacatarina	2010	189	Palhoça	Slaviero	Nacional	Brasil	Curitiba
Slaviero Slim	2010	107	Joinville	Slaviero	Nacional	Brasil	Curitiba
Slaviero Slim	2012	108	Balneário Camboriú	Slaviero	Nacional	Brasil	Curitiba
Plaza Itapema Resort	1972	156	Itapema	Plaza	Nacional	Brasil	Porto Alegre
Plaza Blumenau	1976	131	Blumenau	Plaza	Nacional	Brasil	Porto Alegre
Plaza Caldas da Imperatriz	1981	149	Santo Amaro da Imperatriz	Plaza	Nacional	Brasil	Porto Alegre
Le Canard	1995	128	Lages	Le Canard	Regional	Brasil	Joinville
Le Canard	1997	77	Joinville	Le Canard	Regional	Brasil	Joinville
Le Canard	1999	68	Caçador	Le Canard	Regional	Brasil	Joinville
Blue Tree Towers	2000	95	Florianópolis	Blue Tree	Nacional	Brasil	São Paulo
HOTEL	ANO	Nº DE UH	CIDADE	REDE	ABRAGÊNCIA	País de Origem	Cidade sede
Blue Tree Towers	2002	84	Joinville	Blue Tree	Nacional	Brasil	São Paulo

REDES HOTELEIRAS EM SANTA CATARINA - 2012							
Hotel 10	2006	82	Itajaí	Hotel 10	Nacional	Brasil	Joinville
Hotel 10	2008	82	Joinville	Hotel 10	Nacional	Brasil	Joinville
Jurerê Beach Village	1999	242	Florianópolis	JIAH	Regional	Brasil	Florianópolis
IL Campanário Villagio Resort	2009	288	Florianópolis	JIAH	Regional	Brasil	Florianópolis
Bourbon Joinville Business	2003	140	Joinville	Bourbon	Nacional	Brasil	Curitiba
Sleep Inn	2006	148	Joinville	Atlantica	Nacional	Brasil	São Paulo
Intercity	2002	121	Florianópolis	InterCity	Nacional	Brasil	Porto Alegre

Fonte: Elaborado pela autora para fins de pesquisa em 2012.

No Ranking das redes hoteleiras por número de quartos em Santa Catarina, a liderança no mercado cabe à Accor, que em 2012, conta com 15 hotéis e 1.764 quartos no Estado. A segunda posição coube à Slaviero (4 hotéis e 537 quartos). Ocupando a terceira posição, a rede JIAH (Regional) com apenas dois empreendimentos, mas com uma expressiva capacidade de hospedagem (530 quartos) e com três hotéis. Na quarta posição do ranking, a rede Plaza (Nacional) com 436 quartos, a primeira a instalar-se em Santa Catarina com o Itapema Plaza Resort (1972). Na quinta posição, a rede Le Canard (Regional) com 273 quartos. Seguindo nas outras posições, totalizando 7 hotéis, estão presentes ainda, as redes Nacionais: Blue Tree; Hotel 10; Atlantica; Bourbon; Intercity. O quadro 31 a seguir apresenta o ranking das redes instaladas em Santa Catarina.

Quadro 31- Ranking das redes instaladas em Santa Catarina

RANKING DAS REDES INSTALADAS EM SANTA CATARINA				
Posição	Rede	Nº de Hotéis	nº de Quartos	Abrangência
1º	Accor	15	1764	Internacional
2º	Slaviero	4	537	Nacional
3º	JIAH	2	530	Regional
4º	Plaza	3	436	Nacional
5º	Le Canard	3	273	Regional
6º	Blue Tree	2	179	Nacional
7º	Hotel 10	2	164	Nacional
8º	Atlantica	1	148	Nacional
9º	Bourbon	1	140	Nacional
10º	InterCity	1	121	Nacional
TOTAL		34	4292	

Fonte: Elaborado pela autora em 2012²⁸⁵.

A rede Accor, a quinta maior rede hoteleira em atuação no Mundo, a primeira no Brasil e em Santa Catarina, iniciou suas atividades hoteleiras no país, na região Sudeste, em 1977, com a abertura do hotel Novotel Morumbi em São Paulo. Doze anos depois da

²⁸⁵ Pesquisa realizada nos endereços eletrônicos das redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina.

inauguração do primeiro empreendimento, iniciou forte processo de expansão, com a criação de uma marca brasileira, o Parthenon (1982), voltada à administração de *flats*. Com a chegada das marcas Ibis (1990), com o Hotel Ibis Fortaleza e a marca Sofitel (1991) com a inauguração do Sofitel Natal, a rede torna-se a principal operadora hoteleira no país. Logo no início da década de 1990 já contava com 34 hotéis. Cabe destacar que a década de 1990 foi marcada pela abertura da economia do Brasil, dentro de uma política neoliberal para privatizações, franquias, alianças, fusões e aquisições de empresas nacionais por empresas estrangeiras.

Com a abertura da economia em 1994, a rede Accor decide expandir suas atividades no Brasil, utilizando como estratégia a parceria com investidores independentes e com fundos de pensão, como a Previ, para a operação dos seus empreendimentos. Em 1998, chega ao Brasil a bandeira Mercure com a inauguração do Grand Hotel Mercure, em São Paulo, com 353 quartos, em parceria com a Setin Empreendimentos Imobiliários, proprietária do imóvel e responsável pelo investimento de US\$30 milhões para construção do hotel²⁸⁶.

Em 1999, a Accor administrava no Brasil 67 empreendimentos, dos quais 46 Parthenon, 13 Novotel, 4 Sofitel, 2 Mercure, 2 Ibis. A estratégia de desenvolvimento até esse período esteve concentrada no segmento de *flats* (Parthenon), com 46 empreendimentos que ofereciam aproximadamente 5,5 mil apartamentos, dos quais 3,5 mil eram operados em regime de pool de locação²⁸⁷, 63% localizados na região Sudeste, 22% na região Sul e 15% na região Nordeste. Constata-se a ausência de empreendimentos dessa marca nas regiões Oeste e Norte do país, e a estratégia utilizada para posicionamento dos empreendimentos esteve preferencialmente concentrada nas capitais - 72% no segmento dos *flats*, sendo 61% destes situados em São Paulo capital.

Os treze hotéis da marca Novotel, em 1999, estiveram distribuídos nas regiões Norte (2), Nordeste (2), Centro Oeste (2), Sudeste (6) e Sul (1). Percebe-se um padrão de distribuição geográfica que contempla as principais regiões do país, todavia com uma maior concentração de empreendimentos na região Sudeste, e 23% dos hotéis instalados nas capitais estaduais e 77% nas capitais regionais.

²⁸⁶ Informações publicadas pela Gazeta Mercantil no estudo Panorama Setorial da Indústria Hoteleira em 1999.

²⁸⁷ Pool de locação corresponde a um conjunto de apartamentos, cujos proprietários colocam o imóvel à disposição da administradora hoteleira para locação por tempo determinado, conforme contrato acordado entre as partes.

Em 1999, a marca Sofitel no Brasil estava concentrada nas regiões Nordeste e Sudeste, com os hotéis: Sofitel Salvador (BA) com 192 quartos, o Sofitel São Luís (MA) com 109 quartos, o Sofitel Rio Palace (RJ), com 388 quartos (atual Sofitel Rio de Janeiro Copacabana) e o Sofitel São Paulo (SP) com 219 quartos. Ressalta-se que os hotéis de Salvador, São Luís e São Paulo eram operados em regime de contrato de administração, e o do Rio de Janeiro, em regime de arrendamento. Em 2012, há em operação pela rede Accor com a marca Sofitel, apenas o Sofitel Rio de Janeiro Copacabana (RJ) com 388 quartos, o Sofitel Florianópolis (SC) com 115 quartos e o Sofitel Jequitimar Guarujá (SP) com 301 quartos. Cabe destacar que o Sofitel Salvador esteve em funcionamento com a rede até 2009 quando foi adquirido pela rede Deville, e o Sofitel São Paulo continua a ser administrado pela rede Accor, mas houve uma conversão de bandeira, passando a operar como Mercure Grand Hotel (*midscale-superior/ intermediário superior*) em 2010. A marca Sofitel enquadra-se aos padrões de um hotel de categoria luxo. A estratégia de conversão de bandeira utilizada pela rede Accor foi uma forma de reposicionar o empreendimento no mercado, pois se trata de um hotel com 13 anos que, ao longo do tempo, perdera os padrões estabelecidos para um hotel de luxo. Atualmente, os empreendimentos da marca Sofitel aproximam-se muito do conceito de hotéis boutique, no que se refere à adequação do luxo e ao design exclusivo, requinte e serviços diferenciados, principalmente aqueles relacionados à gastronomia.

Até o início dos anos 2000, a rede Accor direcionava a suas estratégias de ampliação ao segmento tipo *flats*, construídos com recursos de terceiros, voltados preferencialmente ao público corporativo, administrando os seus empreendimentos mediante a marca Parthenon. Por serem *flats*, as unidades habitacionais seguem um padrão de estrutura de um apartamento com quarto, banheiro, sala e cozinha. Frente à crise de sobreoferta de apart-hotéis na capital paulistana, a rede reagiu passando a investir em hotéis mais rentáveis na categoria econômica, com as marcas Ibis e Formule 1, fechando diversos Parthenon. Como consequência entre o período de 2002 e 2006, a rede Accor passou de 44 para 32 empreendimentos hoteleiros na capital de São Paulo, sendo decisivo para esse resultado o fechamento de 19 *flats* (PROSERPIO, 2007). Cabe destacar que o empreendimento tipo *flats* emergiu no país nos anos de 1990, principalmente na região Sudeste, e a marca Parthenon foi desenvolvida unicamente para atuação no Brasil.

O conceito inicial dos *flats* e dos apart-hotéis remete a condomínios com a prestação de serviços hoteleiros como: limpeza,

arrumação e lavanderia. Os apartamentos são dotados de quarto, banheiro, sala e cozinha equipada, o que possibilitava a estadia de longa permanência. Com o tempo, esses empreendimentos por oferecerem os mesmos serviços de um hotel, passaram a concorrer com o segmento hoteleiro de forma desleal, pois em termos de custos, por serem condomínios, as despesas de manutenção e da operação são diluídos entre os condôminos. É importante ressaltar que muitos dos hotéis em operação no Brasil, assim com em Santa Catarina, estão formatados como *flats*, os denominados condo-hotéis na atualidade, no sentido de integrar a relação da hotelaria com o setor imobiliário, embora carreguem a imagem de um hotel regular.

No Brasil, a utilização dos *flats* como meios de hospedagem de curta duração esteve associada também à escassez de investimentos em empreendimentos hoteleiros ao longo da década de 1980, principalmente no segmento de hotéis intermediários (*midscale*). Essa escassez de recursos para os hotéis provocou no mercado uma mudança de paradigma para a construção de empreendimentos hoteleiros desse tipo, principalmente em grandes centros urbanos, como São Paulo. É importante ressaltar que os *flats* acabaram por competir diretamente com os hotéis, estando a decisão de construção do empreendimento não relacionada diretamente ao crescimento da demanda por hospedagem, mas sim pela conjuntura do mercado imobiliário. Por essa razão, muitas cidades, como São Paulo, passaram por momentos de crise, pois a demanda não acompanhou o crescimento da oferta de meios de hospedagem.

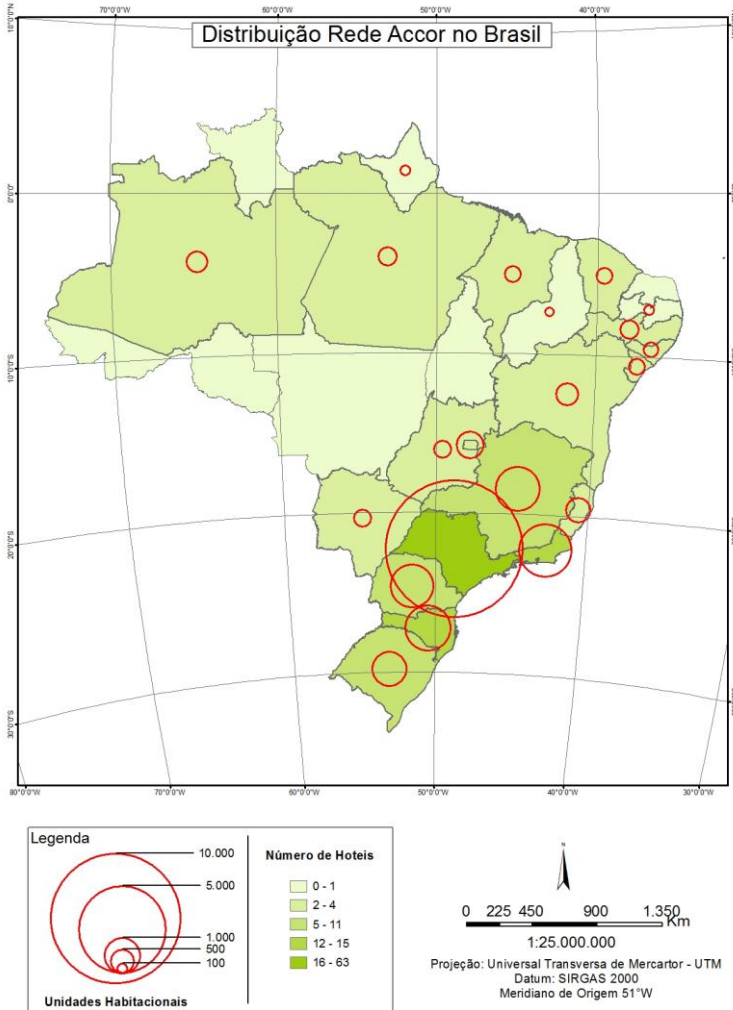
Diante da crise dos empreendimentos do tipo *flats*, a rede Accor resolve fortalecer o posicionamento da bandeira Mercure no país. Dessa forma, em 2006, os *flats* da marca Parthenon foram convertidos para a marca Mercure.

A estratégia de distribuição regional até meados dos anos 2000 seguiu o padrão de concentração nas regiões Sudeste e Sul. Foi justamente nesse período que a rede Accor diminui a sua presença na região Nordeste e manteve-se de forma inexpressiva nas regiões Norte e Centro Oeste do país. Com a crise de super oferta dos empreendimentos hoteleiros na capital paulistana, os esforços para ampliação da rede foram direcionados ao interior, principalmente às cidades com maior expressão econômica.

Atualmente (2012), a Accor conta com 153 hotéis e mais de 23.000 quartos²⁸⁸. Está presente nas 20 capitais dos Estados da Federação e em Brasília, no Distrito Federal. O Estado de São Paulo possui a maior concentração de unidades hoteleiras com 63 hotéis, seguido pelo Estado de Santa Catarina com 15 empreendimentos. A seguir, pode-se observar o mapa com a distribuição da rede Accor no Brasil (ver figura 11).

²⁸⁸ Em julho de 2012, a Accor adquiriu da rede Posadas 15 hotéis e outros 14 projetos de empreendimentos hoteleiros localizados na América do Sul, sendo 11 deles situados no Brasil. Dessa forma, após outubro de 2012, quando se concretizará a transação, a rede passará a contar, somando aos existentes hoje, com 164 hotéis e 26.200 quartos no território brasileiro.

Figura 11– Mapa de Distribuição e concentração da Rede Accor no Brasil



Elaboração: Giovanni Colossi Scotton, 2012

Fonte: Consulta Online Rede Accor e Pesquisa Rede Hoteleira Nacional 2012.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados disponibilizados pela Rede Accor 2012.
Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

A rede Accor expandiu seus empreendimentos seguindo o mesmo padrão de distribuição regional, com uma maior presença nas regiões Sudeste (59%) e Sul (22%), uma baixa concentração na região Nordeste (10%) e com uma presença inexpressiva nas regiões Centro Oeste (5%) e Norte (4%). Constatase que dos 153 hotéis da Accor no Brasil em 2012, 81% encontram-se nas regiões Sul e Sudeste do país. O quadro 32 que segue demonstra, por Região, o número de hotéis e o número de quartos por bandeira:

Quadro 32- Distribuição regional da rede Accor no Brasil em 2012

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA REDE ACCOR NO BRASIL EM 2012					
Região	Estado	Nº de hotéis	Bandeiras	Nº de Quartos	Total de quartos
Norte	Amazonas	3	Mercure	106	392
			Ibis	120	
			Novotel	166	
	Amapá	1	Ibis	96	96
	Pará	2	Ibis	128	336
Formule 1			208		
Nordeste	Alagoas	2	Mercure	116	215
			Ibis	99	
	Bahia	2	Ibis	252	426
			Mercure	174	
	Ceará	2	Ibis	171	261
			Mercure	90	
	Maranhão	2	Ibis	174	236
			Mercure	62	
	Paraíba	1	Ibis	101	101
	Pernambuco	3	Mercure	201	303
			Ibis	102	
Piauí	1	Ibis	72	72	

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA REDE ACCOR NO BRASIL EM 2012					
	Sergipe	2	Mercure	113	233
			Ibis	120	
Centro	Distrito Federal	2	Mercure	628	628
Oeste	Goiânia	2	Ibis	118	295
			Mercure	177	
	Mato Grosso do Sul	3	Ibis	199	287
			Novotel	88	
Região	Estado	Nº de hotéis	Bandeiras	Nº de Quartos	Total de quartos
Sudeste	Minas Gerais	11	Formule 1	241	1716
			Ibis	847	
			Mercure	628	
	Espírito Santo	4	Formule 1	220	522
			Ibis	256	
			Mercure	46	
	Rio de Janeiro	13	Novotel	149	2027
			Mercure	584	
			Ibis	656	
			Sofitel	388	
			Formule 1	250	
	São Paulo	63	Ibis	3941	11062
			Mercure	3410	

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA REDE ACCOR NO BRASIL EM 2012					
			Grand Mercure	215	
			Formule 1	1653	
			Novotel	1192	
			Sofitel	301	
			Pullman	350	
Sul	Paraná	11	Mercure	467	1454
			Ibis	724	
			Formule 1	263	
	Santa Catarina	15	Mercure	728	1764
			Ibis	849	
			Novotel	72	
			Sofitel	115	
	Rio Grande do Sul	8	Novotel	292	980
			Mercure	240	
			Ibis	448	
TOTAL		153			23406

Fonte: Elaborado pela autora em 2012, com base na Rede Accor 2012.

A rede Accor no Brasil é 100% controlada pela sua matriz na França, e os principais segmentos de atuação são hotéis urbanos e turísticos, os quais possuem localização estratégica, tendo como público alvo os viajantes de negócios e os turistas de lazer. Dentro do seu amplo portfólio de marcas, no Brasil, a rede opera com as bandeiras: Sofitel; Pullman; Grand Mercure; Novotel; Mercure; Ibis e Formule 1²⁸⁹. Outra marca da rede que deve entrar logo em operação no Brasil é a Adagio, uma bandeira de longa estada. A primeira unidade da marca será o Adagio City Aparthotel, em Salvador (BA), com 250 apartamentos. Existem outros acordos em andamento para o Estado de São Paulo, nas cidades de Barueri, São Bernardo do Campo, São Paulo capital e Jundiaí²⁹⁰. O quadro 33 a seguir apresenta a segmentação dos hotéis em funcionamento da rede em 2012.

Quadro 33- Segmentação dos hotéis da rede Accor no Brasil em 2012

SEGMENTAÇÃO DOS HOTÉIS DA REDE ACCOR NO BRASIL EM 2012					
Marcas	Segmento	Nº de hotéis	%	Nº de quartos	%
Sofitel	Luxo	3	2	804	3,5
Pullman	Upscale	1	1	350	1,5
Grand Mercure	midscale - superior	1	1	215	1
Mercure	Midscale	63	41	7.770	33
Novotel	Midscale	11	7	1.959	8,5
Ibis	Econômico	63	41	9.473	40,5
Formule 1	Super Econômico	11	7	2.835	12
Tot					
al	7	153	100%	23.406	100%

Fonte: Accor Hotels. Elaborado pela autora, em 2012.

²⁸⁹ Fazem parte do seu portfólio as marcas: Sofitel; Pullman; MGallery; Grand Mercure; Novotel; Novotel Suite; Mercure; Ibis; Ibis Styles; Ibis Budget; Hotel F1; Formule 1; Talassa Sea & Spa; Adagio; Orbis.

²⁹⁰ Os dados sobre a instalação dos hotéis com a bandeira Adagio no Brasil, foram retirados da entrevista concedida pelo Diretor de Desenvolvimento da Rede Accor na América Latina, Abel Castro à Revista, de Hotéis em 14/05/2012. Disponível em: <http://www.revistahoteis.com.br>. Acesso em 2012.

As estratégias de ampliação nos últimos dez anos foram direcionadas ao segmento de hotéis econômicos, voltados ao público corporativo da marca Ibis, que apresenta o maior número de quartos, com 9.473 unidades habitacionais distribuídas em 63 empreendimentos. Os hotéis Mercure, do segmento intermediário (*midscale*) possuem com igual presença no Brasil (63 hotéis), mas um número inferior de unidades habitacionais, 7.770 quartos. A presença marcante dos hotéis Mercure no país é reflexo dos investimentos realizados nas décadas de 1980 e 1990 para o segmento *midscale*. Cabe destacar que até 1999, a rede Accor contava somente com dois hotéis Ibis: o Ibis Maceió, com 84 quartos, e o Ibis Fortaleza, com 162 quartos e, ainda no período, contava com 46 empreendimentos da marca Parthenon e com dois da bandeira Mercure. Em 2006, dos 57 empreendimentos da bandeira Parthenon existentes no Brasil, um por um foram convertidos para a bandeira Mercure. Esse foi o caso dos empreendimentos Parthenon de Florianópolis: o Parthenon Itacorubi (Mercure Convention) e o Parthenon Lindacap (Mercure Centro), assim como a situação do Parthenon Century de Jaraguá do Sul (Mercure Apartament Centure), o Parthenon Platz (Mercure Apartment Platz), de Joinville e de todos os outros que passaram a funcionar com a bandeira Mercure.

A rede Accor possui hotéis instalados em 20 Estados da Federação e no Distrito Federal. Cerca de 40% dos hotéis Ibis estão localizados em 19 Estados e 29 dos empreendimentos nas capitais, em maior concentração na região Sudeste do país. A bandeira Ibis, somente não está presente no Distrito Federal. Portanto, constata-se que a estratégia atual para ampliação da rede é no segmento de hotéis econômico.

Sobre o desempenho da rede Accor, em 2011, a empresa apontou um crescimento de 5,2% no volume de receita no mundo em relação ao ano anterior (2010), um incremento de 6,1 milhões de Euros. O resultado foi impulsionado pelo bom desempenho das suas unidades hoteleiras em relação às taxas de ocupação e ao aumento na diária média. As demandas mantiveram-se altas, especialmente nos mercados europeus e em países como o Brasil e nos Estados Unidos. A abertura de novos hotéis foi responsável pelo o aumento da receita em 108 milhões de Euros. A Accor fechou o ano de 2011 confirmando seu *Earnings Before Interest and Taxes* (EBIT - o lucro antes do desconto de juros e impostos), esperado entre 510 e 530 milhões de Euros. Foram incorporados 318 novos hotéis ao seu portfólio, somando 38.700 quartos. Algumas praças como a Europa, em especial, a França, país sede da rede, foram responsáveis pelo incremento de 23% da expansão.

O Brasil é um dos mercados mais promissores para a rede Accor, pois responde por 85% do volume de negócios da empresa na América Latina, estimado em um total de US\$ 1 bilhão (2011). De acordo com Roland Bonadona, Presidente da rede Accor na América Latina, “o país representa hoje o 5º maior mercado para a companhia, antecedido por França, em primeiro lugar, Estados Unidos, Alemanha e China, que seguem respectivamente, nos outros postos”. É importante ressaltar que 5% dos quartos da Accor no mundo estão na América Latina. A meta da rede é acrescentar 4 mil novos quartos por ano. No mundo, a expectativa é ter 40 mil novas unidades habitacionais. Os hotéis econômicos são o foco do grupo para expansão no Brasil²⁹¹.

No final de 2011, a rede Accor anunciou uma mudança estratégica em escala mundial na configuração de suas marcas de hotéis econômicos. A reestruturação afeta especialmente a bandeira Ibis, que passa a ser a única marca do grupo francês na categoria de hotéis econômicos. No Brasil, o plano é alavancar R\$ 1,3 bilhão para a inauguração de 73 novos empreendimentos até 2015, sendo R\$ 860 milhões para 60 hotéis econômicos. Cerca de R\$ 400 milhões serão destinados para 13 unidades de classificação superior, Novotel (sete) e Mercure (seis). Até então, a Accor atua com quatro bandeiras diferentes para os hotéis econômicos: Ibis, All Seasons, Etap Hotel e Formule 1. Dessas, apenas as marcas Ibis e Formule 1 encontram-se no mercado brasileiro. As outras duas são mais conhecidas na Europa²⁹².

Pode-se constatar que logo a bandeira Ibis será a única marca da Accor no segmento econômico. A reestruturação da marca Ibis acontecerá em três diferentes versões: os hotéis All Seasons passarão a ser conhecidos como *Ibis Style*; os empreendimentos que adotavam as bandeiras Etap Hotel e Formule 1 passarão a se chamar *Ibis Budget* e os hotéis que eram Ibis permanecem com a mesma marca. As três versões de Ibis serão estampadas em um símbolo que lembra um travesseiro, com três cores diferentes: apenas Ibis será vermelho, Ibis Styles será verde, e Ibis Budget será azul²⁹³. O investimento global em marketing, adaptações e um *site* unificado para a bandeira Ibis está estimado em 150 milhões. A reestruturação da marca Ibis entre os anos de 2012 e

²⁹¹ Informações noticiadas no site do *Hôtelier News*. Disponível em: <<http://www.hoteliernews.com.br>>. Acesso em: 20 maio 2012.

²⁹² Noticiado pelo *Valor Econômico* em 14/09/2011. Disponível em: <www.valor.com.br>. Acesso em: 20 maio 2012.

²⁹³ A respeito da configuração das novas marcas, foi consultado o site oficial da rede no Brasil. Disponível em: <www.accorhotels.com.br>. Acesso em: 20 maio 2012.

2014 deverá resultar em um aumento de 3% e 4% da receita por apartamento disponível no Brasil²⁹⁴.

Essa mudança não afeta os hotéis da Accor instalados em Santa Catarina, pois no Estado somente encontram-se em operação no Estado as marcas, Sofitel, Mercure, Novotel e Ibis, que permaneceram com a mesma configuração. Entretanto, os novos empreendimentos Ibis já serão operados com as novas marcas.

O Estado de Santa Catarina receberá a primeira bandeira Ibis Style, que será instalado em Balneário Camboriú até o final de 2012. A instalação do hotel foi viabilizada por meio de uma parceria realizada com uma rede hoteleira local, a rede Pires de Hotéis, será um *retrofit*²⁹⁵ de um dos empreendimentos da rede, o Costa do Marfim, que por meio de contrato de franquia, passará a funcionar com a marca Ibis Style. Assim como outras franquias, a operação do hotel ficará por conta da rede Pires, entretanto, deverá seguir os padrões impostos pela detentora da marca, a rede Accor. A próxima cidade a receber um hotel da mesma bandeira será Palmas, capital do Estado de Tocantins. Cabe destacar que uma das características da marca Style é a maior metragem da área do quarto, decoração diferenciada, café da manhã e acesso à *Internet wi-fi* incluídas na diária, itens que não estão presentes no Ibis convencional²⁹⁶.

A estratégia de penetração utilizada pela rede Accor no Brasil dá-se por meio dos hotéis da marca Ibis, seja por meio da conversão de hotéis independentes ou pela construção de novos hotéis, sendo a incorporação realizada por parceiros locais, como é o caso do Ibis Style de Balneário Camboriú. Observa-se, também, que o avanço ocorre nas cidades intermediárias da hierarquia urbana brasileira, mas com grande potencial econômico ou que não possuem hotéis da rede, como é o caso da cidade de Palmas capital do Estado de Tocantins, pois 54% dos hotéis da marca econômica que estão em funcionamento no país estão localizados fora das capitais.

²⁹⁴ Noticiado pelo Valor Econômico em 14/09/2011.

²⁹⁵ Retrofit é um termo utilizado na engenharia, na arquitetura, assim como na hotelaria, para designar o processo de modernização de algum equipamento ou edificação já considerados antigos ou ultrapassados. O processo inclui a revitalização e atualização das construções para aumentar a vida útil do imóvel, por meio da modernização dos ambientes, incorporação de tecnologias atualizadas e de materiais com qualidade avançada. Esse processo é uma alternativa encontrada pela hotelaria para reconquistar a valorização do hotel perante o mercado.

²⁹⁶ Informações noticiadas no *site* Hoteleier News. Disponível em: <<http://www.hoteliernews.com.br>>. Acesso em: 20 maio 2012.

Em Santa Catarina, a rede buscou instalar-se nas capitais regionais, como Criciúma (Sul do Estado), Joinville (Norte do Estado) e Blumenau (Vale do Itajaí) e, recentemente, em 2011, em Lages (Serra Catarinense), além de Florianópolis e Balneário Camboriú. As duas últimas, por serem destinos indutores do turismo no Estado. Os hotéis de São Bento do Sul, Jaraguá do Sul, Itajaí e São José surgiram pelo potencial econômico das cidades ou do entorno, pela localização estratégica ou por uma questão de oportunidade, nesse caso, por existir um investidor com interesse e disponibilidade financeira para a incorporação do hotel.

Dos 15 hotéis existentes da rede Accor no Estado, sete são da bandeira Ibis, apenas um está situado na capital (Florianópolis), conforme pode ser observado no quadro 34 a seguir.

Quadro 34 - Rede Accor em Santa Catarina - 2012

REDE ACCOR EM SANTA CATARINA - 2012			
HOTEL	ANO	Nº DE UH	CIDADE
Novotel	1995	72	São Bento do Sul
Mercure Centro	1995	81	Florianópolis
Mercure Prinz	1998	132	Joinville
Mercure Platz	2000	64	Joinville
Mercure Apartment Centure	2001	79	Jaraguá do Sul
Ibis	2002	198	Florianópolis
Ibis	2003	126	Joinville
Ibis	2003	110	Blumenau
Mercure Convention	2005	171	Florianópolis
Ibis	2006	110	Criciúma
Sofitel	2006	115	Florianópolis
Ibis	2006	105	Itajaí
Mercure	2007	201	Balneário Camboriú
Ibis	2010	136	São José
Ibis	2011	64	Lages

Fonte: Rede Accor Hotels. Elaborado pela autora em 2012.

Os dados do quadro 34 acima comprovam que a expansão da rede em Santa Catarina deu-se a partir dos anos 2000, por meio de parcerias realizadas com investidores do Estado.

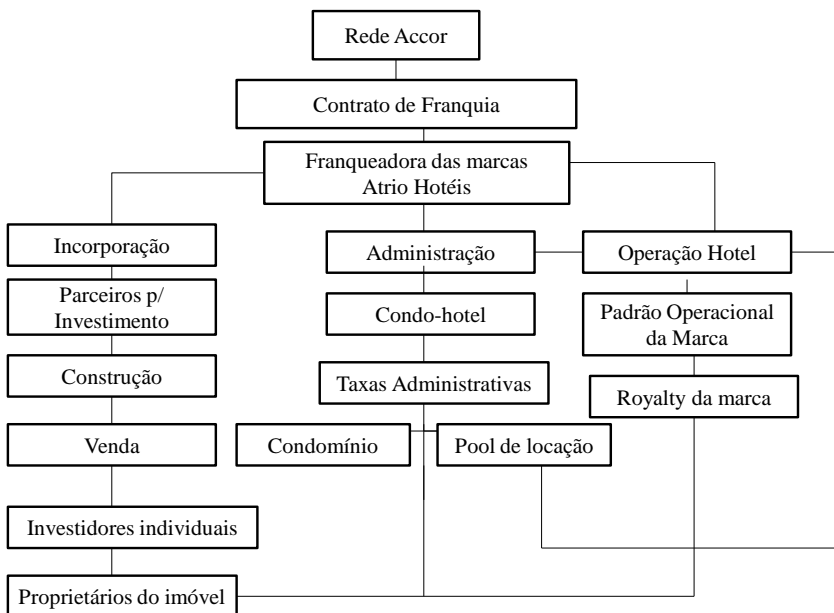
Em Santa Catarina, parte significativa dos empreendimentos da rede surgiu da parceria com empresas catarinenses, como é o caso da Atrio Hotéis, originária da cidade de Joinville, responsável pela instalação do Mercure Apartment Centure, localizado em Jaraguá do Sul, primeiro empreendimento incorporado pela Atrio.

A Atrio Hotéis surgiu em 1988, na sociedade entre os empresários Ninfo Valtero König e Paulo Roberto Linsmeyer, atual sócio-proprietário da rede Hotel10, com a participação de Aldemir S. Dadalt, da empresa Prisma Engenharia. A Atrio é uma empresa incorporadora e máster franqueadora da Accor em Santa Catarina, isto é, a Atrio possui um acordo com a rede Accor para operacionalizar a gestão dos empreendimentos por meio de contrato de franquia. Como

incorporadora, a empresa controla o empreendimento imobiliário, faz a articulação com o grupo de investidores para viabilizar a compra do terreno e a construção do empreendimento, de acordo com os padrões arquitetônicos para incorporação de uma marca hoteleira da Rede Accor. A operação dos hotéis fica a cargo da Atrio com os padrões de atendimento e de serviços da rede Accor.

Na modalidade de negócio condo-hotéis, a Atrio Hotéis, além da incorporação e da operação, é responsável também pela administração do condomínio e do *pool* de locação que é formado por um conjunto de proprietários que coloca as suas unidades para locação (venda por diárias), conforme representa o modelo a seguir (ver figura 12).

Figura 12 - Modalidade de negócio da Atrio Hotéis para condo-hotéis



Fonte: Elaborado pela autora em 2012.

A Atrio Hotéis concentra as suas operações em três Estados da região Sul do Brasil. Até meados de 2012, estão sob sua administração 1.652 quartos, 37% localizados no Paraná, 38% em Santa Catarina e 37% no Rio Grande do Sul. São 12 empreendimentos da rede Accor

instalados com as marcas Novotel, Mercure, Ibis e Formule 1, conforme demonstra o quadro 35 a seguir.

Quadro 35 – Operação dos empreendimentos da Atrio Hotéis

Operação dos empreendimentos da Atrio Hotéis				
Hotel	Nº de quartos	Bandeira	Cidade	Estado
Novotel Porto Alegre	166	Novotel	Porto Alegre	RS
Mercure Platz	64	Mercure	Joinville	SC
Mercure Prinz	132	Mercure	Joinville	SC
Mercure Apartment Jaraguá do Sul	79	Mercure	Jaraguá do Sul	SC
Ibis Blumenau	110	Ibis	Blumenau	SC
Ibis Joinville	126	Ibis	Joinville	SC
Ibis Porto Alegre Aeroporto	154	Ibis	Porto Alegre	RS
Ibis Porto Alegre Moinhos de Vento	154	Ibis	Porto Alegre	RS
Ibis Curitiba Aeroporto	154	Ibis	Curitiba	PR
Ibis Criciúma	110	Ibis	Criciúma	SC
Ibis Caxias do Sul	140	Ibis	Caxias do Sul	RS
Formule 1 Curitiba	263	Formule 1	Curitiba	PR

Fonte: Atrio Hotéis²⁹⁷. Elaborado pela autora em 2012.

A empresa Atrio Hotéis pretende expandir os seus negócios para toda a região Sul do Brasil e, para esse desenvolvimento, conta como parceira a construtora Prisma Engenharia de Joinville, de propriedade de Aldemir S. Dadalt, engenheiro responsável por viabilizar a construção dos empreendimentos. Este ano, 2012, assinou contrato com a rede Accor para a incorporação de dez hotéis que serão distribuídos pelos Estados do Sul.

A expansão dos negócios da Atrio iniciou pela região de Porto Alegre (RS), com a marca Novotel, considerada de categoria superior dentro do portfólio da rede Accor. O hotel Novotel Porto Alegre, inaugurado em fevereiro de 2012, conta com 166 quartos. O investimento para implantação do empreendimento foi na ordem 30

²⁹⁷ Disponível em: <<http://www.atrionhotels.com.br/hotels.php>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

milhões de Reais aproximadamente²⁹⁸. Ainda em 2012, a Atrio pretende inaugurar o Ibis Novo Hamburgo, com 110 quartos, localizado às margens da BR116, voltado a atender a demanda de negócios da região; o Ibis Canoas, com 132 quartos, situado anexo ao Canoas Shopping, que deverá abarcar parte da demanda de hospedagem da região metropolitana de Porto Alegre; e o Ibis Londrina, o 15º empreendimento da Atrio Hotéis, o primeiro hotel com a bandeira Ibis em Londrina (PR), com 132 quartos, com investimento estimado em R\$16 milhões, construído junto às obras do Boulevard Londrina Shopping, do grupo Sonae Sierra Brasil²⁹⁹. Cabe chamar a atenção ao tempo de construção do Ibis Canoas. O empreendimento foi construído em estrutura metálica o que permitiu erguer o hotel de seis andares, com 132 quartos em 68 dias, desde a sua fundação até a cobertura. Um marco para construção de hotéis desse porte no Brasil. A tecnologia de construção foi fornecida pela empresa Medabil³⁰⁰. A tecnologia utilizada por essa empresa irá reduzir o tempo de construção de hotéis e acelerar o desenvolvimento da Atrio.

Em Santa Catarina, a Atrio Hotéis noticiou que deve instalar um novo Mercure em Blumenau. A rede Accor também confirma a instalação do hotel Ibis *Budget* na cidade. Os empreendimentos deverão ser entregues entre 2013 e 2014. Ressalta-se que Blumenau já teve um Mercure que foi fechado em 2009 e com mais dois hotéis instalados, a cidade acrescentará 250 novos quartos na sua capacidade de hospedagem³⁰¹. Além do Ibis Budget de Blumenau, a Atrio assinou outros nove contratos para incorporação de empreendimentos hoteleiros no Sul do país, por meio de contrato de franquia com a rede Accor,

²⁹⁸ Informações noticiadas no caderno Veja Economia, em 9/02/2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/grupo-accor-quer-dobrar-numero-de-hotéis-no-brasil>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

²⁹⁹ Dados fornecidos pela Atrio Hotéis. Disponível em: <www.atriohoteis.com.br>. Acesso em: 15 jun. 2012.

³⁰⁰ A Medabil iniciou suas atividades em 1967, em Nova Bassano, no Rio Grande do Sul. É uma das principais empresas no mercado construtivo metálico. A empresa fornece toda a expertise e logística para a construção dos mais diferentes tipos de empreendimentos desde a fase de projeto até a montagem de prédios metálicos pré-engenheirados para indústrias, *shopping centers*, supermercados, centros de distribuição e hotéis. É líder no mercado nacional e uma das maiores empresas desse setor na América Latina, com duas fábricas em Nova Bassano (RS) e com unidades fabris em Chapecó (SC) e Serra (ES). A Medabil está presente em mais de 20 países da América Latina, África e Europa. Além das fábricas, a empresa conta com um centro administrativo em Porto Alegre e escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Salvador e Curitiba. Disponível em: <<http://www.medabil.com.br>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

³⁰¹ Informação noticiada no Jornal Santa Catarina em 2012.

também para os hotéis da marca Ibis *Budget*. Porto Alegre deverá receber dois empreendimentos, um deles estará localizado no centro da cidade e o outro na zona Sul, próximo ao Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (FIERGS). No Oeste do Estado de Santa Catarina, a Accor assinou o protocolo de intenções com o proprietário do terreno para a construção do Ibis Chapecó, o primeiro hotel vinculado a uma rede hoteleira na região³⁰².

Segundo Castro³⁰³ (2011), a maioria dos investidores da rede Accor em Santa Catarina são originados da construção civil. A rede possui alguns parceiros no Estado, seja para renda, para incorporação ou para franquia. Dentre os diversos modelos existentes de parcerias, alguns investidores desenvolvem hotéis e são 100% proprietários dos empreendimentos; alguns constroem os hotéis e vendem os quartos, isto é, fazem a venda e a incorporação como *flat* e *condo-hotel*; outros; ainda, possuem grupos de investimento, os quais fazem as incorporações dos hotéis para rede Accor, como é o caso da parceria da rede Accor com a Atrio Hotéis. A Atrio sozinha não é proprietária dos empreendimentos da Accor – existe um grupo de investidores junto à empresa que viabiliza a incorporação do negócio.

Semelhante a Atrio, a rede Accor possui outros parceiros de investimentos como a Construtora e Incorporadora Souza Maria que será responsável pela construção de dez hotéis em São Paulo e Minas Gerais e o grupo Martins Hotéis para construção de cinco empreendimentos em Goiás e Tocantins. Todas as empresas são responsáveis por entregar as obras nos próximos quatro anos, como previsto em contrato. Os hotéis da marca Ibis terão em média 60 apartamentos. A primeira unidade a ser entregue é a de Sertãozinho, no interior de São Paulo, prevista para janeiro de 2013.

Dos hotéis vinculados à rede Accor, existentes na atualidade (2012), o Mercure Convention, localizado em Florianópolis, surgiu por meio da parceria com um incorporador, que construiu a edificação e colocou a venda no mercado imobiliário. Como *condo-hotel*, há um condomínio que é formado pelo conjunto de proprietários dos imóveis e, paralelamente, há uma operação hoteleira que é realizada pela rede Accor. É o caso também do Mercure Centro Florianópolis. Como exemplo de outro tipo de negócio, o Ibis Florianópolis foi incorporado

³⁰² Informações disponibilizadas pela empresa Atrio Hotéis. Disponível em: <www.atriohotels.com.br>. Acesso em: 15 jun. 2012.

³⁰³ Entrevista concedida por Abel Castro, Diretor de Desenvolvimento da Rede Accor na América Latina à Fabiola Martins dos Santos em 23 de outubro de 2011.

por uma única empresa constituída por dois investidores que são proprietários de todo o imóvel. A gestão do empreendimento é realizada pela Accor por meio de contrato de administração, assim como é o caso também dos hotéis: Novotel São Bento, Sofitel Florianópolis e o Ibis Navegantes.

Cabe destacar o caso específico do hotel Mercure Balneário Camboriú. A sua incorporação foi realizada por uma rede local, Rede Pires de Hotéis de Balneário Camboriú, que é responsável por 100% dos investimentos e pelo funcionamento do hotel. A operação é realizada por meio de contrato de franquia com a rede Accor.

Com uma única unidade hoteleira atualmente, a rede Atlantica marca a sua presença no Estado de Santa Catarina, com o hotel Sleep Inn, em Joinville. A rede Atlantica é uma administradora hoteleira, multimarcas, brasileira, a maior operadora de hotéis de capital privado da América do Sul que atua na operação de empreendimentos nas categorias luxo, superior e econômico. A rede não possui ativos próprios, isto é, administra apenas hotéis de terceiros. A empresa atua com bandeiras americanas e oferece de forma independente a gestão de suas marcas. Para tanto, mantém alianças estratégicas com a Choice Hotels International, proprietária das marcas Sleep, Comfort, Comfort Suites, Quality e Clarion, também com a Carlson Companies, donas das marcas Radisson, Park Inn e Park Suites e a Starwood Hotels com Four Points By Sheraton. A Atlantica possui somente duas marcas próprias para os hotéis no Brasil, a Go Inn e a Atlantica Collection. Por meio dessas alianças estratégicas, a rede Atlantica representa com exclusividade no Brasil, as marcas desses grupos norte-americanos. Cabe lembrar que, atualmente, a rede Atlantica é uma empresa Nacional, apesar de representar bandeiras internacionais no Brasil.

A Atlantica surgiu e foi fundada por Paul J. Sistar em 1998, como Choice Atlantica Hotels, empresa subsidiária da Choice Hotels International para América Latina. Com um aporte de US\$ 60 milhões para expansão da rede Choice no Brasil, principalmente no segmento de hotéis intermediários, passou a administrar o hotel Trianon, na Avenida Paulista, em São Paulo capital, em regime de arrendamento. O investimento total para a operação do empreendimento foi de US\$ 1,5 milhão. No início das suas operações, a rede Atlantica concentrou a sua atuação na administração dos hotéis com as bandeiras da Companhia Choice no Brasil³⁰⁴.

³⁰⁴ A Choice Hotels International originou-se da Quality Courts Motels, uma cooperativa de marketing fundada em 1941 por pousadas na Flórida (EUA), com o objetivo de

Em 2006, como Atlantica Hotels, consolida-se como a primeira administradora hoteleira brasileira a operar com conceitos multimarcas de hotéis econômicos e hotéis de luxo, representando, no Brasil, as três maiores cadeias hoteleiras internacionais: a Choice Hotels, a Starwood Hotels e a Carlson Hospitality.

Atualmente (2012), a rede Atlantica possui em seu portfólio a administração de 77 hotéis e 10.318 quartos. Em Santa Catarina, conta com um único empreendimento, o Sleep Inn de Joinville, com 148 quartos, que surgiu em 2006 através de uma parceria da rede com um investidor local.

Como as outras administradoras hoteleiras que também fazem a operação de hotéis de terceiros, os principais segmentos de atuação da rede estão voltados para os hotéis independentes que por decisão do investidor vinculam a administração e a operação a uma rede hoteleira que é especializada na administração de hotéis e de condo-hotéis. O foco da sua administração é em hotéis do segmento corporativo, mais de 80% dos seus clientes são hóspedes em viagem de negócios³⁰⁵.

A rede Atlantica está presente em todas as regiões do Brasil, com 77 hotéis e 10.318 quartos. A região Sudeste conta com a maior concentração, 65% dos hotéis da rede, seguida pelas regiões Nordeste, com 10%; região Sul, com 9%; região Norte com 8%; e, também, com 8%, a região Centro Oeste. A rede está presente em 16 capitais do país e 41 cidades. Somente no Estado de São Paulo são 17 empreendimentos instalados na capital paulista, 3 na Região Metropolitana (Barueri) e 17 em cidades do interior de São Paulo, como Campinas, Itupeva, Bauru, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, Franca, São Carlos, São José dos Campos, Marília, Sertãozinho, Jundiaí, Araçatuba e Araraquara.

desenvolver a imagem desses estabelecimentos. Ao longo dos anos de 1940 e 1950, consolidou-se como uma importante rede de hotéis dos Estados Unidos (Quality Courts Motels), passando a vender as franquias da marca a partir de 1963, o que determinou, inclusive, a sua expansão para o Canadá. Em 1990, a empresa reformulou a sua estratégia de negócio passando a chamar-se Choice Hotels, ao mesmo tempo em que foram criadas as marcas, Clarion Inn, para o segmento de hotéis de luxo, Comfort, Rodeway Inn e Quality, para o segmento intermediário de hotéis e Econo Lodge e Sleep Inn para o segmento econômico. Em 1998, a Choice parte para a expansão na América do Sul, por meio do desenvolvimento de uma empresa subsidiária da rede, a Choice Atlantica Hotels. A partir de 2002, a Atlantica Hotels, não mais subsidiária da rede Choice, passa a atuar como administradora hoteleira multimarcas e a representar outras marcas internacionais de outras redes hoteleiras e a desenvolver duas bandeiras próprias para atuação no Brasil (GAZETA MERCANTIL, 1999; PROSERPIO, 2007).

³⁰⁵ Dado fornecido no estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

Uma das estratégias de expansão utilizada pela rede Atlantica é a conversão de bandeiras, muitas delas administradas por outras redes hoteleiras nacionais e internacionais. Dos 75 hotéis instalados pela rede em 2010, quase 40% deles resultaram da migração de hotéis vinculados a redes concorrentes³⁰⁶. A rede Atlantica foi uma das primeiras administradoras hoteleiras a oferecer conversões de bandeiras internacionais no Brasil.

O sucesso do desenvolvimento da rede Atlantica no Brasil está relacionado à ampla opção de bandeiras de reconhecimento internacional. Os hotéis associados a essas marcas alcançam resultados superiores na distribuição de lucro aos investidores logo no primeiro momento da operação³⁰⁷. A rede possui uma equipe especializada na avaliação de produtos hoteleiros e sobre a viabilidade de cada marca, se associada a diferentes mercados.

É importante lembrar que a rede Atlantica não investe recursos próprios na construção das novas unidades, apenas administra a operação do empreendimento. Como prática administrativa para manter os hotéis vinculados à rede, a empresa tem mantido, em média, R\$ 20 milhões em fundo de reserva para investimentos em reformas e modernizações, com a aprovação dos proprietários dos empreendimentos, não se tratando de recursos próprios³⁰⁸. Tal fato reforça a ideia da empresa administradora hoteleira ser uma prestadora de serviços administrativos para operação de hotéis de terceiros, cuja propriedade é de investidores individuais ou pulverizados, necessitando todo e qualquer aporte de recurso para melhorias de autorização prévia dos investidores.

A rede Atlantica busca fazer parceria com investidores locais para a implantação dos seus hotéis. Esses investidores é que são responsáveis pelo aporte de recursos financeiros para a construção dos empreendimentos, como foi o caso da implantação do Sleep Inn Manaus, inaugurado em 2007 com 150 quartos, que recebeu investimento de aproximadamente R\$ 22 milhões captados entre empresários locais. De acordo com Fernando Silvestrim, um dos investidores, a abertura de um hotel em Manaus em parceria com a Atlantica Hotels, uma rede que está entre as maiores do mundo, garante

³⁰⁶ Informações do estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

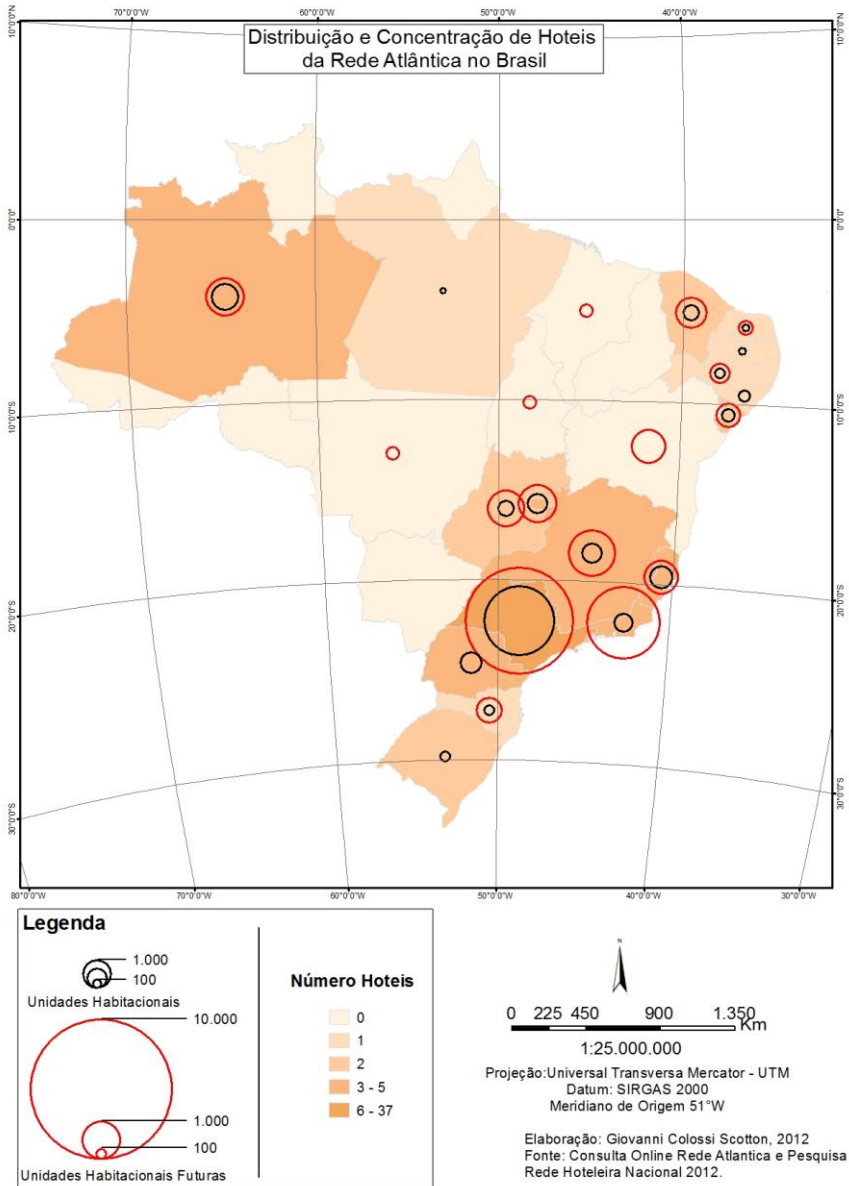
³⁰⁷ Segundo informação da rede Atlantica, no estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

³⁰⁸ Informações do estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

qualidade e maiores chances de sucesso ao empreendimento, que está inserido em um portfólio para atender clientes internacionais³⁰⁹. No mapa que segue (ver figura 13), apresenta-se a distribuição dos hotéis da Rede Atlantica no território nacional.

³⁰⁹ Reportagem sobre a abertura do Sleep Inn de Manaus realizada pelo Grupo Trade de Comunicação em setembro de 2007. Disponível em: <www.grupodecomunic.com.br>. Acesso em: 25 jun. 2012.

Figura 13– Mapa de Distribuição e concentração de hotéis da Rede Atlântica no Brasil



Fonte: Elaborado pela autora com base na Rede Atlântica 2012.
Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

Entre o segundo semestre de 2012 e o ano de 2015, estão previstos a abertura de 43 novos empreendimentos no Brasil, conforme apresentado no quadro 36 a seguir.

Quadro 36- Futuros hotéis da Rede Atlantica

Futuros hotéis da Rede Atlantica				
Hotel	Cidade	Estado	Nº de quartos	Ano
Quality Petrolina	Petrolina	PE	132	2012
Go Inn Duque de Caxias	Duque de Caxias	RJ	216	2012
Comfort Inn Duque de Caxias	Duque de Caxias	RJ	174	2012
Comfort Inn Dutra	São João do Meriti	RJ	240	2012
Clarion Brasília	Brasília	DF	301	2013
Comfort Hotel Bauru	Bauru	SP	96	2013
Comfort Hotel Florianópolis	Florianópolis	SC	199	2013
Comfort Hotel Natal	Natal	RN	72	2013
Comfort Palmas	Palmas	TO	140	2013
Comfort Pampulha	Belo Horizonte	MG	176	2013
Comfort Itaboraí	Itaboraí	RJ	180	2013
Go Inn Goiânia	Goiânia	GO	214	2013
Go Inn Del Rey	Belo Horizonte	MG	200	2013
Comfort Inn Itaguaí	Itaguaí	RJ	144	2014
Go Inn Itaguaí	Itaguaí	RJ	288	2014
Comfort Confins	Confins	MG	280	2014
Comfort Campinas	Campinas	SP	200	2014
Comfort Hotel Santos	Santos	SP	163	2014
Sleep Inn Downtown Manaus	Manaus	AM	172	2014
Comfort Hotel Contagem	Contagem	MG	218	2014
Quality Itajaí	Itajaí	SC	153	2014
Quality Itaipava	Itaipava	RJ	304	2014
Go Inn Itaboraí	Itaboraí	RJ	250	2014

Futuros hotéis da Rede Atlantica				
Comfort Imperatriz	Imperatriz	MA	140	2014
Radisson Salvador	Salvador	BA	244	2014
Go Inn Campos dos Goytacazes	Campos dos Goytacazes	RJ	300	2014
Quality Nova Iguaçu	Nova Iguaçu	RJ	154	2014
Comfort Valparaíso de Goiás	Valparaíso de Goiás	GO	157	2014
Go Inn Campinas	Campinas	SP	250	2014
Comfort Salvador	Salvador	BA	344	2014
Go Inn Vitória	Vitória	ES	160	2014
Go Inn Aracaju	Aracajú	SE	176	2014
Clarion Fortaleza	Fortaleza	CE	378	2015
Clarion Santana de Parnaíba	Santana de Parnaíba	SP	168	2015
Quality Salvador	Salvador	BA	224	2015
Quality Campos dos Goytacazes	Campos dos Goytacazes	RJ	180	2015
Go Inn Taguatinga	Taguatinga	DF	180	2015
Sleep Inn Campos dos Goytacazes	Campos dos Goytacazes	RJ	234	2015
Hotel	Cidade	Estado	Nº de quartos	Ano
Comfort Americana	Americana	SP	150	2015
Comfort Itatiba	Itatiba	SP	150	2015
Quality Goiânia	Goiânia	GO	190	2015
Comfort Hotel Sorocaba	Sorocaba	SP	160	2015
Comfort Hotel Sinop	Sinop	MT	130	2015

Fonte: Rede Atlantica³¹⁰. Elaborado pela autora em 2012.

Nos próximos anos serão incorporados ao portfólio da rede Atlantica mais 43 hotéis e 8.581 quartos, o que representará um aumento de 56% no número de hotéis e, aproximadamente, 83% no número de quartos, totalizando 120 hotéis e 18.899 unidades habitacionais até

³¹⁰ Disponível em: <www.atlanticahotels.com.br>. Acesso em: 3 jun. 2012.

2015. Somente o Estado do Rio de Janeiro deverá receber 12 empreendimentos da rede.

Para Santa Catarina está prevista a abertura na região de Florianópolis do Comfort Hotel Florianópolis, com 199 quartos, localizado à Rua Conselheiro Mafra, centro da cidade, com a incorporação da JAT Engenharia³¹¹, uma construtora local, com a previsão de abertura para 2013. O projeto prevê 21 pavimentos com quatro elevadores, três sociais e um de serviço; pé direito duplo com mezanino no saguão; quatro salas para eventos com *foyer* para 220 pessoas; *business enter*; estação de *Internet*; estacionamento rotativo com manobrista; loja de conveniência; bar / *coffee shop*; restaurante internacional; circuito fechado de TV; heliponto e *fitness enter*. As unidades habitacionais serão compostas de TV de LCD; banheiro com bancada separada; climatização; conexão para *Internet* banda larga; telefonia; cama *en spring*; fechaduras eletrônicas; medidores individuais de energia e frigobar.

Além da bandeira Comfort em Florianópolis, a rede Atlantica prevê a instalação do Quality Itajaí, com 153 quartos, em 2014. O hotel fará parte do Complexo Multiuso Riviera Concept, situado na Praia

³¹¹ A JAT Engenharia iniciou suas atividades em 1961, com a firma individual de Jayme Antunes Teixeira. Em 1964, foi transformada em Sociedades por Cotas de responsabilidade Limitada. A atuação da JAT Engenharia, em Santa Catarina, tradicionalmente esteve voltada para as áreas residencial, comercial e industrial. A JAT Engenharia fez parte de um Grupo Empresarial que, em 1970, incorporou a Fábrica de Extrusão de Alumínio, ALUSUD, com sede no Sul do Estado, na cidade de Tubarão e escritórios em Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Na ALUSUD, durante o período em que a JAT participou do grupo controlador, seu Diretor, o Engenheiro Jayme Antunes Teixeira, foi o Presidente do Conselho de Administração da Empresa. O empresário Jayme Antunes Teixeira, fundador da JAT, ocupa a Presidência da empresa, a arquiteta Marília Teixeira responde pela Diretoria Operacional e a administradora de empresas, Gabriela Teixeira, pela Diretoria Comercial. Nesses anos de existência, a empresa concluiu um significativo número de obras. Como projeto futuro da JAT Engenharia, sem previsão de início para construção, encontra-se o empreendimento imobiliário, Florianópolis Village Golf Resort, localizado na Praia do Pântano do Sul, situada no Sul da Ilha de Santa Catarina, em uma área de 1.200.000 m². São, portanto, 120 hectares, com 600 metros lineares de frente para o mar que deverão abrigar o Resort, com quadras poliesportivas; quadras de tênis; complexo de piscinas integradas à natureza e ao lado do mar; piscinas térmicas (adulto e infantil); sauna seca e úmida; restaurantes; bares; salas de jogos; *fitness center*; sala de TV com lareira; Spa; infraestrutura e equipamentos para a prática de esportes náuticos; Heliponto; centro de eventos com capacidade para 1.000 pessoas e um campo de Golf com 18 buracos em uma área de 600.000 m². Para a administração do Resort, a empresa prevê a operação de uma rede Internacional. Disponível em: <<http://www.jatengenharia.com.br/jat/>>. Acesso em: 3 jun. 2012.

Brava, em Itajaí. A incorporação do empreendimento é realizada pelo Grupo Riviera, de Evandro Dal Molin, criado em 2008 na cidade de Balneário Camboriú, com atuação na construção e incorporação de empreendimentos imobiliários na região. A sua concepção agrega edifícios residenciais, comerciais e hotel. A proposta para o hotel é trabalhar com dois segmentos: negócios, com a proximidade de Itajaí e o lazer, por estar localizado na Praia Brava, em Itajaí. Cabe destacar que o empreendimento foi concebido na modalidade Condo-hotel, cujas unidades do Riviera Quality são colocadas à disposição do mercado imobiliário para aquisição das unidades por investidores individuais. Cada investidor adquire uma cota do imóvel com escritura em seu nome. A propriedade fará parte do “*pool* de locação”, exclusivo do hotel, que será administrado pela Rede Atlantica, sendo o rendimento do investidor proporcional ao número de unidades adquiridas³¹².

Assim como a Rede Atlantica, a rede Blue Tree Hotéis & Resorts do Brasil está presente em Santa Catarina com duas unidades hoteleiras localizadas nas cidades de Florianópolis e Joinville, com os hotéis: Blue Tree Towers Florianópolis e o Blue Tree Towers Joinville, com 95 e 84 quartos, respectivamente.

A rede Blue Tree foi fundada pela empresária Chieko Aoki em 1997, principal acionista da rede (99,9%), mas o primeiro hotel com a marca Blue Tree surgiu em Recife³¹³. Desde o início das suas operações no Brasil, a rede buscou estabelecer-se em cidades estratégicas, estimulada, especialmente, pela carência de empreendimentos na categoria superior com alto padrão de serviços, nos segmentos de hotéis de negócios e luxo. A instalação do Blue Tree Towers Florianópolis, em 2000, na região do Distrito Central de Florianópolis, respondia a demanda de um hotel executivo com o padrão de serviços do Blue Tree Towers, pois, até então, os empreendimentos instalados na cidade, naquela área, eram de categoria inferior. No ano 2000, já contava com onze hotéis no Brasil, com aproximadamente 1.900 quartos.

³¹² Disponível em: <<http://www.gruporiviera.com.br>>. Acesso em: 10 jun. 2012.

³¹³ A rede Blue Tree foi criada em 1997 pela empresária Chieko Aoki quando os hotéis Caesar Park foram adquiridos pelo grupo Pousadas. Nessa ocasião, os hotéis que pertenciam à rede Caesar Towers, a bandeira criada em 1993, para operação de hotéis de negócios, foram incorporados pela Blue Tree. Nessa negociação, os hotéis de Fortaleza, Porto Alegre, São Paulo que eram Caesar Towers, além do Resort de Cabo de Santo Agostinho, passaram a ser operados pela Blue Tree. A rede Blue Tree firmou um acordo com o Funcef para operação de empreendimentos pertencentes ao fundo, em troca da participação de 20% da operadora. Por isso que no ano de 2000 já contava com onze empreendimentos em seu Portfólio (GAZETA MERCANTIL, 1999).

Em 2007, a rede fez a sua primeira tentativa de expansão para aos países do Cone Sul, iniciando as suas operações na Argentina, com o Blue Tree Hotels Recoleta Ker, em Buenos Aires, com 91 quartos. O segundo empreendimento internacional da rede foi instalado em Santiago, no Chile, com a operação do Blue Tree Hotels Fundador, em 2009. No mesmo ano desenvolve a marca Spotlight para hotéis econômicos e instala os empreendimentos Spotlight Hotels Pinheiros (SP) e Spotlight Hotel Salvador (BA). Por motivos não informados pela rede, os dois empreendimentos internacionais e a marca Spotlight em São Paulo não são mais vinculados à gestão da rede Blue Tree em 2012.

Segundo dados do Valor Econômico, em 2010, a rede chega à região Norte do Brasil com o Blue Tree de Manaus (AM). Até o primeiro semestre daquele ano contava com 30 hotéis e 4.621 quartos no seu portfólio, incluindo os dois hotéis internacionais e dois hotéis Spotlight³¹⁴.

Do segundo semestre de 2010 até 2012, a rede perdeu a administração de seis empreendimentos. Deixaram de pertencer ao portfólio da rede, além dos hotéis internacionais, o Spotlight Hotels Pinheiros (SP), o Blue Tree Premium My Place Savassi de Belo Horizonte (MG), o Blue Tree Premium Brusque (SC) e o Blue Tree Jardins Premium Capcana (SP). Essa baixa representou uma perda de 20% em número de hotéis e de 17,52% em número de quartos. A perda no período foi amenizada com a integração de mais dois empreendimentos à administração da rede, o Blue Tree Towers Rio Poty, em Teresina (PI) e o Blue Tree Premium Congonhas, em São Paulo (SP). Até o primeiro semestre de 2012, a rede conta em seu portfólio 24 hotéis e 4.491 hotéis, conforme demonstra o quadro 37 a seguir.

³¹⁴ Os dados apresentados sobre a rede Blue Tree são do estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira, publicado pelo Valor Econômico em 2010.

Quadro 37– Rede Blue Tree

Rede Blue Tree			
Hotel	Nº de quartos	Cidade	Estado
Blue Tree Premium Manaus	174	Manaus	AM
Blue Tree Towers Rio Poty	119	Teresina	PI
Blue Tree Premium Fortaleza	248	Fortaleza	CE
Blue Tree Towers Recife	155	Recife	PE
Blue Tree Towers Goiânia	110	Goiânia	GO
Blue Tree Park Lins	180	Lins	SP
Blue Tree Towers São José dos Campos	126	São José dos Campos	SP
Blue Tree Premium Congonhas	402	São Paulo	SP
Blue Tree Premium Morumbi	400	São Paulo	SP
Blue Tree Premium Faria Lima	338	São Paulo	SP
Blue Tree Premium Berrini	180	São Paulo	SP
Blue Tree Premium Paulista	236	São Paulo	SP
Blue Tree Towers Anália Franco	134	São Paulo	SP
Blue Tree Premium Verbo Divino	380	São Paulo	SP
Blue Tree Towers Macaé	131	Macaé	RJ
Blue Tree Towers Santo André	200	Santo André	SP
Blue Tree Towers Curitiba	106	Curitiba	PR
Blue Tree Premium Londrina	132	Londrina	PR
Blue Tree Towers Joinville	84	Joinville	SC
Blue Tree Towers Florianópolis	95	Florianópolis	SC
Blue Tree Towers Caxias do Sul	132	Caxias do Sul	RS
Blue Tree Millenium Porto Alegre	177	Porto Alegre	RS
Blue Tree Towers Porto Alegre	132	Porto Alegre	RS
Spotlight Hotel Salvador	120	Salvador	BA
Total: 24 hotéis	4.491		

Fonte: Rede Blue Tree³¹⁵. Elaborado pela autora em 2012.

³¹⁵ Dados compilados do site oficial da rede Blue Tree. Disponível em: www.bluetree.com.br. Acesso em: 25 jun. 2012.

A rede está presente em dez capitais de estados brasileiros e outras cidades com uma forte atividade econômica industrial ou de serviços, como Macaé, Lins, Santo André, São José dos Campos, Londrina, Joinville e Caxias do Sul.

A rede Blue Tree marca presença em Santa Catarina com dois empreendimentos: o Blue Tree Towers Florianópolis, com 95 quartos e o Blue Tree Towers Joinville, com 84 quartos. Já chegou a administrar, no Estado, três empreendimentos entre o período de 2003 a 2010, com a operação do Hotel Monthez, em Brusque, inaugurado em 1993, que permaneceu com uma gestão própria até rede Blue Tree assumir a administração do empreendimento, por volta de 2003. Como Blue Tree Premium Brusque ficou em atividade até 2010, quando os proprietários assumiram novamente a operação do Hotel Monthez.

Em Santa Catarina, encontram-se sete redes hoteleiras originárias da Região Sul do Brasil, dentre as quais: as redes Slaviero e Bourbon, nascidas respectivamente em Curitiba e Londrina, no Paraná; as redes Plaza e InterCity, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul; e as redes JI Administradora (JIAH), em Florianópolis, Le Canard e Hotel 10, em Joinville, no Estado de Santa Catarina.

A rede Slaviero, em 2010, ocupava a 14^o posição no *ranking* das principais redes hoteleiras nacionais e internacionais com 16 hotéis e 1.872 quartos em funcionamento no Brasil. Entre 2010 e 2012 cresceu em 25% em número de hotéis passando a administrar 20 empreendimentos e em número de quartos aumentou cerca de 35%, totalizando 2.538 quartos com o surgimento dos hotéis: Slaviero Slim Congonhas (SP), com 180 quartos; Slaviero Foz do Iguaçu (PR), com 189; Slaviero Executive Via Catarina com 184 quartos; e o Slaviero Slim Balneário Camboriú com 108 quartos.

Entre as dez redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina em 2012, é a segunda maior rede em número de quartos, com 537 unidades habitacionais distribuídas em quatro hotéis em operação nas cidades de Joinville (Slaviero Slim Joinville), Florianópolis (Slaviero Executive Florianópolis), Palhoça (Slaviero Executive Viacatarina) e Balneário Camboriú (Slaviero Slim Balneário Camboriú). O quadro 38 a seguir demonstra os empreendimentos instalados da rede no Brasil em 2012.

Quadro 38- Rede de Hotéis Slaviero

Rede de Hotéis Slaviero			
Hotel	Cidade	Estado	Nº de quartos
Slaviero Executive Guarulhos	Guarulhos	SP	300
Slaviero Executive Jardins	São Paulo	SP	164
Slaviero Slim Congonhas	São Paulo	SP	180
Slaviero Fast Sleep Guarulhos Ala Nacional	Guarulhos	SP	57
Slaviero Fast Sleep Guarulhos Ala Internacional	Guarulhos	SP	17
Slaviero Executive Ponta Grossa	Ponta Grossa	PR	160
Slaviero Suítes Curitiba	Curitiba	PR	132
Slaviero Palace Hotel	Curitiba	PR	112
Slaviero Slim Alto da XV	Curitiba	PR	108
Slaviero Slim Braz Hotel	Curitiba	PR	89
Slaviero Full Jazz	Curitiba	PR	84
Slaviero Rockefeller	Curitiba	PR	78
Slaviero Executive Pinhais	Pinhais	PR	71
Slaviero Executive Curitiba	Curitiba	PR	70
Slaviero Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	PR	189
Slaviero Slim Alice Vitória	Vitória	ES	190
Slaviero Slim Joinville	Joinville	SC	107
Slaviero Executive Florianópolis	Florianópolis	SC	133
Slaviero Executive Viacatarina	Palhoça	SC	189
Slaviero Slim Balneário Camboriú	Balneário Camboriú	SC	108

Fonte: Hotéis Slaviero. Elaborado pela autora em 2012.

A Slaviero Hotéis, rede hoteleira paranaense, iniciou as suas atividades no segmento da hotelaria em 1981 com o Slaviero Palace Hotel na cidade de Curitiba (PR). Inicialmente, concentrou a sua atuação na capital paranaense na administração de hotéis próprios. Nos anos 2000, o direcionamento de suas ações foi no sentido da captação de parceiros para o desenvolvimento de novas alternativas de meios de hospedagem que separassem a gestão da propriedade dos empreendimentos, tornando-se uma empresa administradora hoteleira e

concentrando-se na operação de hotéis de terceiros. Dessa forma, a rede também passou a dedicar-se tanto à gestão dos hotéis próprios como aos administrados e franqueados. A ênfase da empresa está na instalação de hotéis nas principais capitais e cidades de porte médio do país.

A rede Slaviero desenvolveu uma segmentação própria de hotéis, com as bandeiras: Slaviero Executive; Slaviero Suites, Slaviero Slim e o Slaviero Conceptual. O público alvo dos hotéis da rede são os viajantes a negócio e participantes de eventos empresariais, eventos técnico-científicos e feiras. Todos os seus empreendimentos hoteleiros possuem uma infraestrutura ideal ao perfil do hóspede corporativo, com *business enter*, salas de reuniões, espaços para eventos sociais e empresariais. Destaque para o Slaviero Executive, de Ponta Grossa, que possui o maior centro de convenções da rede.

Além do segmento hoteleiro, a rede Slaviero administra o Centro de Eventos de Vitória, no Estado do Espírito Santo. Nele oferece uma estrutura com espaços para convenções e serviços para atender a eventos nacionais e internacionais de grande porte.

O desempenho da rede foi bastante expressivo nos últimos anos. Em 2009, a rede apresentou um incremento no faturamento, atingindo a quantia de R\$ 49 milhões o que correspondeu a um crescimento de 17% em relação ao ano anterior. Em 2010, o faturamento da rede foi da ordem de R\$ 55 milhões e a estimativa para 2011 foi de faturar R\$ 75 milhões, o que representaria um crescimento de aproximadamente 36%. A meta da rede é dobrar o seu faturamento até 2014, para R\$ 150 milhões, com a administração de 32 hotéis. Um dos hotéis da rede com previsão de abertura, ainda em 2012, será sediado em Cuiabá (MT), com 198 quartos³¹⁶.

A rede entrou no mercado catarinense em 2006, por meio da administração do apart-hotel Slaviero Suites, em Joinville, com 96 quartos. Este empreendimento foi inaugurado, em 1998, como Le Village Apart-Hotel. Depois, por meio de uma parceria comercial realizada pelos investidores com a rede Best Western, passou a chamar-se Best Western Le Village Towers. Posteriormente é que a rede Slaviero assumiu a administração do empreendimento. Logo entre 2009 e 2010, a rede encerrou as atividades nesse hotel, passando a administrar outro hotel, o Slaviero Slim de Joinville, em 2010.

³¹⁶ Os dados sobre as estimativas de faturamento foram retirados da reportagem “As redes do Paraná reforçam a sua atuação no Estado”, publicada pelo Valor Econômico em 9/03/2011. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/arquivo/876109/redes-do-parana-reforcam-atuacao-fora-do-estado>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

O Slaviero Slim de Joinville, com 107 quartos, iniciou as atividades em 2010, resultado de uma reestruturação do empreendimento, realizada pelos atuais proprietários da edificação. O local abrigou anteriormente o Hotel Tourist (1978) que foi vendido entre 1996 e 1997 para o grupo Safos Offshore Catering, uma empresa de fornecimentos de alimentos que atendia, na época, à plataforma da Petrobrás de Itajaí. Em seguida, o hotel foi adquirido pelo Sr. Dalmo Claro de Oliveira³¹⁷, entre 2006 e 2007, passando a chamar-se Das Palmeiras Tourist Hotel (2007). Após uma reforma para modernização das suas instalações, a rede Slaviero assumiu a administração do empreendimento em 2010.

A rede Slaviero está presente também na região de Florianópolis, com o Slaviero Executive Viacatarina, de Palhoça e o Hotel Slaviero Executive, de Florianópolis. O Hotel Slaviero Executive de Florianópolis, inaugurado em 2009, com 133 quartos é administrado por meio de um contrato de franquia firmado entre os proprietários e a rede Slaviero. Os investimentos para construção do empreendimento foram provenientes da Construtora Pinheiros, proprietária do hotel, com atuação no ramo da construção civil em Florianópolis e Porto Alegre. A responsabilidade da operação do hotel fica a cargo dos proprietários que pagam as taxas administrativas para utilização da marca Slaviero. Já o Slaviero Executive Viacatarina, localizado no município de Palhoça, com 189 quartos, integrado a um complexo multiuso, agrega centro de compras, supermercado e hotelaria no mesmo empreendimento. Os investimentos para a incorporação foram da ordem de R\$ 120 milhões.

Além da Slaviero, o Grupo Sibara, também como investidor, aportou cerca de R\$ 80 milhões com recursos próprios. O grupo catarinense de supermercados Giassi investiu cerca de R\$ 25 milhões com recursos próprios para instalação da sua loja que faz interligação com o shopping. O grupo Sibara é comandado por Horácio Figueiredo que há 40 anos desenvolve atividades nas áreas de incorporações imobiliárias, construção civil, loteamentos, setor portuário, indústria moveleira, lojas de vestuário e hotelaria, com o Sibara Flat Hotel, em Balneário Camboriú. Os negócios do Grupo estão localizados nas regiões de Florianópolis, Vale do Itajaí e Norte do Estado³¹⁸.

³¹⁷ Dalmo Claro de Oliveira, na época da aquisição do hotel, era Presidente da Unimed de Santa Catarina. Atualmente (2012) é o Secretário da Saúde do Estado de Santa Catarina.

³¹⁸ O Grupo Sibara pretende construir outro empreendimento similar ao Viacatarina de Palhoça em Itajaí com previsão de conclusão no segundo semestre de 2014. Para incorporação do empreendimento, o Grupo Sibara buscou realizar uma parceira com o Grupo Fitout, multinacional português, voltado para administração de shopping centers.

Além da região de Florianópolis e de Joinville, a rede Slaviero administra o hotel Slaviero Slim de Balneário Camboriú, com 108 quartos, inaugurado em janeiro de 2012. O empreendimento foi fruto da parceria da rede Slaviero com o grupo empresarial Promenac/Cambel. Parte dos investimentos para a construção foi subsidiado pelo BNDES.

A cidade de Balneário Camboriú deverá receber o segundo empreendimento, o hotel Slaviero Conceptual que terá 120 quartos. Com investimentos estimados no valor de R\$ 15 milhões, a previsão de abertura é para dezembro de 2013. O hotel terá 16 andares e 7,5 mil metros quadrados de área construída e contará com decoração refinada, tecnologia de ponta em todas as áreas, *wellness* e *fitness enter*, piscina e suítes com *jacuzzi*, salas de eventos e restaurante com cozinha internacional. Cabe destacar que a rede possui dois empreendimentos da bandeira Slaviero Conceptual, os hotéis Full Jazz e Rockefeller, ambos localizados em Curitiba (PR). Nesse contexto, o de Balneário Camboriú será o primeiro hotel Slaviero Conceptual fora da capital paranaense. A incorporação do empreendimento é realizada por um investidor de Balneário Camboriú que já possui outro empreendimento hoteleiro na região, voltado ao lazer. Cabe destacar que Balneário Camboriú é o segundo destino receptor de turistas de lazer em Santa Catarina. Além da atratividade turística, a economia da região da Foz do Itajaí-Açu é impulsionada pelos setores: portuário, comercial, serviços, imobiliário e construção civil. Dessa forma, a instalação dos empreendimentos em Balneário Camboriú, possibilita atender a dois tipos de público, tanto aos viajantes de negócio como de lazer.

Percebe-se que Santa Catarina, presente desde 2006, faz parte do plano de expansão da rede Slaviero. Por meio de parcerias com importantes grupos empresariais catarinenses que possuem investimentos no ramo da construção civil, a rede pretende consolidar e ampliar a sua

A ideia dos investidores é construir o La Vida Shopping Center em terreno localizado no entroncamento da BR-101 com a Avenida Vereador Abraão João Francisco, no contorno Sul, último acesso à Itajaí para quem segue pela BR 101 em direção ao Sul. O shopping estará integrado a um grande complexo que prevê hotel e centro empresarial. No total, a obra deve ter 150 mil metros quadrados de área construída, em investimento de R\$ 325 milhões. Assim como o empreendimento de Palhoça, o hotel integrar-se-á ao complexo empresarial que deverá ser administrado por uma rede hoteleira. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br>>. Acesso em: 23 jun. 2012 e disponível em: <<http://noticiascatarinenses.blogspot.com.br/2012/02/vem-ai-o-itajai-shopping.html>>. Acesso em: 23 jun. 2012.

atuação. Outra rede paranaense de atuação Nacional³¹⁹, a rede Bourbon de Hotéis & Resorts, também está presente no Estado de Santa Catarina com uma única unidade hoteleira localizada na região Norte do Estado, o Bourbon Joinville Business.

A rede Bourbon possui 13 empreendimentos em operação na América do Sul, com quase 100% da sua atuação concentrada no Brasil, conforme demonstra o quadro 39 a seguir.

Quadro 39– Rede Bourbon Hotéis & Resorts

Rede Bourbon Hotéis & Resorts					
Hotel	Ano	Nº de quartos	Cidade	Estado	País
Bourbon Londrina Business Hotel	1963	112	Londrina	PR	BR
Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort	1973	312	Foz do Iguaçu	PR	BR
Bourbon São Paulo Business Hotel	1982	127	São Paulo	SP	BR
Bourbon Curitiba Convention Hotel	1988	174	Curitiba	PR	BR
Bourbon Batel Express Hotel	2002	73	Curitiba	PR	BR
Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort	2003	572	Atibaia	SP	BR
Bourbon Joinville Business Hotel	2003	140	Joinville	SC	BR
Bourbon Cascavel Express Hotel	2004	96	Cascavel	PR	BR
Bourbon Alfaville Business Hotel	2005	200	Alfaville	SP	BR
Bourbon Convention Ibirapuera	2007	656	São Paulo	SP	BR
Bourbon Rio de Janeiro Residence	2008	208	Rio de Janeiro	RJ	BR
Bourbon Don Ricardo Aeroporto Curitiba Business Hotel	2011	105	São José dos Pinhais	PR	BR
Bourbon Conmebol Asunción Convention Hotel	2011	168	Assunção	ASU	PY

Fonte: Rede Bourbon Hotéis & Resorts³²⁰. Elaborado pela autora em 2012.

³¹⁹ Neste trabalho considerou-se a Bourbon Hotéis & Resort como uma rede hoteleira Nacional em razão da maior abrangência no território brasileiro e por 100% do seu capital ser Nacional.

³²⁰ Informações disponibilizadas pela rede. Disponível em: <<http://www.bourbon.com.br>>. Acesso em: 12 jun. 2012.

O empreendimento que deu origem à rede Bourbon foi construído em Londrina, na região Norte do Paraná, em 1963, o Bourbon Londrina Business Hotel, com 112 quartos. Os recursos para construção do empreendimento são originados da cafeicultura, ramo de atividade principal da família Vezozzo, do Paraná. O comando da Bourbon é realizado por Alceu Ântimo Vezozzo, na presidência e por Alceu Ântimo Vezozzo Filho, na vice-presidência da rede.

Após dez anos de existência do primeiro hotel, a rede Bourbon passou efetivamente a investir no segmento hoteleiro, quando em 1973 inaugurou o segundo empreendimento – o Bourbon Foz do Iguaçu Hotel & Tower (atual Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort), situado próximo ao Parque Nacional do Iguaçu e das Cataratas do Iguaçu. O Resort conta atualmente com 312 quartos, estrutura completa de lazer, centros de convenções e Spa.

A primeira expansão para outro Estado ocorreu em 1982, quando inaugurou, em São Paulo, o Bourbon São Paulo Business Hotel, com 127 quartos, localizado na região central da capital paulista, um hotel executivo voltado para o público corporativo. Em 1988, assumiu a administração do Bourbon Curitiba Convention Hotel, com 174 quartos, em Curitiba (PR), localizado próximo ao centro histórico da cidade, voltado também para o atendimento da demanda de viajantes a negócio. Foi a partir dos anos 2000 que, efetivamente, a rede expandiu os seus negócios para outras regiões do país, por meio da incorporação, aquisição e administração de outros hotéis.

A rede Bourbon é proprietária dos hotéis: Bourbon Londrina Business Hotel (1963), em Londrina (PR); Bourbon Cataratas Convention & Spa Resort (1973), em Foz do Iguaçu (PR); Bourbon São Paulo Business Hotel (1982), em São Paulo (PR); Bourbon Curitiba Convention Hotel (1988), em Curitiba (PR); Bourbon Atibaia Convention & Spa Resort (2003), em Atibaia (SP). Ao longo do tempo, a rede Bourbon Hotéis & Resort buscou estratégias de expansão na administração de empreendimentos de terceiros, atuando como administradora hoteleira em outros Estados, concentrando ainda mais os seus negócios nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. São administrados por meio de contrato de gestão os empreendimentos: Bourbon Batel Express Hotel (2002), em Curitiba (PR); Bourbon Joinville Business Hotel (2003), em Joinville (SC); Bourbon Cascavel Express Hotel (2004), em Cascavel (PR); Bourbon Convention Ibirapuera (2007), em São Paulo (SP); Bourbon Rio de Janeiro Residence (2008), no Rio de Janeiro (RJ).

Em 2011, a rede Bourbon empreende em outra modalidade de administração, a operação de hotéis por contrato de franquia, com o Bourbon Don Ricardo Aeroporto Curitiba Business Hotel, de propriedade do empresário Ricardo Massuchin, do Paraná. A gestão do empreendimento é própria do empresário, mas o padrão dos serviços é da rede Bourbon. Como em outras franquias, o proprietário do hotel paga as taxas administrativas para utilização da marca e em contra partida recebe toda assessoria da rede hoteleira para o desenvolvimento da operação. Percebe-se que a implantação do empreendimento é um projeto-piloto para operação de outros hotéis de franquia da marca³²¹.

Ainda em 2011, a rede Bourbon ultrapassa as fronteiras brasileiras para a aquisição da sua primeira unidade hoteleira internacional, em Assunção, no Paraguai, o Bourbon Conmebol Asunción Convention Hotel, com 168 quartos em parceria com a Confederação Sul-americana de Futebol (Conmebol). O hotel integra um complexo projetado para atender aos eventos esportivos de futebol³²². A Conmebol foi responsável pelo aporte de US\$ 20 milhões para a construção da edificação, e a operação do hotel ficou para a rede Bourbon que terá, por meio de contrato de concessão, a administração do empreendimento por 25 anos. Com o Bourbon Conmebol Convention Hotel, em Assunção, no Paraguai, a Rede Bourbon de Hotéis inicia a sua internacionalização a partir da América Latina, com interesse especial pelos países que integram o Cone Sul. A empresa estuda oportunidades em Santiago (Chile) e Buenos Aires (Argentina), ao mesmo tempo, negocia novas unidades para administrar no Brasil³²³. Segundo informações fornecidas pela empresa, a rede Bourbon pretende atingir até 2014 a administração de 24 hotéis – por meio da captação de

³²¹ Informações divulgadas no caderno de economia da Gazeta do Povo. Disponível em: <[http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?tl=1&id=1199397&tit=Bo urbon-inicia-expansao-na-AL](http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?tl=1&id=1199397&tit=Bo%20urbon-inicia-expansao-na-AL)>. Acesso em: 16 jun. 2012.

³²² O hotel localiza-se em frente à sede da confederação, o Conmebol Convention Center, o maior centro de eventos do Paraguai. O auditório João Havelange tem capacidade para receber até 2,5 mil pessoas e o hotel dispõe de cinco salas com infraestrutura para atender até 500 pessoas simultaneamente e outras cinco salas para atender aos eventos sociais. O centro de eventos abriga ainda o Museu do Futebol Sul-Americano, inaugurado em 2009.

³²³ A rede paranaense pretende administrar uma segunda unidade hoteleira. As opções são as cidades de Encarnación, Salto del Guairá e Pedro Juan Cabalero, as duas últimas na fronteira com o Brasil. Disponível em: <[http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?tl=1&id=1199397&tit=Bo urbon-inicia-expansao-na-AL](http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?tl=1&id=1199397&tit=Bo%20urbon-inicia-expansao-na-AL)>. Acesso em: 16 jun. 2012. Sobre os investimentos realizados pela rede, os dados foram fornecidos pelo Valor Econômico no estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira publicado em 2010.

empreendimentos em construção ou por processos de conversão de bandeira³²⁴. Para tanto, conta com escritório dedicado à assessoria técnica para a orientação dos investidores parceiros na realização dos projetos hoteleiros³²⁵.

A empresa originária da região Sul do Brasil, a Rede Plaza de Hotéis, possui seis hotéis: dois em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul; três instalados em Santa Catarina, nas cidades de Itapema, Blumenau e Santo Amaro do Imperatriz; e um no Estado da Bahia no município de Camaçari.

O hotel que deu origem à Rede Plaza foi fundado em 1958 pela família Schmidt em Porto Alegre (RS), com a inauguração do hotel Plaza Porto Alegre, com 152 quartos. No início da década de 1970, a empresa expandiu as suas atividades para Santa Catarina com a inauguração do atual Plaza Itapema Resort & Spa, com 156 quartos em 1972. Para a construção do empreendimento, a empresa recorreu aos recursos disponibilizados pelo Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR)³²⁶. No ano seguinte, entrou em operação o hotel São Rafael, em Porto Alegre, o primeiro hotel cinco estrelas da cidade. Ainda na década de 1970, a empresa volta a expandir-se em Santa Catarina, investindo em parceria com o Grupo Hering de Blumenau, fazendo a incorporação do hotel Plaza Hering em 1976, posteriormente chamado de Plaza Blumenau Hotel. No início da década de 1980, inaugura o Plaza Caldas da Imperatriz Resort & Spa (1981), com 149 quartos.

Após vinte e quatro anos da inauguração do último hotel da rede Plaza, a empresa resolve expandir novamente, dessa vez, para fora da região Sul. Em 2006, instala na região Nordeste do país o Bahia Plaza Resort, com 100 quartos, situado no município de Camaçari (BA). Para a construção do empreendimento 80% dos recursos são próprios, o que representou um investimento da rede em aproximadamente 25

³²⁴ A conversão de bandeira acontece quando um hotel é administrado por uma rede hoteleira e em razão de algum descontentamento de uma das partes ou por uma decisão estratégica da rede ou dos investidores se encerra o contrato firmado entre elas e o empreendimento passa a ser administrado por uma outra rede hoteleira com uma nova bandeira. Pode haver também uma conversão de bandeira quando por uma estratégia de reposicionamento do hotel no mercado há uma mudança de bandeira. Nesse caso, o hotel passa a ser operado com uma nova bandeira, mas a gestão do empreendimento continua com a mesma rede hoteleira.

³²⁵ Informações fornecidas pela rede. Disponível em: <www.bourbon.com.br>. Acesso em: 19 jun. 2012.

³²⁶ Segundo o Panorama Setorial da Indústria Hoteleira da Gazeta Mercantil (1999).

milhões³²⁷. O quadro 40 a seguir apresenta a listagem dos hotéis administrados pela rede Plaza em 2012.

Quadro 40– Rede Plaza

Rede Plaza				
Hotel ³	Ano	Nº de quartos	Cidade	Estado
Plaza Porto Alegre Hotel	1958	152	Porto Alegre	RS
Plaza Itapema Resort & SPA	1972	156	Itapema	SC
Plaza São Rafael Hotel e Centro de Eventos	1973	283	Porto Alegre	RS
Plaza Blumenau Hotel	1976	131	Blumenau	SC
Plaza Caldas da Imperatriz Resort & SPA	1981	149	Santo Amaro da Imperatriz	SC
Bahia Plaza Resort	2005	100	Camaçari	BA

Fonte: Rede Plaza³²⁸. Elaborado pela autora em 2012.

A expansão rede Plaza, com cinquenta e quatro anos de existência, concentrou-se nos anos de 1970, quando havia incentivos do governo federal para construção de hotéis, principalmente para os empreendimentos de categoria superior e luxo, com os recursos do FUNGETUR. O fundo financiou a construção de hotéis independentes de grande porte como: Casa Grande Hotel, no Guarujá (SP) e o Salvador Praia Hotel, na Bahia, dentre outros; mas especialmente, proporcionou a expansão das redes nacionais, como a Rede Tropical, Othon, Eldorado³²⁹, e a rede Plaza que, também, recorreu ao fundo para viabilizar a sua expansão.

A estratégia utilizada pela rede Plaza foi a de concentrar-se na gestão dos seus hotéis próprios e não partir para a administração de hotéis de terceiros. Apesar do crescimento da rede ser lento, no que diz respeito à aquisição de novos hotéis, pode-se intuir que a estratégia utilizada é a de crescer internamente, isto é solidificar as operações dos hotéis com alto padrão nos serviços prestados. Cabe lembrar que desde

³²⁷ Entrevista concedida pelo diretor-superintendente da Rede Plaza de Hotéis, Carlos Henrique Schmidt para a revista Southstar em 7/07/2011. Disponível em: <<http://www.sierramar.com.br/portal/>>. Acesso em: 19 jun. 2012.

³²⁸ Rede Plaza de Hotéis. Disponível em: <www.plazahoteis.com.br>. Acesso em: 22 jun. 2012.

³²⁹ Segundo o Panorama Setorial da Indústria Hoteleira da Gazeta Mercantil (1999).

o primeiro hotel, inaugurado em 1958, todos se encontram em funcionamento sob a administração da rede Plaza.

Com origem também no Rio Grande do Sul, assim como a rede Plaza, a InterCity Hotéis possui somente um único empreendimento na capital catarinense, o InterCity Premium Florianópolis, inaugurado em 2000, no momento em que a empresa inicia a seu processo de expansão.

A InterCity foi criada, em 1999, pelo empresário do Rio Grande do Sul Alexandre Gehlen, com a primeira unidade hoteleira em Gravataí (RS) e com a administração do InterCity Express Porto Alegre, no ano 2000. No mesmo ano, adquire, em parceria com um investidor, a propriedade do antigo hotel Diplomata em Florianópolis e inicia uma profunda reforma em todos os ambientes do hotel. No término da obra, em 2002, o hotel InterCity Premium Florianópolis inicia suas operações com uma gestão própria em Santa Catarina e, ao mesmo tempo, passa a administrar o InterCity Premium Caxias do Sul. Logo consegue outros empreendimentos: Bavária Sport Hotel, em Gramado; o InterCity Premium Porto Alegre e o Piazza Navona Flat, ambos em Porto Alegre.

A rede InterCity faz parte de um grupo de empresas da *holding* Prodesenho, a qual controla, também, a EcoFrotas, empresa de gerenciamento de frotas para abastecimento e manutenção; a Satys, empresa de gestão de benefícios corporativos; a Quantiza Systems, empresa de desenvolvimento de sistemas de tecnologia da informação; a Get Net Tecnologia, empresa de soluções e serviços para o mercado de transações eletrônicas; o Banco Topázio, empresa de financiamentos; a Estância Ana Paula, empresa de produção Pecuária; o Frigorífico Pull, empresa do ramo frigorífico e a Paramount Calçados, empresa do ramo calçadista. Os indicadores financeiros da rede InterCity registram uma curva ascendente nos últimos anos. Em 2009, o seu faturamento atingiu R\$56,4 milhões, com uma expansão de 2,4% em relação ao ano anterior que já havia crescido 18,5% em relação a 2007. Em 2010, as estimativas que foram divulgadas pela rede apontavam para um faturamento de aproximadamente R\$71,4 milhões³³⁰.

Com uma única unidade no Centro Oeste do país, a rede inicia a sua expansão para outros Estados, com o InterCity Premium Cuiabá, em 2004. Passa até 2007, a investir na região Sudeste, no Estado de São Paulo, com mais quatro empreendimentos, quando, então, parte para região Nordeste do país, com mais três empreendimentos: o InterCity Premium Natal (2008), o Golden Fortaleza Flat (2009) e o InterCity

³³⁰ Os dados sobre as estimativas de faturamento da rede foram copilados do estudo Análise Setorial da Indústria Hoteleira publicado pelo Valor Econômico em 2010.

Premium João Pessoa (2010). Com mais dois hotéis em São Paulo incluídos no seu portfólio de empreendimentos, em 2010 e 2011, a rede totaliza 17 hotéis no Brasil. Dez anos após a abertura do seu primeiro hotel, a rede InterCity inaugura o seu primeiro hotel Internacional, o InterCity Premium, em Montevidéu, no Uruguai. O quadro 41 a seguir demonstra o desenvolvimento da rede InterCity até 2012.

Quadro 41- Rede InterCity

Rede InterCity					
Hotel	Ano	Nº de quartos	Cidade	Estado	País
InterCity Premium Gravataí	1999	111	Gravataí	RS	BR
InterCity Express Porto Alegre	2000	146	Porto Alegre	RS	BR
InterCity Premium Caxias do Sul	2002	118	Caxias do Sul	RS	BR
InterCity Premium Florianópolis	2002	121	Florianópolis	SC	BR
Bavária Sport Hotel	2003	84	Gramado	RS	BR
InterCity Premium Porto Alegre	2003	47	Porto Alegre	RS	BR
Piazza Navona Flat	2004	108	Porto Alegre	RS	BR
InterCity Premium Cuiabá	2004	80	Cuiabá	MT	BR
InterCity Premium Ibirapuera	2005	206	São Paulo	SP	BR
InterCity Express Jundiaí	2005	112	Jundiaí	SP	BR
The Universe Flat	2007	216	São Paulo	SP	BR
InterCity Premium Berrini	2007	127	São Paulo	SP	BR
InterCity Premium Natal	2008	115	Natal	RN	BR
Golden Fortaleza Flat	2009	157	Fortaleza	CE	BR
InterCity Premium João Pessoa	2010	140	João Pessoa	PB	BR
InterCity Premium Nações Unidas	2010	170	São Paulo	SP	BR
NEW Citi São Paulo	2011	128	São Paulo	SP	BR
InterCity Premium Montevidéu	2011	74	Montevidéu		UY

Fonte: Rede InterCity de Hotéis. Elaborado pela autora em 2012.

Com apenas treze anos de existência, a rede InterCity originária da região Sul do país, com sede no Rio Grande do Sul, está crescendo em um ritmo bastante acelerado. A aposta da rede para expansão são os hotéis da categoria Express. Os hotéis InterCity Express oferecem serviços incluídos na diária como café da manhã, banda larga nos apartamentos, nas áreas comuns e *business Center*. Oferecem, ainda, restaurante executivo, *room service* 24 horas e *fitness Center*, piscina, sauna e sala de eventos, o que não difere muito da marca Premium da própria rede.

A rede InterCity conta com doze unidades hoteleiras confirmadas para abertura até 2014. Atualmente, possui 2.260 quartos distribuídos em 18 empreendimentos em seu portfólio e com a abertura das novas unidades terá 30 hotéis, totalizando 4.250 quartos sob a égide da sua administração, o que representa um aumento de aproximadamente 66% frente à sua atuação atual em número de hotéis. Segundo a rede, outras unidades ainda devem ser anunciadas, já que o plano é de administrar 50 empreendimentos, em parceria com construtoras, até 2014, ano de realização do evento da Copa do Mundo no Brasil. O quadro 42 que segue apresenta as futuras unidades hoteleiras confirmadas pela rede InterCity até 2014.

Quadro 42- Futuras unidades hoteleiras da rede InterCity até 2014

Hotel	Ano	Nº de quartos	Cidade / Estado	Investimentos (milhões R\$)	Parceiros
InterCity Premium Salvador	2012	187	Salvador (BA)	41,14	Syene Empreendimentos
InterCity Premium Manaus	2012	207	Manaus (AM)	41,40	Senso Engenharia
InterCity Express Vinhedo	2013	108	Vinhedo (SP)	17,28	Saúvas Construtora
InterCity Express Teresópolis	2014	108	Teresópolis (RJ)	15,50	BPWL
InterCity Express Lauro de Freitas	2014	187	Salvador (BA)	33,66	Graute Empreendimentos
InterCity Express Sorocaba	2014	160	Sorocaba (SP)	36,00	Saúvas Construtora
InterCity Express Itupeva	2014	126	Itupeva (SP)	20,80	Saúvas Construtora
InterCity Express Itaboraí	2014	108	Itaboraí (RJ)	18,36	AS Construtora e Adriano Soares Empreendimentos Imobiliários, com o Grupo Integração e Brasil Brokers
InterCity Express Belo Horizonte Expominas	2014	286	Belo Horizonte (MG)	58,63	Castelo Engenharia e Verde Imóveis
InterCity Premium Belo Horizonte	2014	132	Belo Horizonte (MG)	23,76	Espaço Engenharia
InterCity Express Belo Horizonte (RAJA)	2014	108	Belo Horizonte (MG)	24,30	Clip Engenharia
InterCity Express Porto Alegre Centro	2014	192	Porto Alegre (RS)	27,00	Não divulgada

Fonte: Rede InterCity³³¹. Elaborado pela autora em 2012.

A estratégia utilizada pela rede InterCity para a ampliação dos seus negócios foi a de concentrar sua atuação, no primeiro momento, na região Sul do Brasil para, posteriormente, partir para a expansão em outros Estados. A estratégia da rede também contempla sua

³³¹ Disponível em: www.intercityhoteis.com.br. Acesso em 2012.

consolidação como administradora hoteleira, isto é, fazer a gestão operacional de empreendimentos de terceiros. Para tanto, a empresa investiu em tecnologia de informação, para comercialização, sendo uma das primeiras redes hoteleiras nacionais a desenvolver um sistema de reserva próprio *online* que contempla todos os empreendimentos e a ter a sua rede de hotéis totalmente interligada entre as unidades, proporcionando fácil acesso a qualquer tipo de informação.

Com empreendimentos no Rio Grande do Sul, uma das mais jovens redes hoteleiras instaladas no Estado de Santa Catarina, a rede JI Administradora Hoteleira (JIAH), com a matriz em Florianópolis (SC), foi desenvolvida em 2008 pelo Grupo Habitasul³³², com sede em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, a partir da incorporação do II Campanário Villagio Resort no início de 2008, quarto empreendimento hoteleiro do grupo.

A rede JIAH, diferentemente de outras administradoras hoteleiras, surgiu para atender a necessidade do grupo Habitasul de solucionar internamente uma problemática de operação dos seus quatros empreendimentos. Dessa forma, a rede nasceu de uma decisão estratégica e administrativa para solução de um problema na gestão operacional dos hotéis, que, até então, estiveram vinculados à divisão imobiliária do Grupo Habitasul, junto a outros empreendimentos.

O Grupo Habitasul foi fundado em 1967, tem origem no setor imobiliário³³³, com atuação principalmente nos estados de Santa Catarina, com o empreendimento de Jurerê Internacional, em Florianópolis (SC) e no Rio Grande do Sul, com os empreendimentos: Laje de Pedra, em Canela (RS); Porto Verde, em Porto Alegre (RS); Vale e Villa, em Cachoeirinha (RS). O Grupo também está presente na

³³² O fundador do Grupo Habitasul, Péricles de Freitas Druck, nasceu em Porto Alegre e está há mais de quatro décadas à frente dos negócios da *holding* sempre em busca de novas oportunidades de desenvolvimento. É Presidente do Conselho de Administração e Presidente da Companhia Habitasul de Participações - companhia *holding* focada majoritariamente na Área Imobiliária. É, também, Presidente do Conselho de Administração e Presidente da Celulose Irani S/A, líder das empresas da Área Industrial do Grupo Habitasul. Disponível em: <<http://www.habitasul.com.br/fundador.htm>>. Acesso em: 1 jul. 2012.

³³³ O Grupo Habitasul apresenta como suas principais áreas de atuação de desenvolvimentos imobiliários e de hotelaria e Turismo, a Holding CHP, a Companhia Habitasul de Participações, uma sociedade anônima de capital aberto listada na bolsa de valores de São Paulo. Como Holding Company participa do capital de outras sociedades em ramos diversificados que, no caso da Habitasul, abrange atividades relacionadas aos empreendimentos imobiliários; à hotelaria e turismo; aos serviços ligados a atividades imobiliárias e ao crédito imobiliário e ao reflorestamento e beneficiamento de madeira, celulose, papel e embalagens.

Costa Rica, com o empreendimento Valle Del Sol. Além da forte atuação no ramo imobiliário, a empresa possui, no setor industrial, a Koch Metalúrgica e Celuloses Irani³³⁴. Em outros ramos de atividade, possui a Consulplan que presta serviços de assessoria jurídica para as empresas do Grupo e a outros clientes externos.

No ramo imobiliário, a Habitasul atua no planejamento de empreendimentos que agregam serviços que englobam os setores de comércio, hotelaria, gastronomia, entretenimento e outros. Esse é o caso de Jurerê Internacional criado pela Habitasul em 1980, localizado ao Norte da Ilha de Santa Catarina, em Florianópolis, que corresponde a um complexo turístico e imobiliário, com loteamento residencial, orla gastronômica e *shopping*, concebido como um Open Resort (resort a céu aberto), visto que o complexo possui um gama de serviços que atende tanto à comunidade residente local como aos turistas que frequentam a praia de Jurerê. Dentre as facilidades e serviços, encontra-se um Open Shopping com lojas, restaurantes, bares e serviços; uma orla gastronômica com seis restaurantes/bares; casa noturna, com espaço para shows; clube (Jurerê Esporte Center), com equipamentos esportivos, de lazer e espaço para eventos, supermercado, posto de gasolina, farmácia e escola. O empreendimento possui uma infraestrutura própria e diferenciada, com uma estação de água e tratamento de esgoto e segurança privada e comunitária.

A Habitasul começou a empreender no ramo hoteleiro simultaneamente em dois estados, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. O primeiro empreendimento do grupo foi o hotel Laje de Pedra, localizado na serra gaúcha, na cidade de Canela, em 1978. O segundo foi o Jurerê Praia Hotel, situado no Norte da Ilha de Santa Catarina, em Florianópolis, em 1980. Ambos os empreendimentos faziam parte de um complexo imobiliário e residencial planejado pelo grupo.

O Jurerê Praia Hotel surgiu em 1980 para atender às necessidades de hospedagem dos empreiteiros das obras do loteamento de Jurerê Internacional, pois não existiam hotéis na localidade de Jurerê. Logo, com o avançar do empreendimento e com o crescimento dos fluxos turísticos, a estrutura de serviços hoteleiros foi aprimorada e com 56 cabanas e com uma localização a beira mar passou a ser procurado por turistas nacionais e estrangeiros, especialmente argentinos. Com a

³³⁴ A Koch Metalúrgica está localizada no município de Cachoeirinha, no Rio Grande do Sul, e foi comprada pelo grupo Habitasul em 1980. A Irani Celulose foi incorporada ao grupo em 1994, e está localizada nas cidades de Vargem Bonita (SC), Rio Negrinho (SC), São Paulo (SP), Santana no Parnaíba (SP), Balneário Pinhal (RS), São José do Norte (RS) e Porto Alegre (RS).

incorporação do empreendimento Jurerê Beach Village, em 1998, o Jurerê Praia Hotel encerrou as suas atividades (2000) e a sua área continua sendo de propriedade do grupo Habitasul.

O Laje de Pedra Hotel e Resort, com 134 quartos, foi fundado pelo Grupo Habitasul em 26 de novembro de 1978, com o projeto de Edgar Graeff com alguns esboços de Oscar Niemeyer. No decorrer da sua trajetória destacou-se como um dos maiores hotéis no país de reconhecimento internacional pela sua capacidade de hospedagem e pela localização privilegiada. O empreendimento está localizado ao lado do Parque da Ferradura, na cidade de Canela, com vista para o Vale do Quilombo. Além da estrutura de hospedagem, o hotel possui quadras esportivas, *fitness enter*, piscinas, sala de recreação, espaço de eventos, restaurante e bar. Ressalta-se que esse hotel é o único de propriedade integral do Grupo Habitasul. Os três outros empreendimentos hoteleiros que tiveram a incorporação da Habitasul possuem a participação de vários investidores, dentre os quais o Laje de Pedra Mountain Village (2004), com 60 unidades habitacionais, localizado ao lado do Laje de Pedra Hotel e Resort, em Canela; do Jurerê Beach Village (1998), com 242 habitações, situado em Jurerê tradicional; e do Il Campanário Villagio Resort (2008), com 288 habitações, localizado em Jurerê Internacional. O quadro 43 a seguir apresenta os empreendimentos administrados pela rede JI Administradora Hoteleira (JIAH), uma das empresas do Grupo Habitasul.

Quadro 43- JI Administradora Hoteleira (JIAH)

JI Administradora Hoteleira (JIAH)				
Hotel	Ano	Nº de quartos	Cidade	Estado
Laje de Pedra Hotel e Resort	1978	134	Canela	RS
Jurerê Beach Village	1998	242	Florianópolis	SC
Laje de Pedra Mountain Village	2004	60	Canela	RS
Il Campanário Vilaggio Resort	2008	288	Florianópolis	SC

Fonte: Rede JI Administradora Hoteleira (JIAH). Elaborado pela autora em 2012.

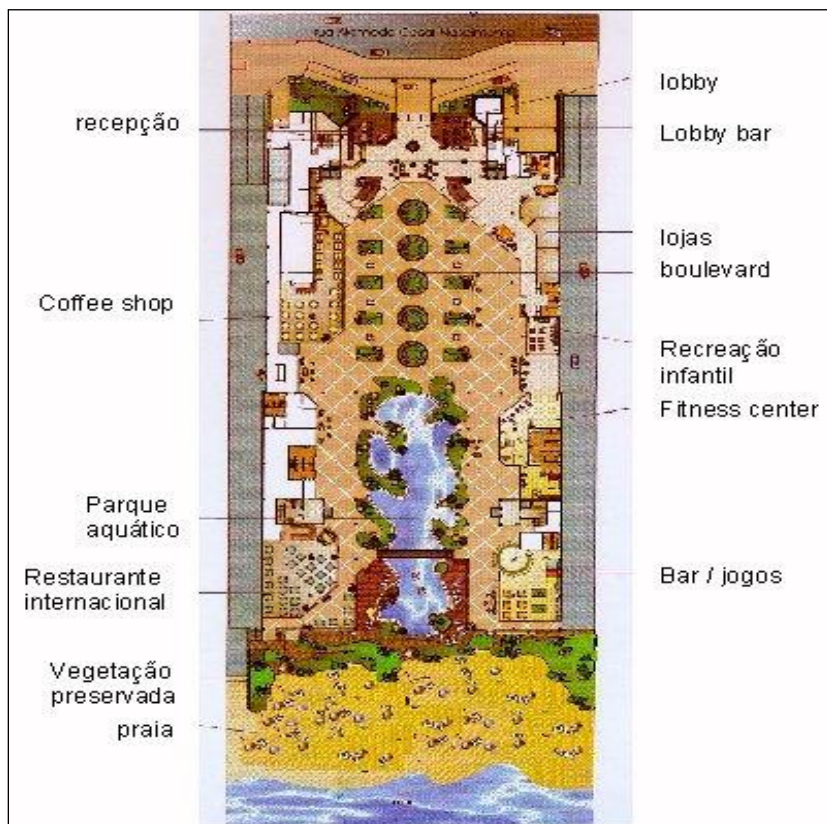
O Jurerê Beach Village e o Il Campanário Villagio Resort são empreendimentos imobiliários com uma operação hoteleira agregada ao imóvel. O Grupo Habitasul é o incorporador dos empreendimentos que utiliza a estratégia de manter 30% das cotas imobiliárias em seu

controle. O restante das unidades o grupo coloca à disposição do mercado imobiliário para comercialização. Essas cotas são adquiridas por investidores individuais nacionais e estrangeiros. No caso do II Campanário Villagio Resort, o incorporador detém mais de 50% das cotas, pois ainda possui unidades hoteleiras para venda. Cabe destacar que o proprietário da unidade habitacional pode fazer uso do imóvel ou colocá-lo ao *pool* de locação gerenciado pela JIAH. Essa estrutura de empreendimento é denominada de condo-hotel, condomínio com serviços hoteleiros. Além da JIAH, outras redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina que administram hotéis de terceiros também fazem a operação de condo-hotéis, como é o caso de boa parte dos hotéis incorporados pela Atrio Hotéis que utilizam as bandeiras Accor, do Blue Tree de Florianópolis, do Blue Tree de Joinville, do Mercure Centro e Mercure Convention, também, de Florianópolis.

O Jurerê Beach Village localiza-se na praia de Jurerê, no Norte da Ilha de Santa Catarina, dentro do complexo imobiliário e turístico de Jurerê Internacional. O empreendimento foi concebido dentro do conceito de condo-hotel, onde existem proprietários dos apartamentos que disponibilizam as suas unidades para o *pool* de locação que é administrado pela operadora hoteleira, nesse caso, a JI Administradora Hoteleira (JIAH). Além do *pool* de locação, a JIAH administra também o condomínio do empreendimento.

O hotel Jurerê Beach Village possui 242 unidades habitacionais, todas posicionadas com vista para o mar, distribuídas em quatro torres de 4 pavimentos em uma área total de 24.667,22 m². Conforme se pode observar na figura 14 a seguir, o hotel possui infraestrutura de lazer, recreação, *fitness enter*, piscina aquecida, dois restaurantes, *coffee shop*, lojas e centro de eventos. Entre as comodidades estruturais encontra-se o ar-condicionado central para todos os ambientes fechados do hotel, unidades habitacionais equipadas com cofres privativos, cozinha completa com utensílios personalizados, forno micro-ondas, fogão eletrônico, geladeira e lava-louças.

Figura 14 – Infraestrutura do Jurerê Beach Village



Fonte: Jurerê Beach Village³³⁵ (2001).

Seguindo o mesmo conceito do Jurerê Beach Village, um condotel voltado tanto para moradia como ao lazer, mas com uma estrutura tecnológica atual, o Il Campanário Villaggio Resort situa-se, também, na praia de Jurerê, dentro do complexo de Jurerê Internacional. O hotel conta com 288 unidades habitacionais distribuídas em quatro torres e cinco pavimentos, possuindo mobília completa as unidades habitacionais do 1º ao 4º, enxoval de cama, mesa e banho, louças e utensílios de cozinha e fazem parte do *pool* de locação. A receita do

³³⁵ Figura disponível no folder do empreendimento.

pool fica condicionada à ocupação do hotel e à tarifa cobrada no período. Já os apartamentos situados no 5º pavimento foram destinados exclusivamente à moradia; não participam do inventário do hotel e do *pool* de locação, por isso, não foram entregues com o mesmo padrão das outras unidades. A figura 15 a seguir demonstra a estrutura do hotel.

Figura 15 – Estrutura do II Campanário Villagio Resort



Fonte: II Campanário Villagio Resort³³⁶ (2011).

³³⁶ Imagem disponível no folder comercial do empreendimento.

O empreendimento possui a infraestrutura completa de um *Resort*, composta por sala de estar com lareira, *boulevard* central com piscinas adulto e infantil, piscina térmica semiolímpica coberta, espaços comerciais de conveniência, saunas seca e úmida, bares no *lobby* e na piscina, dois restaurantes, área de eventos, *fitness enter*, espaço *gourmet*, sala de jogos, *Kids Club* e *Espaço Teen*. No que se refere à operação hoteleira, possui recepção, *conciergerie*, vigilância e central de segurança, serviço de Van, serviço de praia, central telefônica, central de manutenção, manobrista, governança, *room service*, lavanderia, TV a Cabo e *Internet Banda Larga*.

O Il Campanário possui um sistema de automação integrado, de responsabilidade da Johnson Controls, que monitora todas as funções: ar-condicionado, energia elétrica e abastecimento de água, contemplando, também, telecomunicações, *Internet* e segurança. O sistema permite fazer a racionalização do uso de energia, otimização dos gastos e economia de manutenção. Por exemplo: o ar-condicionado central possui menos ruídos nos apartamentos, utiliza sistema de circulação de água ao invés de gases para refrigeração, a mesma tecnologia recomendada para certificação internacional Green Building. O sistema de energia possui controle de iluminação para otimização do gasto de energia – a medição de energia é individual por apartamento e por setor de área comum; além disso, há monitoramento constante para correção de eventuais variações na rede (picos de energia), evitando a queima de aparelhos elétricos e eletrônicos. O abastecimento de água também é controlado, o que garante maior autonomia pela manutenção dos níveis elevados dos reservatórios de água, além do controle de temperatura do reservatório de água quente, o que garante a estabilidade da temperatura da água. O circuito fechado de TV foi montado com câmeras de alta resolução e *back up* de gravação; o sistema de detecção de incêndio é integrado ao sistema de segurança, o que possibilita maior agilidade nas ações de emergência. Para a construção do empreendimento, o Grupo Habitasul realizou uma parceria com a Método Construtora, sediada em São Paulo, que já desenvolveu projeto para clientes como os Bancos Safra, Real, Santander, Bradesco, Shopping Iguatemi, Gradiente, Natura, Shell, Sesc, Hotel Grand Hyatt, Hotel Unique e outras instituições³³⁷.

³³⁷ Consulta ao folder comercial do empreendimento IL Campanário Resort destinado aos investidores do hotel e vista técnica realizada ao empreendimento pela autora desde a sua fase de construção até a sua implantação, 2004 a 2009.

A rede Le Canard é uma das redes hoteleiras de origem catarinense, com sede em Joinville, que concentra as suas atividades nas cidades de Lages, Joinville e Caçador. O primeiro hotel da rede foi o Le Canard Lages, inaugurado em 1995.

A partir da reestruturação do grupo Engepasa criou-se a holding EMTUCO, um conglomerado de empresas do qual a Pousatur faz parte, empresa da rede Le Canard. Encontra-se à frente da administração da Pousatur e, conseqüentemente, dos hotéis Le Canard a Sra. Angela Gaioso Zimath, esposa de Ricardo Zimath, ex-presidente da Federação dos Convention Visitors Bureau de Santa Catarina.

O projeto inicial de 1982 da rede Le Canard contemplava 30 empreendimentos estrategicamente posicionados nos Estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a partir da instalação do primeiro hotel na cidade em Lages (SC). A escolha da cidade de Lages deu-se em razão do grupo de empresas, a qual a Le Canard pertence, possuir uma fábrica de construções modulares na localidade, o que facilitaria a construção dos empreendimentos. A fábrica, porém, encerrou as atividades e os outros hotéis da rede localizados em Joinville (SC) e Caçador (SC) seguiram os moldes normais de construção. A cidade de Lages foi sede da empresa, quando se instalou o primeiro empreendimento, o Le Canard Lages, em 1995, com 128 quartos. Por uma decisão da atual proprietária da rede, o projeto inicial não foi concretizado. Atualmente, a sede da Le Canard encontra-se em Joinville, em Santa Catarina. Cabe destacar que a rede Le Canard, chegou a administrar um hotel em Guarulhos (SP), mas também por uma decisão da direção encerrou as atividades. Para a construção do hotel Le Canard de Joinville, inaugurado em 1997, a rede recorreu ao financiamento do BNDES. Já para o Hotel Le Canard de Caçador, inaugurado em 1999, a incorporação foi com capital próprio da rede, na concepção de um condo-hotel, em que há venda imobiliária para vários investidores provenientes da própria região³³⁸. A seguir o quadro 44 mostra os hotéis instalados pela rede em Santa Catarina.

³³⁸ As informações foram levantadas na entrevista realizada, em 2012, com Marcos Hardt, consultor em gestão de negócios, que presta consultoria a rede Le Canard desde o ano de 2008.

Quadro 44- Rede Le Canard

Rede Le Canard				
Hotel	Ano	Nº de quartos	Cidade	Estado
Hotel Le Canard Lages	1995	128	Lages	SC
Hotel Le Canard Joinville	1997	77	Joinville	SC
Hotel Le Canard Caçador	1999	68	Caçador	SC

Fonte: Rede Le Canard. Elaborado pela autora em 2012.

Com sede em Joinville e também com origem catarinense, a Rede Hotel 10 é uma administradora e incorporadora hoteleira de hotéis econômicos com atuação em âmbito Nacional. A administradora da rede Hotel 10, a HDEZ Empreendimentos, é conduzida por Paulo Roberto Linzmeyer, com o seu irmão Geraldo Linzmeyer³³⁹ e o sócio Martin Werninghaus. O filho de Paulo Linzmeyer, Bruno Linzmeyer também atua na direção da rede.

A ideia da rede Hotel 10 surgiu na Flórida, nos Estados Unidos, depois que Paulo Linzmeyer notou uma centena de hotéis localizados em rodovias em uma viagem que fez de carro com a família. Ao conhecer um deles, viu que, apesar de baratos, eram espaçosos e seguros. Dessa forma, desenvolveu o projeto do Hotel 10, em 2001, um empreendimento nos moldes americanos, prático, confortável, com uma estrutura padronizada e econômica, voltada para pernoite e curta permanência de viajantes em trânsito. Entre 2002 e 2005, foi buscar

³³⁹ Paulo Roberto Linzmeyer e Geraldo Linzmeyer são filhos do hoteleiro Adolar Linsmeyer que foi proprietário do Hotel Real e do Hotel Anturium em Joinville e do Anturium Praia na praia de Itajuba em Santa Catarina. Os empresários passaram a infância e a adolescência revezando-se entre as funções de carregador de malas, arrumador de quartos e garçom, aprendendo desde cedo com o seu pai a operação hoteleira. Poderiam ter sido apenas herdeiros, mas com o *know how* adquirido com o pai e na administração de outros empreendimentos hoteleiros, decidiram aliar-se aos gigantes do setor, isto é, abrir a própria rede de hotéis, atualmente uma das mais "jovens" do país. O empresário Paulo Roberto Linzmeyer é sócio da Atrio Hotéis, uma Máster Franqueadora da rede Accor, que por meio de uma aliança estratégica com a Accor faz incorporação dos empreendimentos. Cada empreendimento incorporado pela Átrio possui uma negociação a parte, por contrato de franquia ou de gerenciamento. O irmão Geraldo Linzmeyer administra atualmente o Hotel Holtz, de Joinville (SC), por meio de contrato de arrendamento. Nos próximos anos pretende expandir os negócios para a formação de uma administradora hoteleira voltada a operação de hotéis independentes, a Cadeia de Hotéis Associados. O administrador continua como sócio proprietário da rede Hotel 10, mas não mais na operação da rede. Entrevista concedida por Geraldo Linsmeyer em 2012.

investidores parceiros para a implantação do projeto em um terreno em Curitiba³⁴⁰.

Apesar da sede da rede Hotel 10 ser na cidade de Joinville (SC), o primeiro hotel da rede surgiu em Curitiba (PR) em 2004, o Hdez Curitiba, com 82 quartos. A unidade hoteleira fica situada na Cidade Industrial de Curitiba (CIC), à beira da BR-376, em um eixo rodoviário que serve de escoamento para as cidades de Foz do Iguaçu, Ponta Grossa, Araucária, São Paulo, Joinville e litoral catarinense. O hotel encontra-se situado próximo a importantes empresas, dentre as quais, Bosch, Kraft Foods e New Holland. Logo no ano seguinte, inaugurou o segundo hotel, também no Paraná, em União da Vitória, cidade paranaense que faz divisa com Porto União, em Santa Catarina. O empreendimento Hdez União da Vitória, com 65 quartos, localizado no centro da cidade e às margens da BR-476, trevo com a BR-153. As duas rodovias funcionam como elo entre os Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, para Argentina e Uruguai. Cabe destacar que o hotel de União da Vitória foi a primeira unidade hoteleira franqueada da rede.

Somente em 2006 é que a rede Hotel 10 parte para a expansão em Santa Catarina com a inauguração do Hdez em Itajaí e, em 2008, o Hdez em Joinville, ambos com 82 quartos. O Hdez de Itajaí localiza-se no principal eixo rodoviário do Sul do país, próximo ao porto de Itajaí e de diversas empresas em seu entorno, além de ficar a poucos quilômetros do Aeroporto de Navegantes, do principal parque de lazer da América Latina, o Beto Carreiro World e das cidades de Brusque, Blumenau, Itajaí e Balneário Camboriú. Cabe destacar que a localização estratégica do empreendimento, possibilita atender aos viajantes que circulam diariamente pela BR101 no Litoral Norte do Estado. O empreendimento da rede inaugurado em 2008, em Joinville, situa-se no Distrito Industrial, próximo às principais empresas, como Embraco, Schultz, Whirlpool, Docol e Salfer e do Joinville Garten Shopping. Além da proximidade com essas empresas, possui fácil acesso ao aeroporto da cidade de Joinville e à Universidade do Estado de Santa Catarina. O empreendimento foi construído junto ao Grêmio Whirlpool, área verde com densa vegetação, com uma infraestrutura que comporta academia de ginástica, pista de skate, quadras poliesportivas, campo de futebol, churrasqueiras permitindo a visitação e a utilização dos hóspedes que frequentam o hotel.

³⁴⁰ Sobre a trajetória de implantação da rede Hotel 10, as informações foram retiradas de Demétrio, Oliveira e Possamai (2011).

Em 2009, a rede Hotel 10 inaugura no Rio Grande Sul o seu primeiro empreendimento no Estado, na cidade de São Leopoldo, no Vale dos Sinos com 81 quartos. O Hdez São Leopoldo situa-se à beira da BR-116, próximo ao Parque Zoológico, da fábrica da Ambev e da Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos). O empreendimento atende aos viajantes a negócios e aos turistas que seguem rumo à Serra Gaúcha, para os destinos de Gramado, Canela, Bento Gonçalves e Garibaldi.

Em 2012, a rede Hotel 10 inaugura o primeiro hotel fora da Região Sul do país, na cidade de Dourados, no Estado do Mato Grosso, o Hdez Dourados, com 111 quartos, dentro de uma oportunidade estratégica de ampliar os negócios em âmbito Nacional. O quadro 45 a seguir apresenta os empreendimentos instalados pela rede Hdez em 2012:

Quadro 45– Rede Hoteleira Hotel 10

REDE HOTELEIRA HOTEL 10				
Hotel	Cidade	Ano	Nº de quartos	Estado
Hdez Curitiba	Curitiba	2004	82	PR
Hdez União da Vitória	União da Vitória	2005	65	PR
Hdez Itajaí	Itajaí	2006	82	SC
Hdez Joinville	Joinville	2008	82	SC
Hdez São Leopoldo	São Leopoldo	2009	81	RS
Hdez Dourados	Dourados	2012	111	MT

Fonte: Rede Hotel 10. Elaborado pela autora.

Os primeiros empreendimentos da rede Hotel 10 saíram do papel em uma época em que a hotelaria econômica no Brasil expande-se. O negócio criado por Paulo Linzmeyer desponta como novidade no mercado de hotéis, que se divide entre os pequenos hotéis familiares, com menos de 50 quartos e as grandes redes nacionais e internacionais. Nesse contexto, a rede Hotel 10, do empresário catarinense, é um dos poucos projetos de hotéis intermediários, com uma estrutura padronizada, localizados estrategicamente às margens de rodovias, perto da entrada das cidades, local de terreno mais acessível e pouco atrativo para companhias hoteleiras de porte maior. Cabe lembrar que as pessoas que viajam no Brasil têm poucas opções de hospedagem na estrada, são hotéis instalados em cima de postos de combustíveis ou de

churrascarias. A rede Hotel 10 percebeu nisso a oportunidade de atender às necessidades desse público, com uma estrutura muito enxuta, por não oferecer serviços de telefonista e mensageria, por exemplo, mas compatível às necessidades do hóspede em relação à prestação de serviços essenciais à hospedagem, no que se refere ao conforto da acomodação, à alimentação e ao atendimento. Os empreendimentos da rede permitem a hospedagem de até quatro pessoas por quarto, que comporta até duas camas de casal, com colchão *en spring*, janelas com tratamento acústico, ar condicionado *split*, fechadura e cofre eletrônicos, telefone e *Internet wireless* e TV por assinatura – essas são algumas das estruturas disponíveis. No aspecto dos serviços, no lobby há máquinas de conveniência, lavanderia expressa, onde o próprio hospede pode lavar as suas roupas, *business Center*, para acesso à rede *Internet*, estacionamento e segurança.

Os primeiros cinco hotéis da rede Hotel 10 no Sul do país faturaram juntos R\$ 10 milhões no ano de 2009. Os investimentos para a construção do empreendimento são realizados pelos franqueados. Apenas no hotel aberto em São Leopoldo foram investidos R\$6 milhões. A rede possui 30 terrenos mapeados em várias cidades do Brasil, principalmente no interior. Seu objetivo é abrir outras unidades no Paraná, uma em Cascavel e outra em Guarapuava. Além do avanço para o Paraná, estão nos planos da empresa os Estados de São Paulo e Minas Gerais, mas sem projetos concretos. A empresa vem estudando a entrada de um sócio-estratégico para acelerar sua expansão nos próximos anos por meio de contrato de franquia³⁴¹.

Em Santa Catarina, os investimentos da rede Hotel 10, no momento, são direcionados para a cidade de Blumenau, na região do Vale do Itajaí. O Hdez Blumenau tem previsão de inauguração em 2013. A expectativa da rede é iniciar as obras em 2012, em um terreno de 4,5 mil metros quadrados, localizado às margens da BR-470, no bairro Salto do Norte, na proximidade do *shopping enter* Blumenau Norte Shopping. O público alvo do empreendimento são executivos, funcionários e viajantes que visitam as empresas da região que viajam pela rodovia BR-470. O hotel terá um total de 3,7 mil metros quadrados de área total construída em cinco pavimentos e comportará 117 quartos. O investimento previsto é de aproximadamente R\$ 12 milhões e a construtora responsável pela obra é a Stein de Blumenau. Com o

³⁴¹ Informações publicadas no estudo Análise Setoriais da Indústria Hoteleira, realizado pelo Valor Econômico em 2010.

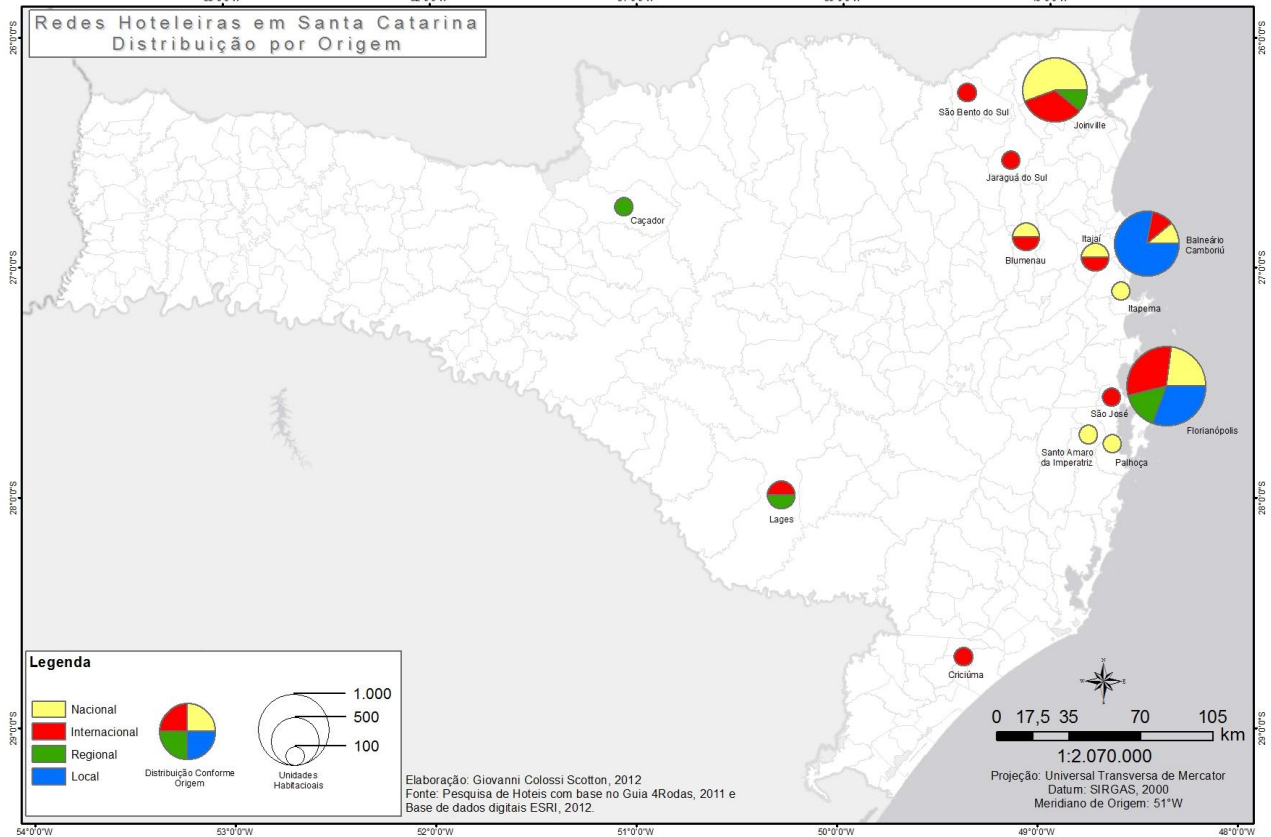
empreendimento de Blumenau, a rede Hotel 10 terá três unidades em Santa Catarina³⁴².

Além de Blumenau, a rede Hotel 10 pretende instalar outros empreendimentos em Palmas (TO), Ponta Grossa (PR) e Aparecida de Goiânia (GO). Para cada unidade hoteleira da rede, ela deve receber aporte de cerca de R\$ 10 milhões por investidores locais, os franqueados, que recebem todo o *know how* e assessoria da rede³⁴³. Percebe-se que a estratégia de ampliação da rede pelo país, concentra-se em estradas de grande fluxo rodoviário de viajantes, próximos a centros industriais em localidades carentes de estrutura de hospedagem. O mapa a seguir (ver figura 16) demonstra a distribuição por origem das redes hoteleiras instaladas em Santa Catarina.

³⁴² Informações divulgadas pela rede Hotel 10. Disponível em: <<http://www.noticenter.com.br/noticia>>. Acesso em: 5 jul. 2012.

³⁴³ Dados disponibilizados pela Hôtelier News. Disponível em: <www.hoteliernews.com.br>. Acesso em: 10 jul. 2012.

Figura 16 – Mapa das Redes Hoteleiras em Santa Catarina – distribuição por origem



Fonte: Elaborado pela autora com base no Guia Quatro Rodas (2011).

Produção cartográfica realizada pelo geógrafo Giovanni Colossi Scotton (2012).

Para Santa Catarina, as perspectivas de expansão das redes hoteleiras nos próximos anos são de aceleração do seu crescimento em ritmo mais intenso, pois até 2014 deverão ser instalados mais seis empreendimentos, especialmente localizados na região do Vale do Itajaí, nas cidades de Blumenau, Itajaí e Balneário Camboriú. Isso se deve à baixa presença de redes hoteleiras nas localidades frente às potencialidades de ordem econômica, da densa rede urbana com localidades centrais hierarquizadas e, por conseguinte, com a oferta de serviços especializados altamente desenvolvida, da proximidade das cidades com o aeroporto de Navegantes e das facilidades de acesso pela BR 101, dos atrativos naturais (praias, cachoeiras, rios e vales) e culturais da região, como as festas típicas de outubro, dentre as quais, a Marejada de Itajaí e a Oktoberfest de Blumenau. Essas especificidades regionais potencializam o aumento da oferta de novos hotéis vinculados às redes hoteleiras regionais, nacionais e internacionais.

Além da região do Vale do Itajaí, Florianópolis deverá receber mais um hotel de rede, o Comfort Florianópolis, o primeiro empreendimento da Rede Atlântica na região, com a incorporação de um investidor local, a JAT Engenharia, o que reforça a ideia de que os investimentos na hotelaria são provenientes do próprio estado de Santa Catarina.

As perspectivas de desenvolvimento de hotéis de rede apontam também para a região Oeste do Estado, onde 100% dos hotéis instalados são independentes. A Atrio Hotéis assinou um protocolo de intenções para a construção do Ibis Chapecó, o primeiro hotel da rede Accor na região. Ressalta-se que a maioria dos hotéis da região é da década de 1980 e 1990, o mais novo empreendimento hoteleiro foi inaugurado em 2008, o Hotel Mogano, o qual pertence a uma rede familiar, o que evidencia a oportunidade de ampliação de novos empreendimentos administrados por redes hoteleiras. Constatou-se, pois, em Santa Catarina, um processo de interiorização das redes, no caso específico da Accor, uma ida para o interior em busca de novos mercados. O quadro 46 a seguir apresenta os hotéis instalados e os futuros hotéis na Região do Vale do Itajaí.

Quadro 46- Hotéis instalados e os futuros hotéis na Região do Vale do Itajaí

REGIÃO DO VALE DO ITAJAÍ			
HOTÉIS INSTALADOS			
Hotel	Cidade	Rede	Incorporadores
Ibis	Itajaí	Accor	Atrio Hotéis de Joinville
Hotel 10	Itajaí	Hotel 10	Rede Hotel 10 de Joinville
Mercure	Balneário Camboriú	Accor	Rede Pires de Balneário Camboriú
Slaviero	Balneário Camboriú	Slaviero	Investidor local de Balneário Camboriú
Plaza Itapema Resort	Itapema	Plaza	Rede Plaza de Porto Alegre (RS)
Ibis	Blumenau	Accor	Atrio Hotéis de Joinville
Plaza Blumenau	Blumenau	Plaza	Rede Plaza de Porto Alegre (RS)
FUTUROS HOTÉIS			
Hotel	Cidade	Rede	Incorporadores
Quality Itajaí	Itajaí	Atlantica	Grupo Riviera de Balneário Camboriú
Ibis Style	Balneário Camboriú	Accor	Rede Pires de Balneário Camboriú
Slaviero Conceptual	Balneário Camboriú	Slaviero	Investidor local de Balneário Camboriú
Mercure	Blumenau	Accor	Atrio Hotéis de Joinville
Ibis	Blumenau	Accor	Atrio Hotéis de Joinville
Hotel 10	Blumenau	Hotel10	Rede Hotel 10 de Joinville

Fonte: Elaborado pela autora em 2012.

A ampliação dos hotéis de rede dar-se-á com as mesmas empresas administradoras hoteleiras que possuem presença em Santa Catarina, pois os incorporadores dos empreendimentos hoteleiros são em sua maioria do Estado. Não há investidores de fora do Estado apostando na construção de hotéis de rede, mas ao contrário, há incorporadoras e administradoras hoteleiras catarinenses, ampliando a sua atuação para fora do Estado, como é o caso da Atrio e da Hotel 10.

A incorporação dos condo-hotéis ainda é uma novidade de negócio para os investidores catarinenses, apesar da existência dessa configuração de importantes empreendimentos em Santa Catarina, como o Costão de Santinho Resort, Il Campanário Villagio Resort, Jurerê Beach Village, os hotéis Mercure de Florianópolis, os empreendimentos incorporados pela Atrio com as marcas da Accor e outros.

É possível apontar as barreiras encontradas para entrada de novas redes hoteleiras no território catarinense. A falta de investidores na região dispostos a investir no segmento hoteleiro é uma delas, pois a estratégia das muitas redes hoteleiras nacionais e internacionais instaladas em Santa Catarina está voltada para a administração de hotéis de terceiros, não se interessando em possuir ativos sobre os empreendimentos, o que minimiza os riscos sobre o negócio.

A sazonalidade não é uma barreira para entrada das redes hoteleiras no mercado catarinense, pois o foco dos investimentos encontra-se nos segmentos de negócio e de eventos, e, dependendo da localização do empreendimento, no período da alta estação (verão), com o aumento da demanda, o hotel acaba por beneficiar-se pela gama de serviços que são criados e por tudo que acontece na cidade, voltando-se para o mercado de lazer, como é o caso dos hotéis de Florianópolis e de Balneário Camboriú.

Em relação à maior concentração de hotéis independentes com a possibilidade de tornarem-se hotéis de rede por meio de uma conversão, em primeira análise, a estrutura dos empreendimentos catarinenses está aquém das exigências estabelecidas pelas grandes redes hoteleiras para uma conversão, principalmente no quesito estrutural e de segurança. Para que uma rede hoteleira opere um hotel, como por exemplo, a rede Accor, é necessário que o empreendimento possua duas escadas de emergência, *sprinkler* e detector de fumaça. Os hotéis que foram construídos até a década de 1990 não tinham essa preocupação. Existem questões estruturais do tipo tamanho do pé direito, área de circulação, com escada e elevador de serviço, exigências difíceis de adequá-las sem a realização de uma reforma, como foi o caso do InterCity Florianópolis, o estrutural do antigo hotel Diplomata, totalmente alterado para receber uma bandeira da rede InterCity. Portanto, o fato de Santa Catarina possuir uma maior concentração de hotéis independentes não garante a ampliação de hotéis de rede por meio de conversão, entretanto, existe a oportunidade latente de desenvolvimento de empreendimentos *greenfield*, isto é, da etapa zero, que envolva a concepção do projeto, a escolha do terreno, construção, incorporação e abertura do hotel.

Uma parcela considerável do setor hoteleiro situado nas cidades catarinenses encontra-se desatualizada, desgastada com o tempo, sem uma marca que expresse a qualidade e que possibilite um reconhecimento no mercado. Alguns desses empreendimentos possuem ainda chuveiro elétrico, camas de madeira ou de metal, ar condicionado de janela, TV com tubo de imagem e central telefônica analógica, equipamentos que se tornaram obsoletos na atualidade. Essa obsolescência da hotelaria da hierarquia urbana catarinense gera uma oportunidade para as redes chegarem às capitais regionais ou às cidades que possuem tamanho hierárquico inferior, mas de grande potencial econômico. A rede entra nesse mercado com larga capacidade concorrencial. Como poderá ser o caso da instalação da rede Accor em Chapecó, com o primeiro hotel Ibis da região.

As redes hoteleiras em Santa Catarina, contudo, apostam predominantemente no segmento de negócios e eventos, para tanto concentraram os seus hotéis nas regiões centrais, não nas praias como é o caso de Florianópolis. Os investimentos das redes hoteleiras no Estado obedeceram a uma lógica de expansão horizontal que privilegiou os centros industriais, de comércio, administrativos e financeiros, cidades com maior concentração demográfica ou de grande apelo turístico. Por isso é que estrategicamente Florianópolis e Joinville possuem o maior número de empreendimentos vinculados a redes hoteleiras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados empíricos até aqui apresentados expressam os resultados de uma investigação que buscou analisar o setor hoteleiro em Santa Catarina, a partir do desenvolvimento das redes hoteleiras no mundo e no Brasil para compreender o quadro de relações responsáveis pelo crescimento da atividade turística e expansão das redes de hotéis nacionais, internacionais e regionais no território catarinense.

Ao analisar as origens da hotelaria no mundo, no Brasil e em Santa Catarina pode-se constatar que a sua formação esteve intimamente relacionada ao desenvolvimento do comércio e ao aprimoramento dos meios de transporte. As rotas comerciais que se estabeleceram ao longo do tempo em áreas que se tornaram pontos de intersecção de parada obrigatória dos viajantes formaram os primeiros centros comerciais e, no que se refere à hotelaria, deram origem aos primeiros estabelecimentos de hospedagem.

O crescimento da demanda de viagens e hospedagem e o aumento da competição no mercado hoteleiro foram determinantes para ampliar escalas de operação, além de diminuir custos e diversificar os locais de atuação, e, dessa forma, desenvolver mobilidade no capital para o enfrentamento das crises econômicas, pois o desenvolvimento capitalista nas fases de crise promove uma acumulação extensiva horizontal denominada de centralização do capital, ou seja, nessas fases depressivas setores capitalizados desenvolvem estratégias de aquisição e/ou fusões. Dentro do contexto concorrencial no mercado internacional de hotéis, revelou-se um forte movimento de concentração e centralização de capitais. As fusões e aquisições realizadas pelas redes hoteleiras decorrem da necessidade de aumentar a escala das atividades, reduzir custos operacionais e diversificar mercados de atuação. Essas estratégias foram necessárias para fazer frente ao aumento da competição entre as próprias redes hoteleiras internacionais e a perspectiva de crescimento em âmbito mundial.

No que se refere à hotelaria internacional, pode-se perceber que algumas frentes de expansão são desenvolvidas pelas redes. Primeiramente a partir dos países desenvolvidos como Estados Unidos e Canadá, na América do Norte; no continente europeu, Inglaterra, França, Espanha e Alemanha; além do Japão e alguns países na Oceania. No segundo momento, o foco dos investimentos modificou-se em razão das potencialidades vislumbradas nos países chamados de emergentes, especialmente a Índia, o Brasil e a China. Atualmente, o mercado

hoteleiro é estruturado em torno de importantes grupos, dentre os quais se destacam, sobretudo, o InterContinental Hotels Group PLC; o Wyndham Hotel Group; o Marriott International Inc.; o Hilton Worldwide e a Rede Accor. Essas e outras redes dinamizam a estrutura do setor hoteleiro por meio da segmentação de mercado, passando a desenvolver importantes estratégias empresariais que são formatadas para atender a determinados tipos de público por diversas motivações de hospedagem.

As redes hoteleiras são formadas por um conjunto de hotéis interligados por um mesmo padrão de administração, comercialização e operação, sob a égide de uma empresa especializada na gestão e operacionalização de empreendimentos hoteleiros, com o objetivo de obter ganho em escala e reduzir custos para aumentar a lucratividade dos empreendimentos. Esses estabelecimentos hoteleiros seguem padrões estabelecidos pela rede, no que se refere aos aspectos arquitetônicos, de comercialização, de operação e de administração. Algumas possuem a propriedade total ou parcial do empreendimento com aporte de capital, com ou sem participação de outros investidores; outras fazem todo o trabalho de consultoria e assessoria de todas as fases dos projetos, desde a concepção, a construção, a implantação e o funcionamento do empreendimento, porém sem investimento próprio, somente com capital de terceiros.

A entrada das redes hoteleiras internacionais no Brasil deu-se a partir da década de 1970³⁴⁴ e foram estimuladas pelo acirramento da concorrência entre essas companhias em nível internacional e pela transformação do país em um importante polo de viagens de lazer e negócios. O modelo de substituição de importações, apoiado por um lado em subsídios e incentivos governamentais, e, por outro, em relação à atração de capital estrangeiro, favorece a diversificação dos projetos hoteleiros em âmbito nacional. Nesse contexto, a estratégia utilizada pelas redes internacionais foi a de associar-se a grupos nacionais que, na maioria dos casos, assumiam a responsabilidade do investimento imobiliário enquanto a administração do empreendimento era realizada por meio de contrato de gestão ou sistemas de franquias.

³⁴⁴ A partir de 1973, o mundo entra em uma fase recessiva do quarto ciclo de Kondratieff. A economia brasileira até 1973, com seu Juglar em fase ascendente, viu-se acelerada e invertendo a conjuntura mundial a partir daquele ano. Assim com o Juglar em fase ascendente, o Brasil obteve um desempenho econômico satisfatório no período de 1975 a 1980.

Já nos anos de 1980, o desenvolvimento de projetos hoteleiros foi bastante prejudicado pela instabilidade econômica e pelo crescimento acelerado da inflação, período em que a fase recessiva do ciclo breve (Juglar brasileiro) coincide com a do ciclo longo mundial (Kondratieff). No início da década 1990, o governo Collor desencadeia um período de mudança na economia brasileira e na própria organização do Estado. A criação do Plano Real, em 1994, aprofundou as mudanças já ocorridas baseadas na abertura total do mercado, marcando o início da fase de expansão da demanda do setor hoteleiro. O desempenho dos hotéis gerou um grande interesse dos investidores institucionais, principalmente dos Fundos de Pensão, bem como de outros investidores internacionais atraídos pela possibilidade de bons retornos do capital aplicado na construção de novos empreendimentos hoteleiros. A expansão das redes hoteleiras no Brasil, entretanto, começa a se delinear a partir dos anos 2000, estimulada pelo crescimento do turismo de negócios e lazer e pela abertura econômica brasileira.

O estudo demonstrou que a existência de redes hoteleiras no Estado de Santa Catarina é ainda incipiente e de baixa concentração frente à presença maciça dos hotéis independentes, principalmente familiares. Provém assinalar que, conforme o Valor Econômico (2010), as vinte maiores redes hoteleiras em atuação no Brasil administram cerca de 500 hotéis, o que corresponde somente a 2% do número de meios de hospedagem no país. Quando se analisa a distribuição de hotéis pelo Brasil, percebe-se a supremacia da região Sudeste com 48% dos hotéis instalados, e o fraco desempenho da região Norte, com apenas 3%, e da região Centro-Oeste, com 7% dos hotéis instalados. No Nordeste brasileiro, concentram-se 23% e na região Sul 19% da hotelaria nacional³⁴⁵. Em Santa Catarina, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina, existem 2.470 meios de hospedagem dos quais apenas 1,37% pertencem a redes hoteleiras. Percebe-se, portanto, a proeminência dos hotéis independentes, muitos deles empresas familiares, tanto no Brasil como em Santa Catarina.

O Estado de Santa Catarina é um importante destino brasileiro receptivo de turismo de lazer internacional, sendo as cidades de Florianópolis e Balneário Camboriú os destinos mais visitados. O movimento estimado de turistas em todo Estado, no ano de 2008, foi de 21 milhões, sendo 95% nacional e 5% internacional. 71% do fluxo internacional são provenientes da Argentina, especialmente concentrados nos meses de janeiro e fevereiro. A dinâmica dos fluxos

³⁴⁵ Dados do estudo realizado pela Jones Lang La Salle Hotels (2010).

turísticos nacionais e estrangeiros promoveu, juntamente com outros fatores, um processo de adensamento na ocupação da faixa litorânea catarinense.

Para analisar a concentração e distribuição do setor hoteleiro por região do Estado de Santa Catarina, recorreu-se, nesse estudo, ao Guia Quatro Rodas de 2011, podendo-se constatar que 82 % da capacidade de hospedagem (nº de quartos) no Estado encontra-se nas mãos de capitais locais. No que tange a essa concentração, a Região Norte do Estado possui o maior percentual (46,5%) de quartos em redes de hotéis e o menor percentual (53,5%) em hotéis independentes, se comparada a outras regiões. A Região Oeste possui o maior percentual (97%) de quartos em hotéis independentes. Já a Região do Vale do Itajaí possui a maior capacidade de hospedagem do território catarinense, com 8.826 quartos, enquanto a Região Serrana apresenta a menor capacidade de hospedagem do Estado, com 913 quartos. Em relação ao número de meios de hospedagem instalados atualmente nas regiões catarinense - o que inclui hotéis, pousadas, albergues, *resorts* -, 93% possuem predominantemente uma administração familiar. O universo dos hotéis administrados por redes hoteleiras representa somente 7% do setor hoteleiro no território.

Santa Catarina conta somente com 34 hotéis vinculados a redes hoteleiras internacionais, nacionais e regionais, dos quais 44% pertencem a uma única rede, a Accor (Internacional), 50% pertencem a redes Nacionais e apenas 6% são de redes regionais. As redes Hotel 10 (Nacional) e Le Canard (Regional) são catarinenses com sede em Joinville. Dos hotéis de rede instalados em Santa Catarina, 68% deles estão localizados nas regiões de Joinville (11 hotéis) e de Florianópolis (12 hotéis) e 32% estão localizados em outras regiões do Estado. Das redes hoteleiras instaladas, sete delas são originárias da Região Sul do Brasil - no Paraná, as redes Slaviero e Bourbon; no Rio Grande do Sul, as redes Plaza e InterCity. Nascidas em Santa Catarina, as redes JI Administradora (JIAH) em Florianópolis e Le Canard e Hotel 10, ambas da cidade de Joinville. Cabe apontar também a incorporadora e operadora hoteleira Atrio Hotéis, máster franqueadora da rede Accor em Santa Catarina, também é originária de Joinville.

Pode-se perceber no decorrer da pesquisa que as redes hoteleiras começam a se expandir no decorrer da pesquisa que as redes hoteleiras começam a se expandir no Estado de Santa Catarina a partir do momento em que são criadas infraestruturas para atender a realização de eventos. Tal fato pode ser constatado nas cidades de Florianópolis e Joinville com a inauguração, em 1998, do Centreventos Cau Hansen em Joinville e do Centro de Convenções – CentroSul em Florianópolis. Essa

realidade favorece o desenvolvimento de hotéis voltados para o segmento de negócios e eventos vinculados a redes hoteleiras, o que comprova a preferência de investimentos dessas redes instaladas em Santa Catarina no segmento de negócios e de eventos e não em lazer.

A região de Florianópolis contempla uma diversidade de tipos de empreendimentos hoteleiros: hotel executivo, hotel econômico, hotel de lazer, *resorts* e pousadas. As pousadas, os hotéis de lazer e os *resorts* localizam-se nas áreas balneárias. Já os hotéis executivos e econômicos situam-se nas áreas urbanas centrais, onde as redes hoteleiras, em geral, procuram instalar-se. No caso de Florianópolis, bem como de outras regiões do Estado de Santa Catarina, como Joinville, Jaraguá do Sul, São Bento do Sul, Blumenau e Itajaí, as redes hoteleiras buscam a melhor localização para seus hotéis, ou seja, a proximidade dos centros administrativos, financeiros, industriais e comerciais das cidades em razão da facilidade de acesso.

Em Santa Catarina, as redes hoteleiras instaladas constituem-se a partir de um modo de operação que elege alianças com investidores locais, originados, em sua maioria, do ramo da construção civil, como é o caso dos empreendimentos Blue Tree Towers, Ibis Florianópolis e Sofitel, do investidor Aurélio Paladini, sócio proprietário da Magno Martins, construtora de Florianópolis. A análise do setor hoteleiro de Santa Catarina permite perceber a força do capital originário da pequena produção mercantil, como é o caso, por exemplo, dos investimentos no setor hoteleiro de Joinville realizados pelos próprios empresários da cidade, os quais atuam em atividades de comércio e de serviços.

A transformação no setor hoteleiro de Joinville também se dá a partir do momento em que se instala a estrutura necessária para realização de eventos que coincide com a expansão das redes hoteleiras nos anos 2000. Os hotéis mais antigos vão sendo aos poucos desativados e novos hotéis vão surgindo, não mais com a mesma forma de administração, isto é, passam a ser vinculados a redes hoteleiras com atuação em escala internacional, nacional e regional. Os capitais envolvidos na construção desses empreendimentos são locais, ou seja, de empresários joinvilenses que investem na incorporação dos empreendimentos. Fato também constatado na região do Vale do Itajaí, que possui a maior concentração de capital hoteleiro local. O setor hoteleiro instalado nessa região é também predominantemente originário dela própria. Os empreendimentos hoteleiros blumenauenses, por exemplo, em sua maioria, foram incorporados a partir de iniciativas do empresariado local e catarinense, como o hotel Ibis, uma franquia da rede Accor, cuja incorporação e operação são realizadas pela Atrio

Hotéis de Joinville e o hotel Plaza Blumenau, que pertence a Rede Plaza de Porto Alegre, cuja concepção contou com a participação de Diretores do Grupo Hering.

No caso de Balneário Camboriú, a entrada das redes hoteleiras nacionais e internacionais é muito mais recente. Em 2007, surge o primeiro hotel de rede vinculado a uma bandeira internacional, o hotel Mercure, pertencente à rede Accor. Entretanto, constata-se a existência de uma forte presença de redes hoteleiras locais, cujas filiais concentram-se na mesma cidade, sendo administradas por integrantes da mesma família. Essa é uma característica marcante do setor hoteleiro dessa porção do território catarinense, cabendo citar a Rede Pires e a Rede Sagres. Nessa região, a maioria dos investimentos canalizados para o setor hoteleiro é originária de descendentes de imigrantes procedentes do Vale do Itajaí.

No desenvolvimento do trabalho procurou-se destacar as várias formas de controle na administração dos hotéis vinculados a redes. Uma delas é a gestão administrativa e operacional por meio de contrato de administração. Nesse caso a gestão administrativa e operacional do hotel é realizada por meio de um acordo contratual entre a empresa administradora hoteleira (rede hoteleira) e a empresa proprietária do hotel, segundo o qual a administradora dirige o empreendimento. No caso dos condo-hotéis, o contrato é realizado entre a administradora hoteleira e o condomínio. As redes hoteleiras, portanto, utilizam a franquia das suas marcas e a operação de empreendimentos hoteleiros por intermédio de contrato de administração ou de franquia como estratégias de expansão dos seus negócios, sem disponibilizar recursos próprios para a instalação dos seus empreendimentos.

Atualmente, o turismo de negócios e de eventos é a principal força motriz do setor de hotelaria de Santa Catarina, como forma de amenizar a sazonalidade. Entretanto, a falta de uma estrutura capaz de atender a eventos de grande porte compromete a realização de grandiosos eventos nacionais e internacionais.

As perspectivas de expansão das redes hoteleiras nos próximos anos são de aceleração do seu crescimento, pois até 2014 deverão ser instalados mais seis empreendimentos, especialmente localizados na região do Vale do Itajaí, nas cidades de Blumenau, Itajaí e Balneário Camboriú. Isso se deve à baixa presença de redes hoteleiras nas localidades frente às potencialidades de ordem econômica, da densa rede urbana com localidades centrais hierarquizadas. Além da região do Vale do Itajaí, Florianópolis deverá receber mais um hotel de rede, o Comfort Florianópolis, o primeiro empreendimento da Rede Atlantica na região,

com a incorporação de um investidor local, a JAT Engenharia, o que reforça a ideia de que os investimentos na hotelaria são provenientes do próprio Estado. Na região serrana catarinense, encontram-se somente dois hotéis operados por redes hoteleiras, ambos instalados na área urbana do município de Lages, o hotel Le Canard Lages, e o Hotel Ibis Lages, este inaugurado no final de 2011 pela rede Accor, pertencente a um investidor local. Os proprietários dos hotéis Valerim de Florianópolis pretendem inaugurar entre 2012 e 2013 o Hotel Valerim em Lages, o que sinaliza a formação de mais uma rede regional em Santa Catarina. Não há previsão de investimentos para o Sul catarinense, isto se deve aos problemas de infraestrutura, como a falta de aeroporto e a não conclusão das obras de duplicação da BR101, principal corredor rodoviário de acesso para essa região.

Na Região Oeste do Estado, onde 100% dos hotéis instalados são independentes, há uma perspectiva de instalação de um hotel de rede, com a assinatura do protocolo de intenções para a construção do Ibis Chapecó, pela Atrio Hotéis, o primeiro hotel da Accor na região. Chapecó, capital regional do Oeste catarinense, além de aeroporto, com voos regulares para Porto Alegre e São Paulo, possui também dois espaços para realização de eventos: o Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo de Nes e o Parque de Exposições Tancredo de Almeida Neves, o que evidencia a oportunidade de ampliação de novos empreendimentos administrados por redes hoteleiras.

A sazonalidade não é uma barreira para entrada e posterior expansão de novas redes hoteleiras no mercado catarinense, pois o foco dos investimentos concentra-se no segmento de negócios e eventos e, dependendo da localização do hotel, acaba por abarcar também a demanda gerada pelo turismo de lazer, como é o caso de Balneário Camboriú e Florianópolis. A falta de investidores dispostos a investir no segmento hoteleiro pode ser considerada uma barreira, visto que a estratégia das muitas redes nacionais e internacionais instaladas no Brasil e em Santa Catarina está voltada para a administração de hotéis de terceiros, não interessando em possuir ativos sobre os empreendimentos.

De acordo com a pesquisa realizada a expansão das redes hoteleiras no Estado de Santa Catarina pode se dar por meio de:

- conversão de marca: vinculação de uma marca a uma rede nacional ou internacional por meio de contrato de franquia ou administração - como fez a rede Pires de Hotéis, com o Hotel Costa do Marfim, a qual está reformando o hotel para atender

- às exigências de padronização da rede Accor para receber uma bandeira Ibis Style por meio de contrato de franquia;
- possibilidade de redes locais consolidadas no mercado ampliarem os seus negócios para a administração de hotéis de terceiros, passando a atuar não apenas localmente, mas regionalmente;
 - formação de redes locais ou regionais compostas por hotéis independentes que estabeleçam alianças estratégicas para marketing e comercialização dos empreendimentos;
 - desenvolvimento de hotéis *greenfield*, mediante o estabelecimento de novas parcerias com os investidores locais, assim como fez, por exemplo, a rede Pires, com o hotel Mercure de Balneário Camboriú, ao incorporar o seu empreendimento a uma marca internacional por meio de contrato de franquia;
 - construção de empreendimentos na modalidade de condótil-hotéis, que faz a união da venda imobiliária com a incorporação hoteleira para administração e operação realizada por uma rede, como fez o Grupo Habitusul com os empreendimentos Il Campanário Villagio Resort e Jurerê Beach Village, como fez também a Atrio Hotéis com a incorporação em parte dos seus empreendimentos.

A investigação permitiu constatar que em Santa Catarina, assim como no Brasil, há um processo de interiorização das redes, no caso específico da Accor, uma ida para o interior em busca de novos mercados. Não há investidores de fora do Estado apostando na construção de hotéis de rede, mas ao contrário, há incorporadoras e administradoras hoteleiras catarinenses, ampliando a sua atuação para fora do território catarinense, como é o caso da Atrio Hotéis e da Hotel 10, pois, atualmente, todo capital investido na construção dos hotéis de rede são provenientes, em sua maioria, do próprio Estado. Dessa forma, pode-se confirmar a hipótese central dessa tese de que o capitalismo engendrado nas áreas de pequena produção mercantil do território catarinense deu origem aos primeiros empreendimentos inicialmente modestos no setor hoteleiro, aproveitando as oportunidades lucrativas que iam surgindo na medida em que se desenvolviam as diferentes regiões do Estado. A distribuição geográfica das redes hoteleiras privilegiou os centros mais adensados e a sua expansão está relacionada ao desenvolvimento do turismo de negócios e de eventos e não ao

turismo de lazer. A estratégia de expansão utilizada pelas redes hoteleiras apoia-se na associação com investidores do próprio Estado, originados da pequena produção mercantil catarinense.

Diante do dinamismo do setor de hotelaria, salienta-se que novos estudos sobre as redes hoteleiras podem ser realizados, buscando respostas para outros questionamentos e visando aprofundar os conhecimentos acerca dos múltiplos aspectos dessa realidade.

REFERÊNCIAS

ABIH. **História da hotelaria no Brasil**. Obra comemorativa dos 70 anos da ABIH. Rio de Janeiro: ABIH Nacional, 2007.

ACERENZA, M. A. **Administración de turismo**: conceptualización y organización. México: Trillas, 1986.

ANDRADE, N; BRITO, L; JORGE, W. **Hotel**: planejamento e projeto. São Paulo: Senac, 2000.

BASTOS, J. M. Considerações sobre a urbanização do litoral catarinense. In: PEREIRA, E; DIAS, C. (Orgs.). **As cidades e a urbanização no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011.

BASTOS, J. M. **O Comércio de Múltiplas Filiais no Brasil**. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo USP, São Paulo, 2002.

_____. Urbanização, Comércio e Pequena Produção Mercantil Pesqueira na Ilha de Santa Catarina. In: LINS, H. *et al.* (Orgs.). **Ensaios sobre Santa Catarina**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

_____. Reestruturação do Comércio Varejista nos anos 90. In: **Cadernos Geográficos**. Departamento de Geociências da Universidade Federal de Santa Catarina, nº9, Florianópolis: UFSC, 2005.

BECKER, B. Conferência no Congresso Internacional de Geografia e Planejamento do Turismo “Sol e Território”: políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da. (Orgs.). **Turismo**: Espaço, Paisagem e Cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

BELCHIOR, E; POYARES, P. **Pioneiros da Hotelaria no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: SENAC, 1987.

BENI, M. C. **Globalização do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

BERTOLI NETO, L. **A classificação hoteleira como indutora do processo de qualificação da oferta turística**: um estudo tipológico para os meios de hospedagem de turismo de Santa Catarina. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, UNIVALI, 2005.

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento. Notícia BNDES cria programas para arenas da Copa e hotéis, publicado em 13/01/2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2010/todas/20100113_programas.html>. Acesso em: 12 maio 2012.

BOTTOMERE, T. **Dicionário do Pensamento Marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BOYER, M. **História do Turismo de Massa**. Bauru: Edusc, 1999.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. CASA CIVIL. SUB-CHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS. Decreto de Lei n.º 55 de 18 de novembro de 1966. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Poder Executivo, Brasília, DF, 21 nov. 1966, p. 13416.

BRESSER PEREIRA, L. C. **Os três ciclos da sociedade e do estado**. 2002. Disponível em: <www.bresserpereira.org.br/papers/2012/403a-Três-ciclos-TD-308.pdf>. Acesso em: 18 maio 2012.

BURNS, E.; LERNER R.; MEACHAM S. **História da civilização ocidental**. São Paulo: Globo, 2003.

CABRAL, O. R. **Nossa Senhora do Desterro**: Notícia I. Florianópolis: UFSC, 1971.

_____. **Nossa Senhora do Desterro**: Notícia II. Florianópolis: UFSC, 1972.

_____. **Nossa Senhora do Desterro**. Florianópolis: UFSC, 1979.

_____. **História de Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1968.

CAMPOS, N. J. de. **Terras Comunais na Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis: UFSC, 1991.

CAMPOS, E. T. **A expansão imobiliária e seus impactos ambientais em Florianópolis.** Florianópolis: Insular, 2004.

_____. **A expansão urbana na Região Metropolitana de Florianópolis e a dinâmica da indústria da construção civil.** Florianópolis: Insular, 2010.

CAMPOS, J. R. V. **Introdução ao universo da hospitalidade.** Campinas, SP: Papirus, 2005.

CAMPOS, N. J. de. **Terras Comunais na Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis: UFSC, 1991.

CARNEIRO, G. **Florianópolis: Roteiro da Ilha Encantada.** Florianópolis: Expressão, 1987.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital.** São Paulo: Xamã, 1996.

CHOLLEY, A. **Observações sobre alguns pontos de vista geográficos.** Boletim Geográfico. Rio de Janeiro: CNG, mar/abr, 1964.

CHOM, K.; SPARROWE, R. **Hospitalidade: conceitos e aplicações.** São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

CLARKE, A.; CHEN, W. **Hotelaria: fundamentos teóricos e gestão.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CORRÊA, C. H. **História de Florianópolis.** Florianópolis: Insular, 2004.

CRUZ, R. de C. A. **Introdução à Geografia do Turismo.** São Paulo: Roca, 2003.

DAUX, J. C. B. **Proposta de implantação do sistema de qualidade total no Paraíso Palace Hotel.** (Monografia) - Trabalho de conclusão de curso Superior de Hotelaria
Florianópolis: ASSESC, 2005. 190f.

DEMÉTRIO, A. J.; OLIVEIRA, A. G. de; POSSAMAI, F. (Orgs.).
Construindo Joinville. Joinville, SC: Letradágua, Univille, 2011

DIAS, C. M. de M. **Home away from home: evolução, caracterização e perspectivas da hotelaria: um estudo compreensivo.** . (Tese de Doutorado) Eca- Universidade de São Paulo – USP - São Paulo, 1990.

_____. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas.** São Paulo: Manole, 2002.

DUARTE, V. V. **Administração de Sistemas Hoteleiros.** São Paulo: Senac, 1996.

ERN FILHO, A.; GRAIPEL JR., H. J. **História do Turismo em Blumenau.** Blumenau: Edifurb, 2006.

ESPÍNDOLA, C. J. **As agroindústrias de carnes do Sul do Brasil.** (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2002.

FAUSTO, B. **História concisa do Brasil.** São Paulo: Edusp, 2010.

FERREIRA, S. L. **O Banho de mar na Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis: Das águas, 1998.

FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Aurélio Eletrônico século XXI.** Versão 3.0.. Lexicon Informática, novembro de 1999.

FERREIRA, L. S.; NAPOLEÃO, F. **Um balanço da economia Argentina nos anos de 1990/2000: do retrocesso ao crescimento.**

Disponível em:

<http://egal2009.easyplanners.info/area01/1076_Lucas_dos_Santos_Ferreira.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2012.

FICKER , C. **História de Joinville.** Crônica da Colônia Dona Francisca. Joinville: Editora Letradágua, 2006.

FIGUEIRAS, L. **Panorama interno.** História do Plano Real. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

GAZETA MERCANTIL Panorama Setorial. **Análise Setorial da Indústria Hoteleira**. Vol 1, 2,3. São Paulo: Gazeta Mercantil, 1999.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Roteiros Turísticos Regionais**. Florianópolis: Editora Letras Brasileiras, 2009.

GOELDNER, C.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. **Turismo Princípios, Práticas e Filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HUBNER, L. M. **O comércio da cidade do Desterro no século XIX**. Florianópolis: UFSC, 1981.

HOLANDA, S. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

ISMAIL, A. **Hospedagem: front Office e Governança**. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2004.

KLIASS, P. Inflação: as múltiplas variáveis dos índices da inflação. *In: Revista mensal de informações e debates do IPEA: Desafios e desenvolvimento*. 2007. Disponível em: < <http://desafios.ipea.gov.br>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

KORMANN, E. **Blumenau: arte, cultura e as histórias de sua gente (1850-1985)**. Florianópolis: Paralelo, 1994.

LICKFELD, W. **As primeiras moradias dos imigrantes e o surgimento da hotelaria em Blumenau no século XIX**. (Dissertação de Mestrado) – Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Itajaí, 2002.

LICKORISH, L.J.; JENKINS, C. L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOSSO, F. B. **A produção de vinhos finos de altitude na região vitivinícola de São Joaquim (SC): uma alternativa para o turismo?** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Balneário Camboriú, 2010.

UCHIARI, M. T. D. P. Urbanização turística: um novo nexo entre o olhar e o mundo. *In*: SERANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. São Paulo: Papirus, 2001.

MACEDO, J. M. **Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro**. *In*: Senado Federal. Edição Eletrônica, v. 42. Brasília: Conselho Editorial do Senado Federal, 2005.

MAMIGONIAN, A. Florianópolis. *In*: **Atlas Geográfico de Santa Catarina**. Florianópolis: CNG/DEGC-SC, 1959.

_____. **Vida regional em Santa Catarina**. Orientação. São Paulo: IG/USP, 1966.

_____. **Notas sobre o processo de industrialização** no Brasil. Bol. Dep. Geografia/FFCL. Presidente Prudente, 1969.

_____. **Introdução ao pensamento de Inácio Rangel**. Geosul. n° 3. Florianópolis: GCN/CFH/UFSC, 1987.

_____. A geografia e “A formação social como teoria e como método”. *In*: SOUZA, M. A. A. (Org.). **O mundo do cidadão um cidadão do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. As conquistas portuguesas e a incorporação do litoral de Santa Catarina. *In*: ANDRADE, M. C. D; FERNANDES, E. M. P; CAVALCANTI, S. M. (Orgs.). **O mundo que o Português Criou: Brasil século XVI**. Recife: CNPQ / Fin, 1998.

_____. Indústria de Santa Catarina. *In*: Relatório do Projeto Integrado de Pesquisa: Santa Catarina Sociedade e Natureza. CNPq, 2000. Versão atualizada da originalmente publicada no Atlas de Santa Catarina. Florianópolis: GAPLAN, 1986.

_____. Notas sobre o proceso de industrialização no Brasil. *In* Estudos de Geografia Econômica e de Pensamento Geográfico **Livre Docência**: FFLCH - USP, 2005.

_____. Kondratieff, ciclos médio e organização do espaço. Florianópolis: Geosul, v. 14, 1999.

_____. **Teorias sobre a industrialização brasileira.** Cadernos Geográficos. Florianópolis: UFSC/CFH, 2000.

MARX, K. **O Método da Economia Política.** Contribuição à crítica da Economia. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

_____. **Para a crítica da economia política.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MATTOSO, J. O Brasil herdado. *In:* SADER, E.; GARCIA, M. A. **Brasil, entre o passado e o futuro.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo; Boitempo, 2010.

MELLO, G.; GOLDEINSTEIN, M. Perspectivas da Hotelaria no Brasil. *In:* BNDES Setorial, 2010. Disponível em: <www.bndes.gov.br>. Acesso em: 15 set. 2011.

MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2002.

MONTEIRO, A. C. de C. A. **Os hotéis da Metrópole: o contexto histórico e urbano da cidade de São Paulo através da produção arquitetônica hoteleira (1940 a 1960).** (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo, FAUUSP, 2006.

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do Mercado Turístico.** São Paulo: Roca, 2001.

MOSSATO, D. E. C. **A internacionalização da Economia Urbana: Uma Análise do Setor Hoteleiro de Curitiba-PR.** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2007.

NAPOLEÃO, F. **Origem, desenvolvimento e crise da indústria joinvilense de materiais de construção em PVC: 1941 -2002.** (Tese de Doutorado em Geografia). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC: Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2005.

NEU, M. F. R. **Os Portos do Sul do Brasil: da formação ao século XXI.** (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2009.

O'CONNOR, P. **Distribuição da Informação Eletrônica em Turismo e Hotelaria.** São Paulo: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, A. P. **A história do turismo em Florianópolis.** Florianópolis: PalavraCom, 2011.

PAIXÃO, D. L. D. A Legalização dos Cassinos no Brasil e América Latina. *In:* BADARÓ, R. A. de L.; CAVAGGIONI, Á. S. (Orgs.). **O Direito do Turismo: perspectivas para o Século XXI.** Piracicaba: Reino Editorial, 2006.

PELUSO JR., V. **Estudos de Geografia Urbana de Santa Catarina.** Florianópolis: UFSC, 1991.

_____. A revolução de 30: um marco do passado uma referência para o presente. *In:* **Revista Alcance** (Ciência Política e Ciências Sociais), Itajaí, v. 4, 2001.

_____. Formação sócio-espaical do litoral de Santa Catarina (Brasil): gênese e transformações recentes. *In:* Revista GEOSUL, Florianópolis, v. 18, n. 35, 2003.

_____. **A geografia e as bases da formação nacional brasileira:** uma interpretação fundamentada nas idéias de Ignácio Rangel. (Tese de Doutorado). Faculdade de Geografia Humana – Faculdade de Filosofia e Letras e Ciências Humanas, São Paulo: USP, 1997.

PEREIRA, Y. V. **Processo de formação de estratégias da Accor Hotels do Brasil 1974 a 2004.** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2006.

PEREIRA, R. M. F. do A. A Gênese da Formação Social Brasileira. *In:* ANDRADE, C.; FERNANDES, E.; CAVALCANTI, S. (Orgs.). **O Mundo que o português criou.** São Paulo: Fundação Joaquim Nabuco, 1998.

PEREIRA, R. M. F. do A.; MAUS, I. C. Relatório final de pesquisa – **PIBIC** - Cnpq, intitulado “Diagnóstico do setor hoteleiro na praia central de Balneário Camboriú (SC): passado e presente”. Coordenação da Prof^a Dr^a Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira com a colaboração da bolsista Isabel Cristina Maus da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, 2006.

PEREIRA, R. M. F. do A.; VIEIRA, M. G. E. de Deus. Geografia e Marxismo: o caso da formação socioespacial do Brasil Meridional. *In: Anais do XI Encontro de Geógrafos da América Latina*. Bogotá: Universidade Nacional da Colômbia, 2007.

_____. Formação Sócio-Espaciais Catarinenses: notas preliminares. *In: Anais do Congresso de História e Geografia de Santa Catarina*. Florianópolis: CAPES/MEC, 1997.

PIAZZA, W. F. A. **A Epopéia Açórico-Madeirense**. Florianópolis: Lunardelli, 1982.

PIRES, M. J. **Raízes do Turismo no Brasil**. São Paulo: Manole, 2001.

POWERS, T.; BARROWS, C. **Administração no setor de hospitalidade**. São Paulo: Ed. Atlas, 2004.

PRADO JR., Caio. **Evolução Política do Brasil: Colônia e Império**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

PROSERPIO, R. **O avanço das Redes Hoteleiras Internacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

RABAHY, W. A. **Turismo e Desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento**. São Paulo: Manole, 2003.

RAMOS, S. E. V. de C. **A dinâmica da localização da hotelaria curitibana no período de 1966 a 2008**. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Curitiba, 2010.

RANGEL, I. **História da dualidade brasileira**. Revista de Economia Política, 1981.

_____. **Obras reunidas / Inácio Rangel.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. 2 volumes.

REJOWSKI, M. **Turismo no percurso do tempo.** São Paulo: Aleph, 2002.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, I. de O. **Industrialização de Joinville-SC: da gênese às exportações.** Florianópolis: UFSC, 1997.

_____. **O Dinamismo Industrial e Exportador de Santa Catarina.** (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2004.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: a Proteção do Meio Ambiente.** São Paulo: Papirus, 2001.

SAINT-HILAIRE, A. **Viagem à Província de São Paulo.** São Paulo: Universidade, 1972.

SANTOS, F. M. **Uma análise histórico-espacial do setor hoteleiro no núcleo urbano central de Florianópolis (SC).** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria Balneário Camboriú Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, UNIVALI, 2005.

SANTOS, M. **Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método.** Publicado inicialmente em Antipode, n.1, v. 9, 1977.

_____. **Sociedade e Espaço: Formação Social como Teoria e como Método.** In: _____. (Org.). **Espaço e Sociedade.** Petrópolis: Vozes, 1979.

_____. **A urbanização Brasileira.** São Paulo: Hucitec, 1993.

SEBRAE-SC. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Santa Catarina em Números**. 2010. Disponível em: <www.sebrae-sc.com.br/scemnumero>. Acesso em: 15 de jun. 2012.

SEGAWA, H. Arquiteturas de hospedarias de imigrantes. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 30, p. 23-42, 1989.

SEYFERTH, G. **A colônia alemã no vale do Itajaí-Mirim**. Porto Alegre: Movimento/SAB, 1974.

SILVA, A. N. **Ruas de Florianópolis**: resenha histórica. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes, 1999.

SILVA, C. M. **Ganchos/SC**: ascensão e decadência da pequena produção mercantil pesqueira. Florianópolis: FCC/EDUFSC, 1992.

SILVA, L. C. R. **Os meios de hospedagem em Salvador**: distribuição espacial ao longo de sua história. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós Graduação em Geografia. Salvador, 2007.

SINGER, P. **O Capitalismo**: sua evolução, sua lógica e sua dinâmica. São Paulo: Moderna, 1987.

SERSON, F. **Hoteleria**: a busca da excelência. São Paulo: Cobra, 1999.

SPOLON, A. P. G. **Chão de Estrelas**: hotelaria e produção imobiliária em São Paulo de 1995 – 2005. (Dissertação de Mestrado) FAU-USP. Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo, 2006.

VALLEN, G.; VALLEN, J. **Check in, Check out**: Gestão e Prestação de Serviços em Hotelaria. Porto Alegre: Bookman, 2003.

VALOR ECONÔMICO. **Valor Análise Setorial - Indústria Hoteleira no Brasil**: mercado, perspectivas, perfis de empresas. São Paulo: Valor Econômico SA., 2010.

VARGAS, L. D. da C. R. **Turismo e Meios de Hospedagem**: análise dos hotéis de categoria superior no Município de Blumenau – SC . (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria Universidade do Vale do Itajaí. Itajaí, Univali, 2004.

VAZ, N. P. O centro histórico de Florianópolis: espaço público do ritual. Florianópolis: UFSC, 1991.

VEIGA, E. **Florianópolis**: memória urbana. Florianópolis: UFSC, 1993.

_____. **Transporte Coletivo em Florianópolis**. Florianópolis: Insular: 2004.

VIANA, O. **Populações Meridionais do Brasil**, 1938. *In*: Senado Federal. Brasília: Edições Senado Federal, v. 27, 2005.

WALKER, J. R. **Introdução à Hospitalidade**. São Paulo: Manole, 2002.

OUTRAS REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESORTS, 2011. Disponível em: http://www.resortsbrasil.com.br/resorts_brasil.aspx. Acesso em 13 maio 2012.

HIA, Hotel Investment Advisors. **Hotelaria em Números**. 2007. Disponível em: <www.hia.com.br/>. Acesso em: 15 jun. 2011.

HOTELS. The magazine of the worldwide hotel industry. **Special report: Hotels'325 de outubro de 2010**. Disponível em: <www.hotelsmag.com>. Acesso em: 4 abril 2011.

IBGE. Dados do censo de 2010 publicados no Diário Oficial da União em 4/11/2010. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=42>. Acesso em: 21 jul. 2011.

INFRAERO. Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária. **Anuário estatístico operacional de 2010**. Disponível em: <<http://www.infraero.gov.br>>. Acesso em: 25 jun. 2011.

JONES LANG LASALLE HOTELS. **Hotelaria em Números Brasil**

2010. Disponível em:

<http://www.joneslanglasalle.com.br/ResearchLevel1/Brazil_in_Numbers_2010_FINAL.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2011.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **World Tourism Barometer**.

2010. Disponível em: <www.unwto.org>. Acesso em: 2 maio 2011.

SANTUR. Santa Catarina Turismo S/A. **Pesquisa Mercadológica**

Estudo da Demanda Turística: Sinopse Comparativa 2010. Disponível

em: <www.sc.gov.br>. Acesso em: 3 maio 2012.