



**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS
DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Mercado Hoteleiro 2021/22

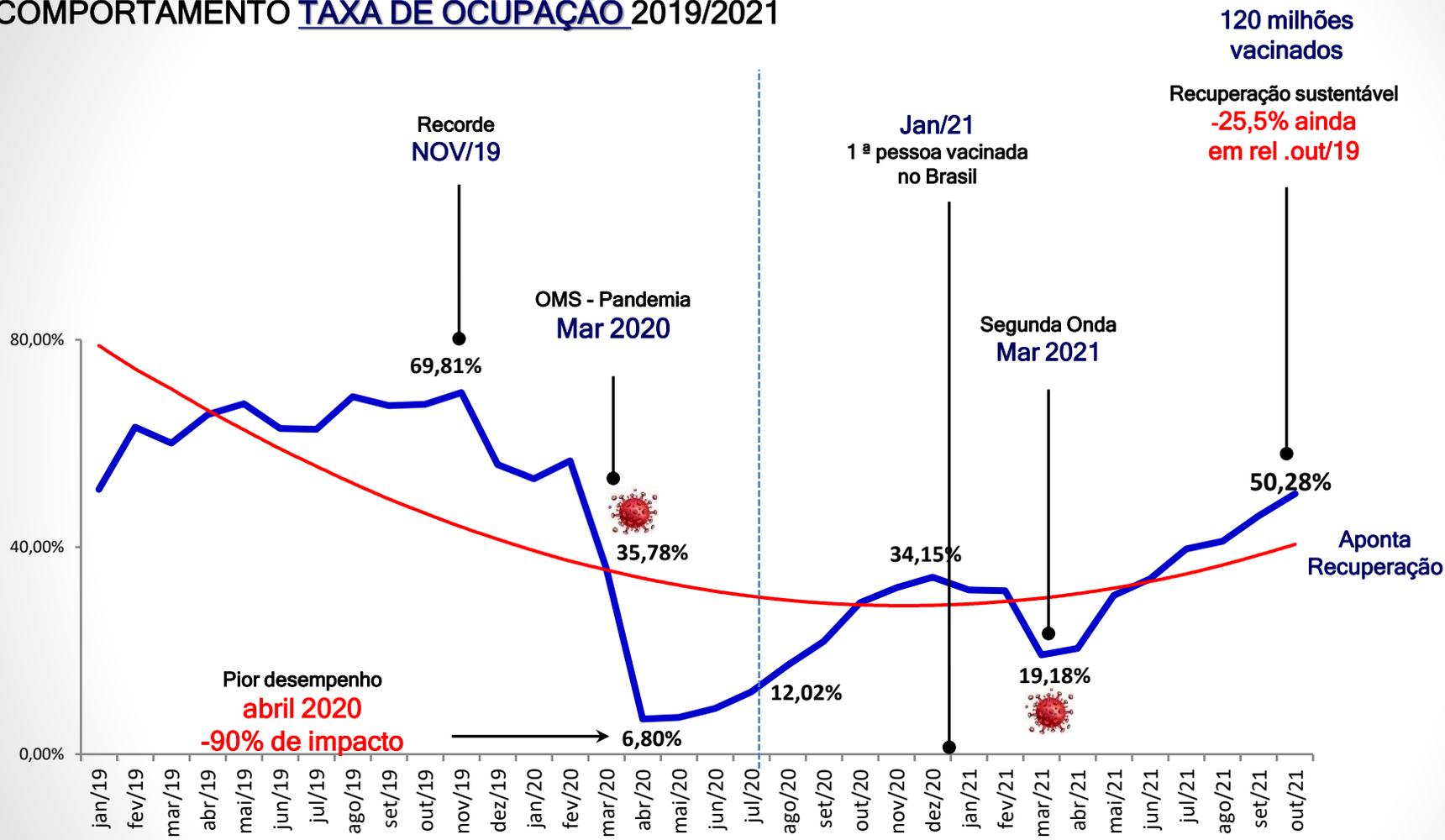
Estatísticas Hotelaria do Estado de São Paulo

Roberto Gracioso - ABIH-SP



Análise de Dados

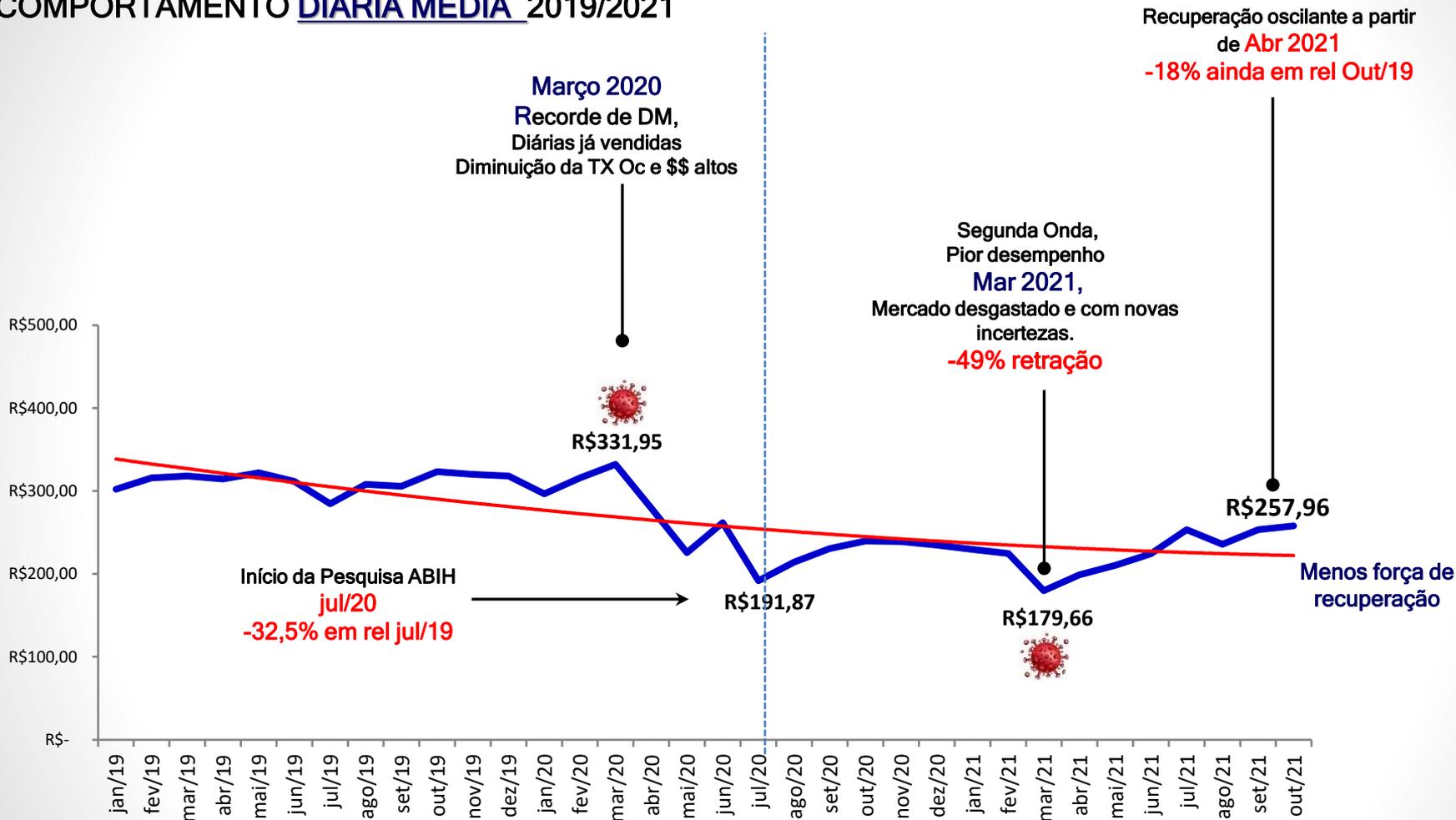
COMPORTAMENTO TAXA DE OCUPAÇÃO 2019/2021



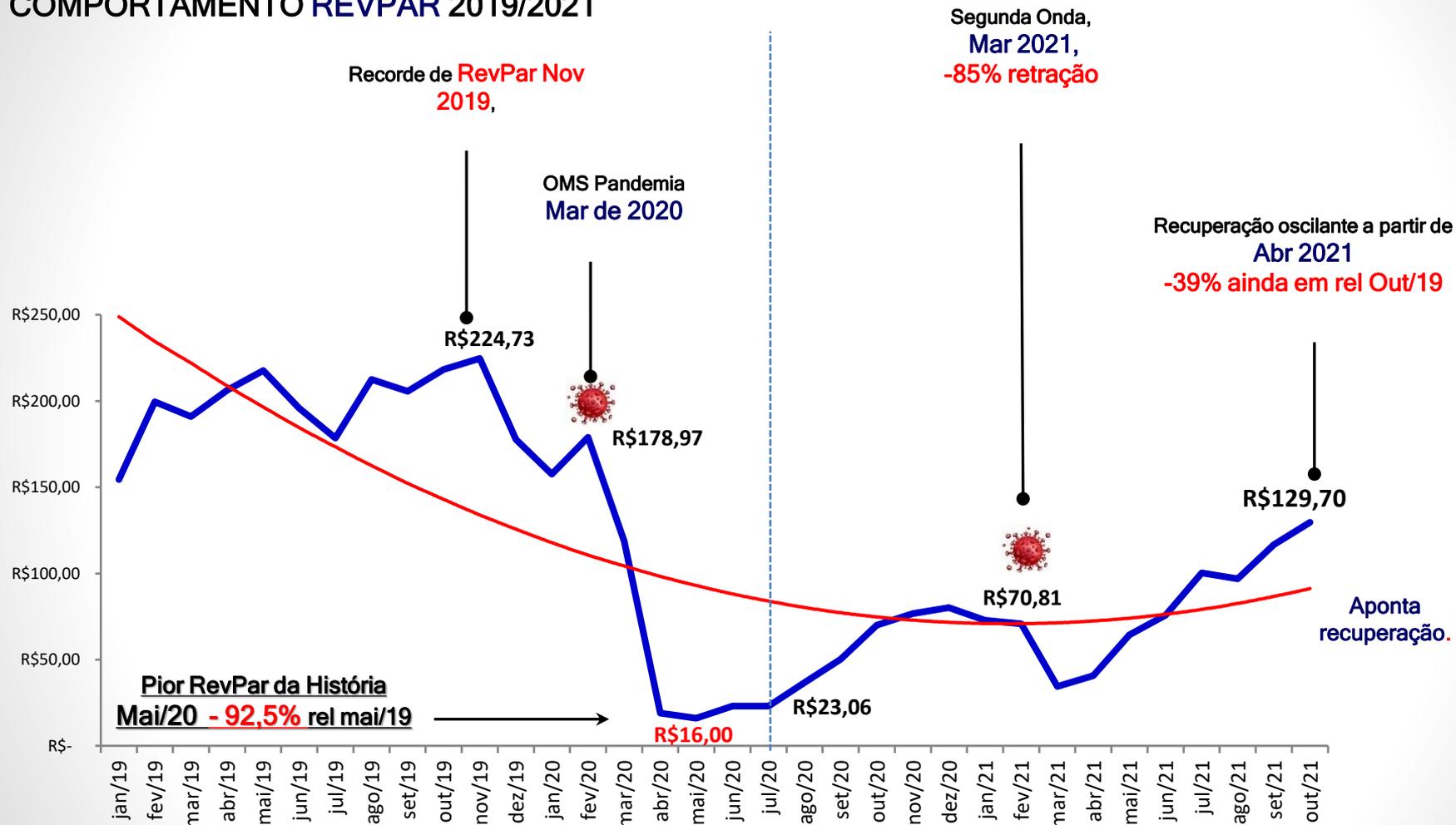
Dados Exclusivos Extraídos da Pesquisa da ABIH-SP.



COMPORTAMENTO DIÁRIA MÉDIA 2019/2021

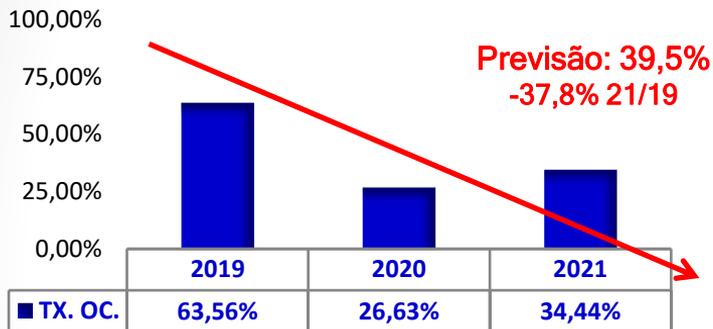


COMPORTAMENTO REVPAR 2019/2021

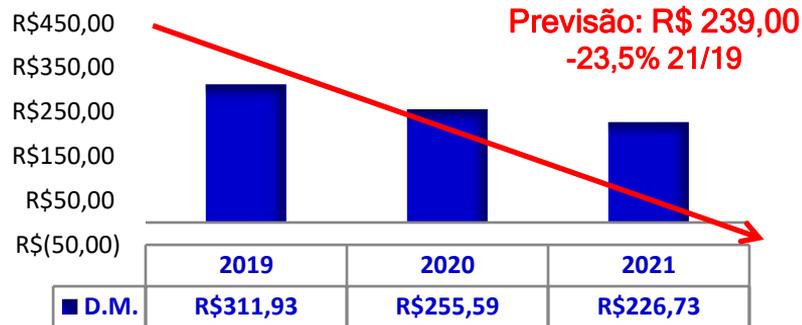


Índices Acumulados - médias anuais

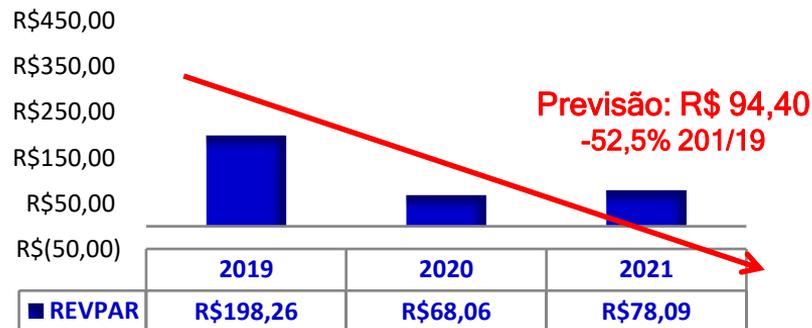
TX. OC.



D.M.



REVPAR



IPCA - R\$ 365,00
-34,5%
DEFASAGEM

IPCA + OC 2019
R\$ 232,00
-60%
DEFASAGEM

RevPar x TRevPar - Perdas de receitas

Revenue Per Available Room

- Queda de ocupação;
- Queda DM;
- Perda de estoque
percebibilidade (irrecuperável);

- **Maior Impacto**
MRTs de demanda Corporativa;

- Acúmulos de 20 meses de resultados negativos;

TOTAL Revenue Per Available Room

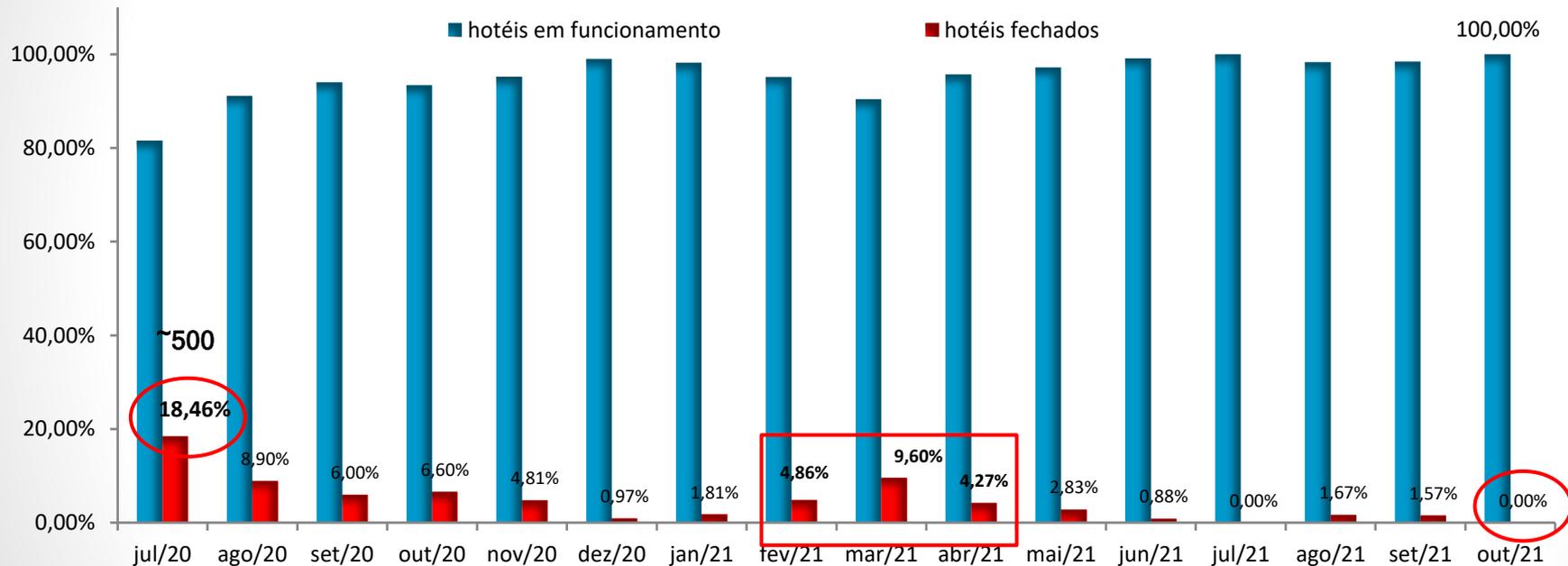
- Serviços suspensos ou restritos - (Curva B, C, D);
Receita Significativa;

- Fechamento de Eventos, Serviços A&B, Restaurantes, Piscina, Bar, Passeios, Conveniência, etc...

- **Impactos negativos na experiência dos hóspedes - valor entregue;**

- **Impactos futuros - Lei 14.046 - 24/08/20 - remarcação de eventos;**

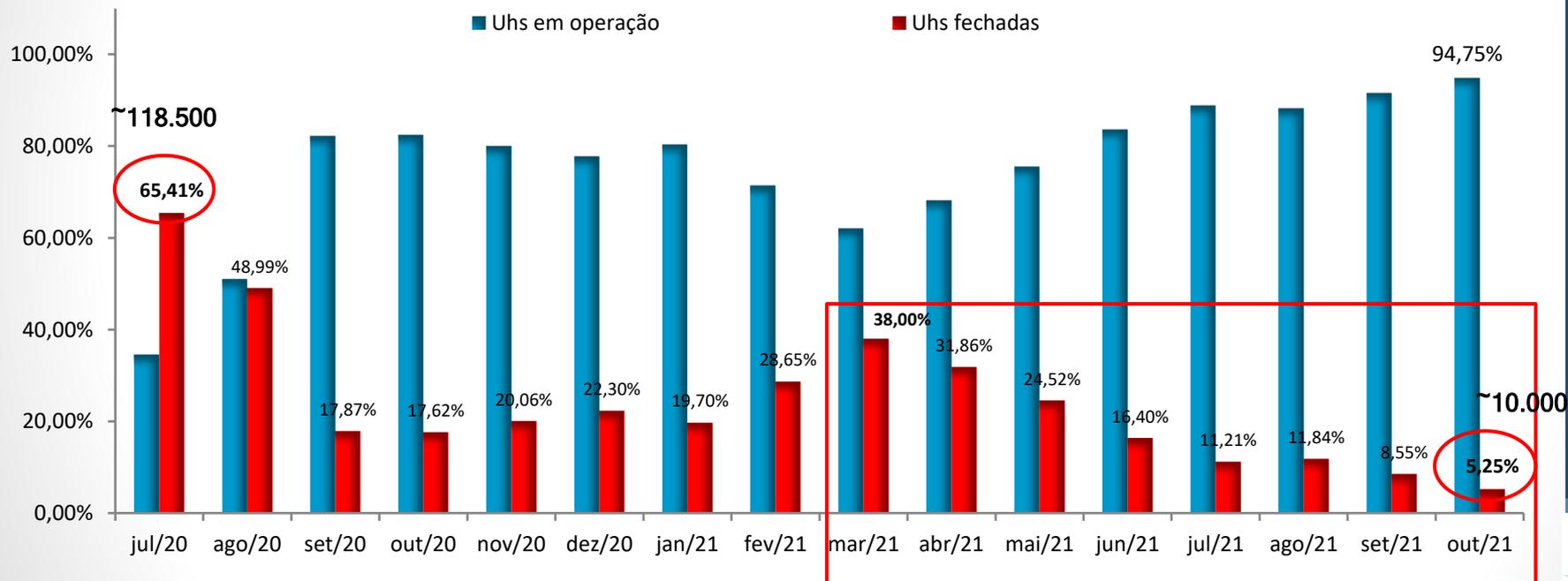
INDICADOR DE OFERTA HOTELEIRA EM PROPRIEDADES - PERÍODO PANDEMIA



2581
181178



INDICADOR DE OFERTA HOTELEIRA EM UHS - PERÍODO PANDEMIA



2581
181.178



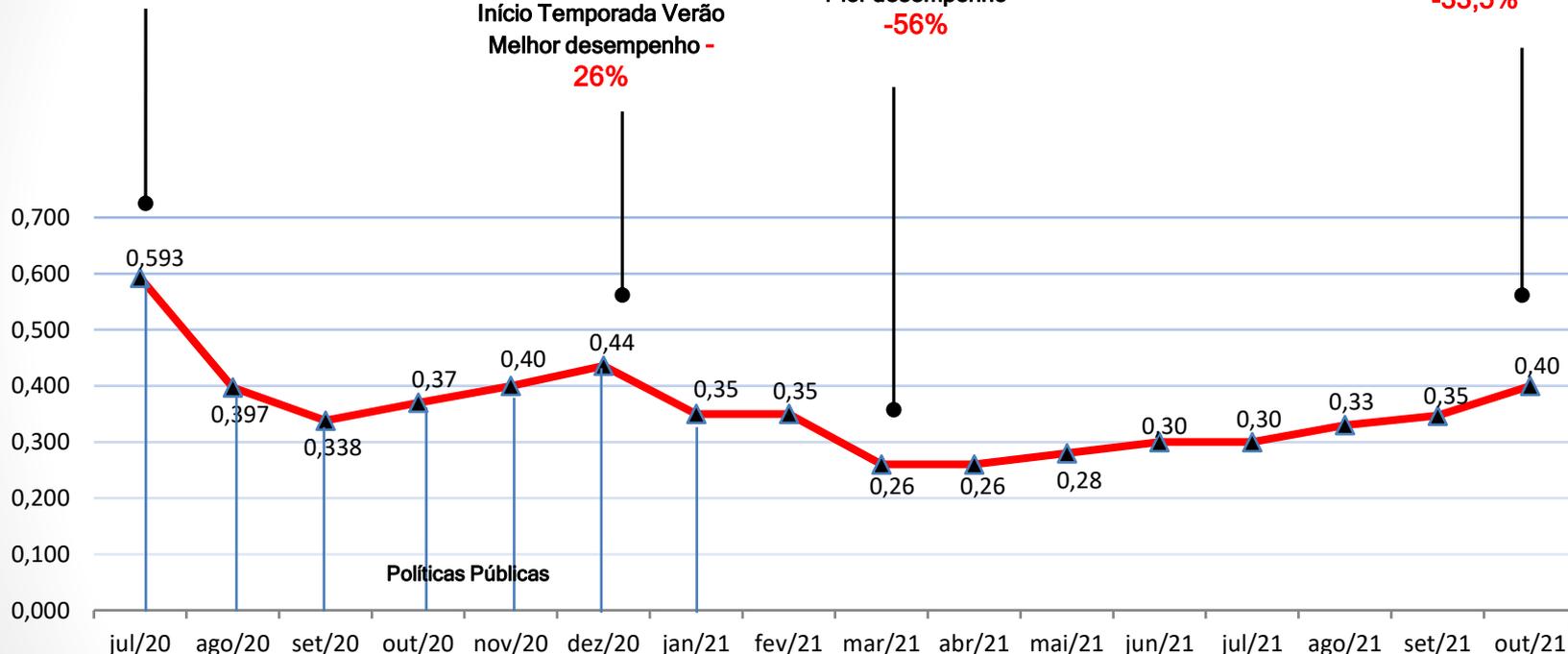
INDICADOR DE GANHOS E PERDAS DE MÃO DE OBRA DA HOTELARIA - DIRETOS

Início do monitoramento da ABIH -
Estado de SP
Já no terceiro mês da Pandemia.

Aberturas final de 2020
Início Temporada Verão
Melhor desempenho -
26%

Segunda Onda Mar 2021
Corporativo Retraído
Final de Temporada
Carnaval adiado
Pior desempenho
-56%

Recuperação gradativa a
partir de Abr 2021
-33,5%



181.178

2023/24..



**Déficit de aprox. 40 mil
postos de trabalho diretos**

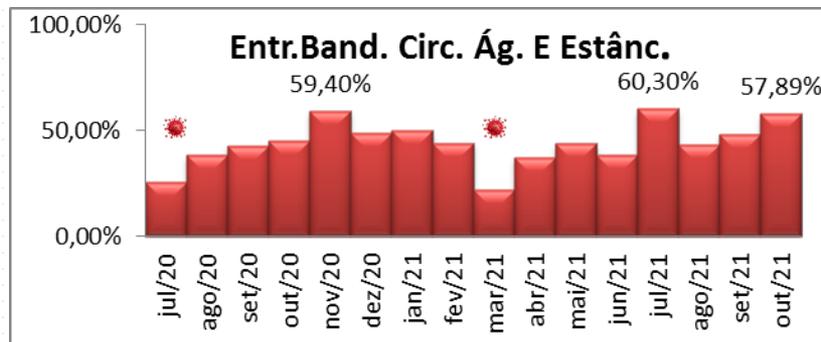
Tendências Estado de SP

LAZER - ESTADO DE SP:

- Fechamento de fronteiras inter;
- Diminuição da malha aérea - terrestre;
- Homeoffice e Homeschooling;
- Aumento do comércio eletrônico;

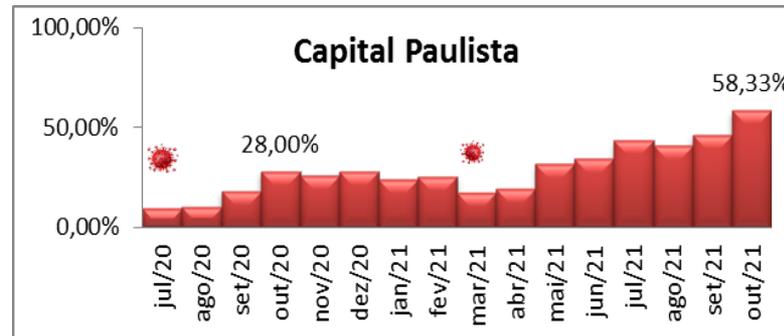
Turismo de Luxo:

- **Viajante inter consumiu no Brasil;**
- Preferência por viagens domésticas até 400km - média 55% da demanda;
- Preferência por novos destinos , praia, resorts - all inclusive e com boa internet - tarifas acima de R\$ 600,00 melhor performance;
- Viagens domésticas para mitigar riscos de positividade - quarentena fora do país **custos em US\$ e €;**



CORPORATIVO ESTADO DE SÃO PAULO:

- Homeoffice - queda das viagens;
- Suspensão de Eventos, Feiras, Shows;
- Diminuição da malha aérea;
- Redução da Exportação Turística (turista inter);
- Fechamentos de atrações turísticas (Teatros, Restaurantes,...);
- Pós Lockdown – 1ª e 2ª ondas demora na Recuperação;
- São Paulo - um dos destinos menos buscados;
- Hotéis até R\$ 400,00 caíra, 55% em média (90% do hotéis corporativos);
- **Dez, Jan e Fev - Sazonalidade (baixa);**



Pontos de Atenção de Demandas do Hotéis a partir de Dezembro/21;

- Previsão Temporada Aquecida de LAZER - DEZ até o Carnaval - ainda demanda represada;
- Diminuição do Homeoffice e Volta das Aulas - Baixa temporada - TENDÊNCIA A ACOMODAÇÃO - LAZER E CORPORATIVO a partir de MARÇO/22 ;
- Aumento da oferta de malha aérea - volta gradativa de demanda para os destinos domésticos mais distantes;
- Retomada da economia, volta dos grandes eventos - aquecimento do CORPORATIVO ;
- **Novo Risco: Variante Omicron:**
Reveillon cancelado em várias cidades;
Possibilidade de novos fechamentos e restrições;



Novos riscos de Cancelamentos de Viagens a partir de 01/12

Nossa Grande Aposta: Brasil 120 mi vacinados.
Entre as maiores taxas de imunização do planeta.

Somam-se os desafios Estratégias de Distribuição - Rentabilidade

GUERRAS TARIFÁRIAS

Em MRTs de maior demora na retomada, há tendência de leilão negativo;

Não aumenta a demanda e desequilibra o mercado!!!

EROSÃO TARIFÁRIA

Analisar cada canal quanto aos custos da distribuição;

Há casos que chegam a 35% no final*

*Comissões, over comission, custo de posicionamento, taxas...etc

DISTRIBUIÇÃO MULTICANAIS

Trabalhar o RM do Hotel - maximização de canais, ao invés de reduzir preços;

Ampliação de canais - aumento de performance;

Redução de canais, retração performance;

ELEGER PRIORIDADES

Priorizar os Canais com maior demanda x rentabilidade ;

Ex:

Vendas diretas - acima de 100% de aumento ;

CRM

Costumizar o atendimento e fidelizar o cliente;

Atenção à LGPD;

E também... DESAFIOS ADMINISTRATIVOS

ALTA INFLAÇÃO - INSUMOS E DESPESAS;

Aumento de tarifas públicas, insumos e outros fatores da produção;

X

Queda nos preços das diárias - retração do mercado;

PREJUÍZOS ACUMULADOS

Honrar com compromissos postergados dos 20 meses de prejuízos acumulados no período da Pandemia.

Qual será o ponto de recuperação?

2023...2024...2025...2026.... ???????????

Reposição de Serviços - Lei 14046

Reposição de serviços sem auferir receitas (Realização dos eventos protelados por conta da Pandemia);

Esperança, União e Ação!!

Obrigado!!