

TURISMO EM TERESÓPOLIS: COMPORTAMENTO DA DEMANDA, IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E PROMOÇÃO DO DESTINO EM UM CENÁRIO DE PANDEMIA

FELIPPE, Helena Sobreira

Administradora (UNIFESO) e Gerente Geral do Athos Hotel e Nova Pousada Charmonix. Coordenou a Secretaria Municipal de Turismo/Teresópolis no biênio 2012/2013.
Email: sobreiratur@gmail.com

RESUMO

O objeto do presente trabalho é um breve relato de caso sobre a situação passada, presente e estimativas futuras do mercado hoteleiro em Teresópolis. Para a elaboração deste artigo foi realizada pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, utilizando dados e informações disponíveis no sistema de gestão de reservas do Athos Hotel, plataformas de extranet de operadoras de viagens e turismo e canais de distribuição de reservas de hotéis. Além disso, foram encomendados gráficos de tendências de preços das diárias em Teresópolis e destinos similares entre 2019 e 2020, para empresa de consultoria em precificação e distribuição de disponibilidade de unidades habitacionais entre os canais de venda on-line. A possibilidade de crescimento da atividade turística pode estimular o empresariado a investimentos de curto e médio prazos no setor hoteleiro em Teresópolis.

PALAVRAS-CHAVE: Teresópolis - Turismo - Hotelaria - Investimentos

ABSTRACT

The object of this work is a brief case report on the past, present and future estimates of the hotel market in Teresópolis. For the elaboration of this article, quantitative and qualitative field research was carried out, using data and information available in the reservation management system of Athos Hotel, extranet platforms for travel and tourism operators and distribution channels for hotel reservations. In addition, daily price trend charts in Teresópolis and similar destinations were ordered between 2019 and 2020, for a consulting company in pricing and distribution of availability of housing units among online sales channels. The possibility of growth in tourism activity can stimulate the business community to invest in short and medium terms in the hotel sector in Teresópolis.

KEYWORDS: Teresópolis - Tourism - Hospitality – Investments

INTRODUÇÃO

Teresópolis é um dos principais destinos turísticos da Região Serrana do Rio de Janeiro. Seus atrativos naturais, clima ameno, gastronomia diversificada, cultura e eventos atraem dezenas de milhares de pessoas mensalmente. Além de ser considerada a “capital brasileira do montanhismo” e a “casa da seleção brasileira de futebol”, o fato de estar, há alguns anos, frequentando o *ranking* das 10 cidades mais seguras do Brasil, de acordo com o IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, a torna ainda mais atraente tanto para

turistas quanto para novos moradores e investidores, principalmente se for considerada sua proximidade com a capital do Estado, local de origem da grande maioria dos visitantes e turistas, tanto a lazer quanto a negócios.

A atratividade turística de Teresópolis é inegável e o mercado hoteleiro tem se adaptado para acompanhar a crescente demanda da última década. Nos holofotes do mundo em 2014 devido à Copa do Mundo, a “casa da seleção” alcançou uma visibilidade que se reflete até os dias de hoje. Desastres naturais, crises econômicas, políticas e sanitárias exigem resignação, resiliência e reinvenção

dos mercados através de novas formas de fazer negócios. O turismo e a hotelaria em especial, enfrentam desafios sem precedentes, porém, análises do cenário atual e projeções de demanda de curto e médio prazos podem acender esperanças e estimular novos investimentos no setor antes do que se esperava.

Este artigo pretende apresentar um panorama do mercado hoteleiro de Teresópolis nos últimos anos, sua situação atual neste momento da pandemia do COVID 19 e as perspectivas futuras de demanda, além de relatar algumas iniciativas privadas de investimentos no setor ocorridas nos últimos anos.

Para a elaboração deste artigo, foi realizada pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, utilizando dados e informações disponíveis no sistema de gestão de reservas Athos Hotel e nas plataformas de *extranet* de operadoras de viagens e turismo e canais de distribuição de reservas de hotéis. Além disso, foram encomendados gráficos de tendências de preços das diárias em Teresópolis entre 2019 e 2020, para empresa de consultoria em precificação e distribuição de disponibilidade de unidades habitacionais entre os canais de venda on-line. É importante frisar que não se pôde obter dados desde 2014, em alguns casos, por falta de atendimento de determinadas empresas na região durante todo o período observado ou por limitações dos sistemas de informação disponíveis. Eventuais análises comparativas com outros municípios serranos do Estado do Rio de Janeiro foram feitas para auxiliar no entendimento do comportamento da demanda em Teresópolis.

Neste momento de incerteza sobre os impactos econômicos decorrentes da pandemia e das mudanças sociais que foram aceleradas

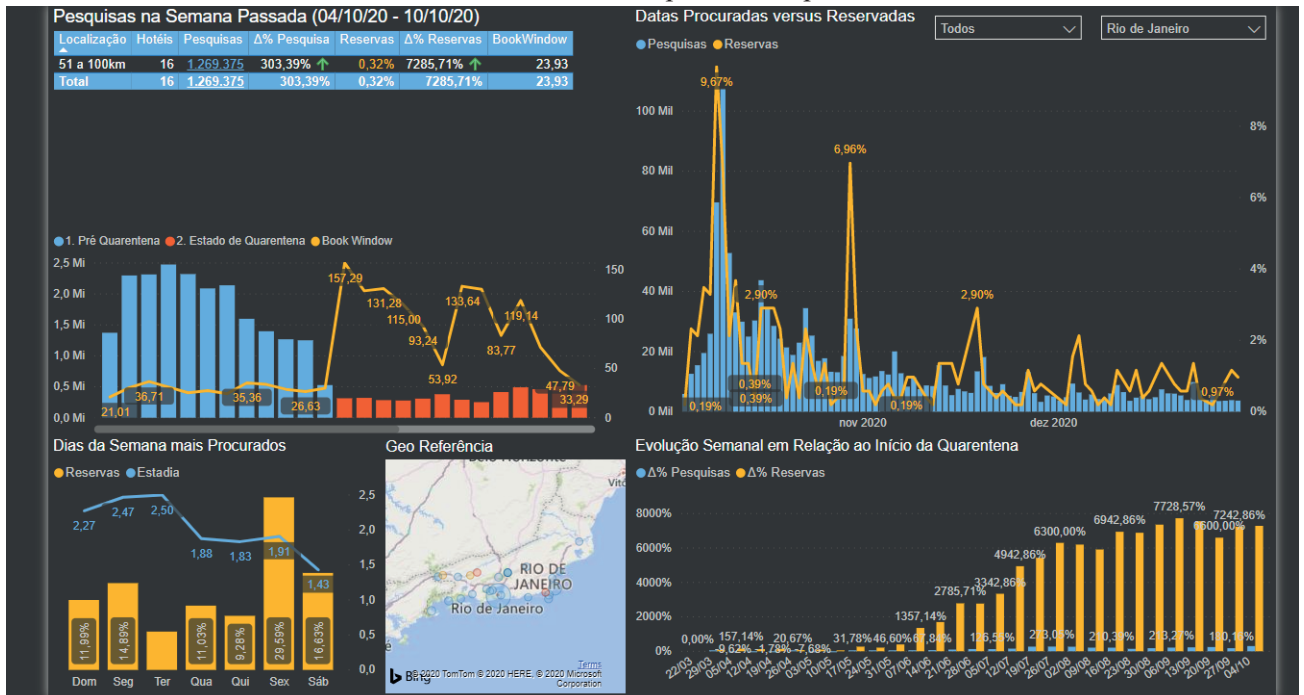
pela necessidade de isolamento social, a gestão de qualquer empresa precisa visualizar, interpretar e agir em seus respectivos mercados com o propósito de obter subsídios consistentes que embasem suas decisões de alocação e financiamento de recursos. Reunir dados sobre o turismo neste momento contribui para o empresariado e o governo local no enfrentamento dos assuntos econômicos e sociais relativos ao contexto atual.

COMPORTAMENTO DA DEMANDA PARA TERESÓPOLIS E OUTROS DESTINOS SIMILARES

Com portas fechadas de 22 de março a 08 de junho, os meios de hospedagem do município completaram 2 meses e meio inoperantes. No entanto, a reabertura foi autorizada apenas para atender ao turismo de negócios e com limite de ocupação de 50%. Passado cerca de 1 mês, foi autorizado o turismo de lazer, porém, com ocupação restrita a 70% da capacidade de hóspedes. Diante disso, poucos empresários e gestores se sentiram seguros para reabrir as portas, considerando a incerteza de viabilidade econômica da ocasião.

Pensando nisso, a OMNIBEES, uma empresa global que oferece a mais completa solução de distribuição e inteligência para indústria de turismo (Site omnibe.es.com), com mais de 5.000 hotéis cadastrados e 750 parceiros, disponibilizou gratuitamente para seus parceiros, uma ferramenta de análise de mercado com o objetivo de munir os empreendedores de informações para as tomadas de decisão. O desempenho representado no gráfico 1, a seguir, fornecido pela empresa em questão, acompanha considerações sobre a região de Teresópolis de março a outubro de 2020.

Gráfico 1 : Demanda para Teresópolis



Fonte: OMNIBEES em 15/10/2020

Seus analistas contribuem com declarações bastante otimistas. Segundo Thaís Lima (2020), agente de Costumer Services da empresa: “Ótima recuperação do cenário da pandemia, com uma redução de “Booking Window”, ou “janela de reservas”, que se+ data caracteriza pelo espaço de tempo entre a data da reserva e a data de check in, alcançando 24 dias. Região com avanços de buscas e emissões de reservas, sem nenhuma regressão desde o dia 22/03/2020. Alto nível de busca, com picos nas datas de 16/10/2020 (43 mil buscas), 23/10/2020 (34 mil buscas), 30 e 31/10 (30 mil pesquisas por dia com o maior índice de conversão do mês de outubro) e 06/11 (06 mil pesquisas)”, Conforme o site Omnibees [on-line], “A utilização de ferramentas de BI na hotelaria pode potencializar os resultados de empresas do setor. Business Intelligence, ou BI, é o nome dado aos processos de coleta e análise de dados relevantes para o negócio que serão

compartilhados com colaboradores e gestão para o aprimoramento da operação. Com informações melhores e ferramentas capazes de revelar os fatos por trás dos dados, é possível tomar decisões mais acertadas e direcionar o negócio com muito mais eficácia”.

Sobre o público corporativo, os índices escancaram a queda brutal do número de reservas, se comparado ao ano anterior. Tanto para a cidade de Teresópolis quanto para a de Petrópolis, que vinha numa média crescente ligeiramente superior, houve uma queda de mais de 60% até o momento, ou seja, a apenas 2 meses e meio do fim do ano. A pesquisa foi compilada em 15/10/2020 e utilizou a base de dados de janeiro a dezembro entre 2016 e 2020. Esses dados foram disponibilizados pela B2B RESERVAS, empresa de tecnologia que desenvolve soluções integradas de distribuição, reservas e pagamentos para o segmento de viagens corporativas que conecta hotéis às maiores agências de viagens.

Quadro 1: Desempenho de reservas corporativas B2B 2016-2020

Teresópolis					
ANO	2016	2017	2018	2019	2020
RESERVAS	244	381	660	758	270
Diferença anual		35,96%	42,27%	12,93%	-64,38%
Média 2016-2019	91,16%				
Crescimento Médio	30,39%				

Fonte: B2B. Elaboração própria

Quadro 2: Desempenho de reservas corporativas B2B 2016 – 2020

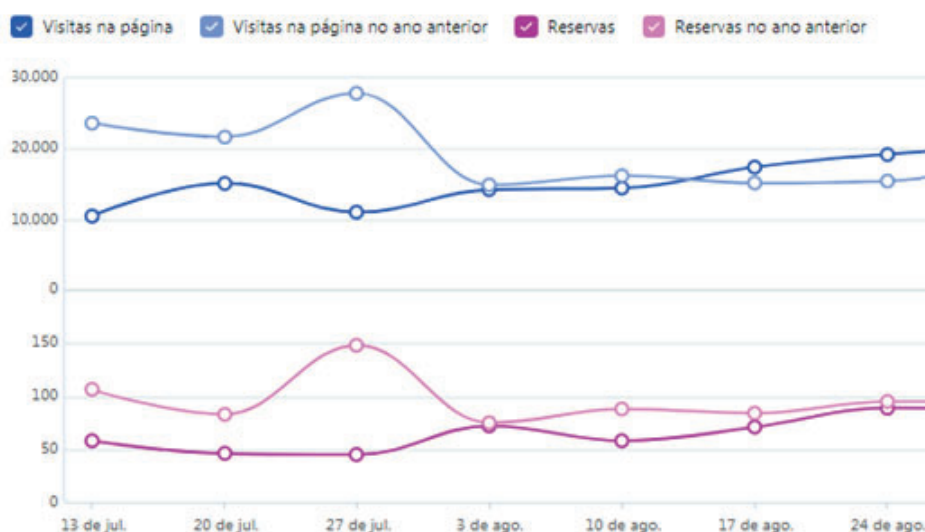
Petrópolis					
ANO	2016	2017	2018	2019	2020
RESERVAS	333	660	989	1542	559
Diferença anual		49,55%	33,27%	35,86%	-63,75%
Média 2016-2019	118,68%				
Crescimento Médio	39,56%				

Fonte: B2B. Elaboração própria

Outra fonte de pesquisa foi o portal expedia, empresa de viagens e tecnologia que atua com reservas online. Observa-se no gráfico que a demanda potencial (quantidade de buscas na página pelo destino Teresópolis)

começa a apresentar grande crescimento no final do mês de agosto, em comparação ao mesmo período de 2019. Entretanto, a quantidade de reservas efetivadas não a acompanha. Pelo contrário, diminui em grande proporção.

Gráfico 2: Comparativo de visitas no site e efetivação de reservas entre 2019 e 2020



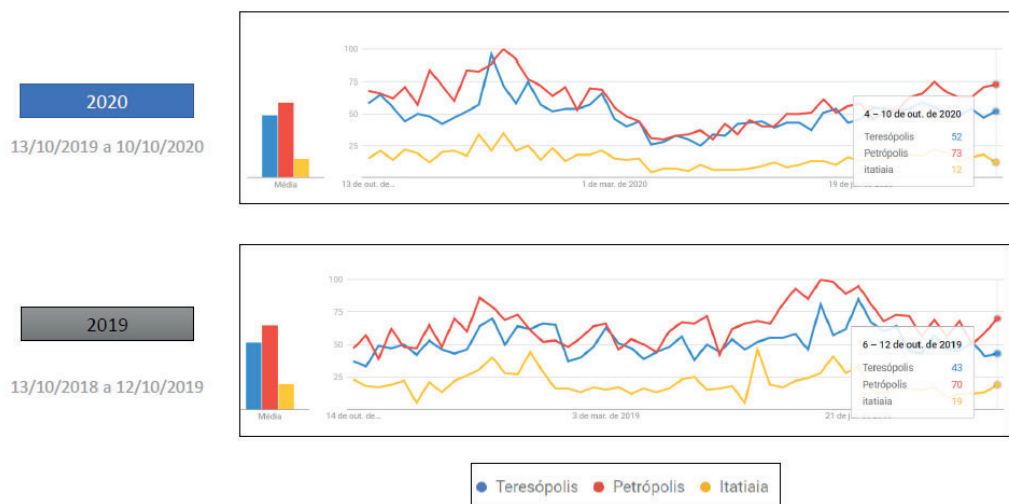
Fonte: (EXTRANE EXPEDIA, 09/10/2020)

Observa-se uma contramão entre a procura e a efetivação de reservas, caracterizando a existência de uma crescente demanda reprimida que, não necessariamente se forma em razão de falta de dinheiro, oferta reduzida ou alguma ação do governo. Nesse caso, ela se “manifesta” por questões óbvias de necessidade de isolamento social. No entanto é necessário o questionamento sobre a existência de outros motivos que possam diminuir a velocidade e o número de conversões de visualizações em reservas. Esse público que

está pesquisando Teresópolis pode realmente não estar viajando ou pode estar optando por outros destinos na efetivação da reserva.

No sentido de auxiliar na elucidação da realidade do mercado, a empresa carioca HOT Hotel on Top Consultoria, que auxilia hotéis a enfrentar os principais obstáculos de visibilidade, grande volume de vendas em um só segmento, alto custo de distribuição e precificação, forneceu a este estudo, gráficos de tendências de demanda e preço da concorrência direta, como se vê a seguir:

Gráficos 3 e 4: Demanda para Teresópolis, Petrópolis e Itatiaia entre 2019 e 2020

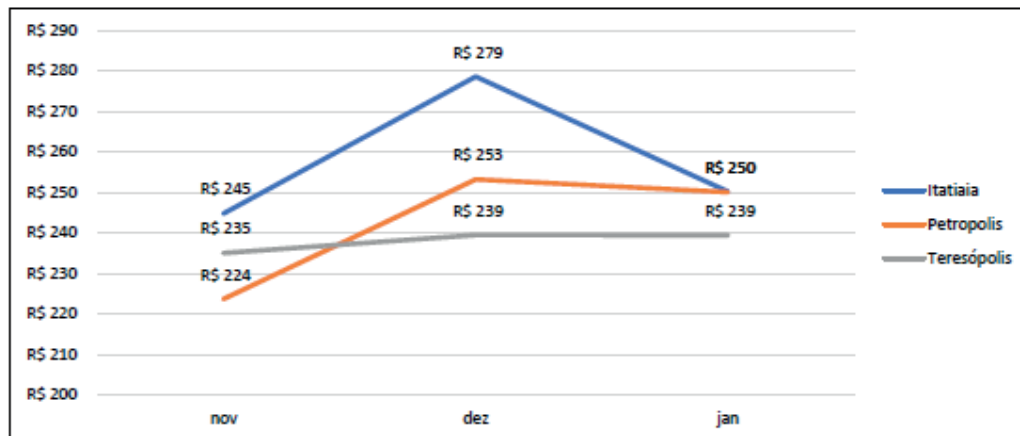


Fonte: HOT HOTEL ON TOP CONSULTORIA, 13/10/2020

Se constata na imagem acima um alto nível de interesse e intenção de compra para o destino Teresópolis em 2020, quase se equiparando com Petrópolis. A tendência de alta de procura no mês de outubro permanece em 2020, exceto para Itatiaia que apresenta declínio, muito provavelmente pelo aumento da média de tarifas praticadas, conforme o gráfico abaixo. Para os próximos 3 meses,

dentre as “cidades de serra” mais famosas do estado do Rio de Janeiro, Itatiaia atua com preços mais agressivos, seguidos de Petrópolis e Teresópolis. Os números consideram o mínimo de 1 noite e foram extraídos em 15/10/2020 do site da Hoteis.com, um provedor líder no mercado global de acomodações em hotéis, oferecendo serviços de reservas através de sua própria rede de sites. É parte das agências do EXPEDIA GROUP.

Gráfico 5: Tendências de preços de hospedagem em Teresópolis, Petrópolis e Itatiaia em 2020



Fonte: HOT HOTEL ON TOP CONSULTORIA, 13/10/2020

ALGUNS INVESTIMENTOS EM HOTELARIA NA CIDADE

A compilação dos dados disponibilizados pela Secretaria Municipal de Turismo mostra que, atualmente, a rede hoteleira conta com 57 empreendimentos, 1.780 unidades habitacionais, podendo hospedar em torno de 4.390 pessoas. Fazendo uma retrospectiva, esses números demonstram um significativo crescimento da oferta nos últimos 7 anos, que teve como marcos principais a inauguração de dois novos hotéis urbanos na cidade, ambos em locais estratégicos, cada um focado em um tipo de público e que, em alguns momentos, têm suas demandas convergentes. O Athos hotel inicia as atividades em novembro de 2013, com 45 unidades e capacidade para 110 pessoas. Três anos mais tarde ampliou sua oferta para 54 apartamentos, estando preparado para atender 130 pessoas em condições normais, ou seja, fora das restrições impostas pela pandemia. Identificando a oportunidade de atender ao nicho de turismo de negócios, a rede Intercity de hotéis inaugura, em 2014, uma unidade que oferece 106 apartamentos e capacidade para 200 pessoas aproximadamente. O último grande acontecimento foi a compra do Hotel Alpina pela rede Sesc - Serviço Social do Comércio, em 2018. Hotéis urbanos já

tradicionais na cidade como o Vila Nova e Bel Air permanecem em funcionamento.

Passando para o cenário atual, percebendo a rápida resposta do público logo no início da reabertura em junho de 2020, o empresário teresopolitano Rogério Presciliano, desengavetou um projeto de ampliação de seus meios de hospedagem. Proprietário de um hotel urbano e administrador de uma pousada, ambos nos arredores dos mais procurados atrativos turísticos de Teresópolis, não se intimida com especulações negativas. Empreendedor por natureza e com um projeto paralisado desde março deste ano, em 4 meses de trabalho pós lockdown, ele tem confiança de que o comportamento do mercado não mais sofrerá grandes transformações e pretende construir mais 2 pavimentos com unidades diferenciadas e versáteis, com amplas varandas para apreciar a paisagem imponente do Parque Nacional da Serra dos Órgãos. Quanto à pousada, sob sua administração desde janeiro, as obras de recuperação e aproveitamento de espaços continuam. Há 10 novas unidades prontas, 1 em finalização e mais 3 projetadas, todas aproveitando espaços de uso comum subutilizados como salas de jogos, refeitórios e salas de estar.

Entretanto, a julgar pelo relato do empresário, a decisão de investir em hotelaria foi o maior desafio enfrentado por ele, e os

recursos proporcionados pelos eventos do primeiro serviço de buffet da cidade, financiaram a construção de seu hotel urbano. “Foram 9 anos de austeridades e muita obstinação”, diz ele. Relatou ainda que a possibilidade de construção do hotel foi aventada quando percebeu a carência de meios de hospedagem na cidade, quando precisava dar indicação aos seus clientes dos eventos realizados na Casa de Festas.

O CASO ATHOS HOTEL

Desde 2014, a economia como um todo experimentou altos e baixos, seja pelo aquecimento gerado pela Copa do mundo, seja pela baixa provocada pela crise do Petróleo,

ocasionando também momentos de incertezas políticas. Dando sinais de melhoria, a passagem de 2018 para 2019 possibilitou um aumento de diária média de 3,66%; Os 2 primeiros meses de 2020 somados apresentaram saldo de 7,46% a mais que os mesmos meses de 2019, considerando, é claro, o carnaval no final de fevereiro. Apesar das grandes oscilações entre 2016 e 2018, obteve-se um saldo médio positivo de 2,6% ao longo dos 6 anos observados. Se projetarmos as reservas já efetuadas para o próximo ano, o aumento da diária média de 2020 para 2021 seria de 23,64% o que elevaria a média de todos os anos para 5,14% de crescimento, conforme quadro abaixo:

Quadro 3: Diferença percentual de Diária Média/ano a ano 2014 - 2021

PERÍODO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Diferença percentual	7,62%	9,10%	-4,15%	-11,32%	3,66%	7,46%	23,64%
Aumento diária média anual de 2014 a 2020						2,60%	
Projeção de aumento diária média anual de 2014 a 2021							5,14%

Fonte: Athos Hotel. Elaboração própria

O crescimento médio de receita bruta de diárias de 2018 para 2019 foi de 20%. Na avaliação de 2019 para 2020, experimentou-se um aumento médio de 20,55% em janeiro e fevereiro - antes do lockdown. O carnaval no fim de fevereiro proporcionou um “fôlego” ao

empresariado do setor que começava a imaginar, à época, as consequências do então possível isolamento social. Considerando todos os meses trabalhados e metade do mês de março, o comparativo reflete uma queda de 21,82% nas receitas entre 2019 e 2020.

Quadro 4: Diferença percentual de Receita - Athos Hotel 2018 - 2019 - 2020

MÊS/ANO	2018-2019	2019-2020
Janeiro	10,68%	8,20%
Fevereiro	-27,30%	32,90%
Março	94%	-99,97%
Abril	23,60%	0
Maio	20,50%	0
Junho	8,57%	0

Julho	31,70%	-54,90%
Agosto	25,20%	-27,50%
Setembro	-6,35%	-0,60%

Fonte: Athos Hotel. Elaboração: própria

Outro dado positivo é a média de taxa de ocupação que está se desenhando em 2020, considerando 2 meses e meio de inatividade e

o não fechamento dos meses de outubro, novembro e dezembro deste ano.

Quadro 5: Taxa de ocupação hoteleira Athos Hotel comparado com Teresópolis 2014-2020

ANO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% Janeiro	0	0	0	0	8,67	44,01	43,80	33,94	47,15	49,38	63,52
% Fevereiro	0	0	0	0	30,56	37,06	38,62	36,31	42,71	32,92	34,92
% Março	0	0	0	0	48,46	23,23	30,47	17,34	43,32	47,10	16,3
% Abril	0	0	0	0	31,93	34,00	43,70	34,03	40,48	49,09	0
% Maio	0	0	0	0	40,22	33,05	29,68	26,34	42,40	49,97	0
% Junho	0	0	0	0	68,59	47,26	25,41	44,31	49,18	53,82	25,03
% Julho	0	0	0	0	43,01	44,80	36,99	50,74	44,50	66,74	35,13
% Agosto	0	0	0	0	34,98	27,60	28,24	30,91	36,14	48,91	36,83
% Setembro	0	0	0	0	31,33	31,41	27,33	38,12	47,04	42,97	39,33
% Outubro	0	0	0	0	38,14	38,42	26,88	46,91	33,02	42,40	23,05
% Novembro	0	0	0	0	29,56	30,74	22,00	41,88	39,94	57,03	2,79
% Dezembro	0	0	0	0	30,75	36,85	25,26	45,56	55,66	63,99	17,65
Somatório	0	0	0	0	436,20	428,43	378,38	446,39	521,54	604,32	294,55
Média Percentual Athos Hotel (%)					36,35	35,70	31,53	37,20	43,46	50,36	24,545833
Média Percentual Teresópolis (%)	80,30	42,21	53,83	36,09	0,59	0,65	0,60	0,47	0,53	0,53	0,63

Fontes: Athos Hotel e Secretaria Municipal de Turismo. Elaboração própria

Todavia, se comparadas as Taxas médias de ocupação Athos x Teresópolis, a discrepância notada se deve ao desempenho fora da curva, do Le Canton, conhecido como o Resort mais completo da America Latina, o que eleva o resultado final da cidade a altos patamares.

Outro apontamento relevante é a discrepância entre os níveis de ocupação entre 2010 e 2011, devido ao desastre natural desse ano.

Um dos maiores desafios dos meios de hospedagem é a fidelização de clientes e a

migração do canal de vendas on-line para reservas diretas. Em razão das altas comissões às agências e operadoras que variam entre 10%, 16%, 20% e 25%, dependendo do canal da reserva, esses índices colaboram consideravelmente para o aumento da margem de lucro. Nesse quesito, as reservas diretas do Athos apresentaram médias anuais de 70,34% em 2018, 68,54% em 2019 e 71% em 2020 até 30/09/2020.

A ATRATIVIDADE DO DESTINO TERESÓPOLIS

Em um estudo feito pela Urban Systems em outubro de 2019, Teresópolis está no ranking entre as 100 melhores cidades no país para se fazer negócios, ocupando a 91ª posição pela ampliação da rede de fibra óptica e de conexões de ultra banda larga, dando destaque ao município no indicador “Tecnologia e Inovação”. O estudo analisa o potencial de desenvolvimento econômico das cidades, considerando aquelas com as melhores oportunidades para se investir. (CONNECTED SMART CITIES, 2019, página 56).

Outro importante quesito de atratividade de um município, seja para atrair investimentos, seja para proporcionar oportunidades a novos moradores em potencial é a média salarial praticada. Segundo dados levantados pela 58ª Pesquisa Salarial da Catho, em 2019, a média salarial do brasileiro é de R\$ 2.340, ou seja, 2,3 salários mínimos. Em relação às cidades serranas vizinhas, Teresópolis está com média de 2,2 salários mínimos, Petrópolis se destaca com 2,3 e Nova Friburgo com 1,9, de acordo com o censo do IBGE de 2018. Já no Ranking Estadual, aparece na 28ª posição com mais 6 municípios. (IBGE, 2020).

A despeito da forte redução da atividade econômica observada no final de março e ao longo de abril, vários indicadores apontam no sentido de que a atividade econômica no Brasil voltou a crescer a partir de maio, é o que aponta o site do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Um fator importante para essa recuperação é a distribuição do auxílio emergencial. Levando em consideração a permanência da flexibilização do isolamento social, o órgão especula a recuperação gradual do PIB já no quarto trimestre de 2020. Para 2021, o crescimento projetado é de 3,6%. (IPEA, 2020).

Na esfera municipal, a Prefeitura de Teresópolis arquitetou o Programa “Pra Cima Terê” de Recuperação Econômica e Geração de Emprego e Renda, que apresenta várias estratégias para estimular o empreendedorismo e os investimentos públicos e privados, incentivar a geração de emprego e renda,

alavancar o consumo interno e a produção local e promover o destino Teresópolis. Está dividido em 4 eixos estratégicos: “EMPREGA TERÊ”; “COMPRA EM TERÊ”; “VEM PRA TERÊ” e “INVISTA EM TERÊ”. (PREFEITURA DE TERESÓPOLIS, 2019).

O “INVISTA EM TERÊ” engloba o lançamento do Guia do Investidor, do novo Portal do Espaço do Empreendedor; a implementação do Plano Diretor de Desenvolvimento Sustentável de Teresópolis e ações de desburocratização de rotinas administrativas. (PREFEITURA DE TERESÓPOLIS, 2019).

Já a campanha “VEM PRA TERÊ”, criada a pedido do TCVB - Teresópolis Convention & Visitors Bureau - Pessoa Jurídica de direito privado na forma de associação, cujo foco principal permeia a captação de eventos e a promoção do destino Teresópolis é um projeto de branding para a marca lançada no final de 2019, para representar a cidade.

O Diretor de Marketing do TCVB e Gerente de Novos Negócios da UM Agência - empresa especializada em marketing e comunicação estratégica, responsável pela campanha - revela em entrevista fornecida por telefone a autora que “o objetivo é mostrar que Teresópolis é muito mais do que a capital do montanhismo, mas que é também uma terra de luz, de apaixonados pela paz e que está conecta a natureza, com seu povo local e turistas. Nosso objetivo ao criar a marca foi representar outras vertentes da cidade, como a cultura, a gastronomia e a diversificação dos atrativos e pontos de interesse. Para isso, usamos como inspiração partes da arquitetura em diversos pontos do município. Em comum, todos trazem o estilo neocolonial do Brasil, remetendo à busca de uma arte genuinamente nacional. Além do estilo inspirado na arquitetura, desenvolvemos uma paleta de cores que representou as

belezas naturais e o clima variado da cidade, onde cada cor do símbolo remete a uma estação do ano. O resultado foi uma marca criada para muito mais que uma campanha,

muito mais do que a divulgação da cidade, mas sim, para que seja uma marca adotada por todos e que possa gerar o sentimento de pertencimento e união”, explica Fábio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As características da cidade de Teresópolis, apreciadas por diversos tipos de público a tornam um dos mais desejados destinos do Estado do Rio de Janeiro. Essa atratividade, se bem divulgada através de estratégias de marketing adequadas, consolidam a imagem de uma localidade, tanto para turistas quanto para moradores, fortalecendo cada vez mais a identidade do povo, a cultura local e o sentimento de orgulho e pertencimento dos moradores.

Este trabalho, naturalmente, não teve a pretensão de esgotar o tema. Ele apenas comentou de forma concisa - com as limitações das fontes de pesquisa disponíveis, o cenário da oferta e demanda do mercado hoteleiro de Teresópolis, no momento atual, considerando algumas iniciativas empreendedoras nesse setor nos últimos anos.

O potencial de crescimento da atividade turística demonstrado pela atual demanda reprimida, bem como os índices de receita, taxa de ocupação e diária média do caso apresentado, incitam no empresariado um grau de segurança para novos investimentos de ampliação e melhorias a curto e médio prazos no setor hoteleiro em Teresópolis.

REFERÊNCIAS

B2B: Apresentação da empresa - disponível em:

<https://www.b2breservas.com.br/#:~:text=PO NTOS%20DE%20VENDA-,Sobre%20N%C3%B3s,%C3%A0s%20maiores%20ag%C3%A0ncias%20de%20viagens.> Acesso em 13/10/2020

EXPEDIA: Gáfcio Analítico – disponível em: <https://apps.expediapartnercentral.com/lodging/marketinsights/index.html?htid=21040066>. Acesso em 09/10/2020

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA: Comparativo de Indicadores de salário entre municípios - disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/teresopolis/pesquisa/19/29761?localidade1=330390&localidade2=330340&indicador=29765&tipo=grafico>. Acesso em 11/10/2020

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA: Ranking de salários no Rio de Janeiro - disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/teresopolis/pesquisa/19/29761?localidade1=330390&localidade2=330340&indicador=29765&tipo=ranking&ano=2018>. Acesso em 11/10/2020

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA: “Atlas da violência dos municípios brasileiros”. disponível em:

https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34944&catid=9&Itemid=8. Acesso em 11/10/2020

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA: Projeções - disponível em:

<https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/previsoes-macroeconomicas/#:~:text=As%20proje%C3%A7%C3%B5es%20da%20Dimac%2FIpea,deve%20crescer%203%2C8%25>. Acesso em 11/10/2020

OMNIBEES: BI na hotelaria: a importância da análise de dados para o seu hotel - disponível em:

<https://omnibe.es.com/blog/2018/06/bi-na-hotelaria-a-importancia-da-analise-de-dados-para-o-seu-hotel/>. Acesso em 14/10/2020

PREFEITURA DE TERESÓPOLIS: Programa “Pra Cima Terê” - disponível em:

<https://teresopolis.rj.gov.br/prefeitura-apresenta-programa-de-recuperacao-economica-e-geracao-de-emprego/>. Acesso em 08/10/2020

PREFEITURA DE TERESÓPOLIS: Programa “Vem Pra Terê” - disponível em: <https://teresopolis.rj.gov.br/prefeitura->

apresenta-programa-de-recuperacao-economica-e-geracao-de-emprego/. Acesso em 08/10/2020

UGT – UNIÃO GERAL DOS TRABALHADORES: Parceria entre Mercado Imobiliário e Turismo - disponível em: <http://www.ugt.org.br/index.php/post/12380-Parceria-inedita-une-Mercado-Imobiliario-e-Turismo>. Acesso em 11/10/2020

URBAN SYSTEMS: Melhores cidades para fazer negócio - disponível em: <https://www.urbansystems.com.br/melhores-cidades-paranegocios> Acesso em 12/10/2020

SOBRE A AUTORA

Helena Sobreira Felipe é Bacharel em Administração, Tecnóloga em Gestão de Turismo e Hotelaria com extensão em Gerenciamento de Projetos. É Gerente Geral do Athos Hotel e Nova Pousada Chamonix. Coordenou a Secretaria Municipal de Turismo/Teresópolis e foi Organizadora de Eventos no Parque Nacional da Serra dos Órgãos. Paralelamente é administradora em empresa de consultoria em Projetos Sustentáveis em cujo portfólio estão SEBRAE, SENAR, ABIO e SEAPEC/RJ.

Helena Sobreira é Bacharel em Administração, Tecnóloga em Gestão de Turismo e Hotelaria com extensão em Gerenciamento de Projetos. É Gerente Geral do Athos Hotel e Nova Pousada Chamonix. Coordenou a Secretaria Municipal de Turismo/Teresópolis e foi Organizadora de Eventos no Parque Nacional da Serra dos Órgãos. Paralelamente é Administradora em empresa de consultoria em Projetos Sustentáveis em cujo portfólio estão SEBRAE, SENAR, ABIO e SEAPEC/RJ.

FELIPPE, Helena Sobreira, é Administradora (UNIFESO) e Gerente Geral do Athos Hotel e Nova Pousada Charmonix.