

## CONTEXTO

Dentro da cadeia turística brasileira, os meios de hospedagem têm um papel bastante importante para a experiência do hóspede, seja para o turista ou o viajante a negócios. No Brasil, a performance dos hotéis em relação a taxa de ocupação foi de 58,9% em 2018, tendo um crescimento de 4,1% em relação ao ano anterior. Um outro dado interessante é que 75% da demanda por hospedagem em 2018 foi do segmento de negócios (Fonte: **Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil**, 2019).

O setor de hotéis e pousadas tem como uma das características a geração de faturamento independentemente do tipo de turismo praticado. Segundo o Ministério do Turismo (MTUR), os turismos são divididos em mais de 20 segmentos. Os principais no Rio Grande do Norte são: sol e praia, com foco nas belezas naturais, recreação, entretenimento, descanso e verão; de negócios e eventos, com interesses profissionais, associativos, institucionais, técnicos e científicos; ecoturismo, voltado para atividades ambientais, naturais e sustentáveis; e religioso, relacionado com a prática religiosa e a busca por pontos de peregrinação.

Em relação aos números, o Rio Grande do Norte atraiu mais 2,6 milhões de turistas em 2018 (Fonte: SETUR/RN, 2019), sendo 28.672 estrangeiros (Fonte: **Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil**, 2019).

Confira, neste Boletim, um retrato atual do mercado de hotéis e pousadas, assim como os seus principais desafios e dicas importantes para se tornar mais competitivo.

**25  
mil**

meios de  
hospedagem estão  
cadastrados no  
Brasil

**18  
mil**

deles são  
hotéis e  
pousadas

**70%**

desses  
empreendimentos  
são de pequeno  
porte

Fonte: ABIH



**2.639.224**

turistas visitaram o RN em 2018

Fonte: SETUR/RN

RN tem a capacidade de receber  
**6,2 milhões**  
de turistas por ano

Fonte: RN SUSTENTÁVEL

RN conta com

**52.550**

leitos de hotéis e pousadas

**29.354**

deles estão em Natal

**23.196**

estão nos demais  
municípios

Fonte: SETUR/RN

# PANORAMA RIO GRANDE DO NORTE

Analisando os números relacionados com os pequenos negócios de hotéis e apart-hotéis no Rio Grande do Norte, nota-se o crescimento de empreendimentos abertos nos últimos 5 (cinco) anos. De 2015 até novembro de 2019, observa-se um aumento de 27,72% na quantidade destes pequenos negócios. Observando especificamente o crescimento de 2018 para 2019, tem-se um crescimento de 5,05%.

## EMPREENDIMENTOS NO RIO GRANDE DO NORTE

CNAE	2015	2016	2017	2018	2019
5510801-Hotéis	598	646	684	729	768
5510802-Apart-hotéis	37	40	42	43	43
<b>TOTAL</b>	<b>635</b>	<b>686</b>	<b>726</b>	<b>772</b>	<b>811</b>

Fonte: Plataforma Prospecta, 2019

Outros dados importantes são apresentados pela **Fecomércio/RN** sobre o perfil do turista no Rio Grande do Norte na alta estação 2018. Alguns insights:

## FAIXA ETÁRIA



**34,4%**  
18 a 34 anos

**30,9%**  
35 a 44 anos

**30,2%**  
45 a 65 anos

## RENDA

**37,2%**  
R\$3.000,01  
a R\$6.000,00

**26,6%**  
até R\$3.000,00

**20,6%**  
R\$6.000,01  
a R\$9.000,00



## NACIONALIDADE



**71,2%**  
brasileiros

**28,8%**  
estrangeiros

## PRINCIPAIS DESAFIOS



### MALHA AÉREA CARA E PEQUENA

O destino turístico do Rio Grande do Norte conta com poucos voos e sempre mais caros, principalmente quando comparados a destinos próximos como Paraíba, Ceará e Pernambuco. Para se ter uma ideia destes valores: usando como base a pesquisa no mês de novembro para embarque em 30 (trinta) dias, voo de ida e volta saindo de São Paulo para Natal a média foi de R\$1.147,00, enquanto para João Pessoa foi de R\$850,00, Recife R\$810,80 e Fortaleza R\$669,80 (Fonte: **Fecomercio/RN**, 2019). Isso gera a redução do número de turistas e, conseqüentemente, o número de ocupantes dos hotéis e pousadas.



### SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Uma pesquisa global recente concluiu que 67% das reservas online feitas em mais de 1.500 hotéis tinham vazamento de informações pessoais dos hóspedes para sites de terceiros (Fonte: **Symantec**, 2019). Para ter uma dimensão da exposição a ciberataques, de acordo com o **Relatório de Segurança Digital no Brasil**, nos primeiros 9 meses de 2018 foram 164,5 milhões de detecção de links maliciosos no Brasil. Ou seja, em média, 5 links maliciosos detectados a cada segundo. Como os hotéis e pousadas armazenam muitas informações pessoais dos seus hóspedes, precisam investir em formas para proteger esses dados.



### ECONOMIA COMPARTILHADA

Nos últimos anos, o fenômeno da economia compartilhada (sharing economy) tem se expandido e ganhado maior robustez. A oferta de hospitalidade alternativa através de plataformas pode parecer, em um primeiro momento, ser uma concorrência para os hotéis e pousadas. Porém, é fundamental compreender que a economia compartilhada é um movimento que vai se intensificar ainda muito mais. Por isso, é necessário que os hotéis e pousadas foquem nos diferenciais que podem oferecer para seus hóspedes, principalmente em relação à experiência como um todo, conquistando e fidelizando o seu público.

# TENDÊNCIAS PARA SEU NEGÓCIO



## MINIMALISMO NA DECORAÇÃO

Para concorrer com as grandes redes hoteleiras, uma estratégia interessante para os pequenos hotéis e pousadas é investir em uma decoração minimalista e natural. Plantas e arranjos florais, papeis de parede com tons naturais e simples são exemplos de algumas ações interessantes.



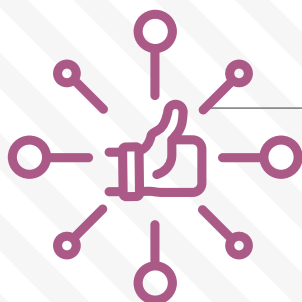
## GASTRONOMIA INTEGRADA

Para aqueles estabelecimentos que contam com um restaurante em sua estrutura, a dica é que haja um alinhamento com a gastronomia regional. Investir na experiência completa do hóspede é um diferencial para o seu encantamento.



## ECONOMIA PRATEADA

Com a maior longevidade dos brasileiros, esse público maduro busca formas de lazer com conforto e segurança. Além disso, pela flexibilidade de rotina, muitos deles podem realizar viagens durante a temporada baixa, assim como fora dos finais de semana, aumentando a média de ocupação mensal. Realizar adequações nos hotéis e pousadas, além de criar estratégias e ações diferenciadas para atrair esse público pode gerar bons negócios para os empreendimentos.



## TECNOLOGIAS E CONECTIVIDADE

Hotéis e pousadas estão incorporando, cada vez mais, novas tecnologias em seus negócios. Assistentes digitais no quarto, aplicativos móveis específicos para a propriedade e serviços de concierge chatbots são exemplos de inovações que estão presentes no mercado e melhorando as experiências dos hóspedes.



## FIQUE ATENTO

### CLASSIFICAÇÃO

Há o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. No caso de Pousadas essa classificação se dá para empreendimentos de característica horizontal com, no máximo, 30 unidades habitacionais (totalizando até 90 leitos), com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até 3 (três) pavimentos ou contar com chalés e bangalôs (Fonte: **Ministério do Turismo**).

### LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

A Lei 13.709, conhecida como **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**, entrará em vigor em agosto de 2020. Seu objetivo é regulamentar o tratamento de dados pessoais de clientes e usuários por parte de empresas públicas e privadas. Assim, qualquer empresa que incluir em sua base alguma informação sobre seu cliente como, por exemplo, nome e e-mail, deverá seguir os procedimentos previstos na nova lei. Quem não cumprir estará sujeito a multas. Por isso, é importante os hotéis e pousadas começarem a adequar os seus processos internos em relação aos dados sensíveis de seus hóspedes.



## VARIE OS CANAIS DE VENDAS

Busque parcerias com as agências de viagens (que representam um bom percentual de vendas), faça vendas diretas, mas também esteja presente em sites de buscas e aplicativos do setor. Cada vez mais os hóspedes têm buscado a internet para contratar, pesquisar sobre preços e verificar disponibilidade de quartos. Esse tipo de ferramenta tem resultados positivos consolidados.



## INVISTA NO QUADRO COLABORATIVO

Os turistas estão cada vez mais exigentes e buscando novas experiências. Assim, é fundamental ter um atendimento e uma prestação de serviço com alto padrão de qualidade e o quadro colaborativo é essencial para essa experiência. Uma equipe qualificada está apta a lidar com situações adversas, trabalha melhor, traz mais resultados, aumenta a produtividade e garante mais sucesso ao negócio.



## ATENTE AOS FEEDBACKS

É importante ouvir tanto os funcionários, quanto os hóspedes. Ter estratégias para receber o feedback e trabalhá-lo de forma estratégica pode ajudar a alinhar objetivos e processos da empresa, bem como a melhorar a qualidade dos serviços prestados.



## REDES SOCIAIS

Estar presente, ativo e sempre atualizar as redes sociais é fundamental para engajar a audiência e, com isso, ter um número maior de hóspedes. Porém, cuidado para não compartilhar apenas tarifas e promoções. O público quer conteúdo inédito e de qualidade com temas aderentes ao negócio. Ou seja, na dúvida, a sugestão é seguir a regra 80/20: 80% das postagens sobre conteúdos do interesse do seu público e 20% com publicidade sobre seu hotel ou pousada. Exemplos de conteúdos que podem interessar e gerar engajamento: dicas de como arrumar malas de maneira rápida e eficiente; informações turísticas sobre passeios na região; curiosidades sobre um determinado prato típico, dentre outros. Não esquecer de usar muitas fotos e vídeos curtos, incluindo do próprio estabelecimento e da infraestrutura, pois uma pesquisa da **TripAdvisor** (2017) revelou que a quantidade de fotos influencia tanto o engajamento quanto o número de reservas.

# MARKETING DIGITAL PARA HOTÉIS E POUSADAS

O Marketing Digital envolve atividades executadas no ambiente online para divulgar e comercializar produtos ou serviços, através da atração de novos negócios, criação de relacionamentos ou fortalecimento da marca. Ou seja, envolve ações no ambiente digital, mesmo que o foco da empresa não seja atuar, exclusivamente, neste contexto, como é o caso de hotéis e pousadas. Assim, definir estratégias sólidas de Marketing Digital é fundamental para o sucesso do setor.

## JORNADA DE COMPRA DOS VIAJANTES

Antes de definir as estratégias de Marketing Digital, é necessário conhecer o caminho que leva o hóspede a concluir uma reserva. No geral, ele passa por 4 (quatro) fases: Fase 1 – **Sonho:** muitos dos turistas começam por ter o desejo de viajar em determinada data, mas não definiu exatamente para onde. Fase 2 – **Plano:** ele já decidiu o seu destino e está pesquisando mais informações práticas. Fase 3 – **Reserva:** é a fase onde ocorre as reservas de fato, como voos e hospedagens. Fase 4 – **Compartilhamento:** há o compartilhamento das suas experiências “em tempo real” durante a viagem.



## ALGUMAS DICAS



**Presença digital:** redes sociais é fundamental, mas ter um site atualizado e responsivo também é necessário. Uma das formas interessantes para ter um site sempre atualizado é ter um blog com publicações semanais sobre temas atuais relacionados com turismo, a região, dentre outras informações.



**SEO:** Search Engine Optimization ou, de maneira mais simples, utilizar técnicas de otimização para o site e todo o conteúdo para melhorar o ranqueamento orgânico nos sites de busca é uma outra forma de ampliar o alcance do hotel e pousada. Para se ter uma ideia do poder destas ferramentas, em 2018, 31% das buscas por hospedagens começaram através dos motores de busca (**McKinsey**, 2018).





TEM  
**SEBRAE**  
PRA  
VOCÊ



**Capacitações:** Através de cursos e oficinas presenciais, traz aprendizado prático em temas e áreas específicas, capacitando o empresário para gerir de maneira mais eficiente o seu negócio, além de proporcionar o desenvolvimento de networking com os demais participantes.



**Cursos online:** Os cursos e soluções online do Sebrae se adaptam à rotina intensa do empresário, com flexibilidade e qualidade. São mais de 120 (cento e vinte) cursos, com diversas temáticas, como Planejamento, Finanças, Mercados, Vendas, Inovação, Leis, dentre outras.



**Consultorias:** Para o negócio que precisa de um atendimento diferenciado realizado por um especialista, temos a Gestão de Indicadores de Resultados, o Plano de Marketing e Análise de Georreferenciamento, além de outras consultorias para apoiar a tomada de decisão e trazer soluções específicas e adequadas.



**Inovação:** O Sebraetec oferece serviços customizados e especializados, focados na Inovação para a empresa, abrangendo 7 (sete) áreas: Design, Produtividade, Propriedade Intelectual, Qualidade (avaliação da conformidade: certificação), Inovação, Sustentabilidade e Serviços Digitais.



**HOTÉIS e  
POUSADAS**

BOLETIM INTELIGÊNCIA  
& TENDÊNCIAS DE MERCADO  
DEZEMBRO | 2019

**Superintendente:** José Ferreira de Melo Neto  
**Diretor Técnico:** João Hélio Costa da Cunha Cavalcanti Junior  
**Diretor de Operações:** Marcelo Saldanha Toscano  
**Gerente:** David Xavier de Souza Gois  
**Núcleo de Inteligência de Mercado:** Paulo Ricardo Bezerra

**Gestão de conteúdo e projeto gráfico:** ACARTA Comunicação

**Fale com o Sebrae:** 0800-570-0800  
mercados@rn.sebrae.com.br

**SEBRAE**