



## O LEGADO DA COPA DO MUNDO PARA O SETOR HOTELEIRO DO MUNICÍPIO DE PORTO ALEGRE/RS

Luiz Alonso de Oliveira Blanco<sup>1</sup>

Carlos Henrique Nery Cardona<sup>2</sup>

### RESUMO

Este artigo se propõe a analisar as projeções dos empreendimentos hoteleiros a partir do legado da Copa do Mundo FIFA 2014. Sabe-se que esse megaevento atua como um facilitador na movimentação econômica dos países-sedes, uma vez que há um grande número de investimentos necessários para sustentar o evento. Por meio deste estudo foi possível verificar que as melhorias em infraestrutura hoteleira, qualificação de pessoas, mais oportunidades para captação e potencialização de eventos, além do grande poder de mídia, gerando uma maior divulgação da imagem, contribuindo para a motivação de uma série de turistas a visitar o país e o município. E foi verificada pela pesquisa, a perspectiva dos empreendimentos a partir de agora, como atuarão, que nichos de mercado vão captar negócios e as tendências de mercado para toda a área hoteleira.

**Palavras-chave:** Hotelaria. Eventos. Mercado.

### ABSTRACT

This article aims to identify the projections of hotel projects on the legacy of the FIFA World Cup 2014. It is known that this mega event acts as a facilitator of the economic activity of the country-seats, since there are a large number of investments needed to support the event. Through this study we found that improvements in hotel infrastructure, qualified people, more opportunities to capture and enhancement of events, and the great power of media, generating greater awareness of the image, contributing to the motivation of a number of tourists to visit the country and the city. And it was verified by research; the prospect of projects from now, will act as that niche market will attract business and market trends for the whole hotel area.

**Keywords:** Hospitality. Events. Market.

---

<sup>1</sup> Professor do Curso de Tecnologia em Hotelaria da Faculdade Senac de Porto Alegre. Graduado em Administração de Empresas (PUCRS- 1989) e em Hotelaria pela UCS (1991), Pós graduado em Gestão Hoteleira (SENAC-2003). Mestre em Qualidade Ambiental pela Feevale. Contato: alonsoblanco@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor do Curso de Tecnologia em Hotelaria da Faculdade Senac de Porto Alegre e da Universidade de Caxias do Sul (UCS/RS); Graduado em Hotelaria pela UCS (1993), Especialização em Turismo, Gestão e Desenvolvimento Sustentavel no Turismo (UCS/2002) e Mestre em Turismo (UCS/2008).



## 1 INTRODUÇÃO

O tema a ser abordado nesse artigo é o legado hoteleiro herdado pela Copa do Mundo de Futebol FIFA<sup>3</sup> 2014 para a cidade de Porto Alegre e as projeções dos empreendimentos hoteleiros. O turismo é uma das atividades econômicas mais importantes no Brasil e no mundo, e vem se desenvolvendo cada vez mais na região de Porto Alegre. Da mesma maneira, o turismo de eventos tem se mostrado um segmento muito importante para o crescimento de municípios e regiões.

A Copa do Mundo FIFA é um megaevento que apresenta várias oportunidades para o país-sede e para as cidades-sedes. É um tema atual e presente devido à grandeza do assunto e a movimentação econômica que gera. Os meios de hospedagem são parte deste Cluster do turismo e que contribuem para o equilíbrio da sazonalidade e para o desenvolvimento do turismo. Com a preocupação de um crescimento sem projeções de mercado futuro, procurou pesquisar a evolução das empresas hoteleiras da cidade, após a Copa do Mundo.

O objetivo principal deste artigo é identificar as projeções dos empreendimentos hoteleiros a partir do legado que a Copa do Mundo FIFA 2014 deixou a cidade de Porto Alegre. Os procedimentos metodológicos empregados nessa pesquisa, que tem caráter descritivo, exploratório e qualitativo, foram os de revisão bibliográfica e estudo de campo. Para a coleta dos dados, realizaram-se entrevistas estruturadas com um total de cinco entrevistados que buscaram resolver o seguinte problema de pesquisa: Quais as projeções dos empreendimentos hoteleiros a partir do legado da Copa do Mundo FIFA 2014 para Porto Alegre/RS?

---

<sup>3</sup> Fédération Internationale de Football Association.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo é hoje uma das atividades econômicas mais importantes globalmente, gerando divisas e trabalho para muitas regiões e países. Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) “[...] o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros” (SANCHO PEREZ / OMT, 2001, p. 3).

Ainda sobre esse tema, Ignarra (2003, p.72), contribui afirmando que:

O turismo é uma atividade econômica de prestação de serviços, que tem nos recursos humanos o seu principal elemento. O bom atendimento ao turista é o principal fator de avaliação do produto e existem localidades com enorme potencial turístico que não conseguem decolar seu desenvolvimento pela ausência de investimentos em capacitação de recursos humanos. O turismo depende de uma infinidade de serviços especializados, os quais, por sua vez, dependem de uma infinidade de profissionais com as mais variadas especializações (IGNARRA, 2003, p.72).

Dias e Pimenta (2005) descrevem que um destes serviços são os meios de hospedagem. Devido à necessidade de alojamento aos viajantes, constitui-se em um aspecto importantes do turismo, uma vez que a satisfação ou insatisfação com as acomodações avaliará positiva ou negativamente a experiência da viagem.

Já para Petrocchi (2002), empresa hoteleira é a pessoa jurídica que administra os meios de hospedagens e tem por objetivo a atividade hoteleira. A hotelaria é um subsistema do turismo, interagindo com as demais partes e influenciando, assim como é influenciada, pelo desempenho do todo. Conforme a Deliberação Normativa 387, de 28 de janeiro de 1998, entende-se como hotel o “meio de hospedagem do tipo convencional e mais comum, normalmente localizado em perímetro urbano e destinado a atender turistas, tanto em viagens de lazer quanto em viagem de negócios”.

Para Hayes e Ninemeyer (2005, p. 3):



A maioria das pessoas, quando pensam em 'hotel', imagina um edifício com apartamentos destinados a pernoite. Talvez o hóspede tenha a seu dispor várias opções de hospedagem, o que torna essa definição limitada. Ele pode, por exemplo, escolher um resort luxuoso, situado em uma região exótica que, além de apartamentos, ofereça várias opções de lazer, restaurantes, bares e muitas outras comodidades (HAYES; NINEMAIER, 2005, p.3).

Em um conceito simples e objetivo, Cândido; Viera (2002, p. 13), definem hotel como “um estabelecimento comercial destinado a hospedar pessoas em viagens de negócios, lazer ou turismo, proporcionando-lhes conforto e bem-estar”.

Dias; Pimenta (2005) acrescentam que outro serviço que é parte integradora do turismo são os eventos. Seu efeito multiplicador é muito conhecido e os benefícios que eles proporcionam são os mais variados: atração de turistas, diminuição de sazonalidade, aumento da geração de empregos diretos e indiretos, contribuição de aumento de renda, divulgação da localidade, promoção da interação entre as pessoas e estímulo ao turismo.

Os eventos são extremamente diversificados e sua área é muito ampla, com inúmeras possibilidades de realização. Nakame (2000) os agrupa em segmentos, da seguinte forma: artística, científica, cultural, folclórica, educativa, informativa, cívica, política, governamental, empresarial, lazer, social, desportiva, religiosa e turística.

Segundo Goidanich (1998, p.149):

Eventos são acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado e com espaço de tempo predefinido [...] com finalidades específicas, visando à preservação, à conquista ou à recuperação do público-alvo. Podem ser criados artificialmente, ocorrer espontaneamente ou, ainda, serem provocados (GOIDANICH, 1998, p.149).

A Copa do Mundo de Futebol da FIFA é o evento esportivo mais assistido no mundo. Por sua dimensão, é considerado um megaevento. Conforme a figura 1, pode-se verificar o crescimento de público ao longo das copas, de acordo com *site* oficial da Copa do Mundo de 2014.



FIGURA 1 - Público nas Copas do Mundo

ANO	SEDE	PÚBLICO
1930	Uruguai	434.500 (média de 24.138 por jogo)
1934	Itália	358.000 (média de 21.058 por jogo)
1938	França	376.000 (média de 20.888 por jogo)
1950	Brasil	1.043.500 (média de 47.431 por jogo)
1954	Suíça	889.500 (média de 34.211 por jogo)
1958	Suécia	919.580 (média de 26.273 por jogo)
1962	Chile	899.074 (média de 28.096 por jogo)
1966	Inglaterra	1.635.000 (média de 51.093 por jogo)
1970	México	1.603.975 (média de 50.124 por jogo)
1974	Alemanha	1.768.152 (média de 46.530 por jogo)
1978	Argentina	1.546.151 (média de 40.688 por jogo)
1982	Espanha	2.109.723 (média de 40.571 por jogo)
1986	México	2.393.331 (média de 46.025 por jogo)
1990	Itália	2.516.348 (média de 48.391 por jogo)
1994	EUA	3.587.538 (média de 68.991 por jogo)
1998	França	2.785.100 (média de 43.517 por jogo)
2002	Coréia do Sul / Japão	2.705.197 (média de 42.268 por jogo)
2006	Alemanha	3.359.439 (média de 52.491 por jogo)
2010	África do Sul	3.178.856 (média de 49.670 por jogo)

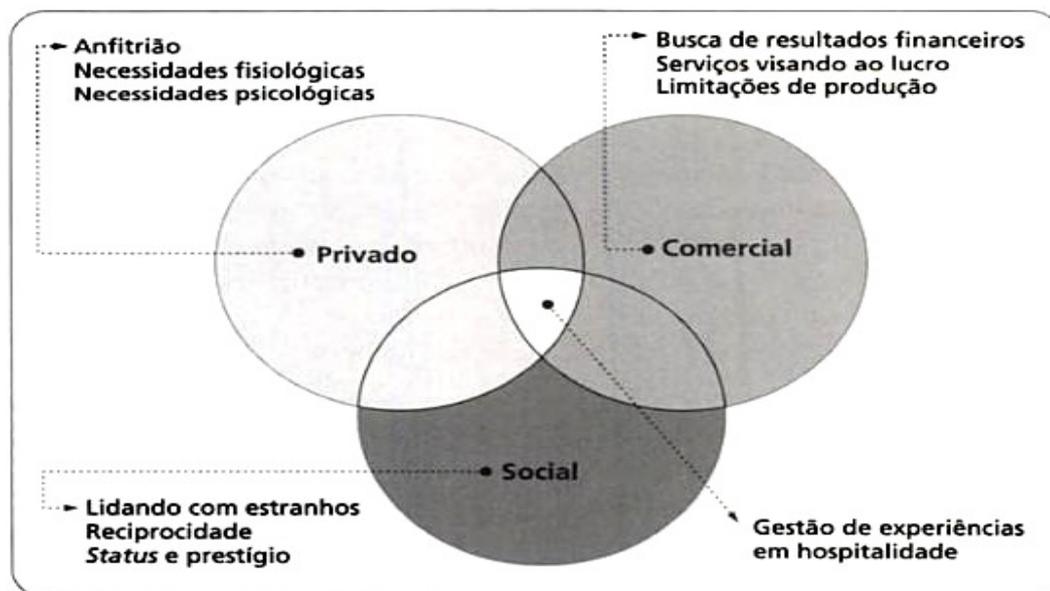
Fonte: Site Copa 2014

Para Dias e Pimenta (2005)), os megaeventos têm curta duração, mas os resultados são permanentes por longo tempo para a cidade organizadora. Normalmente ocupam toda a capacidade hoteleira da região, envolvem entidades públicas e privadas e sua divulgação é feita internacionalmente.

A partir disso, o turismo e economia se deparam com a hospitalidade, pois o fenômeno turístico se envolve com a viagem e a hospedagem. Então, tem o ato de receber comercial, para Denker, Bueno e Montandon (2003, p.21) “na hospitalidade profissional, o cliente, o hóspede, exige, já que afinal ele é o cliente, que segundo as praxes da qualidade é o centro, o princípio e o fim do processo”.



FIGURA 2 - Atividades de hospitalidade



Fonte: Lashley (2000, p.4 apud DENKER; BUENO; MONTANDON, 2003, p.68)

A partir da figura 2, percebe-se que o turismo vai ao encontro com a hospitalidade comercial, pois busca resultados financeiros ao oferecer serviços que transmita a hospitalidade. Portanto, a atividade turística está cada vez mais envolvida como uma atividade sociocultural e um fenômeno contemporâneo, trazendo vantagens ou privilégios inerentes ao ato de ser hospitaleiro.

Deste modo, todas as empresas que prestam serviços devem considerar que a mão de obra precisa de treinamento e qualificação para serem hospitaleiros e, deste modo, entender a necessidade do cliente/hóspede.

Conclui-se, então, que a hospitalidade comercial é uma necessidade dentro dos meios de hospedagem, para que, ocorra um vínculo com o hóspede, proporcionando o real ser hospitaleiro, visando sempre obter o retorno financeiro.

Segundo o *site* da Prefeitura de Porto Alegre, a capital do Estado do Rio Grande do Sul teve sua fundação oficial em 26 de março de 1772. Com área de 497 km<sup>2</sup> e população estimada em 1,5 milhões de habitantes, é uma cidade com vários



títulos e conquistas referentes à qualidade de vida e um importante centro econômico e comercial regional.<sup>4</sup> Ainda apresentando a cidade, o *site* do Porto Alegre *Convention & Visitors Bureau* afirma que o município apresenta vantagens competitivas para captar e sediar eventos, devido a sua localização, infraestrutura e serviços. Localiza-se a cerca de 1h30min dos principais estados brasileiros e das principais capitais dos países do MERCOSUL e seu aeroporto é um dos primeiros em números de voos internacionais diretos. É um destino de negócios com uma economia forte, oferecendo uma melhor relação custo *versus* benefício em alimentação, transporte, acomodação, fornecedores e qualidade.<sup>5</sup>

Sobre o segmento de eventos, o *site* do Porto Alegre CVB destaca a infraestrutura referência da cidade para a realização de qualquer tipo de evento, contemplando Centro de Eventos para até 1.000 pessoas em um único auditório, além de espaço para feiras e mostras, e dois grandes Centros de Convenções e Exposições para mais de 5.000 pessoas, com ampla área de exposição.

Conforme Dias; Pimenta (2005), o mercado de eventos é uma forma que a hotelaria busca de enfrentar a sazonalidade do mercado turístico. A alternativa de faturamento em eventos que possam vir a ocupar todo o parque do hotel tem como intuito fomentar a receita tanto em aluguel de espaços, quanto movimentar o departamento de alimentação. Com isso, é possível minimizar o custo operacional do empreendimento.

Percebe-se a importância da Copa do Mundo como um facilitador na movimentação econômica das cidades sedes. Por isso, o crescimento vertical verificado com a inauguração de tantos meios de hospedagem na cidade. E que este momento que foi oportunizado pela Copa do Mundo, ilustre a todo o mercado a capacidade que a cidade, os órgãos e associações, bem como os empreendimentos, estão se preparando para novos desafios e quais as opções de mercado que devem

<sup>4</sup> Prefeitura de Porto Alegre. Disponível em <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p\\_secao=256](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p_secao=256)>. Acesso em 21 ago. 2011.

<sup>5</sup> Porto Alegre Convention & Visitors Bureau – Porto Alegre CVB. Disponível em: <<http://www.visiteportoalegre.com/#/InfoEventos?lang=br>>. Acesso em 09 ago. 2011.



se qualificar para atender a uma nova demanda e o que deve captar de novos segmentos, que consigam atender aos anseios dos investidores.

### 3 METODOLOGIA

Esse estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. A pesquisa qualitativa responde às questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 1994).

Para Gil (2006) as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos, etc. Corroborando com isso, Salomon (1999, p.158), conceitua as pesquisas exploratórias “são as que têm por objetivo definir melhor o problema, [...] descrever comportamentos de fenômenos, definir e classificar fatos e variáveis. Não atingem o nível da explicação [...] nem o do diagnóstico”.

Para alcançar o objetivo proposto, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica e estudo de campo. Conforme Gil (2006), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas, assim como número de pesquisas desenvolvidas a partir da técnica de análise de conteúdo.

Para Lakatos e Marconi (1996), a pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-



los. Para a coleta de dados do trabalho, realizada com o intuito de resolver o problema de pesquisa e alcançar o objetivo proposto para este estudo, utilizou-se de entrevistas estruturadas. Participaram da pesquisa um total de cinco entrevistados, pessoas com poder de decisão e que poderiam dar respostas mais elucidativas.

Minayo (1994) complementa que, em geral, as entrevistas podem ser estruturadas e não estruturadas, correspondendo ao fato de serem mais ou menos dirigidas. [...]; bem como com as estruturadas, que pressupõem perguntas previamente formuladas.

#### **4 O LEGADO HOTELEIRO DA COPA DO MUNDO PARA PORTO ALEGRE/RS**

A pesquisa foi realizada com cinco empresários: o Diretor presidente de uma cadeira de Hotéis gaúcha; o Gerente geral de um Hotel de rede Internacional, um representante do Sindicato da Hotelaria e Gastronomia de Porto Alegre (SINDPOA), o Superintendente do POACConvention, e o Diretor de Planejamento da ABIH/RS, durante o mês de agosto de 2014. Após a análise dos questionários aplicados aos entrevistados, apresentam-se os dados alcançados.

Quanto à oferta hoteleira atual, todos os entrevistados afirmaram que a cidade de Porto Alegre consegue atender muito bem sua demanda. Entretanto, percebe-se que a realidade é outra quando a cidade está sediando um evento maior, como Expoiner ou congressos internacionais. Durante esse período, a ocupação hoteleira de Porto Alegre atinge capacidade máxima, havendo uma grande dificuldade em hospedar as pessoas, sendo necessário encaminhá-las para os hotéis das cidades próximas. Também foi apontado o esforço para as melhorias e reformas dos equipamentos já instalados, além do investimento em novos prédios. Todas essas reformulações estão sendo feitas para acompanhar as tendências e inovações do mercado, porém não especificamente para a Copa do Mundo, e sim pela exigência do público e necessidade de renovação, para que os hotéis possam se manter no



mercado e ser destaque na área de atuação.

Referente ao preparo da rede hoteleira para receber a Copa do Mundo, verificou-se que, além da construção de novos hotéis, os empreendimentos existentes foram qualificados, com reformas nas instalações, troca de equipamentos e modernização por meio de benefícios como financiamentos. Existem estudos sobre as condições da infraestrutura hoteleira para que se busque a adequação das exigências de nível internacional que hoje o hóspede tem. Também foi constatada a qualificação das equipes com treinamentos nas áreas técnicas, atendimento e curso de idiomas, realizado tanto por parte das entidades de classes, secretaria de turismo como por parte privada, dos hotéis.

Sobre o legado que a Copa do Mundo deixou para Porto Alegre, os respondentes afirmaram que o maior benefício foi à autoestima do povo e o sentimento de avanço, não só na parte hoteleira, mas em mudanças na cidade como um todo. Muitas obras importantes de infraestrutura foram aprovadas, algumas construídas justamente pela o evento. Os dois principais estádios de futebol, com modernas instalações, possibilitando a capacitação e a potencialização da cidade para diversos eventos esportivos, como o MMA que será disputado em 2015. Um dos respondentes também afirmou que está previsto a construção de novos centros de eventos, com maior capacidade e características dentro das exigências internacionais. Uma maior captação de novos eventos será possível, uma vez que se teve a oportunidade de colocar Porto Alegre na mídia mundial, com uma exposição de valor incalculável.

Os respondentes também afirmaram que a orientação do cluster é começar a trabalhar com o foco de eventos, além dos congressos médicos, que tem acontecido em torno de dez por ano, cada um deles trazendo em torno de 6.000 pessoas, o que aumenta a taxa de ocupação para quase a totalidade das UHs na semana do evento e fazendo com que aumente a ocupação também na semana anterior e na posterior, pelo fato do deslocamento do público que não pode vir na semana do congresso. Estão sendo preparados dois novos focos para captar eventos na cidade, o segmento de agronegócios, com um público similar ao médico, com capacidade de



deslocamento em qualquer época do ano, com poder aquisitivo grande e que investe em seu segmento. O outro foco de atuação na captação serão os eventos esportivos, no qual a cidade foi sede em 2013 do Campeonato Mundial de Atletismo Senior, onde cerca de 8.000 atletas e acompanhantes estiveram três semanas na cidade, o que demonstrou ser um segmento atraente em termos de negócios.

Outo fato importante advindo da Copa do Mundo é que, apesar de ser uma paixão futebolística, ela também começa a incentivar um envolvimento da sociedade com relação ao que é turismo e como é receber pessoas e culturas diferentes. Isso também é um legado muito importante, a consciência de que uma cidade de serviços como é Porto Alegre pode desenvolver e viver com esse produto: o turismo e a hospitalidade aos turistas.

Todos esses pensamentos se assemelham à ideia de Rubio (2009, p.78), que explica que legado “é a herança direta ou indireta em forma de instalações materiais, cultura, ideal, educação, informação, documentação ou de recursos gerados pela realização do megaevento”. A perspectiva de melhorias positivas para a cidade pode ser entendida por Ribeiro (2008) em sua explanação de que o legado ideal é aquele que alcança impactos positivos em todos os setores - esporte, economia, cultura, meio ambiente e sociedade, e que segue gerando benefícios por muitos anos de maneira sustentável.

Também foi perguntado como o mercado hoteleiro se projeta após a Copa do Mundo, com a preocupação muito grande com relação à quantidade de leitos, uma vez que aumentou consideravelmente para atender a demanda de turistas no período da Copa e poderá ocorrer uma grande oferta com baixa demanda pós-evento. A alternativa para suprir a oferta excedente de leitos é a captação de novas possibilidades de eventos, por isso esta preocupação do POAConvention de buscar novos segmentos de mercado na área de eventos e a construção de novos centros de convenções na cidade.

Para conseguir a captação de mais eventos para a cidade de Porto Alegre, faz-se necessário o envolvimento das entidades que esteja engajada



prioritariamente nessa causa. O Convention & Visitors Bureau é visto, por todos os entrevistados, como o que há de melhor na cidade para desenvolver esse segmento, justamente pelo papel fundamental no fomento de grandes eventos para a cidade e região, e na criação, juntamente com o poder público e iniciativa privada, de um calendário de eventos fixos, pois, como afirma Amaral (2007), os benefícios que o evento pode trazer para as cidades-sedes e países-sedes permanecem não somente durante o evento, mas durante muitos anos depois, já que sua realização exige uma transformação da localidade, que investe em muitas áreas, como transportes, rede hoteleira e outros equipamentos de consumo importantes para a população local.

Após as entrevistas o autor realizou um levantamento da evolução histórico da construção dos empreendimentos na cidade Porto Alegre e percebe-se que:

FIGURA 3 - Evolução na hotelaria de Porto Alegre do Nº de UHs X Nº Leitos

Inaugurações	Nº Hotéis	Nº Leitos	Nº UHs
Até 1969	22	2991	1384
De 1970 a 1979	19	2988	1400
De 1980 a 1989	20	2968	1370
De 1990 a 1999	10	1818	862
De 2000 a 2009	19	3965	1834
De 2010 a 2014	14	4320	1590
Subtotal	104	18940	8440
Em construção	12	3190	1670
Total	116	22130	10110

Fonte: Próprio autor (2014)

Conforme foi apontado, na figura 3, a evolução dos empreendimentos hoteleiros, por fases bem distintas, de um momento de estagnação até o final da década de 1980, onde a demanda era enorme, mas a oferta conseguia atender, logo após passando pela abertura do Brasil para o mercado Internacional, e a vinda da primeira Rede Internacional para a cidade, em 1994, o Parthenon, da Rede Accor. Na virada do Século foram inaugurados 16 hotéis de porte médio, uma média de um



por mês, sendo o grande boom da hotelaria de Porto Alegre, fator esse evidenciado pela escassez de ofertas no mercado, a Capital gaúcha de tornou uma referência para eventos empresariais e a consolidação como capital do MERCOSUL, foram os propulsores desde novo momento.

Após este período os investimentos continuaram constantes e com o advindo da Copa e os incentivos fiscais, houve uma nova aceleração do mercado, onde as grandes redes se consolidaram no mercado e as projeções vão ao encontro das respostas ao questionário, onde a tendência é cada vez mais a administração ficar nas mãos das grandes redes, onde os hotéis independentes ficaram com pequenos empreendimentos e com perfil de hóspede com menor poder aquisitivo.

De acordo com o *site* Frontdesk Magazine (2013) a motivação para tanta construção não está ligada somente ao fato da vinda da Copa do Mundo em 2014, mas, muito mais pela evolução da economia do país, por um lado e a sucessão familiar de outro, permeada por algum oportunismo de mercado e pode-se afirmar que o PIB brasileiro vem em crescimento em 2010 e isto move toda a economia e provoca uma renovação constante e arrojada.

Outro fator verificado na pesquisa é que a capital gaúcha possui a segunda maior diária media do Brasil, no segmento de hotéis executivos, o que torna um ótimo indicador de investimento, no qual é reforçado pela afirmação de Lage; Milone (2004) onde o preço é o segredo da economia, que está em descobrir quanto isso representa de forma que as empresas sejam devidamente remuneradas e as pessoas possam ser atendidas em seus intermináveis anseio e necessidade.

Na outra questão apresentado pela pesquisa, conforme a figura 4 foi à gestão dos empreendimentos hoteleiros da cidade e verificou-se que:



FIGURA 4 - Constituição pela administração dos hotéis de Porto Alegre

	Quantidade de Redes	Quantidade de Hotéis	Nº UHs
Internacional	3	12	1685
Nacional	6	6	745
Regional	18	48	4280
Independentes	-	38	1850

Fonte: Próprio autor (2014)

Pela figura acima, pode fazer alguns constatações importantes, como são três redes internacionais na cidade (Starwood, Atlantica Hotels e Accor) somando elas já possuem quase o mesmo numero de UH que todos os hotéis independentes. Outro fato é que estes hotéis estão no segmento mais econômico, com as diárias mais baixas. Por outro lado existe um enorme crescimento nas Redes Regionais, das tradicionais (Plaza, Ritter, Continental, Everest), para as novas redes que estão se consolidando no mercado gaúcho, como: Intercity, Master, Laghetto, Suarez e Swan.

Outro fato lembrado na pesquisa é assim como estão construindo novos hotéis, outros deixam de existir, numa media de um a dois por ano, onde o mais recente, foi o Beverly Hills, da Rede Accor, onde os investidores decidiram tornar um prédio de escritórios, do que permanecer como uma empresa hoteleira.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi adotada como tema central a projeção das empresas hoteleiras, a partir do legado da Copa do Mundo de Futebol FIFA realizada em 2014. Pela revisão bibliográfica e o estudo de campo foi possível atingir o objetivo proposto para esta pesquisa: identificar a perspectivas destes empreendimentos após o legado que a Copa do Mundo FIFA 2014 deixou para a hotelaria em Porto Alegre.

Essa pesquisa, apesar de encontrar-se em um estágio inicial, poderá ser utilizada como apoio para futuras discussões e análises acerca do tema em questão. Pretendeu-se, com este estudo, oferecer à comunidade acadêmica uma breve



discussão sobre os legados da Copa do Mundo FIFA 2014 na hotelaria porto-alegrense, esperando contribuir positivamente sobre a temática que foi abordada ao longo destas páginas.

Constatou-se que a oferta hoteleira atual em Porto Alegre consegue atender sua demanda. Entretanto, percebe-se que essa afirmação torna-se irreal quando a cidade sedia um evento de grande porte. Os hotéis ficam lotados e há uma grande dificuldade em hospedar as pessoas, sendo necessário encaminhá-las para os hotéis das cidades próximas. Com a chegada destes novos empreendimentos a preocupação é que a sazonalidade seja menor e o aumento do número de eventos seja significativos, para atender a esta nova oferta de quartos na cidade. Para evitar esse problema de oferta hoteleira excedente, apontou-se como alternativa a captação de novas possibilidades de eventos.

Percebeu-se também que as projeções para o setor hoteleiro, como legado da Copa do Mundo, são otimistas, apontando um grande salto no número de leitos com a construção de novos hotéis e a qualificação das antigas instalações com reformas, troca de equipamentos e modernização. Além disso, há ainda a qualificação das equipes de pessoas com formação, treinamentos nas áreas técnicas, atendimento e curso de idiomas.

Verificou-se que o legado da Copa do Mundo para Porto Alegre são as obras urbanas e de infraestrutura que aconteceram na cidade e que possibilitaram novas oportunidades em diversos aspectos. Com a construção de novos centros de convenções e adequação de estádios de futebol, o segmento de eventos amplia sua área de atuação, podendo potencializar eventos maiores e diversificados, atendendo às exigências internacionais. Também é importante ressaltar a visibilidade que Porto Alegre teve com a Copa, pois a imprensa mundial fez uma divulgação enorme da cidade, com publicações e notícias. Desta forma, foi uma oportunidade comercial única de exploração do espaço midiático, com vários reflexos locais.

A cidade de Porto Alegre está recebendo uma grande oportunidade de avançar para a modernidade. É necessário que se façam estudos e análises sobre os benefícios, impactos e a importância de criar outros atrativos para que a cidade e



assim possa aproveitar melhor as oportunidades, de modo que o legado herdado seja positivo para Porto Alegre.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Rogério do. Copa do mundo: do jogo de futebol ao negócio turístico. In: **Colloquium humanarum**, Presidente Prudente, v. 4, n. 2, p. 51-60, dez. 2007.

CÂNDIDO, Índio; VIERA, Elenara Viera de. **Recepção hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

COPA DO MUNDO 2014. Disponível em <<http://www.copa2014.org.br/historia-das-copas/1930-uruguai/>>. Acesso em 14 set. 2014.

DELIBERAÇÃO NORMATIVA nº 387, de 28 de janeiro de 1998.

DENKER; Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira; MONTANDON, Alain (Org.) et al. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DIAS, Reinaldo; PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Disponível em: <<http://pt.fifa.com/aboutfifa/index.html>>. Acesso em 13 set. 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

GOIDANICH, Karin Leyser. **Turismo de eventos**. Porto Alegre: Sebrae, 1998.

HAYES, David K.; NINEMEIER, Jack D. **Gestão de operações hoteleiras**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

LAGE, Beatriz Helena; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo na economia**. São Paulo: Aleph, 2004.



LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa:** Planejamento e execução de pesquisas, Amostras e técnicas de pesquisa, Elaboração, análise e interpretação dos dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MINAYO, Maria Cecília de Souza et al. **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

NAKAME, Andrea. **Técnicas de organização de eventos.** Rio de Janeiro: Infoobook, 2000.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria:** planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2002.

PORTO ALEGRE CONVENTION & VISITORS BUREAU. Disponível em: <<http://www.visiteportoalegre.com/#/InfoEventos?lang=br>>. Acesso em 09 out. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE. Disponível em: <[http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p\\_secao=256](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/turismo/default.php?p_secao=256)>. Acesso em 15 out. 2014.

RIBEIRO, Fernando Telles. Legado de Megaeventos Esportivos Sustentáveis: a importância das instalações esportivas. In: DACOSTA, Lamartine P. *et al.* **Legado de megaeventos esportivos.** Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

RUBIO, Katia. **Esporte, educação e valores olímpicos.** São Paulo: Casa do Psicólogo, 2009.

SALOMON, D. V. **Como fazer uma monografia.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SANCHO PEREZ, Amparo; ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001. Tradução de: Introduccion al turismo.

Artigo aceito em dez. 2014.