

## EVOLUÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS HOTÉIS DE REDES NO ESTADO DO PARANÁ (1940-2010)<sup>1</sup>

SPATIAL DISTRIBUTION EVOLUTION OF HOTELS IN PARANA STATE (1940-2010)

Daniel Raminelli Píccolo<sup>1</sup>  
José Manoel Gonçalves Gândara<sup>2</sup>

Recebido em 13/03/2013

Aprovado em 09/09/2013

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor da rede pública de ensino do Estado do Paraná. [danielpiccolo@ymail.com](mailto:danielpiccolo@ymail.com)

<sup>2</sup> Pós-doutor em sustentabilidade, qualidade, marketing, recursos humanos, termalismo, planejamento e gestão de destinos turísticos e hotéis nas Universidades de Alicante, Las Palmas, Málaga, Valencia e Vigo. Professor e pesquisador do Departamento de Turismo da UFPR, [jmgandara@yahoo.com.br](mailto:jmgandara@yahoo.com.br)

### RESUMO

Os primeiros grupos hoteleiros começaram a atuar no Estado do Paraná na década de 1940, porém foi a partir dos anos 1990, que houve um aumento considerável do número de hotéis em algumas cidades paranaenses, inclusive de redes internacionais. O objetivo deste artigo é de analisar a distribuição espacial dos hotéis de redes no período entre 1940 a 2010, bem como, traçar uma perspectiva de novas aberturas de hotéis no Estado do Paraná, através de pesquisas realizadas por entidades especializadas no assunto. Para tanto foi realizada uma pesquisa bibliográfica pertinente à temática, além do levantamento de todos os hotéis de redes que atuam no recorte espacial através do Guia 4 Rodas (2010) da Editora Abril, possibilitando a confecção de cartogramas. Os hotéis de redes estão presentes em onze cidades do Estado do Paraná, onde há um fluxo dos chamados homens de negócios, principais clientes das redes. A capital do Estado irá sediar a Copa do Mundo de 2014, o que irá gerar uma maior demanda turística para a cidade, ocasionando novas aberturas de hotéis de redes na cidade, fato que não está ligado ao evento, mas sim as melhorias em infraestruturas e ao crescimento econômico de Curitiba.

### PALAVRAS-CHAVE

Distribuição espacial. Hotéis de redes. Paraná.

### ABSTRACT

The first hotel groups started to settle in Parana State (Brazil) in the 1940's. Therefore, it was only in the 1990's that the number of hotels, including international chain hotels, in some Parana cities raised considerably. This study aims at analysing the spatial distribution of chain hotel within the period from 1940 to 2010, as well as to establish a perspective of the settlement of new hotels in Parana, by means of research carried out by specialized entities. So as to achieve our aims, a bibliographical research was carried out; we also collected information regarding the spatial

<sup>1</sup> O presente artigo faz parte das discussões realizadas na dissertação de mestrado intitulada: "Distribuição Espacial da Hotelaria de Rede no Estado do Paraná" (2011).

distribution, compiling all the hotels within a certain area, using Guia 4 Rodas (2010) published by PublisherAbril, which allowed us to make cartograms. Chain hotels are present in eleven cities in ParanaState, where there is a low flow of the so-called businessmen, the main clients of chains. ParanaState city capital, Curitiba, will host The World Cup in 2014, which will require a higher tourist demand for the city. This fact will lead to the opening of new chain hotels in the city, fact that is not necessarily connected to the event, but to the necessity of infrastructure improvements and to Curitiba economic growth.

### KEY-WORDS

Spatial distribution. Chain hotels. Paraná.

## 1. INTRODUÇÃO

Os meios de hospedagens surgiram ainda no período da Antiguidade e foram sofrendo mudanças ao longo da história. Em meados do século XX, sobretudo a partir do final da Segunda Guerra Mundial, houve um grande avanço e melhoria dos meios de comunicação e de transportes, principalmente o aéreo, além de um crescimento da economia mundial e o advento do turismo. Tais condições proporcionaram uma grande expansão da atividade hoteleira (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2005).

Neste contexto as primeiras redes de hotéis surgiram nos Estados Unidos, como, por exemplo, *Holiday Inn*, *Hilton*, *QualityCourtsMotels* e *Novotel* (posteriormente incorporada à rede *Accor*), *Sol Meliá*, e *Mediterranée*, entre na Europa. No Brasil rede Othon se formou neste mesmo período. A partir da década de 1970 redes internacionais, como, por exemplo, *Hilton*, *Sheraton* e *Novotel*, começaram a atuar no Brasil, concentrando-se nas grandes capitais, ou seja, São Paulo e Rio de Janeiro e nos destinos turísticos de “sol e praia”. Tais redes ocasionaram uma reestruturação dos hotéis de grupos nacionais para competirem com os hotéis internacionais. Houve um período de recesso econômico nos anos 1980, fato que afetou diversos setores da economia, incluindo a hotelaria (PROSERPIO, 2007, (CWIKLA, 2001; PÍCCOLO; GÂNDARA, 2012).

Na década de 1990, como o chamado “novo cenário” econômico e com a entrada de novos agentes no setor turístico, observa-se uma entrada expressiva das redes internacionais, culminando em uma competitividade maior principalmente com redes de hotéis nacionais. Neste contexto, as redes nacionais e internacionais passaram por uma dispersão pelo território brasileiro, expandindo-se para regiões e cidades onde, até então, os grupos não atuavam, principalmente em cidades que

apresentam um dinamismo e crescimento econômico considerável. Tal dispersão se dá pelo surgimento de “novos territórios turísticos” de diversas modalidades, como, por exemplo, de negócios, de saúde e turismo religioso(MOSSATO, 2007; PÍCCOLO, 2011; PÍCCOLO 2011b).

No Estado do Paraná, os primeiros hotéis locais, que posteriormente se tornariam redes, começaram a operar entre as décadas de 1940 e 1960 em Curitiba e após esse período passaram a atuar em cidades do interior do Paraná, passando a operar em cidades, como Londrina, Maringá e Cascavel. Atualmente as redes estão presentes em onze municípios do Estado (Figura 01).

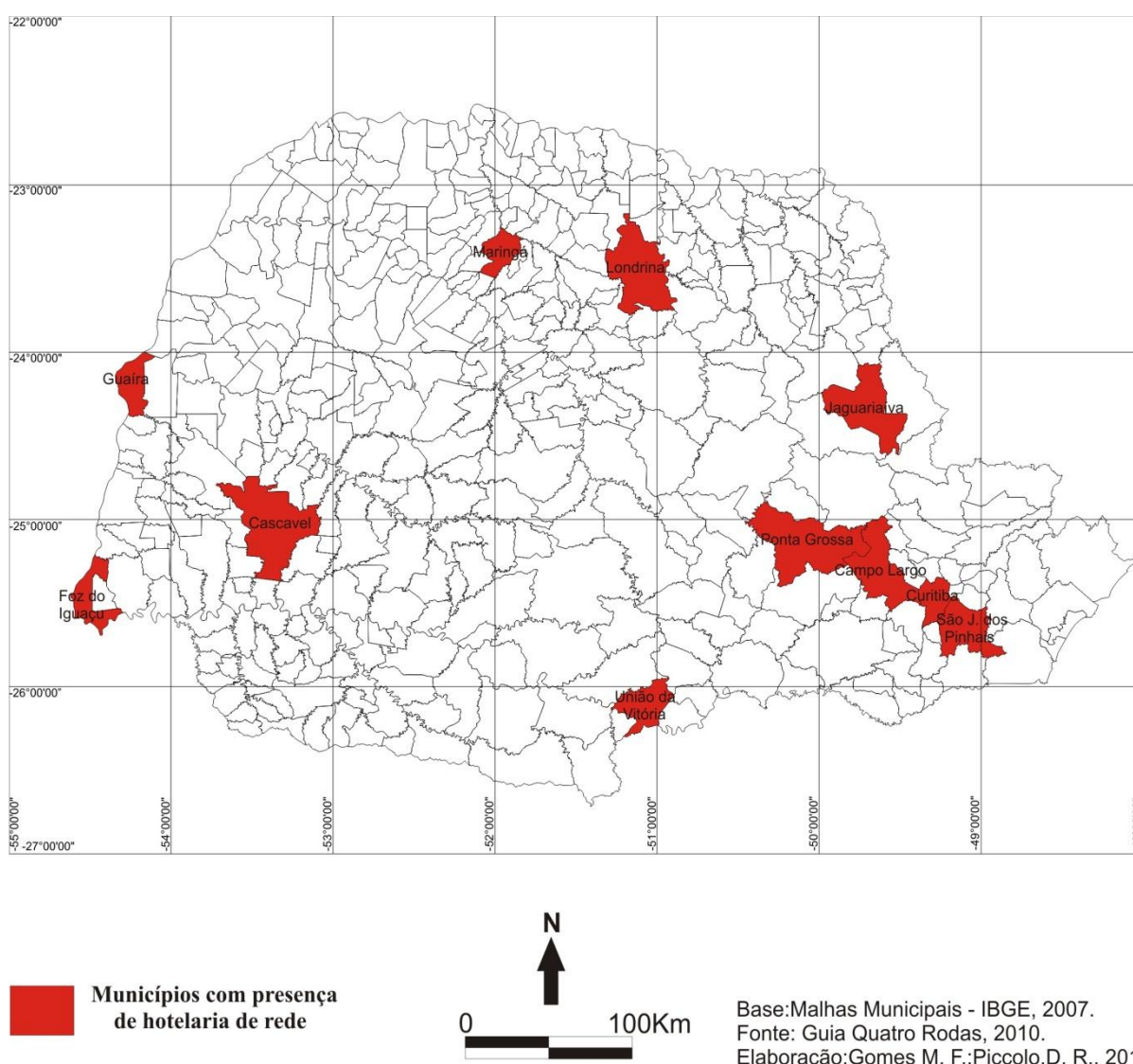


Figura 01 - PARANÁ: localização dos municípios que possuem hotéis de rede

O objetivo deste artigo é de analisar a distribuição espacial dos hotéis de redes no Paraná no período entre 1940 a 2010. A metodologia utilizada foi uma revisão bibliográfica e leituras pertinentes à temática, procurando destacar as discussões acerca da hotelaria de rede, enfatizando a sua formação e expansão pelo território e sobre as perspectivas de novas aberturas de hotéis de redes.

A fonte para o levantamento dos hotéis distribuídos pelo Estado foi o Guia 4 Rodas (2010), da Editora Abril, que apresenta uma atualização anual, desde 1966<sup>2</sup> de dados referentes ao turismo e os seus equipamentos, neste caso, os hotéis. A fonte citada possui uma publicação nacional e tem seus dados dentro de uma perspectiva do turista, sendo amplamente utilizada pelos mesmos e agências de viagens, principalmente por sua forma de classificação e, mesmo não sendo oficial, a publicação é bem aceita e respeitada. Optou-se por esta fonte, pois há uma escassez de informações em órgãos oficiais, como, por exemplo, na Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) e, também em órgãos do Estado e dos municípios referentes aos hotéis distribuídos nas cidades do Paraná (VILLANUEVA RAMOS, 2010; PÍCCOLO, 2011a; SANTOS, 2012).

Após esse levantamento foi possível verificar quais são, onde estão e como se deu a evolução da distribuição espacial dos hotéis de redes no Paraná entre a década de 1940 e os anos 2000. A sistematização dos dados resultou na elaboração de cartogramas, explorados ao longo da presente discussão.

## **2. DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL NO CONTEXTO DA HOTELARIA DE REDE**

Ao longo da história da humanidade o espaço sempre foi e é apropriado e modificado pela sociedade. As formas dessa apropriação e uso do espaço foram se transformando ao longo dos anos, conforme a evolução e capacidade de produzir do homem, que foi se tornando o centro de toda a natureza e espaço. Segundo Baliski (2011) a espacialidade no contexto da ciência geográfica está atrelada ao momento histórico e das necessidades da sociedade. Para Santos (2008) a evolução histórica a distribuição espacial da humanidade passou a não ser mais a única discussão e houve, assim, uma mudança de abordagem, que passou a contemplar a distribuição das atividades econômicas.

---

<sup>2</sup> Exceto no ano de 1969.

A agricultura e agropecuária, a indústria e o comércio foram se distribuindo no espaço para que o homem pudesse usufruir dos seus recursos de forma cada vez mais satisfatória. Nesse contexto os homens foram se dispersando para áreas cada vez mais específicas, modificadas e apropriadas para atender as suas necessidades. (PÍCCOLO, 2011a). Atualmente, o homem vive uma época comandada pela revolução científico-tecnológica. Santos (2008, p. 207) ressalva que

As transformações espaciais provêm da intervenção simultânea de redes de influência operando simultaneamente em uma multiplicidade de escalas, desde a escala local até a escala mundial. Chegamos, finalmente, a um mundo onde, melhor do que em qualquer outro período histórico, podemos falar de espaço total.

Neste estágio atual, as atividades foram tornando-se mais universalizadas, ou seja, internacionalizadas. Os modos de produção, comunicação, mercado de trabalho, alimentação, entre outros exemplos, se tornaram mais homogêneos (SANTOS, 2008). Clark (1985) afirma que a mudança da abordagem geográfica da análise da localização e distribuição de povoadamentos para a localização das ocupações gerenciais e de controle, acabou por acentuar a importância de se analisar as relações (comunicações) e a disponibilidade de informações nas atividades comerciais.

Para a localização de uma atividade alguns fatores são considerados, como a proximidade com o mercado consumidor, incentivos fiscais e infraestrutura urbana necessária para a atividade (PÍCCOLO, 2011a). Baun e Haveman (1997); Porter (1994); Benninson, Clarke e Pal (1995); Pantzalis (2001) afirmam que a localização é uma vantagem competitiva estratégica e a diferença persistente no desempenho econômica de cidades, estados e países demonstram que a localização não é um fator irrelevante.

Na presente discussão a distribuição espacial dos hotéis de redes é o objeto a ser analisado, para entender este processo. A análise da hotelaria de rede e sua organização espacial traduzem a forma como o espaço é estruturado ou é reordenado para o desenvolvimento das atividades humanas (CORIOLANO; SILVA, 2005). Os autores a seguir discutem as estratégias de localização de hotéis no meio urbano, porém os argumentos se aplicam para uma análise regional, foco do presente estudo.

Villanueva Ramos aponta que há modelos de localização, que estão relacionados à evolução histórica e ao desenvolvimento da tecnologia e do transporte e ao modelo tradicional de uso da terra. Tais modelos seguem a lógica da proximidade entre mercado, produção e distância, assim como a viabilidade e a inviabilidade de determinada atividade econômica. Em relação à localização de empreendimentos hoteleiros, alguns fatores são relevantes, como a proximidade de áreas comerciais e industriais e locais de circulação de massas (portos, ferrovias e rodovias) (VILLANUEVA RAMOS, 2010).

Na atividade hoteleira a localização do empreendimento é um fator importante e determinante para atrair clientes para os hotéis (MAYO, 1974). Para isso a seleção da localização de um empreendimento envolve a análise de toda a planta da região, além de se verificar as condições de tráfego e transporte, que também são considerados fatores muito importantes (COLTMAN, 1989). Para Gray e Liguori (1998), em análise sobre um estudo de viabilidade do estabelecimento hoteleiro, afirmam que são várias as considerações que devem ser feitas sobre a seleção da localização do empreendimento, por exemplo: o ambiente econômico local, regional ou zoneamento, altura limite de edifícios, facilidade de estacionamento, instalações públicas, a facilidade de tráfego e de acessibilidade, os fatores geográficos, os recursos naturais e o tamanho do terreno.

Pan (2002) categorizou diversos fatores para a seleção da localização de um determinado hotel turístico, baseados na adequação do empreendimento, como: conveniência e tráfego, boa percepção visual, instalações públicas e outros serviços, a aplicação de certas regulamentações, e flexibilidade do espaço. Através de estudo de demanda e oferta, segmento de mercado e viabilidade econômico-financeira é que este movimento seletivo ocorre no território, ou seja, através de estratégias de localização dos grupos hoteleiros (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2005).

Para Piccolo (2011a) a hotelaria de rede segue essa lógica para que os interesses dos grupos sejam contemplados, ou seja, a distribuição espacial dos hotéis se dá onde há um desenvolvimento econômico, o que gera uma demanda permanente de turistas que viajam a negócios, principais clientes das redes. A seguir essa lógica será discutida com mais detalhes.

### 3. DISPERSÃO TERRITORIAL DOS HOTÉIS DE REDES

Os meios de hospedagens<sup>3</sup> são equipamentos turísticos fundamentais para o funcionamento da atividade em questão, ou seja, o turismo. Os hotéis estão inseridos em um subsistema, dentro do sistema turístico<sup>4</sup>, denominado “subsistema empresarial<sup>5</sup>”, onde estão todas as atividades diretamente ligadas ao turismo, ou seja, fundamentais para a atividade (BOULLÓN, 2002).

Os meios de hospedagens existem desde o período da Antiguidade. Surgiram com as rotas comerciais, pois estas geraram núcleos urbanos e, conseqüentemente, os meios de hospedagens, que atendiam os viajantes que utilizavam as rotas. Ao longo dos anos, estes meios passaram por modificações (PÍCCOLO, 2011a).

No Brasil os hotéis começaram suas atividades na cidade do Rio de Janeiro, quando a Família Real portuguesa passou a residir na então capital nacional, havendo, assim um crescimento de viajantes que passavam pela cidade (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2005). Para Santos (2012) a hotelaria no país passou a se desenvolver de forma mais relevante a partir das décadas de 1960 e 1970, acompanhando o crescimento das indústrias automobilísticas, ampliação do sistema rodoviário, melhoria e ampliação do sistema de aeroportos e ao crescimento do fluxo de viagens no Brasil. No Estado do Paraná os primeiros hotéis, que se tornaram redes ao longo dos anos, começaram a operar entre as décadas de 1940 e 1960. Mesmo tendo começado como hotéis independentes, posteriormente eles passaram a fazer parte dos grupos *Slaviero* e *Bourbon* (PÍCCOLO, 2011b).

Com o tempo os meios de hospedagem foram se aprimorando para atender de uma melhor forma o número crescente de viajantes.

---

<sup>3</sup> “[...] estabelecimentos com licença de funcionamento para prestar serviços de hospedagem, expedida por autoridade competente. Os serviços de hospedagem são aqueles prestados por empreendimentos ou estabelecimentos empresariais administrados ou explorados por prestadores de serviços turísticos hoteleiros, que ofertam alojamento temporário para hóspedes, mediante adoção de contrato de hospedagem, tácito ou expresso, e cobrança diária por ocupação da unidade habitacional.” (CASTELLI, 2006, p. 13).

<sup>4</sup> O sistema turístico é formado por todos os agentes e atividades, que se relacionam ao redor do turismo e assim atender as necessidades dos turistas (BOULLÓN, 2002).

<sup>5</sup> Além dos alojamentos, há outros elementos, como, transportes, restaurantes, locadoras de veículos, entre outros, além de serviços especializados, como, por exemplo, guias turísticos.

Na segunda década do século XX, grande número de hotéis foi construído nos Estados Unidos e Europa, gerado pela prosperidade econômica da época, denotando uma íntima ligação entre hotelaria e desenvolvimento econômico. Consequentemente, dinamismo comercial e intercâmbio de produtos, serviços e pessoas. (SILVA, 2007, p. 35)

Com o término da Segunda Guerra Mundial houve um grande avanço da hotelaria, pois as melhores condições econômicas e de disponibilidade de tempo aumentaram o fluxo de viagens no mundo.

Neste período, o turismo passa a ser uma atividade econômica significativa, principalmente para os países desenvolvidos, nos quais havia crescimento e ampliação da renda da população, o que gerava mais disponibilidades de tempo e recursos para o lazer. O processo de desenvolvimento e de globalização da economia mundial, além de gerar um progressivo fluxo de viagens regionais e internacionais, ampliou de forma acelerada o setor de lazer e de turismo, que passou a ser, efetivamente, o grande promotor das redes hoteleiras. (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2005, p. 18).

As redes de hotéis formaram-se dentro deste contexto na Europa e nos Estados Unidos, como, por exemplo, a *Novotel*, *Sol Meliá*, *Hotasa*, *Holiday Inn*, *Hilton* e *Best Western* (PROSERPIO, 2007). Segundo García Almeida (2004) uma rede de hotéis é formada por três ou mais estabelecimentos.

[...] una cadena hotelera es un grupo de establecimientos hoteleros que están bajo la misma dirección, tienen objetivos similares y participan en procesos productivos y de prestación de servicios comunes, abarcando múltiples posibilidades de vinculación. (GARCÍA ALMEIDA, 2004, p. 34).

Foi a partir da década de 1970 que os grupos hoteleiros passaram a se expandir pelo mundo, devido ao crescimento do turismo e da globalização dos mercados. Além desses fatores as companhias aéreas começaram a operar com as cadeias hoteleiras, havendo uma integração vertical no mercado, impulsionando o crescimento e a expansão das redes de hotéis (HARO, 2012). A entrada de redes internacionais no Brasil se intensificou a partir dos anos 1990 devido ao “novo cenário econômico”<sup>6</sup> e aos incentivos do poder público e do setor privado. Para Santos e Silveira (2008, p. 235) houve, neste período, um crescimento do número de estabelecimentos hoteleiros no país.

Um importante crescimento é identificado também nas três maiores metrópoles mais importantes do país – São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília –, vinculado tanto a funções de governo como ao próprio dinamismo da indústria, do comércio e dos serviços, sobretudo das atividades ligadas à informação.

---

<sup>6</sup> Período que corresponde à abertura econômica e a implantação do Plano Real na década de 1990.



O crescimento da indústria, do comércio e dos serviços, vinculado as ações do governo e do capital privado permitiram uma expansão da hotelaria no país, porém de forma seletiva. O setor vem passando por um crescimento considerável nos últimos anos e uma das características desse avanço é o aumento da participação das redes hoteleiras internacionais no mercado brasileiro (CARVALHO, 2011).

Cabe apontar que o movimento dado no território pelas redes se dá de forma seletiva, atendendo os principais destinos turísticos de lazer, de negócios e de eventos do mundo, onde há um fluxo permanente de turistas (PÍCCOLO, 2008). Para Teles (2006) a concentração dos meios de produção nas cidades gera uma movimentação de negócios, além de um aumento de bens e serviços, responsáveis pelo surgimento de importantes nichos para o mercado turístico.

O contexto da dispersão dos hotéis para o interior ocorre com a dinâmica de outras redes que oferecem diferentes serviços, pois se observa que “há uma tendência à expansão territorial dos grandes capitais comerciais pelo interior, reforçando o papel das cidades médias<sup>7</sup> como pontos de consumo importantes” (SPOSITO, 2004, p. 355).

Frente a este processo, pode-se observar uma dispersão dos hotéis de redes para capitais como Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba e, também, para cidades do interior, como, Maringá/PR, São José do Rio Preto/SP, Uberlândia/MG, entre outras, sobretudo na década de 1990 e nos anos 2000, com maior expressividade (PÍCCOLO, 2011b). No Estado do Paraná os hotéis de redes estão presentes em cidades onde há um fluxo turístico permanente.

As redes de hotéis estão, cada vez mais, se concentrando nos principais centros de negócios, ou seja, na capital e em cidades do interior, como Maringá, Londrina e Cascavel, com demanda turística permanente e na cidade turística de Foz do Iguaçu, que recebe uma demanda voltada para lazer e eventos. (PÍCCOLO, 2011a, p. 58).

Nestas cidades há um crescimento e dinamismo econômico favorável, que atraem os hotéis de redes, pois há uma presença considerável de homens de negócios, principais clientes das redes

---

<sup>7</sup> As cidades médias podem ser definidas por: a) sua situação geográfica em relação às cidades de mesmo porte; b) segundo as distâncias de uma cidade média em relação às cidades de maior porte; c) pelo número de pequenas cidades que estão a sua volta (SPOSITO, 2004).

(PÍCCOLO; GÂNDARA, 2012). Nesta perspectiva Teles (2006) aponta que os segmentos de negócios e, também de eventos, são de grande importância na geração de fluxo de turistas para as cidades e que a hotelaria tem se organizado espacialmente de acordo com o segmento de negócios. A evolução da distribuição dos hotéis de redes no Estado será discutida a diante.

#### **4. EVOLUÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS HOTÉIS DE REDES NO PARANÁ (1940-2010)**

A partir dos dados obtidos através do Guia 4 Rodas (2010) da Editora Abril , verifica-se que, os primeiros hotéis paranaenses, que ao longo dos anos tornaram-se redes, devido ao crescimento do número de unidades, começaram a operarem entre as décadas de 1940 e 1960 na capital do Estado, onde neste período havia um hotel que naquela época era independente e agora faz parte do grupo *Slaviero*. Em 1964 o grupo Bourbon começou a operar na cidade de Londrina.

A partir da década de 1970 outros grupos começaram a surgir e atender aos turistas em Curitiba, sendo dois no ano de 1974 – Mabu e Deville – e um no ano seguinte – San Juan. No interior os grupos passaram a atuar em Foz do Iguaçu, com dois representantes – Bourbon e Harbor -, dois em Cascavel – Deville e Harbor – e um grupo em Ponta Grossa – Bristol.

Na década seguinte, ou seja, 1980, a rede Slaviero inaugurou um hotel em Curitiba e a Bourbon e o grupo Elo começaram a operar, também, na cidade. No interior a rede Deville passou a operar hotéis em Guaíra e Maringá e a rede San Juan começou atender os turistas em Foz do Iguaçu. Na década de 1990 houve um grande número de hotéis de redes paranaenses inaugurados em Curitiba, sendo 09 hotéis. As redes Bristol e Harbor começaram a operar na cidade.

Em Londrina, Maringá e em Jaguariaíva as redes Bristol, Mabu e San Juan, respectivamente, começaram a operar, inaugurando 01 hotel em cada cidade. Em Foz do Iguaçu a rede Mabu inaugurou 01 hotel na década mencionada. Nos anos 2000, na cidade de Curitiba foram inaugurados 12 hotéis e em São José dos Pinhais a rede Bristol passou a operar, inaugurando 01 hotel. No interior foram inaugurados 05 hotéis nas cidades de Cascavel, Foz do Iguaçu, Maringá e Ponta Grossa (Figura 02).

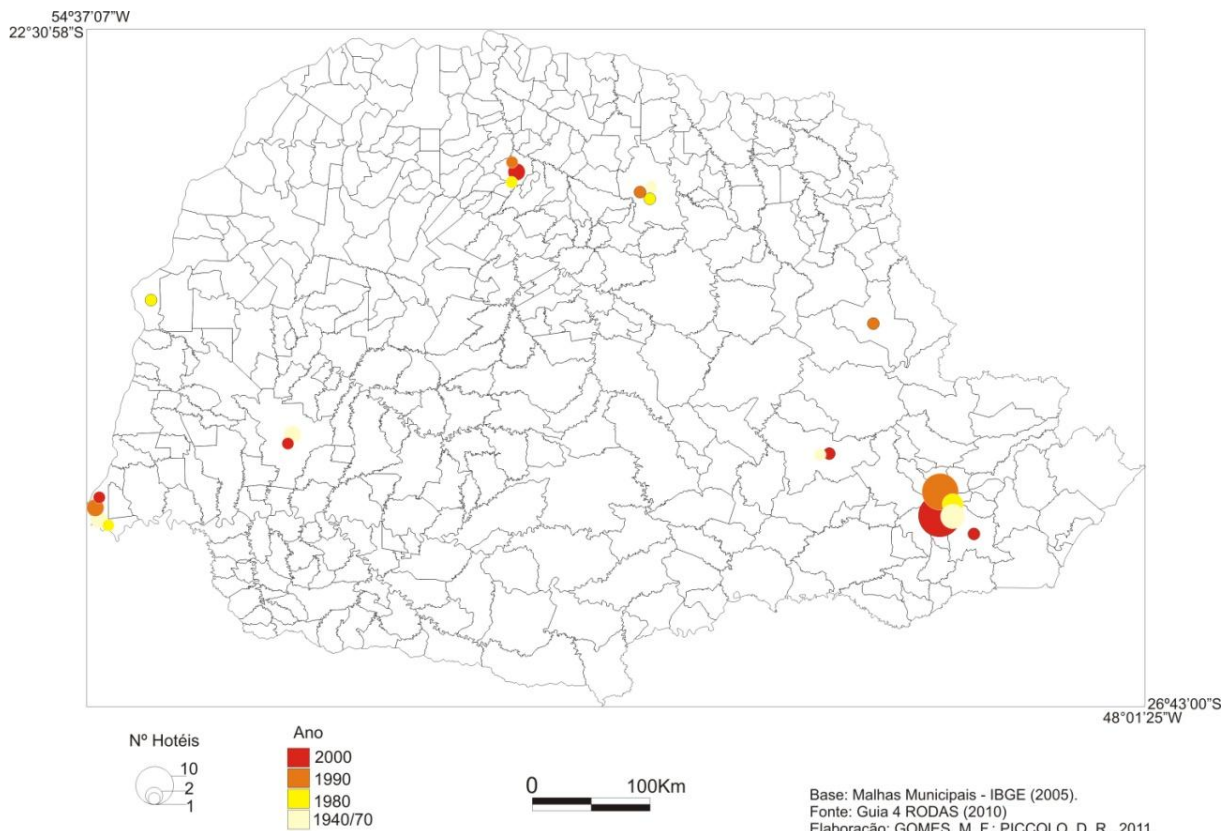


Figura 02: PARANÁ – Distribuição espacial do número de hotéis de redes paranaenses (1940/70, 1980, 1990 e 2000).

Neste cenário observa-se que as redes paranaenses estão concentradas em Curitiba, sendo que grande parte dos hotéis começaram a operar entre as décadas de 1990 e 2000, acompanhando o cenário econômico, como discute Santos e Silveira (2008) e a entrada de redes internacionais no mercado nacional, como aponta Carvalho (2011). Outro fator que contribuiu para tal concentração desses grupos na capital é que os mesmos se formaram no município.

Os hotéis de redes paranaenses também estão presentes em cidades do interior que possuem uma dinâmica econômica favorável, principalmente nos principais municípios, como, Londrina, Maringá, Foz do Iguaçu, Ponta Grossa e Cascavel, o que gera uma demanda turística considerável, sendo um fato bastante relevante para a instalação de tais hotéis, como aponta Andrade, Brito e Jorge (2005).

As redes nacionais começaram a operar no Paraná somente a partir da década de 1990, quando a rede *Blue Tree* passou a administrar um empreendimento. Na década de 2000 foram inaugurados 05 hotéis de redes nacionais na capital, sendo das redes Atlântica, HDEZ e Transamérica. No interior as redes nacionais operam somente em Londrina, onde há 02 hotéis das redes Atlântica e *Blue Tree* e em União da Vitória, onde há 01 hotel, da rede HDEZ (Figura 03).

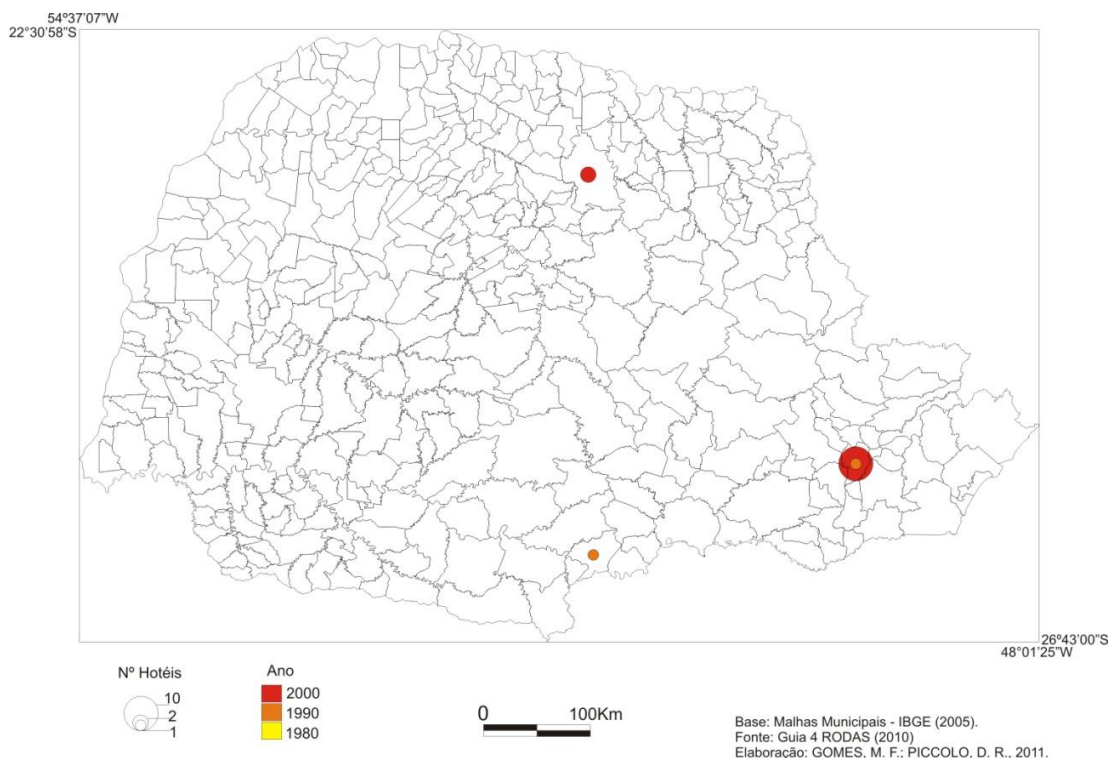


Figura 03: PARANÁ – Distribuição espacial do número de hotéis de redes nacionais (1940/70, 1980, 1990 e 2000).

Observe-se que as redes nacionais estão presentes somente em Curitiba, onde há uma concentração, e nas cidades de Londrina e União da Vitória. Essas redes passaram a operar a partir da década de 1980 e, com maior relevância nos anos 1990 acompanhando, assim como as redes paranaenses, o novo cenário econômico do Brasil e o aumento do turismo de negócios, principalmente em Curitiba e Londrina.

As redes nacionais presentes no Paraná obedecem à seletividade espacial, estando em localidades onde há um desenvolvimento econômico, principalmente na capital, com um dinamismo da indústria, comércio e serviços cada vez mais acentuado, assim como aponta Santos e Silveira

(2008), sobretudo com a instalação das indústrias automobilísticas em São José dos Pinhais, região metropolitana de Curitiba (PÍCCOLO, 2011a).

As redes internacionais passaram a atuar no Estado a partir da década de 1980, quando foi inaugurado o *Mercure Grand Hotel Internacional*, da rede *Accor*<sup>8</sup>, no ano de 1982 na cidade de Foz do Iguaçu. Em Curitiba os grupos internacionais começaram a operar na década de 1990, quando a rede *Accor* inaugurou 03 hotéis.

Nos anos 2000 foram inaugurados 10 hotéis de redes internacionais, começando a operar as redes *GoldenTulip*<sup>9</sup>, *InterContinental* e *Pestana*. Na cidade de São José dos Pinhais foram inaugurados 03 hotéis de redes internacionais, atuando a *Accor*, *Golden Tulip* e *Howard Johnson*. Em Campo Largo há 01 hotel da rede *Golden Tulipe* no interior a rede *Accor* opera 01 hotel em Maringá e a *Golden Tulip*, também, 01 hotel em Foz do Iguaçu (Figura 04).

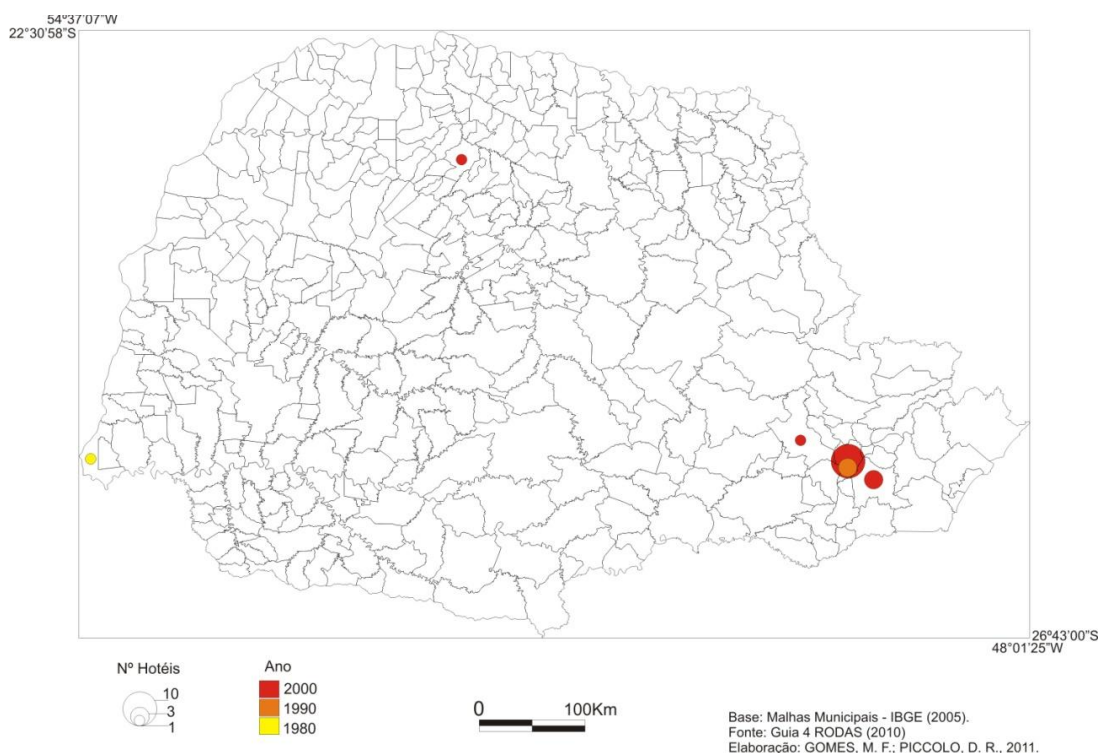


Figura 04: PARANÁ – Distribuição espacial do número de hotéis de redes internacionais (1940/70, 1980, 1990 e 2000).

<sup>8</sup>Atualmente a *Accor* perdeu a bandeira para a rede *TulipInn*.

<sup>9</sup>Antes eram operados pela *Holiday Inn*.

A hotelaria de rede internacional está concentrada em Curitiba e sua região metropolitana e no interior há pouca representatividade, pois as redes estão somente em Foz do Iguaçu e Maringá. Assim como no caso das redes nacionais, a entrada das redes internacionais com maior representatividade corresponde ao período da instalação das indústrias automobilísticas na região metropolitana de Curitiba, ou seja, na década de 1990, o que desencadeou um crescimento econômico na região, aumentando a demanda turística de negócios (VILLANUEVA RAMOS, 2010; CYPRIANO, 2012).

Em relação à presença das redes internacionais no interior pode-se destacar o crescimento do turismo de negócios em Maringá (PÍCCOLO, 2008) e, no caso de Foz do Iguaçu, pode-se apontar o segmento de lazer (PÍCCOLO; GÂNDARA, 2012), onde, nos dois casos, há a geração de uma demanda permanente de turistas que utilizam os hotéis de redes.

A interiorização de redes hoteleiras, paranaenses, nacionais e internacionais, está atrelada a expansão de outros grupos econômicos para cidades do interior, reforçando o importante papel de consumo que estas localidades vêm exercendo no país, como afirma Sposito (2004).

Pode-se acrescentar que o dinamismo da hotelaria no Paraná segue a mesma lógica espacial dos centros urbanos no Brasil e no mundo, ou seja, há uma concentração de redes nos principais destinos de negócios e eventos, devido a geração de um importante e contínuo fluxo turístico (TELES, 2006).

Assim como no Estado do Paraná, Santos (2012) aponta que as redes de hotéis nacionais e internacionais concentram-se nos principais centros urbanos de Santa Catarina, ou seja, em Florianópolis e Joinville devido ao crescimento dos segmentos de negócios e eventos. Ainda segundo Santos (2012) na região de Florianópolis atuam 12 redes e em Joinville 11 redes hoteleiras, sendo as principais: *Accor*, *Slaviero*, *Blue Tree*, *Bourbon* e *HDEZ*. Como discutido anteriormente, nos dois Estados as redes de hotéis seguem a mesma tendência regional, ou seja, tais grupos atuam em municípios de maior relevância econômica.

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. (SANTOS, 2012, p. 374).

A capital paranaense será sede da Copa do Mundo de 2014, o que irá ocasionar um aumento da demanda turística para a cidade, fato que será discutido a seguir.

## 5. PERSPECTIVAS DA HOTELARIA DE REDE NO PARANÁ

O Brasil vai, nos próximos anos, sediar grandes eventos internacionais, fato que irá atrair muitos turistas e, conseqüentemente haverá uma necessidade de um maior de hotéis para atender essa demanda. Para Santos (2012 p. 103) a relação entre o crescimento do número de unidades hoteleiras e os eventos esportivos vem da liberação de “[...] uma linha de crédito do BNDES, no valor de R\$ 1 bilhão para reforma, ampliação e construção de novos empreendimentos [...]”.

O Paraná vive essa realidade, pois Curitiba é uma das 12 cidades-sedes<sup>10</sup> da Copa do Mundo de 2014. Porém é preciso que a hotelaria se desenvolva de maneira saudável para não haver um crescimento excessivo desse mercado e uma saturação após a realização da Copa. Para isso a entidade Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB – e a *HotelInvest*(2012) está realizando estudos, publicados semestralmente, traçando projeções e com isso monitorar a evolução dos mercados hoteleiros nas cidades-sedes do evento. Esse estudo é denominado de Placar da Hotelaria 2015.

A partir disso a projeção publicada na edição de dezembro de 2012 aponta que em Curitiba o risco é baixo considerando a taxa de ocupação em 2015 da hotelaria na cidade nas três categorias “econômico” e “*midscale*”. Verifica-se que a taxa de ocupação atual, na categoria “econômica” gira em torno de 72% e para 2015 estima-se uma ocupação de 73%, acompanhando um crescimento médio anual da demanda acomodada de 3,8%. Na categoria “*midscale*” a taxa de ocupação atual é de 67% e a projeção para 2015 é de 69% sendo que a estimativa do crescimento médio anual da demanda acomodada dessa categoria é de 2,5%. Ainda segundo o estudo da FOHB (2012), o crescimento da hotelaria das categorias mencionadas vai se dar de forma “saudável”.

Para a Valor Análise Setorial (2010, p. 33) “a Copa do Mundo de Futebol de 2014 a ser realizada no Brasil aumenta a demanda em todos os mercados de cidades que vão sediar os jogos”. Ainda segundo este estudo há muitas oportunidades de investimento em hotéis fora das duas maiores

---

<sup>10</sup> As outras cidades brasileiras que irão sediar jogos da Copa do Mundo em 2014 são: Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Fortaleza, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

capitais do país (São Paulo e Rio de Janeiro). Há uma perspectiva de que o foco das novas unidades estabelecimentos hoteleiros, principalmente de categorias econômica e *midscale*, se concentrarão nas cidades com população entre 500 mil e 2 milhões de habitantes. O estudo aponta que Belo Horizonte, Salvador, Brasília, Curitiba, Manaus e Recife estão entre as cidades onde essas oportunidades são maiores (VALOR SETORIAL, 2010).

Um estudo da BSH (2008) aponta outra perspectiva da hotelaria, que é a de expansão da abertura e uma maior notoriedade de hotéis econômicos no país, principalmente nas regiões Sudeste e Sul, pois há uma maior expressividade dos fluxos de negócios já consolidados principalmente nos últimos 10 anos. O estudo ressalva que 56,8% do total de hotéis de categoria econômica estão na região Sudeste e 21,7% está presente na região Sul. Essa concentração está relacionada à demanda crescente dos homens de negócios nos estados que compõem essas regiões.

A realização da Copa do Mundo de 2014 no Estado tem proporcionado uma expansão da hotelaria, principalmente em Curitiba, cidade-sede do evento. Além do evento, a crise econômica dos Estados Unidos e dos países europeus, vem destacando o Brasil como um importante mercado para as redes hoteleiras internacionais investirem (CYPRIANO, 2012).

Para Haro (2012) a realização do evento esportivo irá gerar um crescimento do turismo, além do aumento dos negócios no país, o que irá criar um bom cenário para a expansão da hotelaria. A hotelaria deve passar por um crescimento, mas não somente para o evento esportivo, ou seja, deve se dar de forma sustentável.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o crescimento da atividade turística no mundo após a Segunda Guerra Mundial, os hotéis começaram a constituírem as redes hoteleiras, que passaram a se dispersarem por diversas partes do mundo. Esta dispersão, porém, se dá de forma seletiva, pois tais empreendimentos estão localizados onde há uma viabilidade para os mesmos, além de uma demanda turística permanente.

No Estado do Paraná os hotéis de redes estão localizados em onze municípios, onde há uma concentração dos mesmos em Curitiba e sua Região Metropolitana, Londrina e Maringá, devido ao turismo de negócios, que gera uma demanda permanente dos homens de negócios, principais



clientes das redes, para esses destinos e na cidade de Foz do Iguaçu, onde o turismo de lazer atrai um número significativo para o destino.

Há uma expectativa de novas aberturas de hotéis, sobretudo de redes internacionais, principalmente em Curitiba, que irá sediar a Copa do Mundo de 2014, evento que atrai muitos turistas e, com isso, há uma necessidade de um maior número de hotéis. O evento em si não é o fator de atração das redes, mas sim as melhorias que a Copa do Mundo irá beneficiar a cidade após o evento, principalmente nas áreas de circulação e transportes, além do desenvolvimento econômico que o mesmo irá proporcionar em Curitiba, devido às novas oportunidades de negócios que irão surgir. Essa perspectiva pode refletir em outras regiões do Estado.

A limitação dessa pesquisa se deu pela busca de dados, que são incipientes e encontram-se de forma incompleta. Para futuras pesquisas recomenda-se acompanhar o movimento das redes no Estado com a realização da Copa do Mundo em 2014, sendo que Curitiba é uma cidade-sede do evento. Outra sugestão é a investigação, de forma mais aprofundada dos clientes atendidos nos hotéis do Paraná e verificar se eles estão realmente ligados as atividades industriais, principalmente na capital e sua Região Metropolitana, onde essa atividade é mais intensa. A última sugestão é sobre um estudo da hotelaria no litoral do Paraná e verificar o motivo pelo qual não há redes atuando nesse destino.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, N.; BRITO, P. L.; JORGE, W. E. **HOTEL: planejamento e projeto**. São Paulo: Editora SENAC, 8ª ed., 2005.

BALISKI, P. **A conformação do espaço industrial e a expansão da mancha urbana no aglomerado metropolitano de Curitiba: 1955-2008**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

BAUM, J.; HAVEMAN, H. Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898–1990. In: **Administrative Science Quarterly**, 42, p. 304–338, 1997.

BENNISON, D.; CLARKE, I; PAUL, J. Locational decision making in retailing: An exploratory framework for analysis. In: **The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research**, 5(1), p. 1–20, 1995.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Tradução: Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUSC, 202.

BSH TRAVEL RESEARCH. **Hotéis econômicos no Brasil – 2008**. Disponível em: <[http://www.bshinternational.com/sys/download/hoteis\\_economicos\\_2008.pdf](http://www.bshinternational.com/sys/download/hoteis_economicos_2008.pdf)> Acesso: março/2011.

CARVALHO, C. E. **Relacionamento entre ambiente organizacional, capacidades, orientação estratégica e desempenho: um estudo no setor hoteleiro brasileiro**. Tese (Doutorado em Administração e Turismo). Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2011.

CLARK D. **Introdução à Geografia Urbana**. São Paulo: Difel, 1985.

COLTMAN, M. M. **Tourism Marketing**. Nova Iorque: **Van Nostrand Reinhold**, 1989.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; SILVA, S. C. B. de M. **Turismo e Geografia: abordagens críticas**. Campinas: Papirus, 2005.

CWIKLA, L. M. W. **Qualidade de atendimento: estudo de multicasos em hotéis de luxo de Foz do Iguaçu**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

CYPRIANO, P. S. **Desarrollo Hotelero em Brasil: panorama y perspectivas de mercado**. Dissertação (Mestrado em Planificación y Dirección del Turismo). Universidad de Alicante, Espanha, 2012.

FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL. **Placar da Hotelaria – 2015**. Edição 5, Dezembro/2012. Disponível em: <[http://www.hotelinvest.com.br/upload\\_content/paginas/PLACAR%20FINAL%2014\\_12%20BAIXA\\_5-dezembro2013.pdf](http://www.hotelinvest.com.br/upload_content/paginas/PLACAR%20FINAL%2014_12%20BAIXA_5-dezembro2013.pdf)> Acesso: janeiro/2013.

GARCÍA ALMEIDA, D. J. **La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras**. Madrid: FINTUR, 2004.

GUIA 4 RODAS. São Paulo: Editora Abril, 2010.

GRAY, W. S., LIGUORI, S. C. **Hotel and Motel Management and Operations**. In: **Prentice-Hall, EnglewoodCliffs**. Nova Jersey, 1998.

HARO, C. N. S. **Capital intelectual y gestión del conocimiento en el proceso de internacionalización de cadenas hoteleras a partir del paradigma de Dunning**. Tese (Doutorado em Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible). Universidad de Málaga, Espanha, 2012.

MATORELL CUNILL, O. **Cadenas Hoteleras: Analisis Del Top 10**. Barcelona: Ed. Ariel, 2002.

MOSSATO, D. E. C. **A internacionalização da economia urbana: Uma Análise do Setor Hoteleiro de Curitiba-PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

MAYO, E. A model of motel-choice. In: **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 15(3), p. 55–64, 1974.

PAN, C. M. Market concentration ratio analysis of the international tourist hotel industry in Taipei area. In: **Tourism Management Research** 2 (2), p. 57–66, 2002.

PANTZALIS, C. Does location matter? An empirical analysis of geographic scope and MNC market valuation. In: **Journal of International Business Studies**, 32(1), p. 133–155, 2001.

PÍCCOLO, D. R. **A entrada de capital internacional na rede hoteleira de Maringá: o caso do Hotel Ibis**. Trabalho de Graduação (Bacharelado em Geografia) – Centro de Ciências Humanas, Artes e Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2008.

\_\_\_\_\_. **Distribuição Espacial da Hotelaria de Rede no Estado do Paraná**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011a.

\_\_\_\_\_. Dispersão Territorial das Redes Hoteleiras Internacionais para Cidades do Interior: o caso de Maringá/PR. In: **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 12, n. 17, p. 44-53, mar/2011b.

PÍCCOLO, D. R.; GÂNDARA, J. M. G. Distribuição espacial da hotelaria de rede no Estado do Paraná (Brasil). In: **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 466-488, outubro/2012.

PROSERPIO, R. **O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

PORTER, M. E. The role of location in competition. In: **Journal of Economics of Business**, 1(1), p. 35–39, 1994.

SANTOS, M. O Espaço Total de Nossos Dias. In: \_\_\_\_\_. **Por Uma Geografia Nova: da Crítica da Geografia a uma Geografia Crítica**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 6ª ed., 1ª reimpr., p. 201-219, 2008.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, F. M. **Geografia das Redes Hoteleiras: Mundo, Brasil e Santa Catarina**. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

SILVA, L. C. R. da. **Os meios de hospedagem em Salvador: distribuição espacial ao longo de sua história**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

SPOSITO, M. E. B. **O chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo**. Tese (Livre Docência). Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

TELES, R. M. S. **Turismo Urbano na Cidade de São Paulo: o deslocamento no CBD e seus reflexos na hotelaria**. Tese (Doutorado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

Valor Análise Setorial. **A Indústria Hoteleira no Brasil: mercado – perspectivas – perfis das empresas**. São Paulo: Valor Econômico S.A. (2010). Disponível em: <<http://setorial.valor.com.br/>> Acesso: abril/2011.

**VILLANUEVA RAMOS, S. E. A dinâmica da localização da hotelaria curitibana no período de 1966 a 2008.** Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.