



## O LUGAR DA HOTELARIA DE LUXO NO CONTEXTO DOS NEGÓCIOS DA METRÓPOLE PAULISTA

Carlos Henrique Costa da Silva<sup>1</sup>

O presente trabalho analisa a cidade de São Paulo através de seus hotéis de luxo, com intuito de discutir o papel destes empreendimentos no processo de reprodução do espaço urbano e no reforço da centralidade em determinadas porções da metrópole. Além disso, acreditamos que pela análise do setor hoteleiro pode-se realizar considerações sobre a dimensão e o lugar do turismo na reprodução do espaço de São Paulo.

A concentração dos hotéis de luxo em São Paulo é visível na sua porção sudoeste, notadamente no chamado novo eixo comercial-empresarial (CARLOS, 2001) que envolve as regiões das Avenidas Paulista, Faria Lima, Eng. Luis Carlos Berrini e Nações Unidas. Nesta área, concentram-se os bairros mais ricos da cidade, voltados para a população de altos rendimentos e o preço da terra se configura como um dos metros quadrados mais caros do Brasil e da América Latina, tanto para fins residenciais como empresariais.

No contexto da hotelaria de padrão internacional de luxo de São Paulo, apenas essa área surge como ponto central dos investimentos, permanecendo todas as outras regiões da metrópole fora do roteiro de existência de empreendimentos desta categoria<sup>2</sup>. No vetor sudoeste (ROLNIK, 2000) há também a concentração dos serviços, comércio e inovações ligadas à mundialização. São lojas de departamentos, *shopping centers*, lojas de grifes internacionais, serviços específicos para as pessoas com rendimentos mensais altos, bares, restaurantes, hotéis de padrão internacional, teatros, academias de ginástica, clínicas de estética e empresas de publicidade e propaganda.

De acordo com Harvey (2005) modificações nos ambientes das grandes cidades do mundo revelam adaptações espaciais para oferecer melhores vantagens em termos de localização para os agentes econômicos hegemônicos. Assim, no plano urbano, dinâmicas territoriais vão se processar com intuito de promoverem melhor ambiente para a realização dos negócios contemporâneos, sobretudo com a construção de obras infra-estruturais que os apoiem, oferecendo maior fluidez ao espaço.

Ferreira (2003), Carlos (2001), Tourinho (2005) e Silva (2001) analisam a questão do surgimento de novas áreas na cidade vinculadas ao capital hegemônico, quando discutem a participação da Avenida Eng. Luis Carlos Berrini e todo o vetor sudoeste ligado à Marginal Pinheiros, como um novo setor que aglomera empresas de serviços e finanças, conformando um novo centro, com diferentes características do chamado Centro Paulista (Av. Paulista) ou, anteriormente, do Centro Histórico (Sé - República), pois esta “nova” região paulistana tem sido produzida pelos agentes contemporâneos do processo de mundialização.

Vale lembrar que sem a atuação do poder público, a constituição deste vetor sudoeste enquanto área privilegiada da concentração dos segmentos mais modernos da economia atual, não poderia ocorrer de forma tão rápida e constante<sup>3</sup>. O Estado passa a ser o mediador destas mudanças, modificando as leis de zoneamento e desapropriando áreas da cidade, que deixam de ser residenciais e passam a ser comerciais. Ou seja, a cidade, com a construção de edifícios, ganha em altura e, retirando antigos bairros e favelas do meio desta nova região da cidade, possibilita a

<sup>1</sup> Professor do Curso de Turismo da Universidade Federal de São Carlos, *Campus* de Sorocaba. Doutorando em Geografia pela UNESP/Rio Claro. Pesquisador do NECC – UNESP – Núcleo de Estudos sobre o Comércio e o Consumo, coordenado pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Silvana Maria Pintaudi.

<sup>2</sup> Conforme a ABIH (Associação Brasileira da Indústria Hoteleira), há cinco níveis de classificação dos hotéis, conforme seu padrão de serviço, sendo a mais completa a categoria Luxo, passando por Superior, Intermediária, Econômica e Super Econômica, a mais simples.

<sup>3</sup> Algumas pesquisas revelam que a produção desta porção da cidade se inicia na década de 1970, mas que se intensificou nos últimos 15 anos.



formação de um eixo empresarial que se inicia na região da Avenida Paulista e termina na Marginal do Rio Pinheiros, próximo a Ponte Transamérica, conforme Carlos (2005, p.31).

A cidade aparece como necessidade para a reprodução do capital e assim, há o surgimento de novas áreas passíveis de serem incorporadas para garantirem a expansão do sistema capitalista. Equipadas com os mais diferentes setores da economia contemporânea, estas áreas, no caso a porção sudoeste de São Paulo em especial, alcança o patamar de área configurada como novo centro de negócios da capital. Esta dinâmica espacial redefine a fluidez, estendendo a centralidade dentro da metrópole, com uma nova concentração “das atividades de comércio, serviços e de lazer, fruto da mobilidade do capital que migra de um setor a outro da economia em função das necessidades da reprodução, redefinindo a produção do espaço metropolitano”. (CARLOS, 2005, p.30).

Analisar a hotelaria de luxo de São Paulo nos permite verificar a ligação existente entre a sua força econômica e a sua consolidação como destino turístico. Sem essa consideração torna-se complicado entender a dimensão do turismo em São Paulo, já que a prática do turismo na metrópole é fundamentalmente estabelecida devido à sua força econômica. Para São Paulo, fluem um número considerável de visitantes ou turistas que a buscam por motivos de trabalho, já que é o centro econômico e financeiro do país. As relações comerciais e as trocas econômicas são o que fundamentam a concentração de visitantes ou turistas na cidade, que permanecem em média de duas a quatro noites, dependendo da atividade que vai desenvolver, de acordo com os dados da SPTuris. E como esse visitante ou turista costuma, conforme alguns estudos da OMT (Organização Mundial do Turismo), utilizar-se da infra-estrutura turística da cidade – restaurantes, hotéis, lojas, transportadoras, serviços etc. – convencionou-se considerá-lo, como turista de negócios.

Ao compor o mapa com a localização dos hotéis de luxo de São Paulo e as áreas de maior concentração das sedes empresariais e edifícios de escritórios onde se trabalhe com os setores mais modernos e contemporâneos do capitalismo, percebe-se a clara sinergia que há entre estes e os hotéis de luxo. Para o setor hoteleiro, o cliente corporativo é o que mais garante o seu lucro. Na maior parte das vezes, a viagem é paga pela empresa que o hóspede representa, a qual tem o interesse de que o trabalho ocorra com o mínimo de interferência possível. Ou seja, para o empresário, ficar parado em um congestionamento significa perda de tempo e em consequência de dinheiro também. Assim, a localização do meio de hospedagem próximo ao local de trabalho é fundamental. É por esta razão também, que a totalidade dos grandes e luxuosos hotéis de São Paulo, possuem em suas instalações locais para reuniões empresariais, eventos de toda ordem, *home office*, restaurantes e algumas opções de lazer como sauna, piscina, academia de ginástica etc. A hotelaria, assim, acompanha a localização das empresas de maior poder. Conforme a ABIH – Associação Brasileira da Indústria Hoteleira - o perfil do hóspede de hotel cinco estrelas de São Paulo é do cliente corporativo, que está na cidade a trabalho e quem paga a fatura é a empresa.

Como exemplo citamos a rede hoteleira norte-americana *Hilton*, que inaugurou em 1971 seu grande empreendimento de luxo no centro da cidade de São Paulo, localizado na Avenida Ipiranga. Este local, no período de sua inauguração, estava em um dos terrenos mais valorizados da cidade e servia como referencial para os turistas e habitantes da cidade. Hoje, este hotel está fechado, pois em 2003, o *Hilton* inaugurou seu novo empreendimento na Marginal Pinheiros, ou seja, na nova área dos negócios de São Paulo. A unidade mais antiga já estava considerada obsoleta em infraestrutura e os turistas atuais não viam nenhum atrativo em se hospedar no centro histórico, já que as empresas onde trabalhavam ou os eventos que iriam participar se localizavam muito distante dali.

O mesmo ocorreu com a rede mexicana Posadas, controladora da bandeira de hotéis de luxo *Ceasar Park*, que tinha um hotel na Rua Augusta desde 1976 e hoje tem um na região da Nova Faria Lima. Esta empresa esperou apenas a inauguração do novo empreendimento em 2004 para fechar o antigo nas proximidades do centro histórico.

Por estes dois exemplos, percebe-se como o movimento de transferência dos negócios vai se processando de modo a interferir na localização dos meios de hospedagem, conforme as exigências para a busca do lucro vão se transformando também.



Essa mudança de localização tanto do Hilton como do Ceasar Park revela um movimento no espaço ligado a sua característica de ser condição e produto da reprodução social. Ao analisar as condições que garantiam a reprodução de sua localização no centro da cidade, estas empresas vislumbraram que não se encontrava mais ali no seu entorno imediato, a maior parte de seus clientes. Ao mesmo tempo, entenderam que houve uma modificação nas condições econômicas da cidade que levaram para outra parte, as antigas condições que faziam com que aquela localização fosse estratégica para trabalhar com o turista de negócios. Nesta direção, o movimento de transferência espacial na metrópole revelou, na realidade, novo patamar da reprodução do espaço urbano. As condições econômicas que garantiam a São Paulo ser um centro de negócios e atrair visitantes e investimentos continuou a crescer e a se materializar em seu território. Porém, a materialização destes investimentos passaram a ser conduzidas por novos agentes apresentados pelos novos padrões do atual processo de mundialização. Estes requeriam e requerem um “novo espaço” (Carlos, 2005) que foi se construindo em consonância com o Estado o qual foi permitindo sua viabilização através de operações urbanas e a conseqüente conquista de novos territórios para realização de negócios corporativos.

### Referências Bibliográficas

- BRAGA, D.C. **À margem das feiras de negócios. Uso do tempo livre do turista em São Paulo.** 2005, 175f. Tese (Doutorado em Comunicações). ECA – USP, São Paulo, 2005.
- CARLOS, A.F.A. **Espaço tempo na metrópole.** São Paulo: Contexto, 2001.
- \_\_\_\_\_. **O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade.** São Paulo: Contexto, 2004.
- \_\_\_\_\_. São Paulo: do capital industrial ao capital financeiro. CARLOS A.F.A. e OLIVEIRA, A.U. (orgs.) **Geografias de São Paulo: a metrópole do século XXI.** São Paulo: Contexto, 2004, pp.51-83.
- \_\_\_\_\_. A reprodução da cidade como “negócio”. CARLOS, A.F.A. e CARRERAS, C. (orgs.) **Urbanização e Mundialização.** São Paulo: Contexto, 2005, pp.29-37.
- CASTILLO, R. e SILVA, A.M.B. Dinâmicas atuais da metrópole paulista: a promoção imobiliária para empresas. **Boletim de Geografia:** Maringá, 19(1), 2001, pp.59-70
- CRUZ, R.C.A. Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo. In: CARLOS, A.F.A. & OLIVEIRA, A.U. (orgs.) **Geografias das metrópoles.** São Paulo, Ed. Contexto, 2006, pp. 201-212.
- FERREIRA, J.S.W. **São Paulo: o mito da cidade global.** São Paulo: Fauusp, 2003. Tese (doutorado em arquitetura e urbanismo) FAUUSP, 2003, 323p.
- HARVEY, D. **Condição Pós Moderna.** Rio de Janeiro: Ed. Loyola, 1992.
- \_\_\_\_\_. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. **Espaço e Debates.** São Paulo, n.39, 1996, pp. 48-64.
- \_\_\_\_\_. **A produção capitalista do espaço.** São Paulo: Annablume, 2005.
- LEFEBVRE, H. **A reprodução das relações de produção.** Porto: Escorpião, 1973.
- PROSÉRPPIO, R. **O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil: 1994-2003.** 2004, 150f. Tese (Doutorado em Comunicações). ECA – USP, São Paulo, 2003
- ROLNIK, R. **São Paulo.** São Paulo: Publifolha, 2000.
- SANTOS, M. **Metrópole Corporativa e fragmentada.** São Paulo: Hucitec, 1990. Hucitec, 1994, 153p.
- SASSEN S. **The Global City: New York, London , Tokio.** New Jersey: Princeton University, 1988.
- SILVA, A.M.B. **A Contemporaneidade em São Paulo: produção de informações e o novo uso do território brasileiro.** São Paulo: FFLCH/USP, 2001. Tese (doutorado em geografia) FFLCH/USP, 2001, 283p.
- SILVA, C.H.C. As cidades mundiais na contemporaneidade. **Geosul.** Florianópolis: UFSC, v.20, n.39, jan/jun. 2005, pp.7-28.



SOJA, E. **Geografias Pós-Modernas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

SPTURIS. Relatório da pesquisa sobre a percepção da imagem da cidade de São Paulo como destino turístico de negócios. Disponível em:

[http://www.cidadedesaopaulo.com/pesquisa/pdf/rel\\_turismo\\_de\\_negocios.pdf](http://www.cidadedesaopaulo.com/pesquisa/pdf/rel_turismo_de_negocios.pdf). Acessado em: 10/07/2007.

TOURINHO, A. O. Centro e centralidade: uma questão recente. In: CARLOS, A. F. A. & OLIVEIRA, A. U. (orgs.) **Geografias das metrópoles**. São Paulo, Ed. Contexto, 2005, pp. 277-300.