



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

*Destaque na página principal*



**Organizadores da Hotel & Food Nordeste (HFN) recebem homenagem**

## *Organizadores da Hotel & Food Nordeste (HFN) recebem homenagem*



Os veículos de comunicação ligados ao mercado hoteleiro prestaram uma homenagem aos organizadores da Hotel & Food Nordeste (HFN), feira realizada entre os dias 06 e 08 de novembro, no Centro de Convenções de Pernambuco. Os diretores Tatiana Menezes, Carol Baia e Rodrigo da Fonte foram presenteados com a escultura "O ovo" do artista pernambucano Francisco Brennand, que representa a imortalidade, pelos hotelnews, e também pelos veículos Hotelier News, Hotelaria e Guia GPHR.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Em sua segunda edição, a feira superou os números alcançados no ano passado com uma marca de mais de 11 mil visitantes já no segundo dia de evento. Diretora da hotelnews, Alessandra Leite, destacou a importância desse formato de feira para região Nordeste. “O Nordeste é bem carente de informação, de ter contato com os expositores e fornecedores. É muito válido ter uma feira como essa.” E complementou: “O legal é investir ainda mais para trazer o público fora de Pernambuco”.

Tatiana Menezes, uma das organizadoras da HFN, destacou a parceria como fator responsável pelo sucesso da feira. “É um reconhecimento de um trabalho em conjunto. A gente gosta de compartilhar com pessoas que tenham um conteúdo daquele projeto que a gente está fazendo. E o nosso negócio é fazer feira. Acho que é o grande x da questão do sucesso é que quando você compartilha, você soma para multiplicar”, afirmou.

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10109](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10109)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

## *HFN - Harus comemora 20 % de crescimento em 2019*



Com estande na Hotel & Food Nordeste (HFN), realizada entre os dias 06 a 08 de novembro, no Centro de Convenções de Pernambuco, a Harus Soluções em Hospitalidade fecha o ano de 2019 com 20% de crescimento. Líder no mercado de amenities, a Harus atribui o resultado à abertura de mercado através da captação de novos clientes, entre eles a Rede Ibis, segundo informação do diretor comercial Luiz Magrin.

Além do balanço positivo deste ano, a Harus também faz uma prospecção positiva para 2020. “A expectativa é excelente. A economia melhorou, o mercado reagiu, novos hotéis e redes estão chegando”, comemora Magrin. A comemoração antecipada se justifica com a entrada de duas novas redes e o lançamento de novos produtos na linha de amenities para hotelaria. As novidades, entretanto, não foram reveladas pelo diretor comercial, que faz



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

suspense. “Vamos vir com novidades na linha de hotelaria do Boticário”, disfarça Luiz Magrin.

Outro aspecto destacado pelo diretor comercial da Harus foi o início das exportações. A empresa já está marcando presença no mercado em cinco países, são eles: Paraguai, Colômbia, Chile, Uruguai e Estados Unidos. Inclusive, a nova linha altamente premium da Costa Brasil foi lançada em território americano e chega ao Brasil no próximo ano. “Quando a empresa chega em um determinado nível é desafiador manter o crescimento, por isso a exportação surge como um caminho”, justifica.

### **NOVIDADES**

Mesmo com mais de 20 anos de atuação no mercado, a Harus segue buscando a evolução e inovação de produtos. Entre as novidades apresentadas na HFN estão dois novos modelos de dispenser, lançados em setembro. O equipamento, que permite o reenvase - desde que seja para o mesmo lote e data de fabricação -, também está sendo comercializado em regime de comodato. “A aceitação está muito boa”, comemora Luiz Magrin. Quem visitou o stand de cerca de 100 metros quadrados da Harus na HFN 2019 também pode conferir a linha de alimentos, preservativos Sex Free, entre outras soluções.

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10107](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10107)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

*Destaque na página principal*



**HFN - Neivia Justa afirma que a diversidade e inovação são fundamentais para setor hoteleiro**

*HFN - Neivia Justa afirma que a diversidade e inovação são fundamentais para setor hoteleiro*



A última convidada do ciclo de palestras no espaço HotelCor Talks by Colortel, Neivia Justa, levou o público presente a reflexão sobre o lugar da diversidade e inovação no setor hoteleiro. O bate-papo aconteceu nesta sexta-feira (08), na



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Hotel & Food Nordeste, no Centro de Convenções de Pernambuco. Os debates na feira de alimentação fora do lar aconteceram ao longo de três com curadoria da hotelnews. Executiva sênior de Comunicação, Cultura, Diversidade e Inclusão, Neivia Justa mostrou a mudança no comportamento das pessoas na utilização das redes sociais entre os anos de 2018 e 2019. Ao citar como exemplo do instagram e seu crescimento exponencial no último ano, a especialista destacou a importância da presença nas redes. “Você não pode estar de fora da rede social, dos aplicativos em celular e da internet porque é lá onde estão acontecendo as melhores recomendações. O boca a boca de um a um é muito mais potencializado na rede social”, garantiu.

Criadora da #justacausa e dos movimentos #ondeestãoasmulheres e #aquietãoasmulheres, Neivia Justa destacou a mudança de hábitos dos hóspedes com o surgimento, por exemplo, do Airbnb. Exatamente por isso, na ótica da especialista, é preciso voltar atenções para a mudança de comportamento e não para o concorrente. “Os inovadores não serão, necessariamente, seus concorrentes diretos. Quem vai quebrar o seu modelo de negócio talvez seja alguém que não existe ainda, e são pessoas que estão olhando para a mudança de comportamento e vão oferecer soluções para elas”, ressaltou.

A palestrante também chamou a atenção para a necessidade da personalização da experiência. “É preciso tratar cada cliente como único que eles são”, afirmou Neivia. Para tanto, a utilização da inovação é indispensável. Como exemplo, citou o NETFLIX, que sugere filmes de acordo com o perfil de cada



usuário; e a Disney e sua pulseira digital que, na verdade, mapeia todos os hábitos dos frequentadores do parque. Informações que serão utilizadas pela Disney para continuar superando as expectativa de experiência dos seus visitantes. "Personalizar requer pessoas, empatia e tecnologia. Mas tecnologia é meio, antes vem as pessoas e a capacidade de entender como elas se sentem", arrematou.

No quesito diversidade, Neivia desafiou os empresários a "saírem da bolha" e buscarem a diversidade assumindo seu papel na melhoria da sociedade e inclusão das pessoas.

"Precisamos fazer esse exercício voluntário e programado de sair da nossa bolha. Não há diversidade nas afinidades", frisou. A bandeira defendida pela mentora traz um grande resultado. "A diversidade gera inovação, e a inovação gera um futuro sustentável", garante.

Justa destacou ainda as habilidades do futuro (2020) para os líderes conscientes segundo publicação do World Economic Forum. "As habilidades do futuro são todas humanas, não tem tecnologia", ponderou. A lista de habilidades contempla: solução de problemas complexos, pensamento crítico, criatividade, gestão de pessoas, empatia com os outros, inteligência emocional, bom senso e tomada de decisão, orientação para serviços, negociação e flexibilidade cognitiva. "A gente precisa dessa capacidade de aprender, desaprender e reaprender o tempo todo para continuar sendo competitivo nesse mundo novo", concluiu.

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10111](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10111)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**



**HFN 2019 - Como a hotelaria pode se beneficiar dos influenciadores digitais?**

## *HFN 2019 - Como a hotelaria pode se beneficiar dos influenciadores digitais?*



A utilização os influenciadores digitais para alavancar a comunicação de hotéis foi a temática da palestra ministrada pelo diretor da B4Tcomm, Alberto G. Martins, no segundo dia de trabalhos no espaço HotelCor Talks by Colortel na HFN (Hotel & Food Nordeste). Com a expertise de 15 anos de atuação na hotelaria e turismo somado a atuação desde 2012 com



influenciadores digitais, Martins revelou como a rede hoteleira pode se beneficiar desses profissionais. O bate-papo aconteceu nesta quinta (07), no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda (PE).

Ao salientar que construir uma reputação e obter resultados leva tempo, Martins defendeu um plano de comunicação sistemático pensado para o médio e longo prazo. “Muitas vezes a gente tem pressa pelo resultado e quer que ele aconteça imediatamente. A questão é que, muitas vezes, uma campanha que um blogueiro lança hoje vai começar a gerar vendas efetivas dentro de quatro a cinco meses”.

Alberto também frisa que cada campanha deve ser realizada levando em consideração o objetivo da rede hoteleira, seja ela: aparição da marca (brand awareness), geração de leads, engajamento ou vendas efetivas. Para cada uma dessas ações é possível medir o resultado através de métricas, entre elas a observação visitantes e pageviews; taxa de conversão e custo por lead; comentários, interações e menções nas redes sociais; além de vendas online e ticket médio.

O especialista também destaca a importância da qualidade da informação, que precisa ser completa para garantir mais engajamento e compartilhamento. “As pessoas acreditam nesse tipo de conteúdo, afirma. Além disso, Alberto G. Martins ressaltou que a utilização das redes sociais não dispensa o uso dos outros canais e que o mesmo plano de comunicação não serve para duas empresas. “A comunicação tem que ser assertiva”, pondera.

O diretor da B4Tcomm também reforça que os hoteleiros não podem esquecer dos nanos e microinfluenciadores. “Todo mundo hoje quer aquele influenciador que tem um milhão de seguidores, mas não vai ser esse mega influenciador que vai gerar conversão de vendas para o seu hotel. Quem vai fazer isso é o nano e microinfluenciador que tem os seguidores mais engajados. A gente precisa entender que quantidade, em influência digital, não é qualidade”, cravou.

Outro ponto destacado pelo especialista é o papel dos clientes como influenciadores digitais. Martins salienta que grande parte dos hotéis não dá visibilidade às suas redes sociais para os hóspedes. “Estimular que o cliente interaja no momento em que ele está no seu hotel é o seu melhor cartão de visita dentro da empresa digital. A gente precisa estimular essa relação”, defendeu. Apesar do crescimento exponencial das redes sociais, Alberto G.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Martins adverte que ela não é a única solução. "É indispensável contar com uma equipe competente, treinada e imparcial."

### **COMO ESCOLHER O INFLUENCIADOR**

O fundador da B4Tcomm, que foi criada em 2007, Alberto G. Martins ressalta que é preciso escolher um profissional que se identifique com a marca uma vez que há influenciadores para os mais variados segmentos de hospedagem - petfriendly, econômica, em casal, em família, esportiva. "A gente precisa entender quem são eles (influenciadores) e se eles têm haver com a nossa marca." E complementa: "O nicho de atuação é muito importante. Nem sempre o influenciador que você conhece é o influenciador que você precisa ter no seu hotel", adverte ao reforçar a importância do nicho de mercado e geolocalização desse profissional.

Com 60% de clientela proveniente da hotelaria e uma média mensal de 25 pedidos de "parcerias" com influenciadores, o diretor da B4Tcomm ressalta também que é preciso estudar quem é esse profissional antes de propor ou aceitar parcerias, e até mesmo fazer investimentos. "Todo posicionamento desse influenciador tem que ser estudado e entendido antes da gente trazê-lo para dentro do nosso empreendimento".

*Por Angélica Renepont.*

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10103](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10103)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

*Destaque na página principal*



HFN 2019 - A evolução do marketing na hotelaria

## *HFN 2019 - A evolução do marketing na hotelaria*



Em seu segundo dia de participação no espaço HotelCor Talks by Colortel na HFN (Hotel & Food Nordeste), a mentora em hospitalidade Aline Silva apresentou os avanços do marketing para o setor hoteleiro. A palestra aconteceu nesta quinta (07), no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda (PE). O evento, que tem curadoria da hotelnews, segue até sexta-feira (08).



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Trazendo como abordagem a evolução do marketing ao longo do tempo e a necessidade de acompanhar essa evolução para traduzi-la na atividade de negócio, Aline Silva defendeu que é preciso entender as mudanças e identificar como elas estão impactando para continuar existindo como negócio. “O marketing está passando de um posicionamento vertical, para um totalmente horizontal onde você trabalha diversos atributos que nos obrigam a repensar e rever as nossas certezas”, afirma.

Para tanto, Aline Silva propôs uma nova abordagem para o segmento: os 6 “E” do marketing - escuta (avaliações e leituras das redes sociais), engaja (conversa com os seguidores), explora (busca referências em outros mercados), encanta (cria experiências com os sentidos), estuda (busca conhecimento fora da zona de conforto) e educa (abraça causas, é inclusivo, responsável e entrega conteúdo). Além dessa nova abordagem, Aline defende que é preciso produzir um bom conteúdo e ressalta a importância de estar antenado às tendências e o surgimento das novas tribos. A especialista destaca três grupos, fonte de pesquisa realizada pela Revista Exame em 2018. São eles: mulheres, jovens e nativos digitais. “Você tem que ver se toda a sua comunicação está criando vínculos e engajando o estilo de vida dessas pessoas”, pondera.

Aline conclui sua palestra destacando o valor da produção de um bom storytelling (termo em inglês que significa a arte de contar história) como uma poderosa ferramenta de marketing. “O objetivo principal é fazer com que as pessoas se identifiquem com essas histórias e criem vínculos afetivos com a marca”. Como exemplo, apresentou o resultado do trabalho desenvolvido pela Fazenda Catuçaba.

*Por Angélica Renepont.*

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10102](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10102)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)

HFN - Katia Patriota defende investimento no marketing de experiência  
em: notícias

## *HFN - Katia Patriota defende investimento no marketing de experiência*



Pós-graduada em Antropologia Social, além de professora de mestrado e doutorado em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Katia Patriota apresentou a palestra: “Entenda como fidelizar e rentabilizar a marca de seu hotel e restaurante”, no último da Hotel & Food Nordeste (HFN). A feira de alimentação fora do lar aconteceu entre os dias 06 e 08 de novembro, no Centro de Convenções de Pernambuco. As temáticas foram debatidas no espaço HotelCor Talks by Colortel, com curadoria da hotelnews.

Ao traçar uma linha do tempo do marketing tradicional e suas fragilidades acentuadas ao longo do tempo diante do novo perfil do consumidor, Katia Patriota defendeu o investimento no marketing de experiência com entrega da afetividade como novo caminho. Na ótica da especialista, a publicidade vive uma crise de plausibilidade, onde as pessoas confiam mais no que outras pessoas dizem sobre a marca, do que no que publicidade retrata. “O novo marketing ancora seu modo de atuação numa outra perspectiva”, frisou.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Na visão da especialista, existem três níveis de experiência: a entrega da promessa (necessidade), a construção da lealdade genuína (expectativas da relação) e o estímulo do desejo (percepções). E que, diante disso, é preciso ter atenção ao “hiato” existente entre a expectativa e a realidade. “Nós precisamos, de forma urgente, mudar o foco do produto ou serviço, valorizar emoções e sensações, ofertar experiências únicas no sentido mais absoluto, criar elos emocionais entre o consumidor e a marca, e nos descolar da qualidade de preço porque a qualidade transcende essa dimensão”, pondera.

Ao destacar três exemplos emblemáticos de feedback negativo em das redes hoteleira e de alimentação envolvendo o Brasil Restaurante Week, Groupon e Peixe Urbano, Kátia desafiou os empresários presentes a ter atenção com o lugar do afeto nos seus empreendimentos. “As pessoas buscam referências, querem ser felizes e procuram experiências. E paixão é uma métrica que se renova a cada dia”, salientou. Segundo a especialista, esse novo modelo de marketing garante o retorno com a economia da recomendação e a fidelização do cliente.

Mas como colocar em prática o marketing de experiência? A professora apresentou o passo a passo: decidir investir, metrificar o processo e mapear a jornada dos clientes, planejar, além de interagir sempre e transmitir confiança. Hoje customização (serviços e produtos) não é opcional, é obrigatório porque as pessoas não querem ser mais um, elas querem ser bem tratadas, e viver experiências únicas e memoráveis”, pondera. “São apenas algumas dicas para começarmos a adentrar nessa perspectiva da experiência entendendo que ela uma relação que você estabelece com seu cliente e ela pode trazer para você muitos frutos”, afirmou.

*Por Angélica Renepont.*

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10110](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10110)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**

HFN - Glasart marca presença na HFN 2019  
em: notícias

## *HFN - Glasart marca presença na HFN 2019*

Desde de 2012 sem participação em feiras na região Nordeste, a Glasart - fabricante exclusivo do Vidro Termoelétrico, marcou presença na 2ª edição da Hotel & Food Nordeste (HFN), realizada entre os dias 06 e 08 de novembro. No stand de 25 m<sup>2</sup> montado no pavilhão do Centro de Convenções de Pernambuco, a empresa disponibilizou produtos ligados ao mercado hoteleiro, e também as aos setores de panificação e restaurante. Entre os produtos, o carro-chefe da empresa - o Vidro Termoelétrico-, balcões e luminárias.

Sócio-fundador da Glasart, Alexis Facchina esteve presente na HFN e avaliou a feira como positiva. "Gostei da visitação, estamos conseguindo fechar leads para o futuro e também negócios", comemora. Facchina adiantou, inclusive, que muito provável a participação da empresa na HFN 2020. "O fator de vir para o Nordeste é positivo porque abrange um outro mercado, o aumento é mais específico quando você aumenta sua visibilidade em uma outra região", justifica.

Fechando 2019 com 10% de crescimento, a Glasart também tem expectativa positiva para 2020. "Nós queremos crescer 15% no próximo ano. Acreditamos que podemos crescer não apenas pelo mercado, mas pela transformação interna. O setor hoteleiro mostra uma certa pujança, está crescendo e investindo, inclusive, aumentaram os negócios agora no 2º semestre de 2019. Então, estamos vendo não apenas o crescimento com o setor hoteleiro, mas também muitos negócios com buffet para padarias e supermercados", afirma.

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10108](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10108)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

HFN – Abertura contou com presença de parceiros, trade turístico e expositores  
em: notícias

## *HFN – Abertura contou com presença de parceiros, trade turístico e expositores*



Na noite do primeiro dia de evento da HFN – Hotel & Food Nordeste, a solenidade de abertura contou com a presença dos diretores da feira, patrocinadores, expositores, trade turístico e público no geral. O evento foi muito prestigiado e lotou o auditório do Gourmet Experience nesta quarta-feira (6).

Os diretores da HFN, Tatiana Menezes, Carol Baía e Rodrigo da Fonte, destacaram o cuidado da Insight Feiras & Negócios no processo de organização do evento: “nós da Insight Feiras & Negócios, com o apoio dos nossos parceiros, ficamos atentos aos mínimos detalhes, desde a infraestrutura até a programação da feira. É tudo milimetricamente planejado e pensado para que essa experiência possa acontecer e gerar muitos negócios.”

O presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), Alexandre Sampaio, enfatizou a importância de eventos voltados à hotelaria e à gastronomia, especialmente, nas regiões Norte e Nordeste. Para ele, “a feira cresceu muito e está se profissionalizando ano após ano. Acho muito importante essa abrangência regional voltada ao setor hoteleiro e gastronômico”, sinalizando o apoio para 2020.

Já o presidente da Abrasel em Pernambuco, André Araújo, falou sobre como o evento enfatiza a incorporação das tecnologias à rotina de restaurantes e hotéis. “A gente rompe os modelos tradicionais. A feira trata do hoje, mas com o olhar no amanhã. A tecnologia vem com tudo e temos que saber aproveitar da melhor maneira.”



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

O representante da Prefeitura do Recife, Mustafá Magalhães, destacou a relevância de eventos como a HFN para o crescimento do turismo na cidade: "Recife recebe de braços abertos, como Capital da Criatividade esse evento que engradece o poder turístico da nossa cidade. Nós apoiamos muito o setor e temos ótimas expectativas para 2020."

No encerramento da solenidade, houve um momento de muita emoção com homenagem aos parceiros e apoiadores da HFN.

A HFN está em sua segunda edição e é realizada pela Insight Feiras & Negócios com a Abrasel em Pernambuco e a ABIH-PE com patrocínio ouro da CNC, patrocínio Prata do Banco do Nordeste, patrocínio bronze da Prefeitura do Recife e patrocínio apoio do PagSeguro, além de apoio institucional do Sebrae e do Governo de Pernambuco. A feira contempla os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares.

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10099](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10099)

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotel News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

HFN 2019 - Aline Silva defende o foco nas pessoas para  
uma hotelaria inteligente

em: notícias

## *HFN 2019 - Aline Silva defende o foco nas pessoas para uma hotelaria inteligente*

Mentora em hospitalidade abriu os trabalhos no espaço HotelCor Talks by Colortel



A hotelaria inteligente foi o tema da palestra de abertura no espaço HotelCor Talks by Colortel na HFN (Hotel & Food Nordeste) que teve início nesta quarta-feira (06/11), no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda (PE). A palestrante, Aline Silva, mentora em hospitalidade, trouxe como temática: "Hotelaria Inteligente: quem são os novos protagonistas da hospitalidade e como fazer uso da inteligência artificial do Small Data e do Design de Serviços." O evento, que tem curadoria da hotelnews, segue até a próxima sexta-feira (08).



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Em suas palavras iniciais, Aline Silva explicou que a Inteligência Artificial já faz parte da vida das pessoas e mudou totalmente a forma de consumo de produtos, serviços e experiências, além de ter transformado a relação entre cliente e empresas. "A inteligência artificial não está ali para complicar, senão para nos ajudar a otimizar processos e agilizar o tempo de espera, além disso ela gera informações e dados", explica.

Apesar das vantagens da Inteligência Artificial, a especialista levou o público a refletir sobre a necessidade da convergência entre a ação humana e dos robôs. "Será que o hóspede do futuro quer interagir com robôs?", questionou. Para embasar seu questionamento a palestrante citou pesquisa recente divulgada pela Deloitte, onde 45% dos entrevistados afirmaram não fazer distinção se eram atendidos por pessoas ou máquinas. Resultado que, na visão de Aline, gera a necessidade da personalização da experiência através da estratégia de pesquisa por Small Data (pesquisa de campo corpo a corpo).

"O Small Data vem para ajudar a personalizar a experiência. A camareira, por exemplo, é o maior potencial que um hotel tem porque é quem está na ponta da entrega", pondera Aline. Ao destacar o modelo aplicado na Disney, onde o pós-venda é tão importante quanto o período de estadia no parque, a mentora reforçou também a importância do pós-experiência. "Personalizem esse contato do pós-venda porque a gente olha para as pessoas hoje como se elas fossem uma transação financeira que vai ajudar a gente a cobrir os custos e pagar as contas no final do mês", advertiu. Durante sua palestra, a especialista também evidenciou os quatro pilares fundamentais para repensar a hotelaria de um jeito diferente. São eles: estar atento às tendências, conhecer o mercado, atualizar os processos e empoderar as pessoas. Na avaliação de Aline, o mercado hoteleiro vive um momento de transição da compra de experiência para compra de valor e, diante disso, é preciso ter atenção aos novos valores da sociedade - ego, vínculo, tempo e espaço-, e atendê-los. "Qual o tom de voz que gera vínculo e trago afeto para minha comunicação?", questionou. E complementou: "Se você entrega experiências relevantes não vou buscar outro lugar para ficar. Você tem que ser capaz de se melhorar a cada dia, e não ver se o vizinho está fazendo melhor ou não do que você para tentar melhorar", defende a especialista.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Na visão de Aline, o setor hoteleiro vivencia a era do protagonismo. e isso representa estar na vanguarda. "É questionar o status quo e fazer diferente. É criar uma visão inspiradora e ser autêntico", frisou. Para exemplificar, Aline elencou algumas experiências bem sucedidas no mundo, à exemplo do Good Hotel, Mama Shelter, Casa Bonay, Lokal Hotel e Uxua, propriedades que têm observado o estilo de vida das pessoas e buscado se aproximar cada vez mais desse perfil.

A especialista finalizou sua palestra destacando que hotelaria inteligente não significa pagar caro por sistemas de reservas, ter totem na recepção para fazer check in e check out , ou ter uma central eletrônica de atendimento, mas sim ter o entendimento de que o poder estar em causar impacto nas pessoas. "Máquinas e sistemas não têm empatia", afirmou. Para tanto, segundo Aline é necessário humanizar a comunicação, treinar e empoderar as pessoas que fazem parte da equipe.

*Por Angélica Renepont.*

[http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req\\_url=006&id\\_noticia=10096](http://www.revistahotelnews.com.br/portal/noticia.php?req_url=006&id_noticia=10096)

<b>VEÍCULO:</b>	Site Infood Service-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

## Destaque na página principal

NOTÍCIAS



### HFN – Abertura contou com presença de parceiros, trade turístico e...

8 de novembro de 2019

Na noite do primeiro dia de evento da HFN – Hotel & Food Nordeste, a solenidade de abertura contou com a presença dos diretores...

HFN – Abertura contou com presença de parceiros,  
trade turístico e expositores

By

**Redação Food Service News**

-

8 de novembro de 2019



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



*Na noite do primeiro dia de evento da HFN – Hotel & Food Nordeste, a solenidade de abertura contou com a presença dos diretores da feira, patrocinadores, expositores, trade turístico e público no geral. O evento foi muito prestigiado e lotou o auditório do Gourmet Experience nesta quarta-feira (6).*

Os diretores da HFN, Tatiana Menezes, Carol Baía e Rodrigo da Fonte, destacaram o cuidado da Insight Feiras & Negócios no processo de organização do evento: “nós da Insight Feiras & Negócios, com o apoio dos nossos parceiros, ficamos atentos aos mínimos detalhes, desde a infraestrutura até a programação da feira. É tudo milimetricamente planejado e pensado para que essa experiência possa acontecer e gerar muitos negócios.”

O presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), Alexandre Sampaio, enfatizou a importância de eventos voltados à hotelaria e à gastronomia, especialmente, nas regiões



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Norte e Nordeste. Para ele, “a feira cresceu muito e está se profissionalizando ano após ano. Acho muito importante essa abrangência regional voltada ao setor hoteleiro e gastronômico”, sinalizando o apoio para 2020.

Já o presidente da Abrasel em Pernambuco, André Araújo, falou sobre como o evento enfatiza a incorporação das tecnologias à rotina de restaurantes e hotéis. “A gente rompe os modelos tradicionais. A feira trata do hoje, mas com o olhar no amanhã. A tecnologia vem com tudo e temos que saber aproveitar da melhor maneira.”

O representante da Prefeitura do Recife, Mustafá Magalhães, destacou a relevância de eventos como a HFN para o crescimento do turismo na cidade: “Recife recebe de braços abertos, como Capital da Criatividade esse evento que engrandece o poder turístico da nossa cidade. Nós apoiamos muito o setor e temos ótimas expectativas para 2020.”

No encerramento da solenidade, houve um momento de muita emoção com homenagem aos parceiros e apoiadores da HFN.

A HFN está em sua segunda edição e é realizada pela Insight Feiras & Negócios com a Abrasel em Pernambuco e a ABIH-PE com patrocínio ouro da CNC, patrocínio Prata do Banco do Nordeste, patrocínio



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

bronze da Prefeitura do Recife e patrocínio apoio do PagSeguro, além de apoio institucional do Sebrae e do Governo de Pernambuco. A feira contempla os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares.

[www.hfne.com.br](http://www.hfne.com.br)

***Homenageados:***

CNC – Alexandre Sampaio

Prefeitura do Recife – Ana Paula Vilaça

ABIH-PE – Eduardo Cavalcanti

HôtelierNews – Peter Kutuchian

Pizza Maker & Down – Chef Eriene Monteiro

Sebrae-PE – Alexandre Alves

MVarandas – Marcos



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

HotelCor – Luciana Raposo

Hotelnews – Alessandra Leite

Ascape – Gabriel

Padaria do Amanhã – Dani Figueirôa

Padeirão – Fred

Cozinha Empreendedora – Mauro Camargo

Confeitar – Anna Corinna

Abrasel-PE – André Araújo

Secretaria de Turismo – Rodrigo Novaes

**Fonte:** Solar da Comunicação – Joyce Santos, Julia Rodrigues, Rachel Motta e Sildelane Marques

<https://www.foodservicenews.com.br/abertura-hfn-2019/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotelaria-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

## HFN Abertura contou com presença de parceiros, trade turístico e expositores

**Por:** Redação Hotelaria - 07/11/2019

> Na noite do primeiro dia de evento da HFN ? Hotel & Food Nordeste, a solenidade de abertura contou com a presença dos diretores da feira, patrocinadores, expositores, trade turístico e público no geral. O evento foi muito prestigiado e lotou o auditório do Gourmet Experience nesta quarta-feira (6). >> Os diretores da HFN, Tatiana Menezes, Carol Baía e Rodrigo da Fonte, destacaram o cuidado da Insight Feiras & Negócios no processo de organização do evento: "nós da Insight Feiras & Negócios, com o apoio dos nossos parceiros, ficamos atentos aos mínimos detalhes, desde a infraestrutura até a programação da feira. É tudo milimetricamente planejado e pensado para que essa experiência possa acontecer e gerar muitos negócios." >> O presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), Alexandre Sampaio, enfatizou a importância de eventos voltados à hotelaria e à gastronomia, especialmente, nas regiões Norte e Nordeste. Para ele, "a feira cresceu muito e está se profissionalizando ano após ano. Acho muito importante essa abrangência regional voltada ao setor hoteleiro e gastronômico", sinalizando o apoio para 2020. >> Já o presidente da Abrasel em Pernambuco, André Araújo, falou sobre como o evento enfatiza a incorporação das tecnologias à rotina de restaurantes e hotéis. "A gente rompe os modelos tradicionais. A feira trata do hoje, mas com o olhar no amanhã. A tecnologia vem com tudo e temos que saber aproveitar da melhor maneira." >> O representante da Prefeitura do Recife, Mustafá Magalhães, destacou a relevância de eventos como a HFN para o crescimento do turismo na cidade: "Recife recebe de braços abertos, como Capital da Criatividade esse evento que engrandece o poder turístico da nossa cidade. Nós apoiamos muito o setor e temos ótimas expectativas para 2020." >> No encerramento da solenidade, houve um momento de muita emoção com homenagem aos parceiros e apoiadores da HFN. >> A HFN está em sua segunda edição e é realizada pela Insight Feiras & Negócios com a Abrasel em Pernambuco e a ABIH-PE com patrocínio ouro da CNC, patrocínio Prata do Banco do Nordeste, patrocínio bronze da Prefeitura do Recife e patrocínio apoio do PagSeguro, além de apoio institucional do Sebrae e do Governo de



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Pernambuco. A feira contempla os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares. >> [www.hfne.com.br](http://www.hfne.com.br) >> Homenageados: >> CNC ? Alexandre Sampaio >> Prefeitura do Recife ? Ana Paula Vilaça >> ABIH-PE ? Eduardo Cavalcanti >> HôtelierNews ? Peter Kutuchian >> Pizza Maker & Down ? Chef Erilene Monteiro >> Sebrae-PE ? Alexandre Alves >> MVarandas ? Marcos >> HotelCor ? Luciana Raposo >> Hotelnews ? Alessandra Leite >> Ascape ? Gabriel >> Padaria do Amanhã ? Dani Figueirôa >> Padeirão ? Fred >> Cozinha Empreendedora ? Mauro Camargo >> Confeitar ? Anna Corinna >> Abrasel-PE ? André Araújo >> Secretaria de Turismo ? Rodrigo Novaes >> crédito: Lumos

<http://www.revistahotelaria.com.br/dados/materia/HFN-Abertura-contou-com-presenca-de-parceiros,-trade-turistico-e-expositores/6653>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Fácil-PE
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



## Cerveja artesanal no mercado food-service

Fernando Lagreca 05:09 Geral , Política



O diretor regional da ABF (Associação Brasileira de Franquias) e sócio-diretor da MBF, Leonardo Lamartine, participou como moderador dos debates e palestras na Feira HFN - Hotel & Food Nordeste. As palestras foram ministradas pelos diretores Cesar Lima (Help – aceleradora de negócios em food service), Marcelo Quaresma (Rappi), Marcos Varandas (MVaranda – empresa de software) e Mário Jorge Carvalheira (McDonalds).



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

No evento, Lamartine também apresentou a MBF, empresa que atua no segmento de consultoria, com posicionamento em negócios como implantação de microcervejarias, por meio do mercado de cerveja artesanal.

“Um dos pontos de destaque de atuação da MBF é o modelo para bares e restaurantes. Por meio da MBF, qualquer bar ou restaurante passa a ter a possibilidade de fabricar e vender sua própria cerveja, de maneira fácil e simples, aumentando sua margem de lucro, além de contar com um produto com uma qualidade espetacular. É a democracia da cerveja”, aponta Leonardo Lamartine.

A Feira HFN acontece de 06 a 08 de novembro, no Centro de Convenções de Pernambuco e conta com o apoio do Banco do Nordeste para oferta de crédito ao setor. Em 2018, o BNB aplicou R\$ 733 milhões no segmento de alimentação fora do lar, somado aos investimentos realizados também na rede hoteleira. Em Pernambuco, foram investidos R\$ 41,1 milhões. Já em 2019, até o final de outubro, o BNB concedeu R\$ 408,1 milhões em crédito para os setores presentes na HFN, em toda sua área de atuação, que abrange os nove estados do Nordeste.

<http://www.revistafacil.net/2019/11/cerveja-artesanal-no-mercado-food.html>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Event Point International-Portugal
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

- A HFN – Hotel & Food Nordeste encerrou esta semana na cidade de Recife com a proposta de reunir os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares. No seu segundo ano, conseguiu mobilizar patrocinadores, expositores, trade turístico e público no geral.

<http://www.eventpointinternational.com/pt/item/33-mice-business-brasil/4161-guarulhos-destino-de-conexoes>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Tv Jornal
<b>EDITORIA:</b>	Programa Por dentro com Cardinot
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



Por Dentro com Cardinot 08/11/19 (Íntegra)

Curtir Comentar Compartilhar

TV Jornal

Seguir

44 3 compartilhamentos

<https://www.facebook.com/tvjournalsbt/videos/1056954694655744/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Empreendedoio
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



#Empreendedoio - Entrevista com Eduardo Salazar na HFN – Hotel & Food Nordeste

<https://www.youtube.com/watch?v=pcI-w8xYgJ0>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Empreendedoído
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



#Empreendedoído - Entrevista com Durval Cassettari na HFN – Hotel & Food Nordeste

<https://www.youtube.com/watch?v=nPCDoYcXsr8&pbjreload=10>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Empreendedoio
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



#Empreendedoio - Entrevista com Carol Baía, durante a HFN – Hotel & Food Nordeste

<https://www.youtube.com/watch?v=jmf7k0jy1ow&feature=youtu.be>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Minuto Turismo-PB
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

## Paraíba leva caravana de empresários para “Hotel & Food Nordeste”

Por

**Ana Célia Macêdo**

-

8 de novembro de 2019

0

140



Caravana

Paraíba 2º edição do Hotel & Food Nordeste 2019 / divulgacao

A 2º edição da Hotel & Food Nordeste, que reúne a cadeia produtiva de hospedagem e alimentação fora do lar da Região Nordeste, contou com a participação de 40 empresários da Paraíba, nesta quinta-feira (07). A Feira



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

começou na última quarta-feira dia (06) e segue até hoje (08) de novembro, no Centro de Convenções de Olinda, em Pernambuco. A caravana é uma iniciativa do Sebrae Paraíba em parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e com o Sindicato dos Hotéis Restaurantes Bares e Similares (SHRBS)

Para a gestora de Alimentação Fora do Lar do Sebrae, Alessandra Carvalho, participar da Hotel & Food Nordeste (HFN) e de outras feiras do setor, faz parte da busca por inovação e por novas tendências. “Há três anos o Sebrae desenvolve um projeto votado à alimentação fora do lar onde são disponibilizadas consultorias, capacitações, participações em eventos, exposições e congressos”, destacou Alessandra.

### **Ouçã Alessandra Carvalho**

Segundo a gestora de Turismo do Sebrae, Regina Amorim, a visita da caravana à Feira faz parte da abertura de entendimento do setor, na Paraíba, para as novas economias.

### **Ouçã Regina Amorim**

#### **Sobre a 2ª edição do Hotel & Food Nordeste 2019**

Com uma estrutura enxuta e funcional a HFN se consolida no mercado nordestino e abre espaço para os novos modelos de negócios. Estão presentes este ano fornecedores de ingredientes e insumos, suprimentos, A&B (alimentos e bebidas), equipamentos, softwares, mobiliário, cama, mesa e banho, traslado, entretenimento e mão-de-obra qualificada. Tendências,

lançamentos e *networking* também fazem parte da proposta, que objetiva a profissionalização dos setores por meio de palestras e *workshops* com especialistas do setor.

Participam:

-Gourmet Experience

Avalia e debate os principais assuntos sobre as operações de bares e restaurantes nos dias atuais, também

-Fórum de Hospedagem e Alimentação do Nordeste (FHAN)

-Pizza Maker & Down

Concurso de *Pizzaiolos* com a participação de profissionais e alunos com Síndrome de Down, com a Ilha de Bebidas, 20 fornecedores de cerveja artesanal e café especial

-Investe Turismo

Programa do Sebrae Nacional, Embratur e Ministério do Turismo (MTur) voltado a ampliação da comercialização e da competitividade das empresas e de seus produtos turísticos

-Startup HFN (Tecnologia Para Hospedagem e Alimentação Fora do Lar)

*Startups* apresentaram inovações, tecnologias, soluções inovadoras e conteúdo

-Hotel Cor (Sustentabilidade e Acessibilidade para o seu hotel)

A Feira ainda conta com um ambiente exclusivo que apresenta soluções, tecnologias, materiais e modelos de gestão com sustentabilidade e acessibilidade para o seu hotel, bar ou restaurante

-Café com Especialista

Área com cafés especiais onde acontecem concursos de baristas, TNT e workshops

-Padaria do Amanhã

A proposta desse espaço é mostrar o modelo de uma padaria do futuro onde se destacada as principais tendências do setor para contribuir com a atualização do mercado nordestino e gerar mais resultados e experiências presenciais pra os empresários da panificação.

-Cozinha Empreendedora

Projeto único que tem como tema, o empreendedorismo e técnicas de churrasco, com produtos que podem vir do campo até cortes de carnes diferenciadas.

-Confeitar

Workshop de confeitaria

Ana Célia Macêdo

<https://minutoturismo.com.br/2019/11/noticias/paraiba-leva-caravana-de-empresarios-para-hotel-food-nordeste/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Lazer e Turismo 2019
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



HFN HOTEL & FOOD NORDESTE 2019

4 visualizações · 9 de nov. de 2019

👍 0    🗨️ 0    ➦ COMPARTILHAR



**LAZER E TURISMO 2019**  
9 inscritos

<https://www.youtube.com/watch?v=HI1Nr2gY86o>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Lazer e Turismo 2019
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



HFN HOTEL & FOOD NORDESTE DE 2019

<https://www.youtube.com/watch?v=ugtm1zGMTS8>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotéis -SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal



### Hotel & Food Nordeste: Números parciais apontam crescimento do evento

Hugo Okada - 8 de novembro de 2019 às 18:14

Direto de Olinda (PE) - A 2ª edição da HFN - Hotel & Food Nordeste chega ao seu último dia no Centro de Convenções...

## Hotel & Food Nordeste: Números parciais apontam crescimento do evento

POR Hugo Okada - 8 de novembro de 2019 às 18:14 27 0



Tatiana Menezes, Rodrigo da Fonte e Carol Baía (Foto: Hugo Okada)

Direto de Olinda (PE) – A 2ª edição da **HFN – Hotel & Food Nordeste** chega ao seu último dia no Centro de Convenções de Pernambuco e os diretores do evento Tatiana Menezes, Carol Baía e Rodrigo da Fonte comentaram os resultados preliminares do evento.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Tatiana explicou: "A intenção esse ano foi focar em conteúdo. As pessoas esperam muita experiência, muito conteúdo e não somente diversidade de expositores. Nessa parte, tivemos doze eventos paralelos contando com a Ilha da Tecnologia. Chegamos no segundo dia do evento superando o número de visitantes do ano passado. O terceiro dia está sendo a consolidação dessa superação".

A Diretora também enfatizou a presença das caravanas, muitas vindas da própria região Nordeste. "Foram mais de 15 caravanas de todos os estados do Brasil, mas a maioria é oriunda do Nordeste. A maior foi a organizada pela FBHA – Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação, que trouxe ao evento cinquenta pessoas", afirmou.

Este ano a HFN otimizou todos os espaços disponíveis no Centro de Convenções de Pernambuco para a realização do evento. Segundo Tatiana, a setorização foi uma das demandas mais solicitada pelo público e pelos expositores que participaram da experiência na primeira edição, em 2018.

### **A 2ª HFN em números**

A expectativa dos diretores para a segunda edição era de uma visitação que superasse a marca de 11 mil pessoas. "Até ontem já batemos os três dias do ano passado. Este ano foram 250 expositores para 160 do ano passado. Isso representa um crescimento de 56% em relação ao ano passado. O impacto econômico é de R\$ 325 milhões para R\$ 250 milhões no ano passado. Em relação ao número de palestras, este ano foram 79 palestras. Este ano tivemos quatro projetos a mais do que o ano passado e essa é uma das missões da HFN, qualificar o público do evento", detalhou Tatiana.

### **Caravanas**

Tatiana Menezes enumerou as caravanas presentes este ano na HFN. "Vieram caravanas de João Pessoa, Rondônia, Natal, Aracaju, Petrolina, Serra Talhada, Garanhuns, Caruaru, além daqueles que se inscreveram aqui mesmo. O investimento total neste ano foi de R\$ 1,5 milhão. Imaginamos que a economia regional teve um impacto de R\$ 10 milhões com hotelaria, turismo, alimentação, traslados, entre outros", ressaltou a Diretora.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

## Expositores

A HFN este ano foi segmentada em Hotelaria, Alimentação e Panificação. "O projeto Confeitar está sendo trabalhado para 2020. Nossa expectativa de público para o ano que vem ainda é uma incógnita, precisamos fechar o número total para fazer uma previsão mais assertiva", informou Tatiana.



*O projeto Confeitar (Foto: Hugo Okada)*

Carol Baía, Diretora comercial, explicou que a planta de 2020 já está setorizada. "Panificação e hotelaria vai crescer muito. Temos empresas que visitaram a feira este ano e já querem expor. A Hotel Cor vai continuar com muito conteúdo em hospitalidade, mas a Padaria do Amanhã também deve continuar apresentando conteúdos para o segmento, afinal hospitalidade é um conceito amplo", analisou.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

## Feira virtual

Uma outra novidade para 2020 é a chegada da versão digital da feira, em parceria com a Trade Connect. "A feira estará na palma da mão. Todos os expositores estarão na feira virtual e isso é uma inovação mais que necessária para o progresso do evento", finalizou Carol.

Confira mais fotos do evento.



/wp-content/uploads/2019/11/HOTELCOR.jpg



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



A Padaria do Amanhã foi um dos destaques do evento (Foto: Hugo Okada)



Pães sortidos e como são fabricados foram tema do espaço (Foto: Hugo Okada)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Estande da PagSeguro (Foto: Hugo Okada)



Estande da Thonart (Foto: Hugo Okada)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



A TOTVS marcou presença na Ilha da Tecnologia (Foto: Hugo Okada)

<https://www.revistahoteis.com.br/hotel-food-nordeste-numeros-parciais-apontam-crescimento-do-evento/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotéis -SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	09.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal

Últimas Notícias



### Newhotel mostrou seu portfólio para os participantes da 2ª HFN

Hugo Okada - 9 de novembro de 2019 às 11:01

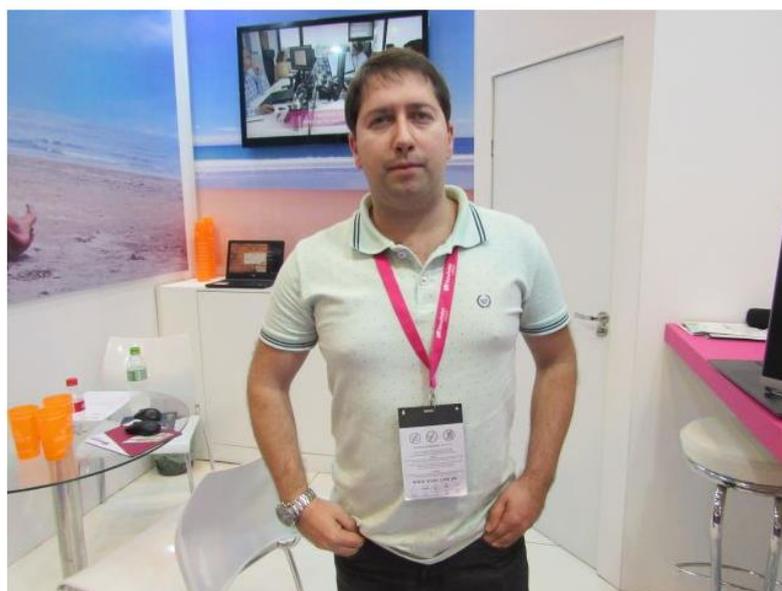
Direto de Olinda (PE) - A Newhotel também mostrou seu portfólio de soluções para hotéis na 2ª Hotel & Food Nordeste, no Centro de...

## Newhotel mostrou seu portfólio para os participantes da 2ª HFN

POR Hugo Okada - 9 de novembro de 2019 às 11:01

29

0



André Lefevre (Foto: Hugo Okada)

Direto de Olinda (PE) – A **Newhotel** também mostrou seu portfólio de soluções para hotéis na 2ª **Hotel & Food Nordeste**, no Centro de Convenções de Pernambuco.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

De acordo com o Consultor comercial da companhia, André Lefevre, “está para sair um protótipo do nosso sistema em HTML-5, além de um aplicativo por onde o hóspede poderá fazer solicitações durante a sua estadia, desde o momento do pré-check-in. Ele poderá, por meio do seu smartphone, contatar a equipe de camareiras, avisar sobre falta de amenities e outros itens sem a necessidade de baixar um aplicativo. Nessa solução ele também poderá acompanhar suas despesas durante a hospedagem”.

A Newhotel está na região Nordeste com mais de duzentos clientes. “Este ano tivemos a fusão com a Check-in Hotel, então estamos em processo interno de readequação, entendimento dos novos produtos que temos para comercializar no País. Nossa pretensão é iniciar o processo de consolidação com novas e grandes redes já com os produtos da Check-in, além de outros segmentos”, explicou Lefevre.

---

Para o executivo, o ano de 2019 foi marcado pelo foco em novos negócios. “Nosso foco está em negócios com maior consistência”, finalizou.

<https://www.revistahoteis.com.br/newhotel-mostrou-seu-portfolio-para-os-participantes-da-2a-hfn/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Hotéis -SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

### Destaque na página principal



## Webspot aposta no mercado nordestino em participação na 2ª HFN

Hugo Okada - 8 de novembro de 2019 às 19:52

0

Direto de Olinda (PE) - A 2ª Hotel & Food Nordeste segue até as 21h00 desta sexta-feira recebendo o público e exibindo soluções e...

# Webspot aposta no mercado nordestino em participação na 2ª HFN

POR Hugo Okada - 8 de novembro de 2019 às 19:52

25

0



Natalia Secioso (Foto: Hugo Okada)

Direto de Olinda (PE) – A 2ª **Hotel & Food Nordeste** segue até as 21h00 desta sexta-feira recebendo o público e exibindo soluções e novidades para os segmentos de hospitalidade, alimentação fora do lar e panificação.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

A **Webspot** é uma empresa carioca com mais de dez anos de atuação no mercado. Quem explicou os detalhes da sua participação no evento foi Natalia Secioso, do Departamento Comercial. “Nós viemos apresentar a nossa solução de hotspot com pesquisa de certificação, tudo integrado com o PMS. A solução atua em três áreas do hotel: conectividade, com qualidade e segurança, o operacional e o Marketing, com pesquisas integradas com o TripAdvisor”.

A Webspot possui uma presença consolidada no Nordeste. “Trata-se da nossa terceira melhor região em número de clientes. Tivemos um crescimento muito grande no Nordeste em 2019 e queremos superar essas metas em 2020”, afirmou.

A Webspot, que estreou no evento, aprovou a estrutura da HFN: “Avaliamos a nossa participação de forma bem positiva, gostamos da iniciativa da Ilha da Tecnologia e temos grandes chances de retornar no ano que vem”, revelou Natalia, ressaltando que a empresa dobrou o faturamento em 2019. “Acho que os hoteleiros voltaram a investir”, finalizou.

<https://www.revistahoteis.com.br/webspot-aposta-no-mercado-nordestino-em-participacao-na-2a-hfn/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Varejo Brasil-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal



**Expositores comemoram visibilidade gerada pela HFN – Hotel & Food Service a produtos e serviços**

BY VAREJO BRASIL / 8 DE NOVEMBRO DE 2019



BY VAREJO BRASIL / 8 DE NOVEMBRO DE 2019 / 120 / 0

**Expositores comemoram visibilidade gerada pela HFN – Hotel & Food Service a produtos e serviços**

A HFN – Hotel & Food Nordeste, que acontece até hoje (8) no Centro de Convenções de Pernambuco, tem mais de 250 marcas expositoras com produtos ...

READ MORE

## EXPOSITORES COMEMORAM VISIBILIDADE GERADA PELA HFN – HOTEL & FOOD SERVICE A PRODUTOS E SERVIÇOS

By [Varejo Brasil](#)

8 DE NOVEMBRO DE 2019



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



A HFN – Hotel & Food Nordeste, que acontece até hoje (8) no Centro de Convenções de Pernambuco, tem mais de 250 marcas expositoras com produtos e serviços voltados aos setores de hotelaria e gastronomia. A feira tem como principal objetivo possibilitar o encontro de compradores com os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares.

“Estar na HFN nos concerne enorme visibilidade, e ajuda a propagar nossa marca, gerando negócios promissores no ramo de hotelaria e alimentos. Estamos animados em fazer parte desse evento!”, afirma Mônica Pontes Cannizza, da Mundo da Água.

Para o diretor da PanCristal, José Hibernon: “a HFN é uma feira muito boa, pois podemos encontrar empresários do setor hotelaria, restaurantes, padarias. Para a PanCristal está sendo uma oportunidade muito boa de apresentar a linha de produtos, de pães, bolos, salgados, sopas, caldinhos. Então está sendo muito válido e recomendo muito para os empresários que têm indústrias, equipamentos ou correlatos”.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Já o diretor da Tomasi, Evandro Tomasi, destaca a importância de eventos como a HFN para profissionais que buscam se renovar. “A feira está muito interessante, temos visto muita gente por aqui conhecendo novos produtos, procurando se especializar dentro do mercado e isso é muito importante porque simboliza um cenário de melhoria para o futuro”, pontua o empresário.

A programação da feira abrange os setores de: Aditivos, ingredientes e insumos; Alimentos e bebidas; Aplicativos e automação comercial; Cozinha Industrial; Cursos profissionalizantes e de capacitação; Enxoval hoteleiro; Equipamentos e insumos para sorveteria; Equipamentos, utensílios, máquinas e acessórios; Eletroportáteis; Fornos; Higiene e Limpeza; Lazer e SPA; Logística e transporte; Mobiliário; Prestação de serviços; Refrigeração comercial; Rótulos, etiquetas e embalagens; Tecnologia – aplicativos, automação comercial, softwares; Terceirização de produção e Uniformes.

A HFN está em sua segunda edição e é realizada pela Insight Feiras & Negócios com a Abrasel em Pernambuco e a ABIH-PE com patrocínio ouro da CNC, patrocínio prata do Banco do Nordeste, patrocínio bronze da Prefeitura do Recife e patrocínio apoio do PagSeguro, além de apoio institucional do Sebrae e do Governo de Pernambuco. A feira contempla os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares.

[www.hfne.com.br](http://www.hfne.com.br)

**Fonte:** Solar da Comunicação – Joyce Santos, Julia Rodrigues, Rachel Motta e Sildelane Marques

<http://www.revistavarejobrasil.com.br/expositores-comemoram-visibilidade-gerada-pela-hfn-hotel-food-service-a-produtos-e-servicos/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Revista Varejo Brasil-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



BY VAREJO BRASIL / 7 DE NOVEMBRO DE 2019 / 89 / 0

### **FHAN discutiu tendências e turismo corporativo no primeiro dia da Hotel & Food Nordeste**

Com espaço interativo e trocas de experiências, a HFN – Hotel & Food Nordeste deu o ponto pé inicial a sua grade de programação, nesta quarta-feira ...

[READ MORE](#)

## **FHAN DISCUTIU TENDÊNCIAS E TURISMO CORPORATIVO NO PRIMEIRO DIA DA HOTEL & FOOD NORDESTE**

BY [VAREJO BRASIL](#)

7 DE NOVEMBRO DE 2019

90



Com espaço interativo e trocas de experiências, a HFN – Hotel & Food Nordeste deu o ponto pé inicial a sua grade de programação, nesta quarta-feira (6), no Centro de Convenções de Pernambuco. No seu primeiro dia de evento, a feira reuniu compradores e fornecedores de produtos especializados em hospedagem para discutir praticidade, tecnologia e desafios do setor, sob uma ótica humanizada. A HFN teve início nesta quarta e vai até a próxima sexta-feira (8).



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

O Fórum de Hospedagem e Alimentação do Nordeste (FHAN) é realizado pela ABIH-PE com curadoria do Hotelier News, apoio da FBHA – Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação, da Prefeitura do Recife e do Governo de Pernambuco. A palestra de abertura do FHAN foi Turismo Corporativo, conduzida pelo diretor executivo da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp), Gervásio Tanabe.

Na análise feita pelo executivo, para que o turismo corporativo se torne um segmento ainda mais consolidado no mercado, é preciso um olhar mais atento dos fornecedores de serviço sobre os clientes. “O turismo corporativo ainda representa a maior parte das viagens no Brasil, chegando a 65%. Então, o segmento ainda tem um peso muito grande para toda a cadeia empresarial, inclusive, no ramo de hotelaria. É preciso ter planejamento, com um olhar voltado à aproximação dos fornecedores com os clientes, utilizando a tecnologia como meio e não como fim”, orientou.

Além do diretor executivo da Abracorp, estiveram à frente da discussão o gerente geral do Ibis Hotel Boa Viagem, Nelson Moreira, e a gestora de Viagens Corporativas do grupo Ser Educacional, Danielle Almeida.

Outro destaque que recebeu a atenção foi o painel sobre as Tendências do nicho de hospedagem nos próximos anos. A palestra, seguida de uma mesa redonda, destacou a importância do sentimento de pertencimento que o visitante de um hotel deve ter durante o primeiro contato com os gestores, aliado à condição de um empreendimento sustentável. Segundo o diretor executivo do Vivá Resort, Artur Maroja, três pilares são essenciais para o ramo da hotelaria acompanhar as transformações do futuro: sustentabilidade, uso de tecnologia e o desenvolvimento de técnicas que sejam capazes de contribuir com a experiência do cliente.

“Estamos vivendo mudanças em vários cenários da sociedade. Com a hotelaria não é diferente. É fundamental que o hoteleiro traga o funcionário e o cliente para o seu lado. É preciso formatar o produto de maneira simples e objetiva. O cliente quer ser enxergado no seu individual, então é preciso saber como surpreendê-lo. É dessa forma que o hotel consegue se diferenciar”, finalizou.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

A HFN está em sua segunda edição e é realizada pela Insight Feiras & Negócios com a Abrasel em Pernambuco e a ABIH-PE com patrocínio ouro da CNC, patrocínio Prata do Banco do Nordeste, patrocínio bronze da Prefeitura do Recife e patrocínio apoio do PagSeguro, além de apoio institucional do Sebrae e do Governo de Pernambuco. A feira contempla os principais fornecedores de equipamentos, serviços, tecnologia e produtos de hospedagem, food service, padarias e similares.

[www.hfne.com.br](http://www.hfne.com.br)

**Fonte:** Solar da Comunicação – Joyce Santos, Julia Rodrigues, Rachel Motta e Sildelane Marques

Imagem: Lumos

<http://www.revistavarejobrasil.com.br/fhan-discutiu-tendencias-e-turismo-corporativo-no-primeiro-dia-da-hotel-food-nordeste/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



## HFN supera número de visitantes e planeja setorização para 2020

[Nayara Matteis](#) 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



### **Edição 2020 contará com versão digital do evento**

A segunda edição da HFN (Hotel & Food Nordeste) nem chegou ao fim e seus números já superam a edição anterior. No segundo dia de evento, o Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda, recebeu mais de 11 mil visitantes, marca registrada em 2018. Com a cabeça em 2020, os organizadores adiantam que a feira sofrerá alterações em seu formato, adotando um modelo segmentado.

“Até ontem, recebemos mais visitantes do que em 2018 e ainda temos o dia de hoje para contabilizar. Este ano, procuramos colocar mais conteúdos para somar no evento, pois em uma feira de negócios as pessoas procuram por experiência”, inicia Tatiana Menezes, diretora da HFN.

Segundo a executiva, as mudanças para a próxima edição são demandas dos próprios expositores. Em 2020, a feira será dividida em três áreas: Hotelaria, Alimentação e Confeitaria, todas devidamente sinalizadas e diferenciadas. “Os expositores que pediram para começarmos a trabalhar neste formato. Com o crescimento da feira, é inevitável não setorizar”, explica Tatiana.

#### *HFN: números*

Na edição de 2019, aconteceram 12 eventos simultâneos, totalizando 79 palestras. Em 2020, a organização garante que todos os espaços e experiências serão mantidos e possivelmente novos serão adicionados. “Os conteúdos agregam valor ao público e atraem pessoas qualificadas. Os projetos continuarão em 2020 e talvez incrementaremos novos”, diz Tatiana.

Carol Baía, também diretora da feira, afirma que o setor de panificação e confeitaria é um dos que mais deve crescer na próxima edição. “Já temos marcas e pessoas que não participaram como expositores este ano interessados em entrar no ano que vem. Hoje, se uma feira oferece apenas estandes, o público não procura mais. Buscamos pensar fora da caixa”.

Com 250 empresas expositoras, o impacto econômico gerado até agora foi de R\$ 325 milhões - enquanto a edição passada gerou R\$ 250 milhões. Este ano, a Insight Feiras & Negócios investiu R\$ 1,5 milhão na realização do evento.

Outra novidade é a feira virtual, uma plataforma que disponibilizará os conteúdos da HFN via mobile. “Os clientes que estão renovando com a gente já serão inclusos na versão digital. Quem está chegando também poderá fazer parte. A plataforma vem para somar, conectar. Será a feira na palma da mão”, salienta Carol.

A terceira edição do evento já tem data marcada para acontecer, entre os dias 4 e 6 de novembro de 2020, mantendo-se no Centro de Convenções de Pernambuco.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*

<https://hoteliernews.com.br/especiais/hfn-supera-numero-de-visitantes-e-planeja-setorizacao-para-2020-85071>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal



HFN: PE foi um dos estados mais ativos para a Assa Abloy em 2019

-1rPmdvFGQimlWw8FK3hX0UeXG

## HFN: PE foi um dos estados mais ativos para a Assa Abloy em 2019

Nayara Matteis 07/11/2019



De Olinda, Pernambuco\*

Empresa deve crescer 14% em faturamento este ano. Veterana na HFN (Hotel & Food Nordeste), a [Assa Abloy é uma das integrantes da Ilha da Tecnologia by Hotelier News](#). Segundo Thiago Bertozo, diretor de Vendas, 2019 foi um ano movimentado para a empresa no Nordeste, em especial no estado de Pernambuco, onde muitos negócios foram fechados.

“Este ano o Nordeste representou 30% da nossa carteira de clientes. Pernambuco foi um estado que consumiu bastante, muitos empreendimentos abriram utilizando nossos produtos e serviços”, explica. “Atualmente, 20% da nossa receita vem da região”, complementa.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

A Assa Abloy está presente em todos os estados nordestinos, atuando nas principais redes como [Pontes Hotéis](#), [Enotel Hotels & Resorts](#), [Vila Galé](#), [Sheraton](#) e [Accor](#). Segundo Bertozo, este ano a carteira de clientes da empresa deve registrar incremento de 20%. “Focamos bastante no segmento de hotéis independentes, logo o número de projetos cresceu. Nosso volume está em linha com o aumento do nosso faturamento, que deve ser de 14%”.

HFN: produtos

A empresa aproveitou a Equipotel deste ano [para lançar a Vostio](#), software em nuvem. A novidade significa que será possível para o hoteleiro acessar as informações do programa sem a necessidade de um servidor fixo, dispensando qualquer tipo de infraestrutura, apenas login e senha, tornando o serviço mais em conta.

(\* ) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN

(\*\* ) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News

<https://hoteliernews.com.br/noticias/hfn-pe-foi-um-dos-estados-mais-ativos-para-a-assa-abloy-em-2019-85057>

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



**HFN: MarkWeb realiza pré-lançamento do curso de Marketing Digital para hotéis**

## HFN: MarkWeb realiza pré-lançamento do curso de Marketing Digital para hotéis

Nayara Matteis 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Empresa deve

**crescer 20% em receita este ano**

Agência oficial da HFN (Hotel & Food Nordeste), aberta terça-feira (6), a MarkWeb aproveitou a feira para promover o seu mais novo produto: um curso de Marketing Digital voltado ao mercado hoteleiro. Ainda em fase de pré-lançamento, a empresa está sorteando uma vaga por dia durante o evento.

Com foco em aumento de reservas diretas, os alunos têm acesso ao conteúdo pelo período de seis meses, mas a duração do curso depende do ritmo de cada um. “O curso é 100% online e ensina estratégias para impulsionar o número de reservas diretas por meio de redes sociais, site e email. Vamos do básico até o passo a passo para criar uma campanha de reservas no Facebook ou Instagram”, explica Maycon Gabry, CEO da MarkWeb.

O lançamento oficial do curso será no início de 2020 e, por enquanto, o executivo afirma que as divulgações estão discretas. “Estamos divulgando com exclusividade aqui na HFN e também divulgamos no road show da feira”, conta.

Como material de apoio, o estande da MarkWeb está distribuindo o guia “As 4 etapas para conquistar hóspedes através da internet sem pagar altas comissões”, originalmente em formato de e-book. “Fizemos a versão impressa especialmente para a feira, mas o e-book já atingiu mais de mil downloads. É um material gratuito que vem nos ajudando a aumentar nosso faturamento, mostrando um pouco nossos serviços”, diz Gabry.

Em 2019, a expectativa é de 20% de incremento de receita. Segundo o CEO, o crescimento é fruto de ações online e offline. “Este ano, associamos essas ações de uma maneira que vem funcionando muito bem. Nosso crescimento é a junção das duas coisas”.

#### *HFN: mercado*

A região Nordeste é uma praça com grande potencial a ser explorado pela empresa fluminense. Segundo Gabry, o mercado representa 20% de sua clientela. “Enxergamos o Nordeste como um dos principais mercados para investir. Acreditamos que aqui existe um grande potencial”.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

A MarkWeb, que atua com cursos, consultorias e serviços de Marketing Digital, já atuou com empreendimentos como Pontes Hotéis, Netuanah Praia Hotel e Pedra do Sino Hotel - todos no Nordeste.

*(\* ) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*

<https://hoteliernews.com.br/especiais/hfn-markweb-realiza-pre-lancamento-do-curso-de-marketing-digital-para-hoteis-85070>

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



## FHAN: Marcelo Marinho conta a história de sucesso do Yoo2 Rio

Redação 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



No último dia da HFN 2019, aberta quarta-feira (6), Marcelo Marinho, diretor

Executivo da ICH Administração abriu os trabalhos do FHAN (Fórum de Hospedagem

e Alimentação do Nordeste). Em sua palestra, o executivo contou como seu deu o processo de construção de marca do Yoo2 Rio de Janeiro by Intercity.

Turismólogo formado em Recife, o executivo – hoje residente em Porto Alegre - ressaltou a importância do conceito “life style” no empreendimento desde o seu projeto, mas também no DNA atual do hotel. “Queríamos uma marca inovadora tanto na experiência do hóspede, quanto na gestão”, destaca. Segundo Marinho, a propriedade foi pioneira em diversos serviços ofertados aos hóspedes na hotelaria, como wi-fi gratuito e check out otimizado.

O lançamento do empreendimento, que teve assinatura do renomado arquiteto Philippe Starck, foi desenvolvido para ser alvo de desejo. Mais ainda, teve a exigência de ser concebido como um hotel com “*local soul*” (alma local), como definiu Marinho. “Além do design único no mobiliário, investimos em uniformes, amenities, playlist com curadoria específica e grafite que causasse identificação da essência do carioca dentro do empreendimento”, explica. “Também tivemos o cuidado de incluir como itens do frigobar chá mate e biscoito Globo, produtos típicos da cultura carioca”, completa.

*FHAN: colaboração é tudo*

Marinho também destaca as diferentes parcerias que viabilizaram a oferta de mimos para os hóspedes que tornam a estada ainda mais surpreendente. “Do enxoval aos

chinelos, passando pelo chef escolhido para assinar os cardápios, tudo foi concebido dessa forma, em colaboração”, afirma.

O executivo destacou também o contexto de lançamento do empreendimento, o que tornou a empreitada ainda mais desafiadora. “Era uma marca totalmente nova, o que naturalmente gera alta expectativa dos investidores no retorno do investimento. Além disso, o Rio vivia um período de aumento na oferta hoteleira da cidade, e em um período de crise econômica no estado e na capital fluminense”, destaca. “Com três anos de existência, já alcançamos várias premiações de renome no mercado”, acrescenta.

E mesmo após o lançamento ter sido um sucesso, nem tudo é um mar de rosas, explica Marinho. “Os desafios continuam”, revela. Entre os pontos continuam críticos da operação, ele cita a elevada oferta de leitos na cidade, o que pressiona a diária média, além da imagem do Rio estar abalada devido a questões de segurança e outros fatores de questão pública. “Por isso, além do empreendimento, precisamos vender o destino”, comenta.

Entre os segredos do sucesso do hotel, Marinho enumera o equilíbrio e diversidade do público, com os segmentos corporativo e de lazer bem balanceados, além do conceito de luxo acessível. “A área de A&B (Alimentos & Bebidas), que para muitos pode dar prejuízo, para nós representa 40% do faturamento”, finaliza.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Matéria de Marília Gilka, em colaboração ao Hotelier News*

*(\*\*) Crédito da foto: Peter Kutuchian*

<https://hoteliernews.com.br/especiais/fhan-marcelo-marinho-conta-a-historia-de-sucesso-do-yoo2-rio-85072>

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



**Hotel Technology**

**HFN: Elkotron oferece gerenciador de energia por meio de sensores**

## HFN: Elkotron oferece gerenciador de energia por meio de sensores

**Nayara Matteis** 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Produto

**estava em fase de testes e agora será lançado no mercado**

Trazendo inovações, a Ilha da Tecnologia by Hotelier News este ano contou com a participação da Elkotron. A empresa de desenvolvimento de produtos marcou presença na HFN (Hotel & Food Nordeste), com uma novidade que despertou muito interesse do público: o gerenciador de energia por sensor.

O sistema de controle de energia funciona a partir de quatro sensores: um eletromagnético, instalado na porta; um térmico em cada ambiente da acomodação; um de movimento e um sistema nervoso de automação. Quando o hóspede entra no quarto, toda a cadeia é ativada, ligando lâmpadas, TV, ar-condicionado, etc. Na ausência de pessoas, a energia será disponibilizada apenas para manter ligado pontos pré-determinados para ficar fora do gerenciador, como frigobar, por exemplo.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Quando o hóspede sai, o sistema faz uma varredura, e não detectando nenhum calor ou movimento, ele corta a energia dos ambientes. O sistema nervoso de automação fica localizado dentro do quadro disjuntor de instalação rápida e simples, de maneira que qualquer eletricitista pode fazê-la.

“É estimado que o gerenciador economize até 40% de energia elétrica quando comparado com os economizadores comuns de cartão. No caso dos sensores, não existe como burlar o sistema, é 100% eficiente” garante Antonio Quadros, CEO da Elkotron.

#### *HFN: clientes*

Em fase de lançamento, a Elkotron instalou o produto em quatro hotéis com o intuito de testes. No Nordeste, dois clientes fizeram parte do projeto: o Grand Marquise e o Carmel de Charme Resort, ambos em Fortaleza (CE). “Fizemos testes e o sucesso foi absoluto. Agora, estamos em fase final de fabricação para fazer as instalações”, conta Quadros.

O gerenciador de energia pode ser utilizado em outros segmentos como hospitais, escritórios, comércios, universidades, etc. Atualmente, a Elkotron está com oito novos contratos fechados para implementação do sistema.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

(\*\*) *Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*

<https://hoteliernews.com.br/noticias/hfn-elkotron-oferece-gerenciador-de-energia-por-meio-de-sensores-85073>

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal



**Hotel Technology**

**HFN: APP Sistemas reforça  
divulgação do sistema HITS  
no Nordeste**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

# HFN: APP Sistemas reforça divulgação do sistema HITS no Nordeste

Nayara Matteis 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



Mercado

**nordestino representa 20% do portfólio da empresa**

Lançada este ano, a ferramenta HITS vem se consolidando como carro-chefe da APP Sistemas. O sistema, que teve aporte de R\$ 4 milhões, é destaque no estande da empresa na HFN (Hotel & Food Nordeste), aberta terça-feira (6).

A novidade é uma versão modernizada do produto antigo, trazendo serviços de gestão 100% online, operando check-in, check-out e front hoteleiro. “O HITS beneficia toda a



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

gestão, além de reduzir os custos do empreendimento. O sistema não depende de maquinário ou servidor, apenas de uma conexão de internet”, explica Jonatas Estevan, executivo de Negócios da APP. “A ferramenta é leve e pode ser operada via 3g de celular e pode ser facilmente integrada à outros sistemas”.

Os dados ficam guardados em uma nuvem, o que facilita a manutenção e remove a necessidade de atualizações. “O hoteleiro não depende de um colaborador para fazer o serviço, pois o sistema se encarrega de tudo. É mais interativo e é o futuro desse tipo de produto”, reforça.

A APP Sistemas está em fase de migração de clientes para a nova ferramenta.

Atualmente, 200 hotéis utilizam o HITS. Um exemplo é a rede gaúcha Hotéis Letto e empreendimentos independentes.

*HFN: Ilha da Tecnologia*

Expondo na Ilha da Tecnologia by Hotelier News, a empresa afirma que a criação de um setor voltado ao segmento facilita a prospecção de clientes e reforça a parceria entre as marcas. “Temos uma abertura com outras empresas há três anos e para nós a ideia da Ilha foi muito boa, estarmos todos juntos ajuda a trazer clientes”, elogia.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

Com uma carteira de 900 clientes, o mercado nordestino hoje representa 20% do montante. A APP Sistemas está presente em todos os estados da região, inclusive em Fernando de Noronha.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*

<https://hoteliernews.com.br/noticias/hfn-app-sistemas-reforca-divulgacao-do-sistema-hits-no-nordeste-85069>

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	07.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



**FHAN: case do B Hotel mostra como A&B pode ser o centro do negócio**

## FHAN: case do B Hotel mostra como A&B pode ser o centro do negócio

Redação 07/11/2019

De Olinda, Pernambuco\*



A sustentabilidade é um dos pilares do sucesso do B Hotel

[Logo após a palestra de Bruno Guimarães](#), Ana Paula Ernesto fechou a programação do segundo dia do FHAN (Fórum de Hospedagem e Alimentação do NE). Sócio do [B Hotel](#), de Brasília, ela apresentou o case de sucesso do hotel – e o papel do A&B (Alimentos & Bebidas) na estratégia para ganhar mercado. O FHAN é uma das atrações da [HFN Nordeste](#), que termina amanhã (8).

Segundo a executiva, como Brasília tem um público essencialmente executivo, o desafio era não destoar da arquitetura da cidade. Ao mesmo tempo, a proposta foi ter um produto diferenciado capaz de concorrer com grandes redes presentes na cidade, mesmo sendo independente. Entre outras coisas, Ana Paula diz que era preciso extrair o



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

melhor do terreno, que possui localização privilegiada, ao lado da torre de TV e o do [Estádio Mané Garrincha](#). Outras medidas foram pensadas.

“Como fazer a diferença com projeto que conversasse com a arquitetura da cidade? O impacto do lobby, que foi uma das recomendações ao arquiteto contratado, ainda causa hoje uma ótima primeira impressão”, afirma a executiva.” A escolha do profissional fez a diferença pela linguagem moderna e premiações recebidas”, completa.

FHAN: papel do A&B

Outro ponto de exigência, ainda na fase de projeto, foi que a gastronomia fosse “o centro do hotel” e que a atmosfera tivesse referências à cidade. “O hotel foi criado para fazer parte do circuito de turismo que é a arquitetura de Brasília”, declara. Apesar do investimento ter sido representativo nos detalhes, o resultado do uso de pontos de referência arquitetônicos foi a empatia do público local, que desde o início apoiou o projeto.

“A cozinha é o palco e a estrela do show é o chef”, orgulha-se. Por isso, a cozinha show foi projetada para que fosse possível enxergar o staff em ação desde a chegada do hóspede no hotel. E até empecilhos na construção, devido à burocracia da construção, que poderiam ser vistos como pontos negativos, foram revertidos em oportunidade. “A obra, que foi morosa, acabou por ajudar a tornar o produto diferente, mais planejado e com equipe bem treinada”, destaca.

Ainda durante a obra do B Hotel ([veja In Loco Especial](#)), surgiu a ideia de investir em uma horta orgânica na área rural de Sobradinho, próximo à capital federal. O Sítio Samambaia hoje é outro negócio rentável para o grupo hoteleiro, que além de produzir os insumos para uso próprio, comercializa alguns produtos, caso de flores comestíveis. A sustentabilidade também é uma das preocupações constantes. “Cem por cento do que seria lixo orgânico vai para o uso compostagem na manutenção da plantação, tornando o processo completamente sustentável”, revela. “A ideia não era criar o melhor hotel do mundo, mas um hotel melhor para o mundo”, conclui.

(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN

(\*\*) Matéria de Marília Gilka, em colaboração ao Hotelier News

(\*\*) Crédito da foto: Peter Kutuchian

<https://hoteliernews.com.br/noticias/fhan-case-do-b-hotel-mostra-como-a-b-pode-ser-o-centro-do-negocio-85058>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

Destaque na página principal



Daniel Saldanha mostra no FHAN como  
lucrar com o delivery

## Daniel Saldanha mostra no FHAN como lucrar com o delivery

Redação 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Saldanha xxxxx

Para fechar a programação do FHAN (Fórum de Hospedagem e Alimentação do Nordeste), Daniel Saldanha assumiu o palco logo após a palestra de Marcelo Marinho. Sócio do Digital Restaurants, o profissional abordou o conceito de *cloud kitchen* e mostrou como expandir a produtividade do departamento de A&B (Alimentos & Bebidas) por meio do delivery. O FHAN foi uma das atrações da HFN (Hotel & Food Nordeste), encerrada há pouco em Olinda (PE).

Trazendo sua experiência de viagens à China, Saldanha teve ciência da *cloud kitchen* quando conheceu o país asiático. “Empresas que usam o conceito não possuem placa, fachada e nem nomenclatura visível”, comentou. A partir de aplicativos de entrega expressa para viabilizar pedidos, o empreendedor lançou a ideia de lançar o modelo no Brasil logo após sua volta, inicialmente com restaurante japonês.

Entre as dicas para os hoteleiros, Saldanha destacou o mérito de criar um novo negócio a partir de recursos que qualquer cozinha já tem. “O primeiro passo é saber qual a



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

especialidade da sua cozinha para investir na venda dos seus produtos”, recomenda.

Sobre os custos iniciais para instalação da cloud kitchen, Saldanha comentou: “Quem já tem cozinha funcionando não precisa de investimento adicional.”

Já em relação à parte operacional, o especialista revela os números da sua empresa

“Pagamos o aluguel de R\$ 5 mil em São Paulo e, no nosso espaço de cozinha, funcionam 22 restaurantes diferentes, com apenas 36 funcionários. Fazendo um cálculo pelo número de pontos de venda, dá 1,3 colaborador por cada estabelecimentos”, explica.

#### *FHAN: como montar o menu*

De acordo com Saldanha, mesmo com um cardápio enxuto, o menu pode ser trabalhado de forma eficiente. “Criar bons nomes comerciais é uma boa dica. É fundamental não deixar dúvidas para o cliente de qual o seu produto”, acrescenta. “Além disso, se não houver muita demanda, é possível trocar de especialidade facilmente”, completa.

Em nove meses de existência, o estabelecimento comandado por Saldanha já serviu 150 mil clientes, com 5 milhões de sushi entregues. Segundo ele, um fator ajuda a impulsionar os negócios. “A mudança de comportamento do consumidor, que não possui tempo para cozinhar, ajuda muito na expansão do modelo de negócio”, avalia. “A tendência de crescimento do interesse do público por gastronomia pode fazer do



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

A&B do hotel uma receita primária brigando com a hospedagem. Usem a ociosidade da hora do almoço a favor”, finaliza.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Matéria de Marília Gilka, em colaboração ao Hotelier News*

*(\*\*) Crédito da foto: Peter Kutuchian*

<https://hoteliernews.com.br/noticias/daniel-saldanha-mostra-no-fhan-como-lucrar-com-o-delivery-85076>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

[Destaque na página principal](#)



**Hotel Solution**

**HFN: Selovac planeja  
incrementar faturamento  
em 12% este ano**

## HFN: Selovac planeja incrementar faturamento em 12% este ano

**Nayara Matteis** 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Seladoras de bandejas estão entre os  
**destaques do estande**

Presente pela segunda vez na HFN (Hotel & Food Nordeste), aberta terça-feira (6), a Selovac - empresa fabricante de máquinas de embalagem à vácuo - já tem estimativas de faturamento para 2019. Segundo Willy Borst, diretor comercial, a companhia deve fechar o ano com incremento de 12% em receita.

De acordo com o executivo, o mercado nordestino representa 27% de sua carteira de clientes, e mesmo levando uma fatia considerável do bolo, ele afirma que ainda há muito o que ser explorado. “Atendemos diversos segmentos, mas nosso maior mercado ainda é o de alimentação. Temos muito a explorar ainda”.

Entre as redes hoteleiras que utilizam os produtos Selovac estão grandes nomes como Hilton, Accor e Atlante Plaza. Entretanto, o setor ainda não é de grande relevância dentro da receita, representando 9%, porém com desejo de crescimento no mercado.



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

“Participamos da primeira edição da HFN e percebemos um incremento na qualificação dos visitantes. Precisamos nos posicionar dentro do segmento, as pessoas têm que tomar conhecimento da feira para criar mais força e podermos ter um foco”, comenta. Borst.

### *HFN: produtos*

Este ano, a Selovac trouxe 19 produtos expostos no estande. Entre os destaques estão as seladoras de bandejas, muito procuradas tanto pelo setor de alimentação quanto hoteleiro. “O prato é embalado à vácuo, o que dá uma garantia, controle, evita desperdício, otimiza o trabalho e ainda reduz o custo de mão de obra”, destaca o diretor.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*

<https://hoteliernews.com.br/noticias/hfn-selovac-planeja-incrementar-faturamento-em-12-este-ano-85067>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Site Hotelier News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste

**Destaque na página principal**



**HFN: Hephaenergy inova com mobiliário inteligente e sensores de gestão**

## HFN: Hephaenergy inova com mobiliário inteligente e sensores de gestão

**Nayara Matteis** 08/11/2019

*De Olinda, Pernambuco\**



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



Syntz estava exposta na Hotel

## Cor

Startup em ascensão, a Hephaenergy mostrou a que veio na segunda edição da HFN (Hotel & Food Nordeste). A empresa de tecnologia apresentou seus produtos no espaço Startup HFN e surpreendeu com a criatividade de suas inovações. Com duas frentes independentes, a companhia chega para competir com mobiliário inteligente e sensores de gestão.

Exposta na Hotel Cor, a Syntz é uma peça urbana viva, que oferece dispositivos como som, iluminação, carregador de celular e roteador wi fi, tudo controlado via aplicativo. O mobiliário não possui fios e tampouco precisa ser ligado na tomada. A Hephaenergy firmou parceria com a Sunew, empresa fabricante de painéis solares, o que torna o produto eco friendly. O modelo encontrado na feira é em formato de flor, mas cada cliente pode customizar com a estética e mecanismos de sua preferência.

Feito de um mix de materiais como aço e policarbonato, o produto custa em média R\$ 40 mil, podendo variar de acordo com a personalização. “A Syntz é um marco, um símbolo de sustentabilidade que a Hephaenergy quer carregar pensando no amanhã”, explica Felipe Batista, COO da startup.

Já presente no mercado hoteleiro, os empreendimentos Hotel Vivá Porto de Galinhas e Hotel Solar Porto de Galinhas já possuem suas peças. Além do setor de hospitalidade, a empresa mira também nos segmentos de eventos, shoppings, corporativos e aeroportos. Para aqueles que adquirirem uma unidade, a Syntz chega em qualquer lugar do mundo, com entrega entre 10 e 15 dias.

#### *HFN: sensores*

A outra frente da Hephanergy é focada em sistemas de gestão dos empreendimentos. Os sensores automatizados controlam volume e qualidade da água, pressão de bombas, voltagem e amperagem, temperatura e fluxo de tubulações. O monitoramento é feito 100% online e 24h por dia via inteligência artificial.

Como funciona na prática: se acontece algum tipo de vazamento de água no empreendimento, o sistema manda um alerta em tempo real por aplicativo para o responsável, que também tem acesso ao monitoramento. Do outro lado, a empresa faz a sua parte supervisionando caso algo fora do usual aconteça. “O alerta é programado

pelo cliente, mas a nossa inteligência está de olho e, mesmo que aparentemente tudo esteja dentro dos padrões, se algo diferente acontecer, nós avisamos”, destaca Batista.

Além do monitoramento, o sistema de sensores também permite entender o comportamento dos empreendimentos, como por exemplo, qual a maior demanda de consumo de água dentro de um hotel.

Hoje, o ticket médio do produto é de R\$ 50, valor propositalmente competitivo.

“Sabemos que o mercado de sensores em breve será algo comum. Estamos constantemente fazendo otimizações, pois queremos reduzir o preço ainda mais”, revela.

E as aplicações são muitas, desde hotéis até sorveterias e hospitais. Atualmente, os sensores estão disponíveis apenas em Recife e Porto de Galinhas, mas a Hephaenergy tem planos de expansão para outras regiões do país.”Vamos nos estruturar para montar equipes de instalação em outros locais. No Nordeste mesmo ainda temos muito chão para trilhar”, finaliza o COO.

*(\*) A reportagem do Hotelier News viaja a Olinda a convite da HFN*

*(\*\*) Crédito da foto: Nayara Matteis/Hotelier News*



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<https://hoteliernews.com.br/noticias/hfn-hephaenergy-inova-com-mobiliario-inteligente-e-sensores-de-gestao-85074>

<b>VEÍCULO:</b>	Instagram Food Service News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



**foodservicenews** • Seguir  
Centro De Convenção PE

**foodservicenews** Continue degustando as tendências e inovações da HFN 2019, no seu segundo dia!

#foodservicenews #foodservice #hfn #feiras #hotelaria #padarias #nordeste #pernambuco

2 d

**juanpitarchroca** Enhorabuena!! Volveremos en 2020

1 d Responder

**ummilhaemgraos** Melhor revista do setor! Melhor editor! Melhor

Curtido por **rachelmotta** e outras 26 pessoas

HÁ 2 DIAS

<https://www.instagram.com/p/B4ldF5rAHVP/>

<b>VEÍCULO:</b>	Instagram Food Service News-SP
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

**ASSUNTO:** HFN – Hotel & Food Nordeste



foodserviceneews • Seguir  
Centro De Convenção PE

foodserviceneews A HFN Hotel & Food Nordeste foi um sucesso! E, para finalizar a nossa cobertura aqui no Instagram, preparamos uma seleção de fotos especial! Quer saber tudo sobre a feira e seus números? Não perca nossa próxima edição #foodserviceneews #foodservice #alimentação #comida #gastronomia #hfn #nordeste #pernambuco

1 d

vnwsales 🍌🍌🍌🍌

1 d 1 curtida Responder

tatianamenezes11 @janesfg foi um prazer muito grande receber

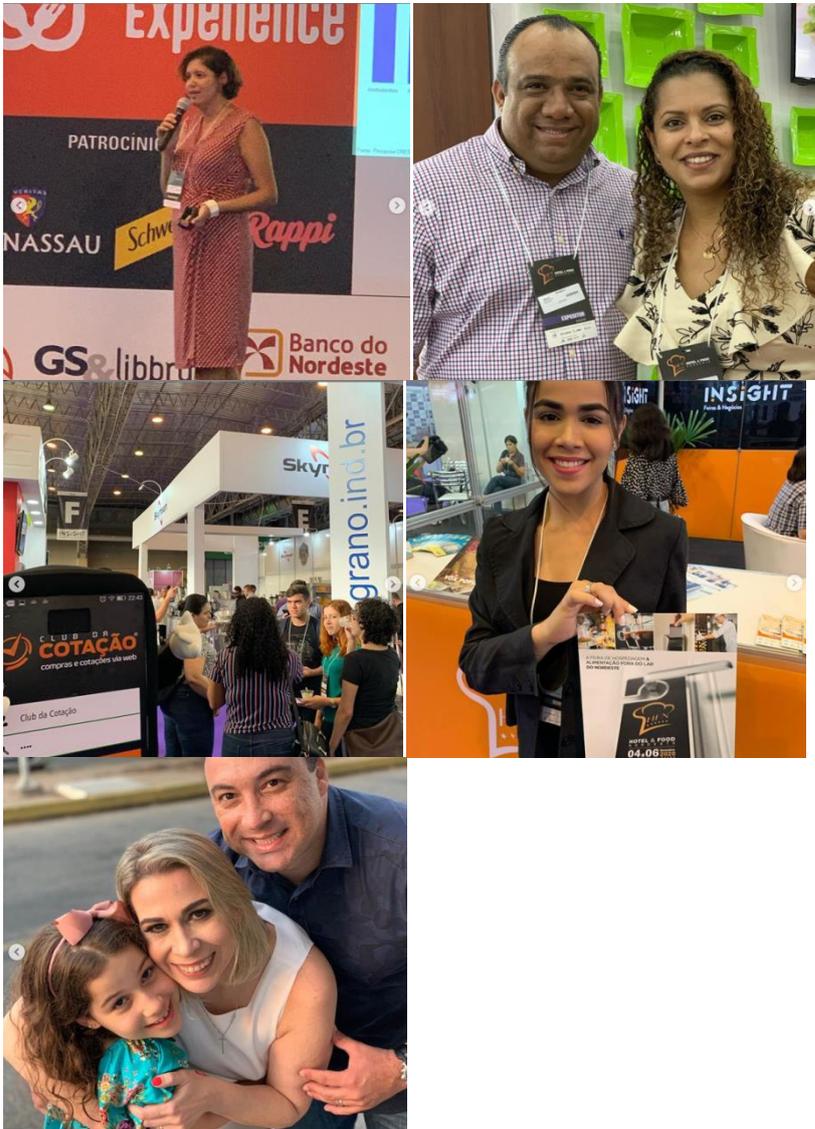
Curtido por rachelmotta e outras 33 pessoas

HÁ 1 DIA





SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA



<https://www.instagram.com/p/B4oIdLgAorD/>



SOLAR DA COMUNICAÇÃO  
RACHEL MOTTA

<b>VEÍCULO:</b>	Instagram Recife Comer Amar
<b>EDITORIA:</b>	Notícias
<b>DATA:</b>	08.11.2019
<b>ASSUNTO:</b>	HFN – Hotel & Food Nordeste



<https://www.instagram.com/recifecomeramar/>