HVS

MARKET REPORT

Análise de Investimento para Hotéis e Flats em Lançamento

JANUARY 10, 2011

É preciso ter cautela no momento de investir em flats ou condo-hotéis, especialmente os que se encontram em fase de lançamento. Como estimar o valor correto de imóveis desse tipo, reduzindo o risco do investimento?

Quem compra apartamentos de flat ou condo-hotel como investimento, espera que o lucro gerado pelo empreendimento ao longo dos anos gere um bom retorno sobre o investimento.

Para hotéis existentes, os lucros de anos anteriores servem como referência para estimar lucros futuros, e, conseqüentemente, o valor de investimento que permite obter o retorno desejado. Já hotéis que ainda não existem (projetos em lançamento colocados à venda antes da construção) não têm um histórico de geração de renda. Como definir então qual o valor correto para comprar hotéis deste tipo e obter o retorno desejado?

Investidores grandes e médios contratam consultorias especializadas para resolver esse problema. Já o pequeno investidor, acaba utilizando métodos alternativos, que podem gerar decisões equivocadas de investimento. Os mais comuns são:

1. Assumir que m^2 de área privativa de um hotel deve custar o mesmo que o m^2 de área privativa de empreendimentos residenciais ou comerciais.
2. Assumir que um hotel a ser construído irá gerar lucro igual a outro hotel existente com marca semelhante; e logo, o hotel proposto deve valer o mesmo que o hotel existente.
3. Assumir que hotéis mais sofisticados valem mais que hotéis menos sofisticados e, portanto, devem custar mais.
4. Assumir que apenas o crescimento da demanda por hospedagem é suficiente para que novos hotéis sejam viáveis e lucrativos.

Todos esses métodos são equivocados. Os mercados residencial e comercial são diferentes do mercado de hotéis e os preços desses mercados não são necessariamente correlacionados. Há hotéis com marcas idênticas que geram lucros muito diferentes, devido à variação de localização e eficiência operacional. Há também hotéis simples que geram mais lucro por apartamento que hotéis sofisticados, em decorrência de especificidades das propriedades e dos mercados. Além disso, o mercado de hospedagem é muito afetado pela entrada de novos concorrentes. Se a demanda hoteleira cresce menos que a oferta, os lucros dos hotéis tendem a diminuir, e não o contrário.

As dificuldades em estimar o valor correto de um hotel ou flat em lançamento deixam o pequeno investidor vulnerável a realizar maus negócios. Mas há como reduzir o risco de pagar caro por ativos demasiadamente arriscados:

1. Antes de comprar um quarto de hotel em lançamento, avalie o preço e o lucro gerado por quartos de hotéis existentes

que estejam à venda. Se o retorno for adequado às suas expectativas, prefira o empreendimento existente.

2. Faça a mesma análise proposta acima para cotas de fundos imobiliários especializados em hotelaria. Esses ainda possuem maior liquidez, diversificação e benefícios tributários que um quarto de hotel.
3. Compare o custo de implantação de hotéis com o preço de hotéis existentes que estejam à venda. Se o valor de venda for menor que o custo de implantação, é um sinal de que novos hotéis não devem ser viáveis naquele mercado.
4. Suspeite de mercados com muitos novos hotéis em implantação e evite comprar só porque muita gente está comprando.
5. Não compre um quarto de hotel na planta sem que a empresa vendedora apresente um estudo de viabilidade de uma empresa confiável.

Nos últimos dez anos, diversos pequenos investidores hoteleiros sofreram grandes perdas por utilizarem métodos de precificação inadequados. Com um pouco de cautela, isso será coisa do passado.