HVS

MARKET REPORT

O melhor momento para comprar ou vender uma unidade hoteleira

APRIL 8, 2010

A escolha do melhor momento para comprar ou vender uma unidade hoteleira não é tarefa fácil, porém, cercando-se de uma análise adequada o investidor reduz o seu risco de vender ou comprar na hora errada e perder o melhor do mercado.

O melhor momento para entrar ou sair de uma aplicação é o maior dilema para qualquer investidor, seja ele grande ou pequeno, inexperiente ou um expert no mercado. A escolha do melhor momento para comprar ou vender uma unidade hoteleira também não é tarefa fácil e muitas vezes essa busca sem um conhecimento básico do mercado hoteleiro se mostra infrutífera. Por outro lado, ao cercar-se de todas as análises e projeções disponíveis, o investidor reduz o seu risco de vender ou comprar na hora errada e perder o melhor da festa.

Para qualquer investimento, o ideal é que se tenha em mente um horizonte de tempo que seja necessário para se obter o melhor retorno sobre o valor aplicado. Ficar comprando e vendendo unidades hoteleiras continuamente não é bom, pois essa operação acarreta em custos correlatos, tais como escritura, ITBI e corretagem, dentre outros que encarecem a operação. Diante disso, o melhor é comprar com a idéia de perpetuidade, ou avaliar a possibilidade de manter seu investimento por um prazo pré-determinado de tempo, ou seja, pensar em uma rentabilidade de longo prazo.

Acompanhar o desempenho da sua unidade hoteleira ou daquela que você está disposto a comprar é outro fator de suma importância no momento de comprar ou vender esse patrimônio. Observe em que momento ocorre a queda no desempenho de um determinado mercado, a chamada sazonalidade. Neste período, é comum ocorrerem oscilações nos valores mensalmente distribuídos aos proprietários e a variação, para cima ou para baixo desse rendimento, é um importante fator de precificação desse tipo de investimento.

O aumento contínuo dos rendimentos mensais de uma unidade hoteleira tende a fazer com que os outros investidores olhem esse empreendimento com boas perspectivas e fiquem dispostos a pagar mais por esse ativo. O contrário também é verdade, quanto mais baixa é a rentabilidade, menores são as chances de ocorrer alta precificação de uma unidade.

É sabido que o momento mais oportuno para se comprar e o menos adequado para se vender uma unidade hoteleira é justamente quando a rentabilidade está em baixa. Porém, muitos proprietários não percebem essas oportunidades e invariavelmente acabam perdendo dinheiro. Na figura a seguir, podemos evidenciar as fases que devem ser consideradas quando você faz uma aplicação em unidade hoteleira. Observe que a rentabilidade mensal é o maior influenciador nas decisões de compra e venda neste tipo de investimento.



A figura acima se refere a uma análise do cenário hoteleiro de São Paulo, compreendido entre os anos 1998 e 2016. Na primeira metade do circulo (direita), observa-se um grande aumento na oferta hoteleira e é evidenciado o período de declínio e baixa nas rentabilidades (1998 a 2005). Na segunda metade do circulo observa-se o começo da recuperação do mercado, com o aumento gradativo nas distribuições. Este período teve início na segunda metade de 2005 e deverá continuar crescendo pelos próximos seis anos.

Como o mercado toma como base para a precificação de uma unidade hoteleira suas últimas distribuições, vemos na figura anterior que o melhor momento para adquirir uma unidade ocorre justamente ao final do período de baixa rentabilidade e início do período de recuperação (ponto 1). Um grande exemplo dessa condição de mercado ocorreu entre os anos de 1998 e 2004 em São Paulo. Nesse período, houve um grande aumento na oferta de quartos da cidade, com lançamentos de vários empreendimentos hoteleiros. Como resultado desse aumento na oferta, ocorreu uma significativa queda na taxa de ocupação e na diária média de vários hotéis e, consequentemente, uma baixa rentabilidade. O valor desses imóveis chegou a quase 1/3 do seu custo inicial de implantação.

Desde 2006, porém, estamos vivendo um momento completamente avesso ao ocorrido entre 1998 e 2004. Com a consistente retomada econômica do Brasil, a demanda por hospedagem vem crescendo ano a ano. Soma-se a isso a falta de novos projetos hoteleiros. Vemos um cenário de valorização das atuais unidades hoteleiras, como há muito tempo não se observava. Com o crescimento das taxas de ocupação e tarifas mais elevadas nos últimos anos, vem ocorrendo uma crescente melhora nas distribuições mensais e, consequentemente, um aumento substancial nos valores de revenda desses imóveis. Esta situação é evidenciada na figura anterior e deve atingir sua máxima valorização no ponto 2, após o qual será retomado um novo ciclo de declínio.

Outro ponto importante a ser observado é que um imóvel tem se valorizado em média 15% ao ano e isso deve ser considerado ao fazer suas análises. Observe que se você aplicar 100 mil reais na compra de uma unidade dentro de um hotel, com uma rentabilidade média de 0,8% ao mês, você terá ao final de um ano R$ 9.600 de distribuições acumuladas. Em outra aplicação certamente você teria uma rentabilidade muito semelhante, porém, com investimentos em hotéis, além dos rendimentos mensais o patrimônio físico - o imóvel - também se valoriza, assim você também ganha com a valorização de mercado desse patrimônio.

Conclui-se então que o investidor hoteleiro precisa aprender a acompanhar o comportamento do mercado e saber quanto risco está disposto a correr e qual o objetivo do seu investimento. Também é recomendável que o investidor defina um limite de ganho ou perda sobre esse investimento e faça comparações da rentabilidade da sua unidade hoteleira em relação a outras aplicações de baixo risco (CDI, poupança, renda fixa).

Investir em hotel é uma opção para se ganhar dinheiro com muita paciência e o desinvestimento, ou venda, só deve ser considerado no momento que suas perspectivas de lucros futuros não forem mais suficientes para justificar esse investimento.