HVS

MARKET REPORT

Os Melhores Mercados para Investir em Hotéis

JULY 5, 2010

Diante de um período de euforia econômica no país, o investidor hoteleiro deve ter cautela para escolher o melhor mercado a ingressar. Entenda por que mercados com barreiras de entrada a novos hotéis costumam ser os mais atraentes para se investir.

Com as perspectivas positivas para a economia brasileira (somadas à Copa do Mundo e às Olimpíadas), parece ser mesmo um bom momento para investir em hotéis no Brasil.

Se você pretende se tornar um investidor hoteleiro, saiba que os melhores mercados são, muitas vezes, aqueles com grandes barreiras de entrada a novos competidores (indisponibilidade de bons terrenos, zoneamento restritivo; altos preços de terrenos; ausência de financiamento, etc.).

A taxa de ocupação de um hotel influencia diretamente sua rentabilidade. Em tempos de aquecimento econômico, se a oferta hoteleira não cresce, a ocupação se estabiliza em patamar elevado, permitindo aumentos sucessivos de diária.

Um estudo da HVS[1] mostrou que em 30 anos, a taxa de ocupação agregada dos hotéis americanos caiu em 16 ocasiões. Dessas, seis foram causadas por retrações de demanda. As outras dez foram causadas por crescimento exagerado da oferta. No Brasil, a experiência de alguns mercados urbanos, (especialmente São Paulo, onde um aumento excessivo da oferta resultou em queda de 70% na receita por apartamento, em seis anos[2]), ilustra bem o que ocorre quando desaparecem as barreiras de entrada. A expansão da oferta tende a ser mais comum e mais problemática que retrações de demanda.

Por isso, é bom ter cautela. Onde há muitos incentivos à expansão da hotelaria, costuma-se encontrar diversos projetos para investir, porém é difícil identificar as oportunidades interessantes. Por outro lado, onde é difícil construir novos hotéis, a melhor forma de investir costuma ser a aquisição de hotéis existentes, e o principal desafio é definir o preço correto de compra. Em ambos os casos, a ajuda de um profissional qualificado é imprescindível para determinar o que realmente vale a pena.

---

1 The Prognosis for Occupancy and Average Rate in a Slowing Economy – Anne R. Lloyd-Jones, 2008.

2 Impacto da Crise sobre a Hotelaria Brasileira – Diogo Canteras, 2008.