



O Desenvolvimento Hoteleiro no Interior do Brasil  
Panorama e Oportunidades



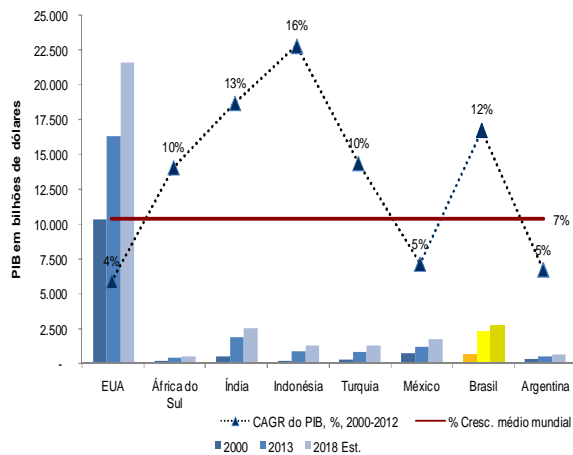
Apresentado por



## O Desenvolvimento Hoteleiro No Interior do Brasil

A economia brasileira, caracterizada pelos setores de agricultura, mineração, indústria e serviços bem desenvolvidos, grandes e estruturados, é a maior de todos os países da América do Sul e tem expandido sua presença em importantes mercados internacionais.

Desde 2003 o país vem desenvolvendo sua estabilidade macroeconômica gradativamente, aumentando suas reservas e reduzindo sua dívida externa, reestruturando-a para dívida interna, cotada em Reais e regulada por taxas de juros próprias.



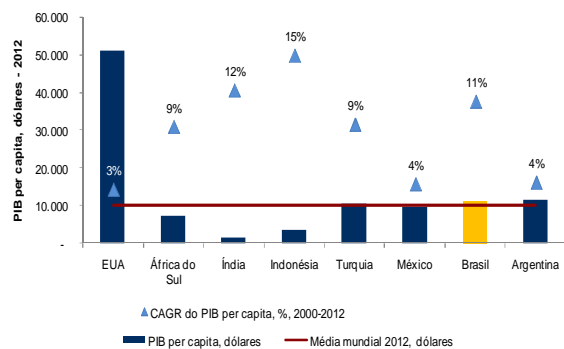
Fonte: Banco Mundial/ Fundo Monetário Internacional

Em 2008 o Brasil se tornou credor internacional e recebeu o status de *Investment Grade* por duas agências de *rating*. Depois de um crescimento forte em 2007 e 2008, a crise financeira global atingiu o Brasil, que experimentou dois trimestres de recessão causados principalmente pelo desaquecimento da demanda internacional por *commodities* e o arrefecimento do crédito externo. Entretanto o Brasil foi um dos primeiros mercados a esboçar uma recuperação.

Em 2010, os níveis de confiança de consumidores e investidores se reanimaram e o crescimento do PIB atingiu 7,5%, seu maior crescimento em 25 anos. A deterioração do cenário econômico internacional e, principalmente a crescente inflação, levaram as autoridades a resfriarem a economia,

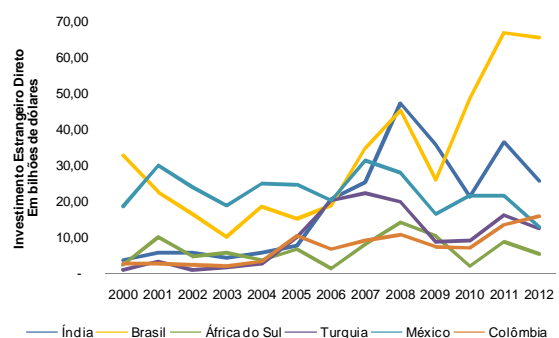
reduzindo o crescimento para 2,7% em 2011 e 1,3% em 2012.

A taxa de desemprego está em seu nível histórico mais baixo e a desigualdade de renda se reduziu anualmente durante os últimos 14 anos.



Fonte: Banco Mundial/ Fundo Monetário Internacional

Algumas das mais altas taxas de juros do mundo fizeram do Brasil um destino atraente para investidores internacionais. Esta entrada maciça de recursos contribuiu para a apreciação do Real, atingindo duramente a competitividade internacional da indústria brasileira, o que levou o governo a intervir na flutuação do câmbio e aumentar impostos sobre a entrada de capital estrangeiro.



Fonte: UNCTAD / United Nations Conf. on Trade and Development

A Presidente Dilma Rousseff manteve o compromisso da administração anterior com as metas de inflação, câmbio flutuante e contenção fiscal. Em um esforço para impulsionar o crescimento, o governo adotou





uma política monetária mais expansionista que não gerou os resultados esperados.

A estabilização da economia, a queda das taxas de juros e a baixa taxa de desemprego são os principais fatores que impulsionaram o mercado residencial brasileiro.

Tradicionalmente sub-ofertado por questões macro-econômicas, este mercado experimentou uma verdadeira escalada de preços ao longo dos últimos anos e não dá sinais de esgotamento. O crédito imobiliário cresceu de 1,5% do PIB em 2007 para 6,2% em 2012. De janeiro de 2008 a dezembro de 2012, o preço médio de residências em São Paulo cresceu 159% e o do Rio de Janeiro 194%! Apesar de 2013 ter registrado uma desaceleração do crescimento dos preços (13,9% em São Paulo e 15,2% no Rio de Janeiro), todos os principais mercados auferiram crescimentos robustos nos preços médios residenciais: 37,3% em Curitiba, 17,9% em Florianópolis, 16,9% em Vitória, 14,3% em Fortaleza, 14% em Porto Alegre, 13,4% em Recife, 12,2% em Vila Velha, 10,7% em Salvador e 9,7% em Belo Horizonte.

De acordo com a Fitch Ratings' Global Housing and Mortgage Outlook os preços médios residenciais brasileiros, junto com os da África do Sul, estão previstos para terem os maiores crescimentos do mundo até o fim de 2014.

A escalada dos preços residenciais nos principais mercados brasileiros, fez com que a conta para o desenvolvimento de novos hotéis não fechasse mais em função da conseqüente valorização dos terrenos. Até mesmo por que os principais agentes do desenvolvimento hoteleiro no Brasil são os incorporadores imobiliários, para quem o mercado residencial oferece margens maiores, mais linhas de crédito e um risco significativamente menor do que a incorporação pulverizada de condo-hotéis.

Mas isso não significa que as condições para o desenvolvimento de hotéis são totalmente adversas no Brasil, principalmente quando se considera produtos econômicos e super-econômicos e como foco as cidades secundárias, ou terciárias, cujo crescimento

médio do PIB dos últimos oito anos supera os 10% e cuja população supera a casa dos 80.000 habitantes e fica abaixo de um milhão.

Tratam-se de pólos economicamente dinâmicos, relacionados ao crescimento do agronegócio nas regiões Sul e Centro-Oeste, à mineração no Pará e em Minas Gerais, à exploração do petróleo no norte fluminense e à busca de setores da indústria por lugares com mão de obra mais barata e uma logística melhor, como é o caso do interior de São Paulo.

É em cidades com este perfil que todas as redes estão concentrando seus esforços de desenvolvimento para sua linha de produtos econômicos e super-econômicos. Tipicamente estes hotéis possuem as seguintes características de configuração e desenvolvimento:

|   |  |
|---|--|
| # de Apartamentos                                   | 100/130  |
| Localização   | Junto às principais vias de acesso das cidades.<br>Em ou próximos a empreendimentos de usos mistos (shoppings, escritórios, etc.). |
| Superfícies dos terrenos                            | 1.600/2.000 m <sup>2</sup>   |
| Custo de produção dos apartamentos                  | R\$ 60.000 aprox.<br>(excluindo o terreno)   |
| Margem líquida (na incorporação pulverizada)        | Desde 20%  |
| GOP   | 45-50%   |
| Rentabilidade real (investidor final – condo hotel) | 0,6/0,8% mensal  |
| Rentabilidade real (outros tipos de financiamento)  | Taxas internas de retorno – 12/18 %  |

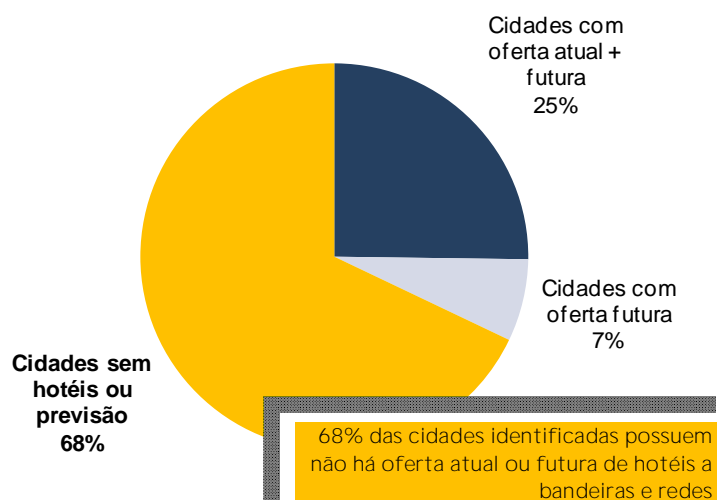
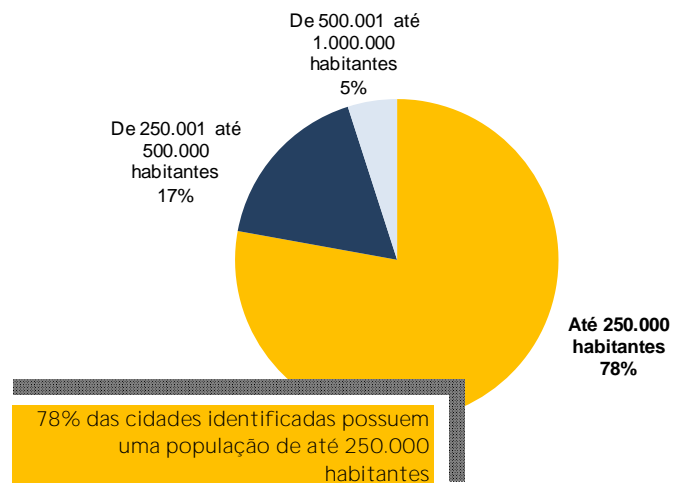
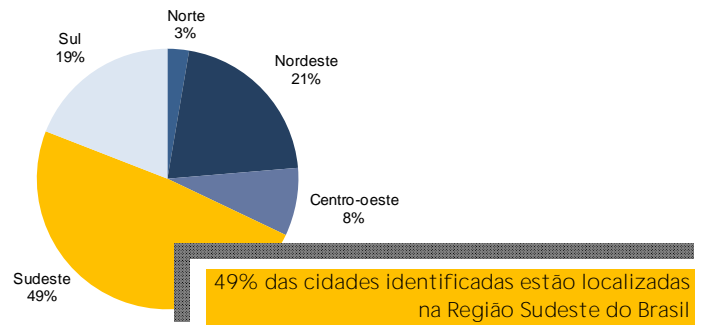
Em levantamentos recentes constatamos que a oferta hoteleira tradicional destas cidades tem, em média, menos de 60 apartamentos por hotel e idade superior a 20 anos. Muitos

destes hotéis cobram as diárias por hóspede, oferecendo a possibilidade de hospedar até cinco pessoas em um mesmo apartamento, não oferecem ar condicionado e aquecimento de água central. Constatamos também que a grande maioria destes hotéis são familiares e não dispõem de recursos suficientes para promover *retrofits* capazes de efetivamente reposicionar seus empreendimentos competitivamente.

De acordo com pesquisas e entrevistas locais, constatamos que hotéis econômicos e super-econômicos bandeirados inseridos nestes mercados têm um período de estabilização inferior a três anos e atingem uma taxa de ocupação consistentemente superior à taxa de ocupação média do mercado, resultando em um índice penetração<sup>1</sup> próximo de 1,2. Esta performance se dá em função da pressão de demanda, da inadequação da oferta hoteleira tradicional e por causa do reconhecimento de marca e capilaridade na distribuição.

Em um mapeamento recente encontramos mais de 260 cidades que se encaixam no perfil descrito acima. Destas, pouco mais de 25% já contam com pelo menos um hotel filiado a uma operadora de alcance regional e outras 7% têm hotéis bandeirados em fase de desenvolvimento. Restam então ainda mais de 170 municípios brasileiros que apresentam

indicadores sócio-econômicos similares, onde ainda não há oferta atual ou futura de hotéis filiados a bandeiras e redes e que, portanto, indicam o potencial de expansão para o médio prazo no Brasil.



<sup>1</sup> Índice de Penetração de Mercado pode ser definido como o grau de eficácia de captação de fatia de mercado de um hotel em relação à média de seu conjunto competitivo, ou seja, o quanto um hotel é melhor em captar hóspedes do que a média dos hotéis concorrentes.

## Sobre os Autores



Mariano Carrizo  
Managing Director

Possui ampla experiência em diversos mercados na região e atuando em projetos de diversas características. Atua também como responsável regional de marketing da HTL para a América Latina.



Michael Schnürle  
Director

Especializado em desenvolvimento estratégico, conceituação de novos projetos e análise de mercado. Lidera a equipe técnica da Horwath HTL no Brasil.



São Paulo  
Alameda Campinas, 463  
9º andar - Jd. Paulista  
+55 (11) 3372-3733

Contato: Michael Schnürle  
mschnurle@horwathhtl.com



Rio de Janeiro  
Avenida das Américas, 4200 - bloco 4  
Grupo 206 - Barra da Tijuca  
+55 (21) 3385-4662

Contato: Mariano Carrizo  
mcarrizo@horwathhtl.com

© 2014 Crowe Horwath International. All rights reserved.  
Horwath refers to Horwath International Association, a Swiss Verein.  
Each member of the association is a separate and independent legal entity.

[www.horwathHTL.com](http://www.horwathHTL.com)

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

