

Especial **MERCADO IMOBILIÁRIO**

Rentabilidade destaca condo-hotéis

Empreendimentos desse tipo possibilitam compra de unidades em condomínio explorado, em geral, por grande rede de hospedagem

Marilena Rocha

ESPECIAL PARA O ESTADO

Comprar um quarto de hotel e obter rendimentos não apenas por sua ocupação, mas também por todos os serviços avulsos ali prestados, da lavanderia ao estacionamento, pode ser considerado um investimento promissor neste momento, de acordo com especialistas do setor imobiliário. Os quartos, muitos com metragem compactas em empreendimentos de perfil econômico, chegam a garantir renda mensal de R\$ 2 mil. O produto, no entanto, precisa estar em acordo com a demanda da região.

O condomínio-hotel ou condo-hotel, como é conhecido internacionalmente no setor imobiliário, é um empreendimento com estrutura operacional hoteleira, mas as suas unidades são comercializadas para investidores no varejo. A incorporadora, além de cuidar de todos os trâmites para que a construção seja levada adiante, também se encarrega da contratação de uma operadora hoteleira, sólida e de bandeira internacional, antes do início das vendas das unidades nos estandes. Ou seja, o interessado já vai poder avaliar o potencial do negócio com base em quem vai administrá-lo.

Conforme a localização, a rentabilidade de um condo tem se mostrado maior do que a de um aluguel comercial ou residencial e mesmo de outros investimentos: 0,9% ao mês em média, nos últimos 12 meses. A taxa de ocupação em hotel hoje no País é de 70%; na cidade de São Paulo foi de 65,4% no primeiro semestre deste ano.

No momento em que o hotel começa a operar e a gerar lucros, o investidor começa a ter o esperado retorno: o resultado da operação, incluindo os serviços prestados (do estacionamento à lavanderia) é rateado proporcionalmente com todos os compradores de acordo com a fração ideal de cada um, independentemente se a unidade fica ocupada ou não.

O investidor recebe a escritura da sua unidade, podendo negociá-la quando for de seu interesse. E, para que o patrimônio não fique defasado, a manuten-

**Ramada Encore Limeira.** Opção no interior do Estado

ção do empreendimento envolve constantes melhorias, dispondo inclusive de um fundo de reserva a exemplo do que ocorre nos condomínios residenciais. “Eu diria que o investidor compra um fluxo de caixa e ganha de presente uma escritura. Tem um apartamento de pequeno porte eternamente locado e com o apoio de uma bandeira internacional”, define o diretor geral da Trade Invest, Luiz Roberto Pessoa Gonçalves.

Com a experiência de operar condo-hotéis identificados pelas bandeiras Comfort, Holiday Inn e Ramada, Gonçalves garante que o risco de prejuízo é muito pequeno. “O único risco é o de ocorrer uma superoferta de hotéis do gênero. Mas acho isso difícil, porque faz 20 anos que não se investe em hotéis no Brasil. Há uma grande demanda pelo serviço. Nos nossos condo-hotéis, nunca tivemos um mês sequer de prejuízo”, conta.

Há boas oportunidades de investimento nesta área no interior paulista, segundo ele. “Estamos investindo bem em Americana, Limeira e arredores, e entendendo que Ribeirão Preto é uma região que sofre muito pela fal-

ta de hotéis. Eu só vejo exagero hoje em Belo Horizonte, que registra, neste momento, 28 lançamentos de condo.”

No cenário de perspectivas, ele diz que haverá boa demanda no Brasil nos próximos anos. “Afinal, as estatísticas mostram que nós temos menos de um quarto para cada mil habitantes, quando a Europa, por exemplo, tem 19 quartos.”

Na capital paulista, ele destaca a construção de um condo na Avenida Celso Garcia que será operado pela bandeira Ramada. “Estou há 15 anos no setor e posso garantir que o único risco é de uma ocupação abaixo de 28%, ou seja, no vermelho. Mas isso é improvável, tratando-se de bandeiras internacionais. Em todos os nossos condo-hotéis, a faixa média de ocupação está em 82%. No País, estão sendo lançadas 14 mil unidades, e nós respondemos por 2 mil. Um ótimo negócio até para o pequeno poupador, que pode adquirir uma unidade a partir de R\$ 200 mil e ter rendimentos mensais de R\$ 2 mil.”

O dirigente também afasta a possibilidade de riscos para os investidores por conta de processos trabalhistas ou acidentes. Quando a bandeira hoteleira internacional fecha o contrato com a incorporadora de um condo-hotel, ela se obriga a apresentar uma apólice de seguro que cubra todos os custos decorrentes de eventuais ações trabalhistas ou de acidentes no interior do empreendimento.

O diretor executivo da Cyrela

● Mercado**65,4%**

Corresponde à taxa média de ocupação dos hotéis na capital paulista no primeiro semestre, de acordo com informações da São Paulo Turismo (SPTuris)

**Ca'D'Oro.** Sucesso de vendas na capital paulista motivou lançamento na região do ABC

Paraná, Marlus Dória, destaca que, no lançamento de um condo em Curitiba (PR) e outro em Porto Alegre (RS), foram vendidas 70% e 100% das unidades, respectivamente. “Trabalhamos com a bandeira InterCity, que é superexigente, e focamos na localização. Além disso, existem as facilidades financeiras.

No caso de uma unidade de R\$ 300 mil, o investidor paga 40% durante a obra (dois ou três anos) e financia o saldo devedor do imóvel, que pode ser pago mensalmente, já com o retorno do empreendimento.”

A incorporadora Tecnisa lançou no ano passado o The Five East Batel, um mixed use, que

terá um condo-hotel com 180 unidades autônomas em Curitiba. “Aqui em São Paulo, vamos lançar um, agora em fase de aprovação, no Jardim das Perdizes, na região Barra Funda, entre Perdizes e Pompeia. O empreendimento será maior do que o de Curitiba”, enfatiza o diretor executivo de produtos regionais da empresa, Enzo Ricetti, que diz ter certeza do grande interesse do público investidor no negócio condo-hotel.

Também o diretor de Incorporação da Brookfield Incorporações, José de Albuquerque, é entusiasta dessa alternativa de aplicação para investidores isolados. Ele lembra que a empresa foi uma das maiores empreendedoras desse modelo já nos anos 1990 e 2000.

Com a retomada da boa rentabilidade do negócio – quase triplicou, segundo Albuquerque –, a Brookfield já está com vários condo-hotéis engatilhados, inclusive em Santo André, tendo vendido 100% das unidades do Hotel Ca'D'Oro, em São Paulo. Ele entende que, se a legislação permitisse, a cidade poderia contar com novos condos na Avenida Brigadeiro Faria Lima, no Brooklin e no Campo Belo, por exemplo. Outra dificuldade apontada por incorporadores é a possibilidade de formar terrenos no município.

Sindicato cria cartilha para orientar eventuais investidores

Segmento já enfrentou superoferta de flats. Capital paulista tem disponibilidade de 42 mil quartos em hotéis

A SPTuris informa que há 42 mil quartos de hotéis existentes na cidade de São Paulo, consistindo na maior oferta hoteleira da América do Sul. Deste total, o setor calcula que 30 mil estejam em flats e condo-hotéis. E a maioria destes está nas mãos de pequenos investidores.

A previsão é de que o movimento de lançamentos dos condo-hotéis continue. No primeiro

semestre do ano que vem, por exemplo, será colocado à venda o condo do Parque Global, megaprojeto misto das incorporadoras Bueno Netto e Related Brasil na zona sul da capital.

Também há condos previstos para Osasco, Barueri, Alphaville, ABC, Guarulhos, Santos, Campinas e região, São José dos Campos, Jacareí, Taubaté, Pindamonhangaba e Guaratinguetá.

Os condo-hotéis podem ser considerados herdeiros dos flats, que floresceram nos anos 1970 e 1980. Tinham moradores e hóspedes e parte dos apartamentos era vendida para investidores. Em 1994, inibiu-se o seu uso como moradia com o

produto se limitando a 24m² por unidade. Também houve superoferta do produto no mercado, o que derrubou a taxa de ocupação para 25% entre 2002 e 2003. A partir 2007, o mercado começou a se equilibrar.

Justamente para impedir o desastre de anos anteriores decorrente da superoferta que o Secovi-SP redigiu o *Manual de Melhores Práticas para Hotéis de Investidores Imobiliários Pulverizados* (disponível em www.secovi.com.br). O texto expõe as regras do negócio e orienta a respeito dos cuidados necessários para o sucesso do investimento. Uma regra básica é verificar, por exemplo, se há outros proje-

**Feira.** Turismo de negócios garante ocupação nos dias úteis

tos do mesmo tipo em fase de aprovação na Prefeitura nas redondezas de onde se pretende comprar uma unidade.

O turismo de negócios durante a semana garante a ocupação. Aos sábados e domingos, pelo menos 16 mil quartos, ou 40% do total, ficam ocupados. São negociantes, empresários e exe-

cutivos que esticam a hospedagem para conhecer o parque cultural, gastronômico e de entretenimento paulista. “A ocupação de fim de semana é recorde no País, maior até que a do Rio”, diz o vice-presidente de Assuntos Turísticos e Imobiliários do Sindicato da Habitação (Secovi-SP), Caio Calfat. **M.R.**

‘Tenho a certeza de ter feito um bom negócio’

◆ Empresário, que adquiriu três apartamentos em lançamento em Curitiba, destaca facilidade de obtenção de ocupantes

Após uma alentada pesquisa para saber qual o melhor produto para investir, o comerciante César Augusto Fernandes, de 46 anos, concluiu que os condo-hotéis voltaram a ser a melhor opção para quem busca algo con-

fiável e rentável no setor imobiliário. “Já tratei de comprar três unidades, uma para cada um dos meus filhos”, conta.

Além de se dedicar a uma padaria e confeitaria em Curitiba, Fernandes tem uma longa história de interesse pelos imóveis. “Viajo muito pelo Brasil todo e vejo que a hora é dos condo-hotéis. Pelotas e Rio Grande, no Rio Grande do Sul, por exemplo, são lugares que comportam perfeitamente essa nova tendência”, defende.

Ele conta ter investido R\$ 320 mil em cada uma das unidades do edifício Urban Hotel, que ficará para um filho de 22 anos e dois gêmeos de cinco. O produto, em Curitiba, está em construção e deve ser entregue em 2015.

“Verifiquei que quem coloca um apartamento para alugar tem hoje um rendimento variável de 0,5% a 0,6%. Já o rendimento da unidade do condo está

● **Comodidade**
“Toda a preocupação da ocupação e da manutenção é da operadora”
Augusto Fernandes
INVESTIDOR

entre 0,8% e 1,2%. E tem a vantagem, ainda, de ensinar a meus filhos como ganhar dinheiro, sem a preocupação de ficar em busca de inquilinos. No condo, toda a preocupação da ocupação e manutenção é da operadora hoteleira”, argumenta Fernandes.

O comerciante entende que os condos são mais vantajosos do que as salas comerciais. “Eu tenho dois imóveis comerciais alugados, mas vejo que não está compensando porque manter uma empresa hoje no País é algo muito difícil. Em dois ou três anos, a empresa fecha, e o local acaba ficando vago. Dá muita dor de cabeça. Por isso tenho a certeza de ter feito um bom negócio com o condo.” **M.R.**

**Lupa.** Comerciante pesquisou antes de se decidir por condo