
2008

Investimentos Turístico-Imobiliários no Nordeste

Diogo Canteras
Raymond Smith
Cristiano Vasques
Gustavo Moura
Renato Moraes

HVS

Av. Brig. Faria Lima, 1912 – Conj. 20J
01452-000 São Paulo – SP, Brasil
+55 11 3093-2743
+55 11 3093-2783 (Fax)

Newmark Knight Frank

Rua George Eastman, 160 – 8º andar
05690-000 São Paulo – SP, Brasil
+55 11 3755-8888

Maio, 2008

INTRODUÇÃO

O presente artigo analisa o mercado turístico-imobiliário no Nordeste brasileiro. Trata-se de um mercado relativamente novo, que ganhou relevância por fatores como grande liquidez internacional, desenvolvimento dos destinos turísticos nordestinos, perspectivas de valorização imobiliária e baixos preços dos ativos brasileiros.

As informações aqui apresentadas são a síntese de uma ampla pesquisa encomendada pela Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Nordeste Brasileiro (ADIT-NE). O principal interesse da associação é oferecer análises relevantes sobre o mercado, permitindo que o setor público e a iniciativa privada tenham maior clareza sobre seu funcionamento e possam planejar suas ações futuras.

A pesquisa, realizada pela HVS e pela Newmark Knight Frank, envolveu vasta coleta de dados, trabalhos de campo em todo o litoral nordestino e mais de 70 entrevistas em profundidade com desenvolvedores imobiliários, agentes públicos, corretores e consultores. Suas principais conclusões foram tema de uma apresentação no Nordeste Invest 2008, em Recife. O estudo completo será publicado em breve pela ADIT-NE.

O artigo se inicia definindo o mercado turístico-imobiliário do Nordeste brasileiro, apresentando suas principais características e realizando projeções de oferta e demanda imobiliárias para os próximos anos. Em seguida, comenta-se sobre o desempenho dos resorts do Nordeste e se realizam projeções de oferta e demanda hoteleiras. Por fim, são abordadas as forças que atuam sobre o mercado turístico imobiliário e apresentadas conclusões e recomendações.

O MERCADO TURÍSTICO-IMOBILIÁRIO

O mercado turístico-imobiliário é aquele composto por empreendimentos imobiliários (tipicamente de segunda residência) situados em destinos desejados e alavancados por equipamentos turístico-hoteleiros, tais como hotéis, marina, parques, campos de golfe, etc. O papel desses equipamentos é oferecer uma experiência turística agradável, gerar fluxo turístico para o local e prestar serviços para os proprietários e usuários dos imóveis. Dessa forma, adiciona-se vida e valor ao empreendimento, o que permite uma maior velocidade de venda e preços de comercialização mais elevados. O componente imobiliário, por outro lado, permite maior rentabilidade e antecipação de parte significativa do fluxo de caixa.

Atualmente, há 48 projetos turístico-imobiliários no Nordeste brasileiro, em fases diversas de desenvolvimento, conforme a figura 1.

O estoque imobiliário existente atualmente em projetos turístico imobiliários no Nordeste é de aproximadamente 1.900 unidades, incluindo lotes, casas e apartamentos. Nos últimos anos, a velocidade média de vendas em empreendimentos turístico-imobiliários no Nordeste oscilou entre 20 e 100 unidades anuais por projeto. Os empreendimentos implantados disponibilizaram para vendas de 100 a 300 unidades por fase, com predominância na faixa entre 100 e 150.

Os preços médios de unidades imobiliárias (casas, apartamentos, etc.) por m² construído variam entre R\$ 2.500,00 e R\$ 3.500,00 para produtos *midmarket* (mais massificados) ou em destinos menos consolidados; entre R\$ 3.500,00 e R\$ 5.000,00 para produtos *upscale* (de alto padrão); e de R\$ 5.000,00 a R\$ 7.000,00 em produtos *high-end* (altamente exclusivos).

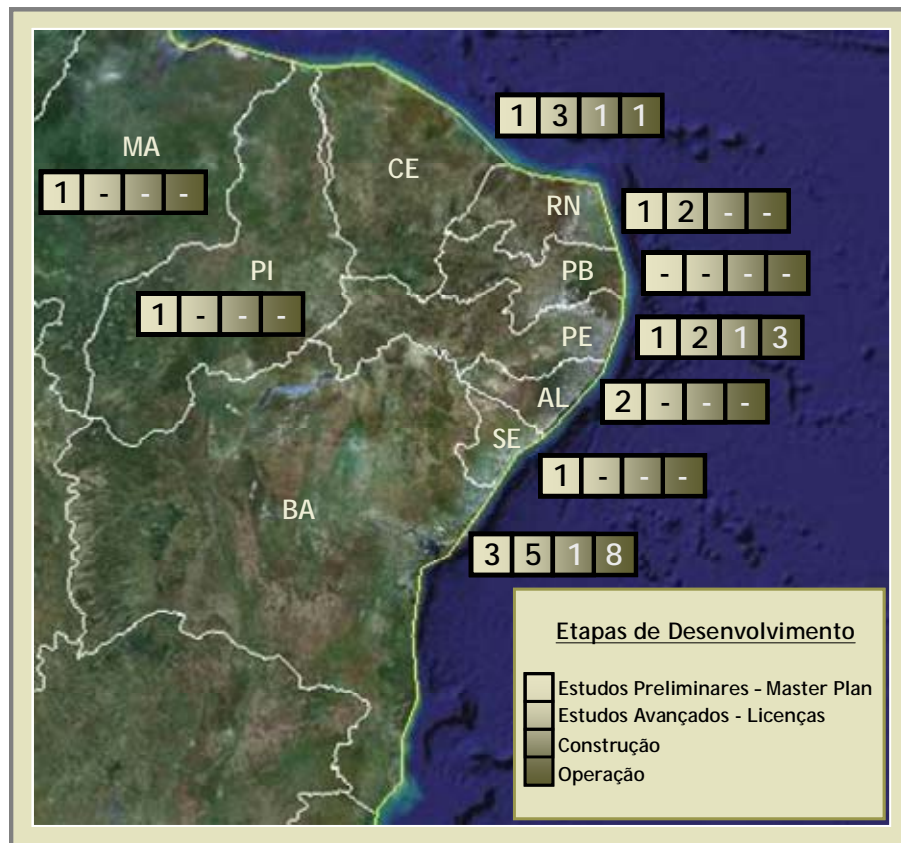
Comparado com mercados internacionais, o Brasil possui preços ainda baixos, porém compatíveis com a realidade de mercado do país, como demonstra a figura 2.

O preço de venda de terrenos, em dólar, por metro linear de praia apresenta grande variabilidade. A atratividade do destino e seu estágio de desenvolvimento se refletem em preços de terrenos mais elevados. Entre os destinos do litoral nordestino com forte atratividade, destacam-se: Pipa (RN); Porto de

Galinhas (PE); Maraú (BA); Itacaré (BA); e Trancoso (BA), conforme apresentado na figura 3.

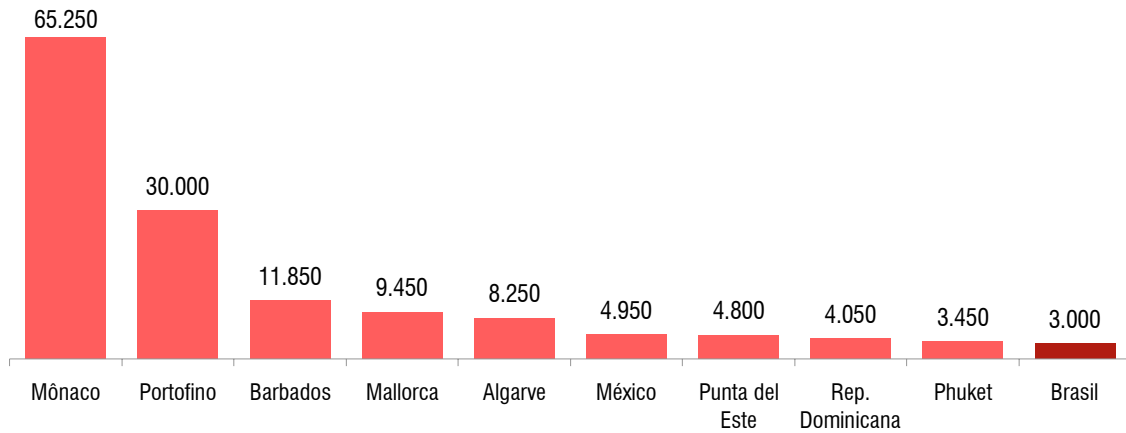
Ao longo dos últimos sete anos, houve grande valorização de preços de terrenos. Hoje, existe a percepção de que alguns terrenos estão demasiadamente caros, dado o potencial estimado de geração de receita de empreendimentos que possam vir a ser desenvolvidos em tais áreas.

Figura 1 – Mapa da Oferta de Projetos Turístico-Imobiliários por Estado



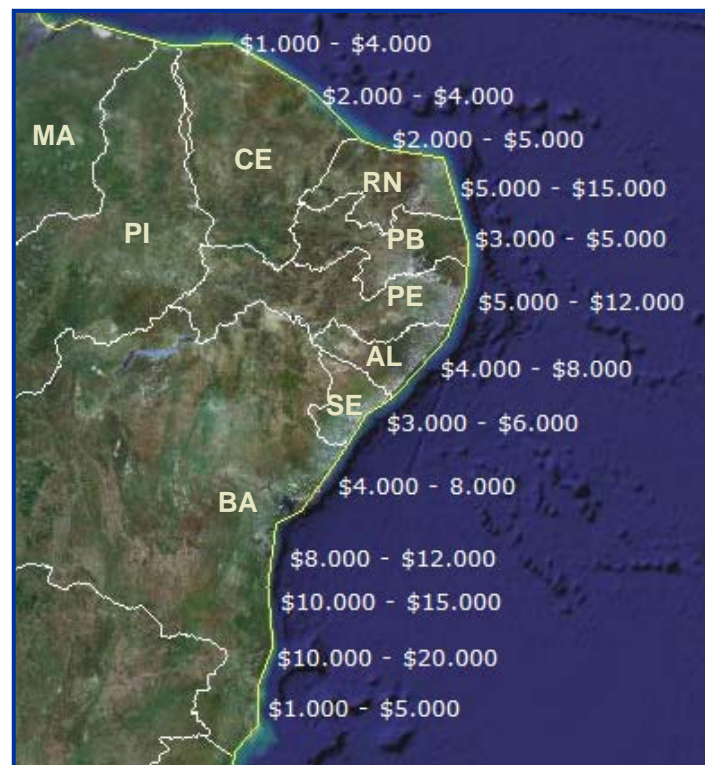
Fonte: Newmark Knight Frank, HVS, 2008.

Figura 2 – Valor Médio de Venda de Imóveis de 2ª Residência de Luxo (US\$ / m²)



Fonte: Knight Frank, 2008

Figura 3 – Preço de Venda de Terreno no Nordeste (US\$ / metro linear frente mar)



Fonte: Newmark Knight Frank, 2008.

PROJEÇÃO DE OFERTA E DEMANDA IMOBILIÁRIA

No primeiro semestre de 2007, os diversos projetos turístico-imobiliários em desenvolvimento no Nordeste brasileiro anunciavam a construção de aproximadamente 78 mil unidades imobiliárias conjuntamente. Desse total, a HVS e a Newmark Knight Frank estimam que aproximadamente 7 mil devam ser construídas até 2014 (figura 4).

Nossas projeções foram baseadas em um cenário futuro com as seguintes premissas:

- Continuidade de crescimento econômico do Brasil entre 4% e 5% ao ano e cumprimento da meta inflacionária até 2014;
- Retomada do crescimento econômico europeu e norte-americano a partir do segundo semestre de 2009, paralelo ao término da crise financeira mundial;
- Ausência de novas crises nacionais e internacionais que venham a afetar o desempenho da economia mundial;
- Continuidade das estratégias atuais de desenvolvimento turístico nacional e dos estados.

Além disso, foram consideradas as seguintes informações:

- A oferta imobiliária atualmente existente em projetos turístico-imobiliários no Nordeste levou quase trinta anos para se desenvolver (1900 unidades). A velocidade de vendas nos últimos anos (marcados por condições de mercado favoráveis) variou entre 20 e 100 unidades anuais, por empreendimento;
- Embora tenha havido crescimento da demanda estrangeira, este foi substancialmente menor que o esperado. No curto prazo, há fatores que devem restringir tal demanda. No médio prazo, não há indícios de que a demanda estrangeira seja volumosa o suficiente para

dar vazão a todos os projetos anunciados no Nordeste;

- Tradicionalmente, desenvolvimentos turístico-imobiliários extensos costumam levar muitos anos para vender todas as suas áreas, comumente subdivididas em fases, colocadas à venda conforme a existência de compradores. Caso alguma fase apresente vendas lentas ou a preços baixos, as fases subsequentes são interrompidas até que o mercado se recupere. Logo, a lógica do desenvolvimento imobiliário subentende que não há incentivos para crescimento da oferta em velocidade exageradamente maior que o crescimento da demanda.

Com base nas informações apresentadas e na análise individual de cada projeto, foram elaboradas projeções para um período de sete anos, refletindo o tempo estimado para que empreendimentos em implantação terminem ao menos uma fase de desenvolvimento. Considerando que a oferta e a demanda por unidades imobiliárias estão fortemente associadas, já que sua construção depende da venda antecipada de parte representativa da oferta, estima-se que a demanda futura por segundas residências em projetos turístico-imobiliários no Nordeste será suficiente para absorver parte significativa da oferta aqui projetada.

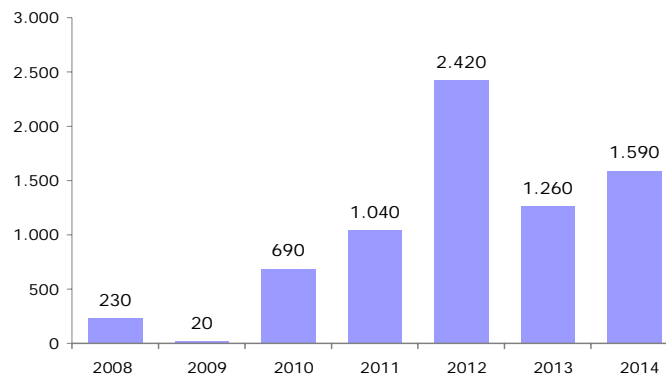
Essa expectativa (cenário realista) é representada pela linha azul na figura 5, que apresenta também a projeção e demanda em dois cenários extremos distintos, atrelados diretamente ao comportamento das seguintes variáveis: taxa de câmbio, acesso aéreo, disponibilidade de financiamento e promoção internacional do Brasil.

No cenário otimista, a taxa de câmbio se manterá em níveis relativamente altos, indicando depreciação do real frente ao dólar, que tornará o produto brasileiro mais competitivo no exterior. O aumento de competitividade, aliado à manutenção de

políticas adequadas de melhoria da infraestrutura turística e promoção do Brasil no exterior resultarão em fluxos turísticos mais elevados, os quais implicarão em significativa melhoria da acessibilidade aérea. Paralelamente, o rápido equacionamento da crise financeira internacional permitirá a retomada dos financiamentos imobiliários, estimulando a demanda internacional.

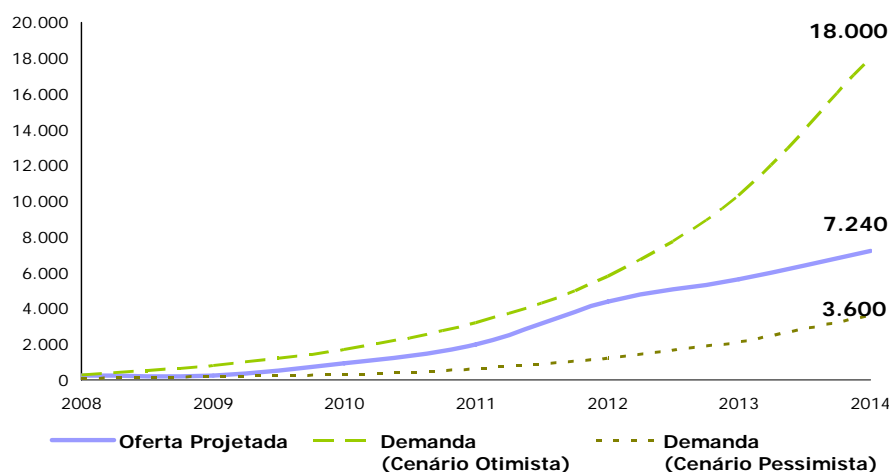
No cenário pessimista, o real valorizado, a falta de investimentos públicos em promoção internacional e a ausência de financiamento tornarão o Brasil pouco atrativo para o mercado internacional e dependente quase exclusivamente da demanda interna, que deve crescer devido às boas perspectivas para a economia doméstica.

Figura 4 – Projeção Novas Unidades Imobiliárias – Nordeste



Fonte: Newmark Knight Frank, HVS, 2008.

Figura 5 – Projeção Nova Demanda - Unidades Imobiliárias - NE - Acumulado



Fonte: Newmark Knight Frank, HVS, 2008

O MERCADO DE RESORTS NO NORDESTE

O resort é componente vital de projetos turístico-imobiliários. Seu esforço comercial

garante a presença de hóspedes mesmo durante a baixa temporada. Os hóspedes criam a sensação agradável de vida e

movimento no empreendimento e são potenciais compradores de unidades imobiliárias, o que faz do resort uma importante ferramenta de marketing e vendas. A estrutura gerencial do resort auxilia a gestão das unidades imobiliárias ao oferecer serviços de locação destas residências, limpeza e arrumação, alimentos e bebidas, lazer, entre outros. A marca do resort, os serviços e conveniências oferecidos e seus equipamentos de lazer agregam valor à experiência turística, valor este que se transfere para o preço de unidades imobiliárias. Além disso, a gestão de resorts pode ser rentável, gerando receitas e, eventualmente, mostrando-se um investimento atrativo.

Segundo dados da Associação Brasileira de Resorts, o desempenho agregado dos resorts no Brasil tem seguido uma tendência de queda, conforme apresentado na figura 6.

Os fatores que prejudicaram o desempenho dos resorts em todas as regiões do país foram os mesmos:

- Estagnação do fluxo internacional de turistas para o Brasil desde 2005;
- A valorização do real frente ao dólar inibiu a demanda internacional por resorts e estimulou viagens de brasileiros ao exterior. Essa variação cambial implicou na queda das tarifas em reais para que seu valor em dólar se mantivesse minimamente competitivo no mercado internacional;
- A crise aérea, que dificultou a acessibilidade aos resorts (especialmente no Nordeste), sendo forte inibidor de demanda;
- Grande crescimento da oferta ao longo dos últimos anos. A abertura de empreendimentos mais competitivos gerou pressões de quedas de preços e mudança na distribuição da demanda

entre empreendimentos existentes, prejudicando resorts em operação;

- Queda dos preços em reais das viagens em cruzeiros marítimos.

Dos fatores mencionados, a HVS acredita que o câmbio está no cerne da atual estagnação dos resorts no Brasil. Conforme demonstrado na figura 7, o diferencial de preço entre o produto turístico nacional e o internacional é substancialmente menor hoje (com câmbio de R\$ 1,85/ US\$) que em 2003. Isso incentiva a emissão de brasileiros para o exterior e redireciona os turistas estrangeiros para outros países, já que o Caribe, por exemplo, tornou-se mais barato que produtos nacionais. A tentativa de manter um mínimo de competitividade tem obrigado os resorts nacionais a atuar com tarifas cada vez menores. Ainda assim, ocorre perda significativa de mercado.

PROJEÇÃO DE OFERTA E DEMANDA HOTELEIRA

Como a presença de resorts amplia a velocidade de venda e preço das unidades imobiliárias, faz sentido construí-los, mesmo que não sejam rentáveis isoladamente. Isso tem levado empreendedores a anunciar projetos com muitas unidades hoteleiras, a despeito do fraco desempenho do mercado de resorts. Desenvolvedores de projetos turístico-imobiliários costumam buscar parceiros que assumam o risco do investimento hoteleiro sem participar das receitas do imobiliário. Este modelo, contudo, não é atrativo para o investidor, dadas as condições adversas do mercado de resorts. É razoável, portanto, supor que a oferta hoteleira futura deve ser bastante menor que o tipicamente anunciado por desenvolvedores. Ou seja, devem ser construídos menos resorts e de menor porte, uma vez que estes constituem parte importante do modelo de negócio turístico-imobiliário.

Como mostra a figura 8, estima-se a construção de aproximadamente 4.200 novas unidades

habitacionais hoteleiras em resorts localizados dentro de projetos turístico-imobiliários até 2014. Este crescimento representará um aumento de 55% sobre a oferta atualmente implantada (de 7.650 unidades), o que resultará em um total de 11.810 unidades em 2014.

Considerando a projeção da oferta e a evolução prevista da demanda (de acordo com o cenário já descrito), caso as condições macroeconômicas atuais se mantenham, o atual quadro para resorts *midscale* e *upscale* do Nordeste não deve apresentar recuperação nos próximos anos (figura 9).

FORÇAS DE MERCADO

De modo geral, o tamanho e as características do mercado turístico imobiliário são determinados pelas seguintes forças de mercado: demografia, comportamento, economia, taxa de câmbio, ambiente financeiro, ambiente regulatório, e atratividade turística. Cada uma destas forças tem efeitos positivos ou negativos sobre o mercado, resultando em uma situação mais favorável ou mais adversa.

A soma dos efeitos das diversas forças no mercado turístico-imobiliário no período de 2003 a 2007 foi bastante positiva, apesar da taxa de câmbio declinante e da existência de dificuldades junto aos órgãos responsáveis pelo licenciamento dos projetos turístico-imobiliários no Brasil. O crescimento econômico nacional e internacional foi expressivo e contínuo, houve grande

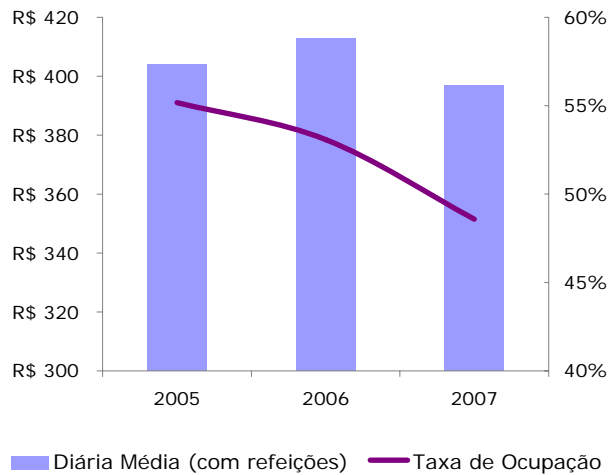
disponibilidade de capital e o Brasil tornou-se mais atrativo do ponto de vista de produto e de gestão. Nesse ambiente proliferaram os diversos projetos turístico-imobiliários hoje em planejamento, construção ou operação no país.

A partir de 2008, predomina a incerteza a respeito dos rumos das forças de mercado analisadas. Ainda não se sabe ao certo a duração e a intensidade do efeito que a crise de crédito e o estouro da bolha imobiliária americana terão sobre a economia mundial. Também não é certo se o Brasil será capaz de manter-se em trajetória positiva em caso de recessão nos países desenvolvidos. Por fim, há grandes incertezas sobre os movimentos futuros da taxa de câmbio. Por outro lado, tendências demográficas e econômicas, com efeitos sensíveis em prazos mais longos, apontam para o crescimento da demanda.

Assim, é bastante provável que o mercado tenha atividade muito reduzida no curto prazo. Após alguns anos, a situação global deverá proporcionar condições adequadas para a retomada das vendas de segundas residências e, eventualmente, para a maior inserção do Brasil no mercado mundial.

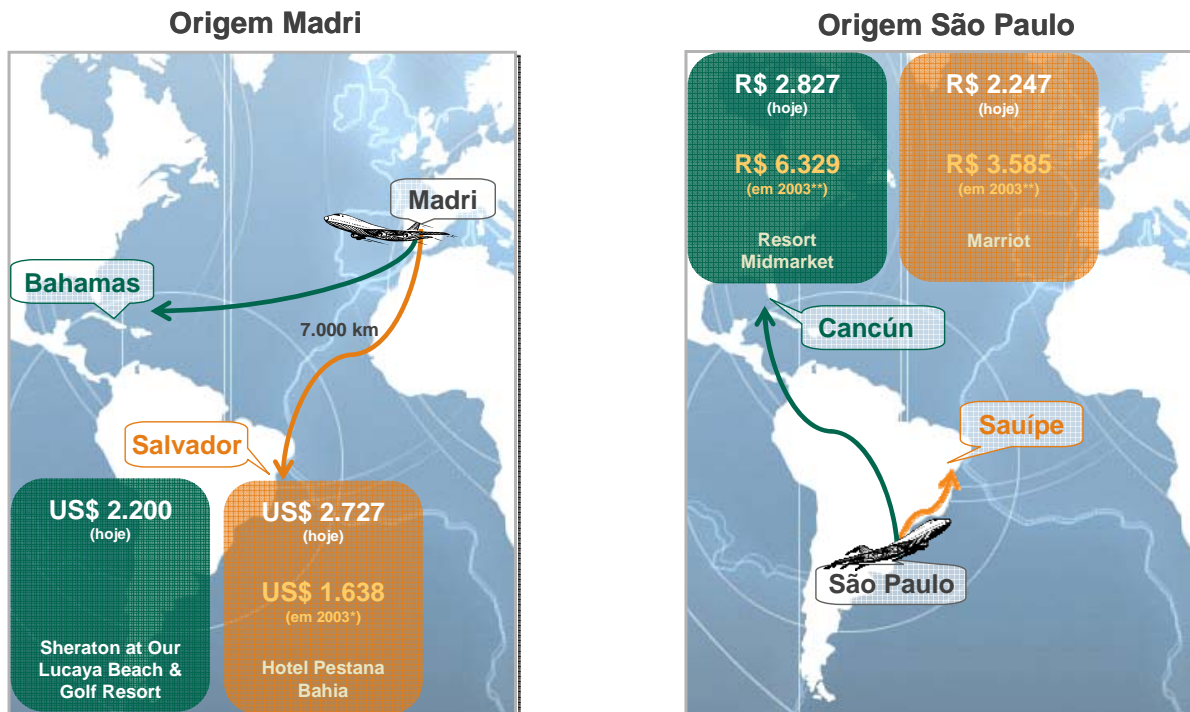
A variação das forças de mercado ao longo do tempo pode confirmar ou alterar as projeções apresentadas no presente relatório, bem como a direção e o prazo dos acontecimentos. O acompanhamento de cada uma delas é vital para a compreensão dos rumos futuros do mercado.

Figura 6 – Desempenho Mercadológico dos Resorts no Brasil – 2005 a 2007



Fonte: Resorts Brasil

Figura 7 – Comparativo de Preços de Pacotes Turísticos para Mercado Externo e Interno



Fonte: Cheapticket

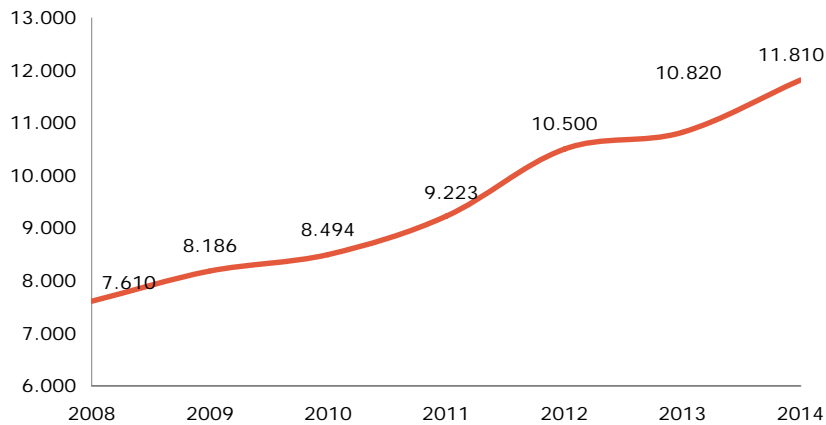
Fonte: Revista Viagem, mai/08 e dez/02

* Valor Nominal

** Valor atualizado para 2008 (valor real)

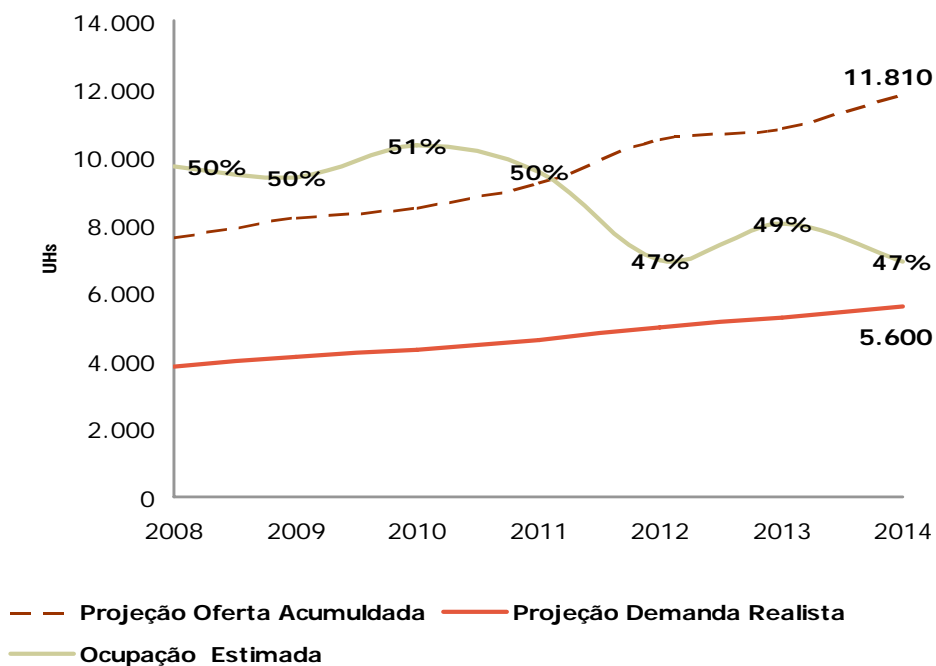
Fonte: HVS, 2008.

Figura 8 – Projeção da Oferta de Resorts no Nordeste até 2014 - Acumulado



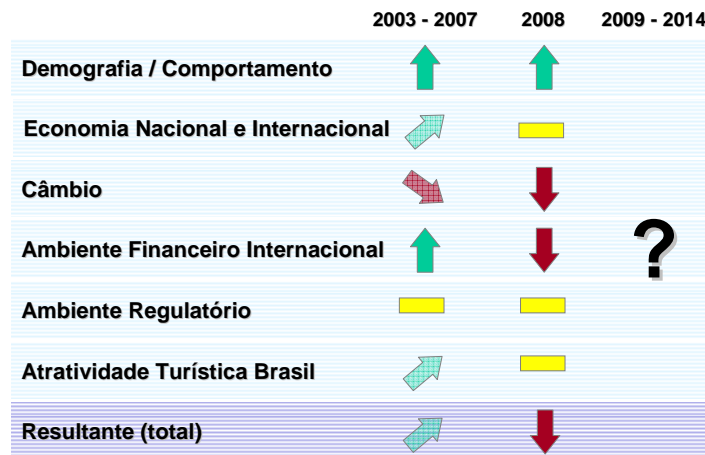
Fonte: Newmark Knight Frank, HVS, 2008.

Figura 9 – Projeção de Demanda e Desempenho dos Resorts no Nordeste



Fonte: HVS, 2008.

Figura 10 – Evolução das Forças do Mercado Turístico-Imobiliário



Fonte: Newmark Knight Frank, HVS, 2008.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Os estudos da HVS e Newmark Knight Frank indicam que o mercado turístico-imobiliário do Nordeste ainda é bastante incipiente. Embora os volumes observados de oferta e de demanda possam ser inadequados para avaliar o potencial futuro, parece evidente que as expectativas existentes até 2007 foram excessivamente otimistas.

Os fatos econômicos mundiais recentes devem fazer com que o ciclo de inserção do Brasil no mercado turístico-imobiliário internacional, que vinha maturando nos últimos anos, seja interrompido momentaneamente. No entanto, um novo ciclo deve surgir em um futuro próximo, resultando possivelmente em um processo mais estruturado e promissor.

No curto prazo, a demanda doméstica continua predominante e apresenta boas perspectivas, tendo em vista o momento atual e as perspectivas da economia brasileira. Deve haver uma depuração do mercado, na qual perdem espaço os especuladores e os projetos menos estruturados. Por outro lado, projetos mais consistentes continuarão a ser desenvolvidos, especialmente aqueles realizados por grupos experientes e com boa

estrutura financeira. Deve ocorrer também redução da demanda por terrenos e por licenças ambientais.

Em prazos mais estendidos, espera-se a retomada da demanda por segundas residências em projetos turístico-imobiliários no Nordeste brasileiro.

O arrefecimento do mercado no curto prazo é uma excelente oportunidade para o setor se estruturar para crescer de forma ordenada. Se o período de retração de mercado for aproveitado de forma adequada, serão menores as chances de que expectativas exacerbadas e práticas contraproducentes voltem a ocorrer. A ADIT tem papel importante nesse contexto, devendo catalisar a integração e o alinhamento entre os agentes, realizando estudos setoriais e fomentando boas práticas.

A seguir, serão apresentadas algumas recomendações para que se propicie um desenvolvimento mais saudável do mercado turístico-imobiliário no Nordeste do Brasil.

Desenvolvedores Imobiliários e Investidores

Monitore consistentemente as forças que atuam sobre o mercado para identificar momentos de retomada de crescimento e adequar estratégias.

Use capital de longo prazo com baixo custo de oportunidade para aquisição de terrenos. Um projeto turístico imobiliário normalmente leva muitos anos para ser completado. Apenas durante a fase de construção, deve-se considerar o uso de capital de prazos mais curtos e com maiores custos de oportunidade.

Avalie bem o potencial de uso de um terreno antes da compra para ter certeza que o projeto é viável. Adquirir opções de compra do terreno, para somente então realizar os estudos de mercado e ambientais. Compre a área apenas após a realização destes estudos.

Não arrisque na elaboração do *masterplan*. A viabilidade do projeto não pode depender de elementos críticos que possam ser de difícil aprovação.

Busque parceiros estratégicos que complementem as características do grupo empreendedor. Considere participar de projetos existentes ao invés de desenvolver por conta própria. Há diversas oportunidades para isso no momento atual.

Escolha um destino muito atrativo, com boas perspectivas e invista nele como se fosse o próprio projeto. Saiba que destinos menos atrativos e estruturados exigem períodos bastante longos de desenvolvimento e altos investimentos em promoção e estrutura.

Seja parcimonioso na escolha dos equipamentos turísticos, hoteleiros e de lazer. Conheça seu segmento-alvo e utilize equipamentos adequados. Dimensione os hotéis conhecendo os problemas que o mercado de resorts enfrenta atualmente.

Gestores Públicos

Avalie o papel dos empreendimentos turístico-imobiliários no contexto do desenvolvimento turístico do estado, identificando projetos adequados à estratégia selecionada.

Crie condições para que projetos selecionados sejam implantados e dê assessoramento que permita que tais projetos se desenvolvam dentro de normas rígidas, mas sem contratempos desnecessários.

Fomente a elaboração de um zoneamento econômico-ecológico para o litoral do estado, compreendendo regiões de usos turísticos adequadas à implantação de projetos turístico-imobiliários.

Exija contrapartidas de projetos turístico-imobiliários em implantação visando promover melhoria da qualidade de vida e da experiência do visitante nos destinos onde os projetos estiverem localizados.

Invista em promoção dos destinos turísticos estaduais no exterior, em parceria com o *trade* turístico.

Órgãos Licenciadores

Crie condições para que empreendedores bem intencionados possam ter menos contratempos no processo de aprovação dos projetos.

Evidencie as principais práticas e princípios inerentes ao processo de licenciamento, via publicações de notas técnicas, realização de seminários técnicos, etc.

Promova treinamentos dos agentes ambientais públicos e de consultores ambientais privados, para que estes possam disseminar melhores práticas e fornecer serviços de consultoria que estejam em linha com a visão dos órgãos licenciadores.

SOBRE A HVS

Fundada em 1980, a HVS é a maior e mais conceituada empresa de consultoria em investimentos hoteleiros do mundo, com mais de 30 escritórios espalhados em diversos países. A HVS oferece serviços em todos os diferentes aspectos do investimento hoteleiro, tendo atuado em mais de 10.000 hotéis pelo mundo.

No Brasil, atua desde 1999, tendo realizado trabalhos de consultoria, estudos de viabilidade, avaliações econômicas, planos de negócio e conceituações de empreendimentos hoteleiros para mais de 150 hotéis e resorts em território nacional, outros países da América do Sul, Portugal e Angola.

Além disso, vem assessorado a estruturação de empreendimentos turístico-imobiliários em destinos turísticos do Nordeste desde 2002, e foi responsável pela elaboração dos Planos Diretores de Desenvolvimento Turístico Integrado da Bahia e do Maranhão, bem como pela elaboração do plano estratégico para o desenvolvimento turístico de Itacaré-BA.

Atualmente a HVS é a consultora de investimentos do Fundo de Investimento Imobiliário Hotel Maxinvest, tendo participado de sua idealização e estruturação.

SOBRE A NEWMARK KNIGHT FRANK

A Newmark Knight Frank é uma das mais importantes consultorias imobiliárias independentes do mundo. Tem entre seus clientes algumas das maiores corporações mundiais e atende proprietários, ocupantes e investidores em todas as suas necessidades no que se refere a transações imobiliárias. Tem 165 escritórios em diversas cidades em todos os seis continentes. Com mais de 5.300 funcionários, criou uma plataforma global para atender sua crescente lista de clientes.

Tendo uma experiência de mais de 100 anos na Europa e mais de 70 anos nos Estados Unidos, iniciou suas operações, no Brasil, em julho de 2006. Sua plataforma de negócios conta com profissionais experientes e complementa a estrutura global de atendimento aos clientes, quer sejam eles locais ou internacionais. Sua capacitação permite prestar atendimento em um amplo leque de serviços em vários segmentos, que compreendem venda, compra, locação, assessoria estratégica, fusões e aquisições, serviços financeiros, pesquisas e diversos serviços técnicos como avaliações, auditorias, desenvolvimentos de sistemas, entre outros, todos voltados para atender operações imobiliárias.

Através de sua associada, Knight Frank, sediada na Inglaterra, a empresa se notabiliza pela sua especialização no que se refere ao desenvolvimento de empreendimentos destinados à segunda residência de alto padrão, tanto em países europeus quanto em países de outros continentes. Os serviços deste segmento englobam consultoria para formatação de produtos (conceituação) e vendas de unidades residenciais em diversos países.



Investimentos Turístico-Imobiliários no NE

AUTORES

HVS

Diogo Canteras
Sócio-Diretor

Cristiano Vasques
Consultor Sênior

Gustavo Moura
Consultor

Renato Moraes
Consultor

Newmark Knight Frank

Raymond Smith
Diretor

© 2008 HVS Consulting & Valuation, Newmark Knight Frank.
Todos os direitos reservados.

Para informações adicionais contatar:

Diogo Canteras: dcanteras@hvs.com

Ou visite nosso site: <http://pt.hvs.com>

Raymond Smith: rhwsmith@uol.com.br