

FLATS, APART-HOTÉIS OU HOTÉIS-RESIDÊNCIA: CARACTERIZAÇÃO E DESEMPENHO NO BRASIL E NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

**William George Lopes Saab
Luiz Carlos Perez Gimenez***

** Respectivamente, gerente e técnico da Gerência Setorial de Turismo,
Comércio e Serviços do BNDES.*

TURISMO

Resumo

Tendo em vista que existem poucas informações sobre o tema, o presente trabalho procura apresentar algumas das características dos flats, apart-hotéis ou hotéis-residências, tais como conceito, segmentação, localização, clientes, mercado e operação. O texto apresenta, ainda, o desempenho recente do segmento no Brasil e no município de São Paulo.

Um maior conhecimento desse segmento do mercado imobiliário é de grande importância para a indústria hoteleira, tendo em vista que os flats, apart-hotéis e hotéis-residências têm-se tornado, principalmente no município de São Paulo, grandes competidores da hotelaria tradicional.

Caracterização

Conceito e Segmentação

Flats são apartamentos que dispõem de serviços hoteleiros em geral, com sala, dormitório, banheiro e cozinha americana. O conceito de *flat* surgiu entre as décadas de 70 e 80 em São Paulo, quando as construtoras atravessavam um período de crise, necessitando de um novo produto.

Já havia na Europa um conceito próximo ao de *flat*, semelhante às “residências hoteleiras” existentes na França. São espaços maiores, com cozinha, sala independente fora do quarto, quando não são *studios*, mas não chegam a ser um hotel. Alguns não têm recepção 24 horas, restaurante, ou café da manhã (às vezes oferecem, mas devem ser solicitados na noite anterior). Muitos possuem geladeiras nos quartos, minibares, mas não proporcionam serviços internos; alguns nem efetuam troca de roupa de cama todos os dias. O aluguel toma como base o apartamento, independentemente do número de ocupantes. Essas “residências” são grandes, para longa permanência, têm apartamento *studio* e dormitório com um e dois quartos.

Atualmente, embora especialistas considerem que existam diferenças entre os conceitos de *flat*, apart-hotel e hotel-residência, estes são muitas vezes empregados como termos semelhantes. Para alguns, existe apenas uma diferença regional de denominação: no Rio de Janeiro, são conhecidos como apart-hotéis e, em São Paulo, como *flats*. Ambos, no entanto, são considerados edifícios residenciais.

Comparando-se com os hotéis-residência, os *flats* seriam apartamentos pequenos para permanência de duas a três noites. Para hospedagem com permanência de uma semana a um mês, caracterizada como *long stay*, seriam utilizados os hotéis-residência.

Em relação aos hotéis, uma diferença básica reside no número de investidores. Nos *flats* existem em geral diversos investidores, e nos hotéis, em média, três proprietários. As áreas de lazer são iguais em *flats* e hotéis, e ambos têm serviços de quarto 24 horas, lavanderia e recepção.

Os condo-hotéis, ou hotéis em condomínio, muitas vezes confundidos com os *flats*, constituem-se basicamente de hotéis com *fundraising* realizado pelo mercado imobiliário, contemplando a venda das unidades ou tendo a captação de recursos por meio de um fundo de investimento imobiliário. É um hotel em sua totalidade, com todos

os apartamentos disponíveis para o *pool* e operados por cadeia hoteleira. Do ponto de vista arquitetônico, esses empreendimentos privilegiam os espaços comuns destinados a atividades sociais e de lazer, em detrimento das áreas de serviço das unidades autônomas, tais como cozinha e despensa.

Atualmente, esses empreendimentos são de grande importância para o mercado imobiliário, constituindo um dos segmentos que apresentam maior crescimento. As vendas dessas unidades são efetivadas de forma mais rápida do que as de outros segmentos. Isso se deve ao fato de que nos últimos anos o mercado imobiliário não tem praticamente lançado apartamentos residenciais de um dormitório, havendo dessa forma uma demanda de imóveis para uso residencial, seja para comprar, seja para alugar.

Esses empreendimentos têm se tornado importantes também para o setor de turismo, principalmente por oferecerem custos de hospedagem menores a diversos segmentos turísticos em relação às diárias praticadas nos hotéis de luxo.

Por suas características, o mercado pode ser segmentado de diversas maneiras. Do ponto de vista do tipo de ocupação, existem três formas:

Residencial puro: trata-se de um empreendimento do tipo residencial com serviços, que constitui, na verdade, uma residência onde são oferecidos aos condôminos serviços de hotelaria. Nessa modalidade, além de poder utilizar o imóvel, o adquirente pode também locá-lo a terceiros de forma tradicional.

Residencial com hotel: ao mesmo tempo em que existem unidades residenciais com moradores permanentes, há unidades que integram um sistema de ocupação através de hospedagem.

Hotel-residência: é o empreendimento que oferece apenas os serviços de hospedagem. Em sua maioria, são entregues à administração de uma operadora. Possuem áreas úteis em geral menores e não dispõem de cozinha.

São conhecidos também como condo-hotéis, ou seja, hotéis em condomínio, comportando diversos condôminos. O conceito de *flat* é adotado tanto em relação à prestação de serviços quanto à comercialização das unidades. O proprietário da unidade, assim, participa da receita do complexo hoteleiro.

Do ponto de vista da função das unidades oferecidas pelos empreendimentos, estes podem ser:

Exclusivamente habitacional: é aquele composto unicamente de unidades residenciais, para curta ou longa permanência; e

Habitacional e comercial: além das unidades habitacionais, dispõe de escritórios ou mesmo de unidades comerciais.

Existe também uma segmentação de acordo com o público-alvo que se visa atender. Os estabelecimentos para a terceira idade, por exemplo, devem apresentar serviços diferenciados, como atendimento médico e atividades sociais específicas para esse público.

Pode-se segmentar ainda de acordo com o período que se pretenda que o usuário permaneça hospedado, decorrendo, daí, os conceitos de curta e longa permanência (*long stay*). Nos estabelecimentos para longa permanência, as unidades devem ser maiores.

As normas para a construção desses empreendimentos levam em geral ao debate acerca da metragem mínima das unidades e do número de vagas de garagem.

Impactos

Os principais impactos negativos sobre o entorno urbano causados por esses empreendimentos, que têm sido levantados contra a construção dos mesmos, são:

- crescimento demográfico;
- intensificação do trânsito;
- falta de vagas de estacionamento;
- impacto ambiental;
- sobrecarga da rede de água e esgoto;
- comprometimento da harmonia arquitetônica e urbanística; e
- diminuição da qualidade de vida dos habitantes dessas áreas.

Os principais pontos positivos levantados referem-se a:

- incentivo ao aumento do nível de empregos durante o período de construção e na operação do empreendimento;
- desenvolvimento das atividades imobiliárias;
- aumento da oferta de meios de hospedagem;
- incremento das atividades imobiliárias e turísticas; e
- crescimento da arrecadação dos tributos municipais compreendidos pelo ISS e IPTU.

Quanto à questão da elevação dos níveis demográficos e da necessidade de infra-estrutura, argumenta-se, contrariamente,

que é difícil a ocorrência de uma taxa de ocupação de 100%, mesmo quando a maioria dos apartamentos seja ocupada apenas por uma ou duas pessoas, não apresentando, dessa forma, um significativo aumento demográfico.

Outra preocupação reside no fato de que, como as unidades são pequenas e dependem do bom funcionamento do condomínio, mesmo que no presente sejam luxuosas, com o tempo podem se tornar decadentes. No entanto, com a distribuição de empreendimentos imobiliários de perfis diferentes, sem grande concentração das formas acima enumeradas, esse risco é minimizado.

De acordo com o público-alvo que se objetiva atender, esses empreendimentos podem apresentar os seguintes mobiliários e facilidades:

Nas unidades individuais:

- camas;
- armários;
- frigobar;
- televisão;
- telefone (com linhas digitais);
- *bureau* de trabalho (*home office*) no quarto ou suíte;
- sistema de internet com fibra ótica;
- *notebook*;
- impressora;
- fax;
- telefone celular com sistema pré-pago; e
- material de escritório.

Nas dependências comuns:

- *fitness*;
- piscina;
- hidromassagem;
- quadra de tênis;
- restaurantes com *chefs* renomados;

- bares; e
- vaga de garagem.

Podem contar ainda com:

- centros de convenções;
- salas de apoio; e
- *business center*.

Visando ainda dar maior conforto ao usuário, podem ser previstos itens como isolamento acústico.

Destaque-se também a adoção de novas tecnologias objetivando a racionalização de custos, como economizadores de energia, comportando chaves do tipo cartão magnético, programados para desligar a energia do apartamento quando o usuário não estiver na unidade.

Em geral, esses empreendimentos estão localizados em áreas nobres, e o preço por metro quadrado reflete o custo dos terrenos disponíveis nesses locais. Tal situação explica-se em função de as áreas mais valorizadas não possuírem grande volume de terrenos disponíveis para o desenvolvimento de projetos desse tipo.

Em relação a outros tipos de empreendimentos para o mesmo local, seu metro quadrado é mais caro, considerando o valor agregado pelos serviços oferecidos. Entretanto, planos de revitalização de certas áreas das cidades podem viabilizar a construção desse tipo de empreendimento com metro quadrado mais barato.

Os apart-hotéis podem ser caracterizados por meio de alguns parâmetros, tais como:

- área média;
- preço médio do metro quadrado;
- número de unidades; e
- capacidade do centro de convenções.

Quanto ao público permanente, os empreendimentos podem atender a diversos perfis de clientes, tais como:

Localização e Parâmetros

Clientes

- pessoas solteiras;
- pessoas separadas ou divorciadas;
- casais sem filhos;
- casais com filhos já criados; e
- aposentados.

Já no que se refere aos apartamentos colocados no *pool*, os hóspedes são constituídos, principalmente, por:

- executivos; e
- turistas.

Em relação aos executivos, esses empreendimentos vão ao encontro dos que necessitam permanecer na cidade por períodos mais longos, atendendo também às necessidades dos profissionais que acompanham empresários e presidentes de empresas, os quais têm por hábito hospedar-se nos hotéis de categoria luxo. Deve-se saber exatamente o perfil do cliente que se pretende atingir, visando atender aos interesses dos usuários.

Segundo pesquisa realizada pela Accor, as variáveis de comportamento do consumidor que implicam escolha de hospedagem em *flats* são localização e preço, supondo uma mesma qualidade entre os hotéis e os *flats*. O perfil do consumidor de *flats* é semelhante ao do consumidor de hotel. Se os consumidores permanecerem mais tempo, já tendo se alojado anteriormente em *flats*, provavelmente nestes se hospedarão. Assim, os *flats* são concorrentes diretos dos hotéis.

Os *flats* estão posicionados em uma categoria intermediária da hotelaria, ou seja, entre as categorias luxo e econômica. Em geral, os hóspedes que utilizam a categoria luxo só se hospedam em hotéis desse tipo e raramente utilizam os *flats*.

Mercado

As informações sobre os clientes potenciais, como as demográficas, podem identificar o público-alvo a ser atingido e o melhor empreendimento que pode ser inserido em determinado mercado. Empreendimentos corretamente posicionados em determinado mercado são os que apresentam público-alvo bem definido.

No que se refere aos estabelecimentos cujo público-alvo principal são os executivos, o mercado foi ampliado, tendo em vista que a globalização da economia, a estabilidade econômica e a

desconcentração do desenvolvimento no país aumentaram a circulação de executivos pelas principais cidades brasileiras.

A construção desses empreendimentos específicos está ligada ao potencial de crescimento de determinada região como centro de negócios. Em geral, em regiões que reúnam ou que venham a reunir grande concentração de escritórios de alto padrão, podendo ser estabelecida uma relação entre o número de unidades de *flats* e metros quadrados de áreas de escritórios.

A participação de uma operadora hoteleira que imprima qualidade, imagem e reconhecimento de sua marca é bastante importante para a comercialização dos empreendimentos.

Operação

O papel da operadora/administradora é fundamental para o sucesso dos estabelecimentos que possuam perfil hoteleiro, podendo conferir maior grau de satisfação à clientela a ser demandada e, principalmente, aos próprios proprietários. Dessa forma, torna-se importante, com o aumento da competitividade, que haja gerenciamento de uma operadora eficaz, moderna e flexível.

A operação eficiente e eficaz deverá considerar alguns pressupostos básicos, tais como: avaliação do desempenho operacional; otimização dos custos, sejam fixos ou variáveis; qualidade das instalações; conforto; funcionalidade; otimização do uso da tecnologia; qualidade dos serviços prestados; garantia de rentabilidade; conhecimento do mercado-alvo; acompanhamento de tendências; possibilidade de oferecer diárias inferiores às da concorrência; elevado padrão de atendimento; treinamento da mão-de-obra; políticas de *marketing* voltadas para a conquista de hóspedes; serviços de alto valor agregado, como sistema de reserva de passagens aéreas na recepção; cartão de afinidade; manutenção de elevadas taxas de ocupação; agilidade na captação e políticas de retenção e fidelização de hóspedes atuais.

As operadoras são prestadoras de serviços na administração dos *flats*. As administradoras de hotéis, principalmente as grandes redes, passaram também a prestar seus serviços a terceiros como forma de diversificar suas operações e de crescer. Assim, criaram bandeiras que são marcas específicas dos apart-hotéis e *flats* sob sua responsabilidade.

O número de empreendimentos e unidades habitacionais administradas indica a penetração dessas bandeiras no mercado. Entre as maiores operadoras, encontram-se: Transamérica, Caesar Park, Meliá, Protel, Accor, Blue Tree Hotéis, Choice e Rede Promenade.

As construtoras, por sua vez, começaram a se unir com as grandes redes operadoras. Em geral, essas construtoras têm atuação regional, sendo que muitas possuem experiência no segmento, com grande número de *flats* construídos. Alguns dos construtores ou incorporadores são: Cyrela, Setin, Gafisa, Inpar, Método, Brascan, Concal e Agenco.

Cada novo estabelecimento necessita de cuidadosa análise econômico-financeira do investimento, contemplando pesquisas de mercado, análises de inserção no mercado e estudos de viabilidade. A análise comercial deve abranger a concorrência, o orçamento disponível dos possíveis clientes, o prestígio do incorporador e a reputação do futuro operador.

A avaliação econômico-financeira abrange todos os custos necessários à implantação do empreendimento e os fluxos de caixa futuros esperados de sua operação.

O incorporador e seus financiadores assumem os riscos mais imediatos de comercialização das unidades. A remuneração a ser auferida na alocação do capital investido será uma função do *spread* alcançado pelo diferencial entre os custos de capital envolvidos e a taxa de retorno desejada.

Quanto à operação, a administração em sistema de *pool* possibilita que o resultado mensal auferido com a ocupação das unidades seja distribuído igualmente entre todos os proprietários.

Uma das críticas que se faz, no entanto, é que, por ocasião da incorporação de um *flat*, o risco de negócio é extirpado do ato de empreender. O investidor que adquire uma unidade de *flat* assume todo o risco da operação, embora não conheça o ramo de hospedagem.

O retorno do investimento depende, entre outras variáveis, da localização e da administração do empreendimento. A rentabilidade da operação é em geral mais alta que a obtida em locações comuns, tendo em vista que o preço de venda do empreendimento equivale ao de um apartamento e que o valor da locação de suas unidades é mais elevado em função dos serviços oferecidos.

O sistema de *flats* permite que pessoas físicas ou jurídicas possam investir no ramo de hotelaria sem necessidade de grande capital, possibilitando, assim, a diversificação de portfólio e risco. Esses investidores deixam seus apartamentos à disposição da operadora, mediante a garantia de receberem uma rentabilidade mínima.

Com essa “venda no varejo”, é mais fácil viabilizar o empreendimento. A maioria dos compradores é formada por investidores de médio porte, encontrando-se também pessoas jurídicas e investidores institucionais. Os recursos podem ser obtidos por meio

de fundos de investimento imobiliário e por novas formas de financiamento do mercado imobiliário. A securitização de recebíveis permite a colocação de títulos nos mercados primário e secundário.

É necessária a busca de realização dos interesses comuns de hóspedes e investidores, o que demonstra a importância da profissionalização da operadora e dos aspectos contratuais celebrados entre investidores e operadores.

Os empreendimentos antigos, no entanto, como os demais meios de hospedagem, podem, com o decorrer do tempo, tornar-se também defasados. Na verdade, alguns empreendimentos existentes já não possuem a excelência de instalações e serviços oferecidos pelos mais modernos, apresentando dessa forma taxas de ocupação e rentabilidade menores.

Em áreas com novos empreendimentos e grande competição, os mais antigos sofrem ameaça de substituição. Entretanto, algumas unidades antigas, com dormitórios, sala, cozinha e banheiro, apesar da pequena área útil, podem ser convertidas em apartamentos residenciais.

Há que se observar, no entanto, que muitos empreendimentos, mesmo com o passar dos anos, são mantidos em bom estado de conservação pelas administradoras e apresentam-se bastante atualizados, se comparados com os empreendimentos recentes. Em áreas muito procuradas, onde não há espaço para novas construções, mesmo os empreendimentos mais antigos não apresentam grande variação em sua taxa de ocupação.

Com o aumento do número de lançamentos, há acirramento da competição. Em algumas áreas, inclusive, pode haver saturação da oferta de *flats*, com queda no nível geral das tarifas e conseqüente queda na lucratividade e rentabilidade. Um acréscimo expressivo de oferta pode resultar em ampla redução das tarifas praticadas. A elevação da oferta acirra a concorrência entre os hotéis e tende a reduzir a rentabilidade dos imóveis pela queda no valor das diárias e dos índices de ocupação dos apartamentos.

Quanto à concorrência com os hotéis, do ponto de vista dos hoteleiros, a diversidade de tratamento fiscal e de tarifas públicas quebra a isonomia de tratamento entre os *flats* e os hotéis. A Tabela 1 apresenta as principais diferenças de tratamento apontadas pelos hoteleiros.

Quanto à localização, as leis de zoneamento acabam permitindo, e assim privilegiando, a instalação de *flats* como edifícios residenciais em algumas regiões, e isso se apresenta como um diferencial importante que dá competitividade aos *flats*.

Tabela 1

Flats e Hotéis: Principais Diferenças de Tratamento

FLAT	HOTEL
Edifício Residencial	Edifício Comercial
IPTU Residencial (Mais Baixo)	IPTU Comercial (Mais Elevado)
Sindicato dos Empregados de Edifícios (Piso Salarial Menor)	Sindicato dos Empregados de Hotéis (Piso Salarial Maior)
Recolhem Impostos, tais como ISS (5%) e ICMS (Restaurante Terceirizado)	Recolhem Impostos, tais como ISS (5%) e ICMS (Restaurante)
Tarifa de Energia Elétrica Residencial (Mais Baixa)	Tarifa de Energia Elétrica Comercial (Mais Elevada)
Tarifa de Água Residencial (Mais Baixa)	Tarifa de Água Comercial (Mais Elevada)

Fonte: *Empresários*.

Os *flats* não seguem as mesmas normas de segurança de um hotel. O auto de verificação de segurança (AVS) exige que o hotel tenha brigada de incêndio, enquanto o *flat* não precisa. Além disso, o *flat* não é obrigado a oferecer nenhum serviço, não tem serviço de apartamento e não está sujeito às normas e aos parâmetros estabelecidos pela Embratur. Assim, o *flat* não tem a função de promover o turismo na cidade ou de participar de feiras internacionais, e não precisa ser anunciado regularmente em revistas, ou seja, é unicamente um empreendimento imobiliário.

Quanto à especialização da mão-de-obra que trabalha em *flats*, pode-se afirmar que somente para os empregados que trabalham em grandes hotéis há exigência de maior especialização. Em relação ao acesso à tecnologia, esta encontra-se disponível tanto para os *flats* como para os hotéis.

Outro diferencial entre *flat* e hotel é que o *flat* não possui em geral sala de reuniões. Nos *flats*, são comercializados apartamentos, e não áreas comuns. O coeficiente de construtibilidade é alto, pois não interessa economicamente ao construtor incorporar e oferecer o que “não vende”, isto é, áreas comuns. Desse modo, o custo da construção absorverá, por meio de rateios, os gastos inerentes à construção das áreas comuns (“não vendáveis”), que representam custos afundados, onerando, assim, o preço final das unidades.

Desempenho do Segmento de Flats no Brasil

As Tabelas 2 a 7 ilustram a caracterização e o desempenho do segmento de *flats* no Brasil para o período compreendido entre 1996 e 1999. Verifica-se, conforme pode ser visto na Tabela 2, que entre 1996 e 1999 o número médio de apartamentos em *flats*, administrados em sistema de *pool*, cresceu 22,4%. A Tabela 4 mostra que os brasileiros têm preferência pelos *flats* em relação aos estrangeiros, bem como a tendência da hospedagem de curta permanência.

Tabela 2

Brasil: Desempenho dos Flats – 1996/99

	1996	1997	1998	1999
Número Médio de Apartamentos no <i>Pool</i>	67	75	70	82
Ocupação (%)	62,3	64,9	68,4	63,9
Diária Média (US\$)	96,5	85,3	82,2	60,0

Fonte: *Horwath Consulting*.

Tabela 3

Brasil e Regiões: Desempenho dos Flats – 1999

	BRASIL	SUL/ SUDESTE	NORTE/ NORDESTE/ CENTRO-OESTE	SÃO PAULO
Número Médio de Apartamentos no <i>Pool</i>	82	83	106	78
Ocupação (%)	63,9	56,7	69,8	66,3
Diária Média (US\$)	60,0	52,4	54,6	64,0

Fonte: *Horwath Consulting*.

Tabela 4

Brasil: Nacionalidade dos Hóspedes e Tempo de Permanência nos Flats – 1996/99

	1996	1997	1998	1999
Nacionalidade dos Hóspedes				
Brasileiros (%)	78,6	75,4	73,1	74,3
Estrangeiros (%)	21,4	24,6	26,9	25,7
Tempo de Permanência				
Longa Permanência (%)	–	21,6	18,1	18,4
Curta Permanência (%)	–	78,4	81,9	81,6

Fonte: *Horwath Consulting*.

Tabela 5

Brasil e Regiões: Nacionalidade dos Hóspedes e Tempo de Permanência nos Flats – 1999

	BRASIL	SUL/ SUDESTE	NORTE/ NORDESTE/ CENTRO-OESTE	SÃO PAULO
Nacionalidade dos Hóspedes				
Brasileiros (%)	74,3	80,3	91,2	68,8
Estrangeiros (%)	25,7	19,7	8,8	31,2
Tempo de Permanência				
Longa Permanência (%)	18,4	17,4	23,5	18,0
Curta Permanência (%)	81,6	82,6	76,5	82,0

Fonte: *Horwath Consulting*.

A Tabela 6 mostra que no período entre 1996 e 1999 o segmento de *flats* se consolidou como meio de hospedagem vocacionado para a estadia de clientes em viagens de negócios, sendo que o fluxo observou crescimento de 18,5%, absorvendo, inclusive, o declínio significativo constatado no fluxo de hóspedes em trânsito essencialmente turístico.

Tabela 6

Brasil: Segmentação da Demanda por Flats – 1996/99

SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA	1996	1997	1998	1999
Membros do Governo (%)	–	0,7	0,8	0,9
Comercial (%)	65,8	71,6	77,0	78,0
Turista Individual (%)	22,3	9,5	7,2	10,8
Grupo de Turistas (%)	11,9	5,2	2,5	2,2
Convenções (%)	–	9,1	9,3	5,3
Tripulação Aérea (%)	–	0,4	0,3	0,2
Outros (%)	–	3,5	3,0	2,6

Fonte: Horwath Consulting.

Tabela 7

Brasil e Regiões: Segmentação da Demanda por Flats – 1999

SEGMENTAÇÃO DA DEMANDA	BRASIL	SUL/ SUDESTE	NORTE/ NORDESTE/ CENTRO-OESTE	SÃO PAULO
Membros do Governo (%)	0,9	0,6	2,5	0,9
Comercial (%)	78,0	75,4	83,4	79,1
Turista Individual (%)	10,8	14,6	10,5	9,1
Grupo de Turistas (%)	2,2	2,8	0,0	1,9
Convenções (%)	5,3	4,0	0,6	6,1
Tripulação Aérea (%)	0,2	0,4	0,5	0,1
Outros (%)	2,6	2,2	2,5	2,8

Fonte: Horwath Consulting.

Desempenho do Segmento de Flats no Município de São Paulo

As Tabelas 8 a 16 ilustram a caracterização e o desempenho do segmento de *flats* no município de São Paulo para o período compreendido entre 1985 e 2000.

A Tabela 8 demonstra, para o período entre 1985 e 2000, algumas tendências, tais como: valorização real do preço médio da área (m²) de terreno ocupada pelos *flats*, aumento substancial do número de unidades lançadas, principalmente a partir de 1996, e redução da área média ocupada por unidade.

Observa-se a partir da Tabela 9, tomando-se por base os últimos 15 anos, que somente os bairros de Jardins, Moema, Itaim e Vila Olímpia participam conjuntamente do mercado de flats com um *market-share* superior a 50%.

Tabela 8

Município de São Paulo: Dados Seleccionados dos Flats – 1985/2000

ANO	NÚMERO DE LANÇAMENTOS	UNIDADES LANÇADAS	ÁREA TOTAL MÉDIA (m ²)	PREÇO MÉDIO DO m ² DE ÁREA TOTAL (US\$)
1985	8	475	119,90	414,51
1986	28	2.564	95,35	764,94
1987	4	201	114,37	684,79
1988	8	822	91,32	1.045,10
1989	18	2.182	102,84	1.496,73
1990	10	863	102,13	1.315,78
1991	4	782	96,14	840,63
1992	2	246	79,79	1.583,01
1993	3	236	130,05	933,98
1994	–	–	–	–
1995	5	705	105,10	758,00
1996	12	2.582	75,29	1.306,62
1997	27	5.381	69,45	1.213,94
1998	20	4.118	71,50	1.094,19
1999	21	4.794	70,76	723,99
2000	18	3.321	66,57	960,65

Fonte: *Empresas*.

Tabela 9

Município de São Paulo: Ranking dos Bairros de acordo com o Número de Unidades Lançadas – 1985/2000

POSIÇÃO	ADMINISTRADORA	NÚMERO DE UNIDADES LANÇADAS	% DO MERCADO
1º	Jardins	4.451	18,35
2º	Moema	3.950	16,29
3º	Itaim	2.559	10,55
4º	Vila Olímpia	2.052	8,46
5º	Brooklin	1.344	5,54
6º	Pinheiros	1.251	5,16
7º	Bela Vista	1.040	4,29
8º	Morumbi	756	3,12
9º	Santana	734	3,03
10º	Paraíso	674	2,78

Fonte: *Empresas*.

Não se pode analisar cidades como São Paulo considerando-a como mercado único, pois o componente geográfico constitui fator determinante no mercado de hospedagem em grandes cidades. Na região central da cidade, localizavam-se os grandes escritórios e os grandes empreendimentos hoteleiros, mas no início dos anos 80 a Avenida Paulista começou a concentrar os principais bancos e escritórios de grandes corporações, levando os hotéis a se instalarem nessa região. A partir dos anos 90, a Berrini tornou-se a nova área de influência. Atualmente, bairros como Tatuapé (zona leste), Santana e Casa Verde (ambos na zona norte) também estão atraindo, pela conveniência e proximidade com os centros de eventos, empreendimentos que visam ao turista de negócios.

A Tabela 10 apresenta o *ranking* das administradoras de *flats*, segundo o estoque de unidades lançadas no período entre 1985 e 2000, verificando-se que somente as administradoras Caesar, Transamérica, Parthenon, Meliá, Residence e Choice participam conjuntamente no mercado de *flats* com um *market-share* superior a 60%.

Quanto à relação entre unidades de *flats* e áreas de escritórios, um bom sinalizador da adequação quantitativa da oferta de hospedagem à demanda potencial é o total da área de escritórios por apartamento disponível. Historicamente, índices entre 200 e 250 metros quadrados de escritórios por apartamento indicam certa estabilidade na oferta de hospedagem de uma região. Índices muito mais altos podem apontar excesso de oferta ou que a oferta existente é ocupada por demanda oriunda de outras regiões.

Se há oferta de prédios de melhor qualidade, forma-se um movimento migratório, pois no mercado de escritórios predomina a

Tabela 10

Município de São Paulo: *Ranking* das Administradoras de acordo com o Número de Unidades Lançadas – 1985/2000

POSIÇÃO	ADMINISTRADORA	NÚMERO DE UNIDADES LANÇADAS	% DO MERCADO
1º	Caesar	3.308	13,64
2º	Transamérica	3.304	13,62
3º	Parthenon	3.248	13,39
4º	Meliá	1.975	8,14
5º	Residence	1.773	7,31
6º	Choice	1.619	6,68
7º	ISS	803	3,31
8º	Estanzplaza	734	3,03
9º	Novotel	668	2,75
10º	Accor	650	2,68

Fonte: *Empresas*.

locação, e não a compra de imóveis. A oferta de escritórios de maior qualidade tende a atrair empresas de outras regiões, e as firmas de médio porte buscam a estrutura das maiores, participando também da ocupação dos espaços de alto padrão.

Atualmente, não se encontram disponíveis muitos escritórios de luxo em São Paulo. Com a chegada de multinacionais ao país nos últimos anos, ocuparam-se os imóveis comerciais de alto padrão que estavam disponíveis no mercado paulista. A Tabela 11 apresenta as estimativas, para o município de São Paulo, dos acréscimos de áreas construídas de escritórios de alto padrão a serem ofertadas no período 2000/05.

Observa-se entre 1995 e 2001, no município de São Paulo, conforme a Tabela 12, a valorização real do preço médio do m² das áreas de terreno ocupadas por escritórios de alto padrão, refletindo o aumento substancial, nesse período, da demanda por esse tipo de empreendimento, fruto, inclusive, da própria dinâmica econômica estimulada a partir do Plano Real.

Tabela 11

Município de São Paulo: Acréscimo da Oferta de Escritórios de Alto Padrão – 2000/05

ANO	ACRÉSCIMO (m ²)
2000	112.000
2001	66.000
2002	73.000
2003	150.000
2004	150.000
2005	100.000

Fonte: *Jones Lang LaSalle*.

Tabela 12

Município de São Paulo: Preço Médio do m² dos Escritórios de Alto Padrão – 1995/2001

ANO	PREÇO (R\$)
1995	29
1996	33
1997	39
1998	45
1999	50
2000	55
2001	60

Fonte: *Jones Lang LaSalle*.

A Tabela 13 indica que, entre as regiões apresentadas, as da Marginal Pinheiros, Chácara Santo Antônio e Faria Lima já apresentam um grau elevado de saturação quanto à oferta de hospedagem.

A Tabela 14 atesta a evolução significativa em São Paulo, entre 1993 e 2001, da oferta de imóveis comerciais, principalmente a partir da implantação do Plano Real.

Tabela 13

Município de São Paulo: Oferta de Apartamentos e de Área de Escritórios

REGIÃO	TOTAL DE APARTAMENTOS NAS FAIXAS SUPERIORES ^a	METROS QUADRADOS DE ESCRITÓRIOS DE PADRÃO SUPERIOR ^b	ÍNDICE DE m ² POR APARTAMENTO
Centro	4.273	844.000	198
Paulista	3.623	789.000	218
Jardins	4.652	135.000	29
Faria Lima	219	211.000	963
Itaim	938	227.000	242
Vila Olímpia	936	229.000	245
Berrini	1.355	354.000	261
Chácara Santo Antônio	338	266.000	787
Marginal Pinheiros	396	392.000	990

Fonte: *Cushman & Wakefield SEMCO.*

^aApartamentos com tarifas acima de R\$ 100,00 (faixas top, upscale e midmarket).

^bInclui escritórios de padrões "A" e "B".

Tabela 14

São Paulo: Oferta de Imóveis Comerciais – 1993/2001

(Em Mil m²)

ANO	TODOS OS TIPOS DE IMÓVEIS COMERCIAIS	ESCRITÓRIOS DE LUXO
1993	84,8	25,0
1994	90,4	35,0
1995	203,4	57,0
1996	161,0	33,0
1997	195,4	51,5
1998	189,2	58,4
1999	350,0	74,7
2000	279,0	112,3
2001	260,0 ^a	66,2 ^a

Fonte: *Jones Lang LaSalle [Folha de S.Paulo (15.04.01)].*

^aPrevisão.

Por sua vez, a Tabela 16 apresenta, para o mercado de escritórios, um cenário comparativo entre algumas cidades selecionadas da América Latina.

Tabela 15

Preços por m² de Imóveis Comerciais de Alto Padrão em Cidades Selecionadas^a

(Em R\$)

CIDADES	PREÇO/m ²
São Paulo	60
Nova York	78
Londres	144
São Francisco	113
Paris	95
Frankfurt	83
Buenos Aires	68

Fonte: Jones Lang LaSalle.

^aCotação dos dados utilizados: US\$/R\$ = 1,94 (15.04.01).

Tabela 16

Mercado de Escritórios em Cidades Selecionadas da América Latina

	BUENOS AIRES	SÃO PAULO	RIO DE JANEIRO	SANTIAGO	MÉXICO
População (Milhões)	11,2	17	6	5,2	18
Escritórios Classe A Vagos (%)	9	18,2	3,2	14,2	12,4
Valor do Aluguel dos Escritórios Classe A por Milhões/Mês (US\$)	32/40	33	28	16	28
Mercado de Escritórios (Milhões de m ² de Superfície Útil)	5	6,9	5,4 ^a	1,4	n.d.
Segmento dos Escritórios (%)					
Classe A	15	18,2	n.d.	67,7	n.d.
Classe B	20	31,7	n.d.	31,9	n.d.
Classe C	65	50,1	n.d.	0,4	n.d.
Localizações Principais dos Escritórios	Catalinas-Retiro, Puerto Madero, Microcentro, Av. 9 de Julio, Centro, San Telmo, Barracas e Área Norte.	Centro, Paulista, Jardins, Faria Lima, Itaim, Vila Olímpia, Berrini, Chácara Santo Antônio e Marginal Pinheiros.	Centro, Cidade Nova, Orla da Zona Sul e Barra da Tijuca.	Centro, Providencia, Las Condes, Vitacura e Huechuraba.	Insurgentes, Periférico Sur, Reforma e Lomas.

Fonte: Gazeta Mercantil (30.04.01).

^aJornal do Brasil (12.05.01).

Conclusão

Os *flats*, *apart-hotéis* ou *hotéis-residência* têm se apresentado como importante segmento do mercado imobiliário, atendendo às necessidades de amplo público-alvo, como solteiros e casais com filhos já crescidos.

Esses empreendimentos, com o sistema de *pool*, ou seja, colocação de unidades para hospedagem, principalmente de executivos e turistas, apresentam-se também em algumas regiões como importante concorrente da hotelaria tradicional, ao aumentar a oferta de unidades disponíveis, podendo afetar, assim, em alguns casos, a rentabilidade do setor.

Os hotéis que se encontram defasados e precisando de reformas, com administração pouco profissionalizada ou sem estacionamento, são os que sofrem os maiores efeitos dessa concorrência.

Os hotéis-residência, por suas características, estabelecem grande competição com os hotéis classificados anteriormente como de três e quatro estrelas. Os hotéis da categoria luxo, pelo conforto e serviços oferecidos a uma clientela específica, são menos afetados pela concorrência.

Tornando-se ainda mais competitivos, os hotéis-residência lançados nos últimos anos vêm incorporando diversos conceitos e tecnologias que vão ao encontro dos desejos e expectativas dos turistas, principalmente aqueles do segmento de negócios, e que se referem ao oferecimento de espaços arquitetônicos mais próximos ao modelo de residência e à disponibilização de equipamentos de tecnologia da informação.

Do ponto de vista do investidor, por outro lado, esses empreendimentos possibilitam que investidores de menor porte participem do investimento e que grandes investidores diversifiquem seu portfólio de investimentos em hotelaria, diminuindo os riscos concentrados em apenas um negócio. Assim, os fundos de investimento imobiliário, por suas características, representam, também, um importante instrumento para a estimulação financeira de novas aplicações.

No Brasil, a cidade de São Paulo, concentrada no turismo de negócios, constitui área onde o turismo encontra-se numa fase mais madura, com demanda turística constante e competição intensiva entre os meios de hospedagem. Uma das questões que se apresentam para a cidade refere-se justamente à crescente oferta de meios de hospedagem, principalmente de hotéis-residência, com o estabelecimento de uma intensa competição com os hotéis tradicionais, que vêm tendo sua sobrevivência questionada.

A competição entre os meios de hospedagem na cidade se torna ainda mais peculiar tendo em vista que, relativamente a outras grandes cidades, São Paulo apresenta intensa dinâmica urbana, com seus centros principais de negócios deslocando-se com relativa frequência (do Centro para a Avenida Paulista, da Avenida Paulista para a região da Berrini, por exemplo).

Dessa forma, particularmente em São Paulo, o mercado hoteleiro deve estar atento e oferecer as mesmas facilidades aos hóspedes dos hotéis-residência, que, ao diversificarem a oferta de hospedagem na cidade, podem contribuir para o maior aproveitamento de seu potencial turístico.

Endereços

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

Av. República do Chile, 100
CEP 20139-900 – Rio de Janeiro – RJ
Tel.: (0xx21) 2277-7447
Fax: (0xx21) 2240-3862

Escritórios

Brasília

Setor Bancário Sul – Quadra 1 – Bloco E
Ed. BNDES – 13º andar
CEP 70076-900 – Brasília – DF
Tel.: (0xx61) 322-6251
Fax: (0xx61) 225-5510

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 510/5º andar
Vila Nova Conceição
CEP: 04543-906 – São Paulo – SP
Tel.: (0xx11) 3471-5100
Fax: (0xx11) 3044-9800

Recife

Rua Antonio Lumack do Monte, 96 – 6º andar
CEP 51020-350 – Recife – PE
Tel.: (0xx81) 3465-7222
Fax: (0xx81) 3465-7861

Belém

Av. Presidente Vargas, 800 – 17º andar
CEP 66017-000 – Belém – PA
Tel.: (0xx91) 242-7966
Fax: (0xx91) 224-5953

Internet

<http://www.bndes.gov.br>