



DATA: 26/01/2010

VEÍCULO: Portal Exame

CHAMADA: BHG, da GP, planeja ser a BR Malls da hotelaria

*Empresa resultante da fusão entre a LA Hotels e a Invest Tur quer seguir a estratégia de aquisições comum a companhias controladas pela GP Investimentos*

A indústria hoteleira brasileira é muito fragmentada. Segundo estudo da consultoria Jones Lang LaSalle, cerca de 60% dos 7.000 hotéis e pousadas espalhadas pelo país não estão nas mãos de grandes redes. Esse cenário cria oportunidades para uma rápida consolidação no setor, segundo Peter Vader, presidente da Brazil Hospitality Group, a terceira maior rede de hotéis do país. A empresa, controlada pelo fundo de private equity GP Investimentos, possui cerca de 5.000 quartos - a maioria leva a bandeira Tulip. Os planos de crescimento incluem uma estratégia agressiva de aquisições e a conquista de contratos para a administração de hotéis de terceiros. "A estratégia é parecida com a da BR Malls no setor de shoppings", diz ele em entrevista à gestora de recursos **Rio Bravo**, que não investe nas ações da BHG.

A rede nasceu da fusão de outras duas empresas do setor de turismo: a Latin America Hotels, que já era da GP, e a Invest Tur, que fez uma oferta de ações em 2007 com o objetivo de se tornar uma das líderes em resorts no Brasil. Com a fusão, boa parte dos planos da Invest Tur foram deixados de lado. Agora a estratégia da empresa é comprar hotéis em cidades fortes em negócios - se antecipando ao provável crescimento do setor até a Copa de 2014. De preferência, hotéis de três, quatro ou cinco estrelas com flexibilidade para mudar de categoria de acordo com o momento da economia. Veja abaixo o ranking das maiores cadeias de hotéis do Brasil e os principais trechos da entrevista:

**Pergunta - A BHG planeja consolidar a indústria hoteleira assim como a BR Malls fez no setor de shoppings? Essa é uma boa comparação?**

Peter Vader - A estratégia é parecida. Obviamente que a área de shoppings é menos fragmentada do que a hoteleira porque há vários grupos com investimentos em vários shoppings. Na indústria hoteleira, temos boas oportunidades de consolidação. Achamos que muitos hotéis familiares têm problemas. O fundador consegue viver bem do hotel, mas depois vêm os netos e são 10 pessoas que precisam viver bem com a renda dos hotéis. Isso vai tirar o caixa do hotel, vai se traduzir em manutenção um pouco mais fraca ou uma modernização mais tardia. Então esta oportunidade vai se apresentar para nós.

**Pergunta - A maioria dos hotéis da BHG está em São Paulo e no Rio. Vocês acabaram de anunciar aquisições em Porto Alegre, Salvador e Recife. Como é que a BHG planeja essas aquisições? A ideia é ser uma empresa com escopo nacional ou ter o maior número de hotéis em algumas poucas capitais?**

Vader - Nosso foco principal é o turismo de negócios. Procuramos nos colocar nos lugares onde há negócios. Compramos um hotel em Angra dos Reis que não é um resort, mas trabalha principalmente com clientes

corporativos que atuam no setor de petróleo e energia nuclear. Como São Paulo é a capital dos negócios do Brasil, obviamente haverá mais hotéis em São Paulo do que em outras cidades que têm menos negócios.

**Pergunta - Outras empresas do setor vivem dizendo que faltam hotéis no Brasil. No entanto, a BHG não pretende investir na construção de novos hotéis, preferindo comprar hotéis prontos, reformá-los e reposicioná-los. A margem neste negócio é melhor?**

Vader - Primeiro é difícil dizer se falta hotel no Brasil ou se falta hotel modernizado. Há muitos hotéis que, se forem reformados, serão de boa qualidade. Há um ditado que diz que o primeiro dono de um hotel não é feliz, mas o segundo é. Achamos que tem um bom campo para crescer em aquisições e administração de hotéis de terceiros.

**Pergunta - Entre os hotéis de 3, 4 e 5 estrelas, quais são mais interessantes em termos de risco e retorno?**

Vader - Buscamos hotéis que tenham um pouco de flexibilidade. Se você tem um bom hotel 4 estrelas, é possível agregar serviços para transformá-lo em um 5 estrelas. Se a economia está aquecida, essa estratégia faz sentido como forma de aumentar a diária média. Se a economia está ruim, podemos fazer o contrário. O que eu acho que aconteceu no Brasil é que há muitos hotéis de 4 e 5 estrelas que não oferecem serviços suficientes para receberem essas classificações. O que não queremos, em hipótese alguma, é dar uma categoria a um hotel que não merece.

**Pergunta - Quando houve a fusão da LA Hotels com a Invest Tur, vocês juntaram o caixa da Invest Tur com a estratégia da LA Hotels, que era mais viável porque a perspectiva de construir mega resorts no Brasil havia diminuído. Agora que a economia mundial vem se recuperando e a BHG tem vários terrenos em áreas turísticas, principalmente no Nordeste, vocês pretendem vender estes terrenos para investir na compra de hotéis ou realmente fazer novos lançamentos?**

Vader - Temos um banco de terrenos e queremos aproveitá-lo da melhor forma possível. Se o nosso estudo de viabilidade mostrar que o melhor é fazer resorts Txai, que é a nossa marca, vamos fazer. Agora se temos um terreno e não vemos possibilidade de alguém comprá-lo nesta situação econômica, temos duas opções: ficar com o terreno até que a economia fique mais aquecida ou ver alternativas com parceiros. Só em última instância vamos vendê-los. Estamos estudando o mercado, continuamos com o processo de licenciamento ambiental de todos os terrenos. Vamos continuar a trabalhar com eles.

**Pergunta - A empresa antecessora da BHG, a Invest Tur, tinha feito algumas compras com os recursos da oferta inicial de ações. Na fusão com a LA Hotels, esses terrenos foram contabilizados por um valor bem inferior ao pago na aquisição. O que aconteceu? Houve um excesso de otimismo no passado?**

Vader - O que a Invest Tur fez antes de entrarmos foi a avaliação patrimonial como tem que ser feito. Naquele momento antes da fusão, o avaliador independente contratado chegou à conclusão de que o valor do terreno não era aquele que tinha sido pago. Alguns ficaram no valor que tinha sido pago e outros não. Obviamente foi um momento da economia. A fusão conosco foi feita num momento de maior pessimismo do mercado. Se daqui a 10 anos fizermos uma avaliação, pode ser que esse valor triplique.

**Pergunta - Se vocês forem bem sucedidos em ganhar dinheiro com hotéis, outros investidores vão começar a prestar atenção no setor. Você acha que a gente vai ver mais IPOs neste setor num futuro próximo? Você já vê outros fundos de private equity estudando o setor?**

Vader - Outros fundos eu não tenho visto neste setor. Tenho visto iniciativas isoladas de investimentos, mas não conheço a estratégia em profundidade. A nossa estratégia hoje é acoplar a gestão dos hotéis e o investimento. Há pessoas que investem e outras que gerenciam. Somos os únicos que fazemos as duas coisas. A gente entende isso como uma vantagem competitiva.

**Pergunta - Vocês dão tanta atenção ao negócio de comprar hotéis quanto ao de administrar hotéis de terceiros?**

Vader - Sim. Queremos administrar hotéis de terceiros. Achamos que temos sucesso nisso. E conquistamos alguns contratos importantes, como o do Hotel Alvorada em Brasília. Conseguimos ganhar a concorrência contra quase todos os players importantes do mercado, inclusive internacionais, que ainda não estão aqui. Acho que a grande diferença é que administramos com olho de dono. Eu não posso falar para o nosso diretor operacional: "Esse hotel é próprio, vamos administrar assim, este é terceirizado, vamos administrar assim". Olhamos para todos os hotéis da mesma forma.

**Pergunta - O Carlyle, um dos maiores fundos de private equity americano, anunciou neste mês a compra da CVC, a maior operadora de turismo do Brasil. Isso deixa claro que o turismo brasileiro está entrando no radar do mundo todo. Por que um grande investidor como vocês ou o Carlyle não apostou nesse setor há quatro ou cinco anos?**

Vader - Eu não respondo por eles. Eu posso imaginar que o custo de dinheiro possa ser uma coisa importante. Nosso setor não deixa de ser um setor cíclico. Posso dizer que no ano passado tivemos cidades em que o prefeito decretou que não poderia haver mais eventos por conta da gripe suína. Se uma empresa tem 10 hotéis em uma

cidade - que não é o nosso caso - está liquidada. O evento das Torres Gêmeas, em Nova York, provocou um declínio do turismo mundial de grande escala. Pense nos belíssimos resorts na Tailândia que foram destruídos pelo tsunami. Quantos turistas ainda vão lá? Gradativamente vão voltar, mas isso leva dois ou três anos. A própria Angra dos Reis deve estar sofrendo [por causa dos deslizamentos da virada do ano], principalmente as pousadas menores. Há pousadas que não estão em áreas de risco, mas devem estar sofrendo.

<b>Ranking das maiores cadeias de hotéis do Brasil</b>			
<b>Posição</b>	<b>Rede</b>	<b>Hotéis</b>	<b>Quartos</b>
1	Accor	141	23.558
2	Choice	58	9.486
3	Golden Tulip	26	4.794
4	Blue Tree	23	4.092
5	Nacional Inn	28	3.492
6	Othon	25	3.362
7	Meliá	13	3.131
8	InterContinental	11	2.937
9	Bourbon	11	2.674
10	Transamérica	18	2.620
<i>* Fonte: Jones Lang LaSalle</i>			
<i>** Números de 2009</i>			