

edição nº 016 - ano 02

destaque
Diretor (Coelho) da Brazil Realty fala sobre Fundos Imobiliários

por **Alessandra Navi e Patricia Bertacchini**

Cyrela é uma empresa com pouco mais de quarenta anos de mercado.

Em 1993, a empresa imobiliária Argentina Irsa, dona de praticamente todos os Shoppings Centers de Buenos Aires e muitas outras propriedades, queria agir no Brasil e, para isso, começou a fazer pesquisas de mercado. Acabamos sendo escolhidos para uma parceria.



Com 50% do capital de cada uma, fundamos a Brazil Realty. Em 1995, abrimos capital e vendemos 10% das ações, ficando 45% com a Irsa e 45% com a Cyrela.

Em três meses, nós e alguns sócios brasileiros, compramos a participação da sócia Argentina. Hoje, a Brazil Realty é controlada pela Cyrela e seu grupo, e tem 10% de ações no mercado, principalmente, o brasileiro e o europeu.

A Brazil Realty e a Cyrela incorporam e a Cyrela Construções constrói, para poder entregar um produto melhor.

Como foram as primeiras experiências com fundos imobiliários?

Nós construímos o centro internacional, que depois se transformou no ITM Centro de Feiras e Exposições. Ele já foi feito como um fundo imobiliário, mas não de varejo, um fundo de quatro a cinco donos. Fizemos depois, no mesmo formato, o ABC Plaza Shopping.

Em agosto de 1999, fizemos o primeiro fundo imobiliário de varejo. Ficamos ensaiando um ano, e não lançávamos, porque nós, nossos corretores e clientes estávamos acostumados a comprar escrituras.

Curiosamente, quando fiz o treinamento de 800 homens de venda, o meu maior argumento foi dizer que, felizmente, o fundo imobiliário não precisa de escritura (um instrumento engessador e de custos altos, que precisa pagar tabelião, despesas de cartório, registro de imóveis e quando se quer vender, só pode vender tudo). No fim o que era o nosso maior inconveniente se transformou na nossa maior qualidade. É fácil vender fundos, até por telefone você faz isso.

Naquela ocasião, entregamos, no período de dois anos, onze edifícios de flats (por volta de 3300 unidades), predominantemente, nos Jardins, Moema e Higienópolis. Chegamos, então, à conclusão de que não era mais hora de lançar flats, pois temos quarenta e dois anos de mercado e queremos continuar atuando. Sabemos que nosso maior capital são os nossos clientes e o nosso conceito perante essa clientela.

Quando se vende flat, shopping center ou hotel, é preciso pensar em dois públicos: o que irá comprar de você e o que irá usá-lo, para que quem comprou tenha retorno. Achemos, então, que não era mais hora de lançar flats em São Paulo, já que nossos clientes tinham problemas com seus inquilinos.

Porém, nós tínhamos os clientes, 3300 aptos e investidores que queriam aplicar seu dinheiro em imóveis. Foi aí que começamos a pensar em outra forma de negócio: optamos pelo fundo imobiliário.

Formatamos o primeiro fundo imobiliário de varejo em São Paulo, bem parecido com um flat. Nossa cota custava R\$ 0.69 centavos e nós só vendíamos 100.000 cotas, ou seja, R\$69.000,00. As condições de pagamento eram as mesmas das de um flat, só que agora em forma de edifício comercial.

Esse tipo de cliente que antes comprava um flat e agora compra cotas chega querendo saber detalhes, projeto, fachada?
 Ele chega e deve chegar. Você deve alertá-lo, pois ele tem que examinar. O que muda é a forma de vender. Não interessa a escritura o que interessa é o que eu vou comprar.

Quando ouvir a afirmação de dois anos de garantia de renda, a 12% ao ano, o cliente deve perguntar: - "e depois?".

Um imóvel, você compra para prazo longo ou toda vida, não para dois anos. Acabando a sua garantia, como fica? O que isso quer dizer? Examinar a mercadoria que você comprou, para saber se ela, por si só, tem capacidade para se defender e dar a você a renda que você espera ter.



No JK Financial Center, vendemos cada andar para o fundo imobiliário por, aproximadamente, cinco milhões, e não era diferente do preço que vendíamos para um particular. Hoje, tanto um quanto outro, estão recebendo, por volta de, 13% ao ano sobre o valor que aplicaram.

Então, o importante para quem compra cotas de um fundo imobiliário é saber qual o imóvel que ele está comprando e se ele pode dar renda, por bastante tempo, que é o que deseja quem aplica o seu dinheiro.

Na obra entre a Av. Cidade Jardim e Av. Juscelino Kubitschek, o "Faria Lima Financial Center", quais são os diferenciais e inovações, além do fundo imobiliário

No começo, tínhamos 4000 m2 de terreno, mas conseguimos ampliá-lo para quase 7000m2, um dos motivos que o tornarão o mais importante edifício comercial da capital.

Além disso, ele tem 100m de frente para av. Faria Lima e vai até a rua Lopes Neto, onde tem mais 100m de frente. Possui uma das maiores lajes de alto padrão de São Paulo, variando de 1200m2 a 2200m2 de área privativa.

Conta ainda com uma distribuição de tráfego de veículos, com várias rampas independentes, aos diferentes níveis das garagens. As vagas são todas livres e, cada 30m2 de escritório, corresponde a uma vaga.

Em caso de apagão, todos os quinze elevadores funcionam. Tem também, quatro sistemas diferentes de ar condicionado, visando segurança e economia no condomínio.

Prédios dessa última geração de "triple A" precisam ter despesas de condomínio pequenas, pois, ao usuário, interessa saber o custo de ocupação, ou seja, a soma do aluguel e condomínio e, se diminuo o condomínio, posso aumentar o aluguel.

O Lobby, com 2200m2 e pé-direito de 10m, não tem serviços, como banco ou restaurantes. É só luxo, para espelhar a grandeza das empresas que ali estão.



Alessandra Navi é Arquiteta e Diretora do IDEA.



Patricia Bertacchini é Arquiteta, Professora, Mestranda FAU-USP, e Diretora do IDEA.