



José Ernesto Marino Neto*

Investimento estrangeiro no mercado brasileiro

Desde 1989 tenho frequentado eventos internacionais no continente europeu e no norte-americano promovendo investimentos em hotelaria e em imobiliário turístico no Brasil. Durante duas décadas os investidores interessados eram os prestadores de serviços que desejavam ampliar suas bases territoriais de negócios e investir com marca e *know-how*. Apenas há poucos anos atrás o Brasil passou a despertar interesse em investidores de capital.

Fundos de *private equity*, empresas de mercado imobiliário e investidores qualificados passaram a olhar o mercado brasileiro e, invariavelmente, utilizando-se de métodos praticados nos mercados onde estão.

Dizem que "em Roma, como os romanos". Portanto, deveria ser "no Brasil, como os brasileiros". Mas não funciona assim.

Via de regra a empresa estrangeira se estabelece no Brasil e segue os padrões de gestão, procedimentos e comportamento usuais na sua organização. Via de regra o planejamento não chega a ser executado pelo desconhecimento dos riscos locais que impactam os planos estabelecidos. Os resultados ficam abaixo do esperado e os executivos, inicialmente estrangeiros, começam a ser trocados por brasileiros quando se opera a "tropicalização" da organização ao "modus operandi" brasileiro. Os executivos brasileiros, invariavelmente, trazem o conhecimento dos riscos locais para a organização.

Ainda que esse filme seja corriqueiro ele continua a se repetir com frequência. E isso em parte é ruim. Empresas que não obtêm bons resultados por aqui espalham que o local é hostil e não se ganha dinheiro como em outras paragens.

Um exemplo que ainda prevalece junto aos investidores estrangeiros é a necessidade de disposição de terrenos para os desenvolvimentos imobiliários. Ainda que seja muito lógico o raciocínio esquece-se que o Brasil mantém as maiores taxas de juros do mundo e temos o quarto maior território do planeta. Portanto, achar terrenos não deveria ser um problema que, na prática, tem sido a obtenção de recursos necessários para os desenvolvimentos imobiliários.

Alem disso é de se lembrar a dificuldade de obtenção de financiamentos para a produção de projetos de imobiliário turístico e de hotéis. Mundo afora é o crédito hipotecário que financia o desenvolvimento da hotelaria e do imobiliário turístico. No Brasil há ainda muito mercado para projetos de primeira residência e, portanto, muito tempo ainda vai demorar para o crédito hipotecário chegar ao setor de imobiliário turístico e ao setor hoteleiro, de forma maciça.

Temos observado que grandes empresas imobiliárias contam com prestígio e apoio de muitos bancos, mas esses financiamentos têm sido exceções.

Outro fator a mencionar é que mesmo que os doadores de crédito hipotecário se interessassem por financiar a hotelaria haveria uma incompatibilidade de interesses, afinal o custo desse financiamento excede o retorno do negócio hoteleiro, de forma que não faria sentido a utilização desse recurso para manutenção de uma propriedade hoteleira.

Portanto, entendendo-se a necessidade do negócio hoteleiro, compreendendo-se a lógica do funcionamento da indústria imobiliária nacional e os diversos perfis de investidores do mercado percebe-se que a criação brasileira do hotel em formato condominial ainda deve prevalecer por um bom tempo como produto viável para o mercado imobiliário.

É voz corrente que o pequeno investidor brasileiro está arisco para alocar recursos em projetos hoteleiros em formato condominial, tendo em vista suas experiências com os Flats e com os Apart-Hotéis no passado. Mas não é isso que temos observado.

Na prática vários agentes do mercado imobiliário ficaram parados no tempo pela ausência de muitas transações do tipo no mercado paulista. Projetos realizados em vários lugares do Brasil tem sido um grande sucesso: o Breezes Búzios, que está a poucos dias de sua abertura, foi um grande sucesso de vendas no final de 2006 e tende a ser um grande sucesso operacional. O Caesar Business Salvador, que igualmente foi um sucesso de vendas no seu lançamento,

e que está próximo de sua abertura também pode ser um bom exemplo.

Qual o motivo para mencionar essas características do mercado imobiliário brasileiro num artigo que tem por objetivo tratar de investimentos estrangeiros no mercado imobiliário brasileiro? Bem, independente do porte ou nacionalidade do investidor o mercado não vai se alterar.

Os investidores estrangeiros que colocaram as primeiras fichas no mercado brasileiro em 2007 já perceberam que o nosso mercado tem regras próprias e alguns cometeram erros graves, como pagar preços absurdos por terrenos que ainda nem sequer tiveram condição de ser objeto de desenvolvimento.

Outros cometeram erros graves realizando inversões em mercados que não existem. Mercado de segunda residência no nordeste inexistente como alguns especialistas alardearam.

Os investidores que entram hoje no mercado brasileiro já percebem que participar ativamente deste mercado demanda conhecimento dos segmentos de mercado que se pretende trabalhar.

Mas uma verdade está estabelecida: não há investidor estrangeiro que não se alie com um sócio local. O Brasil tem características próprias e isso significa riscos muito peculiares aos investimentos.

***JOSÉ ERNESTO MARINO NETO** é fundador e presidente da BSH International, bacharel em direito pela Universidade de São Paulo, mestre em administração pela Florida Christian University, professor de investimentos hoteleiros da Fundação Getúlio Vargas, membro emérito do conselho consultivo do Centro de Hospitalidade, Turismo e Esportes da New York University e autor de várias publicações no Brasil e no exterior.