

Loteamentos

Urbanização B2B - Para estimular interesse de incorporadoras, loteadoras têm se colocado como parceiras para análise de mercado e suporte a vendas

Por Aline Horvath



Além de infraestrutura básica, como pavimentação e redes de água, esgoto, energia e telecomunicações, loteamentos podem oferecer a incorporadoras condições especiais para ocupação, incluindo negociação de incentivos fiscais junto às prefeituras

Empresas de loteamento e desenvolvimento urbano percorrem um caminho legal árduo para aprovarem projetos de pequeno a grande porte, alguns com área equivalente à de cidades. Inevitável, a trajetória, no entanto, vem acompanhada do desenvolvimento de uma base para investimento em produtos imobiliários, o que pode vir a seduzir incorporadoras. Para somar à infraestrutura e planejamento, atributos inerentes à sua atuação, pleiteiam incentivos fiscais junto a municípios, realizam permutas financeiras em alguns casos, apoiam a fase de projeto e vendas etc.

Uma das companhias deste mercado é a Alphaville Urbanismo, que se tornou conhecida na década de 1970 com o desenvolvimento de condomínios horizontais de alto padrão em Barueri, no Estado de São Paulo. Hoje, soma 108 empreendimentos lançados, que representam 74 milhões de metros quadrados urbanizados em vários Estados. Basicamente, possui duas linhas de produtos residenciais: a marca Alphaville, seu carro-chefe, e o Terras Alphaville, que, com características idênticas à primeira, trabalha com áreas menores, a partir de 300 m². A empresa também administra áreas de até 20 milhões de metros quadrados, os chamados núcleos urbanos, com lotes para seus produtos, mas também abrindo o leque para terceiros.

O foco da empresa, segundo a diretora de produtos, Kátia Oliveira, tem sido o conceito, cuja demanda é cada vez mais crescente, de unir trabalho e moradia na mesma região. A proposta é conceber núcleos urbanos como novas cidades, com espaço para instalação de empresas, escolas, hospitais, postos de saúde e empreendimentos imobiliários, atraindo clientes de áreas distintas, incluindo incorporadores.

Os atrativos são variados, na visão da executiva. Para ela, a garantia aos construtores é a visibilidade futura do empreendimento, já que os núcleos urbanos contam com planejamento de longo prazo. "Definimos o ordenamento e ocupação do solo. Com isso, o incorporador não precisa se preocupar com a instalação de um hospital público ou empresa poluidora ao lado de um edifício triplo A", ilustra.

Como a Alphaville Urbanismo administra áreas extensas, busca debater com as secretarias de planejamento das prefeituras a concessão de incentivos fiscais aos futuros ocupantes. Na maioria dos casos, as leis de incentivo existem, mas não foram aprovadas ou precisam ser destinadas para aquele território. "Algumas prefeituras incentivam empresas de tecnologias, por exemplo. Então, por que não estender esses incentivos a quem se instalar no empreendimento?", questiona.



Uma das principais propostas de bairros planejados é aproximar moradia do trabalho, melhorando a qualidade de vida dos usuários. Por isso, a tendência é que regras internas de uso e ocupação do solo sejam bastante rígidas, o que deve ser observado pelas incorporadoras

Experiência compartilhada

Além dessas facilidades, Kátia afirma que o incorporador conta com a chancela de quem produz o masterplan. "A Alphaville Urbanismo, por exemplo, está há 40 anos no mercado, o que garante que o projeto não ficará no papel, e traz credibilidade e a certeza de que será realizado com qualidade", pontua. Por outro lado, ela explica que os mercados de loteamento e urbanização têm se profissionalizado cada vez mais, com exigências que muitas empresas concorrentes, especialmente as menores, não conseguem suprir. Por isso, torna-se importante para o incorporador avaliar a empresa com a qual pretende fechar negócio.

Nesse contexto, a demanda para um empreendimento imobiliário depende do desempenho do próprio loteamento ou área urbanizada. Entretanto, na opinião do diretor de Negócios Estruturados da Cipasa Urbanismo, Felipe Pedroso, não é possível dar garantias prévias ao incorporador. Para ele, é o mercado e o consumidor que dirão o quanto determinado produto pode ou não ser bom. Ao incorporador cabe avaliar a oportunidade, o momento e a orientação mercadológica, diz. "Do lado da Cipasa, estamos aptos a apoiar a decisão com o nosso conhecimento, pesquisas realizadas e aculturação das regiões onde atuamos", diz.

Como a relação entre urbanizadora e incorporadora é B2B - ou seja, de empresa para empresa -, as negociações são realizadas caso a caso e são confidenciais. Mas, além das oportunidades já citadas, o incorporador pode se beneficiar da integração entre áreas técnicas, comerciais e de marketing para lançamento de empreendimentos.

Este é o caso da Via Engenharia, que está construindo dois prédios residenciais no Núcleo Urbano Alphaville Brasília, projeto da Alphaville Urbanismo. "O estande de vendas dela é junto com o nosso 'Welcome Center' e oferecemos todo o suporte. Teremos um evento com clientes da Via

Engenharia. Nosso objetivo é criar esse espírito de comunidade. As pessoas vão morar dentro de um bairro com eventos conjuntos", explica Kátia Oliveira.



"Os empreendimentos são planejados e o processo de aprovação envolve discussão com a administração pública e concessionárias de serviços. É um empreendimento que nasce planejado, estruturado"

Caio Portugal

vice-presidente de Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente do Sindicato da Habitação de São Paulo (Secovi-SP) e presidente da Associação das Empresas de Loteamento e Desenvolvimento Urbano de São Paulo (Aelo-SP)

Na opinião do diretor de Desenvolvimento Imobiliário do Grupo Via, que congrega a Via Engenharia e a Via Empreendimentos Imobiliários, Frederico Martins, as vantagens em construir dentro de núcleos urbanos inclui a celeridade na aprovação de projetos, além de agregar a segurança, modernidade e organização de um bairro planejado aos moradores dos residenciais verticais. O maior desafio, para Martins, é adaptar o projeto às exigências arquitetônicas da urbanizadora, que possui regras próprias, além das convencionadas pela legislação. "Entendemos que a contrapartida é vantajosa, pois recebemos uma implantação muito mais organizada", avalia.

Na Cipasa Urbanismo, que soma 190 projetos lançados ou em desenvolvimento, em mais de 115 milhões de metros quadrados urbanizados, o incorporador também pode encontrar oportunidades de negócios, afirma o diretor de Negócios Estruturados, Felipe Pedroso. A empresa atua no planejamento de loteamentos abertos, fechados e bairros inteligentes. Nos últimos, destaca o executivo, a parceria com as incorporadoras é imprescindível. Tanto que, para negociar parcerias, a empresa tem um setor voltado para o B2B.

Todo o trabalho começa com a área de novos negócios, que pesquisa a vocação imobiliária da gleba, verificando o cenário e as perspectivas da região, tanto do ponto de vista socioeconômico, como da infraestrutura existente, dentre outros aspectos. Em seguida, é definido o tipo de projeto a ser desenvolvido. "No caso dos bairros inteligentes, podem compreender residenciais horizontais e verticais, áreas empresariais e industriais, comércio e serviços, bem como espaços de lazer, infraestrutura de acessibilidade e mobilidade urbana, com uma hierarquia viária que contemple carro, transporte público, ciclovias e vias de pedestre", explica Pedroso.



"O que fazemos é adaptar condições comerciais para que se assemelhem à permuta financeira. São situações negociadas por conta do modelo de negócio da incorporadora ou do momento do mercado"

Felipe Pedroso diretor de Negócios Estruturados
da Cipasa Urbanismo

Com isso, se iniciam os negócios com os clientes. "Entre as vantagens oferecidas, podemos flexibilizar a forma de pagamento. Com relação a outras atividades, podemos auxiliar as incorporadoras, mas acreditamos que a independência e a especialização de cada um são fundamentais para o sucesso dos empreendimentos", avalia. A Cipasa Urbanismo, alerta Pedroso, não realiza permutas. "O que fazemos, em alguns casos, é adaptar condições comerciais para que se assemelhem à permuta financeira. São situações negociadas por conta do modelo de negócio da incorporadora ou do momento do mercado", explica.

A Alphaville Urbanismo também não faz permutas porque os terrenos não são próprios. Por isso, a empresa firma parcerias imobiliárias com os proprietários das áreas e desenvolve projetos, aprova, licencia e executa obras de infraestrutura. Quando começa a vender os lotes urbanizados, a receita é dividida: 60% para a Cipasa e 40% para o dono do terreno. "Geralmente, o incorporador realiza permuta com o terreno e o proprietário fica com alguns apartamentos. Como não somos donos das terras, então não é interessante ficarmos com propriedades", conta Kátia, que explica haver exceção para permutas financeiras, estudadas caso a caso.

Normas internas

Mesmo com atrativos oferecidos pelas empresas, cabe ao incorporador respeitar as regras internas dos empreendimentos. As normas construtivas definidas para os lotes estão documentadas em cartório no registro do loteamento ou núcleo urbano. "Essa é uma garantia de que se o lote for vendido para um terceiro ele só poderá construir determinado número de pavimentos, por exemplo", conta Kátia.



"Algumas prefeituras incentivam empresas de tecnologias, por exemplo. Então, por que não estender esses incentivos a quem se instalar no empreendimento?"

Kátia Oliveira diretora de produtos da Alphaville Urbanismo

Com isso, qualquer empresa que se instalar dentro de um loteamento ou núcleo urbano, em áreas comerciais ou residenciais, deve aprovar o projeto da obra junto ao arquiteto da empresa loteadora, sendo que pode existir mais de uma entidade como essa dentro de um núcleo urbano. E elas apresentam regras rigorosas de ocupação, servindo de apoio ao incorporador antes da aprovação junto à prefeitura. "Cabe ao arquiteto fiscalizar também. A prefeitura só recebe o projeto depois que passar por esse profissional. Além disso, firmamos parcerias com os municípios", lembra ela.



Há casos em que a própria loteadora determina o modelo de empreendimento a ser desenvolvido, possibilitando, inclusive, o financiamento direto aos compradores. Para as incorporadoras, a vantagem desse formato é a antecipação de receitas

Foco específico

Há casos de empreendimentos totalmente voltados a incorporadoras, conforme lembra Caio Portugal, vice-presidente de Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente do Sindicato da Habitação de São Paulo (Secovi-SP) e presidente da Associação das Empresas de Loteamento e Desenvolvimento Urbano de São Paulo (Aelo-SP). Para ele, a maior vantagem para os loteadores é poder planejar o empreendimento de forma adequada para atendimento da demanda, com preço, infraestrutura e facilidade de pagamento.

"Em um de nossos empreendimentos nesses moldes, o produto foi pré-avaliado pela Caixa Econômica Federal, atendendo aos requisitos para enquadramento no programa Minha Casa Minha Vida", revela. Assim, a empresa desenvolveu projetos modulares de casas unifamiliares e geminadas, atendendo à demanda de construtores e incorporadores e, principalmente, do consumidor final.

Ele explica que para comercialização dessas unidades há desde a tradicional permuta em unidades físicas ou financeiras até o financiamento direto pela loteadora. Este modelo, afirma, possibilita às incorporadoras e construtoras aumentarem a velocidade de implantação dos empreendimentos, aproximando a receita obtida com a venda das unidades edificadas do desembolso pela compra do terreno. "A precificação acompanha o preço e a condição tradicional de cada mercado", pondera.

Ainda que não haja garantia acerca da rentabilidade do negócio, Portugal afirma que existe o desenvolvimento de inteligência de mercado pelo loteador, baseado em informações do comportamento do mercado, da demanda e oferta. "Os empreendimentos são planejados como novos bairros e o processo de aprovação é longo, ou seja, envolve discussão com a administração pública e concessionárias de serviços públicos. É um empreendimento que nasce planejado, estruturado", acredita.

No que se refere aos atributos do produto, tanto loteamentos populares como os de alto padrão detêm a infraestrutura urbana (saneamento, pavimentação, eletrificação e iluminação). As variações ocorrem nos atributos da infraestrutura comunitária (clubes, espaços de lazer, estrutura de controle de acesso) e do tamanho do lote (normalmente, os lotes econômicos ocupam área de até 250 m² e os loteamentos de padrão elevado área acima de 300 m²).



Mesmo com o desenvolvimento conjunto de empreendimentos e deixando à disposição das incorporadoras seus dados sobre o mercado, loteadoras afirmam não ser possível dar garantias de retorno sobre investimentos