



Vá direto ao assunto

assuntos

- Home
- Enviar Releases
- Agências de Pautas
- Coletivas/Eventos
- Dicas/Movimento
- Prêmios/Cursos
- Empresas/Salas
- Veículos
- Jornalistas
- E-letter
- Manchetes por e-mail
- Box Press

Maxpress Mailing

Só para Assinantes



o que é enviar releases | pesquisar por editoria | pautas anteriores | manchetes do dia



Pauta

Encaminhar Voltar

Imprimir

## O MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO E TENANT REPRESENTATION - POR SIMONE SANTOS

Em grandes capitais como Chicago, Nova Iorque, Paris, Londres, onde há estoque considerável de escritórios corporativos, para locação, existe uma nítida distinção entre as imobiliárias que apenas representam as corporações que procuram ou ocupam espaço (tenant representation) e as imobiliárias que representam os proprietários de imóveis, investidores que incorporam edifícios comerciais (landlord representation).

Em São Paulo, com um estoque ultrapassando a marca dos 10 milhões de m<sup>2</sup> de prédios comerciais, já é visível, como nos grandes mercados mencionados acima, a distinção na atuação das empresas prestadoras destes serviços. Basta percorrer as regiões nobres das avenidas Faria Lima, Juscelino Kubitschek, Marginal Pinheiros, Paulista, etc., para verificar as placas das imobiliárias que, nitidamente, se posicionam como representantes dos landlords, e que não só os representam na comercialização das propriedades, mas, quase na sua maioria, também administram suas propriedades e, muitas vezes, os recebíveis dos mesmos.

Esse é um processo seletivo natural, uma vez que prestadores de serviços (imobiliárias) estão cada vez mais agressivos, aprimorando a qualidade dos serviços prestados aos seus contratantes e, para evitar conflitos de interesses, necessitam determinar o próprio segmento de atuação.

A corporação que busca no mercado um escritório para instalar sua empresa deverá analisar o que melhor lhe convém ao contratar os serviços de uma imobiliária, visando à procura de espaço: optar em contratar imobiliárias que, tradicionalmente, estão sempre representando os landlords e que já possuem seu segmento definido dentro do mercado, ou contratar aquelas que fazem questão de se manter afastadas desse nicho, sem vínculos contratuais com os landlords.

A imobiliária que atua no segmento de tenant representation é a empresa que a corporação procura, pois estará, exclusivamente, a serviço da corporação que busca ou ocupa espaço, sem nenhum compromisso, constrangimento ou obrigações perante os proprietários dos imóveis.

O tenant representative, após entender as necessidades de seu cliente, fornecerá a ele todo o conhecimento de mercado, traçará uma estratégia e, principalmente, sairá a campo na busca do melhor espaço, inclusive imóveis com exclusividade de outras imobiliárias representantes dos proprietários. No mercado atual, no qual a maioria do estoque de imóveis de classificação A e AA está concentrada na mão de poucas imobiliárias de grande porte, torna-se ainda mais necessária a participação de um especialista para a melhor negociação em nome do usuário final.

Existem diferentes oportunidades de ganhos no mercado de escritórios e o conhecimento profundo que o tenant representative traz para a mesa de negociações é garantia de melhor resultado nesse intento, visto que o especialista tem o apoio do departamento de consultoria e pesquisa, que mantém permanentemente um cadastro atualizado com preços e disponibilidade de imóveis no mercado. Tais informações são uma poderosa ferramenta, capaz de pressionar os proprietários e seus representantes a cederem nos valores, sob pena do tenant representative direcionar o cliente para alugar outro espaço em outro imóvel, com preços mais condizentes aos praticados no mercado de agora.

Isso pode parecer simples. No entanto, não basta uma empresa dizer que possui um departamento de tenant representation, ela precisa assumir a postura de não representar os landlords. Só uma empresa 100% tenant representation é capaz de conduzir o processo com total imparcialidade, perante o proprietário e seus representantes e aproveitar totalmente a situação a favor do usuário final, pois o tenant representative, além de ter a ferramenta apropriada para exercer a função, adquire forças para negociar a melhor transação possível para seu cliente.

É muito comum também, o tenant representative ser chamado por uma corporação para renegociar ou renovar o contrato de locação em vigência, objetivando a intermediação da renegociação e a redução de custos e, principalmente, um desassossego de relacionamento com o proprietário do imóvel. Este processo é tão comum nos EUA que, em muitos contratos de locação, estipula-se que o tenant representative, condutor da primeira negociação, no momento oportuno, a renegocie.

Só para ter uma noção dos ganhos e vantagens que um tenant representation pode trazer para negociação, tem-se como exemplo uma locação de 5 (cinco) anos em fase de renegociação, na qual o proprietário do imóvel pretende um aumento na locação. Supõe-se que o valor pago pela corporação para um escritório de 1.000 m<sup>2</sup> (mil metros quadrados), seja de R\$80.000,00 (oitenta mil reais), por mês. Se o tenant representative conseguir uma redução de R\$5,00/m<sup>2</sup> (cinco reais por metro quadrado), levando-se em consideração os custos da remuneração, que normalmente são cobrados para uma renegociação de locação, então o aluguel passou a ter uma economia em valor presente de, aproximadamente, R\$250.000,00. Esta economia se refere apenas ao preço do metro quadrado da locação, sem mencionar outros benefícios que sempre compõem a cesta de negociação de uma locação.

\*Simone Santos - Diretora de Serviços Corporativa. Estudou Direito na Universidade UNIP, iniciou sua carreira há 14 anos na Herzog Imobiliária, como trainee. É responsável pelo Departamento de Consultoria, Pesquisa, Avaliações, Comercial e Tenant Representation.

Sobre a Herzog:

Com 25 anos de mercado na comercialização e administração de imóveis industriais e comerciais, a Herzog Imóveis Industriais e Comerciais é a única imobiliária brasileira reconhecida nos EUA, Europa, América do Sul e Ásia. Com mais de 16 milhões de m<sup>2</sup> comercializados, a Herzog é considerada atualmente uma "Full Service Real Estate Company" (empresa especializada em serviços integrados do ramo imobiliário), por atuar nos seguintes serviços: comercialização de imóveis industriais, comerciais e redes de lojas; consultoria e pesquisa imobiliária; avaliações técnicas, opiniões de mercado e gerenciamento de propriedades. A Herzog conta com um portfólio de clientes que varia de montadoras de automóveis como General Motors e Mercedes, redes de fast-food como McDonald's e Starbucks e grandes corporações nacionais e multinacionais como, Johnson & Johnson, Votorantim e Black & Decker. Para outras informações, acesse o site [www.herzog.com.br](http://www.herzog.com.br)

Endereço:

Rua Pedroso Alvarenga, 1.177 - 1º andar - Itaim Bibi - 11 3089-7444



CÂMARA APROVA PROJETO QUE TORNA OBRIGATORIO PLANTIO DE ARVORES A CADA VEICULO VENDIDO

SHOPPING FATURARAM R\$ 73,6 BILHÕES EM 2009

AMÉRICA LATINA CONTINUA APRESENTANDO RESULTADOS POSITIVOS NO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2010



ABBOTT RECONHECIDA ENTRE AS MELHORES COMPANHIAS EM CIDADANIA CORPORATIVA NO BRASIL



Facilidade na tecnológicas para comunicação com os públicos

