

Company avisa que entrará na baixa renda e vende 150% mais

Cynara Escobar

Para não perder mercado para grande parte das companhias que entraram com força no segmento de imóveis populares, a incorporadora e construtora paulista Company S.A., que há 25 anos atua no segmento imobiliário de médio e alto padrão na região metropolitana de São Paulo, começa a diversificar sua atuação, através da aquisição de loteamentos para desenvolver imóveis voltados à baixa renda.

De acordo com Luiz Rogélio Rodrigues Tolosa, diretor financeiro e de Relações com Investidores da Company, a intenção é ampliar o mix de segmentos da companhia. "Pretendemos adotar como disciplina a prática de não ter um segmento que represente mais do que 30% de nosso banco de terrenos", afirmou o executivo.

Em 2007, a empresa lançou 17 empreendimentos que somaram um valor geral de vendas total de R\$ 1,6 bilhão (com uma participação da Company de 58,2%), 145,0% superior a 2006. Do total de lançamentos, 30% corresponderam a empreendimentos residenciais direcionadas ao segmento de alta renda, 21% referiram-se a lançamentos comerciais e 20% corresponderam a residenciais dirigidos à classe média. O segmento popular, já registrou uma participação de 12% do total. É a primeira vez em que a empresa investe neste segmento após a abertura de capital, realizada em março de 2006. Antes disso, a companhia só havia atuado neste nicho no início dos anos 90 como estratégia para enfrentar dificuldades na época do Plano Collor, construindo casas de 25 metros quadrados.

No estoque de terrenos, que prevê como serão os lançamentos nos próximos dois anos, a participação do segmento popular já chega a 20%. Atualmente a Company possui 14 terrenos, com valor geral de vendas potencial estimado em R\$ 3,6 bilhões se considerada apenas a parte da companhia. "Vamos manter nossa política de ter um banco de terrenos reduzido, pois somos conscientes quanto à dinâmica geográfica urbana", comentou Tolosa.

O estoque de terrenos da companhia, em todos os segmentos, também deve permanecer restrito à atuação na região metropolitana de São Paulo, embora a primeira incursão da companhia fora do estado já corresponda a 63% do total, com apenas um terreno em Porto Belo (SC). "Em nossa estratégia de expansão geográfica devemos dar mais ênfase ao interior de São Paulo, mas estamos avaliando outras oportunidades em outros estados. Também não temos tido dificuldade de encontrar bons terrenos na região metropolitana de São Paulo, vamos continuar lançando nesta região", disse Tolosa.

No ano passado, a companhia lançou cinco loteamentos para o público de baixa renda, nos municípios de Mogi das Cruzes, São José dos Campos, Arujá, Sumaré e Paulínia, localizados no interior de São Paulo. Os residenciais de médio e alto padrão corresponderam à metade dos lançamentos, com oito empreendimentos.

A empresa também deve manter a estratégia de construir em loteamentos para o segmento popular, pois acredita que este tipo de terreno exige investimentos menores e possibilita margens superiores às da incorporação tradicional.

Balanço

Em seu balanço de resultados do ano de 2007, a Company registrou crescimento de 150,4% nas vendas de imóveis, que totalizaram R\$ 630,9 milhões, com 2.065 unidades vendidas, um aumento de 141,5% sobre o ano anterior.

A receita operacional líquida do ano teve alta de 41,4%, resultando em R\$ 408,1 milhões. O lucro líquido foi de R\$ 55,3 milhões, 21,5% superior aos R\$ 45,5 milhões registrados no ano anterior. O Ebitda de R\$ 76,0 milhões representou um crescimento de 30,2% se comparado a 2006, enquanto a Margem Bruta a apropriar registrada foi de 33,5%, equivalente a um crescimento de 3,2 pontos percentuais.

Camargo Corrêa

A Camargo Corrêa Desenvolvimento Imobiliário informa que, em um mês e meio, acaba de vender todas as unidades de seu primeiro lançamento popular, em parceria com a Rodobens Negócios Imobiliários, em Osasco (SP).

Fonte: DCI, São Paulo, 23, 24 e 25 fev. 2008. Serviços, p. B 2.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.