

27/02/2014 às 11h08

Coaching de luxo

Por Danylo Martins | Valor

Compartilhar: [f](#) [t](#) [in](#) [g+](#)

SÃO PAULO - Quando alguém compra um imóvel comum, geralmente há uma festa para celebrar o novo lar, mas sem muita pompa. E no caso de mansões no Brasil ou no exterior? Nessas situações, a comemoração pode ser a mais exclusiva possível, com a participação, por exemplo, de pessoas famosas. Para montar esses eventos de alto padrão, existem hoje, no mercado, profissionais específicos, os chamados consultores de luxo. O apoio aos endinheirados vai desde o aluguel de helicópteros, jatos, aeronaves, iates, automóveis, ajuda na contratação de intérpretes, motoristas, baby-sitters até formação cultural para os novos ricos da praça.

Bruno Pamplona é fundador da The Royal Group, consultoria especializada no mercado de luxo. Seu trabalho com os donos de grandes fortunas começou há três anos. "Inicialmente, ajudava alguns amigos a trocar de carro, comprar um barco. Aos poucos, percebi que essa ajuda tinha se tornado constante e isso poderia virar um negócio", conta. Hoje, a empresa criada por Pamplona atende 250 pessoas, entre empresários, políticos, fazendeiros, executivos, investidores e profissionais liberais, como advogados e médicos.

"O cliente chega querendo comprar um barco, mas às vezes não sabe como fazer", diz Pamplona. As operações de compra são diferentes entre a aquisição de um jet-sky e um avião, exemplifica. "Cada um tem detalhes e aspectos específicos que a pessoa não conhece". Para ter acesso aos serviços, é preciso desembolsar valores que vão desde R\$ 580 até R\$ 3 mil. Detalhe: o preço é cobrado por hora de trabalho. Se o cliente quiser comprar uma empresa na China, brinca Pamplona, terá de desembolsar muito mais dinheiro para contar com a consultoria. "A gente atende em qualquer lugar", enfatiza.

Também de olho nos endinheirados, Airys Kury, dono do restaurante paulistano Chez Airys, desenvolve desde 2011 um curso que oferece mais bagagem cultural aos chamados novos ricos. Segundo o empresário e mentor cultural, os clientes não têm "conteúdo para transcorrer em uma roda social elitizada". "São pessoas que ganharam muito dinheiro nos últimos anos, mas continuaram se relacionando com as mesmas pessoas. Em muitos casos, são clientes que não conhecem arte, não visitam museus", explica.

O curso contempla temas políticos, econômicos e culturais. "Fazemos leitura assistida de resumos de livros", conta. A ideia, segundo ele, é garantir que os endinheirados tenham assuntos para conversar em eventos importantes. O trabalho envolve também acompanhar os clientes em visitas a museus internacionais e símbolos culturais no exterior. Kury apresenta, ainda, sugestões de profissionais de outras áreas caso as necessidades sejam mais específicas. "Às vezes, a pessoa quer entender como se vestir em alguma ocasião. Vou ao mercado e identifico perfis de profissionais que atenderão com exclusividade", diz.

Os serviços costumam custar entre R\$ 100 mil e R\$ 300 mil, conta Kury. "Mas alguns programas podem chegar até R\$ 1 milhão. Isso porque o cliente gosta de ser exclusivo e gosta de viver experiências extremamente específicas", ressalta. Os pacotes geralmente duram 1 ano e meio, com aulas em datas combinadas. E se o cliente precisar de um "intensivo", diz, há a possibilidade de realizar o curso em uma ou duas semanas, mas com custo maior.

Com foco em profissionais que vendem produtos de luxo, há três anos, a coaching Tuca Lenzi, formada em turismo, oferece treinamento com o objetivo de ensinar regras de etiqueta desse mercado. "Falo sobre o histórico das roupas, como o guarda-roupa deve ser montado para o atendimento, como deve ser o tom de voz", explica. A linguagem a ser usada com os clientes é um dos "13 passos de encantamento" desenvolvido por Tuca. O serviço contempla três treinamentos para construtoras, hotéis de luxo, marcas de automóveis. Para até 10 pessoas, o valor é de R\$ 12 mil, podendo chegar até R\$ 50 mil conforme o aumento no número de participantes.

E não são somente as consultorias especializadas que assessoram os endinheirados a adquirir artigos de luxo. A área de private banking do Citibank tem um grupo de profissionais em Nova York e Londres para apoiar os clientes a comprar, custodiar e armazenar obras de arte, por exemplo. "A equipe ajuda a contratar o financiamento, que pode ser feito usando a própria obra de arte como garantia", diz Cesar Chicayban, vice-presidente do private banking do Citi. O chamado "Art advisory" auxilia clientes do banco em diversos países, inclusive no Brasil.

Outro serviço do Citi é o "Global Aircraft Group", também situado em Nova York e composto por profissionais que orientam clientes do banco a comprar aeronaves e helicópteros de luxo. "Oferecemos a melhor estratégia para montar a estrutura fiduciária, porque muitos clientes não sabem onde colocar esses ativos na composição do patrimônio", conta. O executivo relaciona a assessoria oferecida ao crescimento do mercado executivo de aviação no último ano que, segundo Chicayban, alcançou 10%.

Desde o ano passado, o Santander oferece treinamento para sua equipe de private banking a respeito de aeronaves e helicópteros. "São feitas apresentações com base nas diferenças entre os modelos para orientar melhor o cliente no financiamento", diz Maria Eugênia Lopez, diretora do private banking do banco. A ideia, segundo ela, é proporcionar experiências exclusivas. "A gente busca levar coisas que o surpreendam."

Quem também orienta os endinheirados a tomar crédito para comprar "brinquedos de luxo", como aeronaves, jatos e helicópteros, é a Taler Gestão de Patrimônio. "Ajudamos o cliente a dimensionar se a compra cabe no patrimônio", diz Paulo Colaferro, sócio da gestora. O trabalho inclui apoiar os investidores que pretendem comprar imóveis no exterior. "Temos prestadores de serviço, como corretores, que ajudam no processo de compra lá fora".

Excesso compromete patrimônio

Há pessoas que não têm controle do dinheiro que está sendo gasto, afirma Pamplona, do Royal Group. "Já aconteceu de um ganhador em loteria querer comprar tudo ao mesmo tempo. Nós pedimos calma para a pessoa", conta. O trabalho de coaching, diz, envolve saber se a empresa do cliente vai bem, como está a relação da pessoa com a família.

"Sempre existe aquele caso da pessoa que fecha os olhos. Acaba sendo uma decisão muito emocional", conta Paulo Colaferro, sócio da Taler Gestão de Patrimônio. Por isso, a recomendação básica é identificar se a compra cabe no bolso e, mais do que isso, entender como será a utilização do bem. "Se a pessoa for usar pouco, não justifica", diz.

Vale lembrar que carros de luxo, helicópteros ou imóveis no exterior são ativos que geram despesas altas. Colaferro conta que muitos clientes optaram por vender seus aviões para se livrar dos gastos que estavam consumindo boa parte da fortuna. De acordo com a gestora de patrimônio Claritas, há casos em que esses bens chegam a abocanhar 30% do total do patrimônio.

Cálculos da gestora mostram que, se uma pessoa tiver cerca de R\$ 30 milhões aplicados nesses itens caros, gastará em torno de 20% ao ano desse valor com manutenção e depreciação. Por isso, é importante analisar como ativo se encaixa no portfólio. "Fazemos um fluxo de caixa para ver como a pessoa vai encaixar o financiamento do bem no patrimônio", diz Chicayban, do Citi.