



Jornal Valor Econômico
Matéria - Controlar gasto de família milionária é tarefa para profissional
6, 7 e 8 de maio/2005
Repórter: Luciana Monteiro

Controlar gasto de família milionária é tarefa para profissional

Por Luciana Monteiro

O ditado “pai rico, filho nobre, neto pobre” não pode ser aplicada à realidade brasileira, pois a grande maioria dos grupos sequer chega à terceira geração. A constatação é de René Werner, sócio da consultoria em desenvolvimento societário Werner & Associados. “As famílias tendem a gastar dinheiro na mesma proporção ou até mais do que ganham”, diz. “Por isso, ter um escritório especializado ajudando a gerenciar todo o patrimônio é extremamente importante para controlar os orçamentos da família”. O executivo participou ontem do 5º encontro Anual de Private Banking, em São Paulo.

Ele cita uma pesquisa feita no Estado de São Paulo em 2003, que revelou que apenas 16 empresas tem mais de cem anos e estão com o mesmo sobrenome no contrato social. Pelos cálculos de Werner, há aproximadamente 25 escritórios de “family offices” (voltados para a gestão de grandes fortunas), com famílias cujo patrimônio não envolvido nos negócios do grupo fica entre R\$ 25 milhões e R\$ 30 milhões. “É um mercado incipiente, que com a questão do planejamento tributário”, diz. Nos Estados Unidos, segundo pesquisa da McKinsey o valor de ativos por família era de US\$ 23 milhões em 2003.

Werner cita ainda um estudo feito no mercado americano no fim da década de 80 que mostrou que 80% das companhias familiares não chegam a ser comandadas pela segunda geração por fecharem antes disso. Das 20% que chegam, apenas 3% delas conseguem se manter no mercado e ser comandadas pela terceira geração na família. “O estudo continua atualizado, principalmente no que se refere ao Brasil”. Segundo o executivo, as famílias donas de grandes fortunas tendem a constituir um “family Office” quando percebem que suas expectativas ultrapassam os procedimentos contábeis, como ter uma visão independente das operações do grupo e maior transparência de dados.

Como os “family offices” fazem apenas o gerenciamento do patrimônio, os private banks segmento voltado para clientes pessoas físicas de alta renda podem complementar a estratégia oferecendo produtos financeiros, como fundos e carteira administradas, que não protejam o patrimônio como também o aumentem. Werner diz que ainda são poucos os private banks que realmente oferecem o serviço de “asset allocation” (orientação de investimentos). Para ele, as instituições precisam aprender que esse serviço de orientação não pode ser confundido com venda pura e simples de produtos próprios.