

Entrevista

“SHOPPING É UMA DAS COISAS MAIS DEMOCRÁTICAS DO BRASIL”

CEO do Grupo Iguatemi, **Carlos Jereissati Filho** explica como o perfil do consumidor brasileiro mantém a relevância desses grandes centros de compras

POR JUNIOR FERRARO RETRATO JULIA RODRIGUES

Carlos Jereissati Filho passou grande parte da infância dentro de um shopping. Seu pai, Carlos Jereissati, era dono do Iguatemi, primeiro estabelecimento dessa espécie na América Latina. Mas nem tudo era passeio e diversão. Nascido em uma família de origem libanesa, Carlos logo foi envolvido nos negócios e herdou um valor que carrega até hoje como lema: “Trabalho é um hábito. Comece cedo”.

E cedo começou. Com menos de dez anos, ele e os irmãos rodavam os corredores do Iguatemi, contando as sacolas dos clientes para contar ao pai quais lojas vendiam mais. Apesar da tradição política de sua família – seu avô, Carlos Jereissati, foi senador pelo Ceará e seu tio, Tarso, governador do mesmo estado –,

Carlos enveredou mesmo foi nos negócios da família. Aos 20 anos já trabalhava regularmente nas empresas do pai e, em 2002, com 30 anos, tornou-se CEO do grupo Iguatemi.

Sob sua administração, os negócios prosperaram ainda mais. Hoje a Iguatemi Empresa de Shopping Centers tem 16 shoppings e um outlet espalhados por 12 cidades brasileiras. Mais do que isso: com 51 anos, o Iguatemi de São Paulo tem o aluguel comercial mais caro do Brasil e tornou-se referência no mercado de luxo, atraindo para o País marcas como Hermès, Yves Saint Laurent e Louis Vuitton.

Às vésperas de completar 46 anos, o empresário paulistano fala de valores familiares, comenta sua trajetória no Grupo Iguatemi e reforça que política não é a sua área. “Em cargos públicos não tenho interesse. Só o que já exerço aqui”.



Você se lembra da primeira vez que entrou em um shopping center?

Foi no Iguatemi. Eu tinha sete anos, minha mãe me buscou na escola e disse: “Hoje vamos almoçar em um lugar que seu pai comprou, mas não pode contar para ninguém. É um shopping center”. Achei que, se não podia contar para ninguém, deveria ser uma coisa ruim. Depois passei a ir inúmeras vezes. Passávamos vários sábados no shopping, passeando, brincando, contando sacolas. Éramos o grupo de pesquisa do meu pai: ele pedia para rodarmos os corredores para contar as sacolas que mais víamos nas mãos dos clientes.

Quando você era criança, já queria ser dono de shopping?

Não exatamente. Minha família sempre foi política – caso do meu avô e do meu tio – e empresária. Desde pequeno me via trabalhando nos negócios. Somos de origem libanesa e um dos valores da minha família é estar junto, conviver. Eu via como uma responsabilidade continuar isso. E o shopping tinha um charme, algo mais aderente para mim. Gosto de consumo, de pessoas, de comportamento, de arquitetura. Queria construir algo que fizesse parte do dia a dia das pessoas.

Quando começou profissionalmente?

Comecei aos 20 anos. Este é outro valor forte na família: trabalho é um hábito, portanto comece cedo. Quando você trabalha desde jovem, você não sabe o que é não trabalhar. Quando eu tinha 15 anos, no primeiro mês de férias, acompanhávamos

“NÃO QUEREMOS SER COBRADOS PELO CONSUMIDOR, MAS SIM TRAZER ALGO QUE ELE AINDA NÃO VIU POR AQUI”

meu pai no trabalho. Ele arrumava algumas coisas para fazermos, nem que fosse pegar algo no telex e levar pra lá e pra cá. Tínhamos uma obrigação. Isso foi natural para mim.

Como foi se tornar CEO de um grupo como o Iguatemi aos 30 anos?

Foi muito natural. Meu pai sempre deu muito espaço para seus filhos trabalharem. Ele queria que nos envolvessemos. Quem tivesse aptidão, ia crescendo. É claro que sempre houve reverses, bate-cabeça, vai e volta. Mas sempre fui muito metido a querer conhecer as coisas e fui gostando.

O que significou o projeto do JK Iguatemi para sua carreira?

O JK foi muito importante para toda a equipe do Iguatemi porque era uma segunda e muito relevante experiência em São Paulo. Mostramos que o Iguatemi havia se especializado e tinha competência para tocar um projeto inovador, antes de tudo no desenho. O JK é um shopping muito arrojado, do ponto de vista arquitetônico, um marco para a cidade. E, no conteúdo, 30 operações que não estavam presentes no Brasil chegaram conosco, como Sephora, Gap, Coach, Ladrúe e Top Shop. Não só os clientes, mas todos os investidores passaram a ver o Iguatemi como uma

empresa com um *portfolio* de ativos muito bons e que sabia construir coisas para o futuro.

Você é um comprador entusiasmado?

Sou e acho que isso é uma das coisas que fazem do trabalho também uma grande diversão para mim. Tenho o maior prazer de entrar em lojas. Pergunto preço, sei o que vende e o que não vende. Quando viajo é a mesma coisa. Isso cria uma conexão com seu negócio e com seu cliente. E essa conexão faz com que você tenha legitimidade para poder propor coisas e ter maior assertividade naquilo que você faz. Não sei se isso vem do sangue libanês, de estar no comércio há muito tempo, mas acho que existe uma sensibilidade de saber o que vai ou não funcionar.

Nos EUA, muitos centros de consumo estão sendo fechados porque as pessoas compram muito mais pela internet. No Brasil isso é diferente?

Aqui os shoppings estão no meio das cidades, que são densas, verticalizadas. Bem diferente dos shoppings americanos, que nasceram como áreas comerciais dos *suburbs* (bairros de classe média, afastados das áreas urbanas). Como nunca fomos ricos como os americanos e o varejo nunca foi forte como o deles, desde o começo

LINHA DO TEMPO



1966

É inaugurado o Iguatemi São Paulo, primeiro shopping do País e da América Latina

1979

Carlos Francisco Ribeiro Jereissati torna-se dono do Iguatemi São Paulo

1983

É inaugurado o Iguatemi Porto Alegre, primeiro shopping da Região Sul

1995

O grupo abre seu segundo shopping em São Paulo, o Market Place

Foto: Divulgação

tivemos de misturar tudo. Colocar cinemas, restaurantes, academias, serviços. No Brasil, o shopping center se tornou um *meeting point*, um local de convivência. Shoppings são uma das coisas mais democráticas do Brasil. E estão espalhados em vários pontos das cidades. Eles são os centros desses polos urbanos. Têm um quê de conveniência muito forte.

O perfil do consumidor brasileiro mudou muito?

Mudou. O brasileiro se sofisticou, tornou-se mais exigente. As pessoas aprendem coisas, tanto aqui quanto quando estão viajando. Elas vão assimilando, aprendendo o que é valor, querendo um espaço mais agradável. E um dos valores do Iguatemi é se antecipar. Não queremos ser cobrados pelo consumidor, mas sim trazer algo que ele ainda não viu por aqui.

Você costuma fazer um paralelo entre a gestão de um shopping e a de uma prefeitura. Em que sentido se comparam?

Antes de tudo, entender as necessidades das pessoas. Focar no consumidor, ou no cidadão, que vem aqui. Temos um traço muito forte de zeladoria, de preparação de ambiente. As cidades brasileiras são pouco olhadas nesse sentido. É a importância de a calçada estar em ordem, de a planta estar no lugar certo e não cair em ninguém. As pessoas querem uma cidade limpa e organizada. Tem de prestar atenção nesse consumidor, que viajou mais nesses últimos 20 anos, teve acesso e viu as cidades lá fora funcionando. Ele sabe o que é bom.

RS 608 milhões

foi a receita líquida da Iguatemi Empresa de Shopping Centers em 2016

2.725

é o número de funcionários diretos do conglomerado

16

shopping e um outlet compõem o *portfólio* do grupo. Até 2019, estão previstos mais dois outlets

Quais são os principais desafios de gestão em um cenário instável?

Temos de ter uma visão de futuro até meio utópica, mas com um pé atrás. Somos uma empresa focada em crescimento sustentável, de qualidade, com muita disciplina financeira. O *timing* dos investimentos, a preocupação de escolher o projeto certo, é muito importante. Você não pode querer fazer tudo. Tem de respeitar o momento e as possibilidades do País. O Brasil é uma democracia jovem, que está se consolidando. À medida que as pessoas ganham mais capacidade analítica, vamos nos estruturando melhor como democracia.

O que gosta de fazer nas horas de lazer?

Eu adoro ler. Agora estou relendo o *Sapiens – Uma Breve História da Humanidade*, de Yuval Harari. É

um livro bárbaro, que mostra como o homem foi ocupando seu espaço no mundo. Eu me interessava cada vez mais por isso. A gestão do dia a dia é uma questão da psicologia. As coisas que estão enraizadas na gente dizem muito sobre como abordamos as questões com as pessoas.

Quando você viaja de férias que tipo de destino escolhe?

Praia! Acho que o nosso País tem praias maravilhosas. Nosso problema é preservar e cuidar bem delas, pois são ativos importantes. O Brasil ainda vai ser feliz demais, talvez daqui a 50 anos, quando descobrirem um lugar mais seguro, melhor, mais bem estruturado. Vai ser imbatível como destino turístico.

Seu nome remete à tradição política. Tem a intenção de se tornar político?

Todo mundo tem um envolvimento político. A diferença é se você faz a política partidária ou não. A partidária eu não tenho intenção de fazer. Mas faço política todo dia. Eu me interessava pelo meu País e trabalho para que ele funcione. O brasileiro não pode dar as costas para a política. É essencial que cada um se envolva na sua cidade, na sua região e trabalhe para dar certo. O brasileiro precisa ir para o lado anglo-saxão da vida e cuidar melhor do bem público. O que é nosso é mais importante do que o que é meu ou seu. Isso é que faz a diferença: criar uma boa plataforma onde todo mundo possa florescer. Esse é o significado da boa política. Já em cargos públicos não tenho interesse. Só o que já exerço aqui. E que pretendo preservar. ➤

2007

É realizada a abertura de capital da Iguatemi Empresa de Shopping Centers (IESC)



2010

A Iguatemi Empresa de Shopping Centers inaugura o Iguatemi Brasília



2012

É aberto o JK Iguatemi, com 30 marcas internacionais que ainda eram inéditas no País

2017

Chegam ao Iguatemi SP as marcas Hermès, Valentino e Fendi