Hodnotu nemovitosti neurčuje jen prestižní adresa nebo počet metrů čtverečních, ale především to, kdo a proč ji kupuje. Realitní specialistka Maria Kopřivová se zaměřuje na řízené off-market transakce i velké developerské projekty v Česku a zároveň propojuje evropský kapitál s investičními příležitostmi v Kostarice. V rozhovoru vysvětluje, proč je nereálně vysoká cena často pastí, jak se staví skutečně funkční portfolio a v čem spočívá kouzlo obchodu tam, kde „Kostarika není Dubaj“.

TRANSAKČNÍ JISTOTA NAD ZLATO

Text: Kateřina Ehrenbergerová | Foto: Ondřej Košík

Proč u velkých projektů rozhoduje schopnost obchod dokončit.

Za úspěšným prodejem stojí strategie

Prodávající přirozeně očekává, že za svou nemovitost získá co nejvyšší cenu. Právě počáteční odhad se však může stát slabým místem celé transakce. Příliš optimisticky nastavená částka sice působí lákavě, pokud ale není podložená reálnou hodnotou aktiva a promyšlenou strategií, může prodej zkomplikovat. „Je důležité rozlišovat dvě věci: snahu získat pro vlastníka co nejlepší cenu a nastavit cenu jen proto, aby makléř získal zakázku. Mojí rolí je hledat cestu, jak hodnotu nemovitosti opravdu maximalizovat," říká Maria Kopřivová.

U investičních nemovitostí podle ní nestačí porovnat cenu za metr čtvereční. Činžovní dům, větší pozemek nebo developerský projekt má vlastní ekonomiku. Kupující posuzuje strukturu nájemních vztahů, technický stav, možnost růstu nájemného i další rozvojový potenciál. „Mnohem důležitější je pochopit, pro koho má konkrétní nemovitost nejvyšší hodnotu a proč. Pokud se to podaří správně identifikovat, může být výsledek výrazně lepší než při jednoduchém porovnání cen na trhu," vysvětluje. Opravdu dobrý obchod ale musí dávat smysl oběma stranám. Prodávající získá maximální hodnotu a kupující rozumí tomu, proč danou cenu platí.

Off-market není nabídka rozeslaná celé databázi

Neveřejný prodej bývá někdy chápán jako transakce, o níž se nemluví, nebo nabídka, která nekontrolovaně koluje po trhu. Ani jeden výklad podle Marie Kopřivové nevystihuje profesionální proces. „Off-market není synonymem pro tajný prodej a už vůbec ne pro rozeslání nabídky co největšímu počtu kontaktů. Začíná pochopením aktiva a přesným výběrem investorů, pro které má ekonomický a strategický smysl," popisuje.

U významnějších transakcí je třeba řídit rozsah i načasování poskytovaných informací – od anonymizovaného představení přes prověření protistrany a NDA až po zpřístupnění dokumentace. Podstatná je znalost akvizičních strategií a kapitálových možností investorů. »



inzerce

„Širokou síť investorů nelze nahradit přeposíláním nabídky mezi zprostředkovateli. Součástí mé práce je vytvořit kontrolované konkurenční prostředí mezi několika prověřenými zájemci. Nabídky neporovnávám jen podle ceny, ale i podle podmínek a pravděpodobnosti dokončení transakce," dodává.

U velkých projektů rozhoduje transakční jistota

S rostoucí hodnotou obchodu roste význam důkladného prověření kupujícího. U transakcí za stovky milionů nebo miliardy korun nestačí jen projev zájmu. Podstatné je, zda má protistrana kapitál, zkušenosti a schopnost obchod dokončit. „Je třeba prověřit finanční sílu protistrany, způsob financování, rozhodovací proces i zkušenost s obdobnými transakcemi. U velkých projektů může být zásadní rozdíl mezi kupujícím, který nabídne nejvyšší cenu, a tím, kdo má nejvyšší pravděpodobnost, že obchod opravdu uzavře," vysvětluje.

Samotná částka je pouze jedním z parametrů – nabídky se liší financováním, délkou due diligence či požadovanou exkluzivitou. „U miliardových transakcí vnímám svoji roli mnohem více jako řízení obchodu než jako zprostředkování. Je potřeba udržet tempo, hlídat milníky a mít připravenou alternativu. Čím větší transakce, tím méně prostoru pro improvizaci," dodává Maria Kopřivová.

Investiční nemovitost musí fungovat i mimo prezentaci

Stejnou důslednost uplatňuje také u rezidenčních nemovitostí. Označení „investiční byt" podle ní dnes získává



téměř každá menší jednotka v dobré lokalitě. Samotná adresa z ní ale investiční aktivum nedělá. „Investiční byt není marketingová nálepka. Musí ekonomicky fungovat. Investor by měl znát pořizovací cenu, realistický nájem, průběžné náklady, správu i kapitál, který bude muset ještě vložit. Teprve z toho vzniká skutečný výnos," vysvětluje.

Důležitá je také likvidita a budoucí exit. Úspěšný prodej navíc začíná ještě před zveřejněním nabídky. Různí kupující vidí ve stejné nemovitosti odlišnou hodnotu – rodina sleduje praktické fungování a školy, investor návratnost a pronajímatelnost. „Nejde o to dostat nemovitost před co největší počet lidí, ale oslovit správné kupující a dát jim informace ke kvalifikovanému rozhodnutí," dodává.

Kostarika nestaví svou hodnotu na efektních kulisách

Druhou oblastí práce Marie Kopřivové je propojování evropských investorů s příležitostmi v Kostarice. Díky kostarickému původu, působení v Česku a zkušenosti z diplomacie zná prostředí obou zemí. Pro svůj pohled na tamní trh používá větu: „Kostarika není Dubaj." Vymezuje tím rozdílný princip investiční atraktivity. „U destinací postavených na luxusu je část atraktivity založená na tom, co se podaří vytvořit. To je zkopírovatelné. Kostarika nabízí to nejcennější, co se nedá postavit znovu někde jinde," říká.

Na území velkém jako Slovensko se nachází šest procent světové biodiverzity a čtvrtinu země tvoří chráněná území. Hodnotu lokalit podporuje i regulace výstavby. „Pokud regulatorní prostředí nedovoluje zaplnit pobřežní horizont vysokými budovami, chrání tím vzácnost místa," vysvětluje. Zároveň odmítá představu, že každá kostarická nemovitost je automaticky dobrá investice. Je třeba prověřit právní stav, dostupnost vody, infrastrukturu i povolené využití pozemku.

Krásný výhled ještě neznamená dobrou investici

Přírodní atraktivita může být pro zahraničního kupujícího rizikem, pokud emoce předběhnou ekonomickou prověrku. Představa, že Kostarika je levným trhem, neodpovídá situaci ve vyhledávaných lokalitách. „Člověk se snadno zamiluje do výhledu dřív, než začne uvažovat investičně. Kvalitní nemovitosti mají cenu srovnatelnou s Prahou. A něco, co českému investorovi připadá levné, může být vzhledem k místní poptávce ve skutečnosti drahé," upozorňuje.

Důležité je hodnotit i cestovní ruch, sezónnost a služby. Do skutečného výnosu vstupují náklady na správu, daně i údržba v tropickém klimatu. „Zajímá mě, co investorovi skutečně zůstane čistého. Dobrá investice nezačíná výhledem na oceán, ale právně čistou nemovitostí, funkční infrastrukturou, reálnou poptávkou a jasnou cestou k budoucímu exitu," shrnuje.

Dva trhy, jeden způsob uvažování

Výhodu svého zázemí vidí Maria Kopřivová ve schopnosti propojovat dvě rozdílná obchodní prostředí. Rozumí očekáváním evropského investora a zná realitní prostředí Kostariky. „Mám vlastní síť prověřených developerů, architektů i právníků. Trávím čas přímo na místě a vím, na koho se obrátit, když potřebuji konkrétní informaci ověřit," říká.

Vedle individuálních nemovitostí se dostává k celým developerským příležitostem. Její role sahá od vyhledání projektu přes sestavení týmu až po realizaci či správu. Ať už jde o činžovní dům v Česku nebo projekt na kostarickém pobřeží, princip zůstává stejný: rozhodnutí musí vycházet z reálné ekonomiky aktiva, prověřených informací a pochopení kupujícího. ||