

Confiança revigorada no mercado imobiliário

Postado por: SISP em: [Mercado Imobiliário](#)

Globalmente, o pior da crise financeira já passou. E, aqui no Brasil, os efeitos não foram os de uma "marolinha", mas também não chegaram a ser de um tsunami, especialmente no mercado imobiliário.

Números da pesquisa trimestral Secovi do mercado imobiliário evidenciam uma pequena mas significativa melhora. Em março, foram comercializados 2.162 imóveis novos, contra os 1.556 de fevereiro e os 1.113 de janeiro. Os lançamentos também vêm numa crescente: foram 1.561 novas unidades em março, ante 1.211 de fevereiro e 382 de janeiro.



João Crestana é presidente do Secovi-SP, o Sindicato da Habitação, e da Comissão da Indústria Imobiliária da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CII/CBIC)

Em volume de recursos, os resultados são altamente positivos. Conforme balanço da Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip), de janeiro a abril deste ano os recursos da caderneta de poupança financiaram 78 mil unidades, o correspondente a R\$ 8,3 bilhões. A Caixa Econômica Federal, uma das instituições que mais investem em habitação no País, pretende aplicar este ano R\$ 30 bilhões em financiamentos, entre recursos da poupança e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Nada mal para um setor produtivo que atraiu olhares de pessimismo!

Esse aquecimento tende a aumentar, principalmente diante das boas perspectivas de produção e comercialização trazidas pelo programa "Minha Casa, Minha Vida". Pela primeira vez na história do País, criou-se um programa com concessão de subsídios para famílias com renda de zero a três salários mínimos e aporte de recursos do Orçamento Geral da União.

Concebido para iniciar o processo de contenção do déficit habitacional, o "Minha Casa, Minha Vida" reúne quase todos os ingredientes necessários para a instituição de uma política nacional e perene de habitação. O plano não se esgota nos próximos dois anos, pois, para solucionar a carência de mais de 8 milhões de moradias, são necessários R\$ 141 bilhões de investimentos e 15 anos de produção.

Esse volume de novos empreendimentos no mercado impelirá administradoras a se profissionalizarem ainda mais. O novo público consumidor tem hábitos e costumes diferenciados. Só para exemplificar, o segmento econômico que é o alvo prioritário do programa "Minha Casa, Minha Vida" movimenta R\$ 550 bilhões por ano e detém 71% do consumo nacional, conforme pesquisa do instituto Data Popular.

Com renda familiar de até R\$ 3,5 mil, a grande maioria não tem curso superior. Esse contingente é composto por analfabetos digitais, mas que sabem exatamente o que querem. Suas referências estéticas derivam e se alicerçam na cultura popular: alegre, colorida, exagerada e extravagante. Como se disse por inúmeras vezes, o futuro é popular. E será cheio de cores e boas novidades.