

## MERCADO PRECISA APRENDER A VER O FUTURO

Dentro da atual política econômica, claramente recessiva, não é possível trabalhar com a hipótese, a curto prazo, de recuperação do poder aquisitivo da população. Essa realidade atinge principalmente a classe média, que vive um quadro de desemprego alarmante e não tem o menor poder de barganha salarial. Isso traz uma inevitável mudança nos usos e costumes do mercado imobiliário brasileiro. Consumidor terá que optar entre endereço e espaço. A tecnologia precisará, para adequar o produto ao bolso de consumidor.

Enfim, um mercado completamente diferente do atual, que aliás, nunca foi igual ao de outros países, desde a forma de comercialização desorganizada principalmente pela resistência do proprietário em conceder exclusividade de vendas passando por sistemas construtivos quem com honrosas exceções, são pré-históricas e terminando em conceitos muito otimistas do consumidor na hora da aquisição. Não é de hoje que andamos na contramão, embora já tenha sido pior. Basta lembrar que há menos de 30 anos era comum o zelador morar na cobertura e as casas de vila serem sinônimos de pobreza, exatamente ao contrário de hoje.

No início dos anos 80, 99% dos consumidores queriam um imóvel novo e esta virgindade de imobiliária era mais questionada que a feminina pelos machistas exacerbados. Com o correr do tempo, as coisas vão mudando. Uma das causas é a elitização do mercado (sempre é bom lembrar que, em nosso país a população cresceu e o mercado imobiliário diminuiu), em que apenas 0,02% da população tem condições de adquirir um imóvel sem financiamento. E mesmo com ele, a proporção não aumenta muito. Com isso o consumidor de hoje pertence a uma elite que certamente já viajou para o exterior e verificou pessoalmente que lá fora, as coisas não são bem assim. Teve também a oportunidade de ver que a cidade de São Paulo é realmente uma das maiores do mundo e com exceção dos bolsões de miséria e criminalidade, não leva desvantagem em relação a nenhuma outra.

Nas grandes cidade estrangeiras é usual morar distante do centro, pois os preços no perímetro central são elevadíssimos ou os espaços estão totalmente ocupados, como em São Paulo. E quanto mais raro, mais caro. Não se confunde imóvel novo com imóvel de qualidade, tijolo não tem idade e ambientes amplos, pés-direitos altos, acabamentos requintados e artesanais, materiais nobres, comuns em imóveis antigos, valem mais do que o cheiro da tinta fresca. O consumidor de hoje já tem consciência disso, com algumas recaídas, é verdade. Mais de dez anos irão se passar para aceitarmos que a avenida São Luiz, por exemplo é tão bonita quanto as avenidas de Roma ou Paris. Ou para verificarmos que um terreno de 40km do centro, por melhor que seja, não pode competir com outro no Pacaembu, uma área nobre, verde, a 200 metros da avenida Paulista, um dos lugares mais caros do mundo.

Testemunha ocular no mercado há 28 anos, do tempo em que era difícil convencer alguém a comprar um lote na City Pinheiros, posso assegurar que o consumidor em geral não tem visão de longo prazo do mercado, o que é perfeitamente explicável, pois um cidadão comum faz durante a sua vida, em média, de três a quatro operações imobiliárias. Foi difícil vender o Jardim América com cem meses de prazo pela Tabela Price: ninguém poderia imaginar avenida Luiz Carlos Berrini há 20 anos, quando era uma via de terra dividida por um riacho malcheiroso, cheia de terrenos baldios e casinholas.

São muitos os casos como estes. Na verdade, o que torna o imóvel o investimento mais seguro do mundo e a garantia das grandes fortunas é o tempo.

O proprietário de uma casa em um lugar deserto vê aos poucos sua rua ser ocupada, o tráfego aumentar e um belo dia desiste de ser dono de uma residência para se tornar proprietário de um ótimo ponto comercial ou de um terreno para incorporação. Quem parar para estudar o mercado vai descobrir que existe oportunidades tão boas quanto esta, que não levarão tanto tempo para valorizar.

**Roberto Capuano**  
Presidente do Creci - São Paulo  
Sócio Titular da CVI