

SHOPPING NEWS

"SHOPPIMOV"
SÃO PAULO - SP
04 a 10.10.97

Caixa emite 1.200 cartas de crédito em feira imobiliária

A Caixa Econômica Federal (CEF) emitiu 1.200 cartas de crédito na durante a Feira Imobiliária 97, encerrada no dia 30 de setembro. O volume de empréstimos negociado pela CEF somou R\$ 54 milhões. O valor médio das cartas de crédito ficou em torno de R\$ 45 mil. A instituição tem disponível mais R\$ 146 milhões, que serão repassados às agências da CEF, na capital e na Grande São Paulo.

Quem obteve a carta de crédito, mas não conseguiu comprar o imóvel durante a feira, poderá fechar o negócio nas agências da CEF durante os 30 dias de prazo de validade do documento.

A expectativa dos construto-

res é que a feira renderá bons resultados a médio prazo. "Os negócios fechados não são a maior vantagem da feira", observa Ely Flávio Wertheim, da Wertheim S.A. O evento, na sua opinião, é uma boa oportunidade para os compradores organizarem um roteiro de compras. "O sistema informatizado facilita muito o trabalho", afirma. Para ele, boa parte dos negócios, avalia, só será fechada no médio prazo. Outra vantagem para o consumidor, segundo Wertheim, é a oferta de financiamento com juros mais baixos. "A concorrência fez os juros de financiamento de SFH cair de 12% para 10,5%", salienta. Para carteira

hipotecária, segundo ele, foram oferecidas taxas de juros de 14%.

Para Roberto Capuano, presidente do Conselho Regional de Corretores de Imóveis (Creci), a grande vedete da feira foi a carta de crédito. O movimento nos estandes de imóveis novos, observa Capuano, foi muito menor do que no da CEF. O evento, na sua opinião, serviu especialmente para mostrar ao consumidor que está mais fácil conseguir financiamento. A grande procura pela carta de crédito, avalia o empresário, mostra também que esse sistema de financiamento é o preferido do consumidor. "Ele quer ter o direito de escolher."

Marcelo Dani



Eugênio: mudança do consumidor obriga profissionais a repensar projetos

Na tentativa de adaptação ao atual mercado, o setor imobiliário tenta elevar seu volume de negócios realizando uma série de promoções, com a finalidade de atrair um número maior de consumidores. Um exemplo bem-sucedido é o da imobiliária Redentora, localizada em São José do Rio Preto (SP). Ela está realizando diversas promo-

Para atrair clientes, empresa no interior inova com promoções

ções, entre elas oferecer a mudança do locatário, dar um mês de aluguel de cortesia, além de presentear o interessado em alugar um imóvel com colchões etc.

"Devido ao aumento de oferta e a redução da demanda, oferecer diversos benefícios para atrair clientes foi a melhor saída que encontramos para podermos continuar no mercado, que está cada vez mais competitivo", afirmou o proprietário da Imobiliária Redentora, Joaquim Ribeiro. Para cativar os mais antigos, até bolo e flores a Redentora costuma enviar a seus clientes no dia do aniversário.

Inovação

Segundo ele, o consumidor está cada vez mais exigente em relação aos serviços prestados pelo mercado de forma geral. Para atender melhor seus clien-

tes, a Redentora implantou há cinco anos um sistema inédito no País, que tem por objetivo satisfazer os anseios dos consumidores, quando da necessidade de procurar os serviços de uma imobiliária. "Colocamos à disposição dos nossos 150 funcionários uma equipe de psicólogos para melhorar o atendimento. Outra novidade é a implantação de um sistema automatizado de consulta e um *ombudsman* que atende nossos clientes recebendo sugestões e críticas", afirma Ribeiro.

Para Maurício Eugênio, da Eugênio & Associados, o setor não pode mais apenas se preocupar com aos seus ganhos, pois o lucro deve ser visto como o resultado de um trabalho bem feito. "A inquietação do mercado prova que o consumidor mudou o seu perfil de exigências. Isso está obrigando os empresários da construção civil e do setor imobiliário a repensarem seus projetos", ressalta Eugênio. (AA)