

# Popular, sim. Mas com grife

MARIANA FLORES E VICENTE NUNES

DA EQUIPE DO CORREIO

**A**o longo das duas últimas décadas, as classes C e D passaram distante do radar de negócios das construtoras. Com a renda engolida pela inflação, mal tinham dinheiro para garantir a alimentação até o final do mês. A grande maioria das famílias dessa importante camada da população sequer sabia o que era ter conta em banco e, principalmente, uma linha de crédito à sua disposição. De dois anos para cá, com a inflação sob controle e os juros em queda, esse desprezado público não só começou a ditar os rumos da economia do país, como passou a ser disputado a tapas por aqueles que têm visão de negócio. Inclusive as empresas de construção civil. “Estamos falando de um público que representa hoje 65% do mercado consumidor de imóveis”, diz Rodrigo Nogueira, sócio-diretor da JCGontijo Engenharia.

Mas que ninguém fique pensando que as restrições do passado significam se contentar com pouco. “Muito pelo contrário. Imóvel a preço popular não quer dizer de baixa qualidade. Os consumidores que estão entrando no mercado querem, sim, o popular. Mas com grife”, afirma. Grife, segundo ele, quer dizer bom acabamento dos imóveis, empreendimentos com amplas áreas de lazer, segurança e, sobretudo, acesso a serviços. “Estamos vendo no Brasil o mesmo modelo adotado

José Varella/CB



MERCADO DE SAMAMBAIA COMPORTA EDIFÍCIO COM SERVIÇOS E PREÇO DE R\$ 2,1 MIL POR METRO QUADRADO, AFIRMA FABRÍCIO GARZON

na Espanha e no México, onde a grande maioria dos prédios populares foi construída próxima a centros comerciais, hospitais e escolas e, claro, com facilidades de locomoção”, ressalta. “São verdadeiros minibauros.”

Certa de que esse modelo é

irreversível, a JCGontijo arrematou, em sociedade com a Construtora Vilela & Carvalho, o controle do Shopping Valparaíso, no entorno de Brasília. Lá, as empresas investirão R\$ 20 milhões para duplicar os 9 mil metros quadrados disponíveis

para locação das lojas. Junto com a expansão do shopping, a empresa lançará um empreendimento imobiliário para as classes C e D. Serão construídos um milhão de metros quadrados em 3,5 mil apartamentos de um e dois quartos. A primeira etapa

do projeto, com mil imóveis, será iniciada no primeiro semestre de 2008. “O empreendimento será inovador. Não há nada no Distrito Federal e no Entorno seguindo esse modelo”, assegura o diretor Financeiro da JCGontijo, João Carlos de Almeida.

A concorrência contesta. Especializada em planejamento de obras, a MGarzon Empreendimentos Imobiliários lança, nesta semana, em parceria com a MB Engenharia, dois condomínios residenciais em Samambaia. Fechados, terão piscina, sauna, campo de futebol, espaço para cuidados dos animais de estimação, ateliê de pintura e salão de beleza, entre outras atrações. A promessa é de que os edifícios fiquem prontos em dois anos e custem aproximadamente R\$ 115 milhões.

A perspectiva é de que a maior parte dos 800 apartamentos seja comercializada ainda na planta, mesmo com o preço bem superior à média da cidade. Nas contas dos empreendedores, o metro quadrado variará entre R\$ 2 mil e R\$ 2,1 mil. “ Fizemos uma pesquisa para ver o potencial de consumo da região e há mercado. Há pouca oferta de empreendimentos e os que existem têm condições bem diferentes das que vamos oferecer”, afirma o diretor da MGarzon, Fabrício Garzon.

Em meados de 2008, as duas empresas lançarão empreendimentos semelhantes no Gama e Ceilândia. O Gama também é o destino da Allicerce, construtora brasileira criada há cinco anos. Até agora, os investimentos da companhia estavam restritos a Águas Claras. “A baixa renda é o grande potencial de mercado. Mas, para atendê-la, temos de reduzir as margens de lucro e ganhar no volume de vendas”, afirma o diretor comercial da empresa, Fernando Tormim Borges.