

MERCADO IMOBILIÁRIO

Minha Casa, Minha Vida domina

Com a ampliação da renda até R\$ 13 mil mensais e facilidades de financiamento, o programa lidera as vendas de imóveis residenciais em todo país, atraindo cada vez mais a classe média. Com essa tendência, há reflexos globais na economia

O crescimento do Minha Casa, Minha Vida (MCMV) ano após ano faz com que o programa “domine” o mercado imobiliário, respondendo por mais da metade dos lançamentos e das vendas de imóveis residenciais novos em todo o país. Em São Paulo, a participação do MCMV representa dois terços de todos os negócios.

O movimento reflete o sucesso do programa em garantir acesso à casa própria para famílias que não teriam condições de compra sem subsídios. O governo federal ampliou o teto de preços e faixas de renda, cortou juros e criou a faixa 4, chegando a imóveis de até R\$ 600 mil e pessoas com renda até R\$ 13 mil por mês.

Em vários estados, as prefeituras passaram a ofertar subsídios extras. Em São Paulo, por exemplo, é possível complementar de R\$ 10 mil a R\$ 16 mil o valor de pagamento da entrada. O avanço do MCMV na capital reflete no zoneamento de prédios maiores ao redor de linhas de ônibus, trem e metrô, atraindo empreendimentos populares.

Por outro lado, o ganho de participação de mercado pelo Minha Casa, Minha Vida também revela como as vendas de imóveis de médio e alto padrão estão perdendo espaço devido aos juros altos da economia brasileira. O cenário econômico ruim já inviabiliza muitos projetos nestes segmentos. Então, a saída das incorporadoras é direcionar seus empreendimentos para o programa público.

Perspectivas

“O Minha Casa, Minha Vida vem tomando uma proporção maior no Brasil inteiro”, avalia o economista-chefe do Secovi, Celso Petrucci. “A

Ricardo Stuckert/PR



Com financiamentos de 4,5% ae 8,16% ao ano, a adesão e o interesse aumentam, assim como as opções em comparação a outras ofertas

aderência aos produtos se explica por conta da taxa de juros mais baixa. É uma taxa menor comparada com outros padrões”. No programa, o financiamento para aquisição das moradias varia entre 4,5% e 8,16% ao ano graças a subsídios do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), bancado por trabalhadores celetistas. No restante do mercado, o crédito custa por volta de 12% a 14% ao ano.

O coordenador do curso de negócios imobiliários da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Alberto Ajzentel, observa ainda: o ganho de

participação do MCMV se deve também ao encolhimento de outros setores, como o mercado de médio e médio-alto padrão em São Paulo — com imóveis entre R\$ 600 mil e R\$ 2,25 milhões.

“Não é só Minha Casa, Minha Vida crescendo. Os outros setores estão caindo. A classe média típica está superapertada, com dificuldade de comprar por causa do preço elevado dos imóveis e dos juros altos do financiamento”, diz Ajzentel. “Para os super ricos, não têm problema, eles continuam comprando. Mas a classe intermediária, não.”

Nesse contexto, o MCMV tende a ganhar ainda mais representatividade nos lançamentos e nas vendas Brasil afora, estima Petrucci. Como resultado, diversas empresas passaram a atuar no MCMV, como Trisul, Eztec, Lavvi, Melnick, Moura Dubeux e Tecnisa, dentre outros. Em setembro, a REM fará o mesmo movimento. A empresa, que desenvolve projetos de médio-alto padrão na zona oeste da capital paulista, lançará neste mês seu primeiro empreendimento econômico, com a recém-criada marca Vér. O projeto terá 513 apartamentos no

Alto da Lapa.

“Com a classe média-alta sofrendo mais, decidimos ir para o Minha Casa, Minha Vida, que se encaixa melhor no bolso dos clientes”, conta o presidente, Rodrigo Mauro. “É uma oportunidade de diversificação e de experimentar novos mercados.”

Parcerias

Neste ingresso, a REM firmou parcerias com Vinx e Vittalar (Grupo 2Continentes), dedicadas ao MCMV. Em paralelo, passou a

montar equipes próprias de vendas e engenharia visando atuar de forma independente neste setor no futuro. “Não é algo pontual, não pretendemos parar por aqui”, frisa Mauro. A REM pretende lançar, em até dois anos, um megacondomínio de 2,5 mil apartamentos em um terreno próprio de 7 mil metros quadrados no Jaguaré, ao lado da USP.

A título de comparação, na crise de 2014, o estoque era menor em termos absolutos, mas passava de 15 a 20 meses de vendas. “O estoque hoje está relativamente baixo”, avalia Petrucci, do Secovi-SP.

O potencial do mercado para o MCMV na cidade de São Paulo também atrai empresas de outras cidades, como a ADN. A companhia trabalha em 11 municípios do interior, entre eles Campinas, Sorocaba e Ribeirão Preto — o primeiro lançamento na capital, em 2027. O projeto terá 700 apartamentos e ficará na Água Branca, onde há vários empreendimentos de Cury e Vivaz.

No interior, a ADN está atingindo o patamar de produção de 3 mil unidades por ano, com previsão de estabilizar aí. Então, São Paulo é vista como uma nova frente de crescimento. A perspectiva é deque a operação na capital atinja um volume similar ao do interior ao longo dos próximos anos.

“Percebemos que tem espaço para entrarmos. O mercado é muito grande”, diz o sócio da ADN, Pedro Donadon, observando as mudanças no setor imobiliário.

“No interior é mais apertada ainda, o que exige mais eficiência no desenvolvimento dos projetos e na engenharia. Em São Paulo, vimos a oportunidade de ocupar uma fatia do mercado com a nossa eficiência”, acrescenta Donadon.

Marotinha

2026

Vem aí a Marotinha 2026!

Diversão, esporte e muita energia esperam os nossos pequenos corredores.

INSCRIÇÕES ABERTAS!

Percursos adaptados para cada faixa etária e um dia especial para toda a família.



Inscrição e maiores informações

12/10

a partir das 7h

Local:

em frente ao Centro Ibero-Americano, ao lado da Torre de TV



Apoio:



Apoio Gráfico:



Promoção:



Parceria:



Realização:

