

# Chicago, a vitória do planejamento

Desde o século 19, a cidade norte-americana tem utilizado soluções criativas para conciliar crescimento com qualidade de vida



EGLE CISTERNA  
DA REDAÇÃO



O desenvolvimento de Chicago, sua arquitetura e a nova tecnologia utilizada

nas construções foram os assuntos que abriram as discussões da manhã de ontem no 3º Ficon – Fórum da Indústria da Construção de Santos e Região, que aconteceu no Mendonça Convention Center.

O local foi escolhido como cidade-tema do encontro pela escola arquitetônica. No mês passado, uma comitiva de empresários e autoridades visitou Chicago.

Com o tema *As soluções Urbanas e Arquitetônicas de Chicago*, os participantes do evento puderam conhecer como a cidade norte-americana, no estado de Illinois, desenvolveu-se, desde o século 19, a partir do Lago Michigan e como o planejamento fez com que a cidade chegasse ao crescimento atual. “Chicago foi fundada em um pântano, solo não muito diferente do de Santos, com a diferença de que é mais plana”, explicou o diretor de Design Urbano e Planejamento da Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Econômico de Chicago, Benet Haller.

O ordenamento da cidade deu-se através do sistema de grades e blocos, que serviu como exemplo para todos os Estados Unidos. A região central

era uma malha ferroviária e a expansão teve seu início em 1893, com a Exposição Columbiense, cujo tema foi o planejamento da cidade.

“Foi possível fazer um modelo de cidade-jardim ao redor do lago”, contou Haller. A ideia era que até o lixo servisse para criar a cidade. “Pegamos lixo e fizemos aterros e parques em cima dele”, explicou. Entre 1887 e 1907, dentro deste conceito de construções sobre aterros, foi criado o Grant Park. Atualmente, ele abriga algumas das maiores atrações turísticas da região. “Um dos principais elementos de Chicago é o planejamento e ele nunca acaba, pois a região cresce sem parar e temos que manter a nossa saúde econômica”, finalizou.

#### ARQUITETURA E TECNOLOGIA

A arquiteto Phillip Castillo trouxe para o público um pouco da arquitetura e das novas tecnologias da região, apresentando edifícios de formas simples e abstratas, mas com conceitos de sustentabilidade. Entre os exemplos, o destaque ficou para o prédio da biblioteca da Universidade de Chicago, concluído em 2012, que aproveita as condições naturais da luz, ar e solo para chegar a um resultado de edifício de alto desempenho.

#### DEBATEDORES

Para Franco Pasquali, diretor da Franz Construtora, o que chama atenção em Chicago é a integração entre o antigo e o



Benet Haller, diretor de Design Urbano e Planejamento de Chicago: “Pegamos lixo e fizemos aterros e parques em cima dele”

## Parceiros

O 3º Ficon tem o patrocínio da Besmon, Ecovias, Crego Paineira, Família Capital, Franz, Odebrecht Realizações Imobiliárias, Grupo Macuco, Grupo Mendes, Icipar (Grupo Sonda), L. Lopes, WDS, SRW, Terracom e Vértice. O evento tem o apoio da Assecob, Caixa Econômica Federal,

prefeituras de Guarujá e Santos, Serviço Social da Construção Civil do Estado (Seconci), Sinduscon e Secovi, além da colaboração da Associação das Pequenas e Médias Empresas da Construção Civil (Apemec) e Sindicato da Indústria da Construção Pesada (Sinicesp).

novo. “Os prédios antigos são funcionais e estão ao lado de arranha-céus. Aqui, no intuito de preservar, não se traz o desenvolvimento para a região”. Haller explicou que a prefeitura chega a investir milhões na recuperação de fachada de prédios antigos e repassa esses imóveis, a preços simbólicos, para hotéis, construtoras, sem visar a parte financeira.

Conciliar prédios antigos com estacionamentos subterrâneos, levando em consideração

sua estrutura delicada, foi a questão levantada pelo diretor-presidente da Crego Paineira, Ramon Crego. “Assim como Santos, Chicago não tem condições ideais de solo. Precisa se pensar na fundação. Os edifícios novos trazem de 8 a 9 andares acima do primeiro nível, apenas com estacionamentos”, contou Castillo. “Precisamos que as pessoas dirijam menos. Quem trabalha no Centro, deveria morar no centro”, concluiu Haller.



Celso Petrucci, economista do Secovi-SP: Santos ocupa segundo lugar em preços médios no Brasil

## Crescimento vertical predomina

III Indústria Imobiliária – Panorama Atual e Perspectivas para os próximos anos foi o tema que encerrou os debates da manhã apresentando uma visão geral do mercado imobiliário na Baixada Santista e da área de Construção Civil.

Pesquisa do Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Residenciais e Comerciais de São Paulo (Secovi-SP) constatou que os imóveis de dois dormitórios estão entre os mais vendidos na região.

O levantamento, realizado nos últimos 12 meses, aponta que 49,1% das unidades novas comercializadas em Santos, São Vicente, Guarujá e Praia Grande têm esse perfil.

Entre março de 2010 e março de 2013, o crescimento veri-

ficado na região é o vertical, com 98,2% dos lançamentos em prédios.

O preço da comercialização dos imóveis também é destaque. “Santos ocupa o segundo lugar no Brasil em preços médios de imóveis, perdendo apenas para Brasília”, explica Celso Petrucci, economista do Secovi-SP. As unidades com valores entre R\$ 190 mil e R\$ 350 mil foram as

mais vendidas: 6.740 imóveis.

### Preferência

49,1  
por cento

das novas unidades têm 2 quartos

#### CONSTRUÇÃO CIVIL

O mercado da construção diminuiu o crescimento desde 2010, período de maior demanda, mas agora os empresários voltam a ter confiança para investir. “O setor está desacelerado, mas os números de preparação dos terrenos, por exemplo, indicam que ele pode voltar a crescer”, constata a coordenadora de Projetos do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (Sinduscon-SP), Ana Maria Castelo.

Participaram também do debate o cientista político e coordenador do Instituto de Pesquisas A Tribuna (IPAT), Alcindo Gomes, Ricardo Beschizza, do Sinduscon, e Renato Monteiro, da empresa Besmon.

## Marketing, ferramenta essencial

III Em um momento de maior estabilidade no setor imobiliário, os construtores devem utilizar ferramentas de marketing e buscar nichos para potencializar vendas, segundo Tom Coelho, escritor e primeiro conferencista do Ficon do período da tarde.

Tom Coelho apresentou o tema *Marketing revolucionário, como realizar um marketing de alto impacto na indústria da construção*.

Segundo Coelho, é fundamental o construtor contratar pesquisa para identificar as necessidades do potencial comprador, até mesmo para saber se a localização será um fator de estímulo às vendas. Por exemplo, se há comércio próximo ou se há pontos de tráfego perigosos para quem tem ado-

### Estratégias

Mas há outros itens que permitem segmentar e atrair clientes específicos, desenvolvendo produtos, por exemplo, para solteiros, idosos, divorciados ou profissionais que buscam home offices.

lescentes em casa.

Mas há outros itens que permitem segmentar e atrair clientes específicos, desenvolvendo produtos, por exemplo, para solteiros, idosos, divorciados ou profissionais que buscam home offices. No caso dos idosos, será necessário investir em pisos antiderrapantes e pu-

xadores para evitar quedas no banheiro.

Ele lembrou ainda que a definição do preço é fundamental, não pensando apenas no padrão de consumo do comprador. Compradores que buscam a casa própria precisam de prestações que cabem no bolso. Já o investidor quer preços que deem lucro.

Ao investir em sites, Coelho sugere garantir navegabilidade em celulares e usar mídias sociais, como YouTube, Facebook e Instagram.

A palestra contou com a participação do moderador Márcio Delfim, gerente de Comercialização e Marketing de A Tribuna, e debatedores Sidney Soares, da Caixa Econômica Federal, e André Canoilas, da AMCHolding.



Tom Coelho disse que é fundamental realizar pesquisa para identificar as necessidades do comprador