

*Planejamento urbano  
apoiado no bairro  
Vila Velha*

422824

# IMÓVEIS



Claudney Pessoa

Debate

O surgimento de centros comerciais em regiões diferentes de Vila Velha está provocando um novo debate sobre a destinação das áreas livres do município. Além disso, moradores, empresários e prefeitura debatem o planejamento global da região

# Vila Velha

# de cara nova

KELLY MATOSINHOS

Entre a valorização real e as especulações, as regiões no entorno dos shopping centers anunciados para a cidade de Vila Velha vêm se tornando cenário de grande movimentação no mercado imobiliário da cidade. As expectativas de geração de empregos diretos e indiretos e, principalmente, as melhorias na estrutura viária e na urbanização esperadas para essas áreas, têm gerado aumentos de mais de 100% no valor de alguns terrenos e imóveis, além serem atrativo para novos empreendimentos.

São três shopping centers anunciados: o Praia da Costa, que vai ficar no bairro de mesmo nome, logo na descida da Terceira Ponte; o Vila Velha Shopping & Towers, na região central, em frente à Universidade de Vila Velha; e o Barra Sol, no trevo entre as rodovias do Sol e Darly Santos. Consultores imobiliários apontam que a supervalorização registrada com o anúncio dos empreendimentos é passageira, representando um impacto especulativo. No entanto, se espera uma valorização real dos imóveis em torno de 30% após esse período de euforia.

“Já tem gente vendendo terrenos de até R\$ 200 mil nas proximidades do shopping Praia da Costa, uma valorização de 100% se compararmos com os preços praticados antes do lançamento dos empreendimentos, mas a tendência é que isso se estabilize, gerando uma valorização real do metro quadrado em Vila Velha”, analisa o diretor comercial da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi), Enrico Rocha Barbosa, que é sócio da Vix Imóveis, empresa que atua na região.

## A instalação de três shopping centers no município valoriza os imóveis e provoca lançamento de novos projetos

O sócio da Vila Velha Imóveis, Fabrício Freitas, dá um exemplo da sua empresa para ilustrar a movimentação que vem ocorrendo na região. Segundo ele, a imobiliária comercializou, antes do lançamento dos shoppings, vinte e dois lotes de 450 metros quadrados em um terreno localizado atrás do Terminal de Vila Velha, próximo de onde será o Shopping Praia da Costa. Os valores foram de R\$ 15 mil por lote. “Recentemente, vendemos o último lote, para o mesmo grupo que havia comprado os outros, por R\$ 50 mil, em função da valorização muito”, diz.

Os empresários, no entanto, observam que os proprietários de terrenos e imóveis estão evitando a venda, na expectativa de maior valorização no futuro. “As pessoas que estão vendendo agora só estão fazendo isso ou por

necessidade ou por encontrar um preço realmente muito acima do valor do imóvel”, ressalta Freitas. Para Barbosa, a atitude de evitar a venda neste momento é uma atitude equivocada, uma vez que a valorização reflete justamente um aquecimento do mercado, sendo um ótimo momento para vender.

### Demanda

Se os proprietários de terrenos e imóveis nas regiões de entorno dos shoppings estão evitando a venda na expectativa de uma valorização ainda maior do imóvel, não é o mesmo que acontece com as construtoras que já têm empreendimentos lançados nessas regiões. A proximidade com os shoppings representa um atrativo para alavancar vendas de apartamentos na planta.

Segundo o corretor imobiliário

da Construtora Galvan, Marcos Alexandre Moraes, a presença dos shoppings não interferiu no valor dos apartamentos comercializados na Praia da Costa, “mas o fato de termos condomínios perto do shopping empolga quem está comprando”, revela. O corretor afirma que nos últimos 90 dias observou crescimento de cerca de 20% no volume de negócios fechados na região.

Para o presidente da Ademi, Pedro Zamborlini, ainda é cedo para ser taxativo em um índice de crescimento do mercado de Vila Velha, mas ele afirma que “sem dúvida, há uma sinalização positiva para o setor imobiliário”. Zamborlini ressalta que o mercado sobrevive de lançamentos, sejam comerciais ou residenciais e que “os shoppings são lançamentos ímpares porque têm capacidade para congregarem investimentos menores (lojas, salas comerciais e consultórios e opções diversas de lazer), gerando um grande impacto nas regiões de entorno”, constata.

Zamborlini, no entanto, afirma que para a área residencial o impacto da construção de um shopping center tanto pode trazer benefícios como malefícios. “Esses empreendimentos têm que ser muito bem estudados do ponto de vista urbanístico, prevenindo-se, por exemplo, como irá acontecer o aumento do fluxo de carros e pessoas”, disse ele.

Para o presidente da Ademi os três shoppings que estão projetados para Vila Velha devem também estar comprometidos com a viabilização operacional dos investimentos que empresários farão nos locais. “Não adianta vender tudo e inviabilizar o funcionamento por causa de falta de planejamento”, alerta.

## Empresas investem em melhorias

O secretário de Meio Ambiente e diretor de Planejamento Urbano de Vila Velha, Antonio Chalhub, afirma que uma das condições impostas pela Prefeitura para a instalação dos shoppings, foi de que eles se comprometessem em investir em melhorias nas regiões de entorno através de parcerias com a Prefeitura. Segundo ele, as ações são propostas aos grupos, com bases em estudos sobre o impacto urbanístico de empreendimentos de grande porte nessas regiões.

Chalhub afirma que ao Vila Velha Shopping & Towers, por exemplo, estará atuando juntamente com a Prefeitura no alargamento da Rua Luciano das Neves, que passa em frente ao terreno do empreendimento. “É uma via que vai precisar se preparar para o aumento do fluxo de carros, com uma pista de desaceleração para o acesso ao shopping e paradas de ônibus”, explica. As ruas que ficam nos fundos do shopping, que servirão para carga e descarga de materiais e produtos, também receberão asfaltamento e melhorias na área de iluminação.

De acordo com o diretor de Marketing do Shopping Barra Sol, Jeferson Cabral, o grupo empreendedor investirá um total de R\$ 1,5 milhão que serão destinados à segunda etapa de urbanização da orla de Itaparica, com recapeamento asfáltico das vias de acesso ao shopping e obras para melhoria de calçadas e iluminação da região.

A melhoria do sistema viário

na região do Barra Sol prevê, ainda, a duplicação da Rodovia do Sol, obra que será realizada pela concessionária Rodosol; e um convênio entre a Prefeitura de Vila Velha e o Governo do Estado para a duplicação da Rodovia Darly Santos e abertura de uma nova rodovia que a ligará à BR 262 e à BR 101 Sul. Segundo Chalhub essas obras já fazem parte de uma previsão de crescimento da cidade para a sua região sul.

De acordo com o diretor comercial do Shopping Praia da Costa, José Luiz Kfuri, o grupo empreendedor também se comprometeu em investir em melhorias na região de entorno do shopping. Kfuri aponta a abertura, asfaltamento e urbanização da rua que passará em frente ao shopping e a correção do canal da Costa, que passa do lado do terreno onde o shopping está sendo construído. O canal, que hoje corre a céu aberto, receberá obras de contenção das paredes laterais, calçada e iluminação.

Além das obras acordadas com a Prefeitura, a diretoria do shopping vem promovendo reuniões com a Associação de Moradores da Praia da Costa para conhecer as principais necessidades do bairro. “A inclusão de um bicicletário na área do shopping center, por exemplo, foi uma proposta feita pela Associação de Moradores”, exemplificou José Luiz Kfuri.

### POTENCIAL

#### Crescimento populacional estimula projetos

Concorrência à parte, os shoppings centers lançados em Vila Velha foram concebidos visando o potencial de crescimento da cidade de Vila Velha, cuja população aumenta a um ritmo de 4,1% ao ano - o dobro de Vitória e da média nacional. O próprio fomento da Prefeitura Municipal, com iniciativas como a doação de terrenos para a instalação de empresas e expansão da área portuária, e um certo esgotamento da capacidade de expansão geográfica de Vitória, apontam Vila Velha como a alternativa mais viável no mercado imobiliário da Região Metropolitana. Zamborlini sinaliza para a importância dos três grupos empreendedores posicionarem-se menos como concorrentes e mais como parceiros de mercado com potencial promissor. “Eles podem trocar fichas e encontrar a vocação de cada um para segmentos especializados”, propõe.

■ Leia mais na página 4