

Data: Junho 2008

Media: Jornal OJE

OJE

Quem regularmente lê publicações (específicas ou não) que abordem a temática do imobiliário, facilmente se embrenha na discussão do comportamento (corrente e esperado) de indicadores como as "yields", as "prime rates", as "occupancy rates", ou dará consigo a comparar opiniões sobre o impacto esperado do efeito "subprime" no sector em Portugal...

Curiosamente, ou não, são raras as excepções que colocam a tónica da discussão da evolução do sector naquela que me parece ser a sua variável essencial: as PESSOAS.

Não será necessário recordar o tempo em que o Homem "habitava" em cavernas para tomarmos consciência que as suas necessidades básicas de calor, de protecção (das intempéries) e segurança (de ataques), se mantêm. Com a evolução da espécie e a criação dos núcleos familiares, juntaram-se a

estas, necessidades de comodidade e privacidade, ao que se seguiram necessidades de bem-estar, ócio e lazer. Tendo sempre nas PESSOAS o ponto de partida.

Fiel às suas origens - e ainda que mantendo natural e crucial enfoque na rentabilização dos capitais investidos - penso que seria útil ao sector imobiliário, não perder contacto com essa realidade vital: ele não existe e/ou subsiste porque existem investidores ávidos de rentabilizar os seus capitais... existe, cresce e gera riqueza porque as PESSOAS existem.

Mais do que ter consciência que desenvolver projectos imobiliários de qualidade, regidos por princípios de sustentabilidade e responsabilidade social, é proporcionar à espécie humana (servindo-a) condições essenciais ao seu bem-estar e progresso; parece evidente que cada vez menos pode o sector descurar a crescente



Sérgio Boranguer,
director Geral da PREA

HUMANIZAR PARA RENTABILIZAR

Sem descurar a monitorização das "yields", das "rates", dos "fees" e das "TIR", importará retroceder na procura de novas soluções

exigência das pessoas para com o seu produto.

Mesmo soando a La Palice sugerir que sobreviverão ao desequilíbrio entre a oferta massificada (seja de residencial, escritórios ou retail) e a procura comedida, os "players" que melhor traduzirem as sensibilidades e as tendências do mercado - na concepção, construção e gestão dos seus imóveis - a verdade é que poucos vêm a terreiro abordar estas tendências e como as introduzir nos produtos oferecidos ao mercado.

Esse é um desafio que se coloca ao sector: sem descurar a monitorização das "yields", das "rates", dos "fees" e das "TIR", importará retroceder na procura de novas soluções, que antevijam e satisfaçam as necessidades actuais e futuras do mercado... mas isso poucos parecem disponíveis para fazer.

Mais do que acompanhar perma-

nentemente estas unidades de medida, no final do ciclo do produto, parece ser urgente (num mercado saturado de "mais do mesmo") reinterpretar o mercado de hoje e de amanhã e, simultaneamente, identificar - apesar do muito que está já inventado - muito do que haverá por descobrir quanto à concepção de projectos, soluções técnicas de edificação, durabilidade e manutenção, impacto ambiental, gestão e animação dos espaços, etc. ...

Elevemo-nos acima do nível das árvores e tentemos ver a floresta: activos imobiliários concebidos de forma inteligente, equilibrada e harmoniosa, geridos na Excelência, terão sempre procura... e a resposta está, reitero, na percepção da sensibilidade humana.

Lá está: humanizar para rentabilizar!