

CONVENÇÃO SECOVI 2012

VENCENDO OS DESAFIOS DO MERCADO
COM QUALIDADE E INOVAÇÃO

Alessandro Vedrossi

Diretor de Meio Ambiente e Remediação de Áreas da vice-presidência de Incorporação

Setembro/ 2012

Briefing

Nos últimos anos, os custos de produção de nosso setor sofreram fortes reajustes, os quais, obviamente, tiveram de ser repassados aos preços finais.

Como encarar estes aumentos, uma vez que a renda da população não subiu na mesma proporção? Os preços continuarão em alta?

Como os compradores encaram esses aumentos e como o mercado trabalha para manter os bons resultados do setor dos últimos anos?

Hipóteses:

1

O *Housing Affordability* do brasileiro aumentou nos últimos 10 anos

2

O “melhor momento para compra” aconteceu entre 2006 e 2009 quando o prazo de financiamento aumentou e os preços dos imóveis ainda não tinham subido

3

Com o aumento dos preços, o *Housing Affordability* diminuiu, o que fez aumentar a parcela da demanda de usuários finais

4

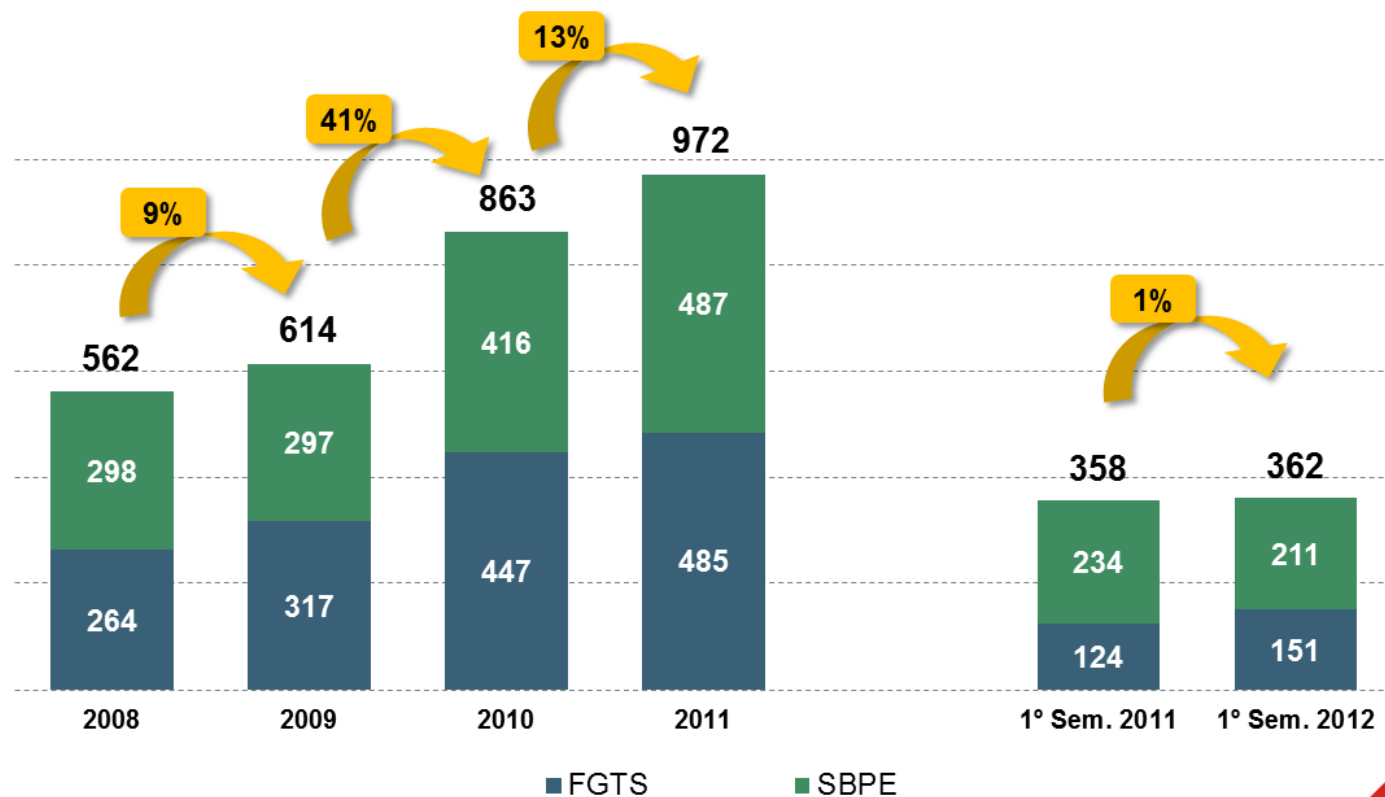
A menor expectativa de valorização torna atrativas regiões vizinhas ainda em “fase de expansão”

5

O consumidor demonstra entender a relação “custo x benefício”, quando ao perceber a alta de preços em regiões consolidadas, migra para regiões menos valorizadas, acomodando assim a demanda



➤ Nos últimos anos, com o destravamento do crédito imobiliário **mais de 3 milhões de famílias brasileiras adquiriram um imóvel.**



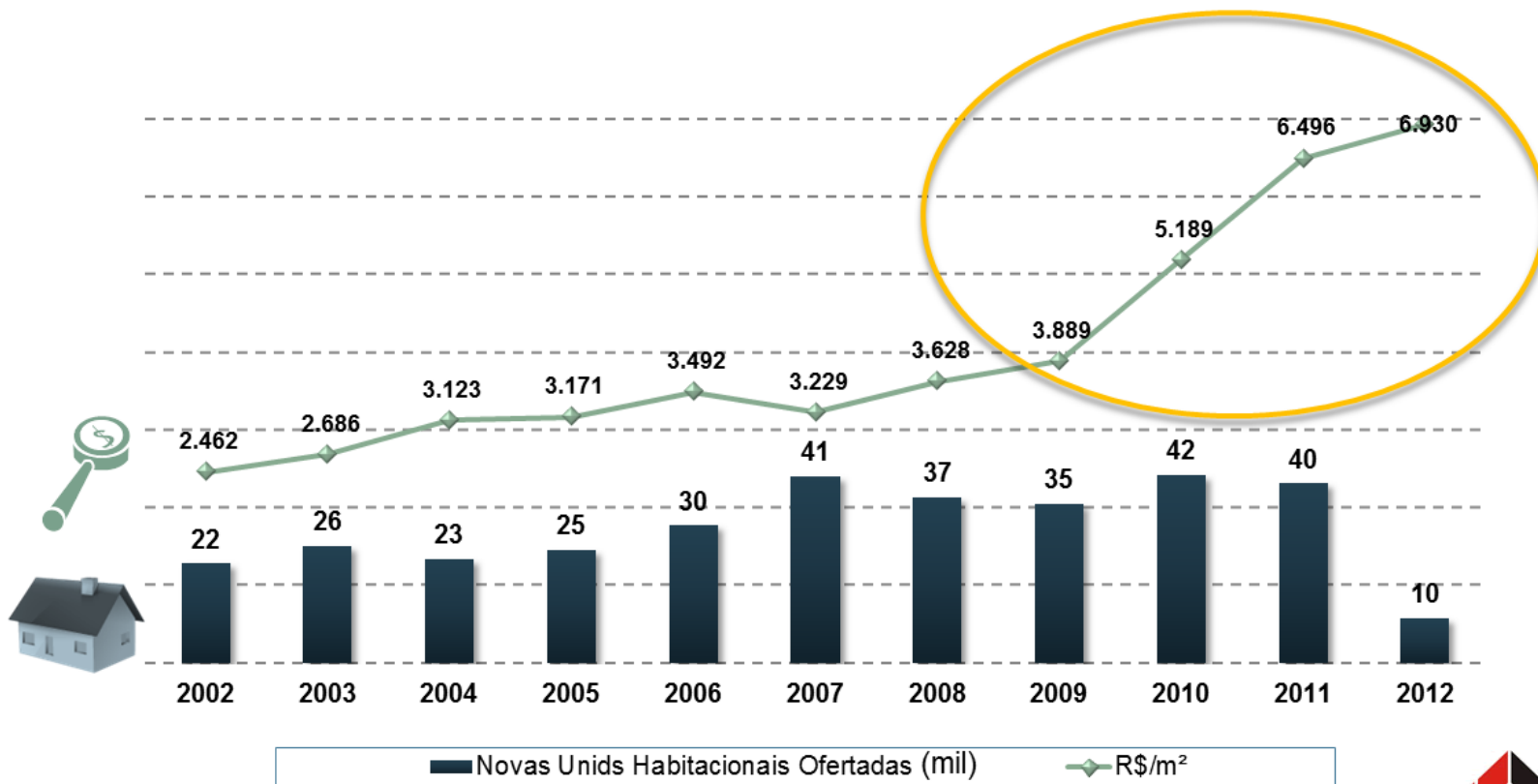
Fonte: ABECIP

Nota: SBPE não considera unidades financiadas para reforma e materiais de construção.



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS NOS LANÇAMENTOS – SP

O “melhor momento para compra” aconteceu entre 2006 e 2009 onde o prazo de financiamento aumentou e os preços dos imóveis ainda não tinham subido;

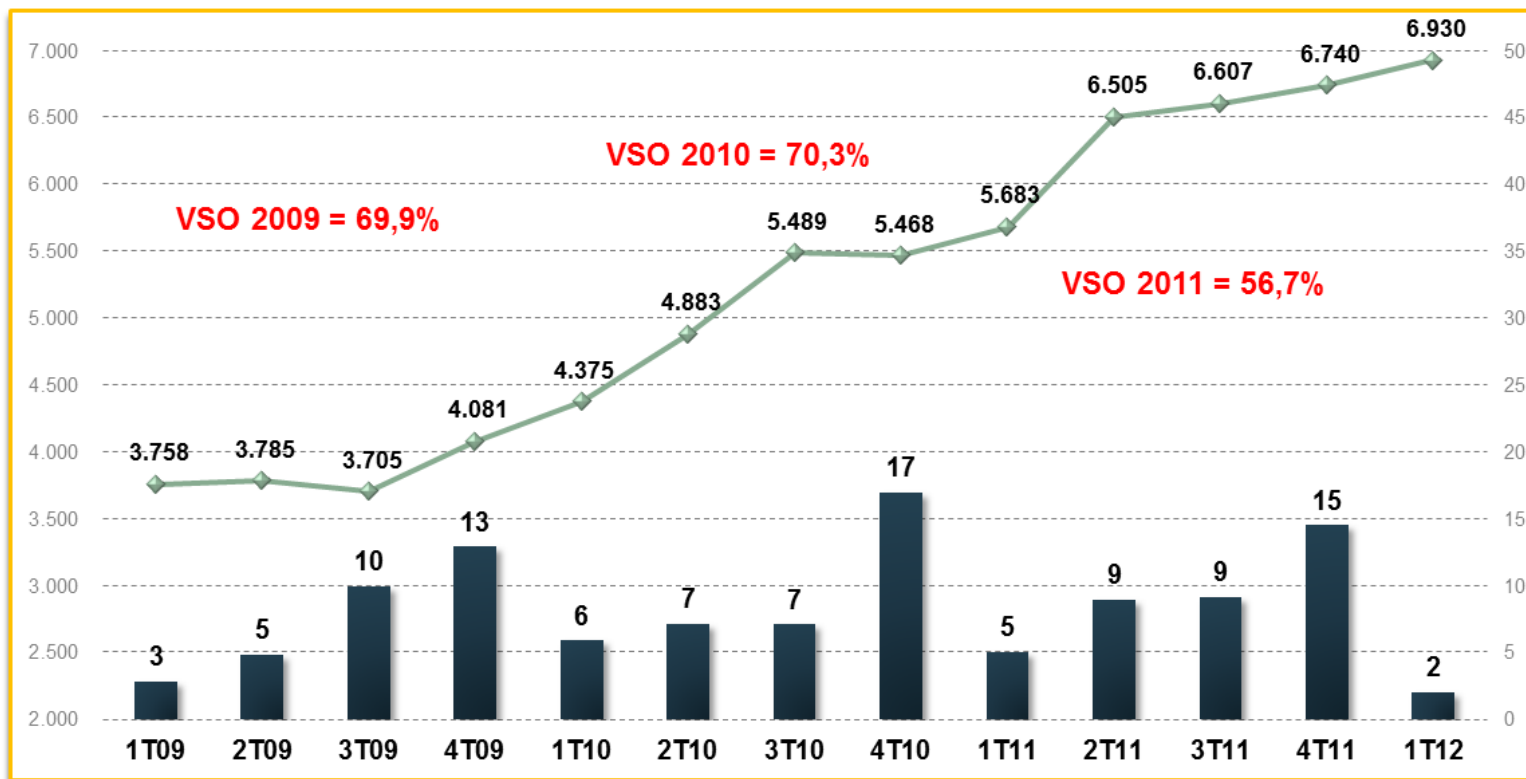


Fonte: Embraesp



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS NOS LANÇAMENTOS – SP

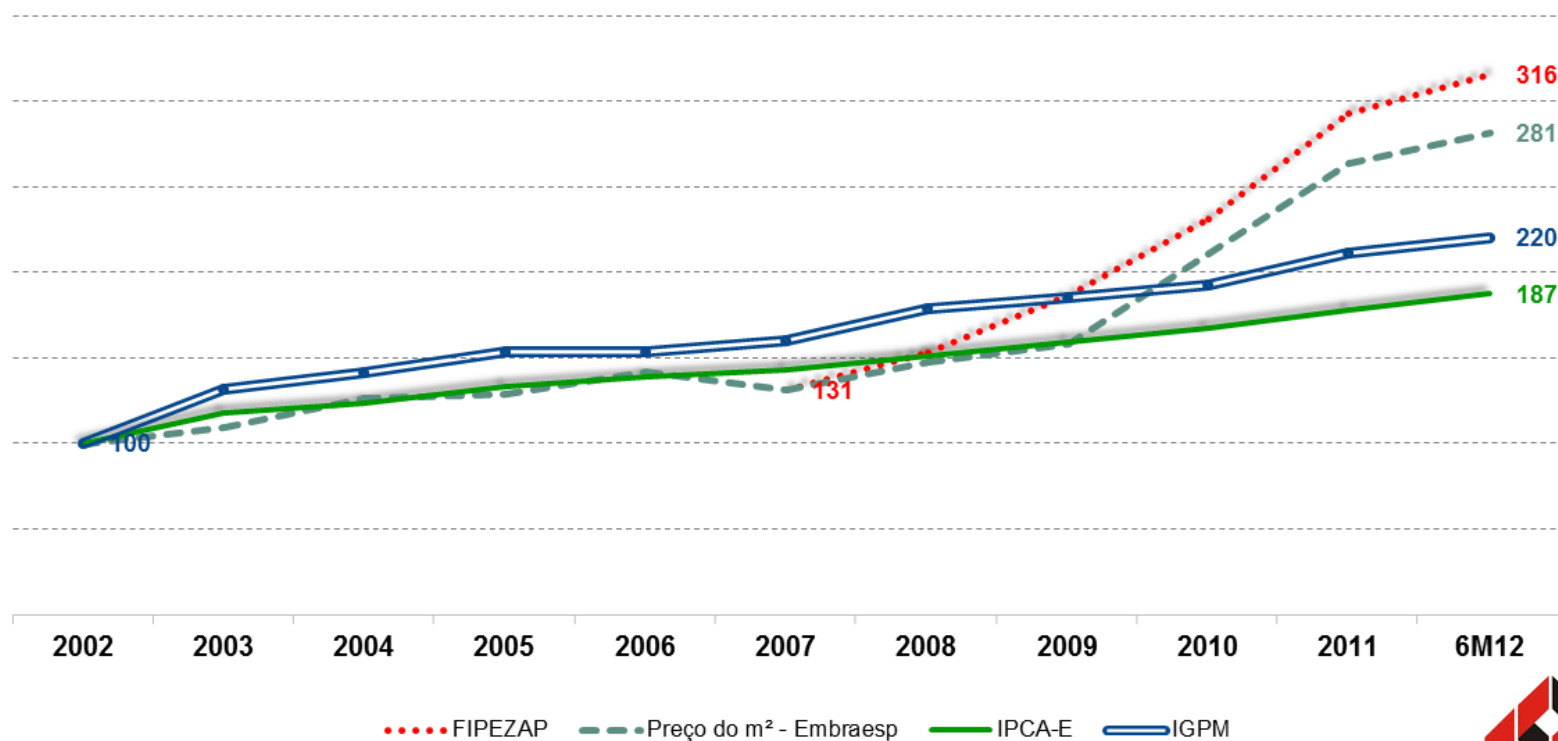
Os picos de descolamento dos preços ocorreram a partir de 2009



Fonte: Embraesp e Secovi

VARIAÇÃO DE PREÇOS X INFLAÇÃO/FIPEZAP (2008 – 2012)

- Nos últimos 10 anos os preços dos imóveis (lançamentos) em São Paulo atingiram **181% de valorização**;
- Quase 100% acima da inflação (IPCA);

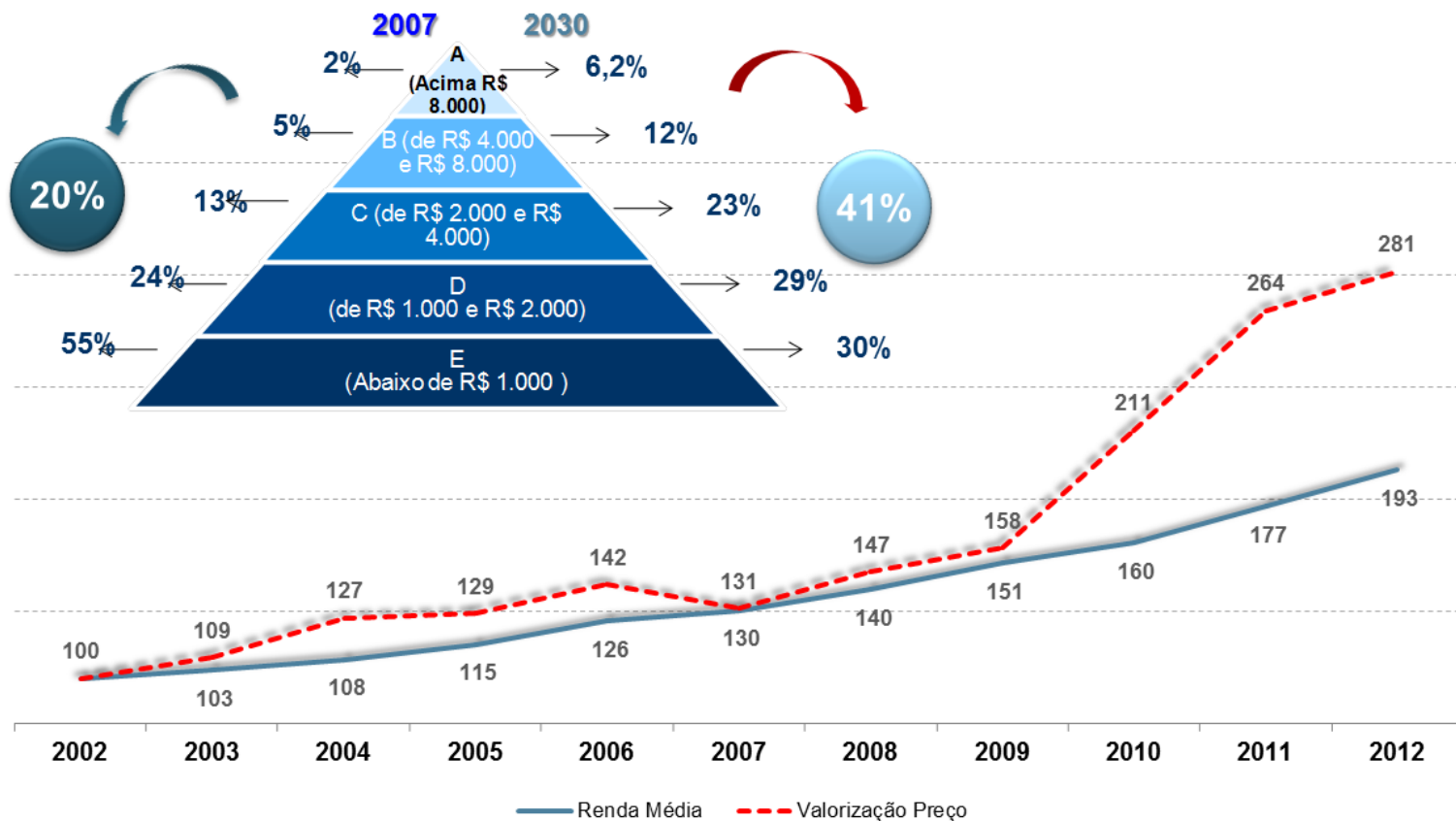


Fonte: FIPE / Embraesp / IBGE / FGV



VARIAÇÃO DE PREÇOS X RENDA SP

Apesar da melhoria da renda média da população, o preço do m² dos lançamentos na cidade de SP apresentaram valorizações superiores ao aumento da renda



Fonte: Ernest Young, FGV, IBGE e Embrasp.



- O Housing Affordability do brasileiro aumentou nos últimos 10 anos;
- Porém com o aumento de preços dos imóveis na cidade de SP, o mesmo imóvel comprado em 2002 por R\$ 148 mil, em 2012 seria comprado por R\$ 416 mil;
- A renda da população não acompanhou a mesma evolução dos preços dos imóveis, atingindo 93% de valorização em 10 anos;

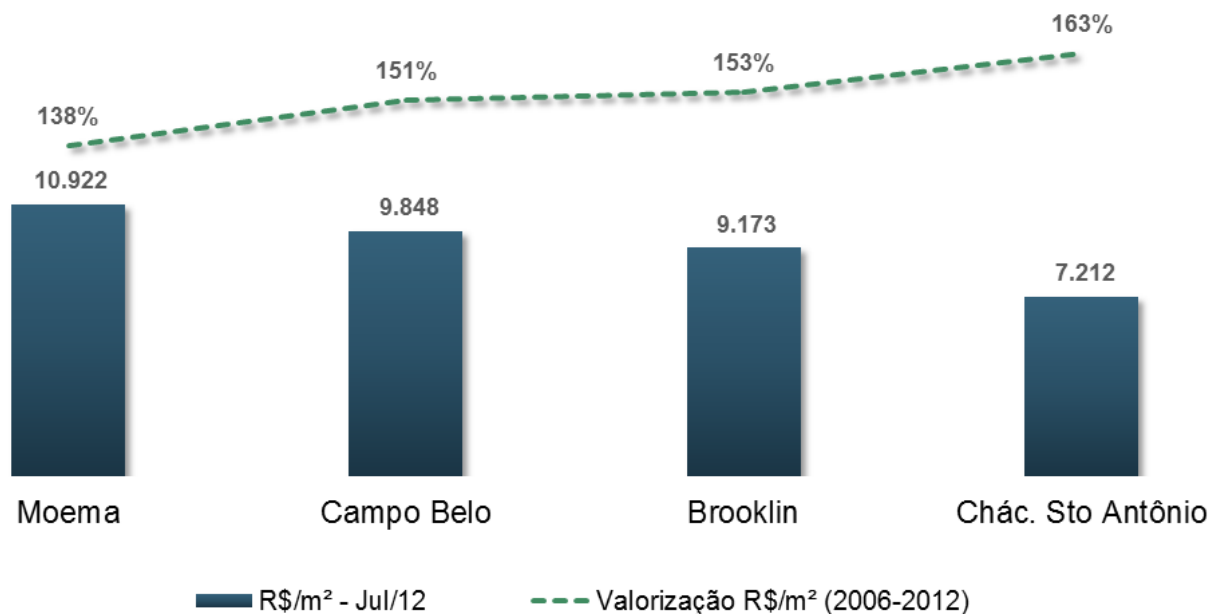
Cenários para compra de um imóvel de 60m² na cidade de São Paulo

	Anos		
	2002	2006	2012
	*Preço da unidade	R\$ 148 mil	R\$ 210 mil
LTV	50%	70%	80%
Juros	12%	10% -12%	9% -11%
Prazo do financiamento (meses)	120-180	180-240	240-360
Comprometimento da renda	20 - 25%	25 - 30%	25 - 30%
**Renda mínima necessária	R\$4,5mil / 22SM	R\$6,3mil / 18SM	R\$12mil / 21SM
Poupança	R\$74mil / 16	R\$63mil / 10	R\$83mil / 7
Evolução da Renda	100	126	193

*Fonte: Embrasp / **Fonte: IBGE

CASES – AJUSTES NA VARIAÇÃO DO PREÇO E MIGRAÇÃO

- Regiões mais consolidadas com valores médios do m² mais altos, atingem valorizações menores quando comparadas às regiões vizinhas, ainda em “fase de expansão”;
- Tal comportamento já é percebido pelo consumidor, que demonstra entender a relação “custo x benefício”, quando optam pela migração para regiões menos valorizadas para morar melhor, sendo os principais motivos observados nos cases a seguir: imóvel maior, melhor infraestrutura de lazer, para saírem do aluguel etc.



Fonte: Business Intelligence Market BISA

“Morar melhor pelo mesmo valor” torna atrativas regiões ainda em “fase de expansão, vizinhas às já consolidadas;

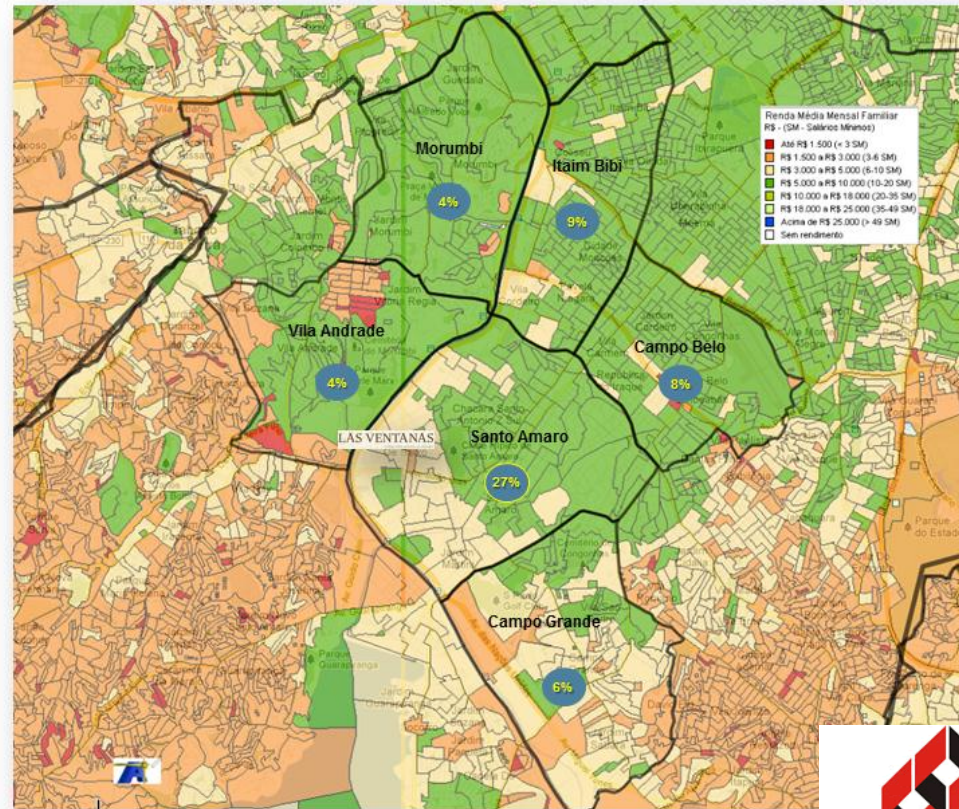
Las Ventanas – Chácara Sto Antônio (574 visitantes)

- ❑ Origem: **18%** advindos de bairros mais valorizados (Itaim, Moema, Jardins, Campo Belo, etc);
- ❑ Motivação de Compra: **35% para sair do aluguel / 17% Investimento / 16% Imóvel maior**
- ❑ Renda: **39%** com renda superior a R\$ 13 mil
- ❑ Preço do m² : R\$ 6.400
- ❑ Preço da Unidade: R\$ 500 a 700 mil

Imóvel ideal:

- **81m² a 100m² (55%)**
- **3 dormitórios (59%), sendo 1 suíte (67%)**
- **2 vagas (84%)**

Fonte: Business Intelligence Market BISA



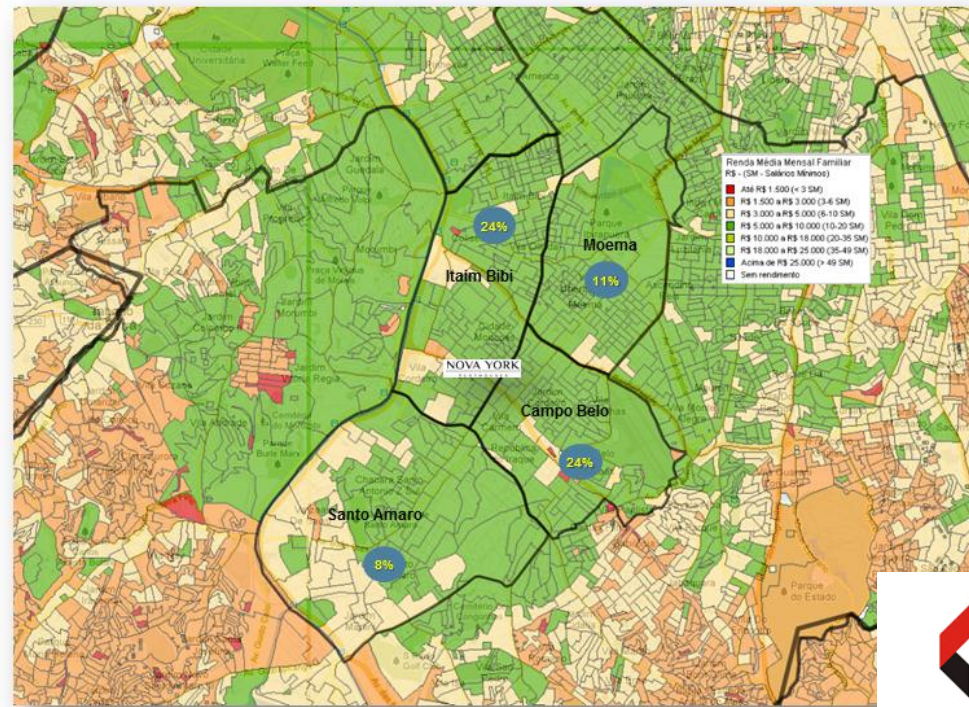
Nova York Penthouses - Brooklin (1.276 visitantes)

- ❑ Origem: 33% advindos do **Itaim Bibi e Moema**
- ❑ Motivação de Compra: **55% imóvel maior**
- ❑ Renda: aproximadamente 31% com renda superior a R\$ 30 mil (mínimo para adquirir uma unidade)
- ❑ Preço do m² : R\$ 8.800
- ❑ Preço da Unidade: R\$ 1.350 a R\$ 1.800 mil

Imóvel ideal:

- 160m² a 200m² (49%)
- 3 dormitórios (66%), sendo 3 suítes (45%)
- 3 vagas (50%)

Fonte: Business Intelligence Market BISA



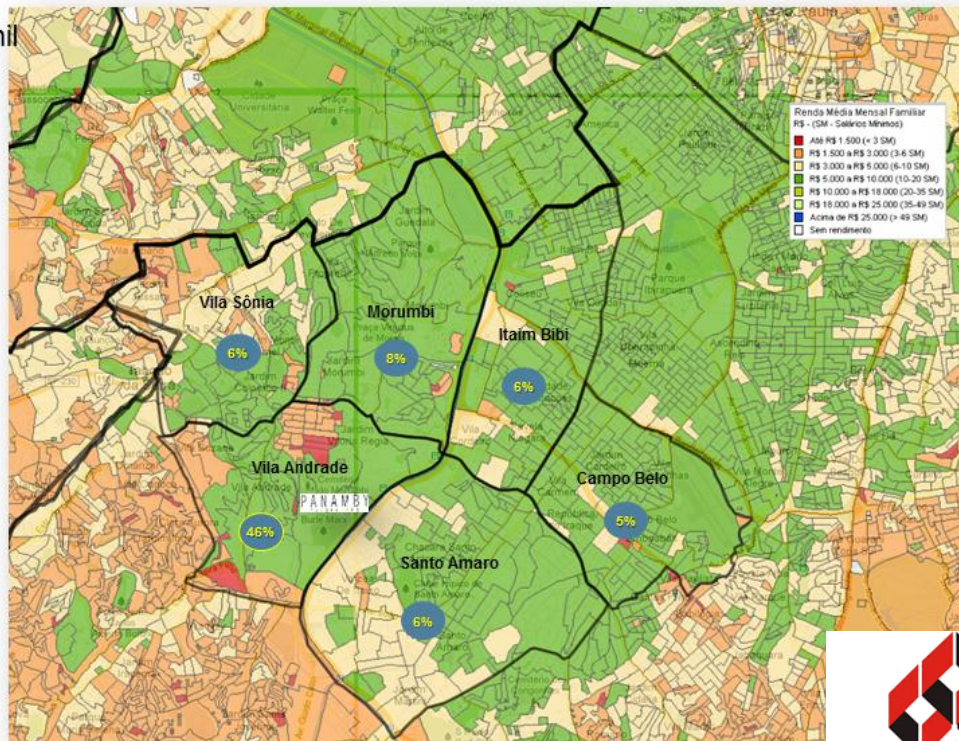
Panamby Penthouses (237 visitantes)

- ❑ Origem: 25% advindos de bairros mais valorizados (Morumbi, Itaim, Campo Belo, Chácara Santo Antônio);
- ❑ Motivação de Compra: 31% imóvel maior/ 14% investimento para revenda/ 13% área de lazer/ infra melhor
- ❑ Renda: aproximadamente 67% com renda superior a R\$ 20 mil (mínimo para adquirir uma unidade)
- ❑ Preço do m² : R\$ 6.800
- ❑ Preço da Unidade: R\$ 950 a R\$ 1.350 mil

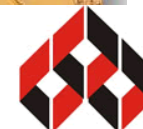
O empreendimento representa uma oportunidade de compra de um imóvel de alto padrão com valores inferiores a empreendimentos semelhantes do outro lado do Rio.

Imóvel ideal:

- 140m² a 180m² (47%)
- 3 dormitórios (60%), sendo 2 a 3 suítes (69%)
- 3 vagas (49%)



Fonte: Business Intelligence Market BISA



CONCLUSÃO

- Nos últimos 10 anos, as **mudanças ocorridas nas condições para financiamento de imóveis** (baixa de juros, aumento de prazo para pagamento e redução da poupança no momento da entrada), associadas a **melhoria da renda da população**, contribuíram para tornar realidade o sonho do brasileiro em adquirir a **casa própria**;
- **A alta de preço** dos imóveis ocorrida a partir de 2010, principalmente em regiões mais valorizadas, contribui para a migração dos compradores para **regiões vizinhas** ainda em **fase de consolidação**;
- Diante da alta dos preços em regiões mais consolidadas, o consumidor final põe em prática a **relação “custo X benefício”** quando migra para regiões **em fase de expansão**. Com isso ele consegue **adquirir imóveis maiores**, com melhor **infraestrutura de lazer** ou mesmo **sair do aluguel** (principais motivadores de compra relatados nos cases);
- O entendimento profundo do **comportamento do consumidor** certamente contribui para tornar as **estratégias comerciais, marketing e desenvolvimento de produto** como **importantes diferenciais** para manter os bons resultados do setor nos próximos anos.