



REAL
ESTATE
RESEARCH
GROUP

NÚCLEO
DEREAL
ESTATE

ESCOLA POLITÉCNICA
DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA
DE CONSTRUÇÃO CIVIL

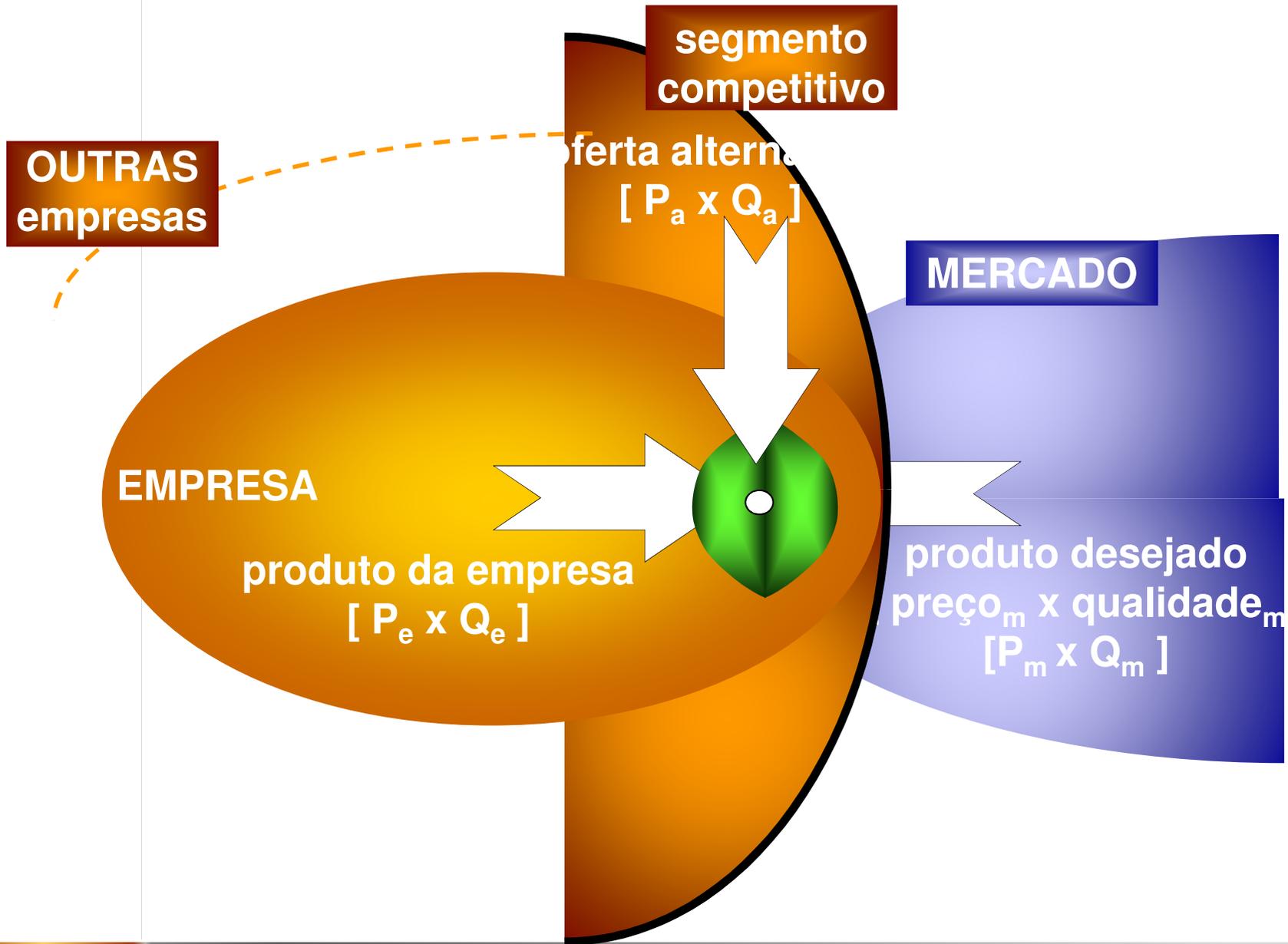
Pós Graduação - PCC-5970

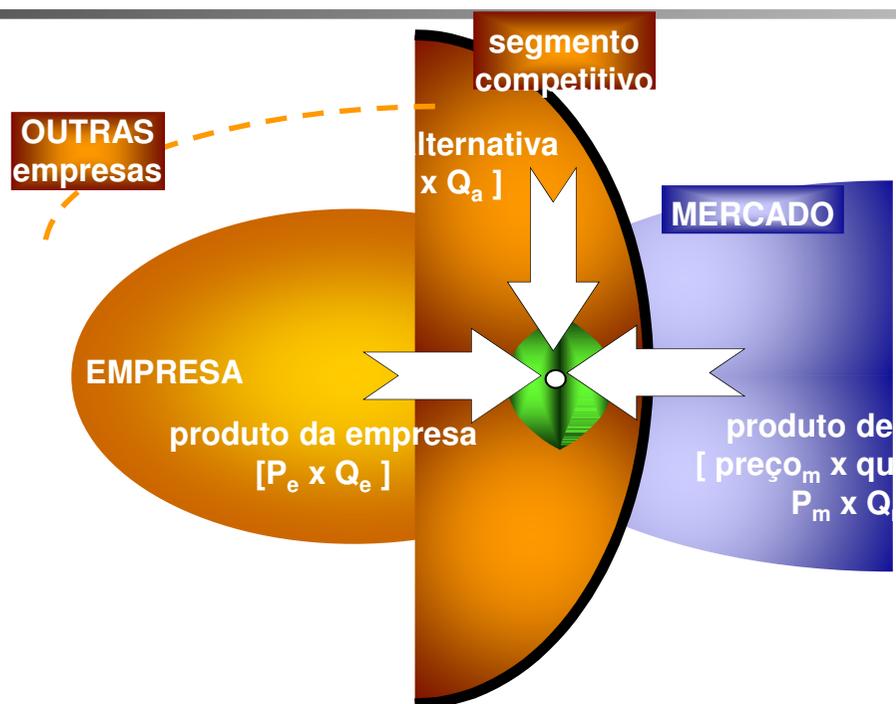
Real Estate - Planejamento Estratégico, Formatação e Meios de
Financiamento de Empreendimentos Imobiliários
1o. ciclo de 2020

Os Empreendedores e os EIR Mercado, Produto e Competitividade

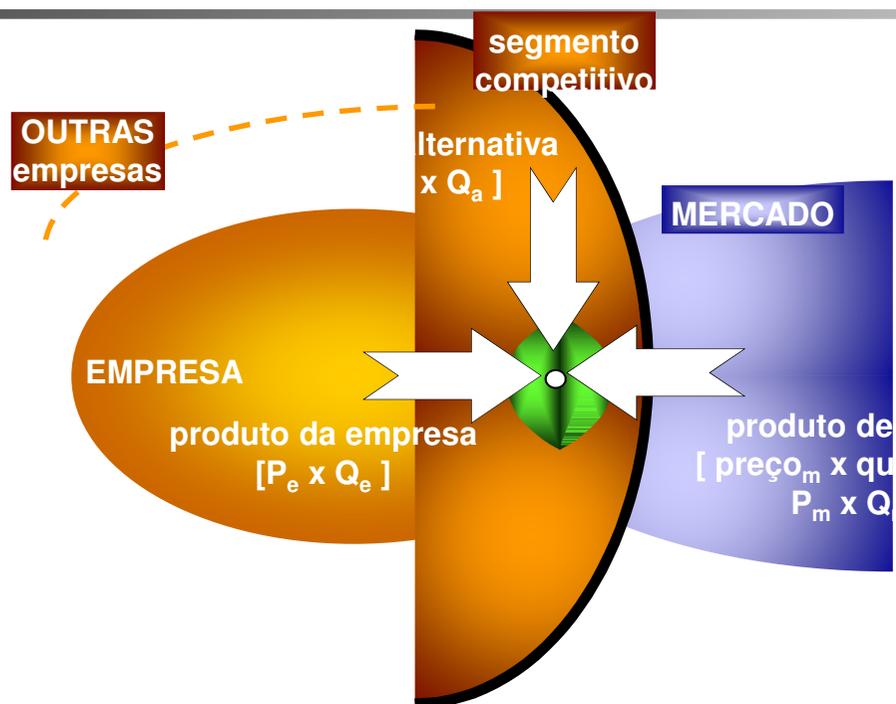
Prof. Dr. Claudio Alencar
Prof. Dr. João da Rocha Lima Jr
Profa. Dra. Eliane Monetti

- **Competitividade na Interface Dominante de Planejamento**
- **Percepção da Demanda**
- **Identificação da Oferta**
- **Equilíbrio Possível**
- **Preço Máximo PM e Parâmetros de Q_e**

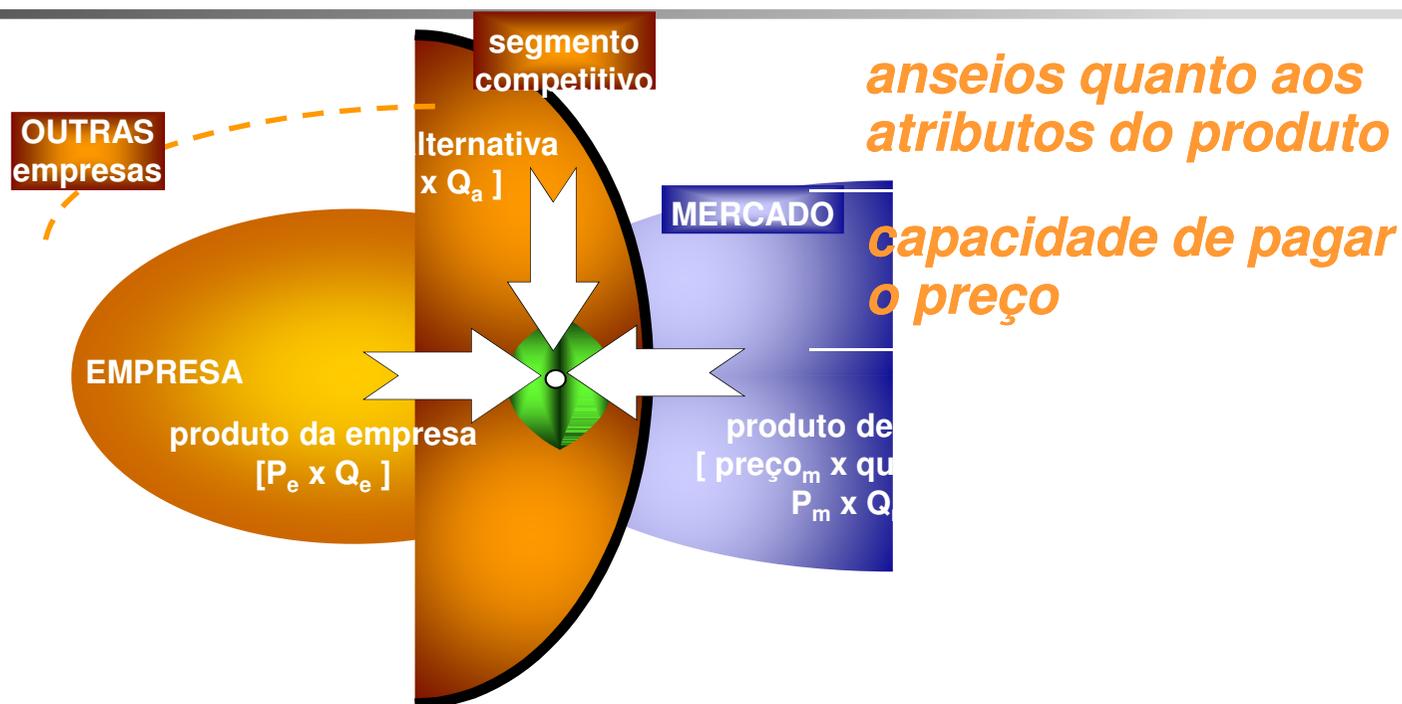




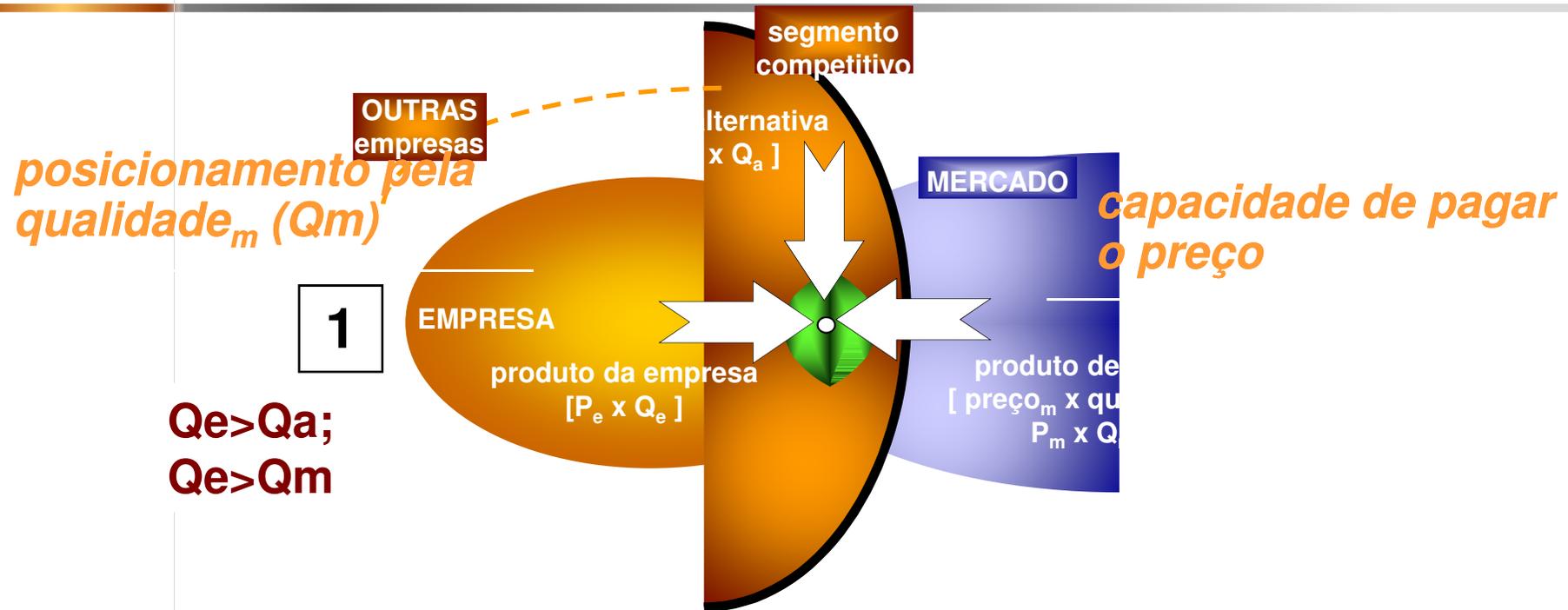
- ✓ SEM MONOPÓLIOS OU CARTÉIS, OS PREÇOS SE FORMAM NOS SEIOS DE SEUS MERCADOS
- ✓ NAS TRANSAÇÕES DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS, CADA CONTRATO É UM CASO
- ✓ LIQUIDEZ DOS PRODUTOS ESTÁ VINCULADA À MELHOR RELAÇÃO PREÇO/QUALIDADE



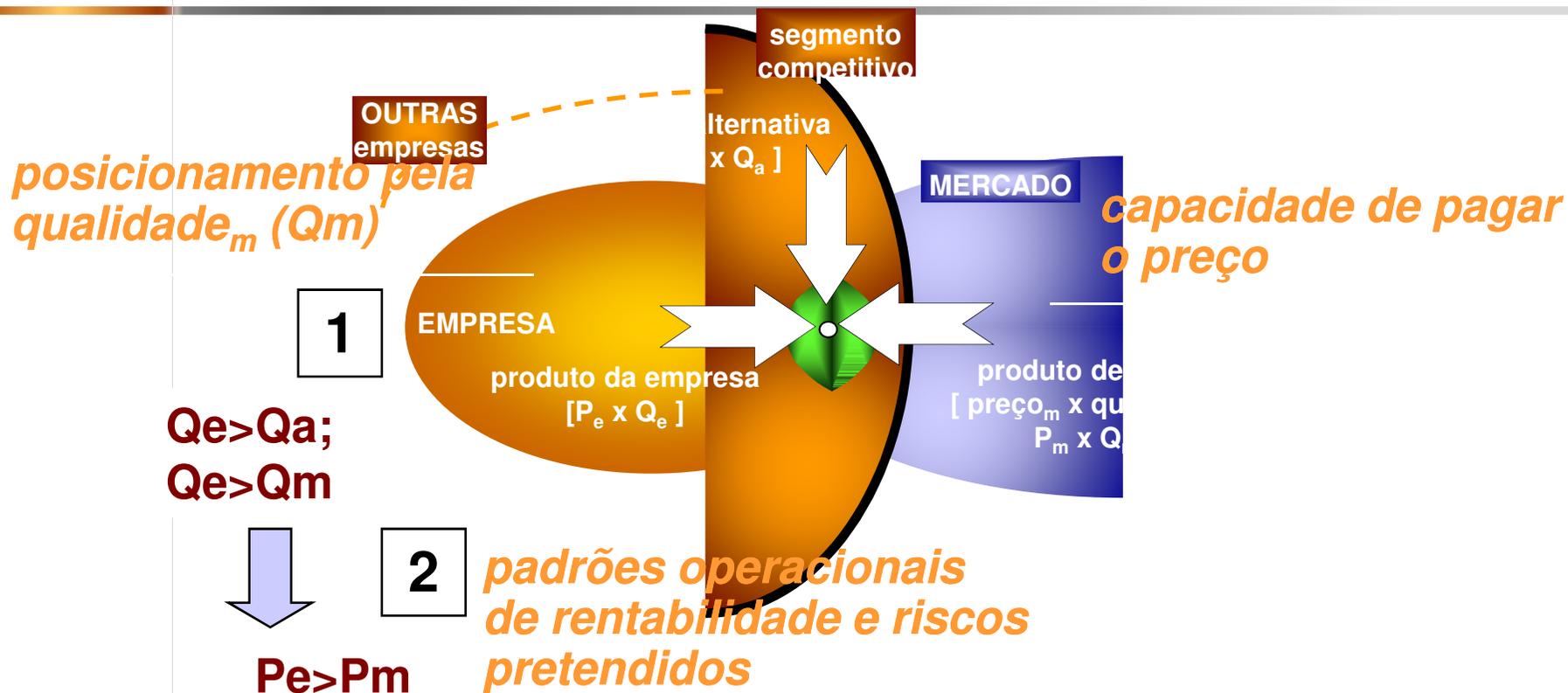
- ✓ **O BINÔMIO PREÇO E QUALIDADE DOS PRODUTOS SE FORMAM NO SEIO DE SEUS MERCADOS: EMPRESA-OFERTA; MERCADO-DEMANDA; CONCORRÊNCIA-OFERTA ALTERNATIVA**
- ✓ **AS RELAÇÕES SÃO INSTÁVEIS PELAS PRESSÕES QUE SE ALTERAM AO LONGO DO TEMPO – INTENSIFICA NECESSIDADE DE PLANEJAMENTO DE FORMA CONTINUADA**



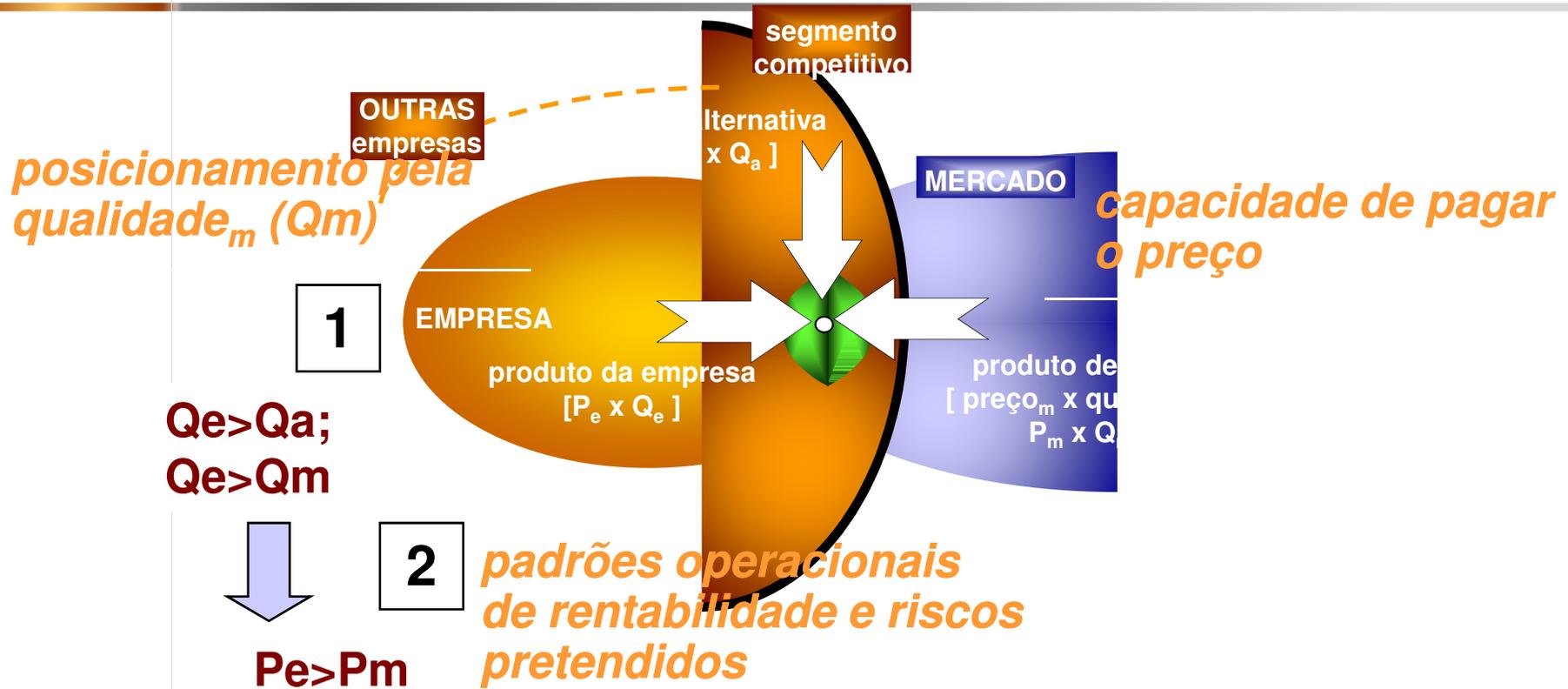
- ✓ O **MERCADO** define atributos que referenciam a qualidade do produto e o estado do conjunto de seus atributos; A **ausculta de mercado** mostra àquele que produz a **tendência de comportamento** do mercado para que seu produto possa ser ajustado no que tange **o estado do conjunto de atributos dominantes** para seu posicionamento no mercado; Não há como definir produto através, exclusivamente, dos atributos que o mercado anseia
- ✓ Identificar cada vetor de pressão, **reconhecer o preço** que o mercado pode pagar (**valor e forma de pagamento**)



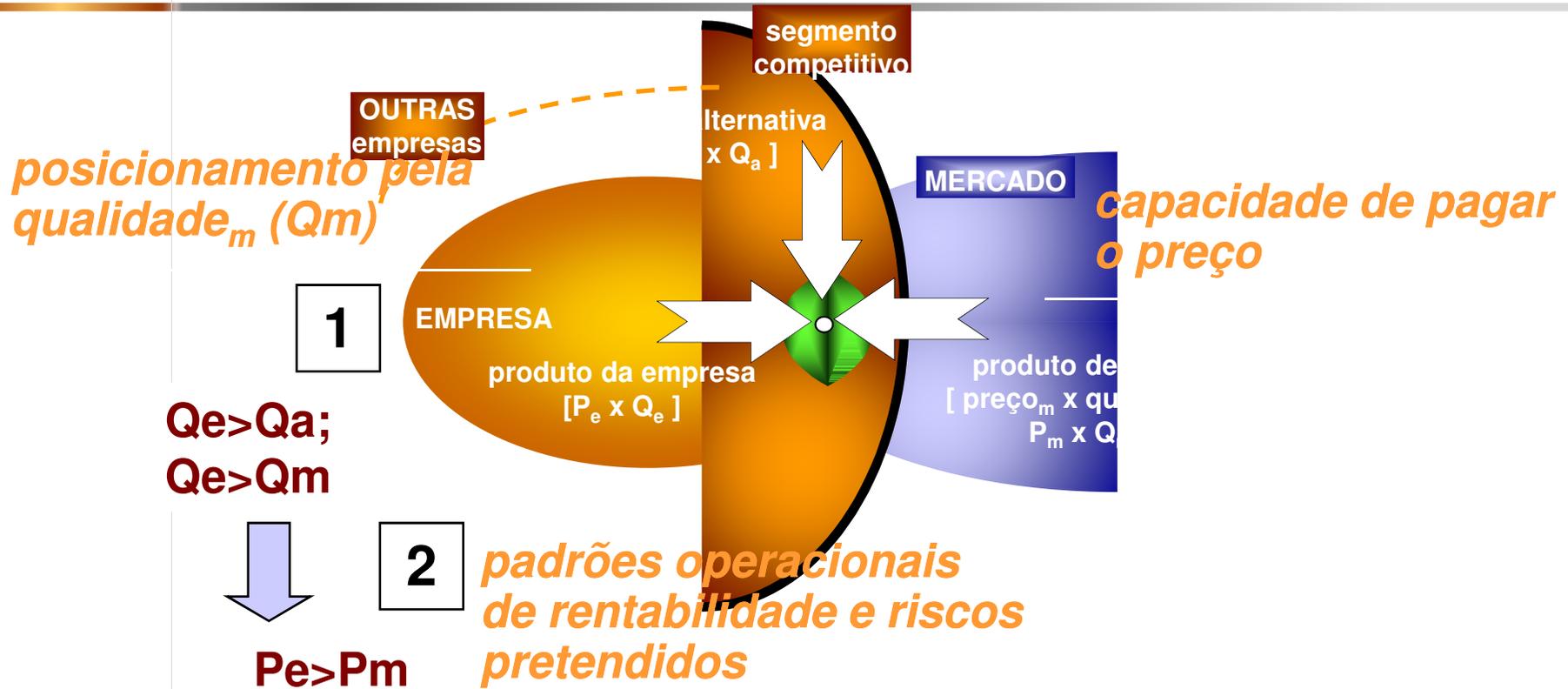
- ✓ Trabalhar com $Q_e > Q_a$ e $Q_e > Q_m$ significa, para um mesmo preço de oferta, o empreendedor teria mais velocidade de vendas de seu produto, sacrificando resultado, mas não necessariamente rentabilidade, a menos que pudesse operar com produtividade superior aos padrões do setor



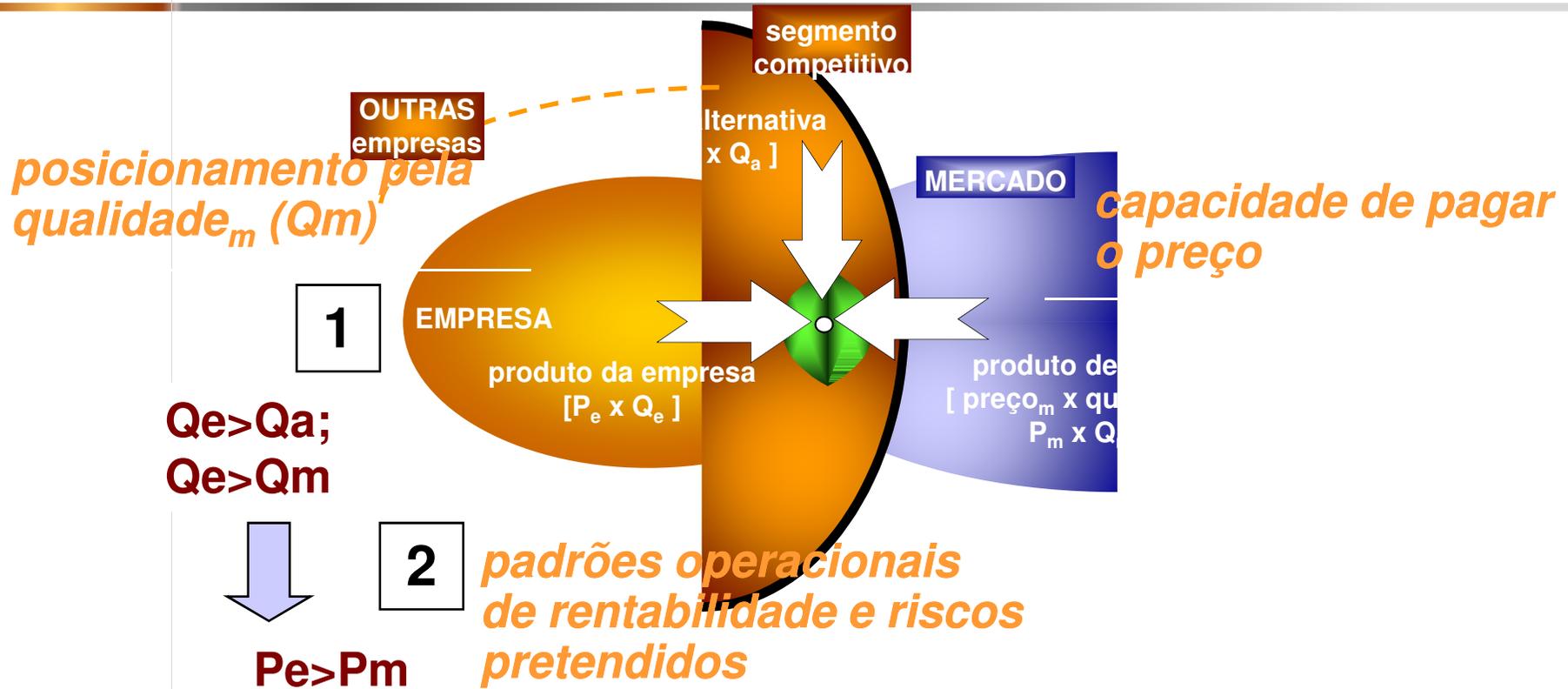
✓ Esta situação de mercado ideal não se verifica, pois Q_m é incompatível com P_m para as possibilidades do mercado praticar a produção num regime de rentabilidade compatível com os riscos setoriais. Q_m tende a levar o produto para um preço de oferta $P_e > P_m$, o que inviabiliza a liquidez



✓ O setor não tem como absorver ganhos de produtividade com alta velocidade - inovações tecnológicas percolam rapidamente no meio, o que faz com que os outros agentes também possam praticar preços mais baixos, deslocando o padrão como um todo



✓ A tendência é que a busca de $Q_e > Q_m$ só pode se verificar em prazos longos, mediante ajustes sucessivos no sentido de implementar melhorias no projeto e acabamento. Todavia, quando for possível $Q_e = Q_m$, acabamos encontrando $P_e > P_m$, neste momento, ademais, pode ocorrer que relativamente P_m se reduza ao longo do tempo



✓ Tendo a visão clara de que não é possível se ajustar para o padrão de qualidade da demanda, o setor se arruma para conseguir um padrão de qualidade compatível com oferecer o produto à taxa de rentabilidade satisfatórias pelo preço mais próximo a P_m

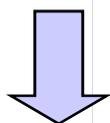
posicionamento pelo preço_m (P_m)

1

$P_e \sim P_m$

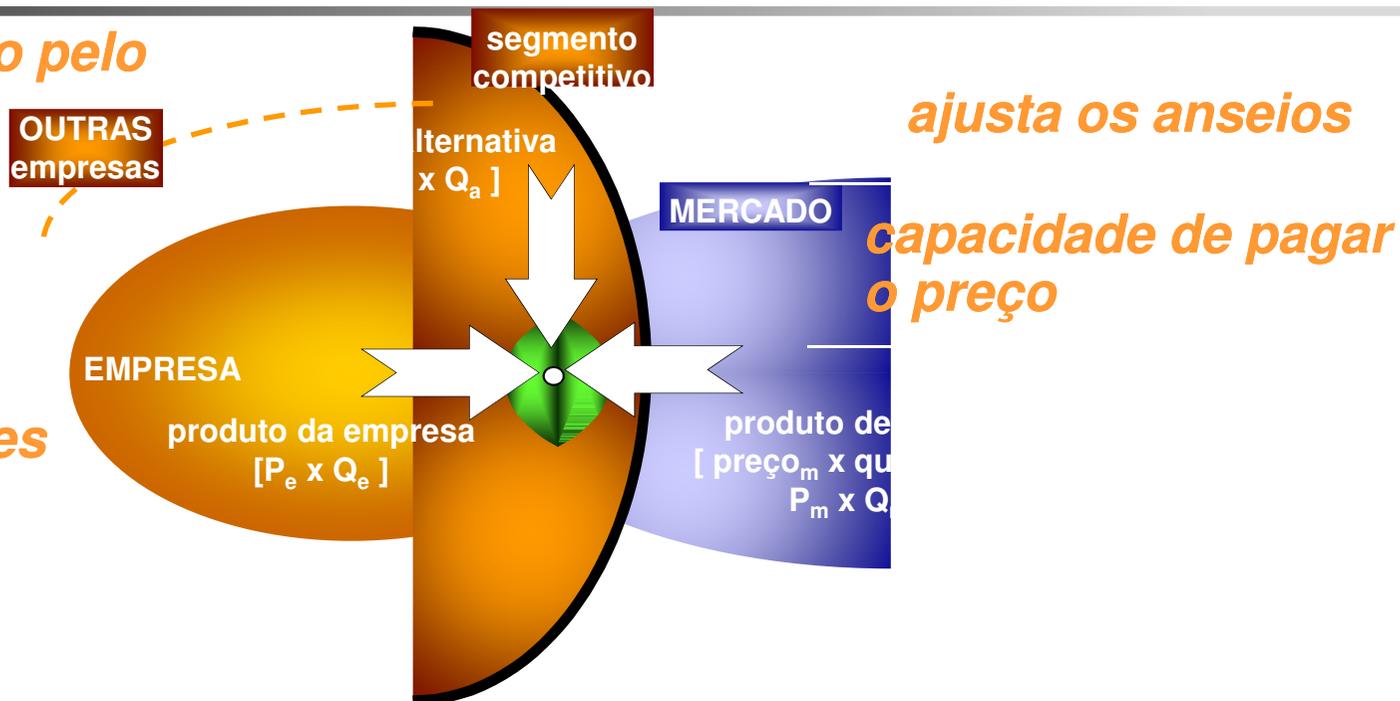
2

ajustes a padrões aceitáveis



3

Impõe Q_e



- ✓ Trabalhar com preço próximo à capacidade de pagamento do mercado
- ✓ Ajustar padrões para trabalhar com o padrão aceitável de riscos e rentabilidade para atuar no setor
- ✓ Reconhece o padrão máximo de custos que pode praticar, o que resulta na qualidade que é capaz de produzir
- ✓ Impõem esse padrão de qualidade ao mercado, que deve ser o padrão que o setor se posiciona

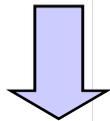
posicionamento pelo preço_m (P_m)

1

$P_e \sim P_m$

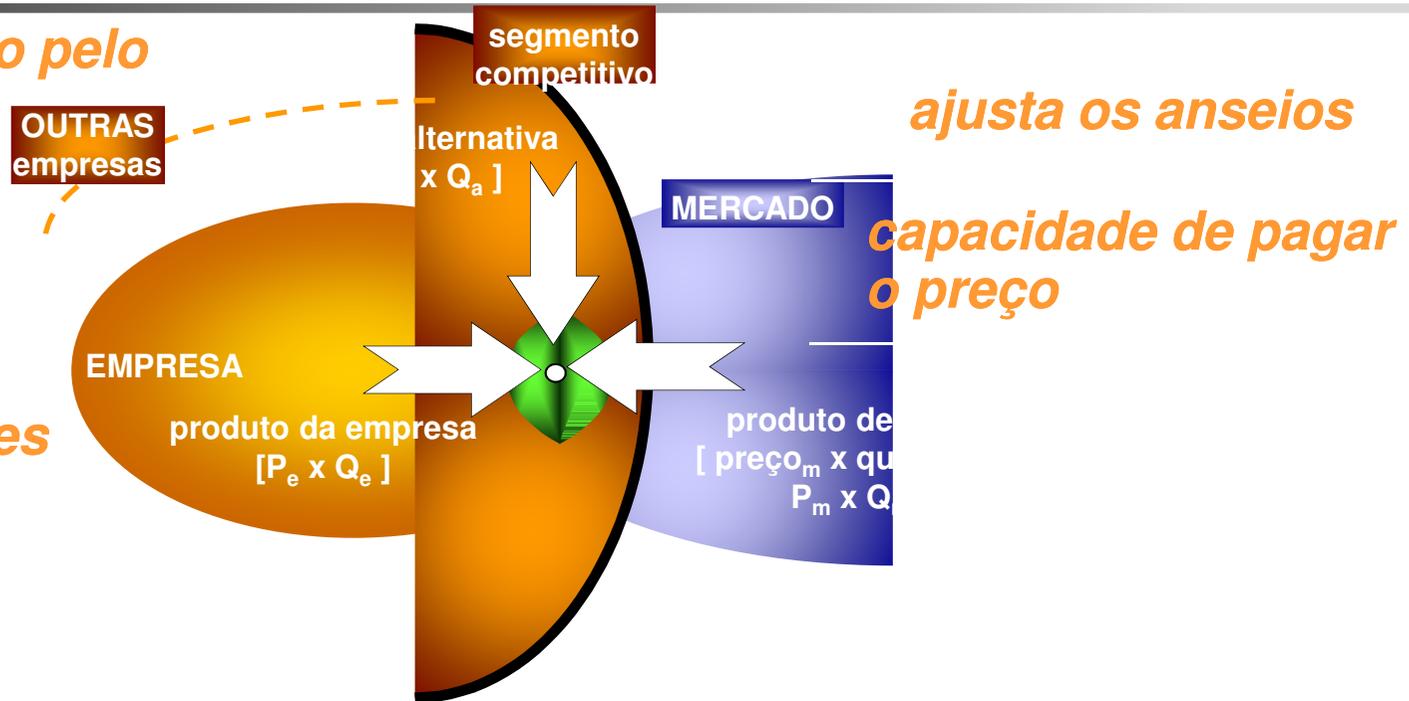
2

ajustes a padrões aceitáveis

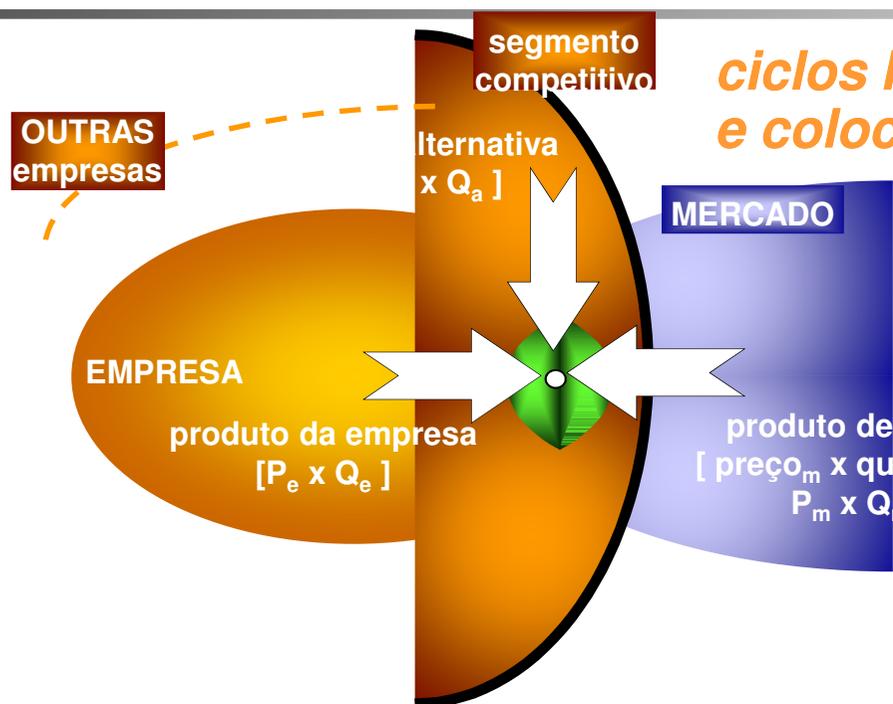


3

Impõe Q_e



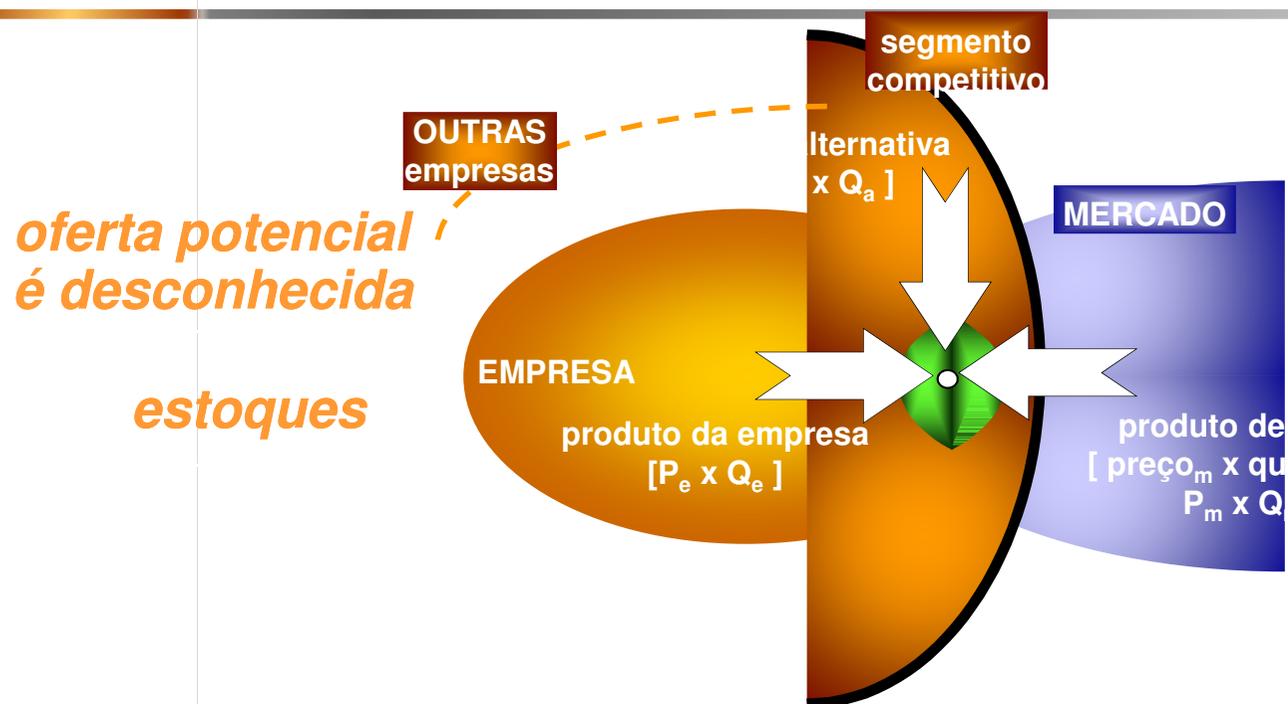
- ✓ Q_e < Q_m conduz a um conflito que não quebra a liquidez, mas retarda a decisão de compra, já que deve ser o comportamento do setor e não isolado de um agente
- ✓ Vale dizer que os padrões de produtividade e rentabilidade são características do setor, variando pouco de um empreendedor a outro – sem produtividade competente, ou deverá aceitar padrões menores de rentabilidade ou sair do mercado; de outro lado, para maiores rentabilidades, só são alcançadas com maiores riscos, já que ganhos pela produtividade são disseminados no setor



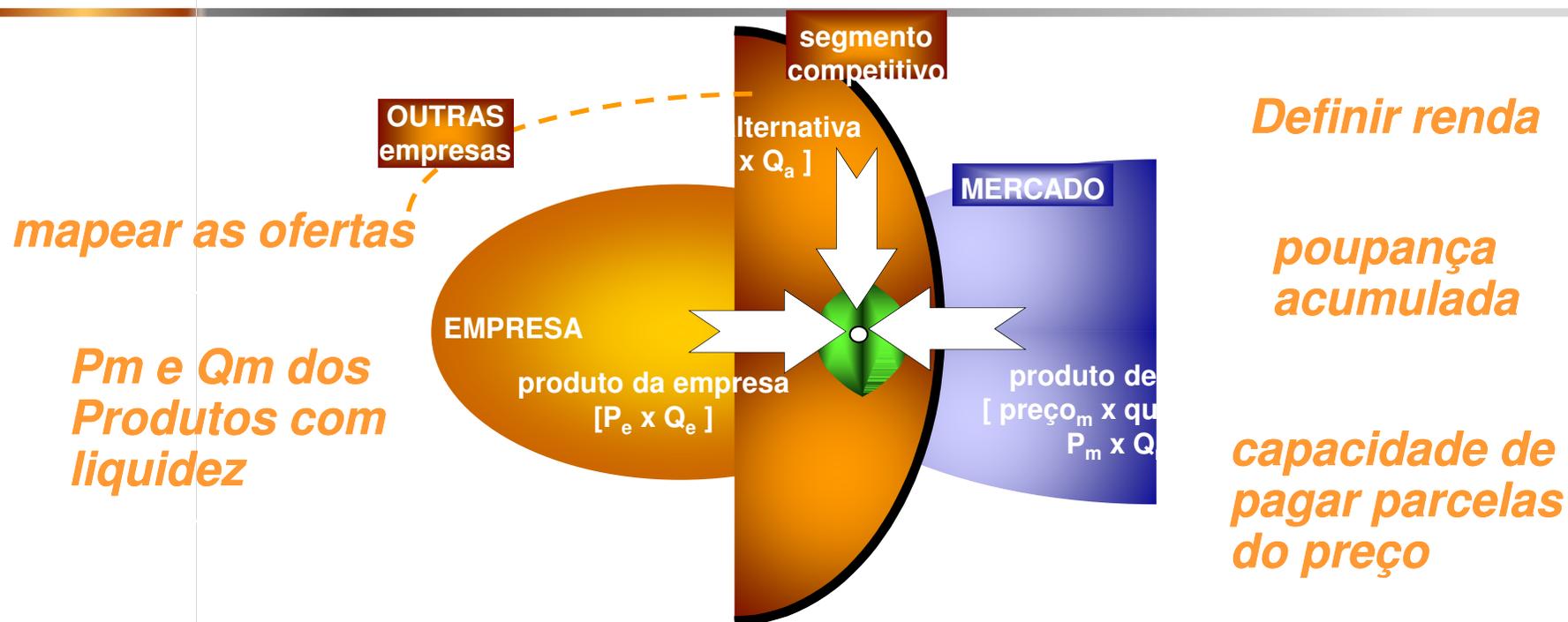
ciclos longos entre pesquisa e colocação do produto

compra não continuada

- ✓ Fatores relacionados a migrações, crescimento vegetativo e demanda reprimida são fatores que auxiliam na identificação da demanda de mercado que, usualmente, não proveem de dados primários – pesquisa continuada
- ✓ Só tem sentido a pesquisa em segmentos muito específicos, qdo se é capaz de garantir que não ocorrerão mudanças significativas entre o momento da pesquisa e da colocação do produto no mercado



- ✓ Só há como se verificar a oferta aparente, não a potencial. exemplo: projetos aprovados - não constituem uma certeza
- ✓ Novos produtos que serão colocados acabarão por concorrer também com os estoques que se formam
- ✓ Há que se considerar a força que pode atingir mecanismos de promoção intensa que, no entanto, só se justificam em escalas expressivas do produto.



- ✓ Ao identificar a oferta vigente dos imóveis com liquidez, existe uma primeira vertente de risco, expressa pela hipótese que as condições de liquidez de mercado permanecerão estáveis; a superação do risco só se fará buscando postura agressiva relativamente a promoção e vendas, numa condição (P_e;Q_e) compatível com a de mercado

PARÂMETROS PARA PRECIFICAÇÃO DO PRODUTO E ESPECIFICAÇÃO DA QUALIDADE

RENDA DO PÚBLICO ALVO - 20 SALÁRIOS MÍNIMOS			
RENDA FAMILIAR MENSAL	20.900	R\$	= 20 x 1045
PRAZO DE ACUMULAÇÃO DE POUPANÇA	8	anos	
POUPANÇA/RENDA	10%		
HABITAÇÃO/RENDA	25%		= 5.225 R\$
POUPANÇA ACUMULADA	244.932	R\$	= 2.090 * (((1+0,0407%)^(12*8) - 1)) / 0,0407%
PRAZO DO FINANCIAMENTO	360	meses	
TAXA DE JUROS	9.0%	eq-ano	
FINANCIAMENTO VIÁVEL (SAC)	523.280	R\$	
PREÇO MÁXIMO	768.211	R\$	= 5.225 / (0,7207% + (1 / 360))

REFERÊNCIAS PARAMÉTRICAS

PREÇO DOS TERRENOS	8.500	R\$ /m2
APROVEITAMENTO (comuns+privativa/área terreno)	4.0	
CUSTEIO DE PRODUÇÃO	2.700	R\$ /m2 AEC
ÁREA EQUIVALENTE DE CONSTRUÇÃO AEC/Avenda	0.85	

notar que não se trata do coeficiente de aproveitamento com base em áreas computáveis

ponderação dos custos de construção das diversas tipologias de áreas (térreo coberto, áreas de lazer, subsolos, cobertura e ático) em relação ao custo de referência do pavimento tipo

FORMAÇÃO DO PRIMEIRO PREÇO

CUSTEIO DA PRODUÇÃO (<i>custeio*[AEC/AV]</i>)	2.295	R\$ /m2 Avenida
TERRENO (<i>terreno/aproveitamento</i>)	2.125	
SUB-TOTAL	4.420	R\$ /m2 Avenida
MARGEM (<i>s/recursos p/produção</i>)	972	22%
PP&M/COM (<i>s/preço</i>)	605	8,0%
GERENCIAMENTO + CGA (<i>s/preço</i>)	1.059	14%
IMPOSTOS (<i>s/preço</i>)	509	6,73%

aferir Pe (análise da qualidade)

PREÇO **7.566** R\$/m2 Avenida

= somatória

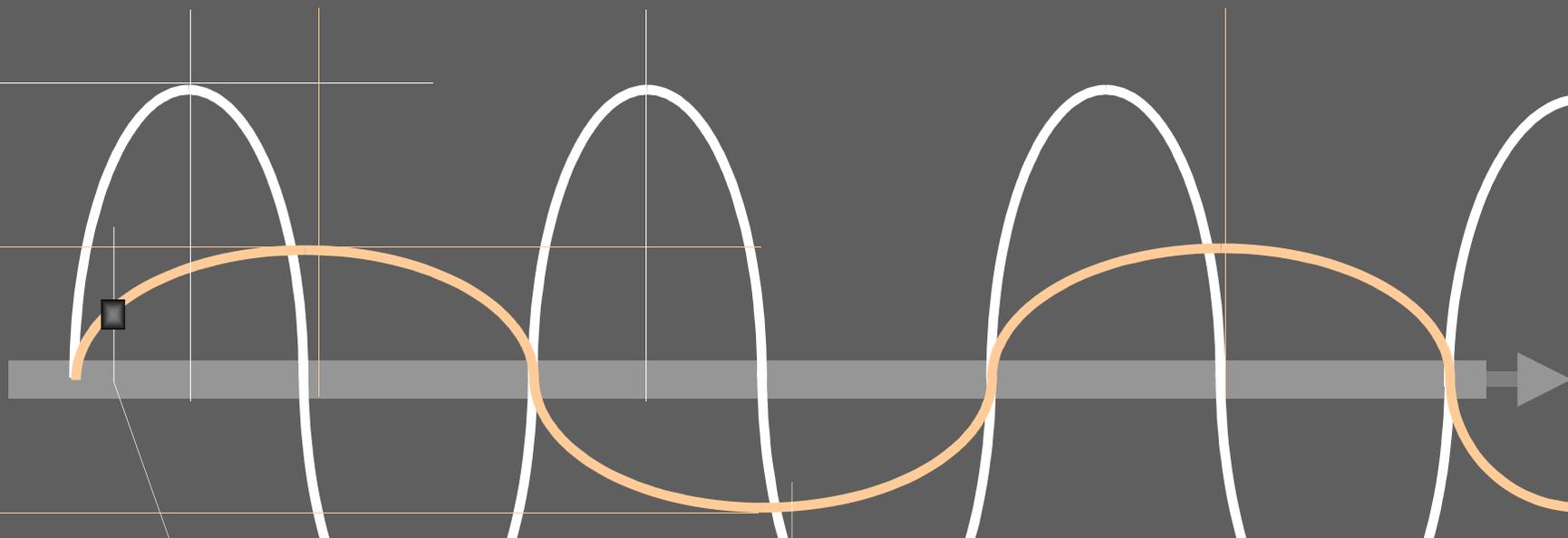
ÁREA MÁXIMA DE VENDA / unidade **101.5** m2

= 768.211 / 7.566

aferir Qe (plano de massas)

Mercados em Ondas e Fatores de Risco

- Mesmo movimentando-se em ondas, os preços de real estate tendem a variar em espectro curto e em intervalos longos



- mercados de liquidez restrita tendem a apresentar preços mais estáveis (*notadamente real estate*)

- mercados de grande liquidez tendem a ser mais especulativos (*moedas, commodities, ações,...*)

Fatores de Risco no Planejamento

- Na Decisão de Investir

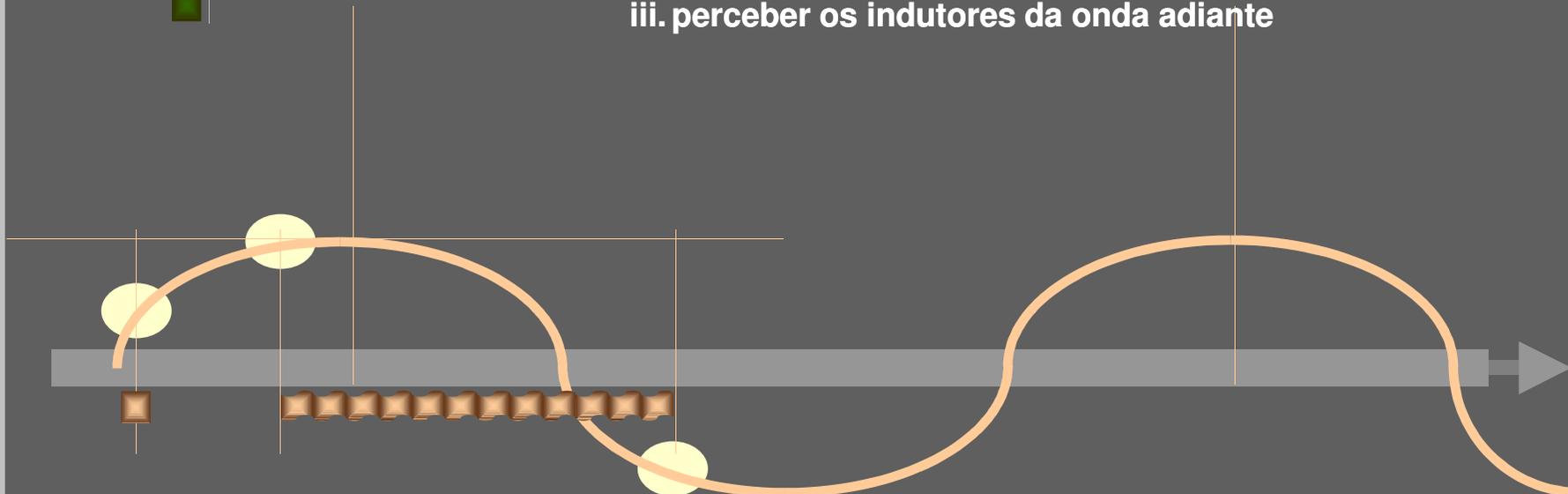


data base da decisão

i. perceber a posição na onda

ii. arbitrar intervalo e espectro adiante

iii. perceber os indutores da onda adiante



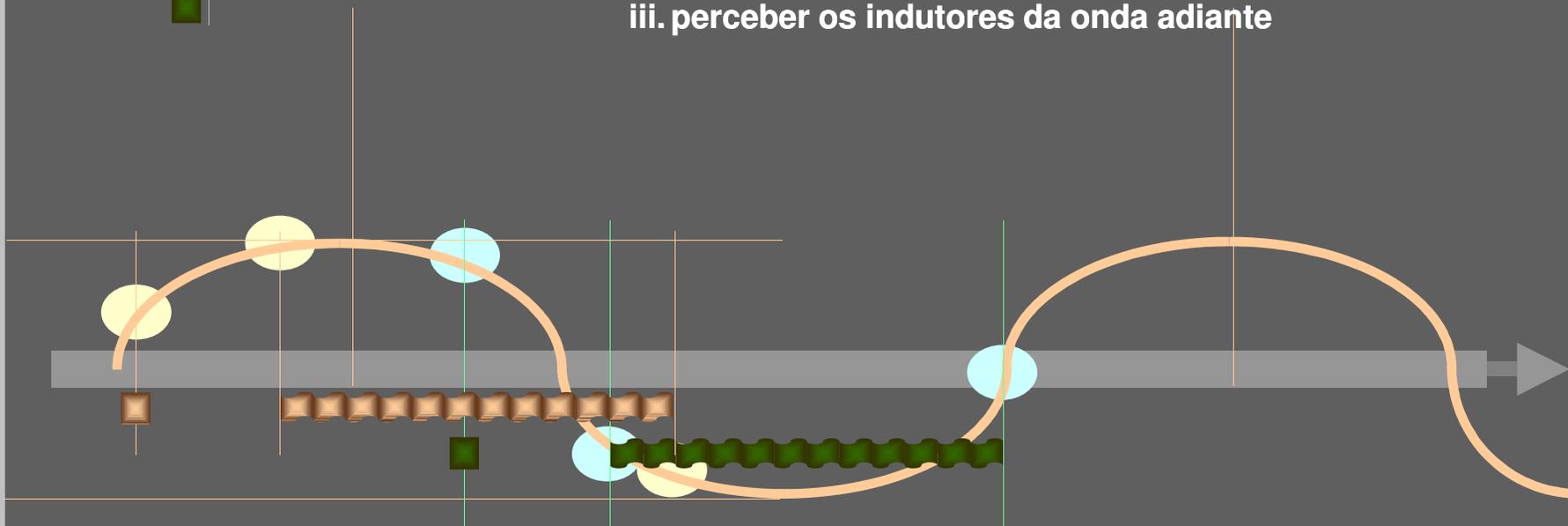
Fatores de Risco no Planejamento

Na Decisão de Investir



data base da decisão

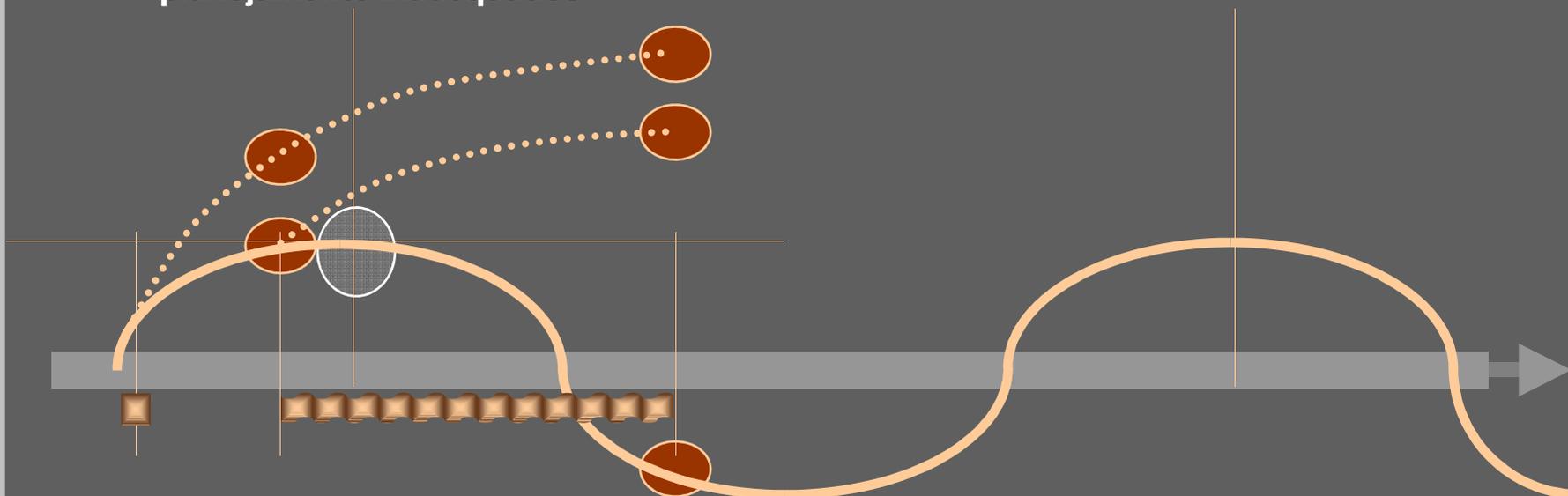
- i. perceber a posição na onda
- ii. arbitrar intervalo e espectro adiante
- iii. perceber os indutores da onda adiante



Fatores de Risco no Planejamento

- Ondas provocadas por procedimentos de planejamento inadequados

i. fantasia de crescimento "perene"

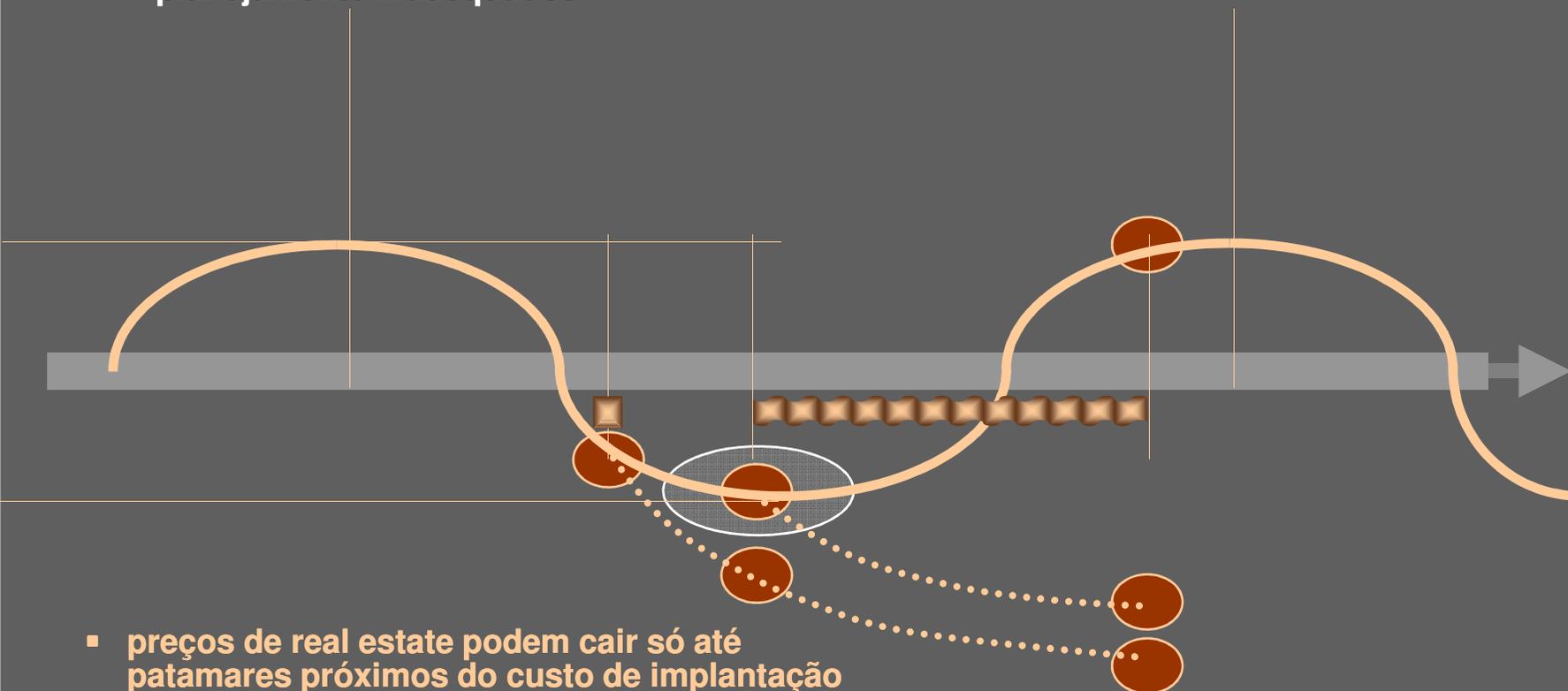


- não havendo drives de especulação provocados por fatores do ambiente econômico, preços de real estate não superam patamares que resultam em margens competitivas (*taxa de atratividade para os investimentos*)

Fatores de Risco no Planejamento

- Ondas provocadas por procedimentos de planejamento inadequados

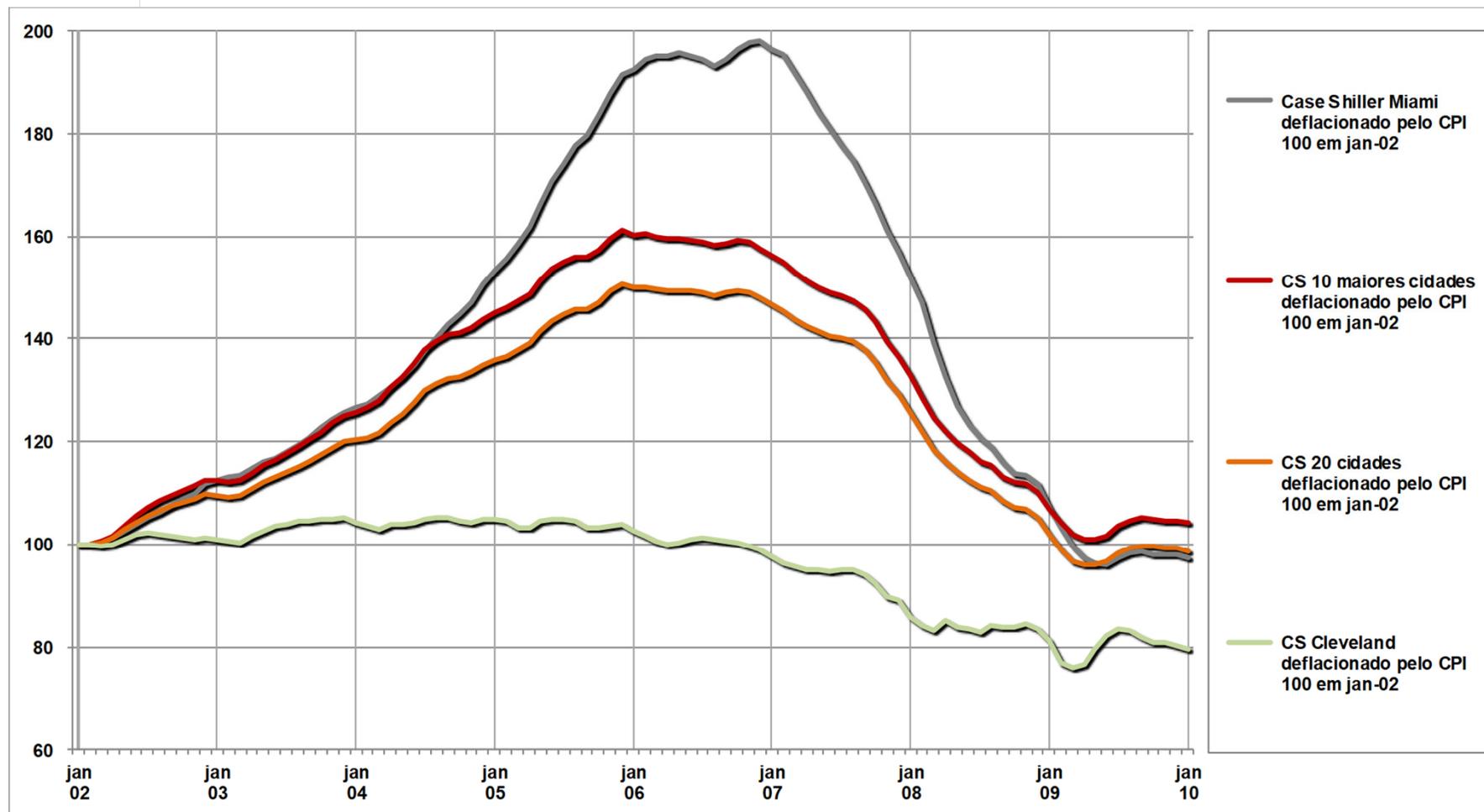
ii. síndrome de queda "perene"



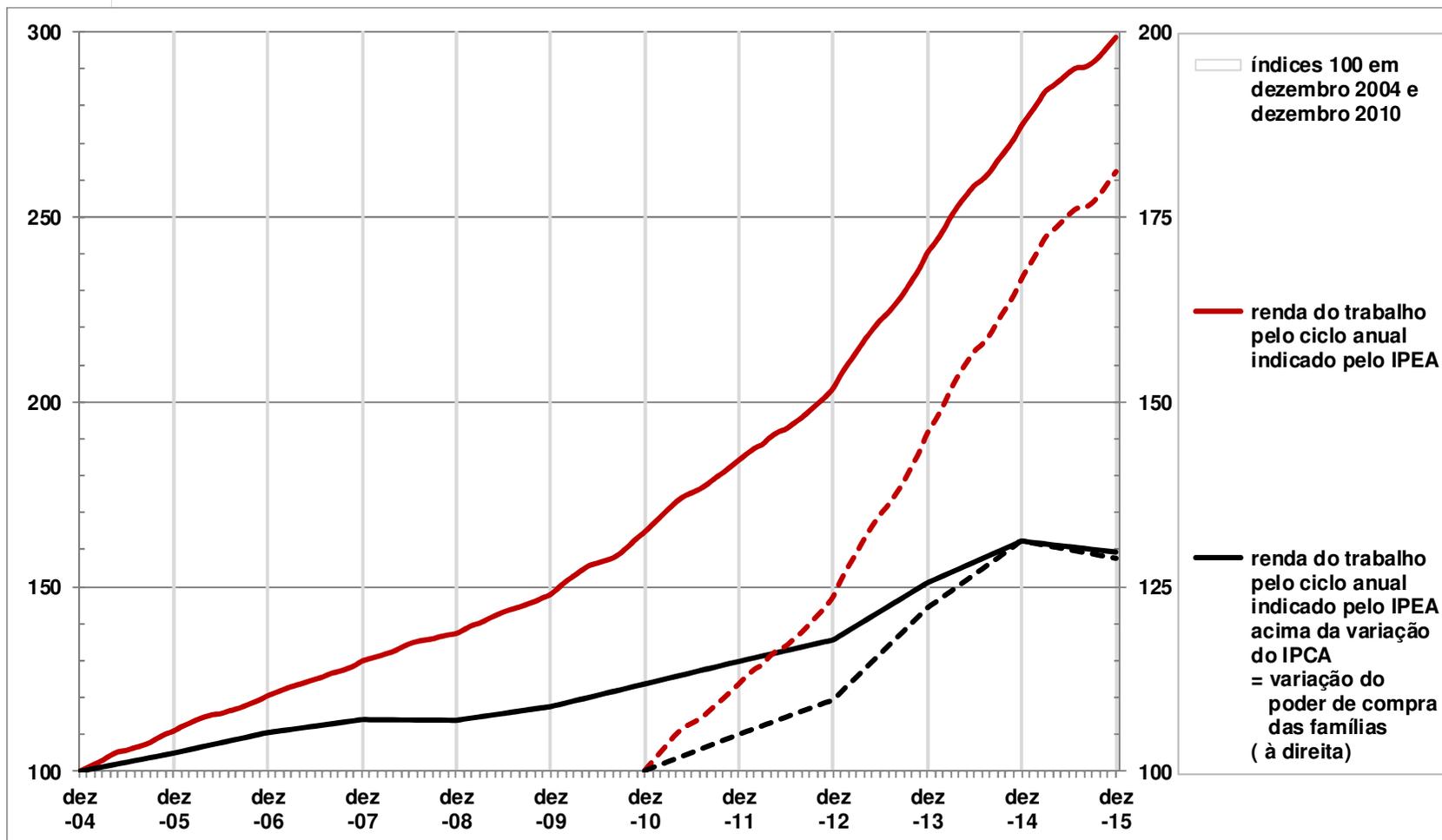
- preços de real estate podem cair só até patamares próximos do custo de implantação (*custo de oportunidade para os investimentos*)
- a ausência de oferta e os ajustes de preços são indutores da inversão da curva

- os índices de inflação de segmentos da economia apresentam uma visão macroeconômica, que não pode ser transferida sem crítica para cada unidade do universo explorado

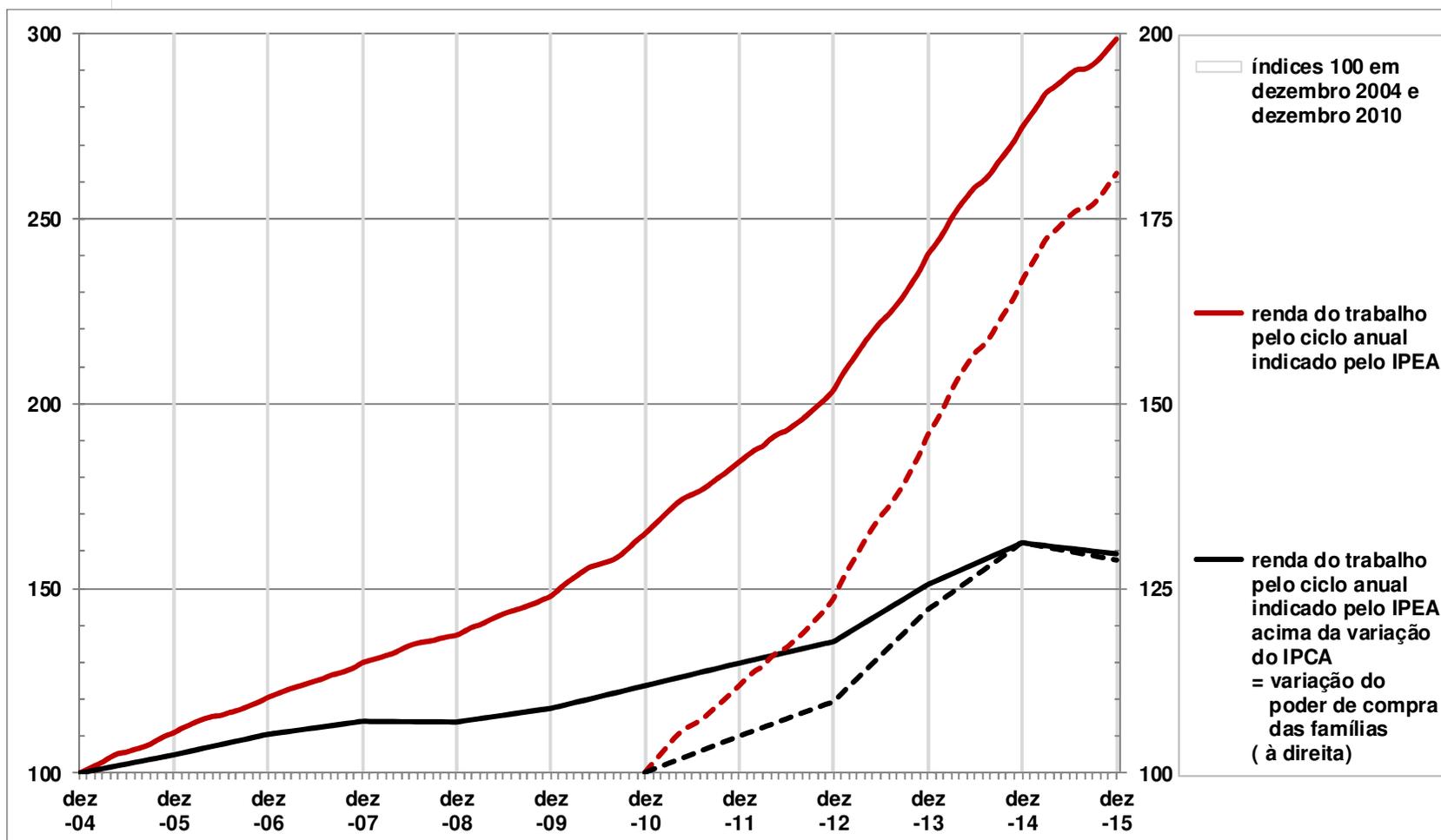
exemplo: índice de preços de imóveis residenciais no mercado norte-americano no ciclo da bolha de preços inflada entre 2002 e 2006



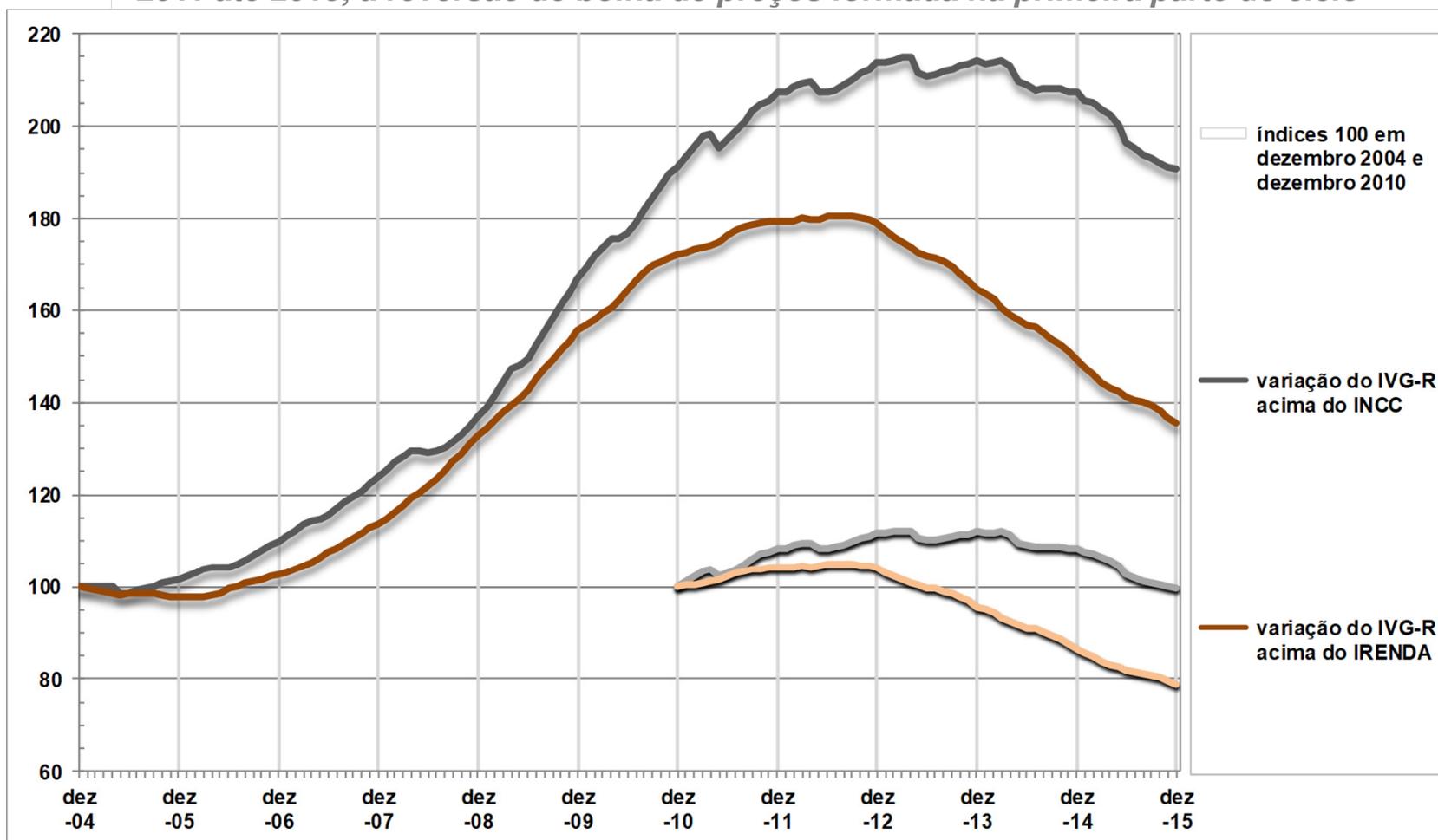
- a **renda do trabalho (IRenda)** o horizonte 2005 até final de 2015, representa a era moderna do real estate no Brasil e 2011 até 2015, a reversão de bolha de preços formada na primeira parte do ciclo



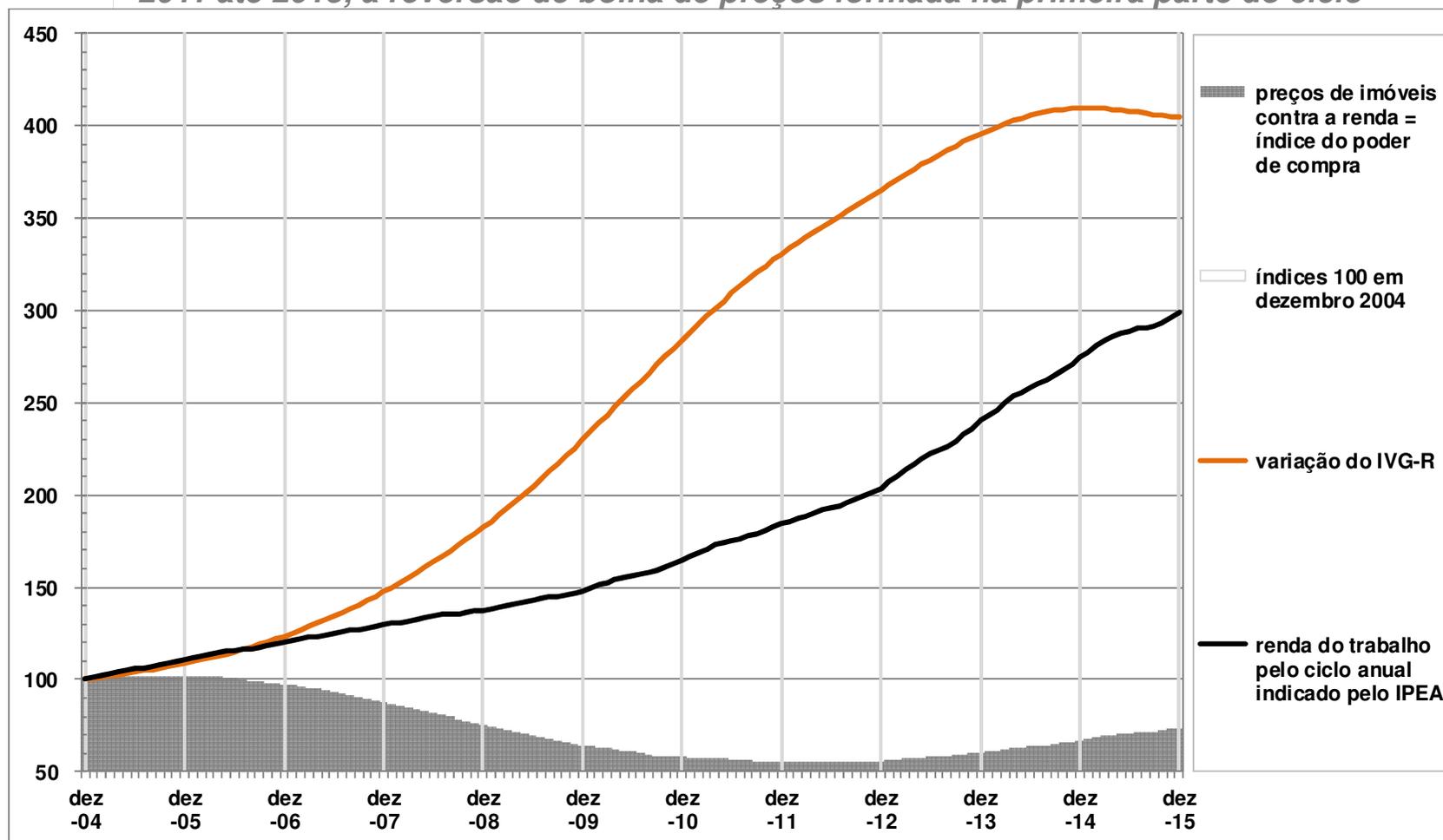
- a **renda do trabalho (IRenda)** o horizonte 2005 até final de 2015, representa a era moderna do real estate no Brasil e 2011 até 2015, a reversão de bolha de preços formada na primeira parte do ciclo



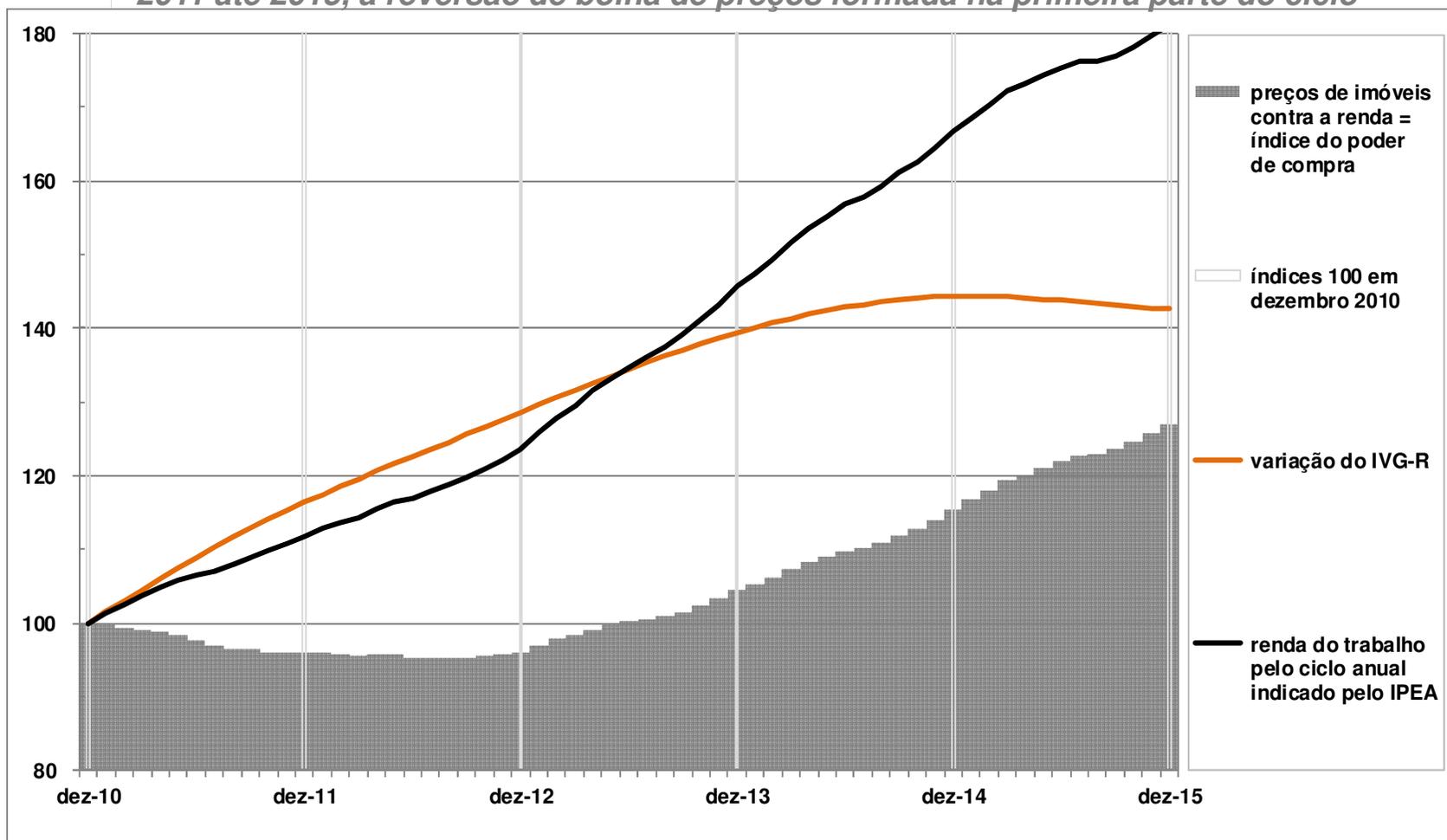
- os preços do real estate, contra os custos e a renda do mercado descolamento de **IVG-R** contra **INCC** e **IRenda** o horizonte 2005 até final de 2015, representa a era moderna do real estate no Brasil e 2011 até 2015, a reversão de bolha de preços formada na primeira parte do ciclo



- os preços do real estate, contra o poder de compra do mercado descolamento de **IRenda** contra **IVG-R**
o horizonte 2005 até final de 2015, representa a era moderna do real estate no Brasil e
2011 até 2015, a reversão de bolha de preços formada na primeira parte do ciclo



- os preços do real estate, contra o poder de compra do mercado descolamento de **I Renda** contra **IVG-R** o horizonte 2005 até final de 2015, representa a era moderna do real estate no Brasil e 2011 até 2015, a reversão de bolha de preços formada na primeira parte do ciclo



**OBJETIVO DA EMPRESA: LANÇAR PRODUTO
COMPETITIVO**

**META: VENCER A COMPETIÇÃO. SIGNIFICA
CONCEBER O BINÔMIO**

**[P X Q] VENCEDOR EM RELAÇÃO À
CONCORRÊNCIA E QUE SE ENQUADRE NO
MERCADO**

**1.o) RECONHECER OS ANSEIOS DO
MERCADO**

**2.o) RECONHECER A CAPACIDADE
DE PAGAR DO MERCADO**

**3.o) VERIFICAR SE A EMPRESA
OBTÉM RESULTADOS
SATISFATÓRIOS, SATISFAZENDO
OS ANSEIOS DO MERCADO**

**A CONCEPÇÃO DO BINÔMIO
[P X Q] DEFINE O SEGMENTO DE MERCADO
(CLASSE DE RENDA). DUAS SÃO AS TÁTICAS MAIS
FREQUENTES:**

**1.o) SEGUIR A TENDÊNCIA DA OFERTA
ALTERNATIVA**

- **DEVE-SE ACEITAR A VOLATILIDADE
DA DIMENSÃO DO MERCADO**
- **RECOMENDA-SE PRODUZIR DIFERENCIAIS**
- **MARKETING AGRESSIVO PARA INDUZIR
ALTA VELOCIDADE VENDAS**

2.o) ATUAR INOVANDO

- **MARKETING AGRESSIVO PARA
EMULAR O ENTENDIMENTO DO
PÚBLICO DA LÓGICA DO PRODUTO**