

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo

Universidade de São Paulo

AUT 5808

Análise de Projetos de Desenvolvimento Urbano e Imobiliário

# Analise de Mercado Imobiliário

Prof. Dr. João Meyer



# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Desenvolvimento de Produto
- Mercadabilização
- Exemplos
- Conclusão
- Bibliografia



# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Desenvolvimento de Produto
- Mercadabilização
- Exemplos
- Conclusão
- Bibliografia



- Planejamento estratégico da Empresa
- Prospecção de terrenos e Viabilidade
- Desenvolvimento de Produto / Projeto
- Vendas
- Pos-ocupação



# Antecede a prospecção de terrenos para o projeto

---

## Planejamento estratégico da Empresa

- Porte
- Localização
- Preço
- Nicho
- Tipologia
- Usos
- Diversificação
- Produtos
- Linhas de produtos



# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- ▶ **Projeto e Mercado**
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Desenvolvimento de Produto
- Mercadabilização
- Exemplos
- Conclusão
- Bibliografia



## Composto de marketing (tático):

## 4 P's

Preço

Preço

Localização

Praça

Comunicação

Promoção

Projeto

Produto

Mercado (Usuários /consumidores)

Segmento alvo



# Principais parâmetros de projetos?

**Mercado** (Usuários)

**Preço** (Custo / Finanças)

**Localização**

**Comunicação**



# O que o conhecimento do **mercado** ajuda a **definir nos projetos?**

## **Usuários**

- Tipos
- Perfis
- Quantidade
- Necessidades
- Possibilidades (recursos)

## **Programa de necessidades**

- Atividades
- Dimensionamentos
- Padrões de qualidade / desempenho

## **Localização**



# O que o conhecimento do **mercado** ajuda a **definir nos projetos?**

Não somente o projeto arquitetônico

Também

- Onde
- Quando
- Preço e

para **QUEM?**

Ampliação do conceito de **projeto:**

**criação de utilidade de**

- **forma** (Design)
- **tempo, posse e lugar** (Project)

(McCARTHY, E. Jerome, 1982)



# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- ▶ **▪ Análise de Mercado Imobiliário - AMI**
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Desenvolvimento de Produto
- Mercadabilização
- Exemplos
- Conclusão
- Bibliografia



# RESISTÊNCIA DOS EMPREENDEDORES TRADICIONAIS

- Perspectiva pessoal.
- Estar no controle permite usar intuição e a improvisação.
- Não necessita prestar contas.
- Respondem à pressão do tempo.
- “Experts”, autoconfiantes, generalizam.
- Limitações: crescimento, falta de questionamento, falhas gerenciais.

**(Ricardo Pereira-Leite)**



# Análise de Mercado Imobiliário - AMI

Início - Subsídio para estudos de viabilidade:

- Preços
- Volume e velocidade de vendas

Depois:

- Planejamento estratégico
- Desenvolvimento de projetos

“É uma técnica de **controle de risco**.

Organiza a estrutura lógica para mover a partir de informações **gerais da área** para projeções do **projeto específico**.” (Malizia, 1993 - 60-68)



# Definição da Área de Mercado (influencia)

## QUAL ÁREA ESTUDAR?

Oferta  
no entorno

X

Origem do  
Comprador

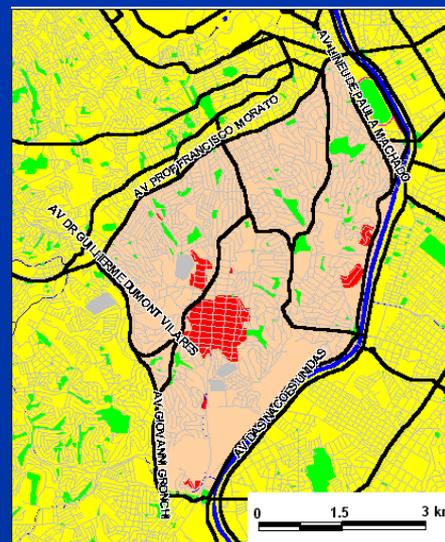
### Critérios:

Distância / tempo

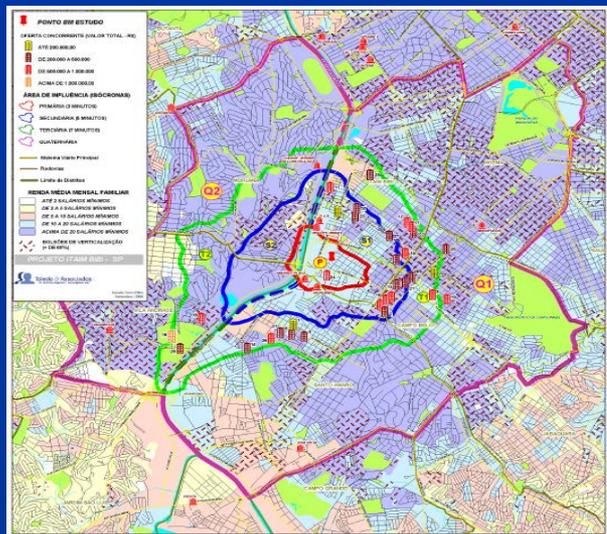
Área de influencia:

Primária  
Secundária  
Terciária

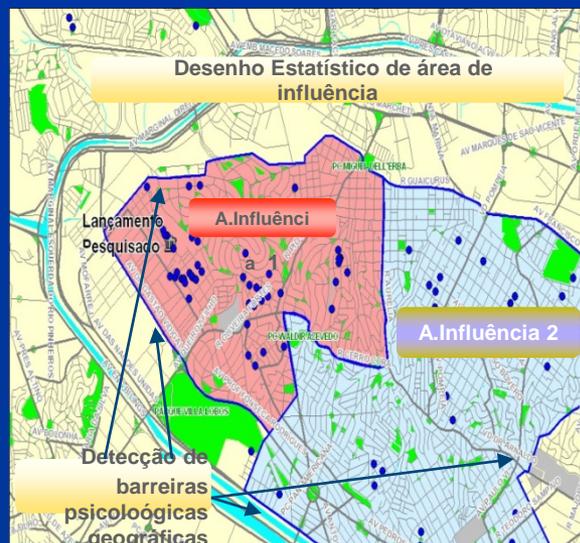
Barreiras geográficas / psicológicas



área de influência  
regiões excluídas por  
características sócio-econômicas  
fora do perfil  
região excluída do círculo com raio  
de 7,5 km pela existência de  
barreiras físicas

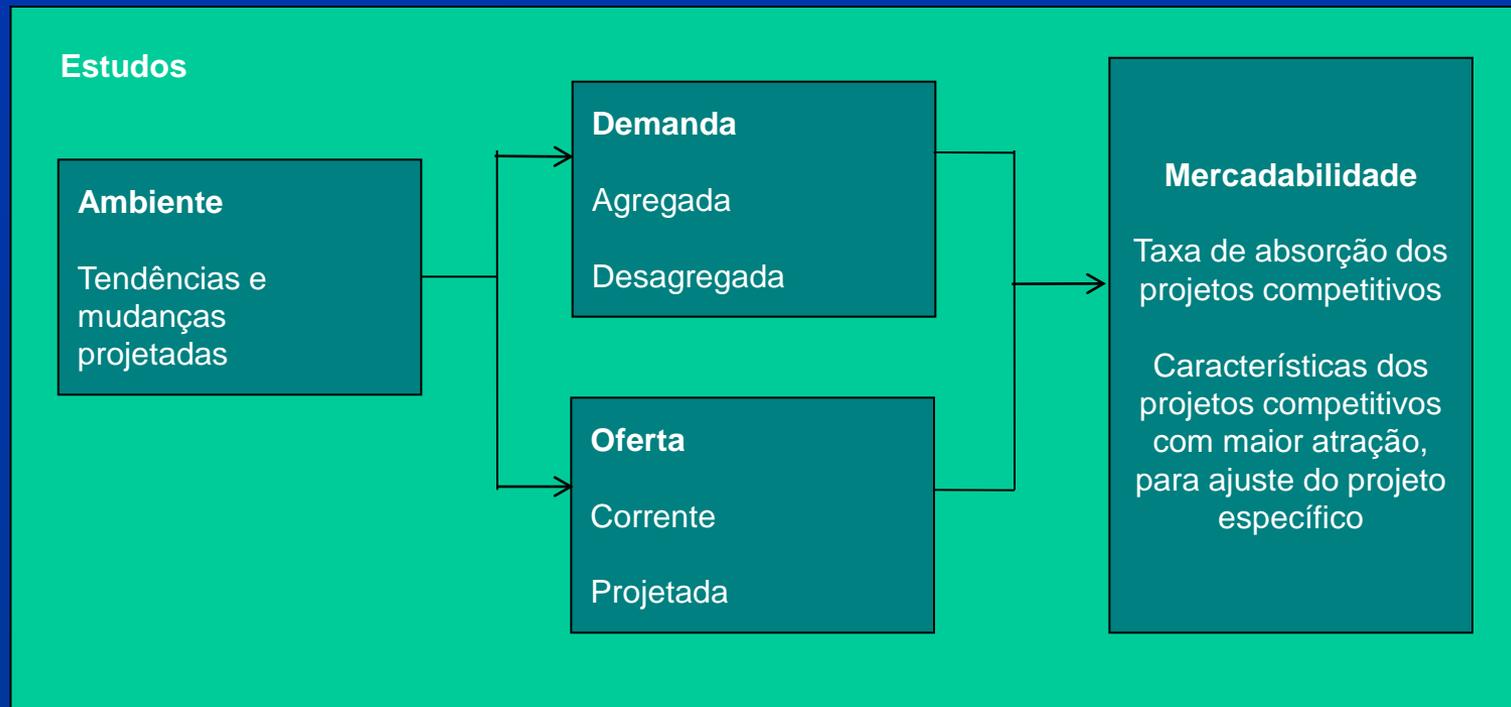


Isócronas



Pesquisa do Fluxo  
Migratório de  
origem dos  
compradores da  
região

# Etapas da Análise de Mercado Imobiliário





# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- Estudo de Viabilidade
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- ▶ **Estudo do Ambiente**
  - Estudo de Oferta e Demanda
  - Desenvolvimento de Produto
  - Mercadabilização
  - Exemplos
  - Conclusão
  - Bibliografia

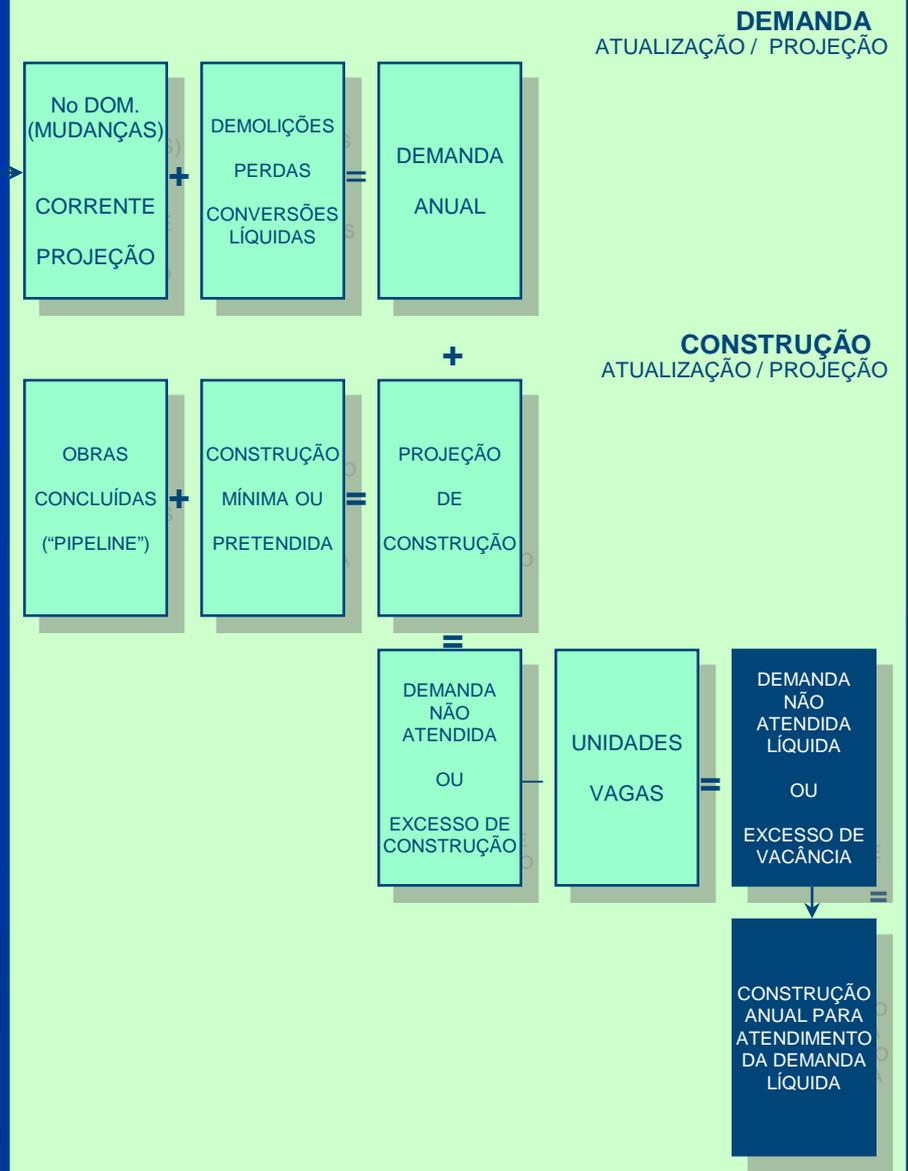
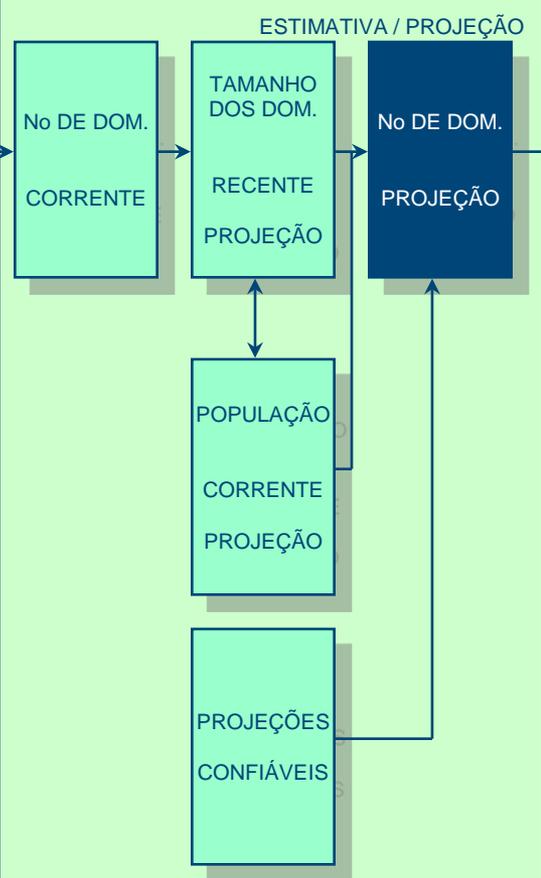


# ECONOMIA LOCAL

# CRESCIMENTO DOS DOMICÍLIOS

# ANÁLISE DA LACUNA (GAP) DE O/D (AGREGADA)

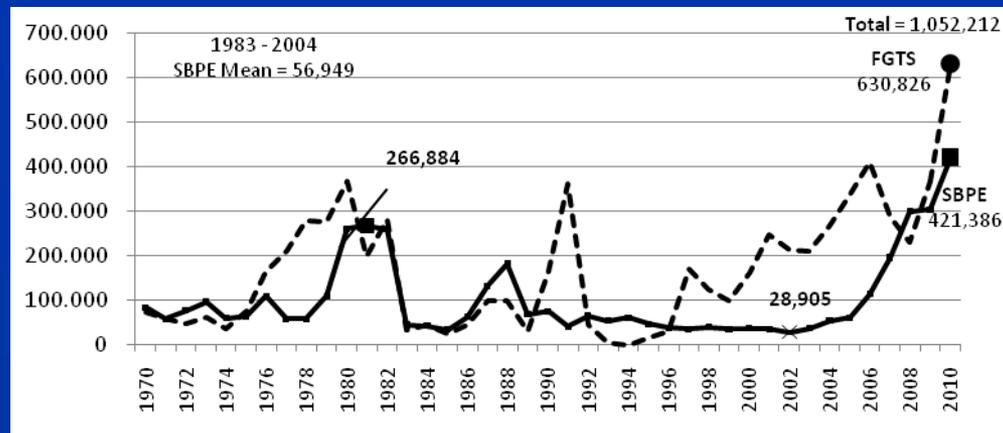
- VARIÁVEIS
  - TENDÊNCIAS HISTÓRICAS
  - MUDANÇAS CORRENTES
  - PROJEÇÃO -
- 
- DEMOGRÁFICAS - DOMICÍLIOS
  - No
  - TAMANHO
  - ESTRUTURA ETÁRIA
- 
- ECONÔMICAS
  - DISTRIBUIÇÃO RENDA DOM.
  - TAXA DE JUROS
  - PREÇO HABITAÇÕES
  - SUBSTITUTAS
- 
- FÍSICAS
  - LIMITAÇÕES CONSTRUTIVAS
- 
- LEGAIS
  - LIMITAÇÕES



**ANÁLISE GERAL DO MERCADO HABITACIONAL – (AMBIENTE)** Adaptado de : CARN, Neil; RABIANSKI, Joseph; RACSTER, Ronald; SELDIN, Mauri. Real Estate Market Analysis: Techniques and Application. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 1988, CAP 8, p 143, 145-154

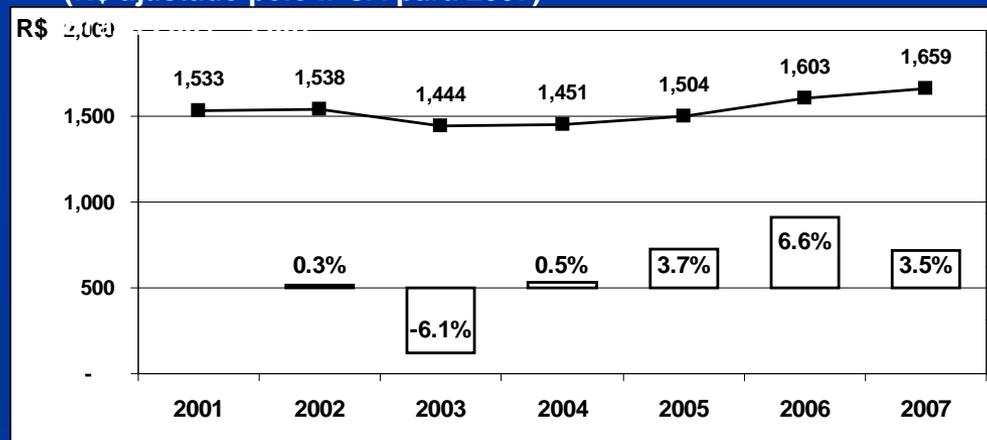
# Tendências e mudanças

## Evolução dos Financiamentos Habitacionais Unidades - Brasil 1970 - 2010



Fonte: Haddad e Meyer c/ dados do Banco Central, ABECIP e CEF. Disponível em: [www.abecip.org.br](http://www.abecip.org.br)

## Renda média familiar e taxa de crescimento anual (R\$ ajustado pelo IPCA para 2007)



Fonte: Haddad e Meyer c/ dados do IBGE-IPCA, IBGE-PNAD 2001 - 2007. Disponível em: [www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)

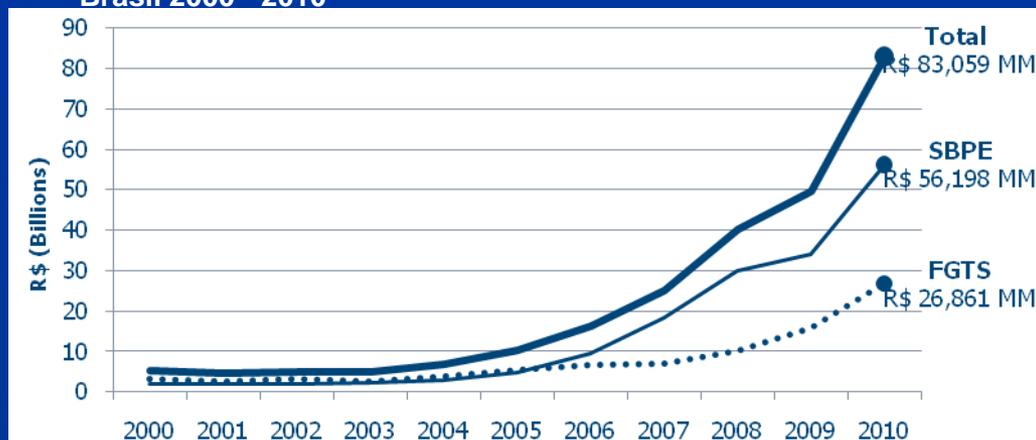
# Tendências e mudanças

## Evolução do saldo de depósitos na poupança e taxa de juros Brasil 1997 – 2010



Fonte: Haddad e Meyer c/ dados do Banco Central, Disponível em: <http://www.bcb.gov.br>, e CBIC Tabela 132. Disponível em: [www.cbicdados.com.br](http://www.cbicdados.com.br)

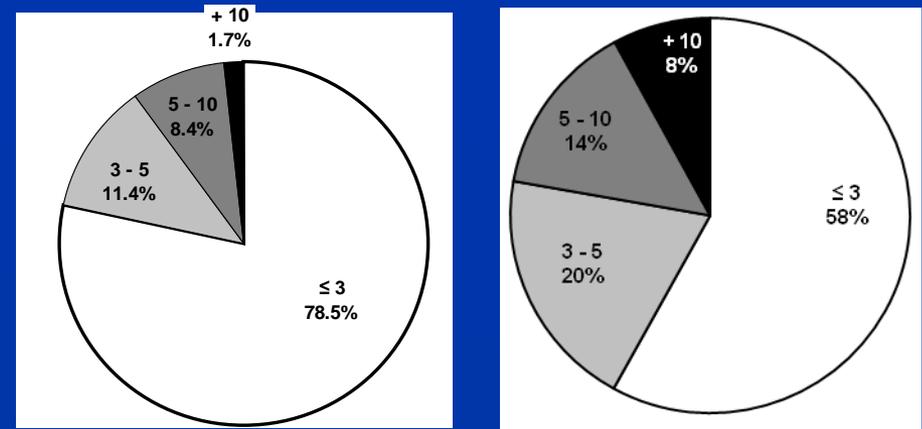
## Evolução dos financiamentos habitacionais Brasil 2000 - 2010



Fonte: Haddad e Meyer c/ dados do ABECIP, Banco Central, CEF

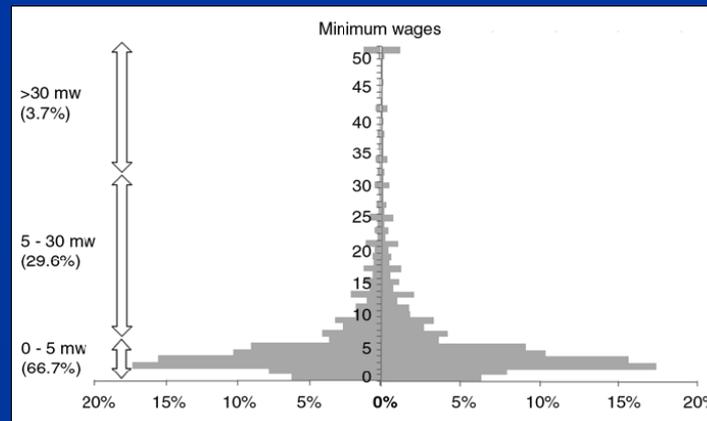
# Tendências e mudanças

Distribuição das famílias por renda (salários mínimos) Brasil 2007 e 2009



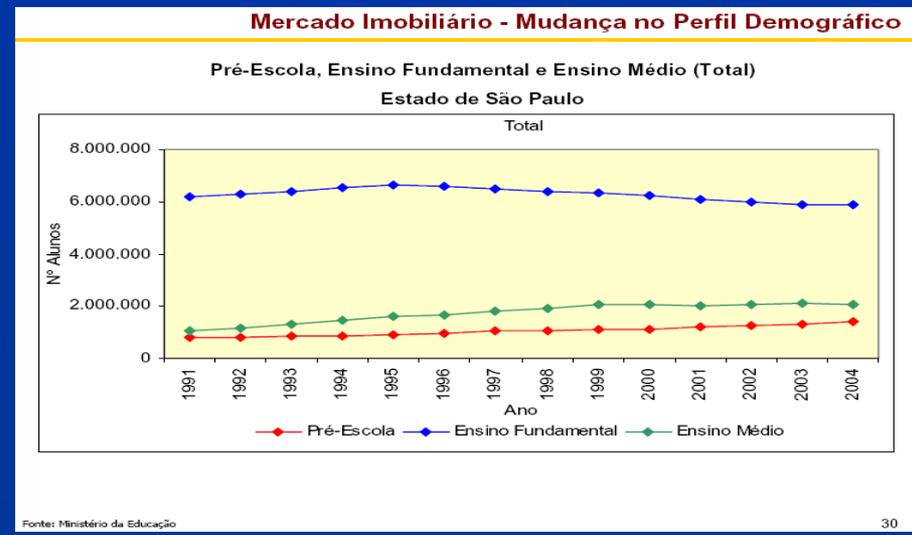
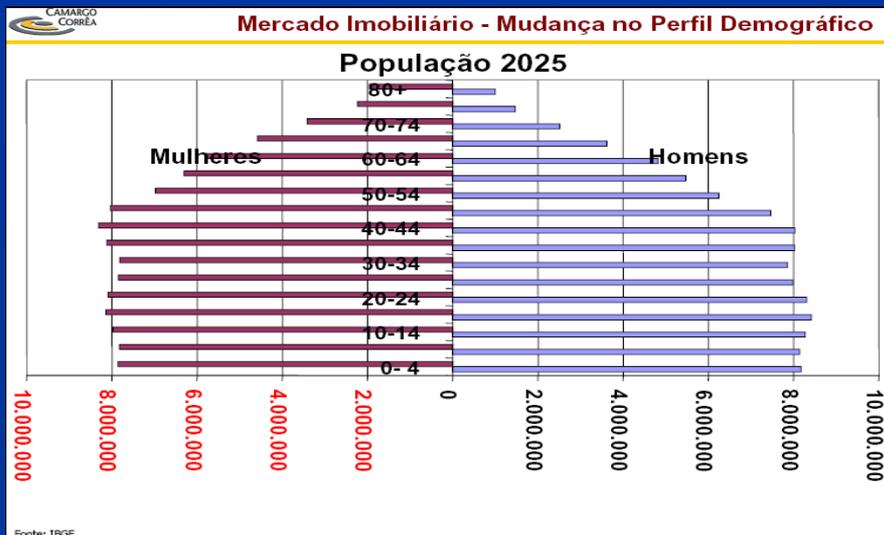
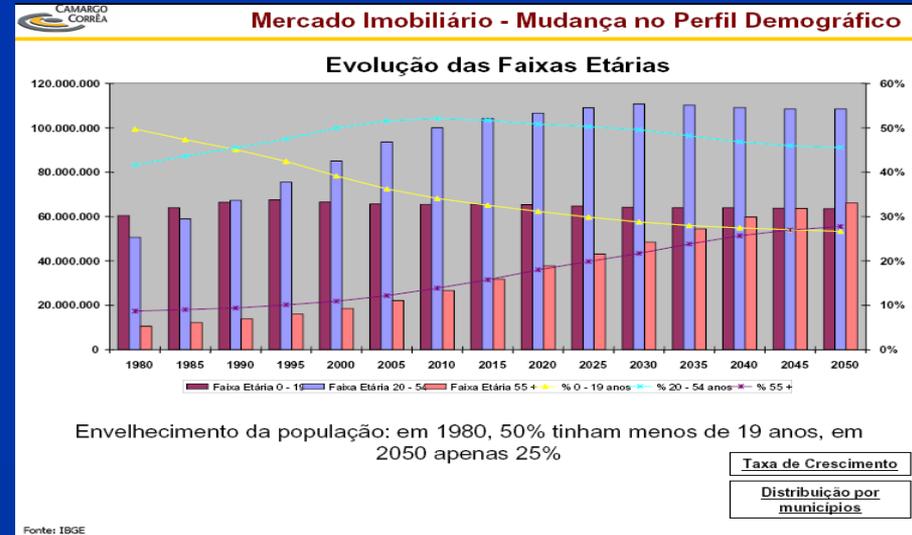
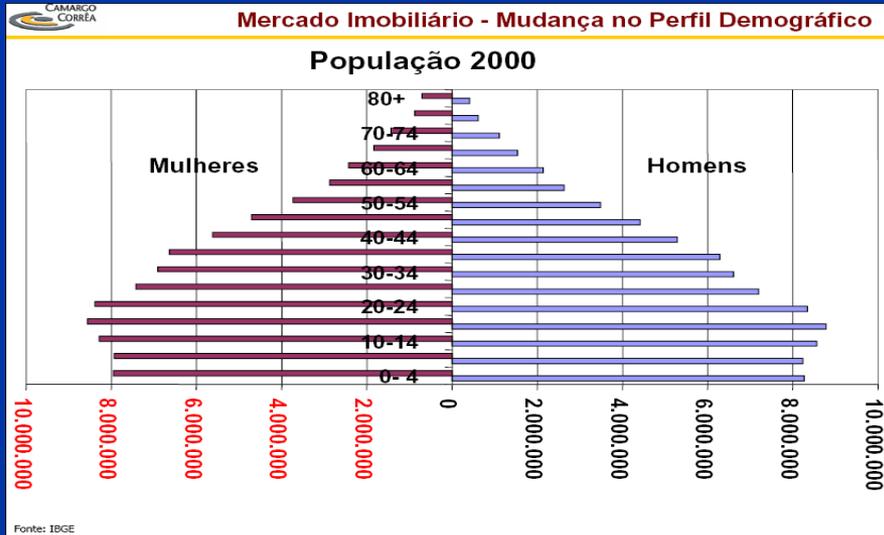
Fonte: Haddad e Meyer c/ dados do IBGE – PNAD 2007 e 2009. Disponível em: [www.sidra.ibge.gov.br](http://www.sidra.ibge.gov.br)

Estimated distribution of families by income bracket in the city of São Paulo, 2007



Fonte: Meyer - authors' sample microdata tabulation using data from IBGE's 2000 census, adjusted by the increase in average income in the period. Family income is the income of the head of family and spouse. The monthly minimum wage in 2007 was R\$380. Figures in parentheses are the number of families as a percentage of the total

# Tendências e mudanças



# Tendências e mudanças

## Mercado Imobiliário - Mudança no Perfil Demográfico

### Composição Familiar

Tipo	1978 Pessoas	1988 Pessoas	1998 Pessoas
<b>1. Casal</b>			
Casal sem filhos	6%	6%	7%
Casal com filhos	80%	77%	72%
<b>Sub-Total</b>	<b>86%</b>	<b>83%</b>	<b>79%</b>
<b>2. Mulher</b>			
Mulher sem filhos	2%	2%	3%
Mulher com filhos	9%	11%	14%
<b>Sub-Total</b>	<b>11%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>
<b>3. Homem</b>			
Homem sem filhos	2%	2%	2%
Homem com filhos	1%	2%	2%
<b>Sub-Total (%)</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Total (em milhões)</b>	<b>110,00</b>	<b>141,30</b>	<b>158,10</b>

Fonte: IBGE

33

## Mercado Imobiliário - Mudança no Perfil Demográfico

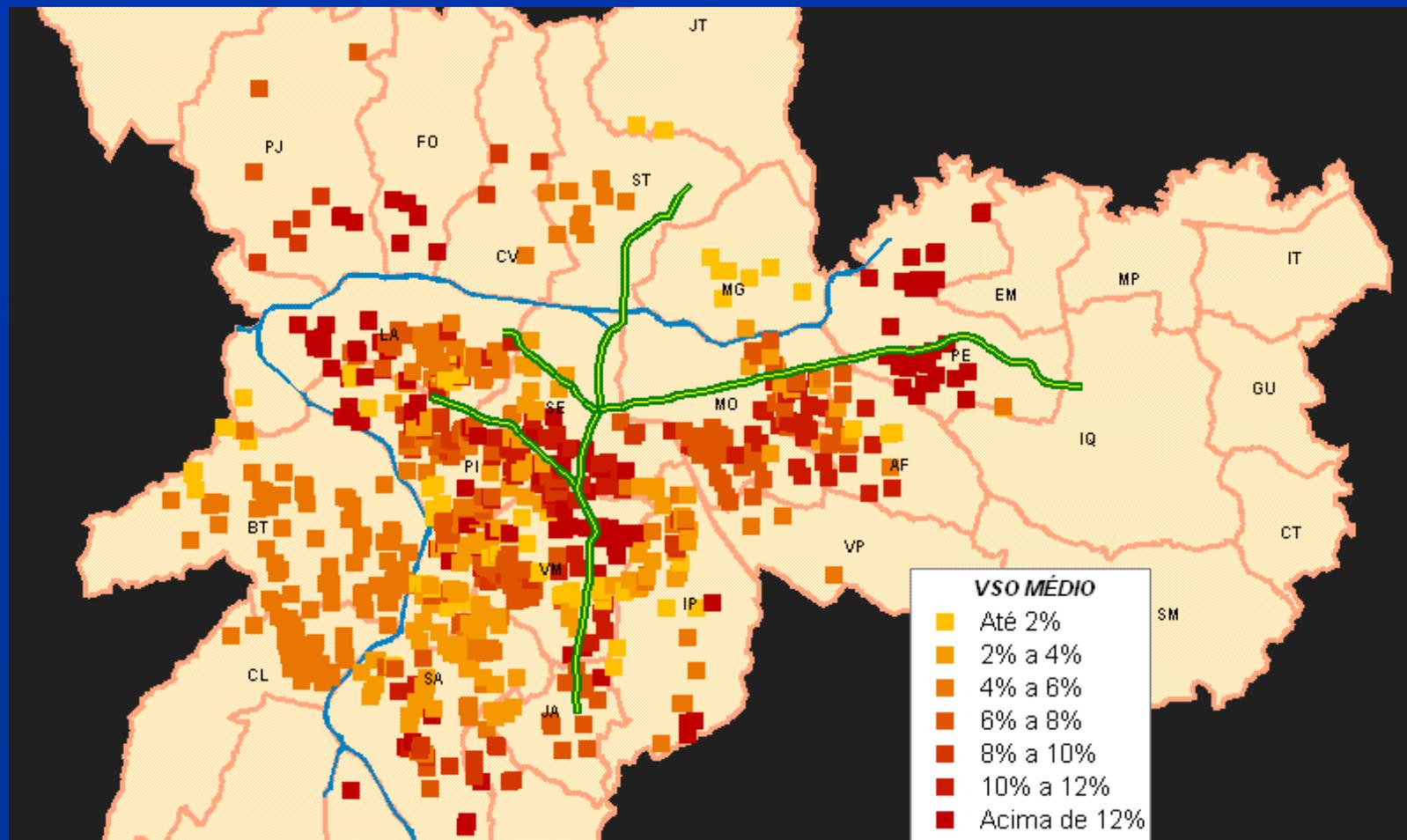
Distritos em São Paulo	Crianças em 1996	Crianças em 2004	Variação	% de crianças na população em 2004
Alto de Pinheiros	7.704	5.797	-1.907	13,6%
Anhanguera	7.870	16.933	9.063	32,1%
Bom Retiro	6.366	4.669	-1.697	19,3%
Brasilândia	72.645	77.545	4.900	29,9%
Butantã	10.542	7.856	-2.686	15,5%
Campo Belo	13.819	9.902	-3.917	15,7%
Capão Redondo	69.620	72.329	2.709	28,5%
Cidade Tiradentes	50.999	74.894	23.895	32,6%
Grajaú	87.816	119.782	31.966	31,1%
Ipiranga	20.859	18.561	-2.298	18,9%
Itaim Bibi	15.601	9.670	-5.931	13,0%
Itaim Paulista	63.599	70.038	6.439	30,8%
Jardim Ângela	71.694	83.149	11.455	31,2%
Lajeado	47.649	55.727	8.078	32,4%
Lapa	10.950	8.028	-2.922	14,1%
Moema	12.165	9.134	-3.031	13,2%
Mooca	12.065	9.223	-2.842	15,3%
Morumbi	7.813	6.233	-1.580	19,0%
Parelheiros	27.832	40.552	12.720	33,4%
Pedreira	34.658	42.164	7.506	29,9%
Perdizes	18.205	14.111	-4.094	14,0%
Pinheiros	10.491	7.093	-3.398	12,1%
Rio Pequeno	29.664	27.599	-2.065	24,4%
Sacomã	58.370	54.628	-3.742	23,6%
Santana	24.075	18.832	-5.243	15,7%
Santo Amaro	11.304	7.602	-3.702	13,5%
São Mateus	45.111	40.711	-4.400	26,1%
São Rafael	34.354	40.920	6.566	30,1%
Saúde	22.089	17.165	-4.924	14,8%
Tatuapé	14.964	12.424	-2.540	15,8%
Tremembé	41.127	45.849	4.722	26,2%
Tucuruvi	22.055	16.699	-5.356	17,5%
Vila Andrade	17.643	24.505	6.862	28,7%
Vila Curuçã	44.355	45.398	1.043	29,9%
Vila Jacuí	39.695	46.495	6.800	30,0%
Vila Mariana	20.882	15.973	-4.909	13,3%
Vila Sônia	21.620	19.600	-2.020	22,3%
Outros	1.533.645	1.411.835	-121.810	13,2%
<b>Total</b>	<b>2.661.915</b>	<b>2.609.625</b>	<b>-52.290</b>	<b>24,4%</b>

Fonte: IBGE - PNAD

34

# Tendências e mudanças

## Distribuição da velocidade de vendas



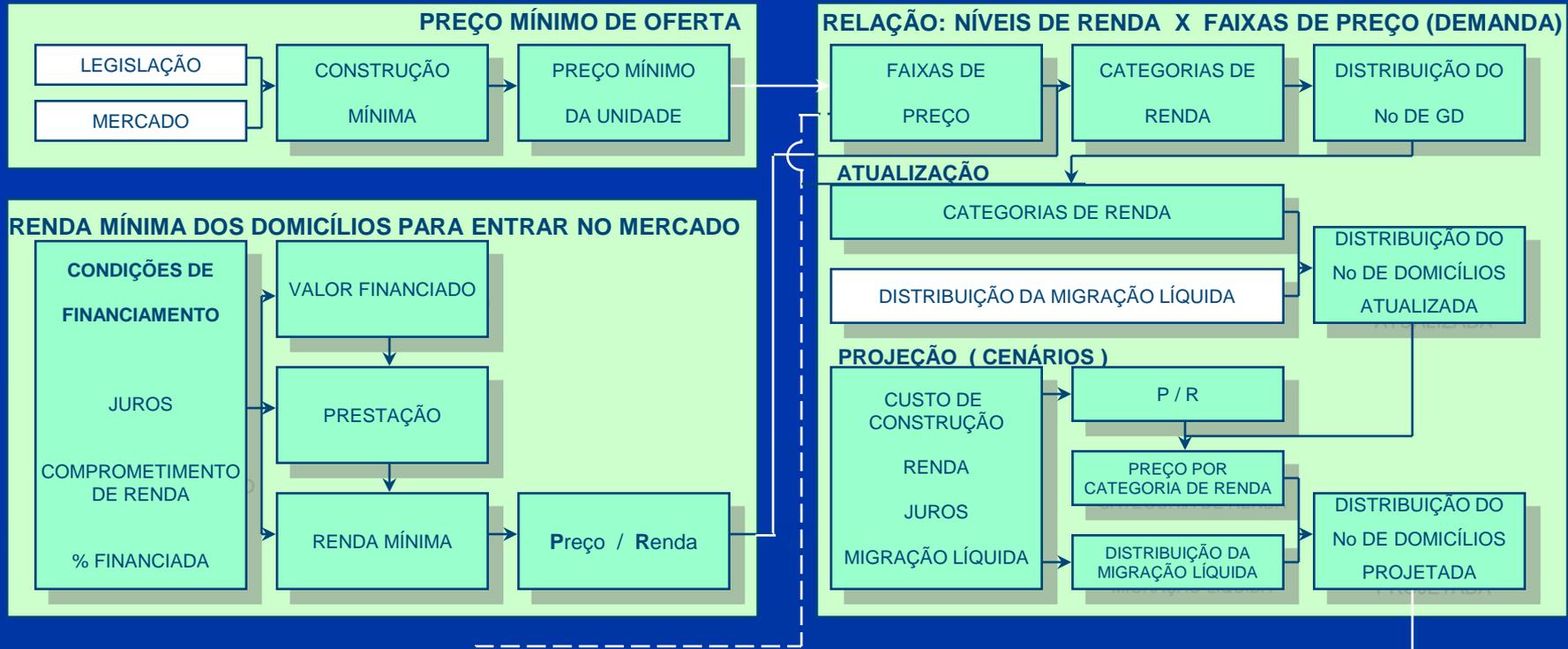
Fonte: Secovi

# Estrutura da apresentação

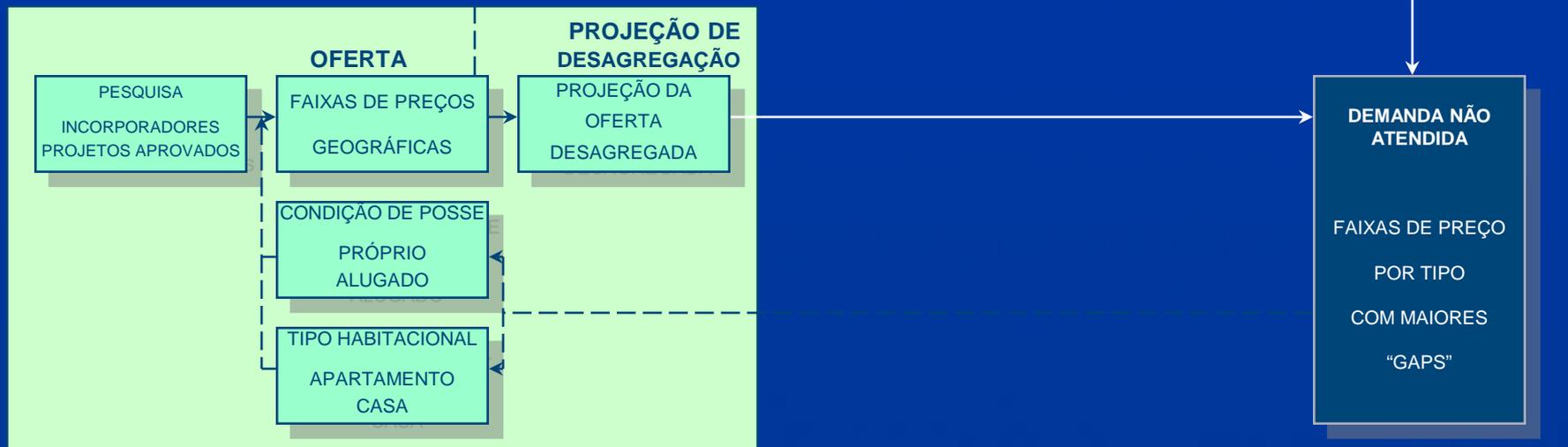
- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- Estudo de Viabilidade
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- ▶ **Estudo de Oferta e Demanda**
  - Desenvolvimento de Produto
  - Mercadabilização
  - Exemplos
  - Conclusão
  - Bibliografia



SEGMENTAÇÃO



DESAGREGAÇÃO



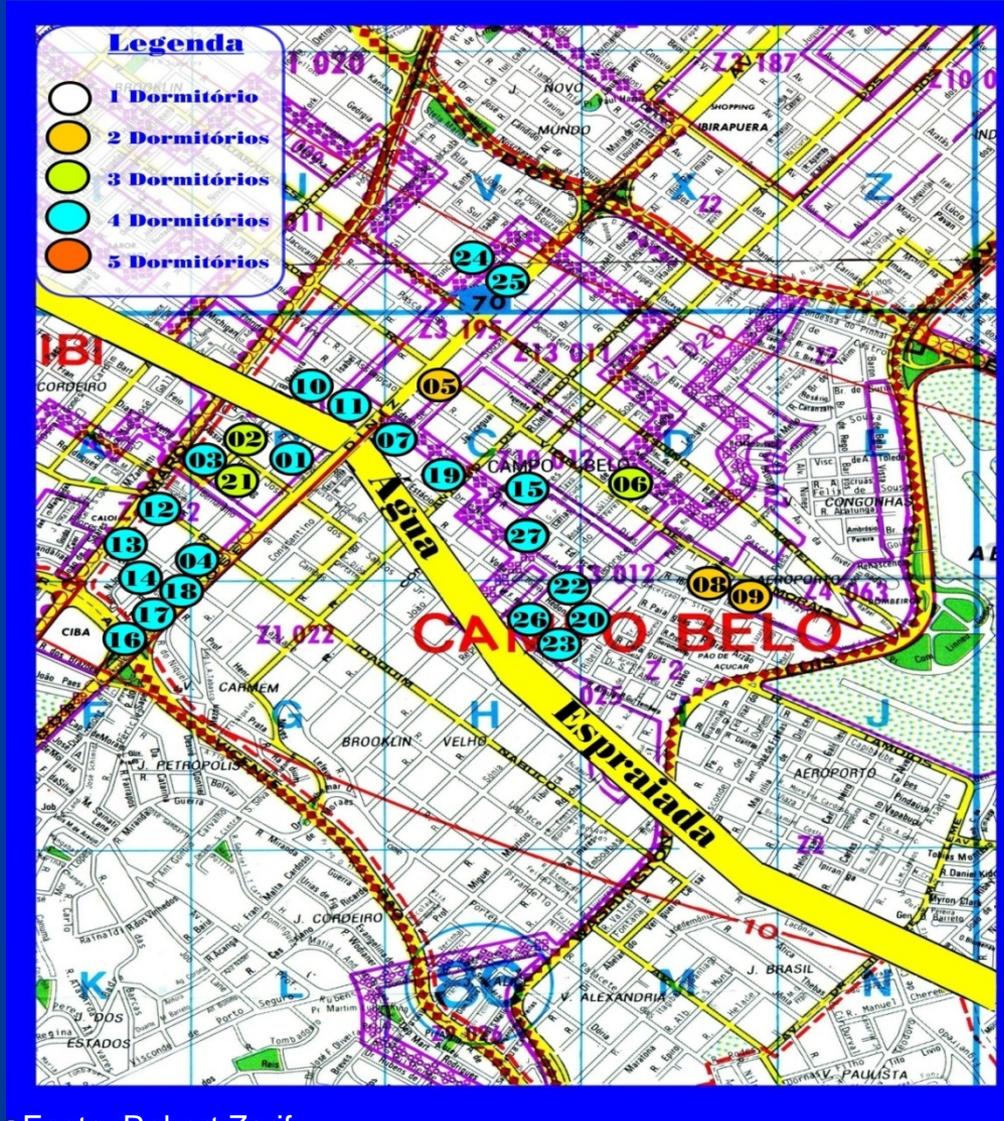
**ANÁLISE DOS SUBMERCADOS HABITACIONAIS** Adaptado de : CARN, Neil; RABIANSKI, Joseph; RACSTER, Ronald; SELDIN, Mauri. Real Estate Market Analysis: Techniques and Application. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 1988, CAP 8, p 143, 154-168

# Pesquisas de Oferta

- **Custo Baixo**
- **Agilidade**
- **Oferta (mkt mix) – concorrência**
- **Desempenho da concorrência (composto de mkt)**
- **Preços – viabilidade**
- **Imobiliárias e Consultores (Zarif)**
- **Lançamentos: Embraesp / Geoimóvel**
- **Projetos aprovados – Oferta Futura (Embraesp / Prefeituras)**
- **Secovi – vendas**

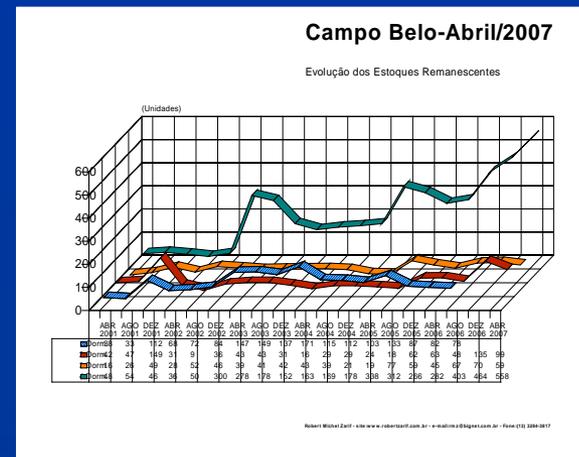
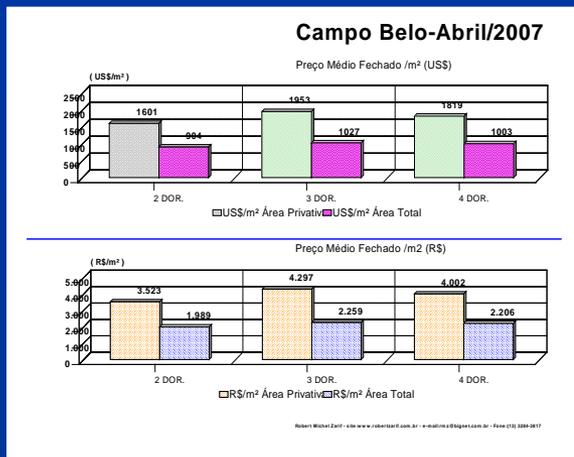
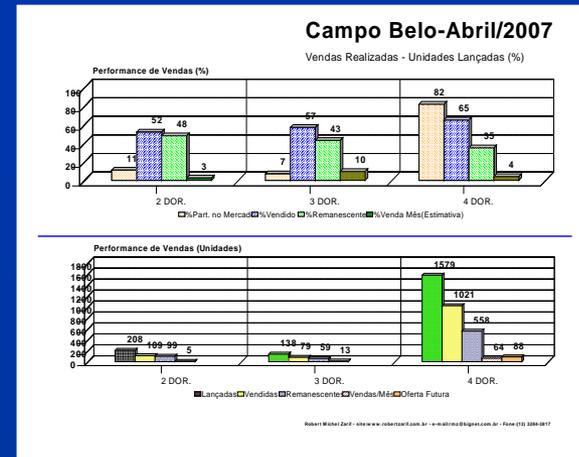
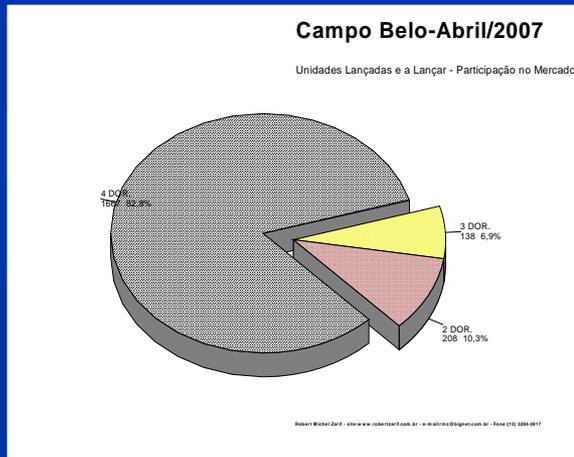


# Empreendimento residencial – Campo Belo



Fonte: Robert Zarif

# Empreendimento residencial – Campo Belo



Fonte: Robert Zarif

## CÁLCULO RESIDUAL DE TERRENO

Área Terreno	7.000			
CA	4,0			
A. Computável	28.000			
A. Construída (aprox.)	63.000		42% A. Constr/A. Priv.	
A. Privativa (aprox.)	26.600		887 Vagas	
V. Locação	95	R\$/m <sup>2</sup> privativo		
V. Venda Ed. Pronto	10.012	R\$/m <sup>2</sup> privativo	12%	aa 0,95% am
<b>V. Venda a VP</b>	<b>7.126</b>	<b>R\$/m<sup>2</sup> privativo</b>	3	anos <span style="border: 1px solid black; text-align: center;">12%</span> aa 0,95% am
C. Construção (já com Tx. de 10,5%)	4.175	R\$/m <sup>2</sup> Privativo		
C. Construção	111.055.000	R\$		
C. Construção com Tx. Adm.	115.219.563	R\$	3,75%	Tx. Adm.
<b>C. Construção Final</b>	<b>4.332</b>	<b>R\$/m<sup>2</sup> privativo</b>		
C. CEPAC	1.538	R\$	1,0	Coeficiente CEPAC
C. OUFL	4.614	R\$/m <sup>2</sup> de terreno	3,0	Índice adicional de construção
C. OUFL	32.298.000	R\$/m <sup>2</sup>		
<b>C. OUFL</b>	<b>1.214</b>	<b>R\$/m<sup>2</sup> privativo</b>		
<b>C. Residual Custo Terreno</b>	<b>1.580</b>	<b>R\$/m<sup>2</sup> privativo</b>		
C. Residual Terreno	42.039.602	R\$		
C. Residual Terreno Descont. Tx. Adm.	40.520.099	R\$	3,75%	Tx. Adm.
C. Residual Terreno Descont. Comissão	39.101.895	R\$	3,50%	Comissão
<b>Custo Residual Terreno</b>	<b>5.586</b>	<b>R\$/m<sup>2</sup> terreno</b>		

Fonte: Hilton Rejman

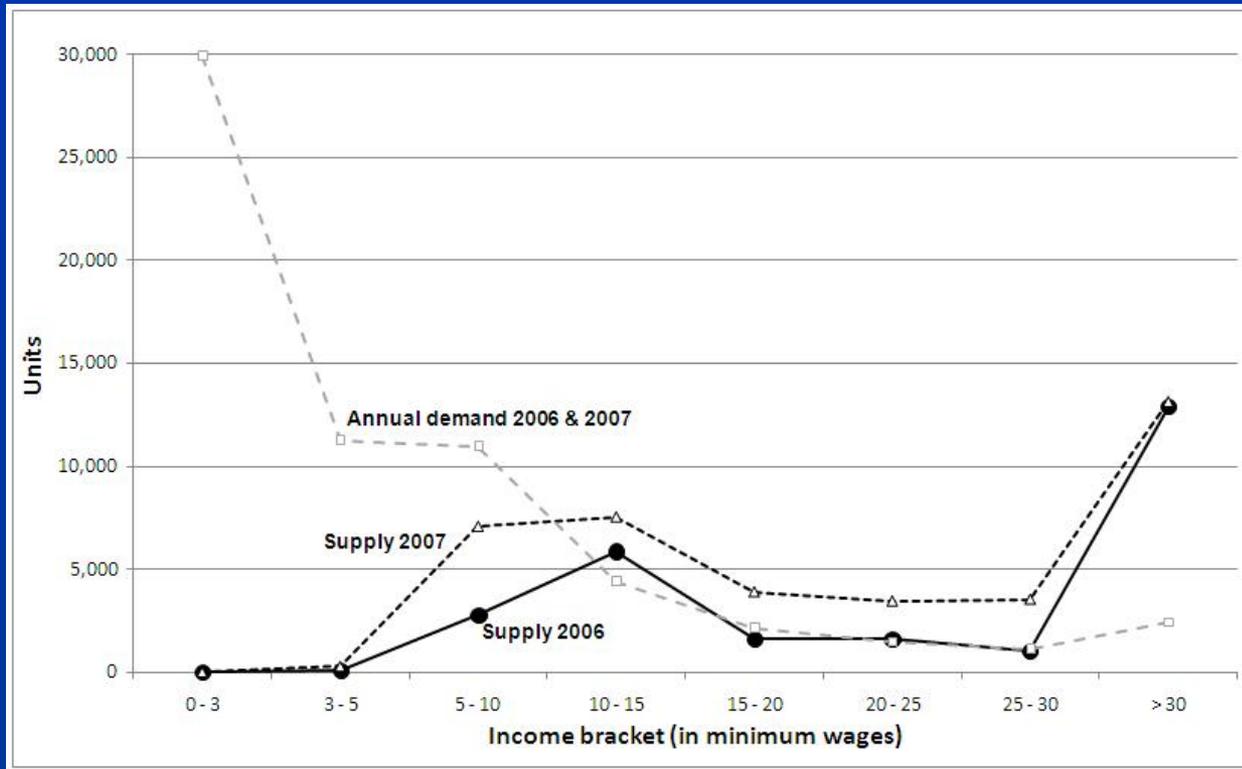
# Pesquisa de Demanda - Dados Secundários – Desk Research

- **Baixo custo e rapidez na coleta de dados**
- **Quantifica e segmenta**
- **Demanda habitacional = Formação de novos domicílios (projeções SEADE)**
- **Segmentação da demanda: renda, ciclo de vida das famílias...**
- **Perfil dos segmentos: estudo, tamanho da família, ...**
- **IBGE – renda, demografia, vacância**
- **Nova economias (ligações Sabesp / Eletropaulo)**
- **Fatores macroeconômicos**
- **Correlação de informações no tempo**
- **Benchmarks – outros países**



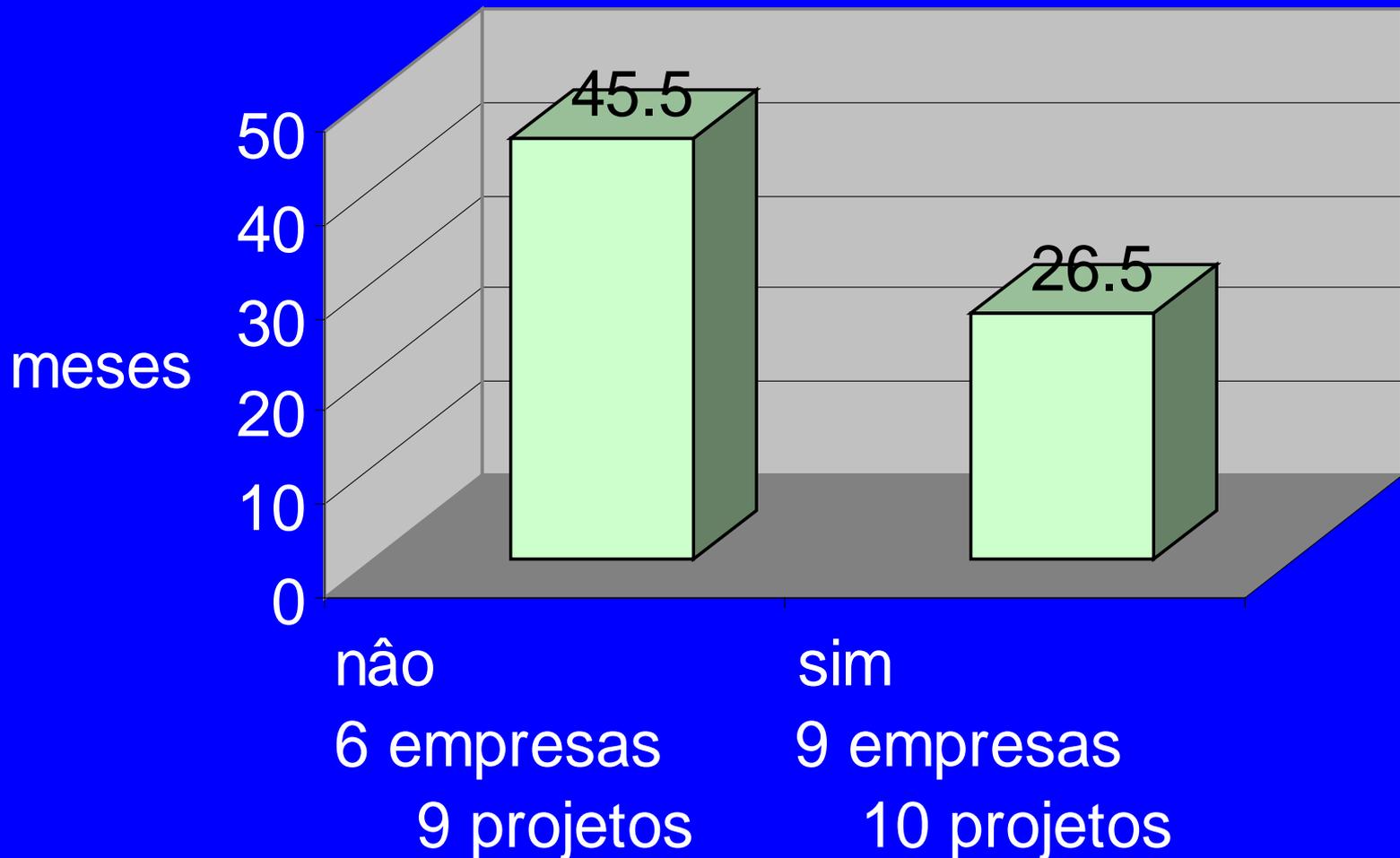
# Gaps – Demanda não atendida

Oferta e demanda residencial de unidades lançadas por faixa de renda – Cidade de São Paulo, 2006–07



Source: Meyer (2008) based on data from EMBRAESP, Caixa Econômica Federal, IBGE's 2000 census, IBGE's National Household Sample Surveys [PNADs] for 2001–06, municipal land and building cadastre, and SEADE and SABESP 2004.

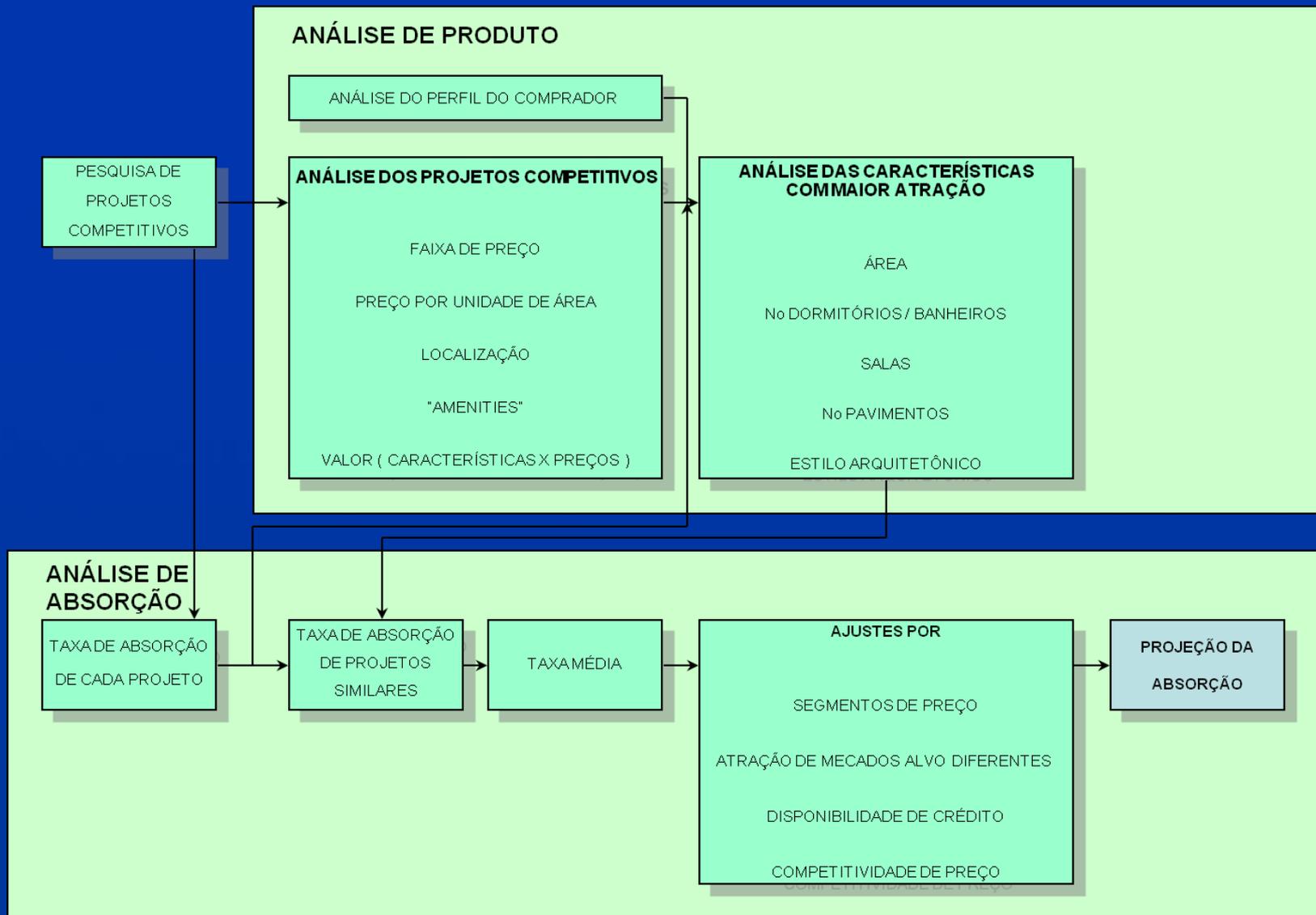
# Adoção de pesquisa de ofertas correntes para identificação de nicho de mercado - desempenho



# Estrutura da apresentação

- Etapas do Projeto
- Projeto e Mercado
- Estudo de Viabilidade
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- ▶ **▪ Desenvolvimento de Produto e Mercadabilização**
- Exemplos
- Conclusão
- Bibliografia





### ESTUDO DE MERCADABILIDADE HABITACIONAL DO SÍTIO ESPECÍFICO - EMPÍRICA

Adaptado de : CARN, Neil; RABIANSKI, Joseph; RACSTER, Ronald; SELDIN, Mauri. Real Estate Market Analysis: Techniques and Application. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 1988, CAP 8, p 143-144, 168-170

# Pesquisas com o consumidor

## Qualitativa – Exploratória

Focus group  
Entrevista em profundidade

- Não tem rigor estatístico
- Subjetiva – Sensível
- **Desenvolvimento de produto**
- Criação de campanha publicitária
- Percepção do cliente: produtos, conceitos e tendências

## Quantitativa – Potencial de mercado

Entrevista pessoal

- Critérios estatísticos (amostragem, margem de erro, estimativa, etc)
- Estima potencial do ponto para o produto idealizado
- Competitividade
- **Diferenciais do produto e publicidade**



# Pesquisas com o consumidor

**Qualitativa** – Exploratória

Focus group  
Entrevista em profundidade

**Quantitativa** – Potencial de mercado

Entrevista pessoal



# Estrutura da apresentação

- Conceito de Projeto
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Mercadabilização
- ▶ **Exemplos**
- Conclusão
- Bibliografia



# CASE TILLI CENTER

Marcel Monacelli Arquitetura

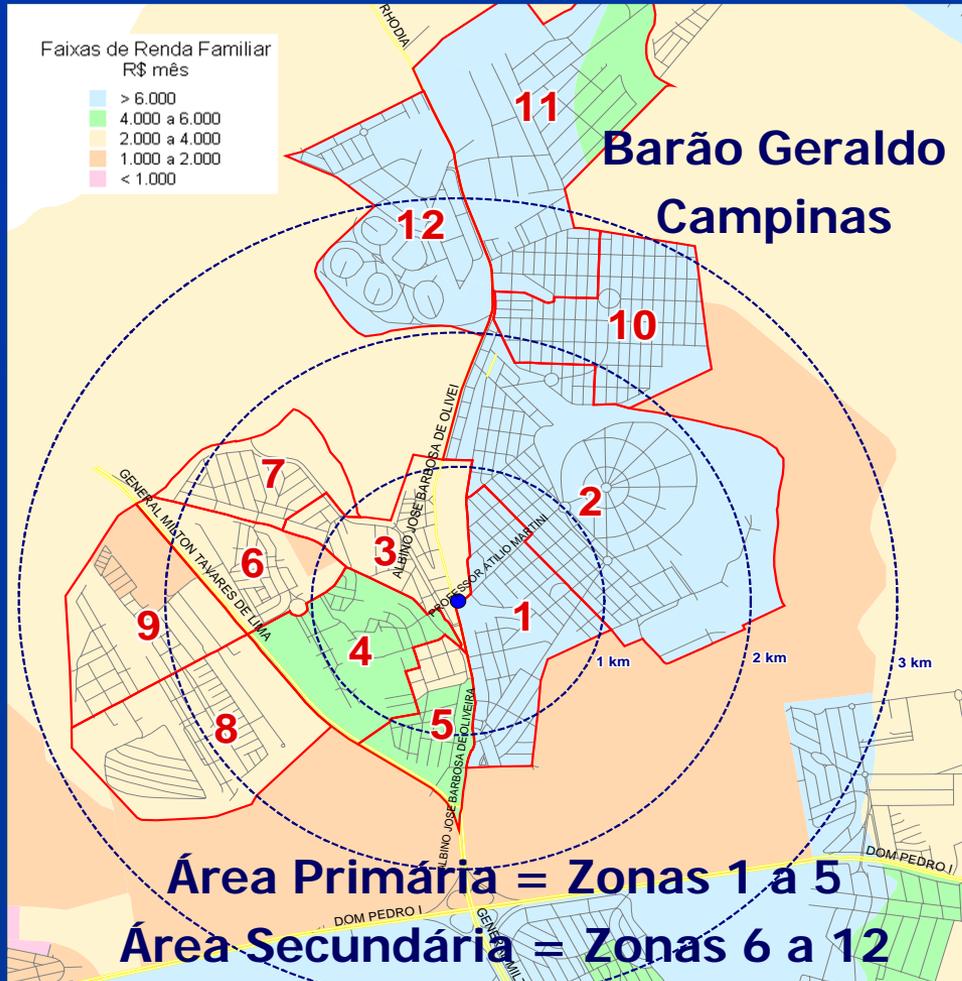
## Estudo de mercado

- Avaliação da **localização e atratividade** do ponto;
- Delimitação da **Área de Influência** do Centro Comercial;
- **Perfil sócio econômico** e **potencial de consumo** dos moradores da área de influência, segundo a pesquisa de orçamento familiar (POF - IBGE);
- Tamanho e qualificação da oferta **concorrente**;
- **Visibilidade e barreiras** comerciais, urbanas e geográficas;
- Dimensionamento da **Demanda** de Mercado (para consumo no varejo);
- Sugestão de **redimensionamento da ABL e Mix** do empreendimento;
- **Potencial** de faturamento após redimensionamento.



# CASE TILLI CENTER

## Área de influência



Área de Influência	Bolsão	Habitantes	Domicílios	Hab. por Domic.	Renda média Familiar R\$ mês	Volume Total de Renda R\$ mês
Primária	1	3.361	948	3,54	10.045	9.525.221
	2	3.140	867	3,62	12.380	10.738.474
	3	2.409	802	3,01	3.230	2.589.071
	4	2.779	842	3,30	4.710	3.965.796
	5	2.027	604	3,36	4.845	2.926.695
	total	13.717	4.063	3,38	7.320	29.745.258
Secundária	6	2.528	717	3,52	3.435	2.463.771
	7	2.916	839	3,48	3.080	2.582.672
	8	2.709	759	3,57	2.985	2.265.516
	9	4.275	1.159	3,69	2.540	2.944.228
	10	4.583	1.299	3,53	11.145	14.481.534
	11	3.381	990	3,42	7.455	7.379.220
	12	2.010	546	3,68	14.680	8.012.670
total	22.402	6.309	3,55	6.361	40.129.612	
Total: ano 2008		36.118	10.372	3,48	6.737	69.874.870
Total: ano 2010		37.015	10.667	3,47	7.713	82.274.263
Total: ano 2015		39.553	11.432	3,46	10.818	123.664.247

fonte: IBGE / POF

**Médias Domiciliares de Consumo em Varejo (Percentual de Gastos sobre a Renda)**

Área de Influência	Zona	Renda média familiar R\$ mês	Alimentação no domicílio	Artigos de limpeza	Higiene/ Cuidados Pessoais	Remédios	Alimentação fora do domicílio	Mobiliários e artigos do lar	Eletrodomésticos	Vestuário	Artigos diversos	Diversões e esportes	Serviços diversos	Total % sobre a Renda
Primária	1	10.045	5,3%	0,5%	1,2%	1,3%	3,1%	1,3%	1,1%	2,9%	1,4%	1,9%	1,1%	21,1%
	2	12.380	4,8%	0,5%	1,2%	1,3%	3,1%	1,3%	1,1%	2,9%	1,4%	1,9%	1,1%	20,6%
	3	3.230	10,0%	0,7%	2,0%	2,1%	4,9%	1,7%	2,1%	4,9%	1,8%	2,7%	1,6%	34,5%
	4	4.710	7,5%	0,6%	1,6%	1,9%	4,1%	1,6%	1,7%	4,1%	1,7%	2,7%	1,5%	29,0%
	5	4.845	7,4%	0,6%	1,6%	1,9%	4,1%	1,6%	1,7%	4,1%	1,7%	2,7%	1,5%	28,9%
	<b>total</b>	<b>7.320</b>	<b>6,0%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>3,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,2%</b>	<b>23,9%</b>
Secundária	6	3.435	9,6%	0,6%	2,0%	2,1%	4,9%	1,7%	2,1%	4,9%	1,8%	2,7%	1,5%	33,9%
	7	3.080	9,8%	0,7%	2,1%	2,2%	5,0%	1,8%	2,1%	5,0%	1,9%	2,8%	1,6%	35,0%
	8	2.985	10,0%	0,7%	2,1%	2,2%	5,0%	1,8%	2,1%	5,1%	1,9%	2,8%	1,6%	35,3%
	9	2.540	12,1%	0,8%	2,2%	2,4%	5,1%	1,9%	2,2%	5,6%	2,0%	2,9%	1,6%	38,8%
	10	11.145	5,0%	0,5%	1,2%	1,3%	3,1%	1,3%	1,1%	3,0%	1,4%	1,9%	1,1%	20,9%
	11	7.455	6,3%	0,6%	1,4%	1,6%	3,9%	1,5%	1,5%	3,7%	1,6%	2,3%	1,4%	25,8%
	12	14.680	4,7%	0,4%	1,1%	1,2%	3,0%	1,2%	1,0%	2,8%	1,3%	1,8%	1,0%	19,5%
<b>total</b>	<b>6.361</b>	<b>6,6%</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,6%</b>	<b>3,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,4%</b>	<b>3,6%</b>	<b>1,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>25,4%</b>	
<b>Total geral</b>		<b>6.737</b>	<b>6,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>3,6%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,4%</b>	<b>3,5%</b>	<b>1,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,2%</b>	<b>24,7%</b>

Fonte: IBGE - POF (Projeções para o ano 2008)

**Médias Domiciliares de Consumo em Varejo (R\$ mês)**

Área de Influência	Zona	Alimentação no domicílio	Artigos de limpeza	Higiene/ Cuidados Pessoais	Remédios	Alimentação fora do domicílio	Mobiliários e artigos do lar	Eletrodomésticos	Vestuário	Artigos diversos	Diversões e esportes	Serviços diversos	Média mensal
Primária	1	532	50	121	131	311	131	110	291	141	191	110	2.119
	2	594	62	149	161	384	161	136	359	173	235	136	2.550
	3	323	23	65	68	158	55	68	158	58	87	52	1.114
	4	353	28	75	89	193	75	80	193	80	127	71	1.366
	5	359	29	78	92	199	78	82	199	82	131	73	1.400
	<b>total</b>	<b>441</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>110</b>	<b>255</b>	<b>103</b>	<b>97</b>	<b>245</b>	<b>110</b>	<b>158</b>	<b>90</b>	<b>1.750</b>
Secundária	6	330	21	69	72	168	58	72	168	62	93	52	1.164
	7	302	22	65	68	154	55	65	154	59	86	49	1.078
	8	299	21	63	66	149	54	63	152	57	84	48	1.054
	9	307	20	56	61	130	48	56	142	51	74	41	986
	10	557	56	134	145	345	145	123	334	156	212	123	2.329
	11	470	45	104	119	291	112	112	276	119	171	104	1.923
	12	690	59	161	176	440	176	147	411	191	264	147	2.863
<b>total</b>	<b>418</b>	<b>35</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>236</b>	<b>92</b>	<b>90</b>	<b>232</b>	<b>103</b>	<b>146</b>	<b>84</b>	<b>1.613</b>	
<b>Total geral</b>		<b>427</b>	<b>37</b>	<b>95</b>	<b>104</b>	<b>244</b>	<b>96</b>	<b>93</b>	<b>237</b>	<b>103</b>	<b>146</b>	<b>84</b>	<b>1.666</b>

Fonte: IBGE - POF (Projeções para o ano 2008)

### Demanda Total para Consumo em Varejo (R\$ mil por mês)

Categorias	Área de Influência			
	Primária	Secundária	Total	% sobre total
Alimentação no domicílio	1.793	2.638	4.431	26%
Artigos de limpeza	161	221	382	2%
Higiene/ Cuidados Pessoais	405	581	986	6%
Remédios	449	632	1.080	6%
Alimentação fora do domicílio	1.038	1.490	2.528	15%
Mobiliários e artigos do lar	418	580	998	6%
Eletrodomésticos	394	568	963	6%
Vestuário	997	1.462	2.459	14%
Artigos diversos	447	620	1.068	6%
Diversões e esportes	641	877	1.518	9%
Serviços diversos	368	504	872	5%
<b>Demanda total mensal (R\$ mil)</b>	<b>7.111</b>	<b>10.174</b>	<b>17.285</b>	<b>100%</b>
% sobre total	41%	59%	100%	-

Fonte: IBGE - POF (Projeções para o ano 2008)

### Estimativa de Faturamento e Dimensionamento da ABL

Categorias	Estimativa faturamento R\$ mês mil			R\$ por m² ideal *	ABL Potencial (m²)
	Área de Influência	Fora da Área de Influência	Total mensal		
Remédios / Higiene Pessoal	164	16	180	1.200	150
Alimentação fora do domicílio	646	253	900	1.000	900
Móveis e artigos do lar	173	16	189	700	270
Eletrodomésticos	233	22	256	800	320
Vestuário	645	66	711	900	790
Artigos diversos	311	39	350	700	500
Diversões, Lazer, Esportes	158	32	190	500	380
Serviços diversos	224	21	245	500	490
<b>Total</b>	<b>2.553</b>	<b>467</b>	<b>3.021</b>	<b>672</b>	<b>3.800</b>

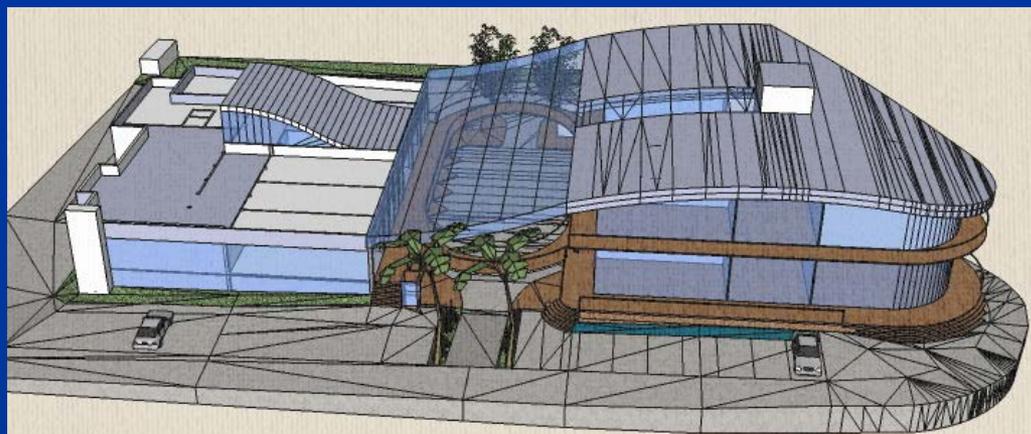
\* Indicadores baseados no histórico de desempenho dos melhores shoppings do país, segundo dados de estudos anteriores e informações da Abrasce

### Estimativa de Captação sobre a Demanda e Faturamento (R\$ mil mês)

Área de Influência	Zona	Remédios	Alimentação fora do domicílio	Mobiliários e artigos do lar	Eletrodomésticos	Vestuário	Artigos diversos	Diversões e esportes	Serviços diversos	Total mensal (R\$ mil)
Primária	1	22%	37%	25%	35%	38%	42%	15%	37%	21%
		27	109	31	37	105	56	27	39	431
	2	18%	30%	20%	29%	31%	34%	12%	30%	18%
		25	101	29	34	97	52	25	36	398
	3	20%	34%	23%	32%	35%	38%	14%	34%	19%
		11	43	10	17	44	18	10	14	166
	4	20%	34%	23%	32%	35%	38%	14%	34%	19%
		15	55	14	21	56	26	15	20	222
	5	20%	34%	23%	32%	35%	38%	14%	34%	19%
		11	40	11	16	41	19	11	15	164
	<b>total</b>	<b>20%</b>	<b>34%</b>	<b>23%</b>	<b>32%</b>	<b>34%</b>	<b>38%</b>	<b>14%</b>	<b>34%</b>	<b>19%</b>
	Secundária	6	16%	27%	18%	25%	28%	31%	11%	27%
8			32	8	13	33	14	7	10	126
7		15%	20%	13%	19%	20%	22%	8%	20%	11%
		9	25	6	10	26	11	6	8	101
8		11%	18%	12%	17%	18%	20%	7%	18%	10%
		5	20	5	8	21	9	5	7	80
9		10%	22%	15%	20%	22%	24%	9%	22%	11%
		7	32	8	13	36	14	7	10	129
10		12%	18%	12%	17%	18%	20%	7%	18%	11%
		23	81	23	27	80	41	20	29	323
11		10%	20%	13%	19%	20%	22%	8%	20%	12%
		12	57	15	21	55	26	14	20	220
12	11%	21%	14%	20%	22%	24%	9%	21%	12%	
	11	51	14	16	49	25	12	17	194	
<b>total</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>	<b>13%</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>	<b>23%</b>	<b>8%</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>	
<b>Total geral</b>	<b>15%</b>	<b>26%</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>10%</b>	<b>26%</b>	<b>15%</b>	
	<b>164</b>	<b>646</b>	<b>173</b>	<b>233</b>	<b>645</b>	<b>311</b>	<b>158</b>	<b>224</b>	<b>2.553</b>	

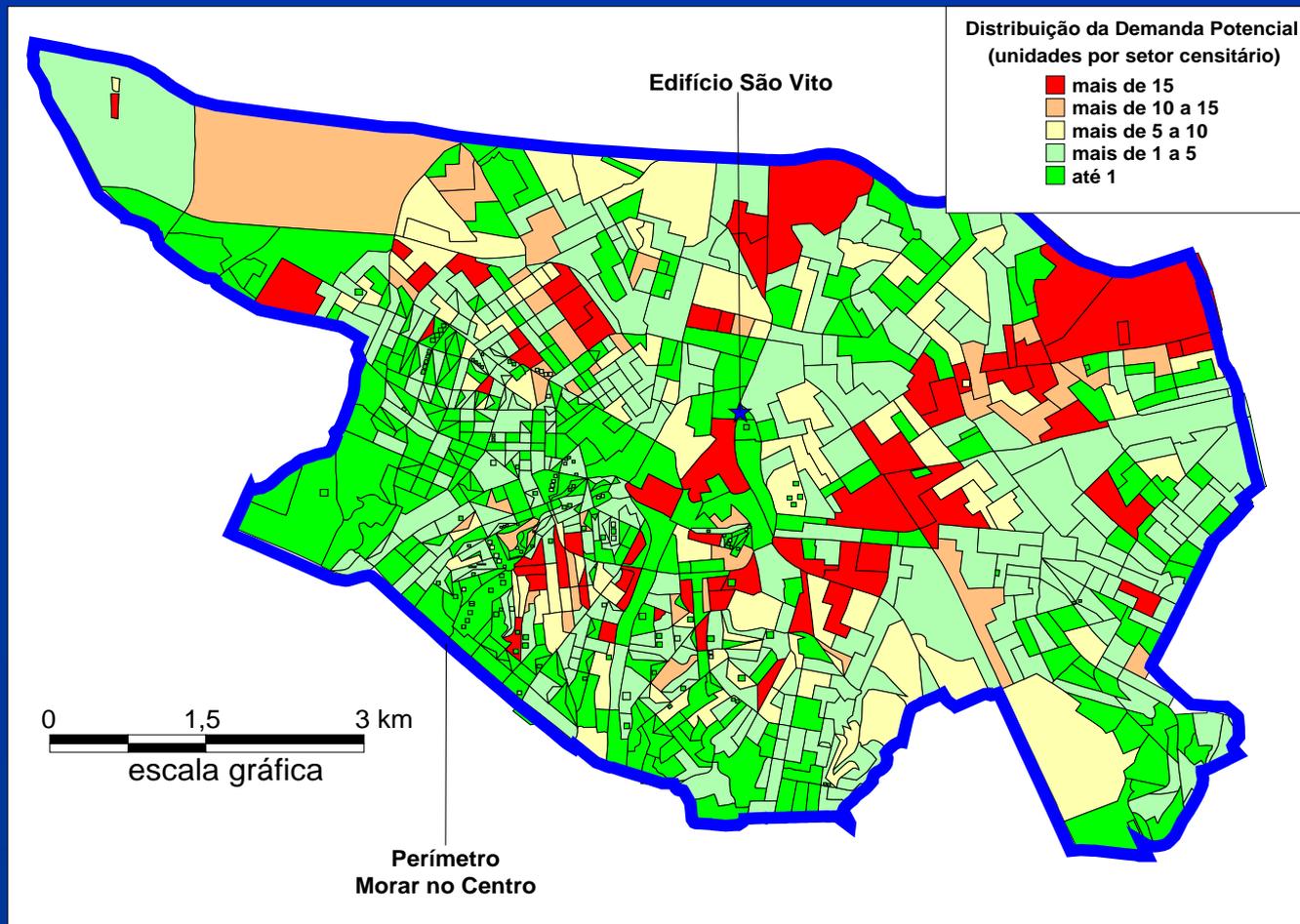
# Dimensionamento de ABL e Mix

Legenda	Categorias	Tipos de lojas sugeridas	n° de lojas	ABL (m <sup>2</sup> )	% ABL
	Alimentação	restaurantes, fast foods, café, doceria, sorveteria	06	709,51	27,78
	Artigos para Lar / Eletrodomésticos	eletrodomésticos, eletroeletrônicos, informática	02	124,70	4,88
	Vestuário / Calçados e Acessórios	roupas femininas, masculinas e infantis, moda jovem, roupas íntimas, calçados, bolsas, bijuterias	11	372,56	14,58
	Artigos Diversos	drogaria, perfumaria, telefonia, livraria, CDs/DVDs, ótica	06	216,69	7,84
	Lazer / Esportes	academia de ginástica e loja esportiva	02	200,20	8,48
	Serviços Diversos	foto-revelação, chaveiro, lavanderia, consertos diversos, sapataria express, cabelereiro, correio, copiadora, lotérica, bancos/caixa eletrônico, etc.	07	286,88	11,24
	Escritórios	consultório médico, estética, advocacia, arquitetura	10	643,94	25,20
	<b>TOTAL</b>		<b>44</b>	<b>2.554,48</b>	<b>100</b>



# Reforma Ed. São Vito

## Cenários de Distribuição da Demanda no Perímetro do MORAR NO CENTRO



# Reforma Ed. São Vito

## Características Demográficas no Perímetro MORAR NO CENTRO

### DISTRIBUIÇÃO DE MORADORES POR FAIXA ETÁRIA

Faixa etária	Município de São Paulo	Perímetro Morar no Centro
até 59 anos	91%	84%
60 anos ou mais	9%	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: IBGE - Censo 2000

### DISTRIBUIÇÃO DOS DOMICÍLIOS POR FAIXA DE RENDA FAMILIAR ESTIMADA

Renda Familiar Estimada (sal. Mín.)	Município de São Paulo	Perímetro Morar no Centro
até 2	17%	9%
mais de 2 a 4	11%	5%
mais de 4 a 6	12%	7%
<b>SUBTOTAL ATÉ 6</b>	<b>40%</b>	<b>21%</b>
mais de 6	60%	79%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: IBGE - Censo 2000

### DISTRIBUIÇÃO DE DOMICÍLIOS COLETIVOS E PARTICULARES

	Município de São Paulo	Perímetro Morar no Centro
Particulares	99%	95%
Coletivos	1%	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: IBGE - Censo 2000

### DISTRIBUIÇÃO DOS DOMICÍLIOS POR NÚMERO DE MORADORES

Moradores por domicílio	Município de São Paulo	Perímetro Morar no Centro
1 ou 2	31%	53%
3 ou 4	46%	35%
5 ou mais	23%	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: IBGE - Censo 2000

# Cenários de Distribuição da Demanda x Oferta São Vito (571 unidades/2 condomínios)

		Tamanho do Núcleo (moradores)			TOTAL	
		1 ou 2	3 ou 4	5 ou mais		
Renda Familiar (Reais)	Área da Unidade (m2)	até 30	mais de 30 a 40	mais de 40		
	Valor da Unidade (mil Reais)					
até 600	até 20	875	740	325	1.941	
mais de 600 a 1.200	mais de 20 a 40	557	494	234	1.285	
mais de 1.200 a 1.800	mais de 40 a 60	693	562	249	1.505	
<b>TOTAL</b> (renda familiar até R\$1.800 e valor da unidade até R\$60 mil)		<b>demanda</b>	<b>2.126</b>	<b>1.797</b>	<b>808</b>	<b>4.730</b>
		<b>unidades previstas</b>	<b>467</b>	<b>104</b>	<b>0</b>	<b>571</b>
		<b>atendimento (%)</b>	<b>22%</b>	<b>6%</b>	<b>0%</b>	<b>12%</b>



- **Identificação de demandas não exploradas anteriormente:**
- **Central Parque – Mooca / SP**
- **Cores da Lapa - RJ**



# Empreendimento imobiliário – Mooca



## Fato

- A Cyrela Brazil Realty, a MAC, a Lúcio Engenharia e a Big City tinham como objetivo lançar o maior empreendimento da história da Mooca;
- 9 torres em um terreno de mais de 47.400m<sup>2</sup> com um parque central privativo de 15.000 m<sup>2</sup> e mais de 50 itens de lazer;
- Total de unidades: 564;
- Região Fabril;
- Preço: 15% acima dos lançamentos da região;



## Resultado

**100% das unidades  
vendidas  
em 10 dias!!!!**



# Empreendimento imobiliário – Lapa RJ



coresdalapa

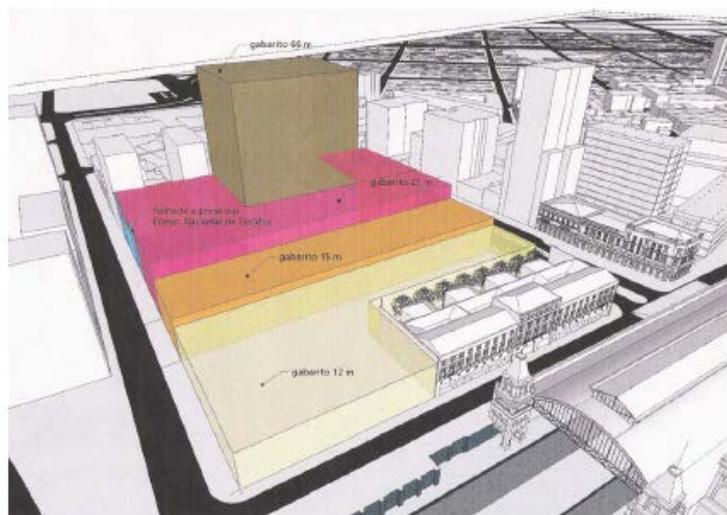
**688 unidades**

vendidas em uma hora e  
meia!

**Eugenio**  
IMOBILIAR

# Análise vocacional – imóvel do Metrô - Luz

## Limitações Legais e Volumetria Preliminar



## Resultados do Estudo de Volumetria e Limites Legais

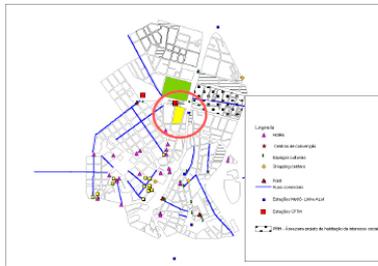
### 1. Coeficientes De Aproveitamento e Áreas Construídas Previstas

QUADRO RESUMO DE APROVEITAMENTO		
DESCRIÇÃO	ÁREAS (m²)	OBSERVAÇÕES:
TERRENO REMEMBRADO	13.998,40	Inclui área da estação de Metrô existente.
HOTEL	C.A. <sub>usu</sub> = 6 83.990,40	Áreas máximas computáveis, conforme O.U. Centro.
SERVIÇOS DO HOTEL	C.A. <sub>usu</sub> = 2 27.996,80	
ESTACIONAMENTO DO HOTEL	C.A. <sub>usu</sub> = 4 55.993,60	
CENTRO COMERCIAL	C.A. <sub>usu</sub> = 1,0 13.998,40	Livre de contrapartida
	C.A. <sub>usu</sub> = 2,5 34.996,00	Acima de 1,0, por pagamento de contrapartida pela A.C.A./OU Centro
VOLUME HORIZONTAL MÁXIMO	Gabarito = 12 m 8.696,00	2 pavimentos
	Gabarito = 15 m 7.266,00	3 pavimentos
	Gabarito = 21 m 23.910,00	5 pavimentos
	TOTAL 39.872,00	
VOLUME VERTICAL MÁXIMO	Gabarito = 45 m 24.366,00	10 pavimentos acima do V. Horizontal

# Análise vocacional – imóvel do Metrô - Luz

## OBJETIVO

- Estudar o melhor uso para área a ser desapropriada pela Companhia do Metrô, em quadra formada pelas ruas Mauá, Brigadeiro Tobias, Washington Luís e Av. Cásper Líbero, em frente à Estação da Luz ferroviária.

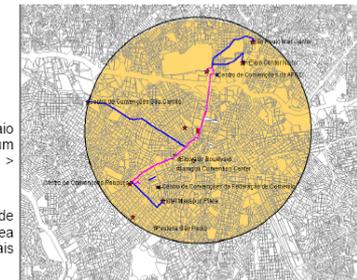


## CENTRO DE EVENTOS

### 1. DEMANDA

#### 1.1 Área de Mercado

- Determinação empírica: "Raio de Influência", limitado por um percurso "tempo-distância" > regra empírica.
- Tempo considerado: tempo de viagem de carro entre a área de projeto e os principais concorrentes.
- Áreas urbanas: percursos de 5min e 10min.
- Velocidade 40 km/h.

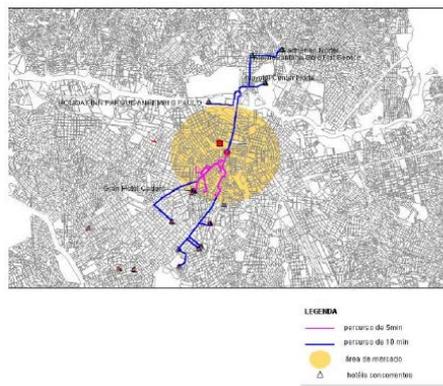


## HOTELARIA

### 1.DEMANDA

#### 1.1 Área de Mercado

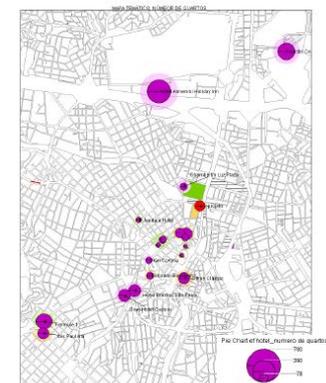
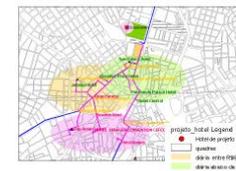
Determinação através análise de pólos de atração de visitantes para o local e sua potencialidade no interior de um perímetro empírico



## HOTELARIA

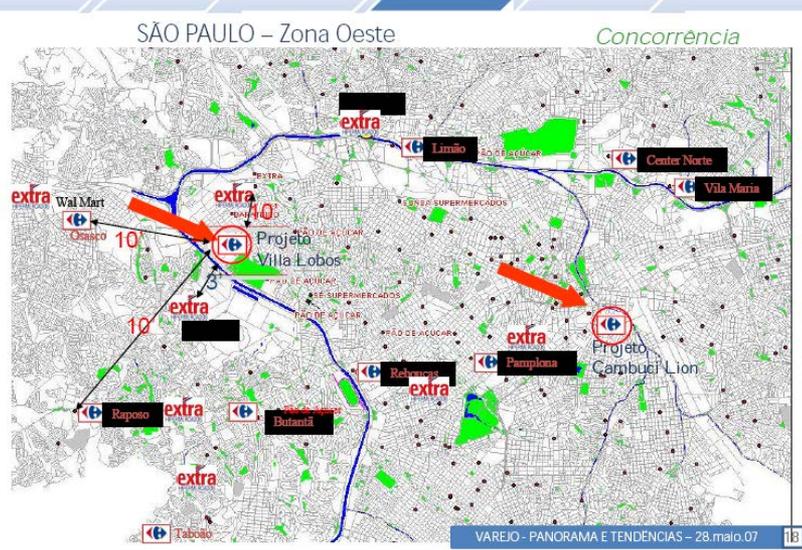
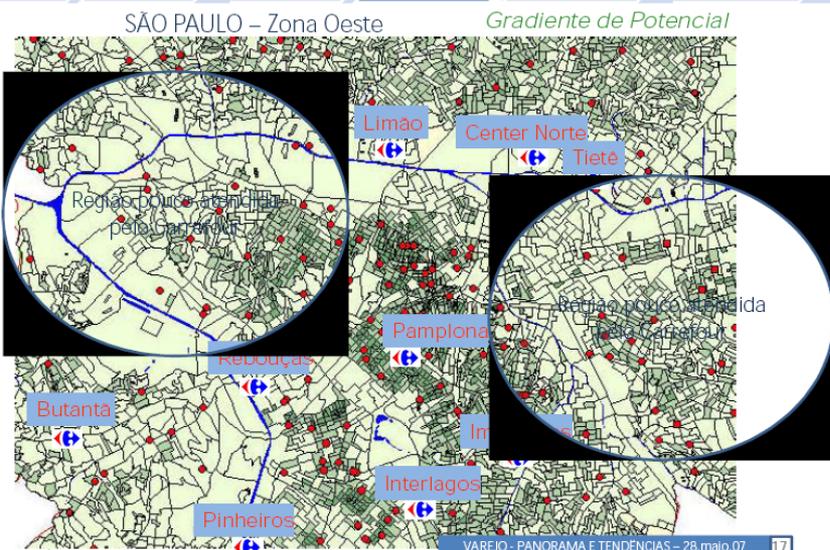
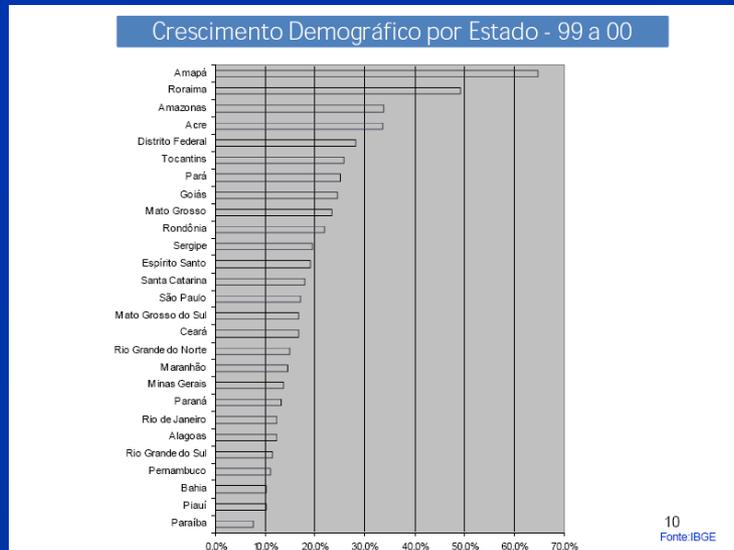
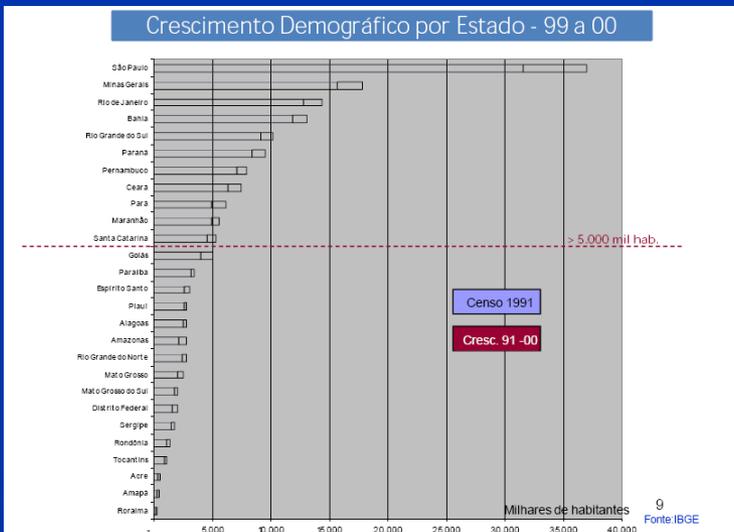
### 2. OFERTA

- Concentração significativa de hotéis de categorias diversificadas, porém geograficamente agrupadas entre si.

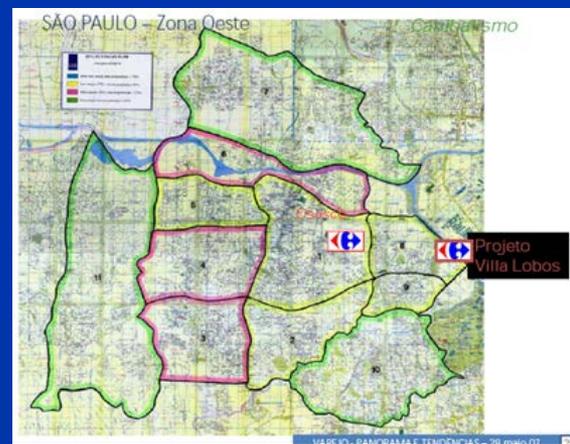
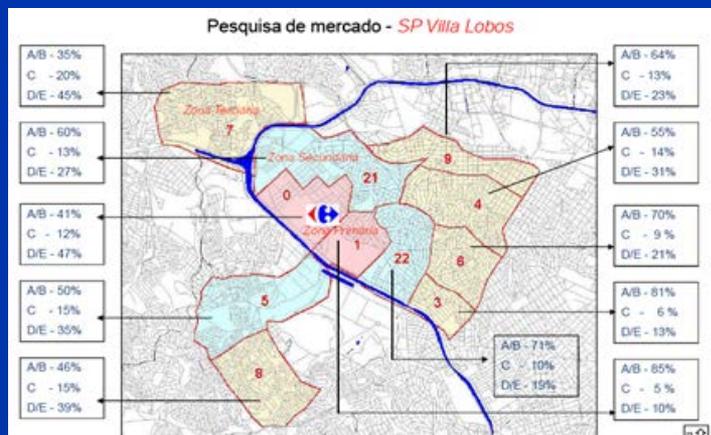




# Planejamento de expansão da rede Carrefour



# Planejamento de expansão da rede Carrefour



## Estudo de Zonas - SP Villa Lobos

Zona	Município / District / Bairro	Mensages residents	Taux de penetration	Mensages clients	Classe Social %			Freq. venue Heb.	Panier moyen en R\$.	C.A. hebdo en R\$	
					A/B	C	D/E				
<b>Zona Primária</b>											
P (0)	Vila Leopoldina, CEAGESP	2.497	100%	2.497	41%	12%	47%	1,20	42	125.848,80	
1	Alto De Pinheiros, Boacava	1.972	82%	1.617	1.024	300	1.174	1,05	50	84.894,80	
					85%	5%	10%				
<b>Zona Secundária</b>											
21	Vila Leopoldina, Vila Hamburguesa	8.268	65%	5.374	60%	13%	27%	0,90	55	266.022,90	
					3.225	699	1.451				
22	Alto De Pinheiros, Jardim California	5.972	60%	3.583	71%	10%	19%	0,72	62	159.954,05	
					2.544	358	681				
5	Jaguará	10.186	35%	3.565	50%	15%	35%	0,53	40	75.580,12	
					1.783	536	1.248				
					12.523	60%	13%	27%			
					7.551	1.592	3.380				
<b>Zona Terciária</b>											
3	Alto De Pinheiros, Praça Panamericana, Braga	1.527	42%	641	81%	6%	13%	0,64	64	26.269,29	
					519	38	83				
4	Lapa, Vila Argentina, Ipojuca, Siciliano	16.953	33%	5.594	55%	14%	31%	0,54	68	205.429,67	
					3.077	783	1.734				
6	Alto De Pinheiros, Boa Vista, V. Nogueira	9.426	20%	1.885	70%	9%	21%	0,41	72	55.651,10	
					1.320	170	396				
7	Vila Jaguara, Vila Dos Remedios	6.853	18%	1.234	35%	20%	45%	0,37	39	17.799,98	
					432	247	555				
8	Rio Pequeno, Vila Butanta	15.640	15%	2.346	46%	15%	39%	0,34	40	31.905,60	
					1.079	352	915				
9	Lapa, Vila Romana	9.479	12%	1.137	64%	13%	23%	0,32	75	27.299,52	
					728	148	262				
					12.838	56%	14%	31%			
					7.155	1.738	3.945				
<b>Total Zone d attraction</b>		<b>88.773</b>	<b>33%</b>	<b>29.475</b>	<b>58%</b>	<b>13%</b>	<b>29%</b>	<b>0,67</b>	<b>54</b>	<b>1.076.655,63</b>	
					35%						
								579.737,66			
								1.656.393,28			
								91.101.630,52			

# Estrutura da apresentação

- Conceito de Projeto
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Mercadabilização
- Exemplos
- ▶ **▪ Conclusão**
- Bibliografia



# Estudos de Mercado

## Tipos de pesquisas

### Qualitativas

- Focus groups
- Entrevistas em profundidade



### Quantitativas

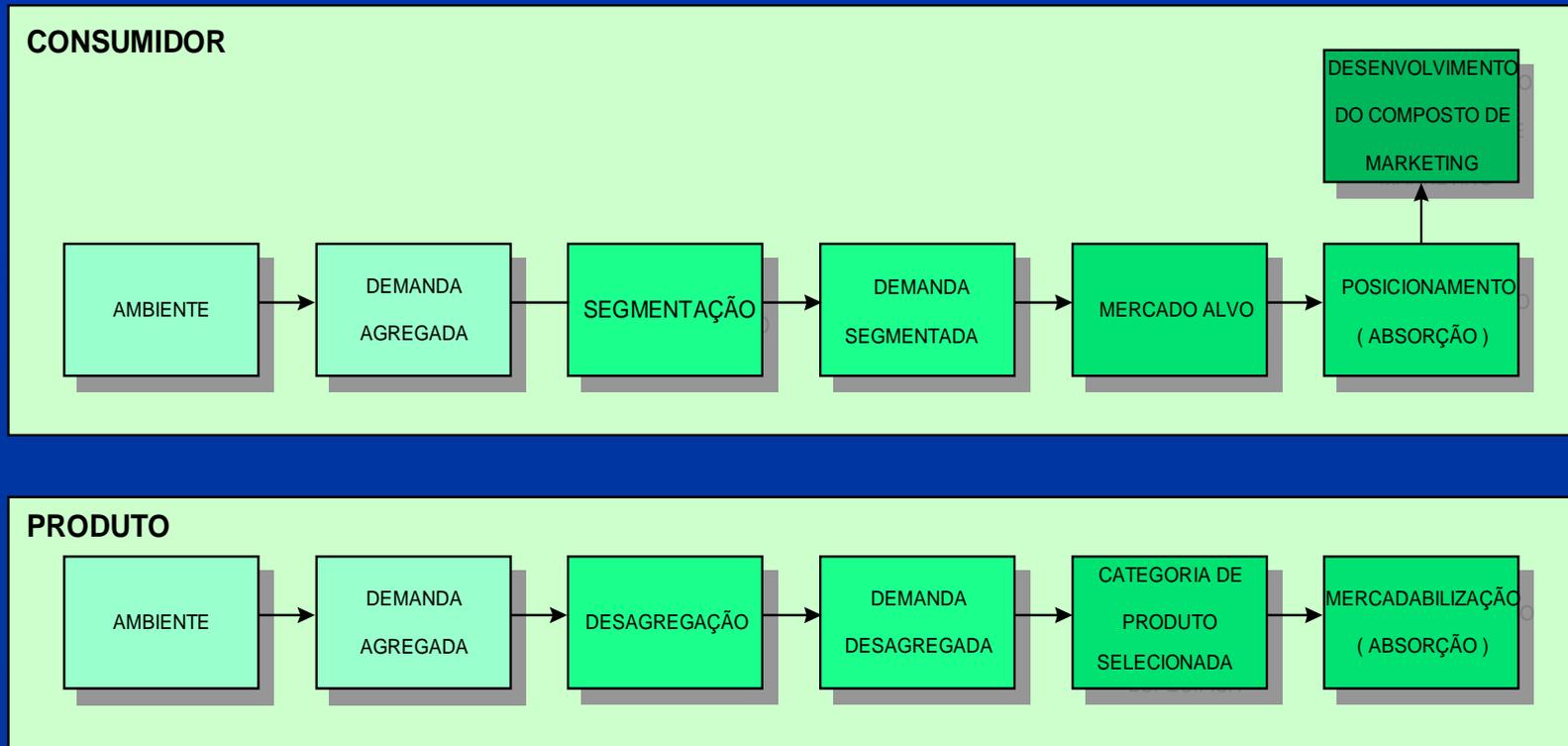
- Entrevistas
- Dados secundários
- Campo



### Fornecedores

Embraesp, Zarif, Itcon, Toledo, Interscience, Sandro Pincherle, Linconl, Gismarket, Urban Science, Geografia de Mercado, grandes imobiliárias.

# Marketing X Análise de Mercado Imobiliário



Metodologias de análise de mercado com foco no consumidor ou no produto

# O Preço da Terra é Forte Limitador Para a Adoção de Uma Orientação Para o Consumidor Mais Ampla

- Oportunidade de compra do terreno é o passo estruturante do processo.
- Custos de construção: padrão tecnológico e de acabamento.
- Diferença de preço final: custo do terreno.
- Preço é decisivo para desempenho.



# Estrutura da apresentação

- Conceito de Projeto
- Análise de Mercado Imobiliário - AMI
- Estudo do Ambiente
- Estudo de Oferta e Demanda
- Mercadabilização
- Exemplos
- Conclusão
- ▶ **▪ Bibliografia**



# BIBLIOGRAFIA 1

Barbon, Ângela L. Mobilidade residencial intra-urbana em grandes centros: Região Metropolitana de São Paulo; Dissertação de Mestrado apresentada à Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2003.

\_\_\_\_\_. Mobilidade residencial intra-urbana em grandes centros: Região metropolitana de São Paulo. Campinas: PUC-Campinas, 2001 (Relatório de qualificação no Mestrado em Urbanismo). CARN, Neil et al. Real estate market analysis: techniques and application. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1988.

**CARN, Neil; RABIANSK, Joseph; RACSTER, Ronald; SELDIN, Maury. Real estate market analysis: techniques and application.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1988.

CLAPP, John M.; Handbook for Real Estate Market Analysis; Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 1987. DOWNS, Anthony. Characteristics of various economic studies. The Appraisal Journal; July 1966.

EMBRAESP. Informativo imobiliário – caderno residencial. São Paulo, Jan 1994 - Out 1999.

ENGEL, James F. et al. Consumer behavior. The, 7th ed. Fort Worth , Orlando: Dryden Press, 1993.

GRAASKAMP, James A, Fundamentals of Real Estate Development, Washington D.C. ,Urban Land Institute, 1961.

MALIZIA, Emil E., HOWARTH, Robin A . Clarifying the structure and advancing the practice of real estate market analysis. Appraisal Journal, vol. 63; n. 1; Jan. 1995.

MATTAR, Fauze N. Pesquisa de marketing. 2 vol., São Paulo: Atlas, 1994. 2 v.



## BIBLIOGRAFIA 2

**MEYER, João F. e Haddad, Emílio. Adoção de métodos de análise de mercado imobiliário nas decisões de projeto de incorporações residenciais: parte 1 – métodos e critérios de classificação dos incorporadores.** In 2nd International Conference on Real Estate – Lares – Latin American Real Estate Society – São Paulo, 28 de setembro de 2001, CDRom.

\_\_\_\_\_ **e Haddad, Emílio. Adoção de métodos de análise de mercado imobiliário nas decisões de projeto de incorporações residenciais: parte 2 – Estudo de caso dos incorporadores no bairro de Pinheiros no período 1.994-1.999.** III Seminário Internacional de Real Estate 2.002 – Lares – Latin American Real Estate Society – São Paulo, 21 de novembro de 2002. Paper.

\_\_\_\_\_ e Haddad, Emílio. Condições Habitacionais e distribuição de renda: evidências no caso de São Paulo. VII Seminário Internacional da LARES, 25 a 26 de outubro de 2007, São Paulo, CDRom.

\_\_\_\_\_ e Haddad, Emílio. Housing conditions and income distribution: evidences from São Paulo, Brazil. The World Bank, Washington, DC, May 14 to 16, 2007 (disponível em: <http://www.worldbank.org/urban/symposium2007/papers/haddad.pdf>)

\_\_\_\_\_ Demanda residencial e ondas demográficas no Brasil. In VI Seminário Internacional da LARES – São Paulo, 16 e 17 de Novembro de 2006. CDRom.

\_\_\_\_\_ e Haddad, Emílio. Motivação de escolha residencial na percepção dos empreendedores. In VI Seminário Internacional da LARES: Mercado Imobiliário e sua responsabilidade no processo de desenvolvimento urbano – São Paulo, 26 e 27 de Agosto de 2004, CDRom.



## BIBLIOGRAFIA 3

**MEYER, João F. Demanda residencial – adequação da análise de mercado imobiliário – o caso de São Paulo.** FAUUSP, São Paulo, tese de doutorado, 2008.

\_\_\_\_\_ e HADDAD, Emílio. Housing conditions and income distribution: evidences from São Paulo, Brazil. In: Urban Land Use and Land Markets.1 ed., New York : Springer / World Bank, 2009.

MYERS, Dowell, MITCHELL, Phillip S. Identifying a well-founded market analysis. *The Appraisal Journal*, Oct. 1993.

Nelson, Theron R. & Rabianski, Joseph. Consumer preferences in housing market analysis: an application of multidimensional scaling techniques. *AREUEA Journal*, vol. 16, nº 2, 1988.

Prefeitura de Santo André, Plano Municipal de Habitação. Santo Andre, 2006, impresso e cd.

**Schmitz, Adrienne & Brett, Deborah. Real estate market analysis: a case study approach.** Washington, D.C.: ULI – Urban Land Institute, 2001.



## Sites Úteis

Emplasa. Indicadores Metropolitanos – Região metropolitana de São Paulo. São Paulo. Emplasa, 2007. Disponível em:

<http://www.emplasa.sp.gov.br/portalemplasa/EncontrosMetropolitanos/IME/População.pdf>

Fundação SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise De Dados. Disponível em [www.cdhu.sp.gov.br](http://www.cdhu.sp.gov.br)

Prefeitura do Município de São Paulo – SEMPLA. Histórico Demográfico do Município de São Paulo. Consultado em 14 de fevereiro de 2008. Disponível em:

<http://sempla.prefeitura.sp.gov.br/historico/introducao.php>

