

ENCONTRO DE  
**DIRETORES  
& GESTORES**  
DA CONSTRUÇÃO 2016

# Desafios e oportunidades no **mercado de habitação econômica** e no **programa MCMV**

**RICARDO RIBEIRO VALADARES GONTIJO**

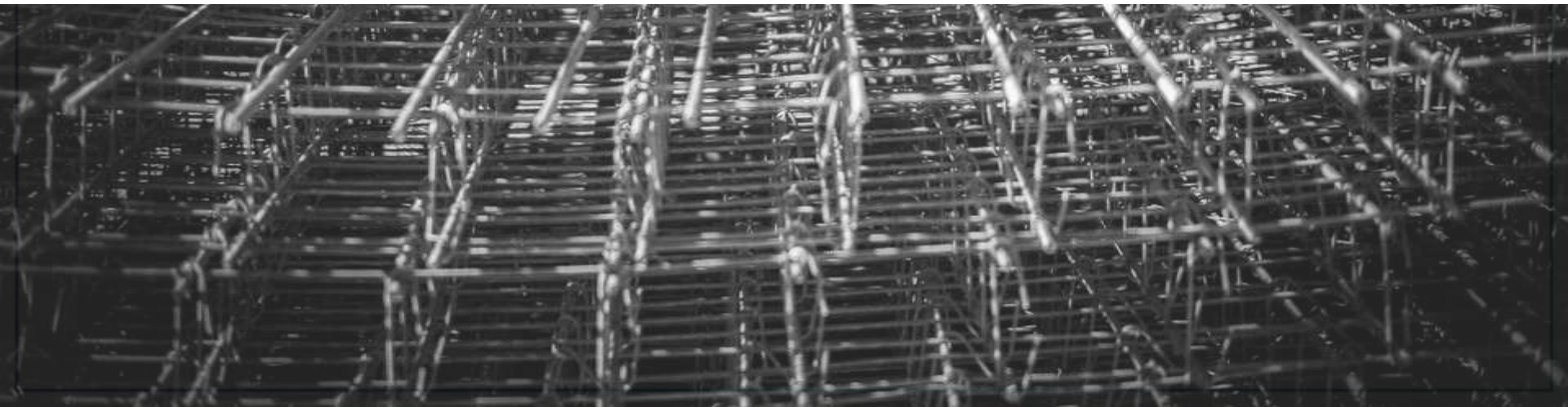
 **DIRECIONAL**

 EnRedes



## O segmento de habitação popular possui fundamentos sólidos baseados em 4 pilares...

- ✓ *Pilar 1: Déficit habitacional*
- ✓ *Pilar 2: Crédito ao Comprador – Programa MCMV*
- ✓ *Pilar 3: Demografia*
- ✓ *Pilar 4: Aumento da Renda*

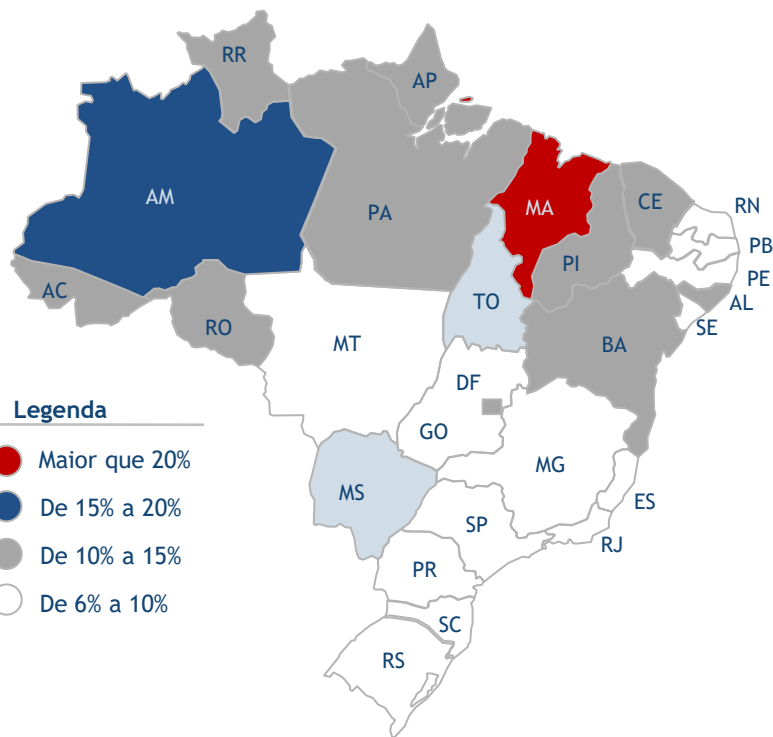


# Pilar 1: Déficit habitacional.

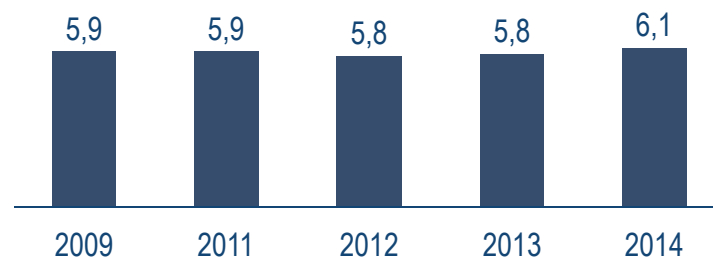
## O déficit habitacional no Brasil ainda é grande.

- ✓ Cerca de 6,1 milhões de unidades, mesmo após o grande crescimento do setor imobiliário e os programas governamentais de habitação.
- ✓ Concentração do déficit em estados das regiões Sudeste e Nordeste do Brasil.

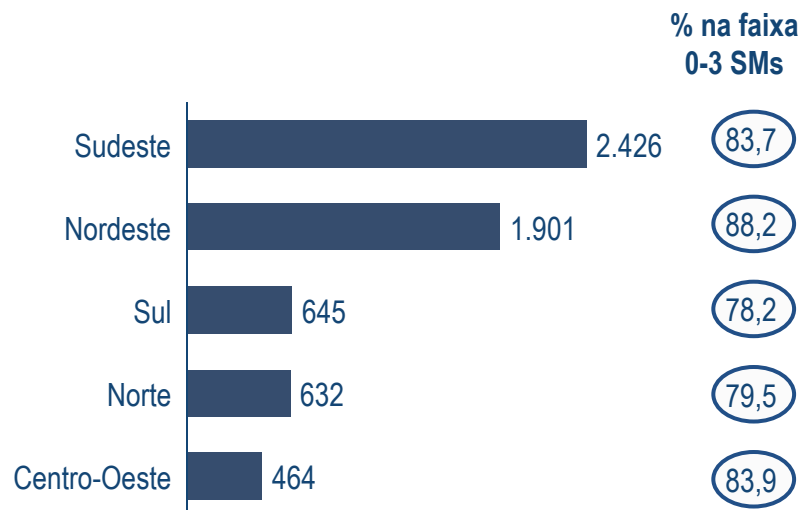
Déficit Habitacional em relação ao total de domicílios (%)



Evolução do Déficit Habitacional (milhões e unidades)



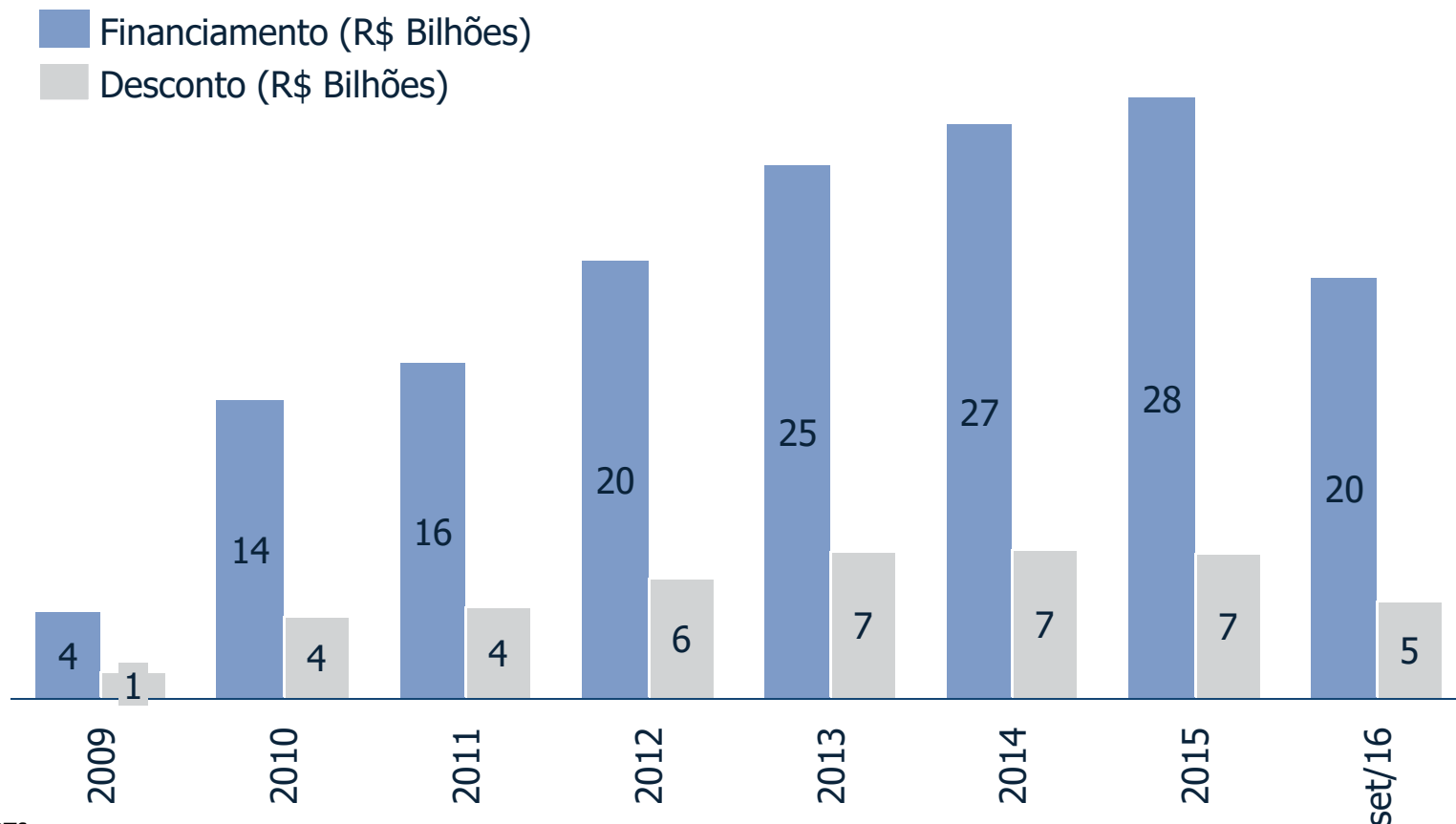
Déficit consolidado por Região (%)



## Pilar 2: O Programa MCMV foi o grande responsável pelo “ressurgimento” do mercado de habitação popular no Brasil.

✓ Lançado em 2009, com dinâmica robusta de *funding*, subsídios e oferta de crédito com custo reduzido para aquisição do imóvel, o MCMV impulsionou o mercado de habitação popular.

### Financiamento e descontos concedidos no âmbito do Programa MCMV<sup>1</sup>

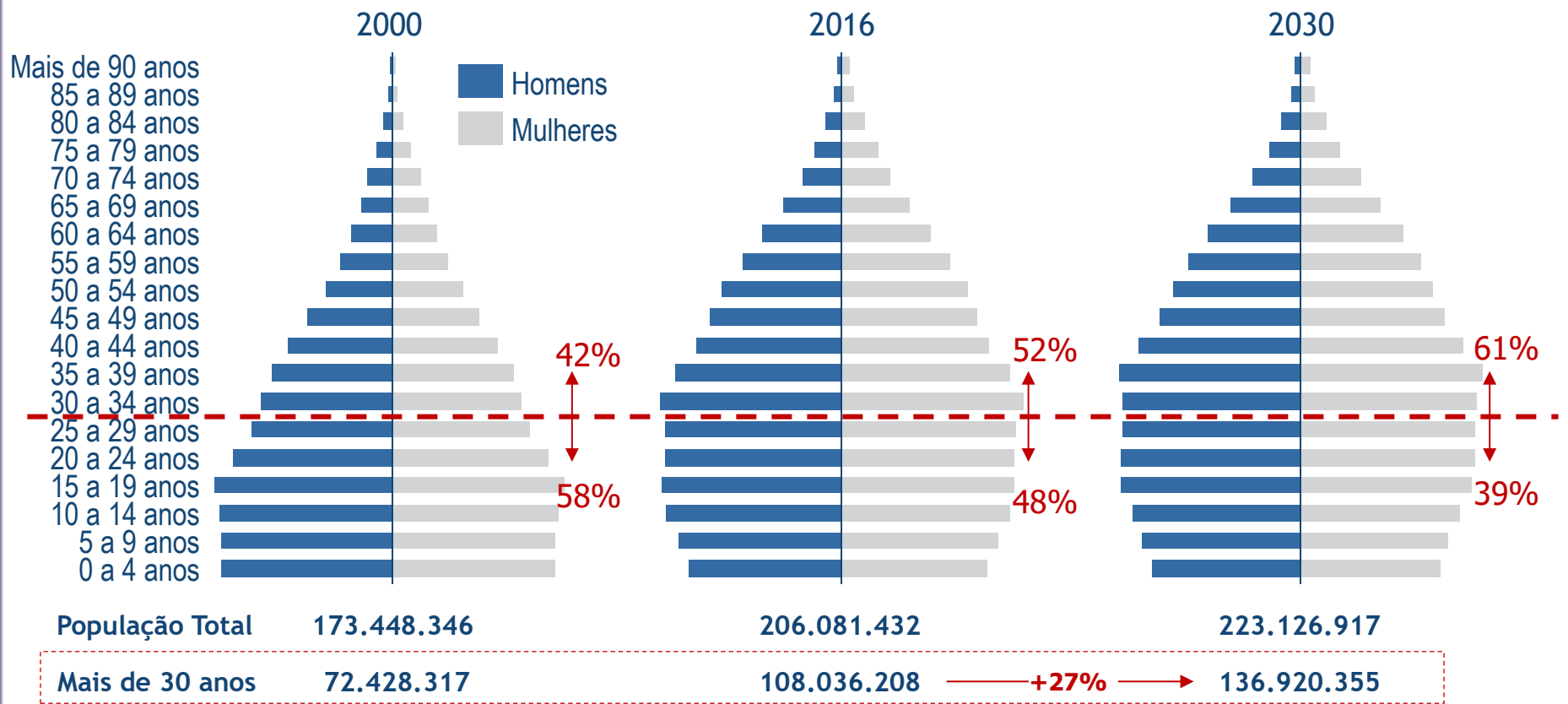


Fonte: FGTS

1 - Referente aos desembolsos com os programas: (i) PNHU - Programa Nacional de Habitação Urbana; e (ii) PNHR - Programa Nacional de Habitação Rural



# Pilar 3: Demografia – O “Bônus Demográfico” aumentará a demanda por habitação.



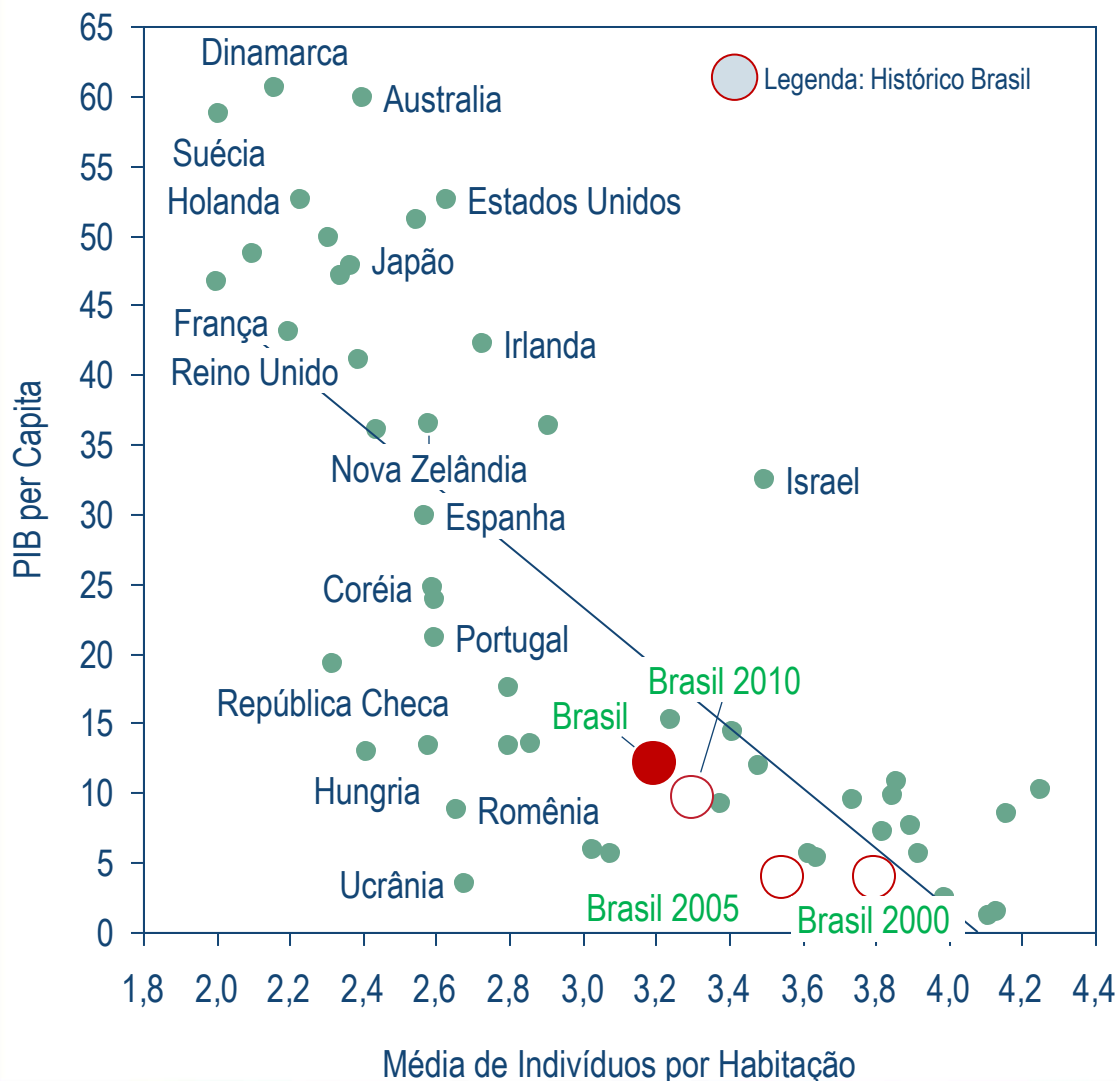
✓ O bônus demográfico é um dos principais pilares do setor imobiliário no Brasil, o envelhecimento da população aumentará a demanda por imóveis.

✓ Entre 2016 e 2030, a população com idade superior a 30 anos aumentará em aproximadamente 29 milhões de habitantes, crescimento de 27%.

# Pilar 3: Aumento da Renda

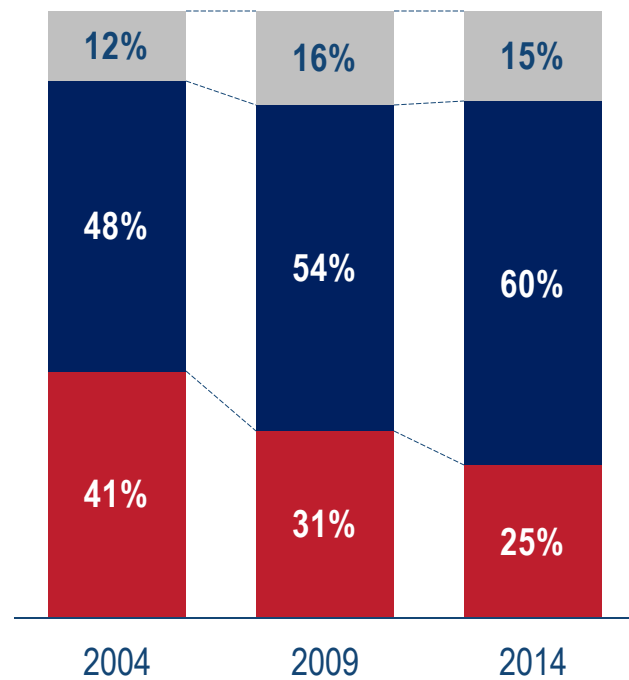
## Relação entre aumento da renda e demanda por casas...

✓ Quanto maior a renda per capita, menor o número de habitantes por habitação...



✓ E no Brasil, a renda das famílias cresceu bastante nos últimos anos...

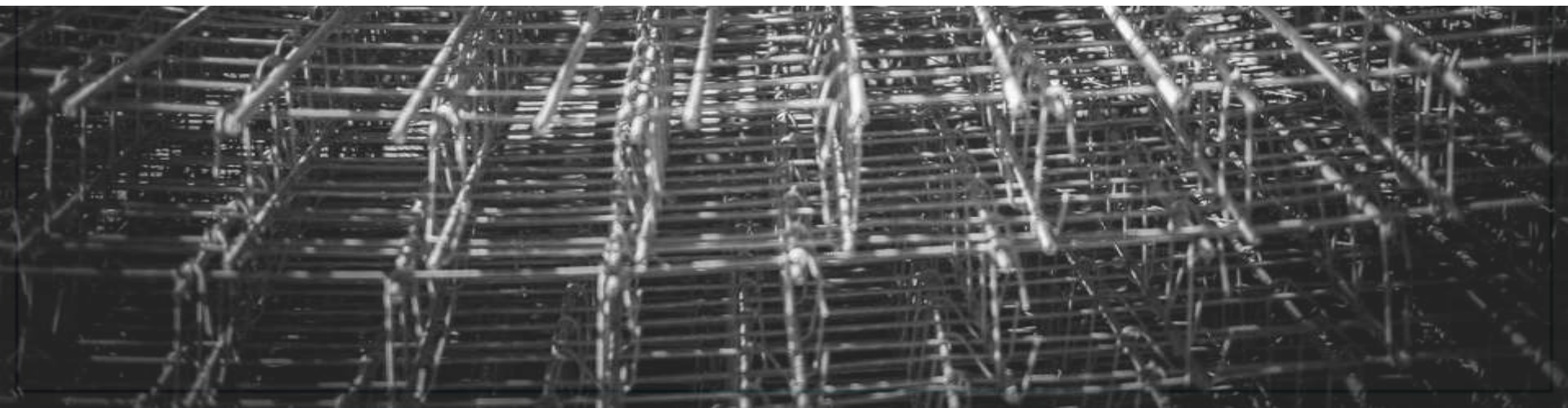
Classes A e B (cinza) Classe C (azul escuro) Classes D e E (vermelho)





## Os desafios do segmento de habitação popular

- ✓ *Teto de Preço*
- ✓ *Custo de produção*
- ✓ *Necessidade de padronização dos processos e Industrialização do método construtivo*
- ✓ *Perfil de crédito do cliente*
- ✓ *Alterações no Programa MCMV*



## O “Teto de Preço” é um dos principais parâmetros do programa MCMV...

✓ Seguindo recorte territorial, o preço de comercialização do imóvel não pode ultrapassar o valor teto definido pelo programa.

Preço Teto do Programa MCMV	DF, RJ e SP	Sul, ES e MG	Centro-Oeste	Norte e Nordeste
Metrópoles IBGE	225.000	200.000	180.000	180.000
RM de Capitais, Campinas, Baixada Santista e RIDE c/ população > 100k Capitais regionais, c/ população > 250k	215.000	180.000	170.000	170.000
Municípios com população > 250k; RM de Capitais, Campinas, Baixada Santista e RIDE c/ população < 100k; e Capitais regionais, c/ população < 250k	170.000	160.000	155.000	150.000
Municípios com população > 50k e < 250k	135.000	130.000	125.000	120.000
Municípios com população > 20k e < 50k	105.000	100.000	100.000	95.000
Demais municípios	90.000	90.000	90.000	90.000



## Considerando o preço teto de venda, o custo de produção passa a ser um dos principais desafios para operar o programa... (2/2)

- ✓ **Terreno:** a aquisição do terreno é o primeiro desafio, devendo atender algumas premissa:
  - ✓ Baixo custo de aquisição em relação ao valor total de vendas do projeto
  - ✓ Infraestrutura completa (regra do programa)
  - ✓ Maior capacidade de adensamento
  - ✓ Reduzido custos de fundação
  - ✓ Capacidade de giro rápido
  
- ✓ **Construção:** no segmento econômico o custo de construção apresenta maior relevância em relação ao preço de venda, aumentando a complexidade e os riscos do negócio:
  - ✓ Maior precisão dos orçamentos
  - ✓ Produção padronizada e industrializada
  - ✓ Maior velocidade de obras



# A industrialização do processo construtivo é fundamental para viabilizar a construção de habitação econômica

Formas de Alumínio e Paredes de Concreto



45 dias para a construção de dois prédio de 5 andares e 4 apartamentos por andar

Video:

## Perfil de Crédito do Clientes: outro grande desafio do segmento econômico é a “comercialização do crédito imobiliário”

- ✓ Um dos papéis da Incorporadora que opera no segmento de habitação econômica é suportar os clientes na contratação do financiamento habitacional
- ✓ O cruzamento dos parâmetros de financiamento dos bancos com o perfil de crédito do cliente do segmento econômico é um enorme desafio
  - ✓ Os clientes possuem baixo saldo poupança
  - ✓ Restrições de crédito
  - ✓ Alto comprometimento da renda com outras dívidas de consumo
  - ✓ Dificuldade de comprovação de renda
  - ✓ Renda Informal
  - ✓ Tabela PRICE: financiamento máximo de 80% do valor do imóvel
- ✓ Em momentos de crise os bancos se tornam mais restritivos, principalmente, no segmento econômico em que as famílias apresentam maior fragilidade financeira.



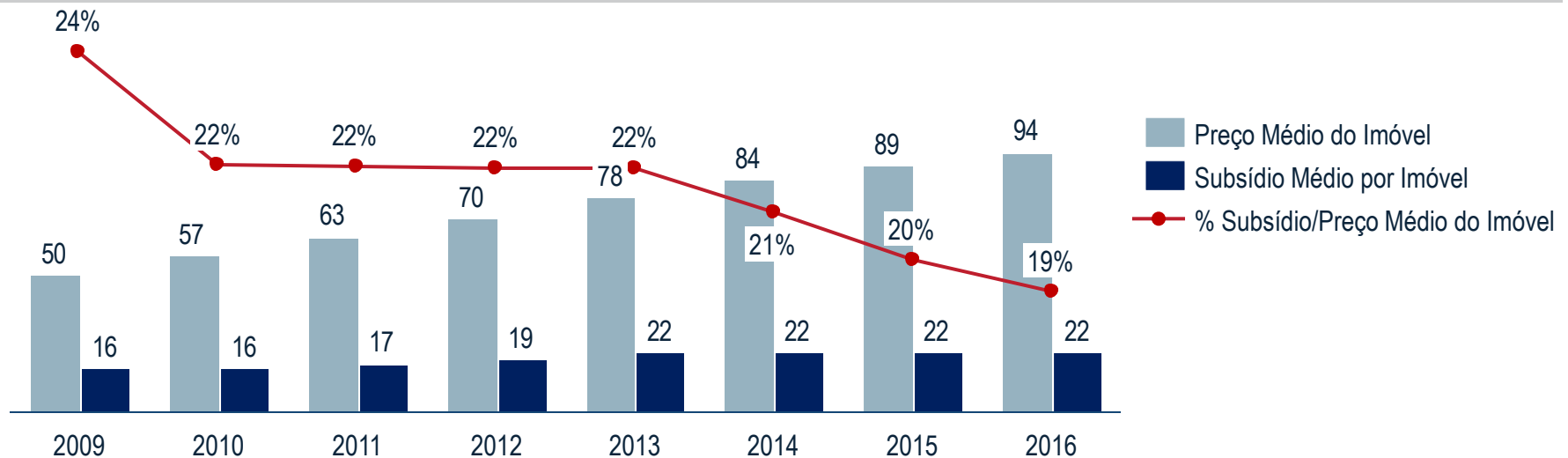
# Algumas alterações nas regras do MCMV reduziram a capacidade de compra do consumidor.

Faixa de Renda		Taxa de Juros	
Inferior	Superior	MCMV 2	MCMV 3
0	2.350	5,00%	5,50%
2.350	2.455	5,00%	6,00%
2.455	2.700	6,00%	6,00%
2.700	3.275	6,00%	7,00%
3.275	3.600	7,16%	7,00%
3.600	5.000	7,16%	8,16%
5.000	5.400	n/a	8,16%
5.400	6.500	n/a	8,16%

✓ O aumento nas taxas de juros reduziu a capacidade de compra dos clientes em até 12%.

✓ O reajuste do subsídio não acompanhou o aumento dos preços dos imóveis, com aumento da necessidade de entrada para os clientes.

## Histórico do MCMV: Subsídio Desconto vs. Preço Médio do Imóvel<sup>1</sup> (R\$ mil)



Fonte: FGTS

1 - Preço médio: valor financiado médio somado ao valor do subsídio médio concedido no âmbito do programa MCMV (PNHU e PNHR)



**Obrigado!**



Ricardo Ribeiro Valadares Gontijo

[www.direcional.com.br/ri](http://www.direcional.com.br/ri)

[ri@direcional.com.br](mailto:ri@direcional.com.br)

(55 31) 3431-5509 (55 31) 3431-5510 (55 31) 3431-5511