

Construção Incorporadoras estão mais cautelosas com efeitos da Copa e eleições e o desempenho econômico

Setor de loteamentos já revê planos de lançamentos do ano

Chiara Quintão
De São Paulo

As empresas de loteamento estão mais cautelosas diante do cenário macroeconômico atual, dos eventos da Copa do Mundo e das eleições. Algumas loteadoras, como a Damha Urbanizadora, já revisaram para baixo o Valor Geral de Vendas (VGV) que pretendem lançar em 2014 e, de modo geral, há mais cuidado com o calendário, para evitar o lançamento de novos projetos no período dos jogos e a necessidade de obter licenças no período eleitoral.

Inicialmente, a Damha pretendia lançar R\$ 840 milhões em loteamentos residenciais neste ano, 20% acima dos R\$ 700 milhões de 2013, mas agora já projeta VGV em linha com o do ano passado. “A Copa e as eleições vão roubar boa parte do ano, não só quando ocorrerem, mas também antes e depois”, afirma o diretor-superintendente da Damha, José Paranhos, ressaltando que a atenção do consumidor focada em outros assuntos tem influência sobre a decisão de compra.

A Damha lançou três dos nove empreendimentos previstos para o ano e quer apresentar mais dois ou três projetos ao mercado ainda no primeiro semestre. “O segundo semestre será mais complicado por conta das eleições e do ambiente econômico geral”, afirma Paranhos.

Os lançamentos já realizados e os previstos para o ano serão desenvolvidos em cidades em que a Damha tem atuação, mas parte dos potenciais clientes ainda não foi atendida, ou em municípios em que avalia que há grande de-

manda para seus produtos, segundo o executivo. “Precisamos ter mais assertividade do que no ano passado”, diz o executivo.

No caso da Cemara, a projeção inicial de VGV de R\$ 780 milhões a ser lançado neste ano foi reduzida para R\$ 550 milhões. A empresa decidiu não levar avante dois loteamentos industriais, cujo VGV somaria R\$ 150 milhões. Segundo o vice-presidente de operações da empresa, Marcos Dei Santi, há muita oferta nesse segmento, e a demanda por parques industriais está menor. A Cemara optou também por postergar para 2015 lançamento de alto padrão, com VGV de R\$ 80 milhões. A loteadora atua no interior do Estado de São Paulo.

A Vallor Urbano é outra empresa que decidiu rever o ritmo de expansão nacional, principalmente no Norte e no Nordeste, e reduzir sua projeção de lançamentos para o ano. A estimativa de R\$ 550 milhões foi cortada em 45%, para R\$ 300 milhões. “Estamos mais rigorosos na escolha das cidades em que vamos atuar e medindo melhor a demanda e a capacidade de renda do comprador”, diz o diretor da loteadora, Sérgio Guimarães Pereira Júnior.

Nos mercados em que a Vallor Urbano optou por não lançar produtos, os contratos de permuta de área foram rescindidos. Segundo Pereira, a demanda teve retração, está mais caro captar recursos, e os investidores em projetos estão mais cautelosos.

Apesar de considerar que é preciso ser mais cautelosa diante do cenário macroeconômico atual, a Cipasa Urbanismo, mantém seus planos para 2014. Não

se trata de meta formal, mas a loteadora estima lançar de R\$ 650 milhões a R\$ 700 milhões neste ano. “Queremos manter esse volume, mas estamos muito cautelosos nos lançamentos”, conta o diretor financeiro e administrativo da Cipasa, Pedro Lodovici.

Segundo Lodovici, a atenção da empresa nas atividades de pré-venda está redobrada. “Temos o cuidado de identificar muito bem a demanda antes de ofertar os produtos”, afirma o executivo da Cipasa. De acordo com Lodovici, a empresa ainda não percebe desaceleração das vendas decorrente do menor crescimento da economia brasileira. “Em momentos de crise, alguns consumidores se retraem, mas outra parte corre para ativos reais”, diz Lodovici.

A Cipasa projeta lançar 20 projetos em 2014, ante 18 no ano passado. De acordo com o diretor financeiro, a loteadora está se preparando para não precisar fazer lançamentos durante a Copa do Mundo e para obter todos os licenciamentos até agosto, antes do início do período eleitoral.

No ano passado, a Cyrela Brazil Realty lançou, em loteamentos, duas vezes e meia o que fez em 2012. “Foi o ano de consolidação do negócio na companhia”, diz o diretor de desenvolvimento da Cyrela, Marcelo Puntel. Em função do cenário de mais cautela, a empresa tem a expectativa de manter, neste ano, o mesmo ritmo de lançamentos de 2013.

Segundo Puntel, a obtenção de licenças para alguns projetos pode sair ou não neste ano. Caso esses licenciamentos sejam liberados a tempo, pode haver pequeno cres-



Paranhos, da Damha: “Copa do Mundo e eleições vão roubar boa parte do ano”

cimento no VGV de loteamentos a ser lançado pela maior incorporadora de capital aberto do país.

Para a PDG Realty, o segmento de loteamentos deve corresponder a 20% do VGV a ser lançado neste ano. A companhia esperava que essa fatia fosse alcançada em 2013, mas devido a atrasos na obtenção de licenças para projetos de loteamentos, o segmento respondeu por 10% do total, de acordo com o vice-presidente de operações imobiliárias, Antonio Guedes. “A demanda por loteamentos é grande”, diz Guedes.

A Lote5, criada no segundo semestre de 2012, projetava que faria seu primeiro lançamento em 2014, mas agora mira maio do ano que vem como a data de início de apresentação de seus projetos. A postergação deveu-se, de acordo com o sócio da Lote5 Ricardo Setton, a atrasos na

obtenção de licenças. A empresa tem sete áreas, com VGV potencial a ser lançado de R\$ 954 milhões, entre 2015 e 2019.

“Nossas áreas são muito bem localizadas, onde não há muita concorrência. O mercado está seletivo, e é necessário oferecer a melhor solução de produto e as melhores condições de preço”, afirma Setton. A Lote5 vai desenvolver loteamentos residenciais para a classe média, com perfil de primeira moradia.

Na avaliação do diretor do clube de investidores do mercado imobiliário e incorporadores GRI Club Brazil, Pedro Nicolau, o setor de loteamentos continua bastante promissor. “Nos últimos anos, vimos muitos empreendimentos serem lançados e várias novas loteadoras surgindo, assim como investidores interessados no segmento”, diz Nicolau.

Alphaville mantém projeção de crescer 10%

De São Paulo

A líder do setor de loteamentos, Alphaville Urbanismo mantém sua estimativa de que os lançamentos de 2014 sejam 10% maiores que o VGV de R\$ 1,46 bilhão do ano passado. A empresa não tem meta formal “Ainda não percebemos nenhum sinal de desaceleração [do mercado] ou insegurança do comprador no desempenho dos nossos produtos”, conta o presidente da loteadora, Marcelo Willer. Segundo ele, a companhia “analisa muito bem o mercado” e só faz lançamentos onde há demanda.

A companhia tem elevado a participação dos grandes centros, principalmente capitais, nas áreas prospectadas, que serão matéria-prima para lançamentos futuros. A parcela das grandes cidades tinha sido reduzida devido às dificuldades maiores para obtenção de áreas e de aprovações de projetos nesses locais.

Neste ano, a empresa de desenvolvimento urbano fez um lançamento em João Pessoa (PB), com mais da metade vendido no primeiro dia. Em maio, a loteadora vai entrar no mercado de Cabo Frio (RJ) e lançará nova fase de um empreendimento em Campo Grande (MS). “O primeiro trimestre foi muito bom na venda de estoques, acima do planejado”, informa Willer. Os estoques da empresa tinham apresentado crescimento expressivo do terceiro para o quarto trimestre de 2013.

No ano passado, Alphaville foi alvo de disputa por vários grupos interessados na empresa de maiores margens e da marca mais conhecida de loteamentos. A disputa foi vencida pelas gestoras de fundos de private equity Pátria Investimentos e Blackstone Real Estate Advisor, que ficaram com os 70% da loteadora vendidos pela Gafisa. A incorporadora passou a deter 30%. (CQ)

Préviews apontam queda no lucro da Duratex no 1º tri

De São Paulo

O lucro líquido da Duratex, fabricante de painéis de madeira e louças e metais sanitários, caiu no primeiro trimestre em relação ao mesmo período do ano passado, na avaliação prévia do mercado, apesar do aumento estimado para a receita líquida da companhia. A empresa teve fortes pres-

sões de custos nos três primeiros meses do ano e piora do mix de produtos comercializados, de acordo com analistas. A Duratex vai divulgar amanhã os resultados do primeiro trimestre.

A média das projeções de Bank of America Merrill Lynch (BofA), Credit Suisse, J.P. Morgan e Votorantim Corretora aponta para redução de 18,2% no lucro

líquido da Duratex, para R\$ 121,75 milhões. No primeiro trimestre de 2013, a companhia tinha apresentado lucro de R\$ 148,91 milhões. A média das estimativas indica receita líquida de R\$ 937 milhões, 7,8% acima dos R\$ 869,53 dos três primeiros meses do ano passado.

A piora do mix de vendas e os custos trabalhistas e com maté-

ria-prima mais elevados são as razões para o resultado fraco esperado para a Duratex, segundo o Credit. De acordo com o BofA, o mix menos favorável nas divisões Madeira e Deca levou à queda da média dos preços praticados.

O aumento de custos trabalhistas e com energia e frete, e a valorização do dólar — que tem impacto na resina e nos metais —

são citados pela Votorantim Corretora como fatores que devem ter pressionado as margens operacionais da Duratex no primeiro trimestre. A corretora tem a expectativa de que a compra da colombiana Tablemac pela Duratex tenha impacto negativo nas margens, ainda que contribua para elevar a receita da companhia.

O J.P. Morgan cita que os volu-

mes comercializados pela Duratex também devem ter sido fracos no primeiro trimestre, sazonalmente o menos aquecido no ano.

Na semana passada, o BofA rebaixou a recomendação da empresa de compra para neutra, reduziu o preço-alvo das ações em 21,8%, para R\$ 12,5 e diminuiu as projeções de Ebitda para 2014 e 2015. (CQ)



Fabio Di Gregorio, diretor: plano de triplicar venda e fábrica de R\$ 50 milhões

Motocar tenta criar mercado de triciclos para transporte de cargas

Veículos

Eduardo Laguna
De São Paulo

Triciclos têm preços, enquadramento tributário e regras de trânsito similares aos de motos. A primeira fabricante desse veículo no Brasil prefere, porém, compará-lo a pequenos utilitários como a Fiorino, furgão da Fiat, e a Saveiro, picape da Volkswagen. Nessa faixa, entre a versatilidade das motos e a capacidade de carga dos utilitários, a Motocar, empresa instalada em Manaus (AM), pretende criar um novo mercado dentro da indústria automobilística nacional.

Motos são baratas, mas têm limitações no transporte de produtos. Em furgões e picapes, é possível carregar quase tudo, mas a um preço que pode ser alto se o carro não tiver muito o que levar. Nesse caso, o triciclo, se equipado com cabine para passageiros e caçamba ou um baú na parte traseira, surge como alternativa de melhor custo ao transporte, em curta distância, de poucas mercadorias.

Essa é a solução proposta pela Motocar. Aproximadamente 80% dos triciclos da montadora, que custam cerca de R\$ 14 mil, são usados no transporte de cargas. Os clientes vão desde pequenas empresas como lavanderias, restaurantes e supermercados de bairro a um grande distribuidor da Coca-Cola em Belém, no Pará.

O veículo, segundo diretores da empresa, também já foi testado por gigantes como a Brasil Foods (BRF) e a distribuidora Martins, assim como carrega botijões de alguns franqueados da Ultragaz.

A conta mostrada pela Motocar para convencer essas empresas é sedutora. Enquanto uma Fiorino “cobra” 60 centavos por quilômetro rodado, o custo num triciclo é estimado em apenas 17 centavos, levando-se em conta despesas com manutenção, combustível, depreciação, IPVA e licenciamento.

Apesar do discurso, os números da companhia ainda estão longe de saltar aos olhos. Neste ano, as vendas devem chegar a 1,2 mil triciclos e o faturamento a R\$ 15 milhões. Mas o objetivo é triplicar isso — para 3,6 mil unidades e R\$ 50

milhões — até 2017. “Estamos trabalhando para criar um novo mercado, o que não é uma tarefa fácil”, diz o diretor Fabio Di Gregorio, da família fundadora da empresa.

Para chegar a esse patamar, a Motocar está ampliando a rede de concessionárias, desenvolve fornecedores locais e já entregou à Suframa, a superintendência da Zona Franca de Manaus, um projeto de R\$ 50 milhões para a instalação de uma nova fábrica na região com capacidade instalada de 40 mil triciclos por ano.

Das 17 lojas atuais, a empresa quer abrir mais 13 pontos de venda até o fim deste ano, incluindo as primeiras concessionárias nos três principais mercados de veículos do país: São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, fechou parcerias com Bradesco, Banco do Brasil e o Banco Pan para financiar seus produtos.

Em outra frente, a montadora negocia com fornecedores de autopeças brasileiros para aumentar o índice de nacionalização dos triciclos, que, conforme informa a companhia, está em torno de 70%. “Estamos tentando

desenvolver, por exemplo, um fabricante de chassi nacional”, afirma Fabio Di Gregorio. Outros componentes ainda são importados de países como Argentina, Peru, China e Coreia do Sul.

A ideia de nacionalizar os tuk-tuks — como são conhecidos esses triciclos, populares em países asiáticos, como a Índia — surgiu em 2009 como aposta do empresário da área de logística Franco Di Gregorio. Após dois anos de homologação, a Motocar lançou o produto durante o Salão Duas Rodas, principal feira do setor, de 2011. Nesse período, executivos de montadoras de automóveis e de motocicletas, como Nissan e Harley-Davidson, foram contratados para desenvolver o novo negócio.

A produção começou em um canto do galpão de uma das transportadoras de Gregorio em Manaus. Hoje, todo o espaço desse galpão já é ocupado pela Motocar e a empresa se prepara para o próximo passo: instalar uma fábrica própria numa área de 70 mil metros quadrados num distrito industrial que está sendo criado pela Suframa em Manaus.