3ª ONDA

COVID-19: IMPACTOS E DESAFIOS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO





3ª ONDA

COVID-19: IMPACTOS E DESAFIOS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO



CONVIDADO ESPECIAL

CELSO PETRUCCI

Presidente da CII/CBIC e Economista-chefe do Secovi-SP

Economista formado pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP). Ingressou na área de crédito imobiliário em 1976, na Diretoria de Programas Habitacionais da Nossa Caixa/ Nosso Banco, e iniciou as atividades sindicais no Secovi-SP (Sindicato da Habitação) em 1983. É economista-chefe do Secovi-SP e Presidente da CII/CBIC (Câmara Brasileira da Indústria da Construção). Foi representante Técnico conselheiro suplente e titular do Conselho Curador do FGTS de 2001 a 2011.



PARCEIROS







































































































A empresa mais representativa do segmento

Mais de 50 bilhões em VGV imobiliário pesquisados. Mais de 30 mil entrevistas por ano. Mais de 4.800 estudos de mercado em 600 Cidades de 25 Estados. Atendimento a mais de 30 entidades ligadas ao setor imobiliário.









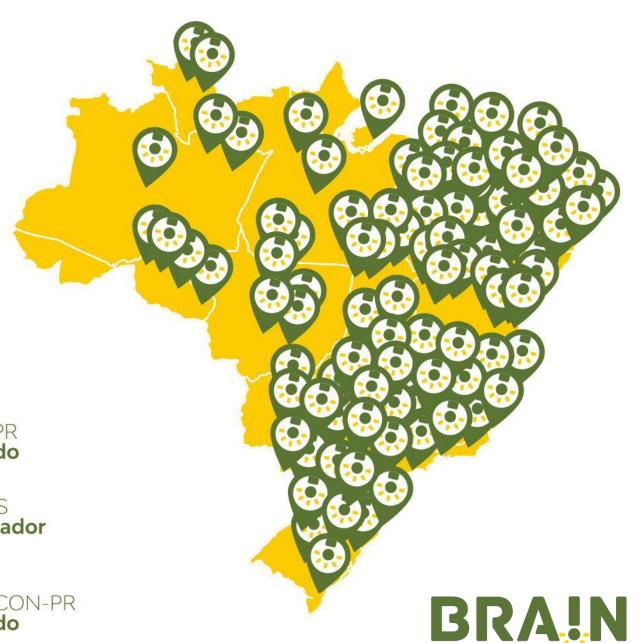
ADEMI-PR Associado



ASBRASS Patrocinador Master



SINDUSCON-PR Associado



Educação é

A **eBrain** surgiu como uma unidade de negócios da Brain Inteligência Estratégica para produzir cursos à distância voltados para o mercado imobiliário. Necessidade enxergada pela empresa através da expertise em estudos e pesquisas para o setor.

EXPE RIÊNCIA.













TECNOLOGIA



ENTREVISTAS





O QUE VEREMOS HOJE?

1. A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS DIANTE DA PANDEMIA

- Como fica o pipeline de lançamentos?
- Medidas e impactos na empresa frente à pandemia
- Reação dos empresas às medidas governamentais

2. QUAL O COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES NO ATUAL MOMENTO?

- Desistência x manutenção de compra
- Compra efetiva de imóveis
- O que faria o consumidor voltar ao jogo?
- Intenção de compra futura. Já vemos sinais de retomada?

3. VISÕES E CONCLUSÕES DA BRAIN SOBRE OS RESULTADOS COLETADOS



1. AVALIAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS

COMO TÊM EVOLUÍDO NA PANDEMIA?

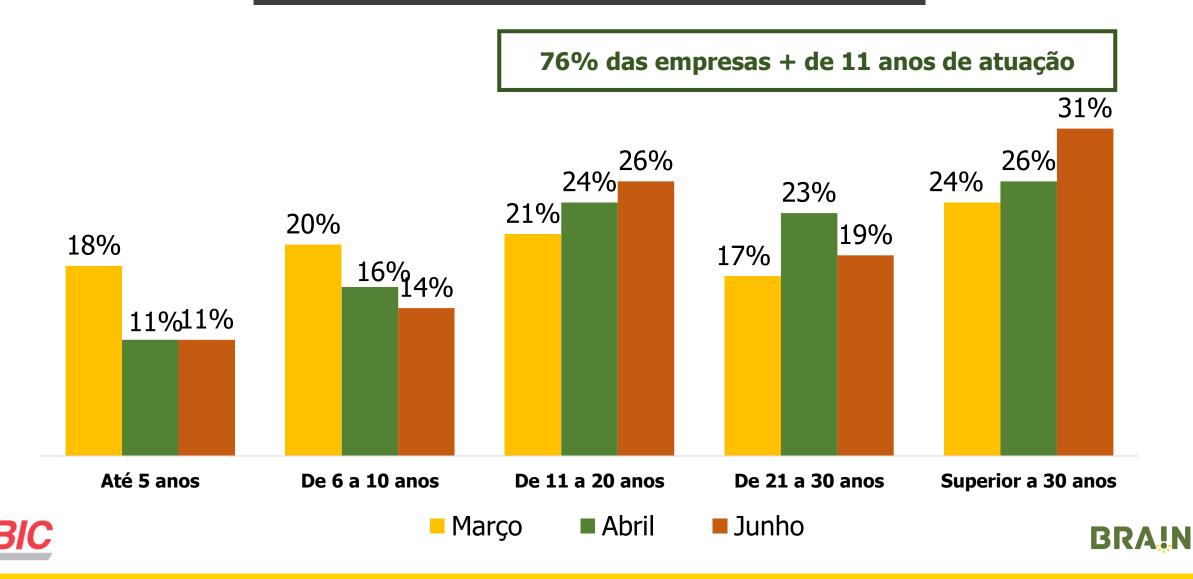


362 EMPRESAS - 20 A 27 MARÇO 540 EMPRESAS - 23 A 30 DE ABRIL 554 EMPRESAS - 10 A 25 DE JUNHO

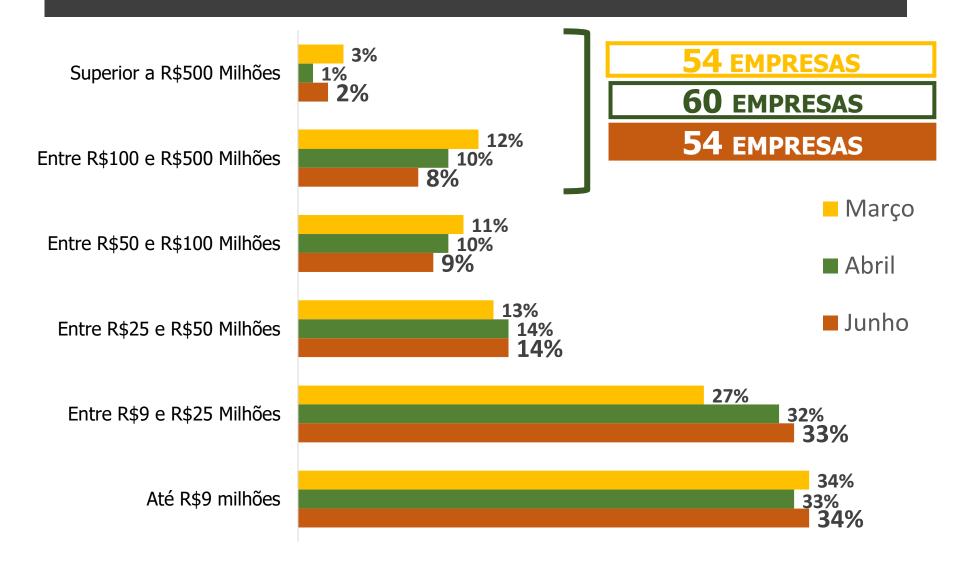
* Pesquisa realizada junto à empresários do setor da Construção Civil, aplicada em conjunto com a CBIC e mais de 50 entidades setoriais anteriormente nominadas, de todo o país, que apoiaram esta iniciativa.



TEMPO DE EXISTÊNCIA



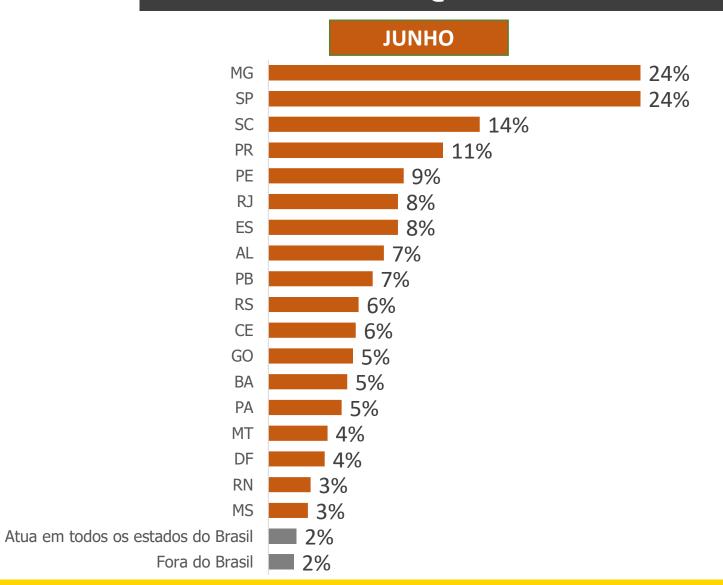
FATURAMENTO DAS EMPRESAS - 2019







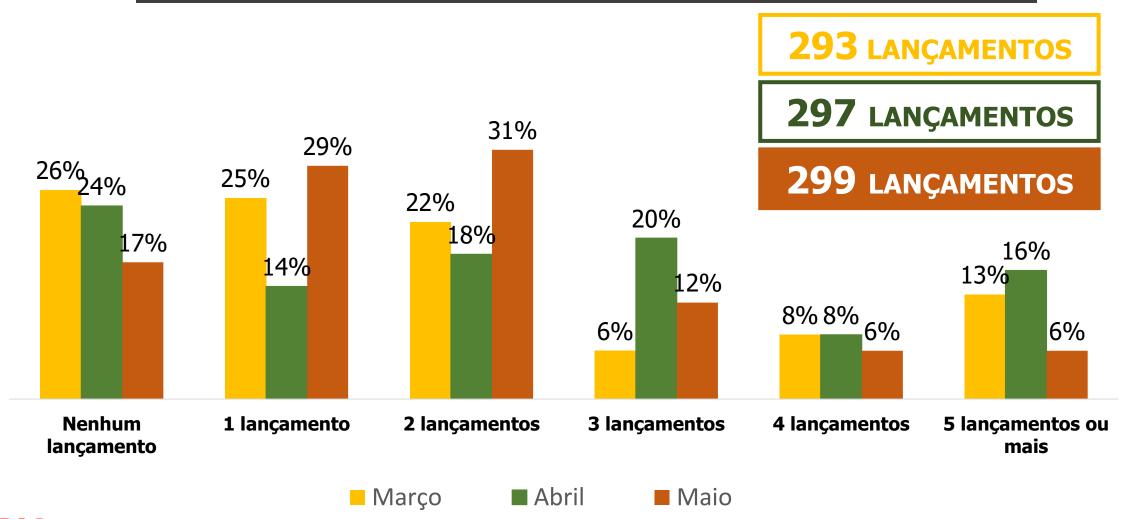
ATUAM EM QUAIS ESTADOS







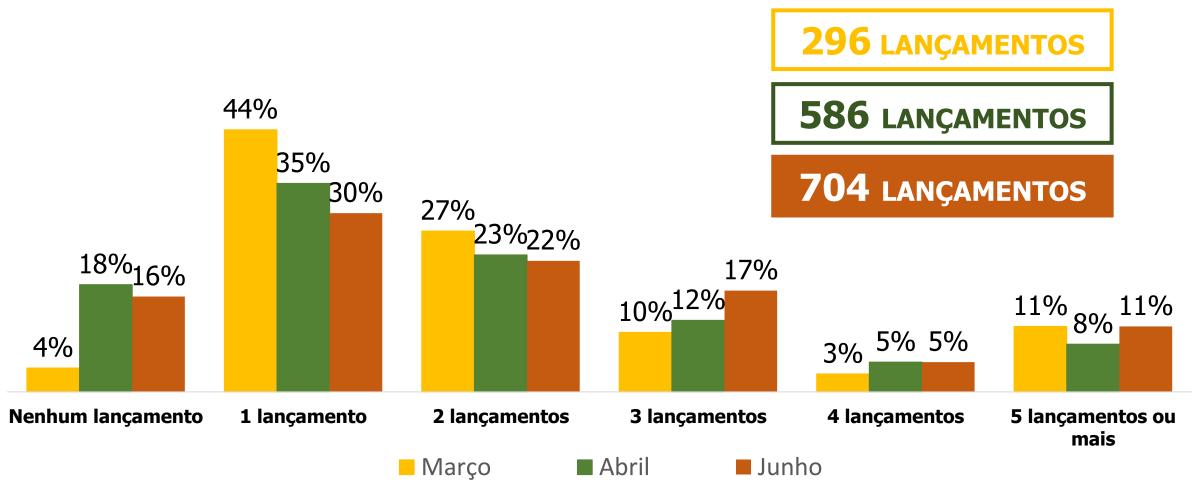
LANÇAMENTOS HORIZONTAIS PREVISTOS







LANÇAMENTOS VERTICAIS PREVISTOS





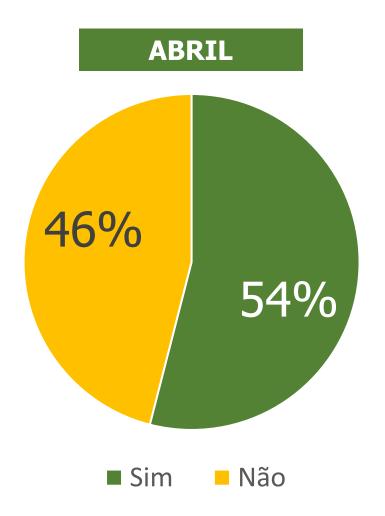


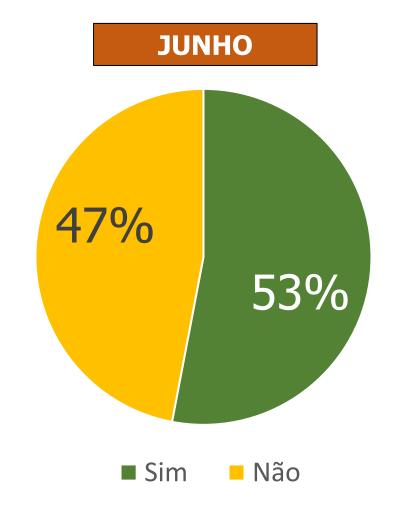
2. MEDIDAS E IMPACTOS NA EMPRESA FRENTE À PANDEMIA



MEDIDAS TOMADAS – COLABORADORES

Suspensão de Contratos e Redução de Jornada





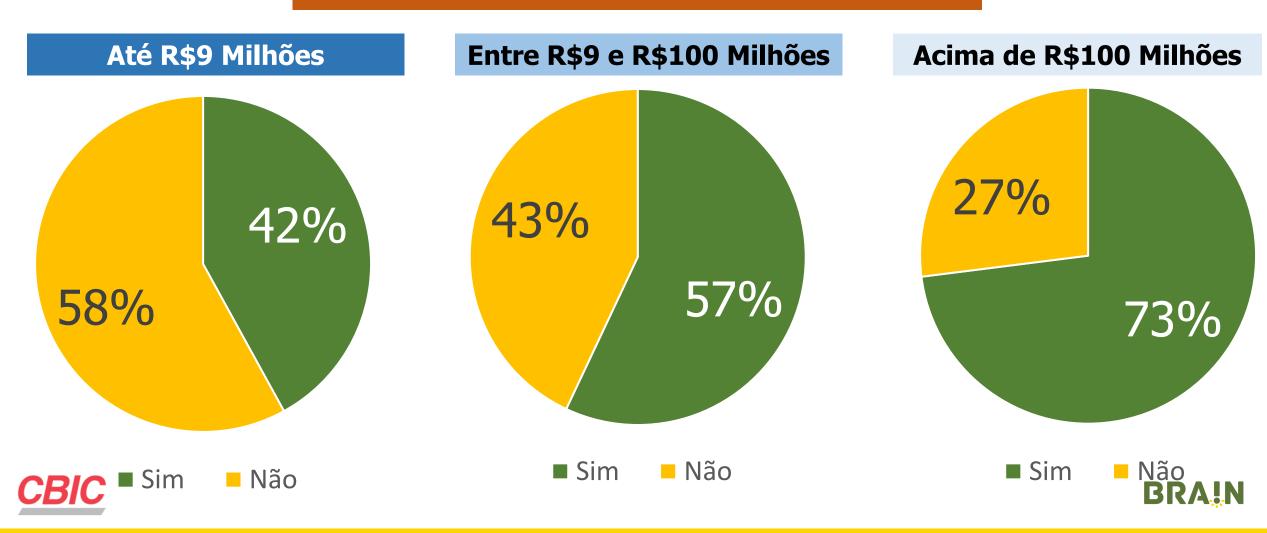




MEDIDAS TOMADAS – COLABORADORES

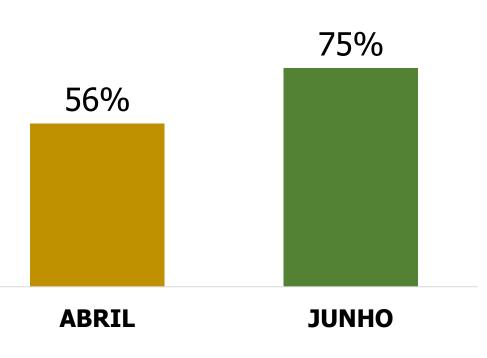
Suspensão de Contratos e Redução de Jornada

JUNHO – POR PORTE DAS EMPRESAS



FECHOU VENDAS DURANTE A PANDEMIA?

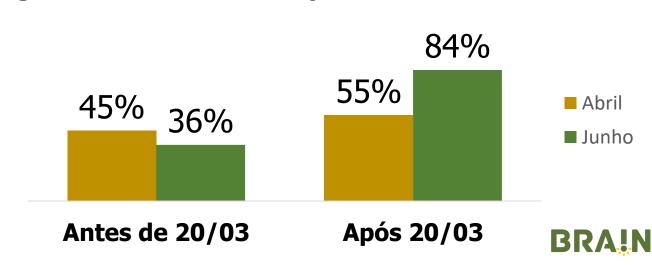






- MÉDIA (Abril) 12,5 und
- MÉDIA (Maio) 17,1 und

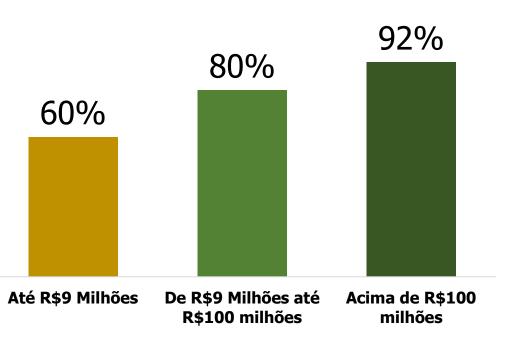
QUANDO AS NEGOCIAÇÕES TIVERAM INÍCIO?





FECHOU VENDAS DURANTE A PANDEMIA?

A partir de 15 de Março Dados de Junho



MARÇO:

- Até R\$9 MI: (Média: 4,0 und)
- De R\$9 MI até R\$100 MI: (Média: 6,5 und)
- Acima de R\$100 MI: (Média: 18,0 und.)

ABRIL:

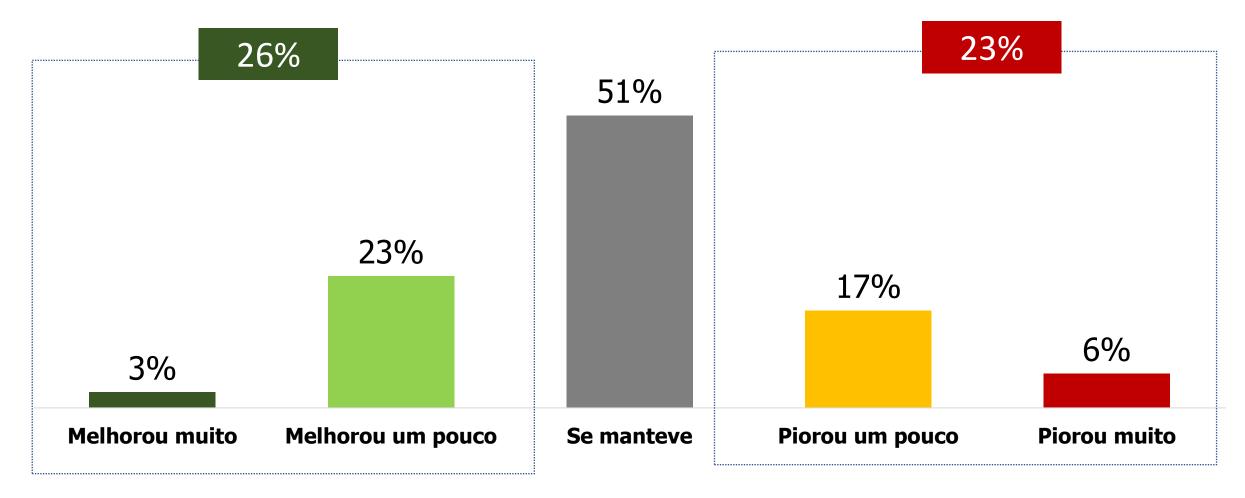
- Até R\$9 MI: (Média: 5,0 und.)
- De R\$9 MI até R\$100 MI: (Média: 8,1 und.)
- Acima de R\$100 MI: (Média: 45,4 und.)

MAIO:

- Até R\$9 MI: (Média: 6,6 und.)
- De R\$9 MI até R\$100 MI: (Média: 12,2 und.)
- Acima de R\$100 MI: (Média: 61,4 und.)



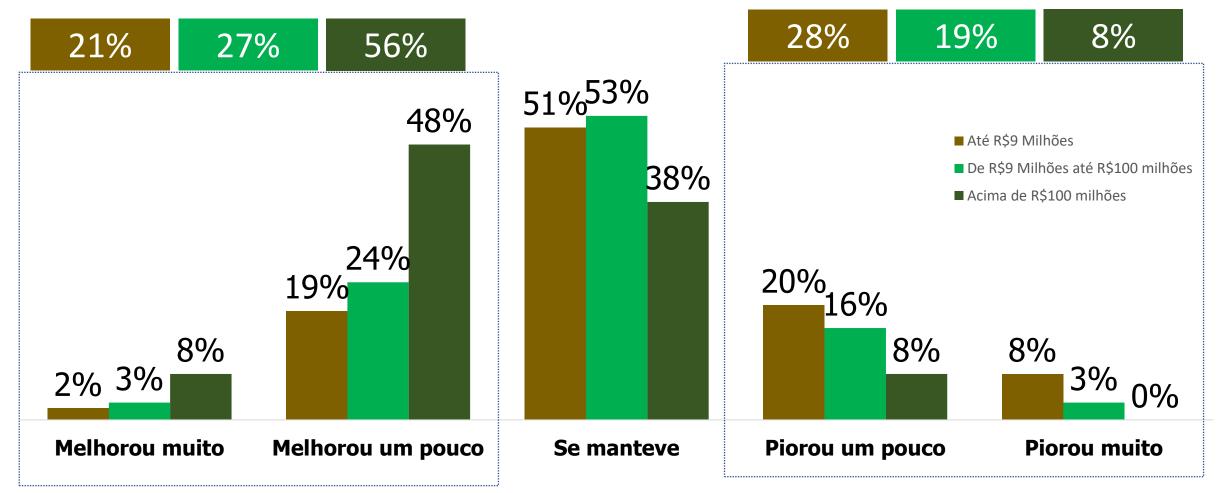
COMO COMPARA O CENÁRIO QUE TRAÇOU HÁ 30 DIAS







COMO COMPARA O CENÁRIO QUE TRAÇOU HÁ 30 DIAS POR PORTE

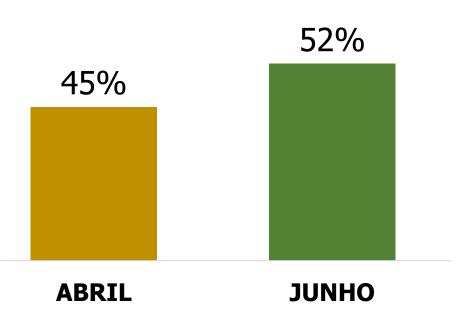






PEDIDOS DE DISTRATOS DURANTE PANDEMIA?

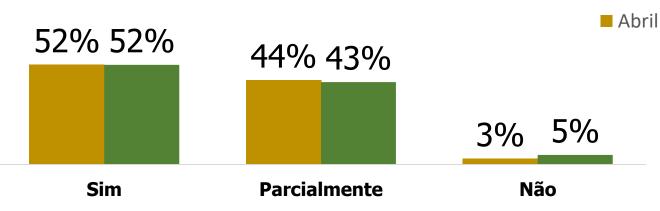
A partir de 15 de Março





- MÉDIA (Abril) 5,4 dist.
- MÉDIA (Maio) 5,1 dist.

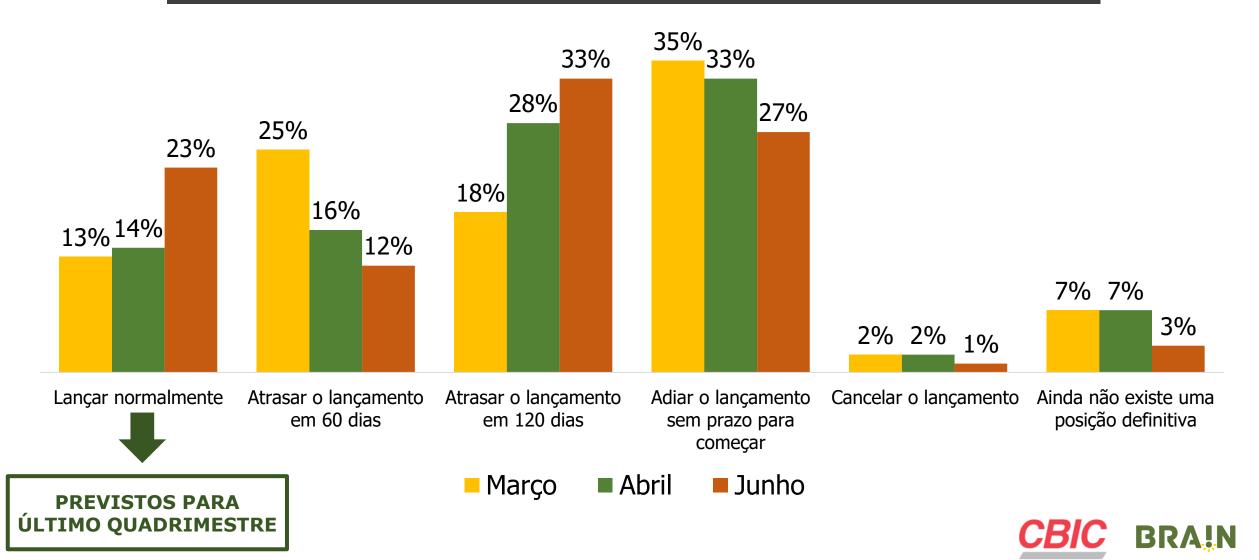
FORAM MOTIVADOS PELA PANDEMIA?



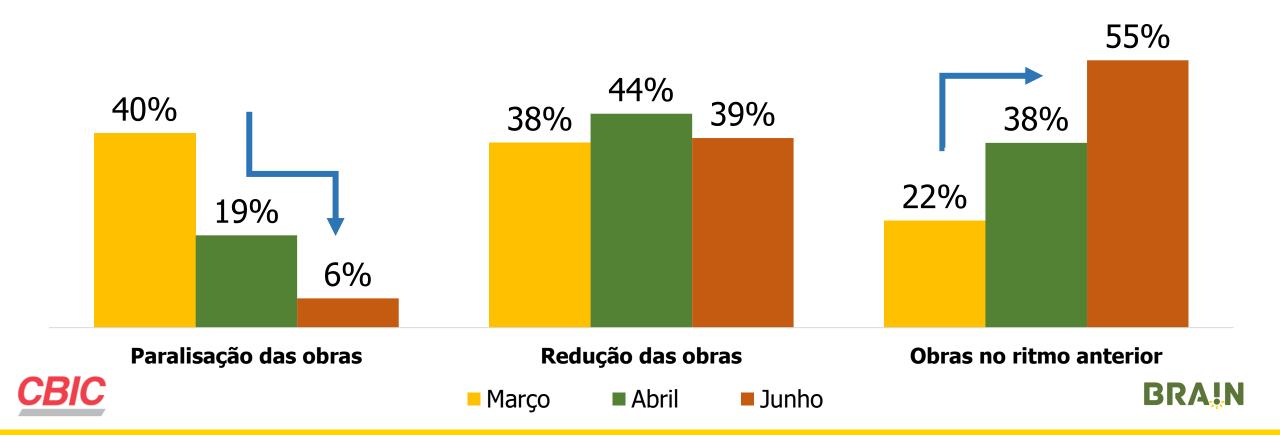




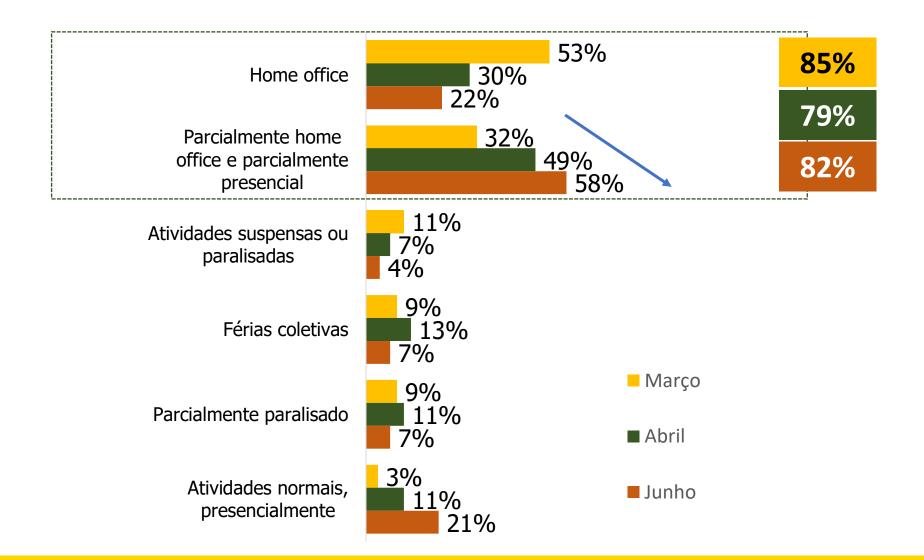
LANÇAMENTOS PREVISTOS PÓS PANDEMIA



CONDIÇÕES DAS OBRAS NA PANDEMIA



MEDIDAS ADOTADAS JUNTO AOS COLABORADORES



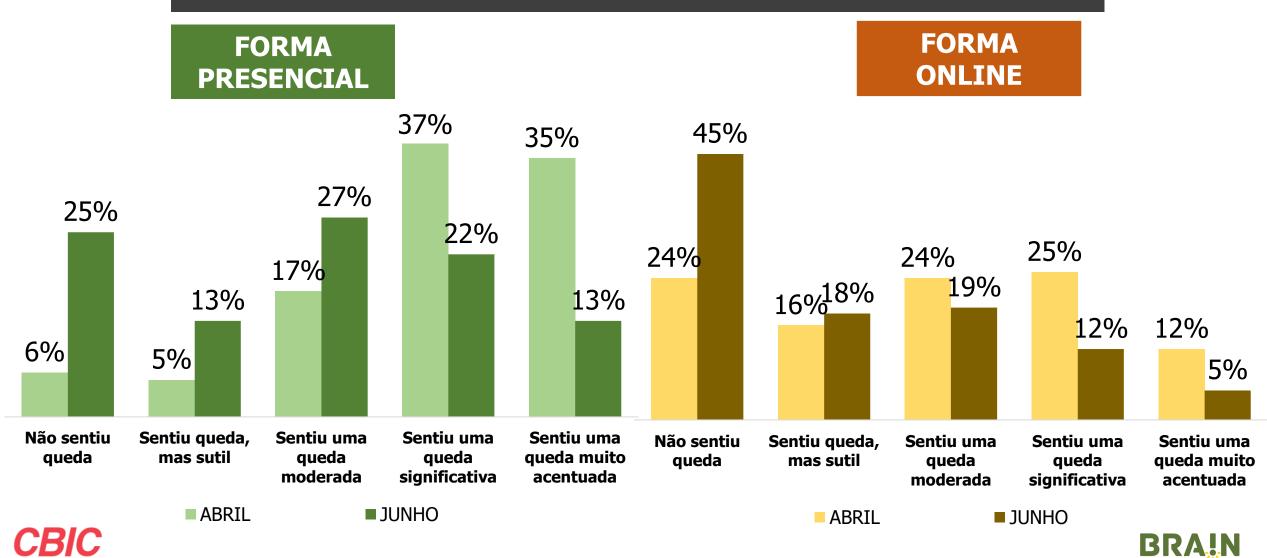




MEDIDAS ADOTADAS PARA REDUÇÃO DOS IMPACTOS



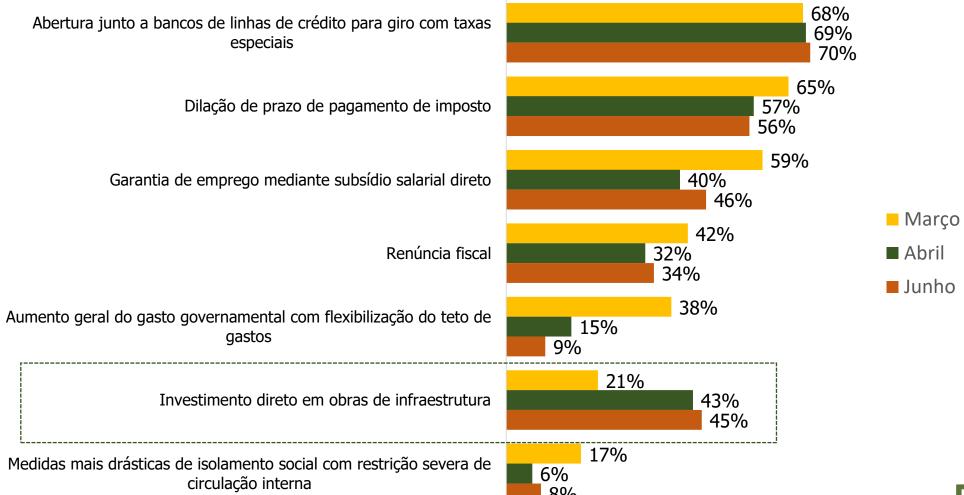
BUSCA ATUAIS POR IMÓVEIS - ON E OFFLINE



3. MEDIDAS DO GOVERNO FRENTE À PANDEMIA



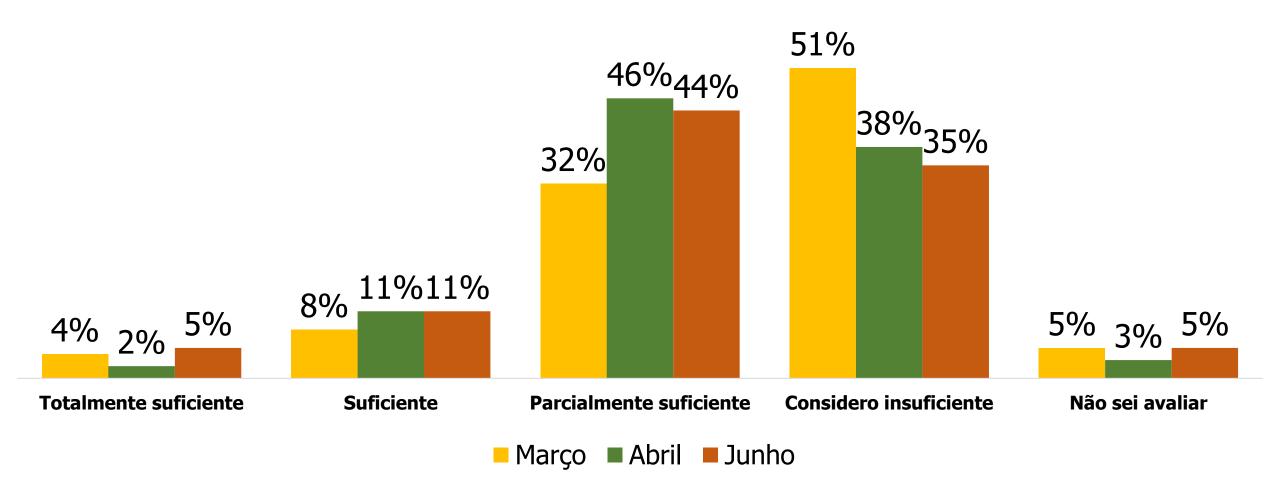
MEDIDAS A SEREM ADOTADAS PELO GOVERNO







AVALIAÇÕES DAS MEDIDAS DO GOVERNO







4. INTENÇÃO DE COMPRA

COMO TÊM EVOLUÍDO NA PANDEMIA?

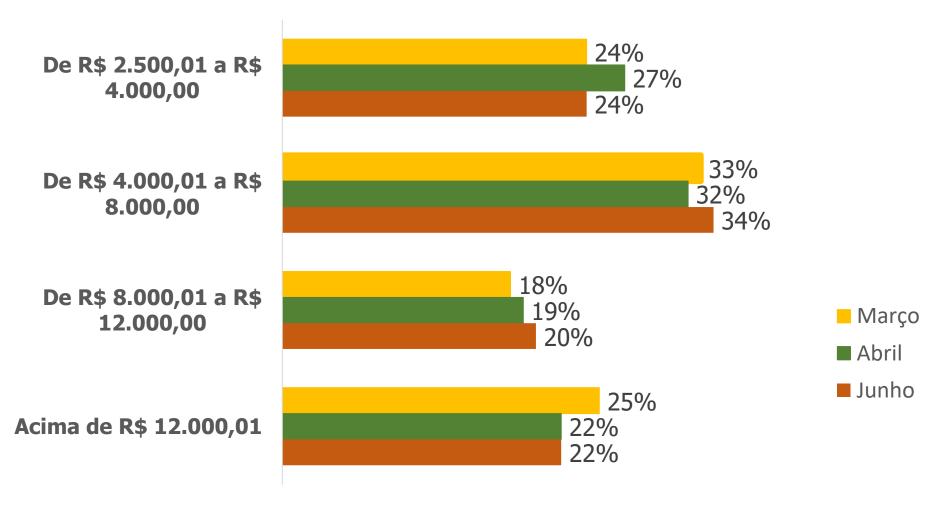


600 CONSUMIDORES - 20 A 27 MARÇO 600 CONSUMIDORES - 23 A 30 DE ABRIL 500 CONSUMIDORES - 08 A 18 DE JUNHO

* Pessoas que em pesquisas da Brain, entre setembro de 2019 e fevereiro de 2020, responderam desejar comprar imóvel no futuro próximo.



RENDA FAMILIAR

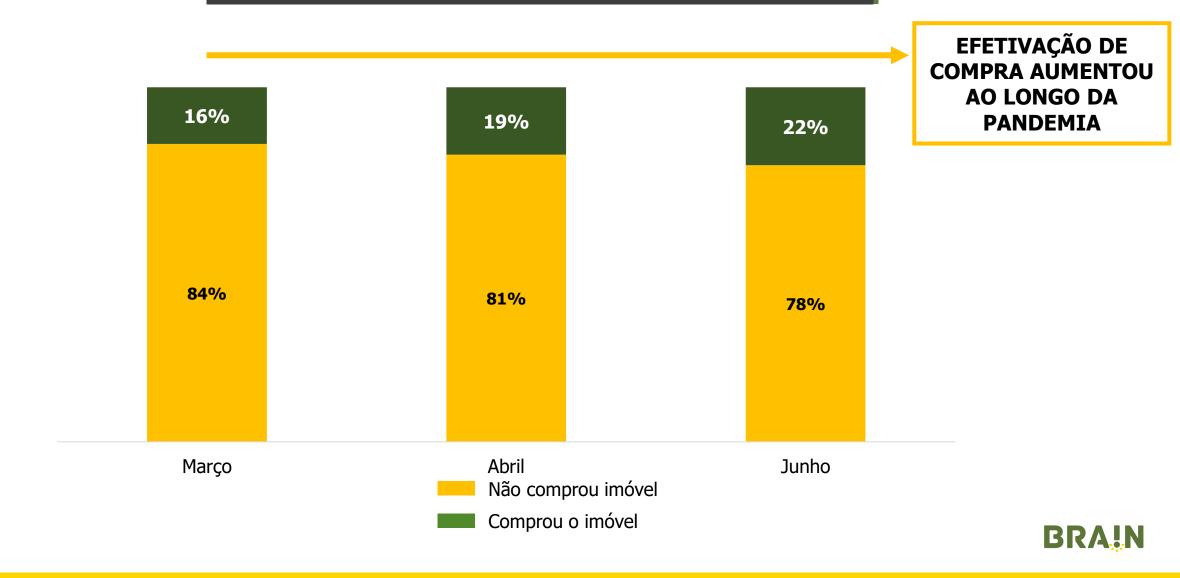




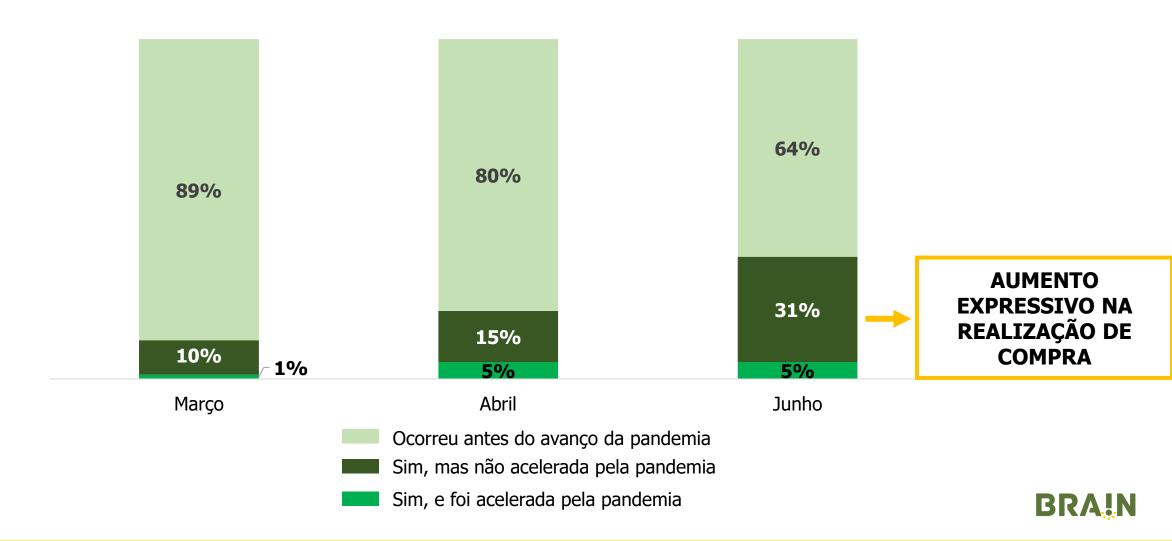
5. COMPRA EFETIVA DE IMÓVEIS



COMPRA DE IMÓVEIS



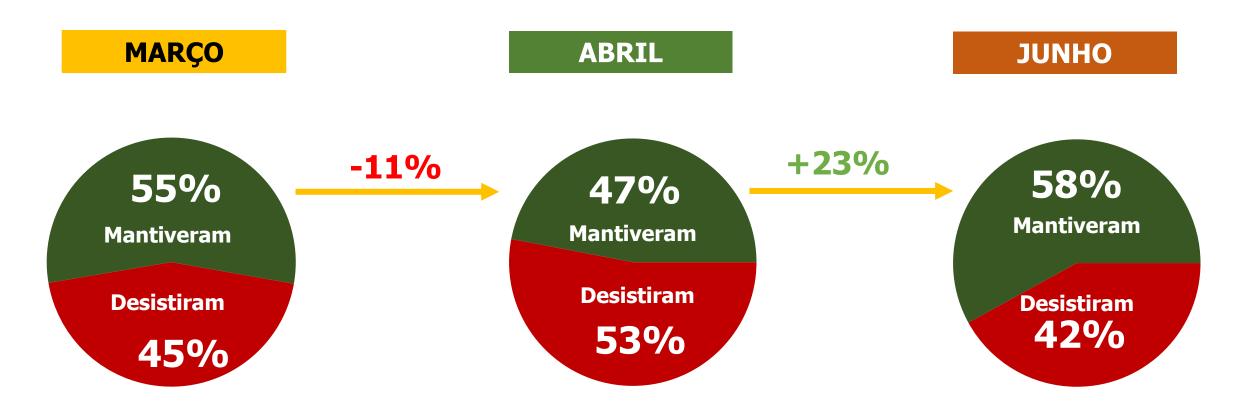
COMPRA DE IMÓVEIS



6. INTENÇÃO DE COMPRA

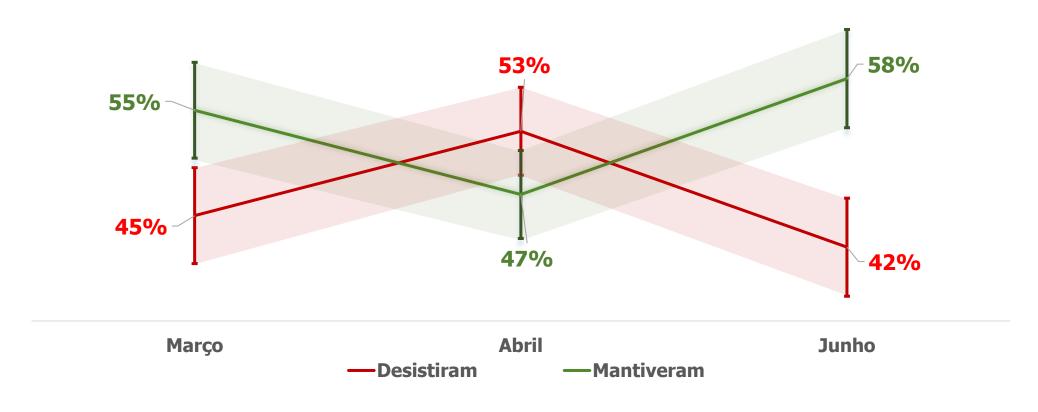


INTENÇÃO DE COMPRA



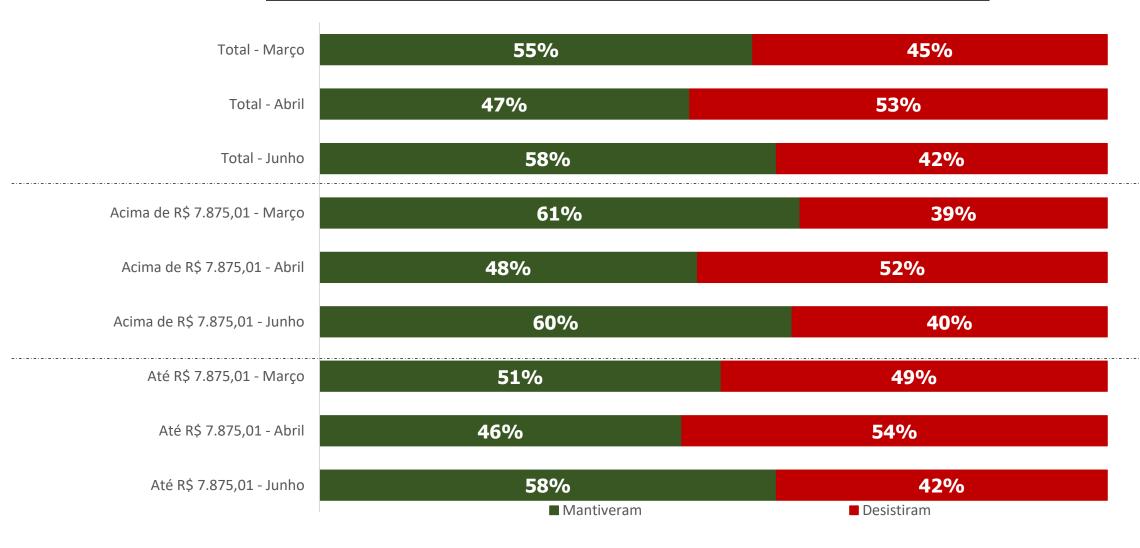


INTENÇÃO AO LONGO DA CRISE



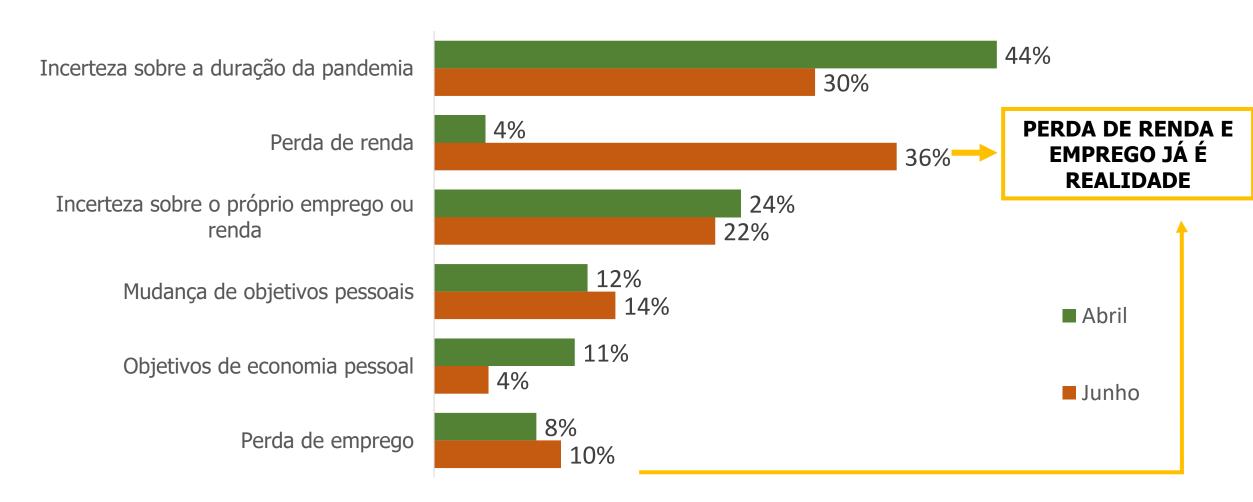


INTENÇÃO AO LONGO DA CRISE



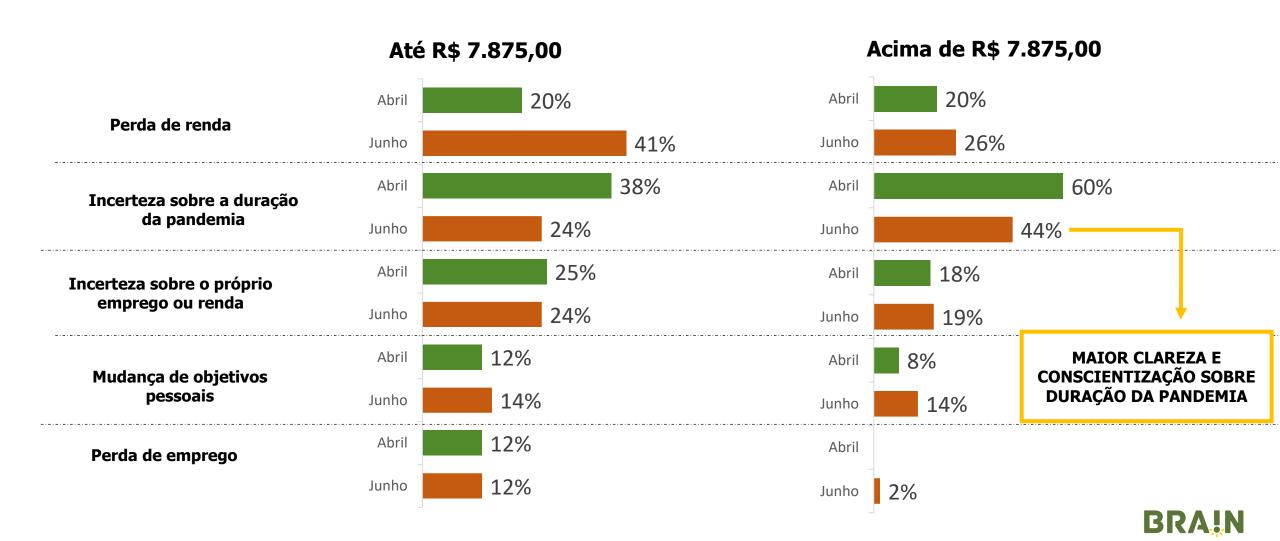


MOTIVO DE DESISTÊNCIA DE COMPRA

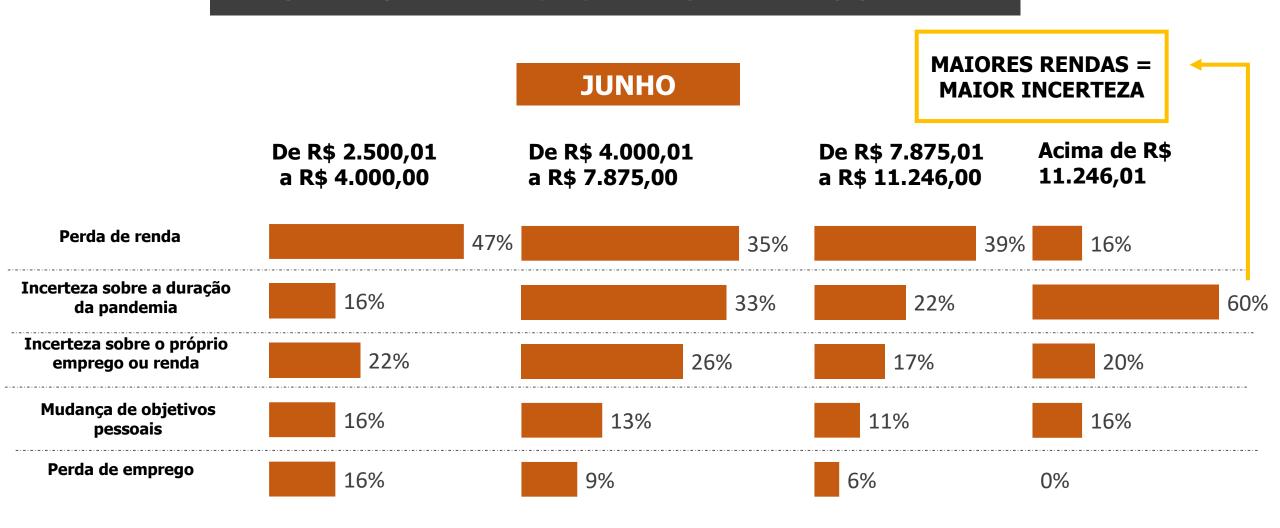




MOTIVO DE DESISTÊNCIA DE COMPRA



MOTIVO DE DESISTÊNCIA DE COMPRA





O QUE FARIA MUDAR DA DESISTÊNCIA?

Redução em preço / Condições de pagamento



% de redução médio: 33%

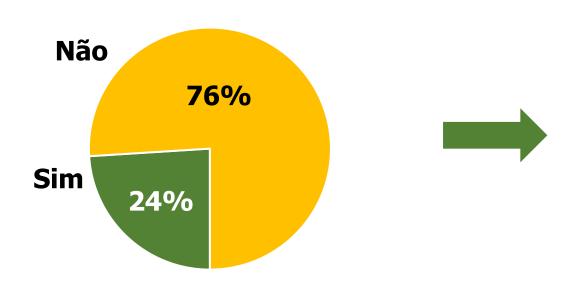
% de redução médio: 27%



O QUE FARIA MUDAR DA DESISTÊNCIA?

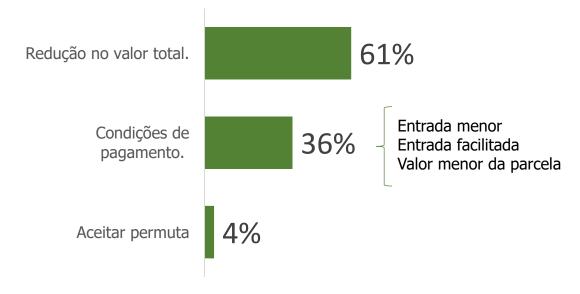
Redução em preço / Condições de pagamento





% de redução médio: 27%

O que o faria comprar um imóvel?

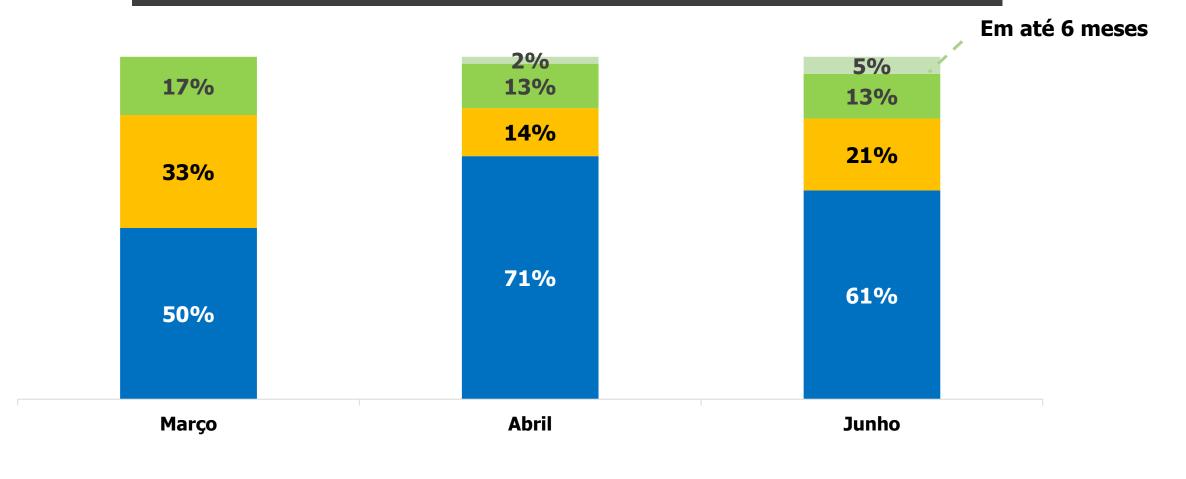




7. INTERFERÊNCIA DA DECISÃO PARA QUEM MANTÊM A INTENÇÃO DE COMPRA



NOVO PRAZO PARA REALIZAR A COMPRA



[■] Vai esperar um pouco mais que o previsto

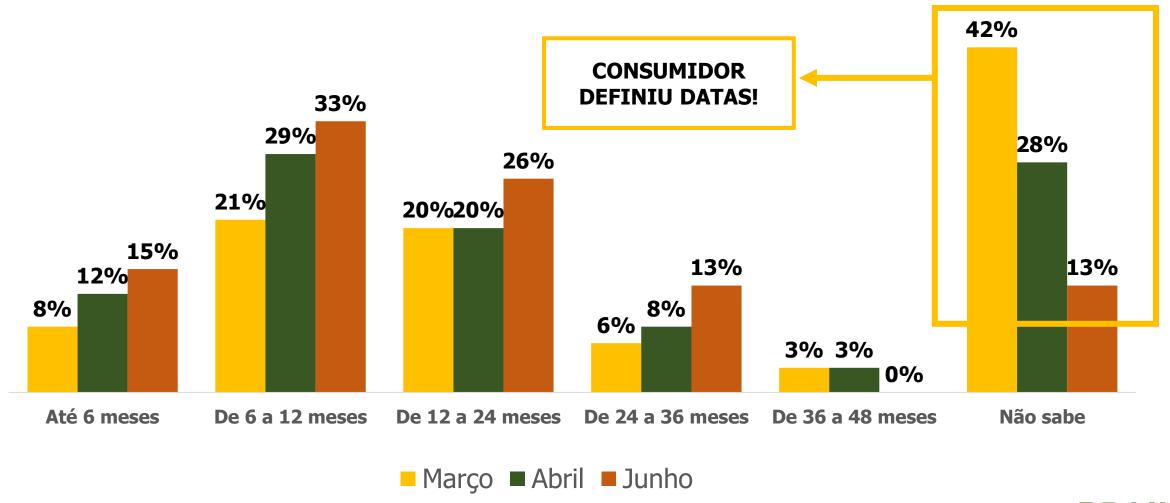
Ainda ocorrerá em 12 meses

■ Ocorrerá mais rápido que o previsto



Ainda ocorrerá em 24 meses

TEMPO DE POSTERGAÇÃO DA COMPRA



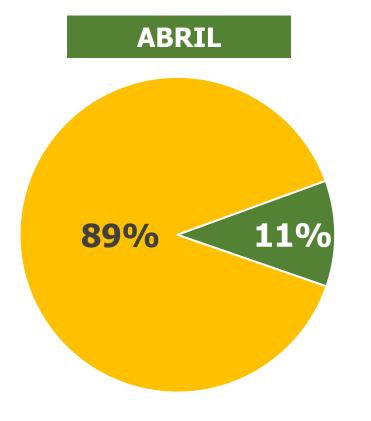


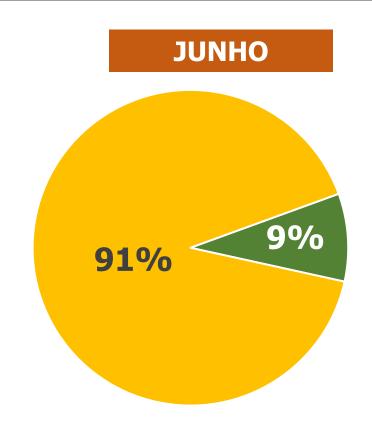
ALGO FARIA VOCÊ ANTECIPAR A COMPRA?





ISOLAMENTO INTERFERIU NO TIPO DE IMÓVEL QUE COMPRARÁ?

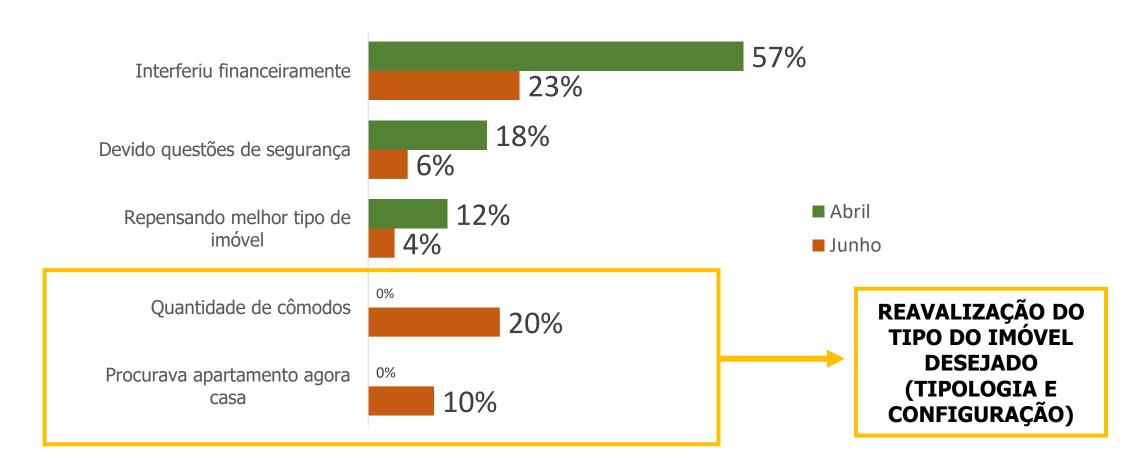




- Interferiu na escolha do imóvel desejado.
- Não interferiu na escolha do imóvel desejado



ISOLAMENTO INTERFERIU NO TIPO DE IMÓVEL?



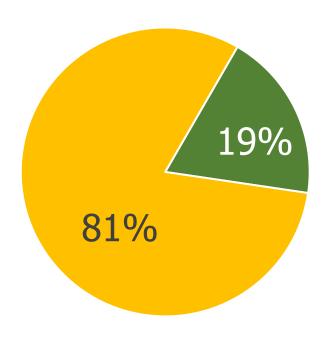


ISOLAMENTO INTERFERIU NO PREÇO DO IMÓVEL?

ABRIL

75%

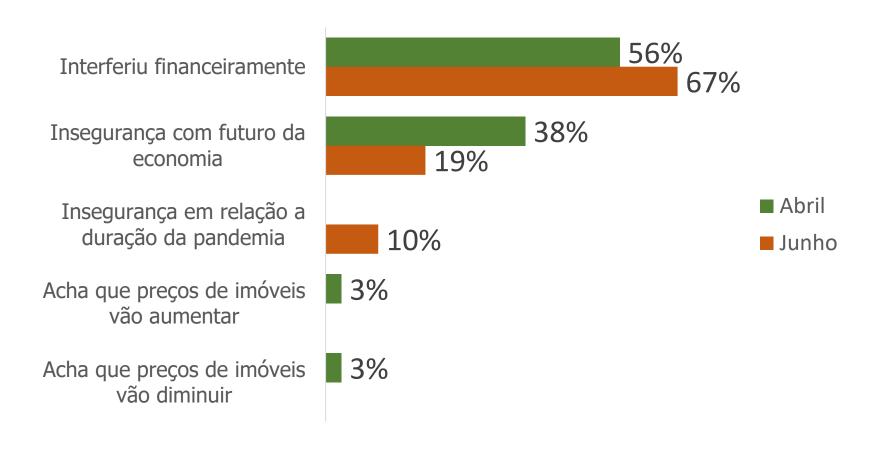
JUNHO



- Interferiu na escolha do VALOR imóvel desejado
- Não interferiu na escolha do VALOR imóvel desejado



ISOLAMENTO INTERFERIU NO PREÇO DE IMÓVEL?



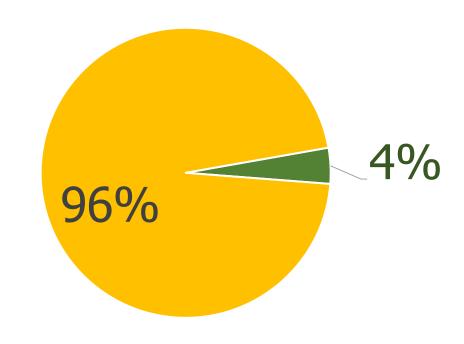


ISOLAMENTO SOCIAL INTERFERIU NO QUE CONSIDERA FUNDAMENTAL/DIFERENCIAL?

ABRIL

94%

JUNHO



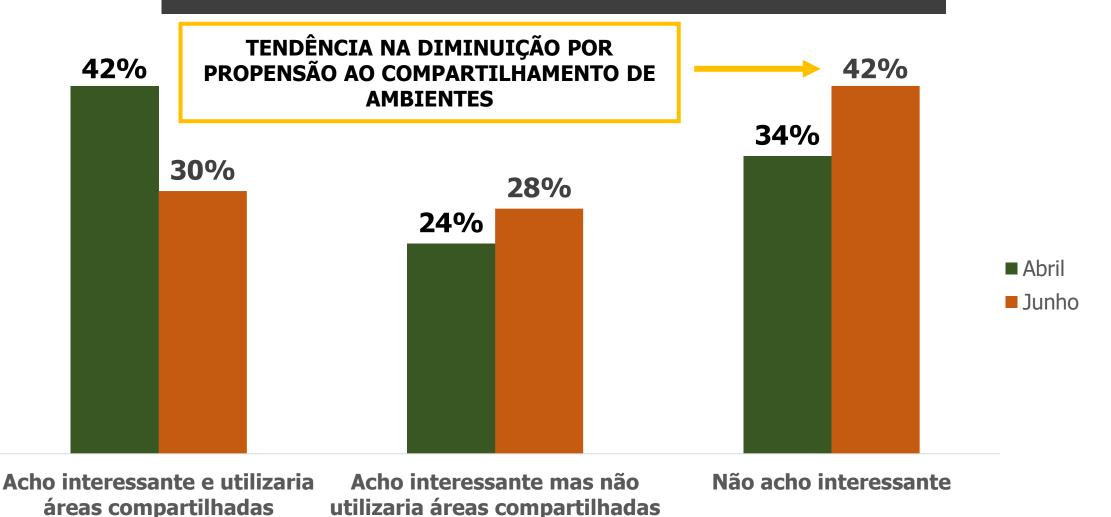
- Interferiu na escolha dos diferenciais.
- Não interferiu, sempre foram os mesmos



8. COMPARTILHAMENTO DE AMBIENTES



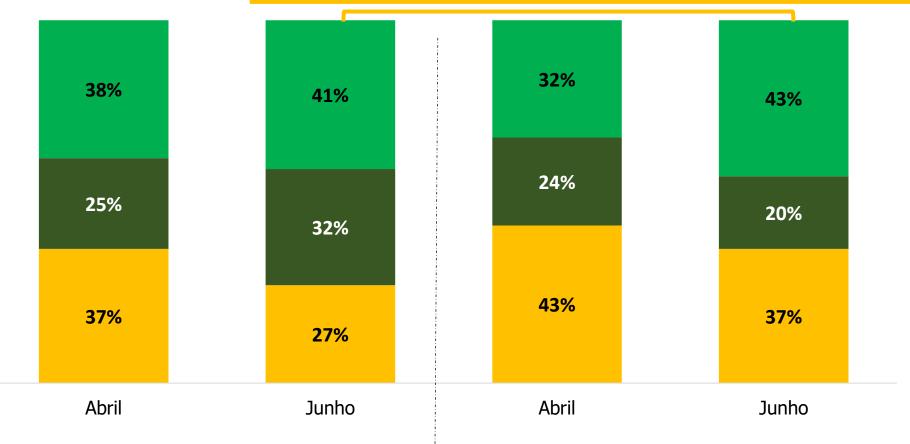
COMPARTILHAMENTO DE AMBIENTES





COMPARTILHAMENTO DE AMBIENTES





Até R\$ 7.875,00 Acho interessante e utilizaria

Acima de R\$ 7.875,01

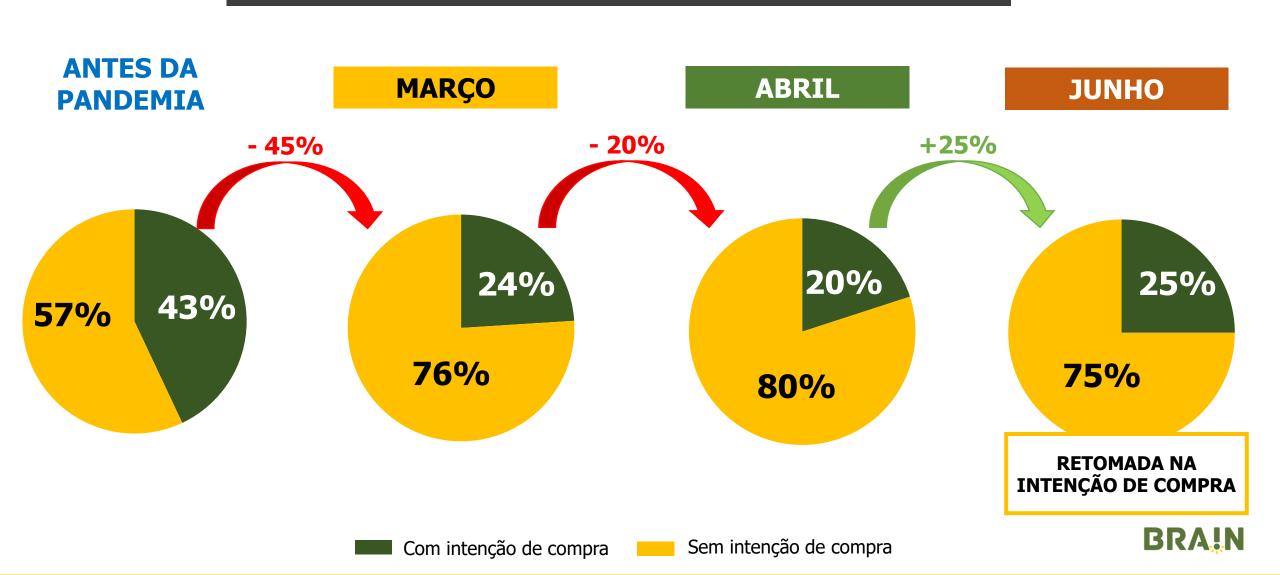
■ Acho interessante mas não utilizaria ■ Não acho interessante



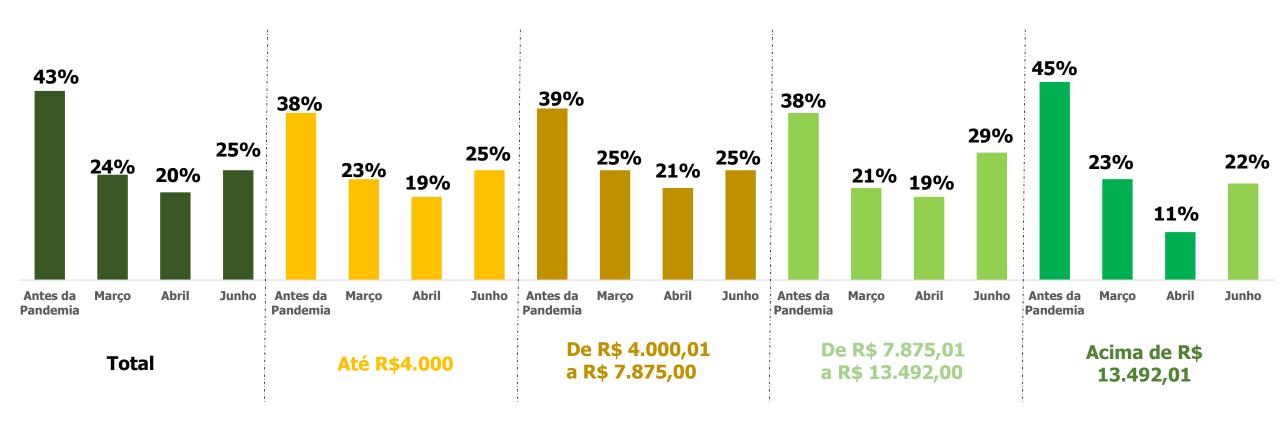
10. INTENÇÃO DIANTE DA PANDEMIA



INTENÇÃO AO LONGO DA CRISE

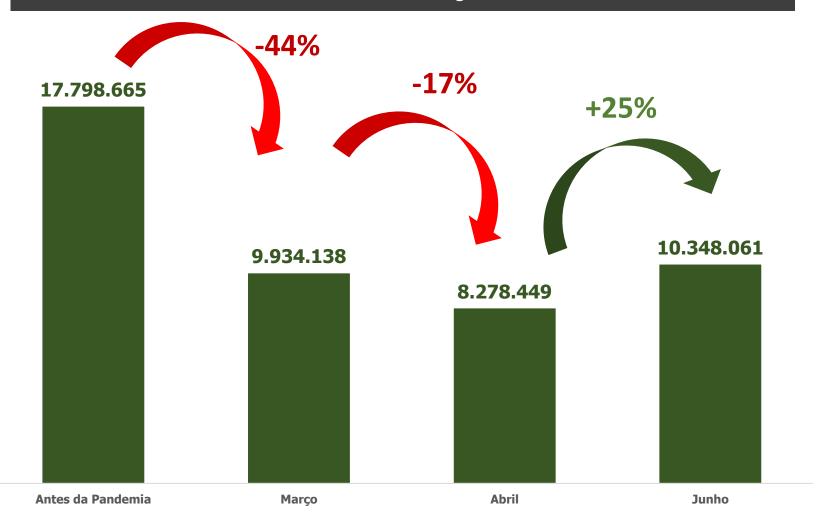


INTENÇÃO AO LONGO DA CRISE



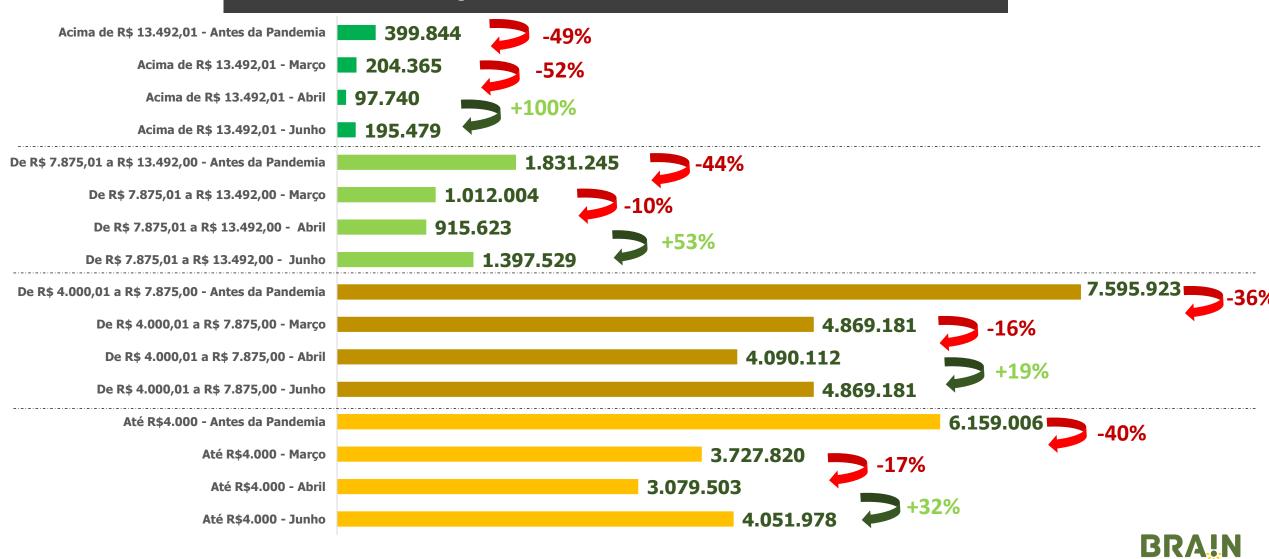


FAMÍLIAS COM INTENÇÃO DE COMPRA





INTENÇÃO AO LONGO DA CRISE



12. CONCLUSÕES



1. Os resultados comerciais concretos de maio e junho, e, sobretudo o crescimento percebido pelas empresas na procura, vem indicando uma melhora no mercado imobiliário. Esta melhora vem sendo notada indistintamente por empresas dos segmentos econômicos e médio-altos. De qualquer forma, as expectativas empresariais foram equacionadas para um novo cenário mais retraído, mostrando que as empresas vem conseguindo dimensionar mais acuradamente o seu mercado.

2. Efeitos mais duradouros da pandemia, no sentido de uma mudança "radical" do imóvel desejado, ainda não são claramente percebidos, embora é natural que efeitos mais imediatos sejam sentidos em casos particulares. A questão essencial que se coloca para a demanda é a manutenção do emprego/renda, que tem sido mais crítica para as menores rendas. Esta questão e o sentimento de maior necessidade de poupar recursos afetam o mercado imobiliário de forma mais intensa que as naturais aspirações de melhoria no domicílio atual. Por isso faz-se necessária a manutenção ativa dos programas do Minha Casa Minha Vida, que vem demonstrando ótima performance.

3. <u>Naturalmente a queda da taxa de juros referencial, colocando juros reais próximo a zero ou negativos, situação inédita no Brasil, inevitavelmente irá atuar para impulsionar o mercado imobiliário dirigido ao investimento em locação</u>.

4. Faz-se necessário um urgente ajuste nas taxas de financiamento, em acordo com os novos cenários de juros, para ampliar a capacidade de captação das famílias e reduzir o custo do empréstimo. Ou seja, não basta reduzir a Selic se isto não chega na ponta tomadora do crédito.



5. Igualmente, é justamente o crédito para a atividade a maior demanda das empresas, de forma consistente, sendo nas 3 rodadas da pesquisa uma demanda inequívoca. Como o mercado esta respondendo, é bastante claro indicar que a melhoria nas condições do crédito pode impulsionar rapidamente o fomento da atividade imobiliária, posto que a demanda residencial vem se mostrando mais ativa que as expectativas iniciais.

Pode-se dizer que antecipamos uma queda da atividade muito mais intensa do que vem sendo observada. O que não impede de dizer que o cenário global é negativo - e dramático - pelo seu custo humano e social.

7. O cenário do segundo semestre, quando imagina-se que a partir de agosto/setembro haverá uma redução dos efeitos da epidemia em termos de novos casos e mortes, pode sugerir que diversas empresas que seguraram projetos venham a lançar seus produtos.

8. Vale dizer que pouquíssimas empresas de fato cancelaram seus projetos, estando o mercado mais em ritmo de espera e adequação ao novo cenário que de paralisação da atividade em si. Ou seja, existe forte possibilidade de "explosão" de lançamentos a partir de agosto/setembro, decorrente do represamento do período atual.



9. <u>Finalmente, um fato importante é que a epidemia atua como catalisador de tendências que vinham ocorrendo,</u> isto é, a epidemia da Covid-19 acelera orientações e processos, como a já tão falada adesão ao home office, entre demais tendências.

10.0 que ressaltamos é a necessária e intensa digitalização das empresas de construção e incorporação, que vem se ajustando aos novos tempos.



11. Por último, aprende-se a cada dia novos usos para o imóvel residencial e para o comercial, e pode-se dizer que a vivência mais intensa do lar nesse período pode ensejar desdobramentos de inovação e adaptação seja nos imóveis já constituídos, seja nos novos empreendimentos.

12.Como o mercado imobiliário é muito pulverizado em todo o pais, e constituído de uma amplíssima gama de empresas de orientações diversas, estamos seguros ao apontar uma perspectiva de um novo ciclo imobiliário dentro do segundo semestre e sobretudo a partir de 2021.

BRA!N

DIRE CÃO & CONSUL TORIA.



Guilherme Werner
Sócio-consultor
guilherme@brain.srv.br



Fábio Tadeu Araújo Sócio-diretor fabio@brain.srv.br



Letícia Tiboni Araújo Diretora administrativa leticia.tiboni@brain.srv.br



Sócio-diretor marcosk@brain.srv.br



Maria Elisa Leite
Sócia-consultora
maria.elisa@brain.srv.br



Sócia-consultora tiziana@brain.srv.br



Anderson Gonçalves

Consultor Centro-Oeste
anderson@brain.srv.br



Claubert Barreto
Consultor Norte/Nordeste claubert@brain.srv.br

COORDENAÇÃO TÉCNICA DO ESTUDO



Marcos Kahtalian Sócio-diretor da Brain Inteligência Estratégica

Graduado em Comunicação Social pela UFF, pós-graduado em Administração pela FAE Business School, Mestre em Multimeios pela Unicamp e Doutorando em Semiótica pela PUC-SP. Profissional premiado no Brasil, Vice-Presidente de Banco de dados do Sinduscon – PR, professor de cursos de pós graduação e MBA em Marketing e Estratégia, autor do livro Gestão Fora do Eixo, entre outros, já coordenou mais de 5.000 mil estudos de mercado mobiliário no Brasil. Sócio Fundador da BRAIN.



Fábio Tadeu araújo Sócio-diretor da Brain Inteligência Estratégica

Doutorando e Mestre em Gestão Urbana pela PUC-PR, Mestre em Organizações e Desenvolvimento pela FAE Business School, MBA em Gestão de Projetos pelo IBMEC-RJ, Pós-Graduado em Economia Empresarial e em Negócios Internacionais. Economista prêmio Paraná de Economia. É consultor do BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento - para assuntos de habitação na América Latina; assessor de Economia e Mercado da Ademi Paraná; professor de pós graduação em Economia e em Pesquisa de Mercado. Sócio Diretor da BRAIN, onde já coordenou estudos de mercado em mais de 600 cidades do Brasil.



Obrigado.

BRA!N

Rua Coronel Airton Plaisant, 307, Santa Quitéria Curitiba-PR, CEP 80310-160 41 3243-2880