

CORONAVÍRUS

**Impactos e desafios para o
mercado imobiliário**

**Pesquisa apresentada 02 Abril de 2020.*



SOBRE A EBRAIN

A **eBrain** foi criada como um braço da **Brain Inteligência Estratégica** para disseminar conhecimento e informações relevantes, produzindo conteúdos de qualidade e cursos 100% online voltados para o mercado imobiliário.

Hoje, além de contar com a expertise da Brain, a eBrain lança **conteúdos totalmente exclusivos** e focados em proporcionar aos seus usuários a melhor experiência de aprendizado. Para isso, a plataforma aborda temas condizentes com a realidade do mercado, oferece materiais de estudo complementares, desenvolve vídeos simples, dinâmicos e de fácil compreensão e permite que todos esses conteúdos sejam acessados quantas vezes forem necessárias, a qualquer hora e lugar.



Fábio Tadeu Araújo
Sócio diretor Brain Inteligência Estratégica

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.



ABEP
Membro



ADEMI-PR
Associado



ADIT BRASIL
Associado



ASBRASS
Patrocinador
Master



GRI CLUB
Club Partner
Americas



SINDUSCON-PR
Associado



**Perdeu ou quer rever
a palestra?**



INSCREVA-SE

**Curta e se inscreva no nosso canal.
Tenha acesso a diversos materiais, entre análises
de mercado, entrevistas e muito mais.**



eBRAINEaD

PARCEIROS DA PALESTRA ONLINE



SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	QUAL É A PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO SETOR SOBRE A CRISE?	8
2.1	Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?	10
2.2	Quais serão os impactos para a economia?	15
2.3	As medidas do Estado estão ajudando?	21
3	QUAIS SÃO OS IMPACTOS NA INTENÇÃO DE COMPRA DE IMÓVEIS NO BRASIL?	23
4	CONCLUSÃO	30

INTRODUÇÃO

Com o surgimento da COVID-19, doença infecciosa causada pelo mais recente coronavírus descoberto, vários aspectos mudaram na nossa vida. O isolamento social se tornou uma necessidade e a paralisação de algumas atividades de trabalho foi uma consequência inevitável.

Em épocas como essa, é muito comum haver mudanças em diversos aspectos da sociedade. **Mas como essas mudanças irão afetar o mercado brasileiro e mais especificamente o mercado imobiliário?**

Com o objetivo de compreender esses impactos no mercado, nós, da **Brain Inteligência Estratégica**, em parceria com a **CBIC**, realizamos duas pesquisas. A **primeira pesquisa**, realizada em parceria com a CBIC, foi aplicada junto a 362 **empresários do setor** para entender qual é a percepção deles a respeito da crise. A **segunda**, realizada com 600 potenciais **compradores de imóveis**, analisou a intenção de compra antes e depois do coronavírus.



QUAL É A PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS DO SETOR SOBRE A CRISE?



O primeiro estudo que apresentamos aqui é uma pesquisa quantitativa com o objetivo de verificar a **percepção dos empresários** sobre a crise.

Essa pesquisa foi realizada entre os dias **21 e 26 de março**, por meio de questionários digitais com questões abertas e fechadas, com players do mercado da construção civil, como **incorporadoras, empreiteiras, loteadoras**, e demais stakeholders de todo o país envolvidos na cadeia produtiva da indústria imobiliária.

A partir das informações, fornecidas por 362 stakeholders, foi possível notar um **alto grau de maturidade nas empresas**, uma vez que 24% delas possui mais de 30 anos de atuação no mercado.

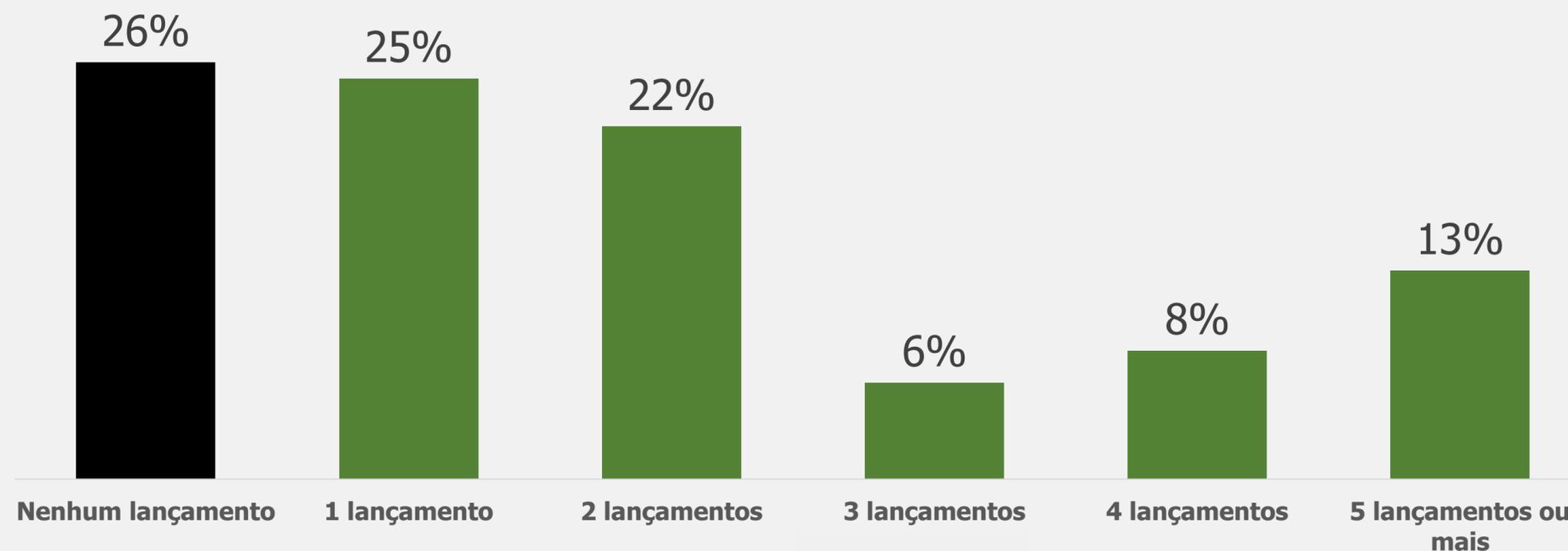
Dentre os entrevistados, a maioria atua nas áreas de construção civil (59%) e incorporação (55%) e pode ser considerada uma pequena ou média empresa (66%). Isso pode ser notado também pelo faturamento das empresas, já que 61% tiveram um faturamento de até R\$25 mi no ano de 2019. Contudo, há uma parcela considerável de stakeholders que tiveram um grande faturamento em comparação aos outros, como é o caso de 15% das empresas, que alcançaram uma receita superior a R\$100 milhões/ano.



2.1. Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?

Em outras pesquisas da Brain, evidenciamos como **2019** foi um **ano de recuperação** para o mercado imobiliário e a construção civil. Já o ano de **2020** era esperado com muito **otimismo** pelo setor. Tal fato pode ser evidenciado pelo volume projetado de lançamentos que as empresas participantes da pesquisa previam para o ano, sejam eles horizontais ou verticais.

No mercado horizontal era previsto o lançamento médio de 2,9 empreendimentos horizontais por empresa, com a maioria delas lançando 1 (25%) ou 2 (22%) empreendimentos no ano.



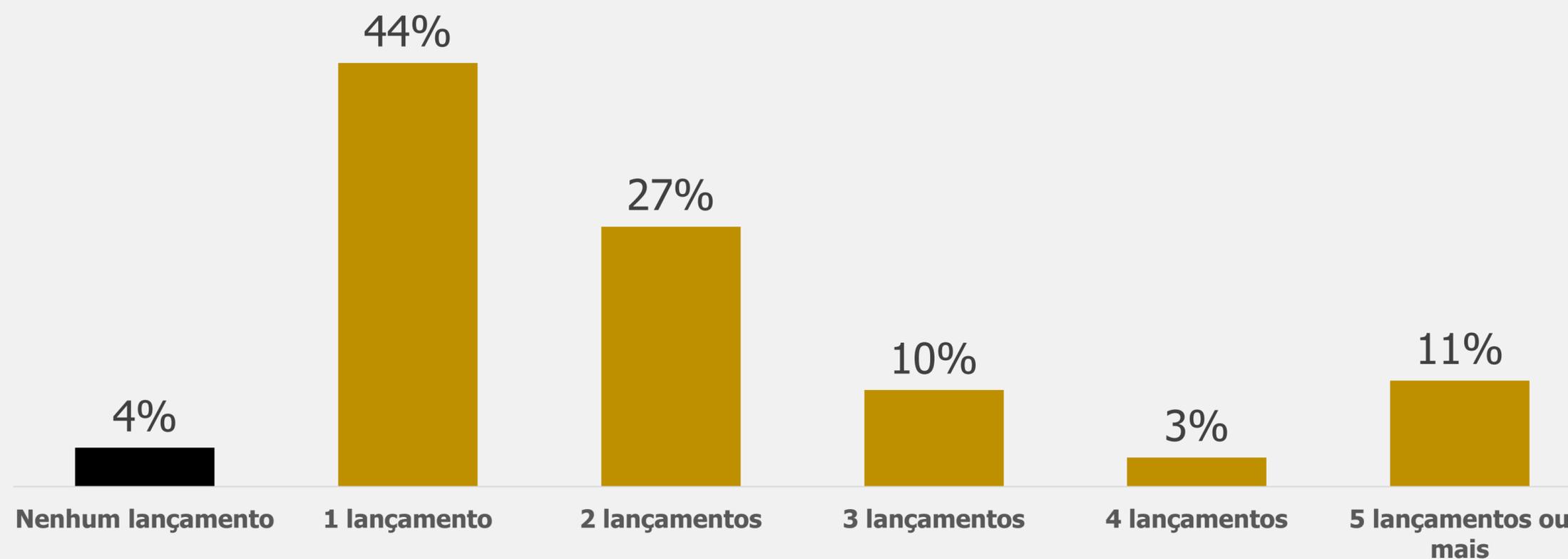
Realização:

CBIC **BRAIN**



2.1. Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?

O caso de empreendimentos verticais residenciais segue a mesma tendência, com 2,7 lançamentos em média por empresa e uma maioria lançando 1 (44%) ou 2 (27%) empreendimentos em 2020.



Realização:

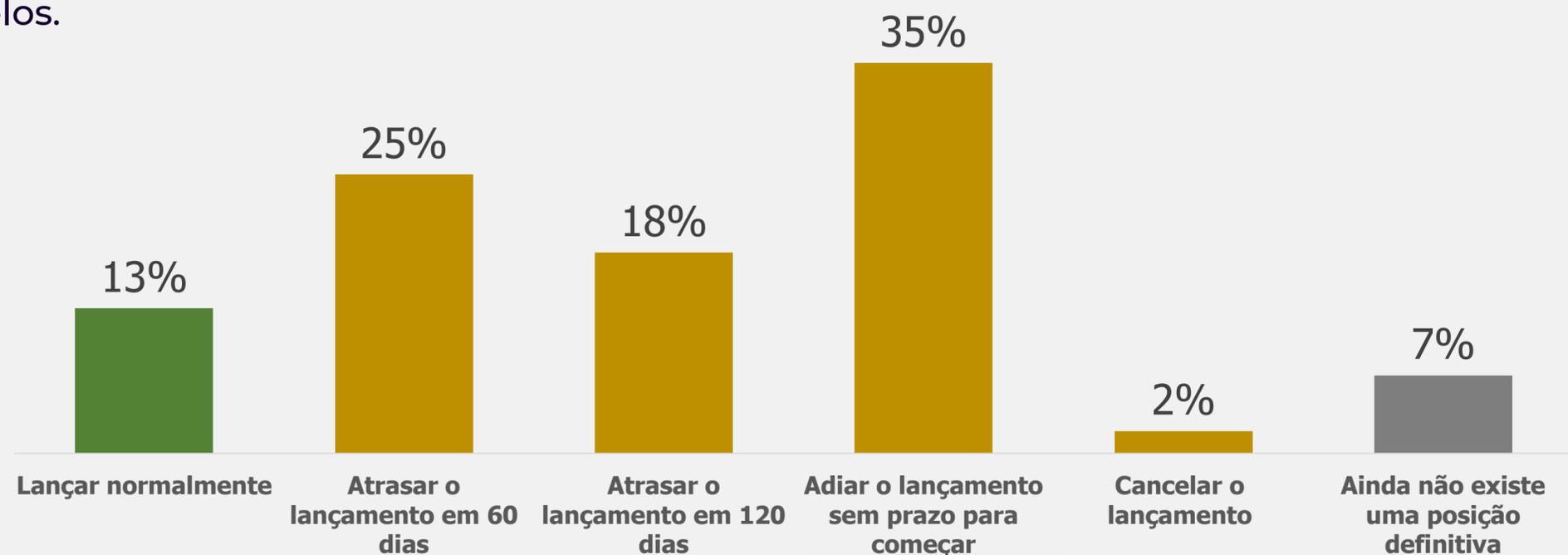


2.1. Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?

Mas e agora, com o coronavírus, qual é a perspectiva?

Depois da pandemia, apenas **2%** dos entrevistados decidiram, de fato, **cancelar os lançamentos previstos para o ano**, enquanto **13%** pretendem **lançar os seus empreendimentos normalmente, sem qualquer postergação**. Contudo, a maioria (**78%**) dos stakeholders respondeu que vão **atrasar o lançamento** de seus empreendimentos. Ainda assim, 25% acreditam que vão atrasar o lançamento em até 60 dias e 18% em até 120 dias.

Tal fato demonstra que, ainda neste momento inicial da pandemia, os empresários, em sua ampla maioria, entendem que os cronogramas de lançamentos serão afetados, mas não ainda a ponto de cancelá-los.



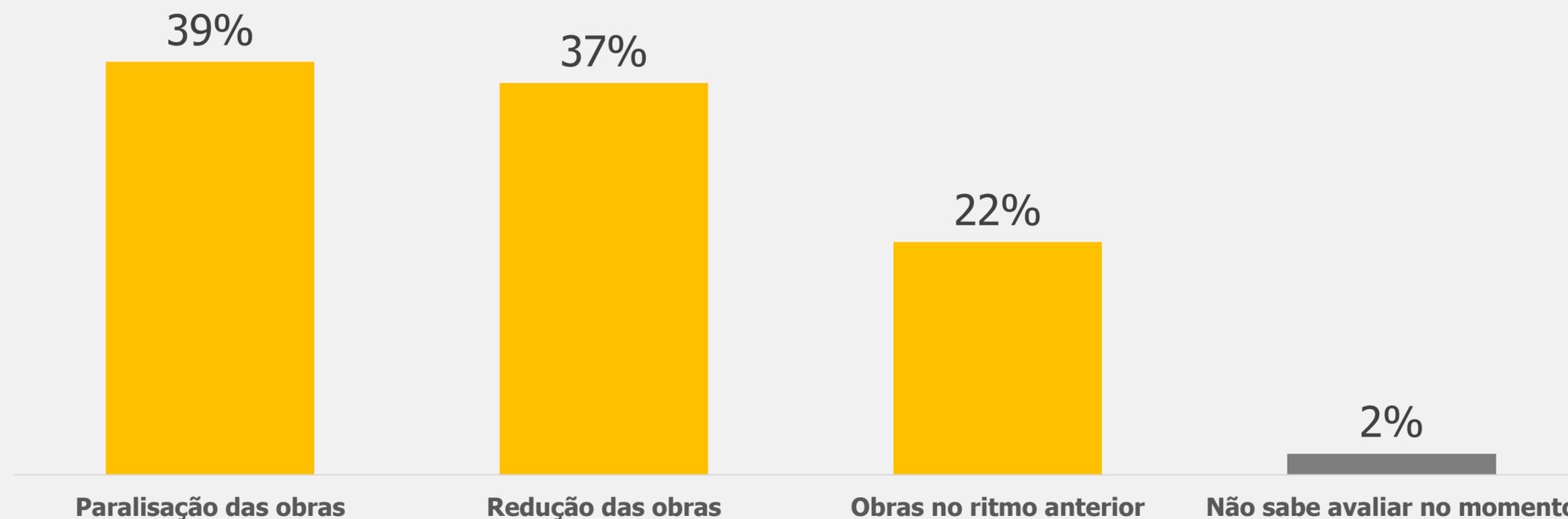
Realização:



2.1. Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?

Antes da pandemia, as obras seguiam em ritmo planejado (71%). Apenas uma minoria tinha algum tipo de atraso (13%).

Ainda que em diversos estados a construção civil não tenha sido objeto de decretos para paralisação das suas atividades, observou-se que cerca de 39% dos empresários entrevistados adotaram essa prática. Além disso, **37% mantiveram com uma redução do ritmo de obras** e **22% mantiveram o mesmo ritmo** de antes da pandemia.



Realização:



2.1. Como o coronavírus está afetando a atividade das empresas?

O que podemos ver aqui é que 59% das empresas mantiveram as obras com o mesmo ritmo, ou em ritmo reduzido. Tal fato é extremamente significativo, sobretudo para o cash flow das empresas, uma vez que, para a ampla maioria delas, as receitas estão associadas às medições das obras por parte dos agentes financiadores.

Apesar de muitos continuarem suas atividades, **92%** dos stakeholders percebem que a **pandemia terá efeitos consideráveis** na manutenção das atividades da empresa, sendo que **25% dos entrevistados consideram que eles serão severos**. Isso acende um sinal de alerta para as empresas, evidenciando uma preocupação com o desenrolar da epidemia nos próximos meses.

Ainda a respeito da paralisação ou não do trabalho, quando perguntados quais medidas tomaram com os colaboradores, **houve uma rápida**

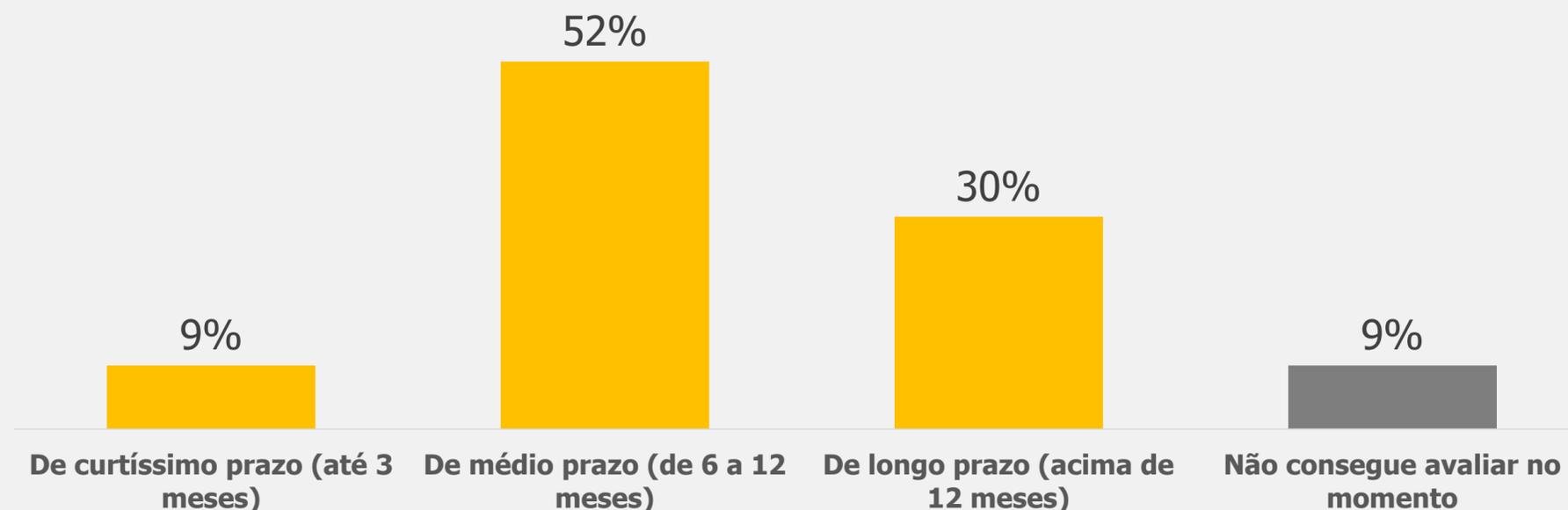
adesão ao home office, com 53% dos entrevistados escolhendo essa alternativa para continuarem suas operações. Enquanto isso, **32% optaram por um regime misto**, dividindo entre atividades em home office e presenciais. Somente **11%** dos entrevistados relataram a **paralisação total de suas atividades**.

Podemos ver então, que apesar de o coronavírus estar afetando as atividades das empresas, **os empresários estão confiantes de que essa crise não terá efeitos no longo prazo** e por isso continuarão a trabalhar, mesmo que remotamente.

2.2. Quais são os impactos para a economia

Na seção anterior, vimos que a pandemia do COVID-19 tem impactado no funcionamento das empresas e a pergunta que fica é: **Como a economia do Brasil vai reagir a isso?**

Os entrevistados, em sua maioria (52%), acreditam que os efeitos do coronavírus afetarão a economia do país por um período de 6 a 12 meses (médio prazo) e 30% presumem que será por mais de 1 ano (longo prazo). **Assim, 82% deles acreditam que o ano de 2020 está fortemente comprometido do ponto de vista da economia brasileira.**



Realização:



2.2. Quais são os impactos para a economia

Em se tratando do **impacto econômico-financeiro para as empresas**, os entrevistados tiveram **uma resposta mais otimista**. A maioria (59%) calcula que os efeitos serão de médio prazo e 14% presumem que serão no curtíssimo prazo (14%). Apenas 18% dos stakeholders acreditam que a pandemia impactará suas atividades no longo prazo.

	Curtíssimo prazo (até 3 meses)	Médio prazo (de 6 a 12 meses)	Longo prazo (acima de 12 meses)	Não consegue avaliar no momento
Impactos para a economia do Brasil	9%	52%	30%	9%
Impactos para sua empresa	14%	59%	18%	9%

Comparando as percepções do impacto do coronavírus na economia do país e nas empresas, a previsão de impactos no longo prazo para as empresas (18%) é quase a metade do que para a economia brasileira (30%). Não distante disso, há mais empresários que acreditam na recuperação de suas empresas em até um ano (73%) do que da economia no mesmo período (61%). **Isso significa que os entrevistados consideram que a recuperação das atividades e do faturamento das empresas pode vir antes mesmo da restabilização da economia do Brasil.**

2.2. Quais são os impactos para a economia

Para reduzir esses impactos e ajudar a normalizar a situação econômico-financeira da organização, os empresários têm trabalhado principalmente com a **gestão de caixa**. Nossa pesquisa aponta que as principais medidas tem sido a **redução de despesas administrativas (47%)** ou **associadas a investimentos (46%)**.



Realização:



2.2. Quais são os impactos para a economia

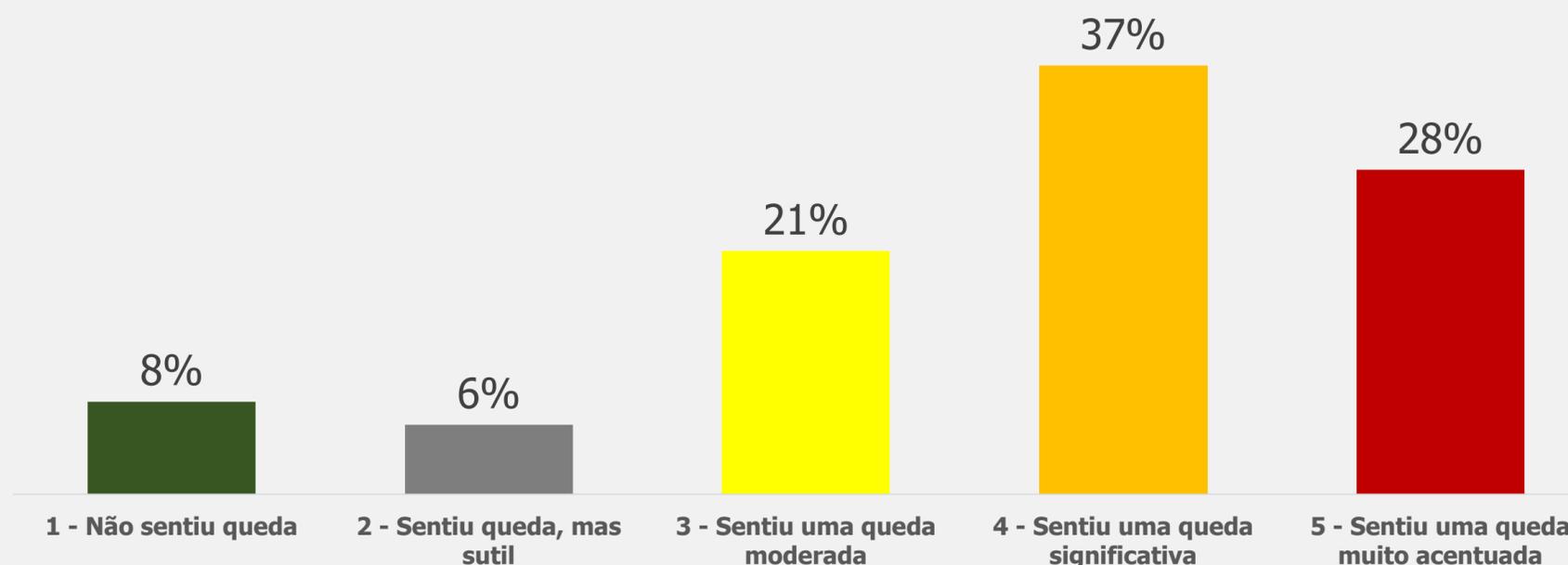
A **renegociação** também tem sido uma ação muito praticada pelos empresários, seja pela dilatação de compromissos financeiros (37%), isto é, postergando o pagamento de dívidas, pela renegociação com fornecedores (30%), ou até mesmo a renegociação de fontes de financiamento e crédito (25%).

Nota-se uma preocupação dos empresários com ações governamentais mais efetivas para a manutenção dos empregos, haja visto que a expectativa de **manutenção da renda no longo prazo**, isto é, a esperança de que o indivíduo continuará empregado está muito ligada à **compra imóvel**, assim como o sentimento de **confiança na economia**. A aquisição de um imóvel é a compra de maior envolvimento econômico e emocional da vida de um consumidor, já que tende a ser a poupança de uma vida inteira.



2.2. Quais são os impactos para a economia

Naturalmente, um dos principais impactos sentidos pelas empresas do setor é a diminuição das buscas presenciais por imóveis. Entretanto, apenas 65% atribuíram esse impacto de forma altamente significativa. Seguramente, esses dados mostram uma mudança no perfil das buscas por imóveis, fazendo que, inevitavelmente, as empresas adotem estratégias mercadológicas em ambiente online para captação de possíveis compradores, já que, como veremos na pesquisa junto aos clientes, os mesmo ainda possuem intenção de compra, ainda que em percentuais menores do que observado no período pré pandemia.



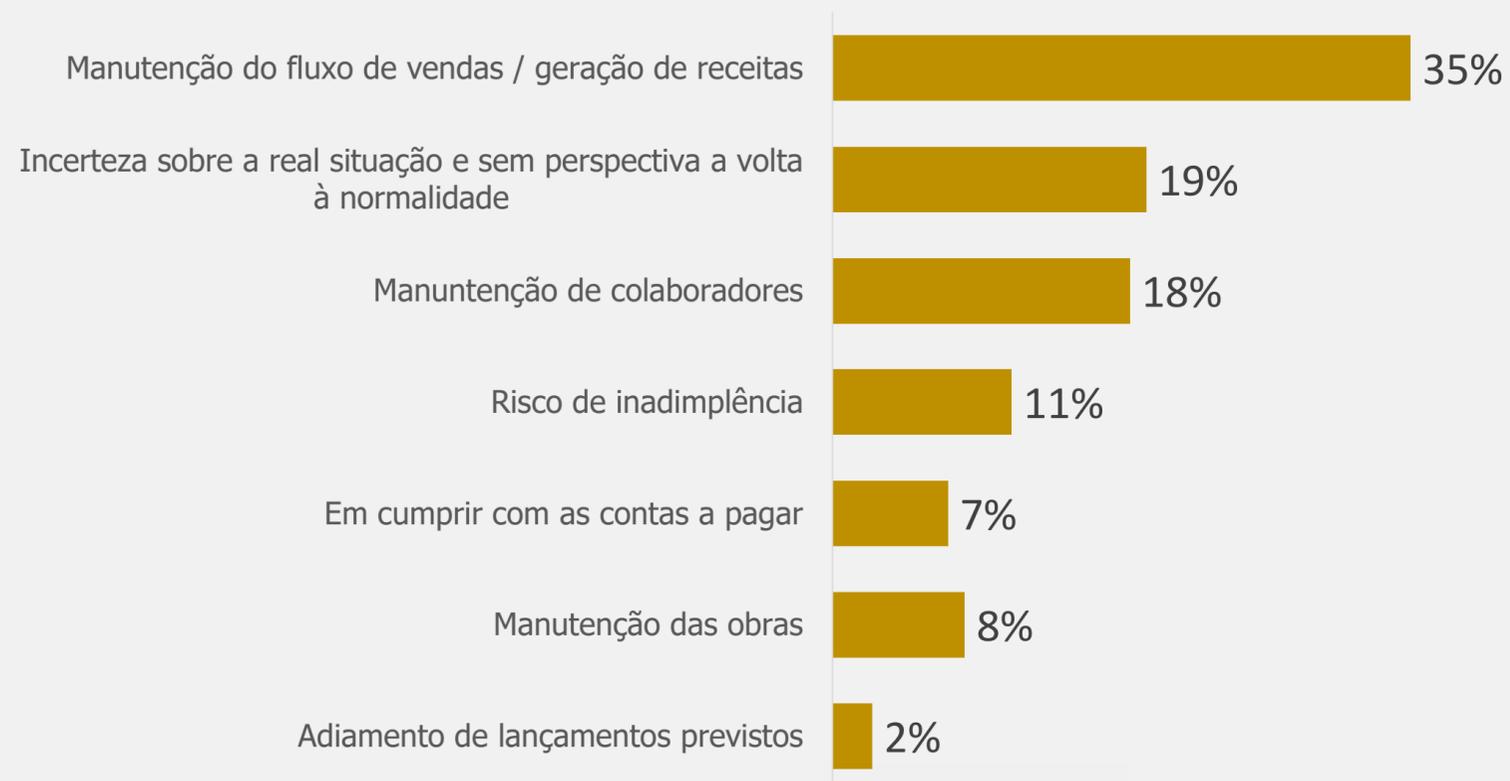
Realização:



2.2. Quais são os impactos para a economia

Esse fator tem reforçado a importância das **estratégias online** das empresas da construção civil e do mercado imobiliário e a pandemia do coronavírus pode ser um acelerador das estratégias de digitalização para as organizações. A presença digital é muito mais importante do que era antes.

Segundo os entrevistados, a principal dificuldade da empresa frente à situação de pandemia está relacionada à gestão de caixa, com a manutenção do **fluxo de vendas** (35%) e de **colaboradores** (18%).

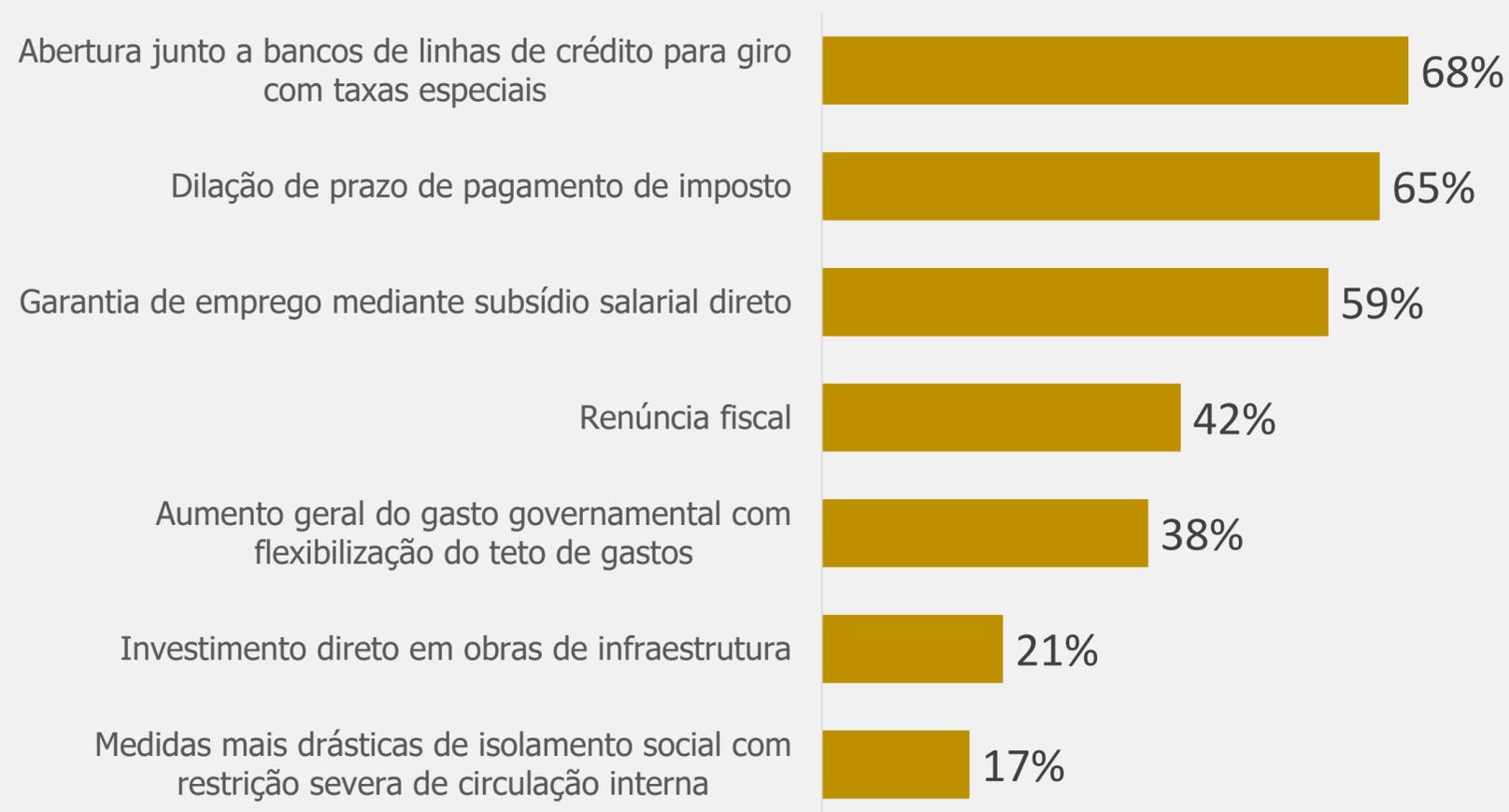


Realização:



2.3. As medidas do estado estão ajudando?

Apesar dos impactos sofridos pelas empresas, os entrevistados acreditam que o Estado pode criar medidas para reduzir os danos. As principais ações apontadas por eles envolvem a gestão de caixa, como a abertura junto a bancos de **linhas de crédito para giro com taxas especiais** (68%) e a **dilação do prazo para pagamento de impostos** (65%).



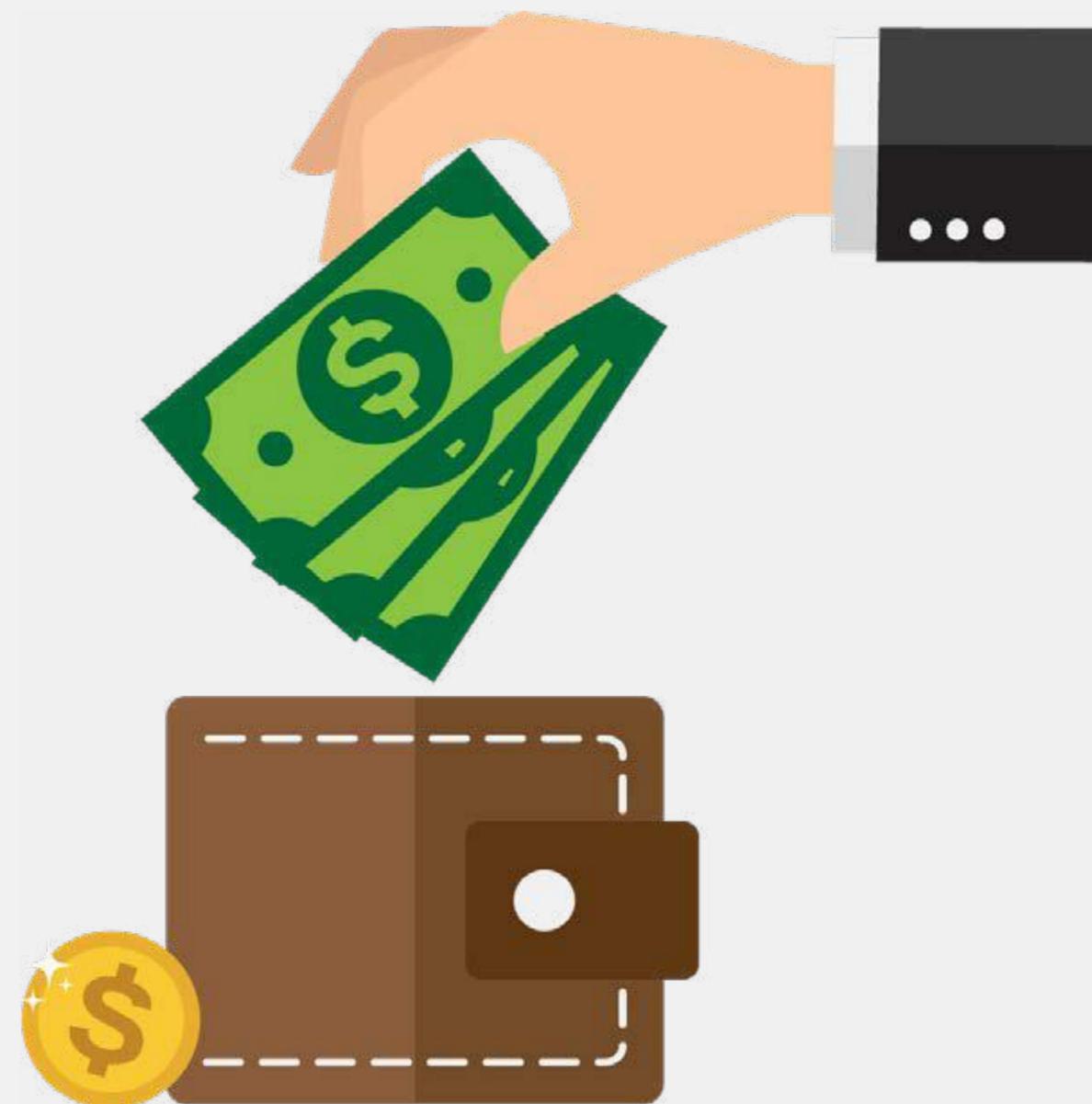
Realização:



2.3. As medidas do estado estão ajudando?

Outra medida julgada importante é a garantia de emprego mediante subsídio salarial direto (59%), isto é, um **auxílio do governo no pagamento de salários**. Essa prática já foi anunciada por diversos governos no mundo, inclusive pelo governo do Brasil, que editou uma Medida Provisória afim de subsidiar os salários, por 2 meses, de funcionários de pequenas e médias empresas, com amplo período de carência e com baixa taxa de juros.

Segundo os empresários, as medidas tomadas pelo Governo são tímidas, mas estão caminhando lentamente. A satisfação com as medidas não são consensuais, já que a maioria considera as ações governamentais insuficientes (51%) e somente 4% as julgam como totalmente suficientes



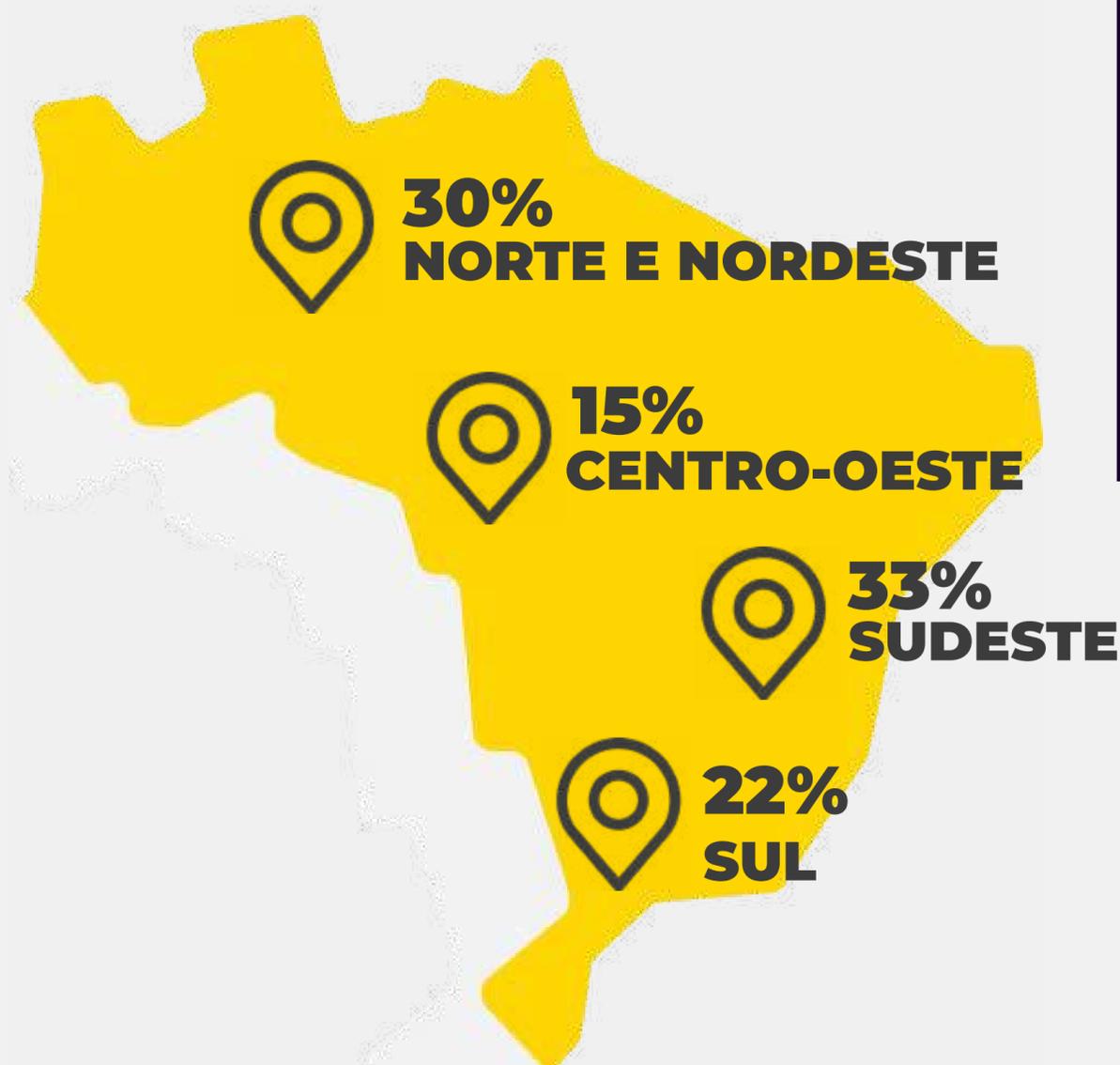
QUAIS SÃO OS IMPACTOS NA INTENÇÃO DE COMPRA DE IMÓVEIS NO BRASIL?

3. Quais são os impactos na intenção de compra

O segundo estudo que trazemos é uma pesquisa quantitativa com o objetivo de levantar a percepção geral do impacto da pandemia do COVID-19 na **intenção de compra de imóveis**, de modo a comparar ao cenário precedente à pandemia. A coleta de dado foi realizada através de questionários estruturados aplicados in loco no ano de 2019 e posteriormente reaplicado entre os dias **19 e 27 de março de 2020**, com **600 entrevistados** com intenção de comprar imóveis. Os entrevistados foram selecionados aleatoriamente dentro do universo de pesquisas realizadas pela Brain nos últimos 6 meses.

A maior parte dos entrevistados são da região Sudeste (33%) e das regiões Norte e Nordeste combinadas (30%), enquanto o Sul representa 22% e o Centro-Oeste equivale a 15%.

Região



3. Quais são os impactos na intenção de compra

Os participantes da pesquisa têm a idade média de 40 anos, com 61% deles na faixa entre 31 e 49 anos. As faixas de renda dos entrevistados são distribuídas por cotas, possuindo representatividade amostral em cada um dos níveis de rendimento entrevistados.

A intenção de compra é um ótimo indicador de como o coronavírus impactará o **mercado imobiliário brasileiro**. A primeira parte da pesquisa, realizada antes da pandemia, revelava que **43% dos entrevistados tinham a intenção de comprar um imóvel**. Destes, 18% queriam comprar em até 6 meses, 43% em até 12 meses, e 39% em até 24 meses.

Geração

Média: 40 anos

22 a 30
anos



20%

31 a 49
anos



61%

50 a 58
anos



15%

59 a 65
anos

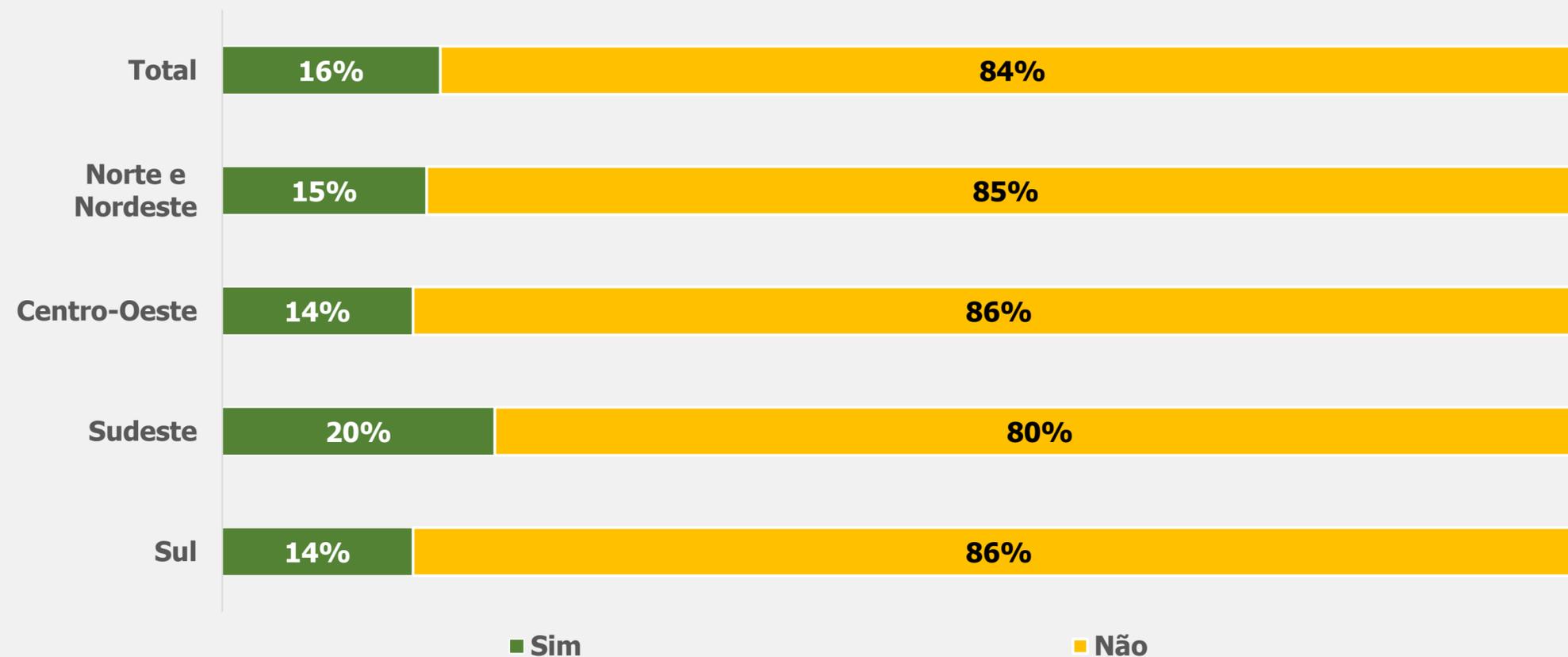


4%



3. Quais são os impactos na intenção de compra

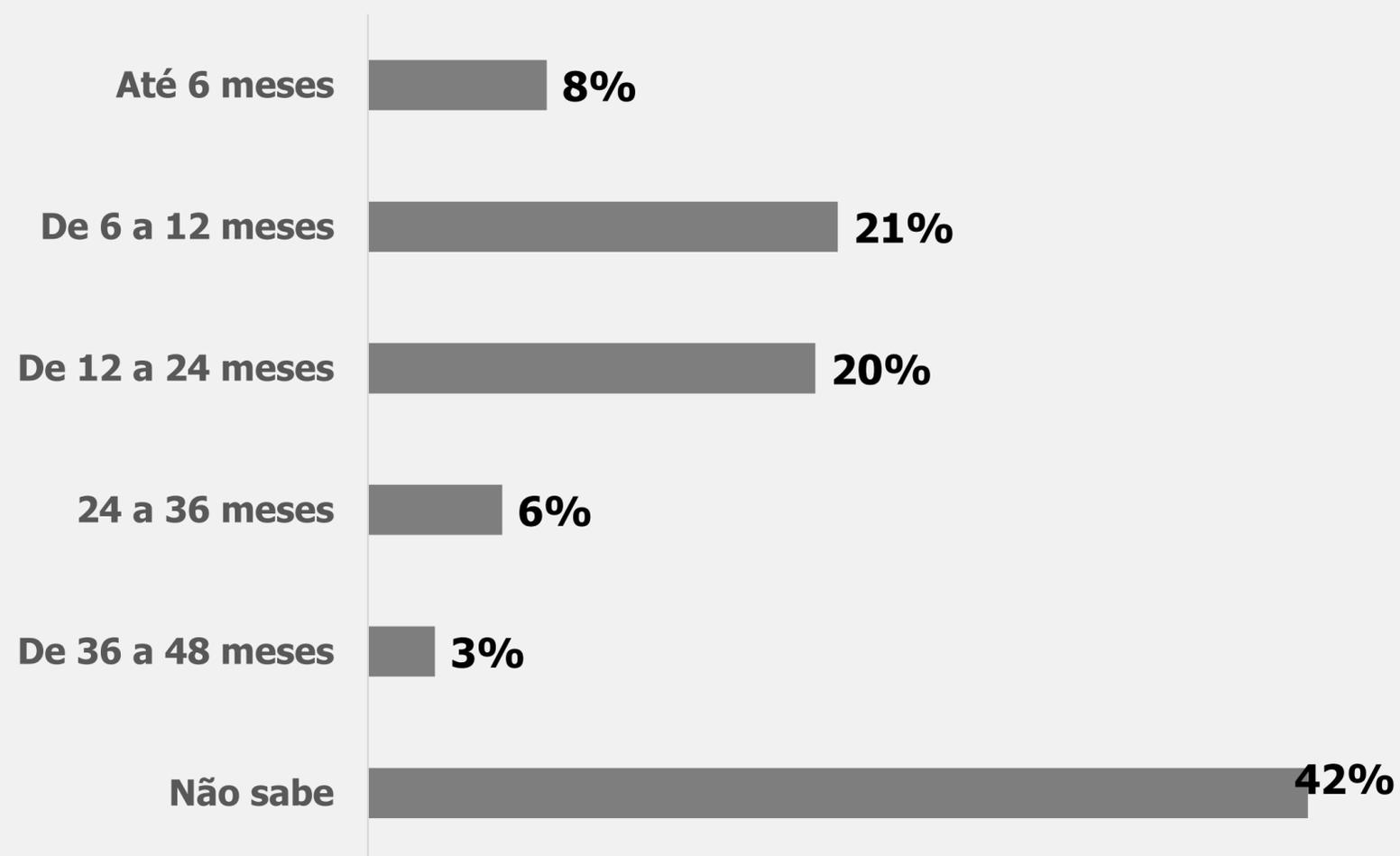
Depois que a pandemia surgiu, apenas 16% desses consumidores realmente efetivaram a compra do imóvel. Para 89% deles, a compra aconteceu antes mesmo do avanço do coronavírus no Brasil. Dos restantes 11% que compraram depois desse período, apenas 1% das compras foram aceleradas pela pandemia.



Realização:
BRAIN

3. Quais são os impactos na intenção de compra

Dentre os entrevistados que não realizaram a compra do imóvel nesse período desde a primeira pesquisa de intenção, 45% desistiram, enquanto **55% mantiveram a decisão de comprar**. Dessas pessoas que ainda vão comprar, 50% prorrogará o tempo da compra, mas grande parte deles (42%) ainda não sabe por quanto tempo, mais uma vez evidenciando a incerteza do mercado.



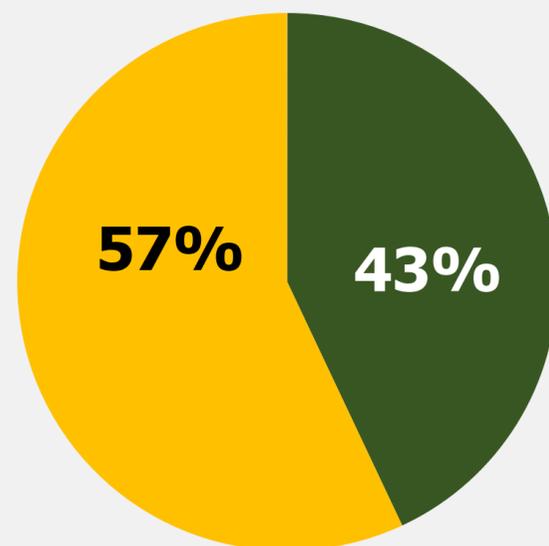
Realização:

BRAIN

3. Quais são os impactos na intenção de compra

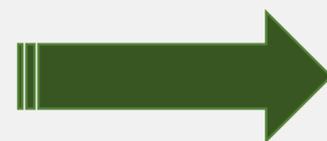
Inevitavelmente, a intenção de compra do brasileiro foi afetada pela pandemia. Estranho seria se isso não tivesse ocorrido. Entretanto, o que tiramos de lição destes números, é que o momento denota uma situação de medo, natural pelas circunstâncias, mas não de pânico. Ou seja, ainda que a queda seja considerável, vê-se ainda um percentual expressivo de manutenção desta intenção anteriormente declarada.

ANTES DA PANDEMIA

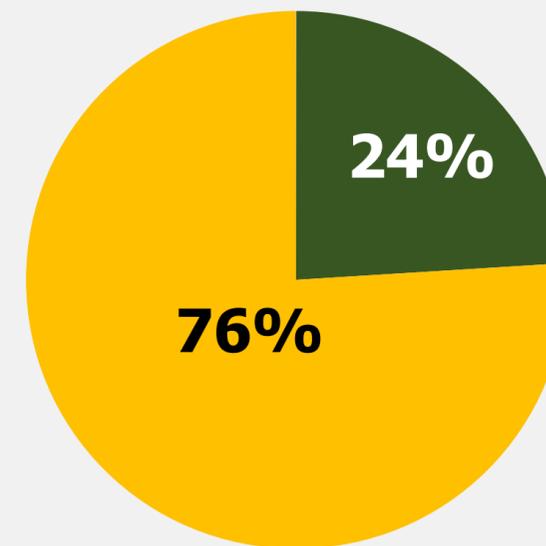


■ Com intenção de compra
■ Sem intenção de compra

44% de queda na
intenção da compra



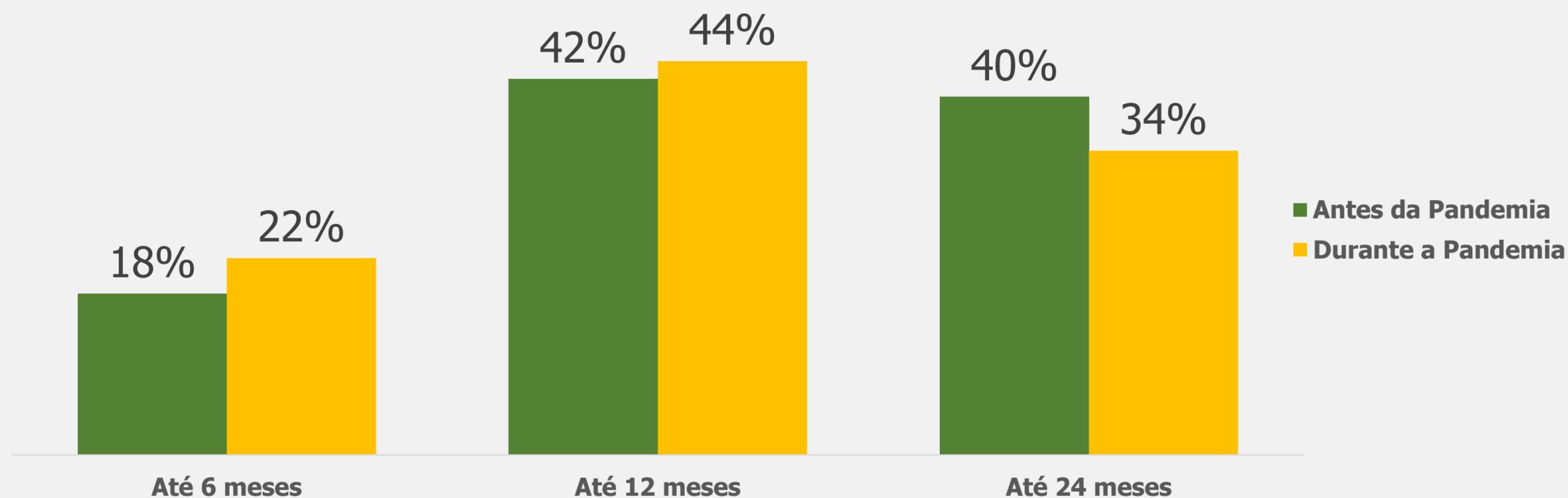
DURANTE A PANDEMIA



Realização:
BRAIN

3. Quais são os impactos na intenção de compra

Contudo, os consumidores que ainda desejam comprar possuem um tempo médio de intenção de compra menor agora do que antes do coronavírus.



Realização:
BRAIN

CONCLUSÃO

As duas pesquisas realizadas pela **Brain Inteligência Estratégica** em parceria com a **CBIC** trouxeram várias informações importantíssimas para o mercado imobiliário. Foi possível ter um panorama geral de como a pandemia do coronavírus impactou o mercado imobiliário brasileiro.

Vimos que, em geral, as empresas parecem preparadas para os impactos econômicos e financeiros para os próximos 3 a 5 meses, para começar a acelerar depois desse período. É importante que os empresários foquem seus esforços no **planejamento de seus produtos**, já que acreditamos que quem estiver melhor preparado para a hora que sair da crise vai obter melhores resultados.

Agora, devemos agir de forma inteligente e criar planos de contingência. A medida mais tomada pelos empresários para passar por esse momento de dificuldades tem sido a **gestão de caixa**. Uma forte disciplina de caixa leva a uma gestão um pouco mais conservadora dos seus ativos. É importante buscar cortar custos, mas não investimentos, porque são eles que vão

permitir às empresas a alavancar quando o cenário for mais favorável.

As paralisações afetaram o mundo todo, mas como um dos países mais afetados pelo contágio do coronavírus, a China viu sua enorme produção parar. Se todos antes compravam insumos chineses, as cadeias produtivas de todo o globo foram afetadas. Agora é a hora de olharmos para a **economia local** e investirmos em **negócios do nosso país**, para que a recuperação pós-crise seja mais rápida.

E os setores da construção civil e do mercado imobiliário vão ficar como nesse cenário? Como vimos na pesquisa, a maioria **adiou a compra do imóvel**. Os que desistiram da aquisição, o fizeram devido à grande **incerteza na economia** do país na **atual situação**. Contudo, devemos lembrar que um imóvel não desvaloriza 30% em um mês, como a bolsa de valores. O imóvel é um ativo físico, por isso, há uma **garantia real** desse ativo, tornando-o mais resiliente à crise.



CONCLUSÃO

É preciso se atentar de que haverá mercados mais e menos impactados na atual conjuntura. Exemplos disso são imóveis de hotelaria, varejo e shopping centers serão os mais afetados, já que eles demandam um grande fluxo de pessoas para continuarem funcionando. O **setor menos afetado será o residencial**, já que tem um mercado muito maior.

Nós, empresários, temos que ter um plano para a crise imediata, para o curto, médio e longo prazos. Isto é, o mercado imobiliário tem que olhar os vários momentos da crise e se organizar de forma a agir corretamente em cada um deles para otimizar seus esforços. No curto prazo, é preciso proteger seu caixa, para se fortalecer no médio e no longo prazo, e retomar os lançamentos.

Embora a crise deva durar mais do que desejamos, ela passará. O imóvel, sobretudo o residencial, é uma tecnologia sem substituto. Com crise ou sem crise, existem vetores estruturais que condicionam a demanda imobiliária. A necessidade de se ter um imóvel é indiscutível.

Possivelmente, assim como na crise de 2008, a habitação de primeira moradia tenderá a ser mais resiliente que as outras. Nesse contexto, vemos a importância da **recuperação do Minha Casa Minha Vida**, que é um grande intermediário para que essa mudança ocorra. Já nos casos de **segunda moradia**, é muito mais fácil adiar o investimento até que a situação econômica seja mais favorável, portanto, **serão mais afetados**.

Recapitulando, a crise pode demorar mais do que o que desejamos, mas ela vai passar e você deve estar pronto para isso. Planeje seus lançamentos, melhore seus produtos e a comunicação deles. Reinvente, busque novas tecnologias, construtechs e proptechs, e agregue valor aos seus projetos. Nós acreditamos que os empresários que fizerem isso são os que sairão por cima quando tudo voltar ao normal.

6 cursos gratuitos

para você se atualizar no mercado

| Disponível por 30 dias



[CLIQUE AQUI](#)

DIREÇÃO & CONSULTORIA.



Fábio Tadeu Araújo

Sócio-diretor
fabio@brain.srv.br



Letícia Tiboni Araújo

Diretora administrativa
leticia.tiboni@brain.srv.br



Marcos Kahtalian

Sócio-diretor
marcosk@brain.srv.br



Guilherme Werner

Sócio-consultor
guilherme@brain.srv.br



Kellen Ramos Dias

Sócia-consultora
kellen@brain.srv.br



Marcelo Gonçalves

Sócio-consultor
marcelo@brain.srv.br



Maria Elisa Leite

Sócia-consultora
maria.elisa@brain.srv.br



Tiziana Weber

Sócia-consultora
tiziana@brain.srv.br



Anderson Gonçalves

Consultor Centro-Oeste
anderson@brain.srv.br



Claubert Barreto

Consultor Norte/Nordeste
claubert@brain.srv.br



Nelson Ribeiro

Consultor interior SP/MG
nelson@brain.srv.br

ATÉ MAIS

Esperamos que o conteúdo deste Ebook seja útil para você e o seu negócio.

Dúvidas e sugestões podem ser enviados por e-mail para e-brain@brain.srv.br

Obrigado,

Equipe eBrain

Coordenação técnica: Fábio Tadeu Araújo e Marcos Kahtalian

Redação e revisão: Gabriel Adorno

Design e diagramação: Tatyane Monney

eBRAIN



www.ebrainead.com.br