FLOW
EXECUTIVE FINDERS

Desafios e tendências de Real Estate em 2021

Por Eduardo Mardegan, Igor Schultz e Leandro Pedrosa

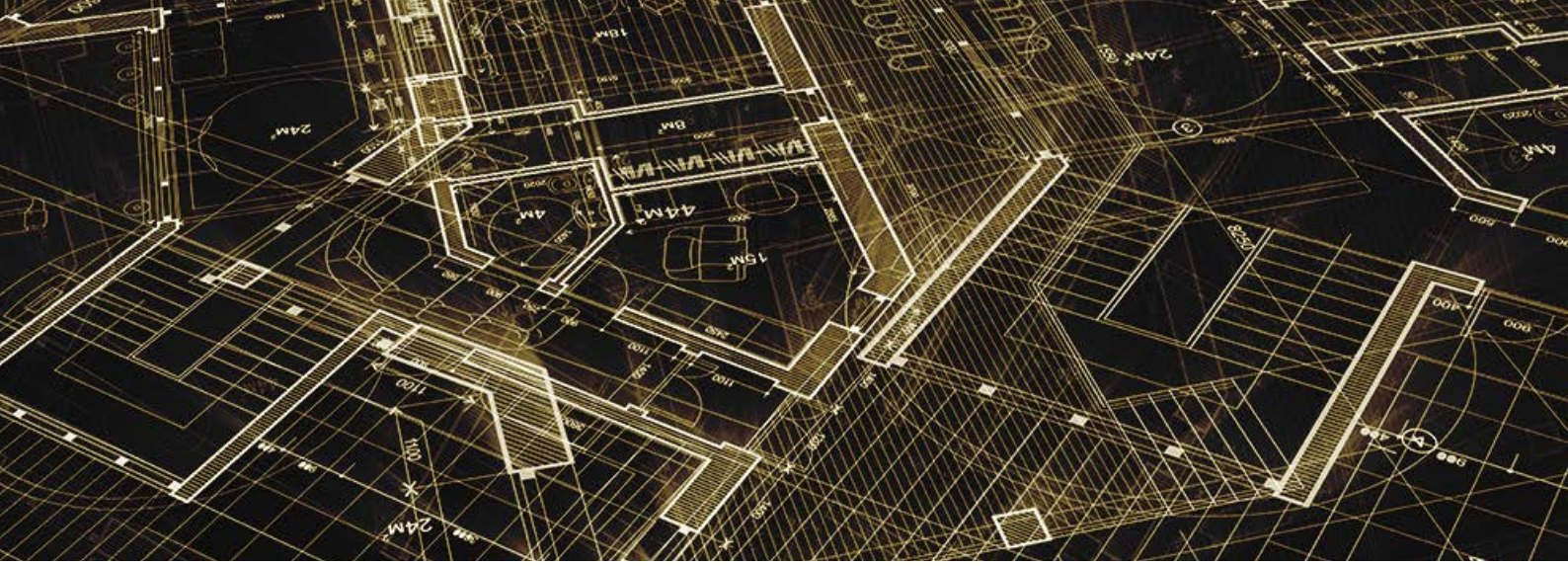
O mercado imobiliário é um setor mais tradicional e conservador. Na pandemia causada pelo novo coronavírus, aconteceu um empurrão forçado rumo à transformação digital. Sem alternativas, as empresas do setor precisaram investir em tecnologia, algo que vinha sendo postergado, até em função da crise anterior que impactou o segmento. Trata-se de um setor que já vem retomando sua movimentação, mesmo ainda durante a pandemia. As vendas da incorporação imobiliária no terceiro trimestre de 2020 alcançaram um novo recorde, com 39.617 unidades vendidas, alta de 39,7% em relação ao mesmo período de 2019, segundo a Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc). Já no acumulado dos últimos 12 meses encerrados em setembro, as 131.852 unidades comercializadas superaram em 13,5% o volume de vendas nos 12 meses anteriores. Impulsionaram o resultado positivo a retomada da economia – o PIB brasileiro cresceu 7,7% no terceiro trimestre de 2020 na comparação com o período anterior -, os juros baixos e o aumento do crédito. Para 2021, a previsão é que o PIB da construção civil cresça 3%, de acordo com o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (Sinduscon-SP).

Identificamos abaixo algumas tendências para 2021 e como elas devem afetar as empresas do setor.

Abertura de capital, baixa taxas de juros e procura por financiamentos

Foram mais de dez anos sem que empresas de construção abrissem capital. Antes de 2020, a última oferta inicial de ações (IPO, na sigla em inglês) havia sido a da Direcional em 2009, com a captação de R$ 250 milhões. Em 2020, abriram capital a Mitre, Lavvi e Melnick Even. You Inc adiou o IPO, mas deve fazê-lo em breve. O movimento é mais um indicador da retomada do setor.

Além de um ambiente melhor para a abertura de captial, as baixas taxas de juros têm influência direta na procura elevada por financiamento. O efeito dos juros viabiliza a procura por imóvel por muitas famílias, pois aproxima na comparação, o valor do aluguel com a prestação do imóvel.



Business intelligence e analytics

Como reação à pandemia, algumas empresas do setor imobiliário – as menos conservadoras - começaram a estruturar áreas internas de business intelligence (BI) e analytics para entender a correlação de dados e, dessa forma, conseguir tomar melhores decisões ao longo do ciclo de um empreendimento. As incorporadoras, em particular, já tinham anteriormente áreas internas de inteligência de mercado, mas era algo específico para mapeamento de terrenos – os dados não entravam na equação. A inteligência artificial já tem sido utilizada tanto na parte de engenharia como em conceitos de design preditivo e gêmeos digitais de empreendimentos - cópias digitais que se comportam da mesma forma que suas contrapartidas físicas. Na construção, as informações em nuvem permitem acesso ágil a todos os parceiros envolvidos no empreendimento. A Construtora Tenda, por exemplo, deu início à sua jornada de transformação digital em 2019 com a estruturação de squads de desenvolvimento de produtos digitais e a criação de times de growth hacking. O investimento anunciado em transformação digital pela companhia é de R$ 9 milhões. Como resultado, a empresa desenvolveu aplicativos que a aproximam do cliente, tanto daqueles que ainda vão comprar imóveis como dos que já compraram. O avanço da tecnologia no setor também se reflete nas construtechs e proptechs. A quantidade dessas startups no mercado aumentou 23% em relação a 2019, segundo o Mapa das Construtechs e Proptechs 2020, feito pela Terracotta Ventures.

Novas tecnologias

Além de uso de dados e marketing digital, as construtoras estão lançando mão de outras tecnologias, como a impressão 3D aplicada à construção. Elas podem ser usadas em construções modulares, na fábrica e no canteiro de obras, permitindo, por exemplo, que peças de concreto sejam fabricadas no local, eliminando a logística do processo. Também já está ao alcance das empresas do setor o uso de drones e robôs, que permitem inspeções mais autônomas, com mais qualidade e eficiência. Tarefas repetitivas, por sua vez, já podem ser executadas por braços mecânicos. Já o Building Information Model (BIM), que também está mais popular dentro do setor e será obrigatório no Brasil, permite o planejamento, o desenvolvimento e a gestão da construção por meio de um modelo 3D idêntico ao que se vai construir. Isso é possível com o uso de ferramentas digitais interagindo com Realidade Virtual (VR) e Realidade Aumentada (AR). A partir da modelagem e integração dos projetos se cria um acervo de informações que permitem análise e correções. É uma alternativa que cresce à medida que gera mais eficiência para as empresas do setor. De acordo com o Mapeamento de Maturidade BIM Brasil, realizado pela Sienge, fornecedora de solução para construção civil, em parceria com Grant Thornton, 70% das empresas de construção brasileiras pretendem adotar a metodologia BIM nos próximos dois anos. Atualmente, 38,4% das empresas participantes do estudo já utilizam o BIM, principalmente, nas regiões Sul e Sudeste.

Novas formas de vender

Em 2020, com a Covid-19, os estandes de vendas ficaram fechados por meses. Como vender os imóveis então? As empresas do setor lançaram mão da tecnologia, e essa é uma tendência que deve permanecer. Se as construtoras já estavam utilizando, antes da pandemia, a tecnologia da realidade virtual para mostrar seus empreendimentos, este ano passaram a oferecer aos seus clientes a possibilidade de fazer um tour virtual no imóvel. As redes sociais também passaram a ser mais utilizadas nas ações de marketing, substituindo os tradicionais panfletos. A MRV, por exemplo, lançou em 2020 uma plataforma de vendas digital, que oferece ao cliente uma jornada de compra totalmente on-line. A OLX, que comprou o Zap Imóveis em 2020, quer migrar o mercado imobiliário para o digital e apresenta dados que dão ideia desse potencial: no Brasil, entre 80% e 90% das transações imobiliárias são realizadas off-line, enquanto na Europa o digital representa 50%. O mercado já vem se movimentando nesse sentido, com imobiliárias digitais como Quinto Andar e Loft. Esse movimento da digitalização do setor imobiliário pode verticalizar a cadeia, excluindo o corretor e a visita presencial. A Prestes Construtora e Incorporadora, do Paraná, é mais uma que já desenvolveu um sistema de vendas totalmente on-line. As startups estão contribuindo também em outra frente para o mercado imobiliário: os financiamentos. Em dezembro de 2020, a plataforma digital de comparação de taxas e intermediação de crédito imobiliário Melhortaxa atingiu R$ 1 bilhão de reais em financiamentos assinados. A fintech nasceu em 2014.

Eficiência de custos

As construtoras têm o desafio de administrar lançamentos múltiplos e entender o real resultado das vendas. No geral, o mercado imobiliário ainda tem pouca visão de eficiência de custos e de processos, valorizando mais o lançamento do que a performance em outras etapas do negócio. O setor tem, portanto, uma evolução pela frente ao conseguir otimizar custos e aperfeiçoar a gestão de projetos.

Com o risco da volta da inflação e os custos de matéria prima e obra em uma crescente, esse é um ponto de grande atenção para o setor, pois muitos imóveis, principalmente no alto padrão, foram vendidos a com preços do ano passado e estão sendo construídos durante esse ano e os próximos. Com isso, as construtoras podem ter um impacto na sua margem, pois apenas o que ainda está na sua carteira de recebíveis é reajustado pelo INCC, que tem no acumulado dos últimos doze meses 11,07%, e ajuda a diminuir o impacto do alto crescimento nos custos das obras.

A demanda por executivos e o caminho a ser percorrido

A transformação digital ainda engatinha no setor da construção civil. O estudo global "Transformação Digital: O Futuro da Construção Conectada", divulgado pela Autodesk, mostra que o Brasil é o país com menor nível de maturidade e o mais atrasado quando se trata da adoção de big data, inteligência artificial e modelagem 3D. Ainda assim, o relatório aponta que há uma mudança em curso em direção a países que estão mais avançados no uso de novas tecnologias. É só questão de tempo, portanto. Nesse cenário, novas estratégias precisam ser desenhadas, o que demanda para a liderança profissionais com visão analítica e que consigam falar de negócios, transitando entre o técnico e o business. Para conduzir a agenda dos próximos anos, o setor requer executivos que consigam traduzir as demandas do negócio para a equipe técnica. Em um exemplo simples: se antes as compras dos melhores terrenos se davam principalmente pelo "feeling" das pessoas mais experientes do setor, hoje o uso da tecnologia permite tomadas de decisões baseadas em dados, possivelmente mais assertivas, rápidas e lucrativas – e isso se estende para o uso das novas tecnologias em diferentes etapas do processo da construção. Já a necessidade crescente de atuar com uma estrutura interna mais enxuta e mais eficiente demanda profissionais com domínio do ferramental de gestão financeira e de processos. Porém a briga por esse tipo de talento será multisetorial e o setor disputará executivos com outros mercados em expansão, que também estão em momento de transformação.

Em pesquisa com os principais clientes da FLOW da cadeia de incorporação e construção, 83% estão prevendo crescimento da sua operação e novos investimentos em algum tipo de transformação digital e novas tecnologias que impactem o processo de negócio, enquanto 77% estão contratando novas posições em média e alta e investindo de algum modo conectadas com as transformações citadas acima e também em Corporate Ventures – quando uma empresa grande cria um veículo para aquisição de startups que podem impactar com novas soluções e tecnologias seu negócio principal.

FLOW
EXECUTIVE FINDERS

Autores

Eduardo Mardegan - Consultor
Igor Schultz - Sócio
Leandro Pedrosa - Consultor Executivo

Sobre a FLOW Executive Finders

Em executive search, sabemos que alta performance não vem de cavar respostas, mas de encontrar as perguntas certas. Nossa metodologia de recrutamento e seleção ajuda a chegar às perguntas que, de fato, vão fazer a diferença lá na ponta.

Com ela, traçamos perfis mais profundos dos candidatos, garantindo melhor fit em relação à posição e à cultura da empresa. Isso reduz o risco financeiro da contratação e alavanca o negócio.

O resultado são negócios mais rentáveis a longo prazo e carreiras de valor ascendente, que geram ganhos e satisfação dos dois lados da contratação.

Acompanhe a FLOW

www