

# UM RETRATO DO MERCADO IMOBILIÁRIO

*Pesquisa nacional apurou queda de 26% nos lançamentos em 2014 na comparação com o ano anterior*

Cristina Della Penna\*

O ano de 2014 não foi fácil para o mercado imobiliário: a ameaça de uma bolha imobiliária, o fraco desempenho da economia, o término de empreendimentos da Copa do Mundo, dificuldade para aumentar os investimentos em infraestrutura e vendas caindo em razão de incertezas do período. As incorporadoras se viram com estoques parados, com queda nos lançamentos, e o consumidor, por sua vez, sentiu a instabilidade.

Segundo um levantamento realizado pela Licam Consultoria e o Instituto Ilumeo, 70% dos consumidores consideraram que os preços dos imóveis estão altos e outros 77% sentem que os valores ainda estão subindo. Porém 46% dos entrevistados afirmam que pretendem adquirir um imóvel em até dois anos. Essa informação é importante para o setor, mas existe uma tendência dos consumidores estenderem o prazo de aquisição para até quatro anos.

O quadro do mercado imobiliário pode ser interpretado à luz das pesquisas da Criactive. A empresa iniciou o trabalho de monitoramento de construtoras e incorporadoras no país a partir de 2003 e, em 2007, tivemos acesso aos *mailings* das construtoras junto às associações e entidades de todos os Estados. Em seguida, as empresas foram contatadas e classificadas por atividade, entre as quais, as que constroem, as que reformam etc. As que constroem foram cadastradas no Sistema de Informação de Mercado (SIM) e, atualmente, o SIM conta com 4.825 construtoras monitoradas com suas respectivas obras (25 mil) e sistemas construtivos (cerca de 90), o que permite a análise do mercado imobiliário. Os Secovis

e Ademis, por sua vez, monitoram obras residenciais em Fortaleza, Recife, Goiânia, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Região Metropolitana de São Paulo, Curitiba, Vitória, Maceió e Porto Alegre. Para entendimento do que aconteceu com o número de lançamentos, a Criactive confronta as unidades lançadas do SIM nessas praças com as unidades divulgadas pelos Secovis e Ademis.

## Lançamentos

Olhando o Brasil como um todo, considerando todos os tipos de obras, a Criactive confrontou o número de unidades lançadas em 2013 com o número de unidades lançadas em 2014 e identificamos uma queda de 25,9% em número de unidades (Gráfico 1). As regiões com maiores quedas nos lançamentos foram o Norte (67%), Sul (51%) e Sudeste (39%) e o segmento que apresentou maior queda foi o comercial, cerca de 40%.

Para analisarmos a evolução do m<sup>2</sup> útil das obras ao longo dos anos, consideramos as 25 mil obras monitoradas pelo SIM e, para cada obra, analisamos o mês de início da fundação e o mês de término do acabamento, distribuindo de maneira igual sua metragem útil pelo período de execução da obra.

Na última linha do Gráfico 2, conseguimos observar a evolução da metragem útil de 2009 a 2012, com uma ligeira queda em 2013 e 2014. A metragem útil das obras em execução em 2014 foi de 32,7 milhões – se comparada a 2013, teve queda de 2,54% e está bem próxima ao patamar da metragem ocorrida em 2011. O ano que tivemos maior execução

de metragem útil foi 2012 (34,3 milhões).

Outro ponto importante a ser analisado é a queda acentuada no m<sup>2</sup> da fase de fundação (-17%), reflexo do baixo número de unidades lançadas nos últimos dois anos. Já o m<sup>2</sup> de acabamento tende a crescer, pois existem muitos empreendimentos iniciados em 2013 que deverão ser entregues no primeiro semestre de 2015.

O 1º semestre de 2015 será o resultado do comportamento do mercado dos últimos dois anos. O baixo número de unidades lançadas entre 2013 e 2014 resultará em uma queda nas metragens das fases de fundação e estrutura, enquanto a metragem na fase de acabamento terá uma alta significativa, pois os empreendimentos lançados entre o 2º semestre de 2012 e o 1º semestre de 2013 tendem a ser concluídos no início de 2015, pois em média uma obra fica de 18 a 24 meses em construção, sem eventuais atrasos.

Já o 2º semestre de 2015 tende a melhorar a metragem útil de fundação, pois, nos meses de novembro e dezembro de 2014, houve um aumento significativo de unidades lançadas, uma vez que um empreendimento fica de 8 a 10 meses em lançamento.

O Gráfico 3 mostra a representatividade da metragem útil ao longo dos últimos seis anos por região. O Sudeste teve uma ligeira queda, o Centro-Oeste teve o maior crescimento, seguida do Nordeste e do Sul – o Norte se manteve estável.

De 2009 para 2012, empreendimentos de alto e médio alto padrão tiveram uma queda acentuada na metragem em construção. A partir de 2013, voltaram a crescer e, no ano passado, esse crescimento foi de

6%, gerando 7,3 milhões de m<sup>2</sup> em construção. Porém a m<sup>2</sup> de 2014 não atingiu os números de 2009, que foi de 8,7 milhões de m<sup>2</sup> em construção.

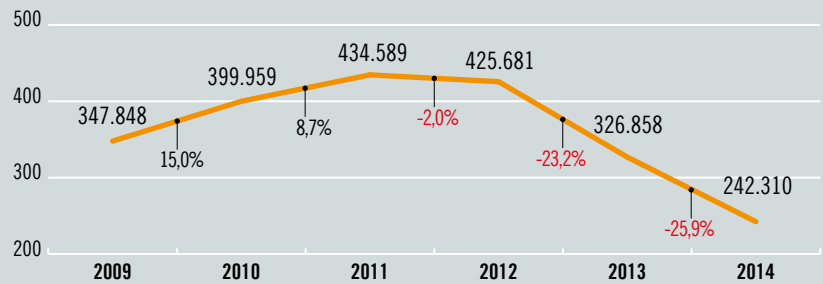
Já os empreendimentos voltados para as classes D e E cresceram 32% de 2009 para cá, porém ao contrário do alto padrão, esse segmento vem perdendo força desde o final de 2012, fechando o ano com queda de 7%. No Gráfico 4, conseguimos identificar que os segmentos médio-baixo ganharam força em 2009 por forte influência do programa MCMV. Para esse segmento voltar a crescer, faz-se necessário o governo dar continuidade ao Programa Minha Casa, Minha Vida, com as 350.000 novas unidades a serem construídas a partir de 2015, conforme anunciado.

Com o objetivo de entender as tendências dos negócios imobiliários, foram entrevistadas 40 construtoras de todas as regiões do país em novembro e dezembro de 2014 – elas representam 12% de toda a m<sup>2</sup> construída em 2014.

Em relação a 2014, as médias e pequenas construtoras tiveram um crescimento, porém como a metragem construída destas não impacta de maneira significativa na metragem total, o mercado segue o comportamento das grandes construtoras. Nestas, percebemos uma retração de 8%. Ainda de acordo com a pesquisa, verifica-se as grandes construtoras, em regra, pretendem manter a atividade estável em 2015 em relação a 2014, planejando recuperação em 2016.

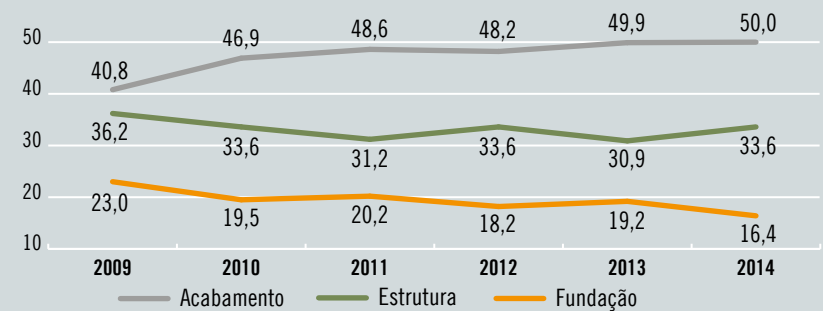
\* Sócia-diretora da Criactive

**Gráfico 1 – Lançamentos por ano (unidades)**

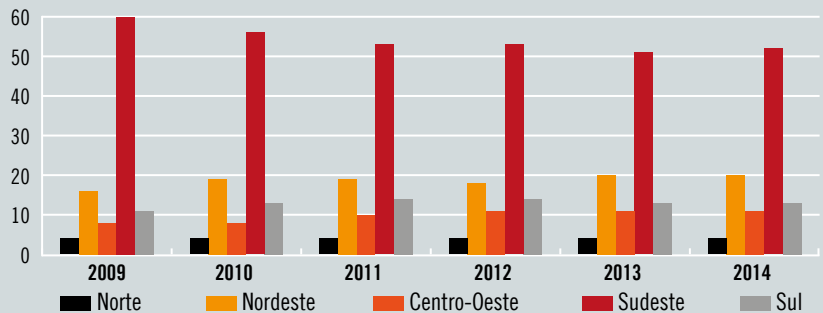


Fonte: Criactive

**Gráfico 2 – Metro quadrado construído e fases das obras (%)**



**Gráfico 3 – Participação do metro quadrado construído por região (%)**



**Gráfico 4 – Evolução da metragem por padrão residencial (%)**

