



BRA!N15

anos

Let's Brain!

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

O QUE DEVE SER OBSERVADO NO
DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PROJETOS?

FÁBIO TADEU ARAUJO

BRAIN EM NÚMEROS

MAIS DE
R\$ **40** BILHÕES
EM VGV IMOBILIÁRIO
PESQUISADOS.

MAIS DE
30 MIL
ENTREVISTAS
POR ANO

MAIS DE
3.500
PROJETOS DE PESQUISA
E CONSULTORIA,

EM MAIS DE
450 CIDADES

DE
25 ESTADOS.







O MERCADO RESIDENCIAL DO PASSADO



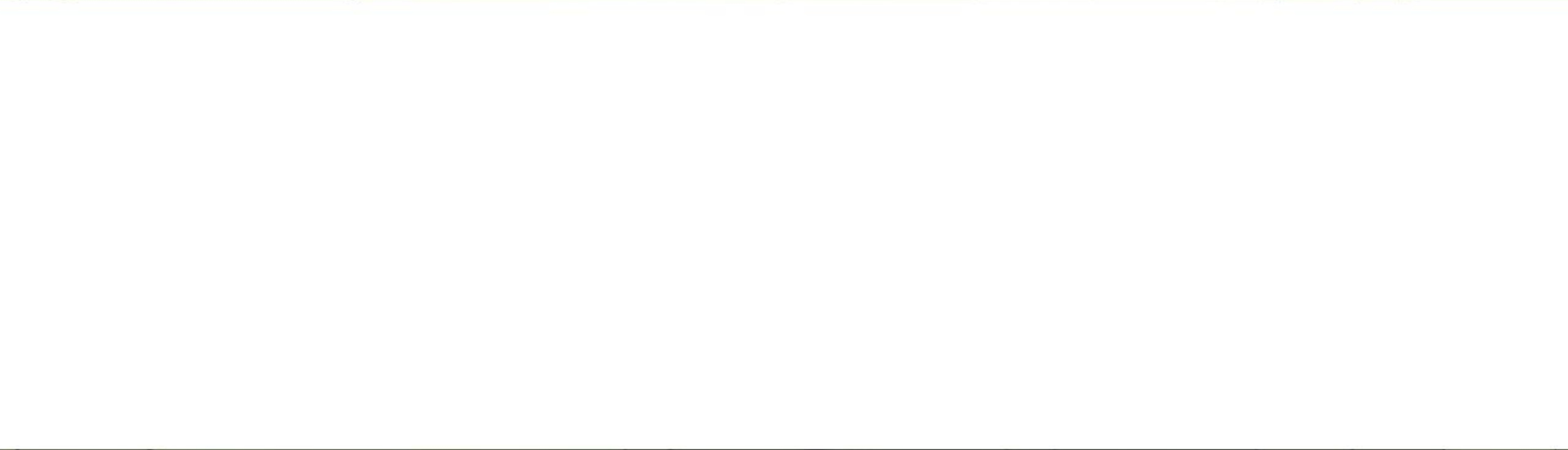
**O MERCADO RESIDENCIAL
DO PASSADO**

**O MERCADO RESIDENCIAL
DO FUTURO**



HÁ MUITO, MUITO TEMPO ATRÁS, NUM
PAÍS DISTANTE CHAMADO **BRASIL...**





The Uber logo, consisting of a black square with the word "UBER" in white, uppercase, sans-serif font centered inside.

UBER

NÃO HAVIA UBER



NÃO HAVIA UBER



NÃO HAVIA AIRBNB



NÃO HAVIA UBER



NÃO HAVIA AIRBNB



**NÃO HAVIA
CO WORKING ESTRUTURADO**

**HOJE, PARECE INCRÍVEL QUE
TENHA SIDO TÃO RÁPIDO!**



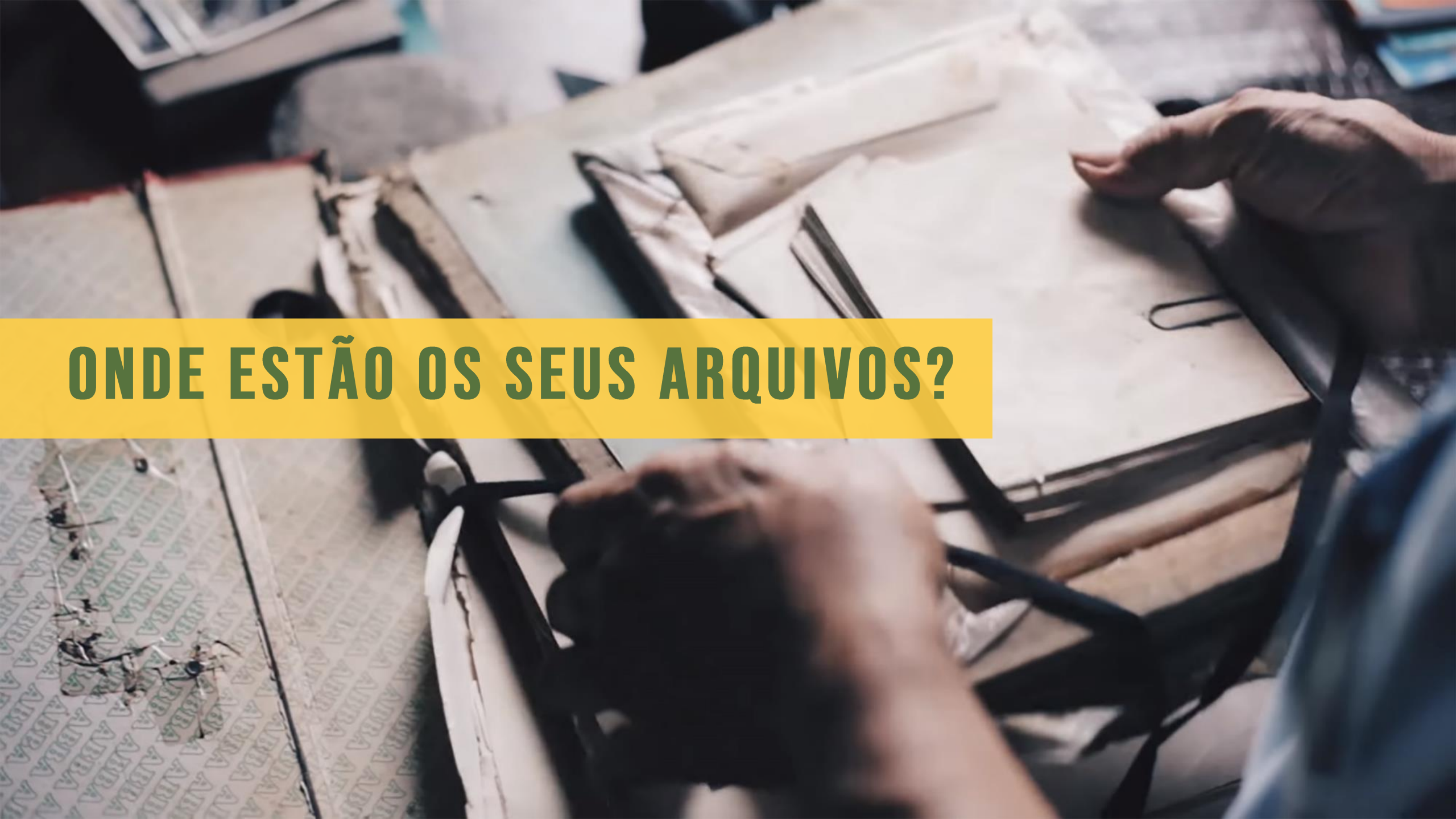
**HOJE, PARECE INCRÍVEL QUE
TENHA SIDO TÃO RÁPIDO!**

**OU VOCÊ ACHA QUE NÃO ESTÁ
SENDO TÃO RÁPIDO ASSIM?**



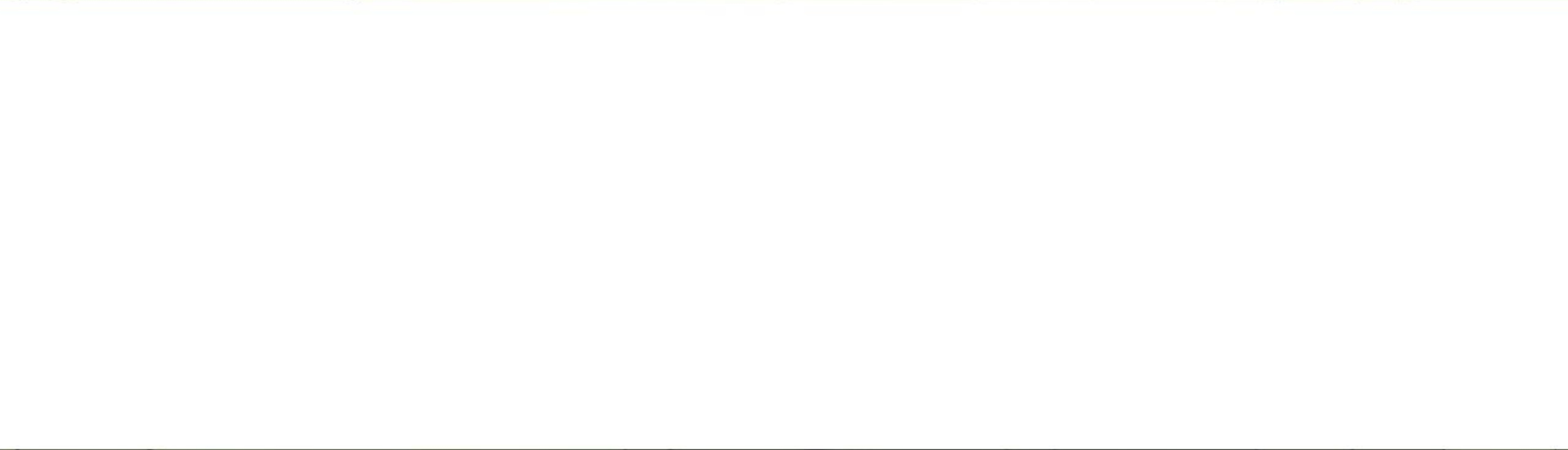
A person with dark hair, wearing a grey hoodie, is seen from the back, hailing a yellow taxi with their right arm raised. The taxi is driving towards them on a city street. In the background, there are multi-story brick buildings with many windows. A semi-transparent green box with white text is overlaid on the right side of the image.

**VOCÊ AINDA
FAZ ISSO?**



ONDE ESTÃO OS SEUS ARQUIVOS?





O QUE PARECIA INOVAÇÃO



O QUE PARECIA
INOVAÇÃO



EVOLUIU



O QUE PARECIA
INOVAÇÃO



EVOLUIU



E SUMIU!



Google Drive



MAS ESSAS MUDANÇAS RÁPIDAS,

APENAS CONFIRMAM AS TENDÊNCIAS MAIS LONGAS.

MUDANÇAS DEMOGRÁFICAS





MUDANÇAS DEMOGRÁFICAS

MENOS JOVENS → MAIS IDOSOS

QUEDA NA TAXA DE FECUNDIDADE: 2,4 EM 2010 – 1,5 EM 2030



MUDANÇAS DEMOGRÁFICAS

MENOS JOVENS → MAIS IDOSOS

QUEDA NA TAXA DE FECUNDIDADE: 2,4 EM 2010 – 1,5 EM 2030

NATALIDADE → MORTALIDADE

VIRADA EM 2045

MUDANÇAS GERACIONAIS



PASSION LED US HERE



MUDANÇAS GERACIONAIS

MILLENNIALS

TER UM SMARTPHONE É TÃO IMPORTANTE QUANTO TER UM PLANO DE SAÚDE!

PASSION LED US HERE



MUDANÇAS GERACIONAIS

MILLENNIALS

TER UM SMARTPHONE É TÃO IMPORTANTE QUANTO TER UM PLANO DE SAÚDE!

UM TERÇO DOS MILLENNIALS SATISFEITOS COM SEU TRABALHO ATUAL
PRETENDE MUDAR DE EMPREGO EM MENOS DE DOIS ANOS!

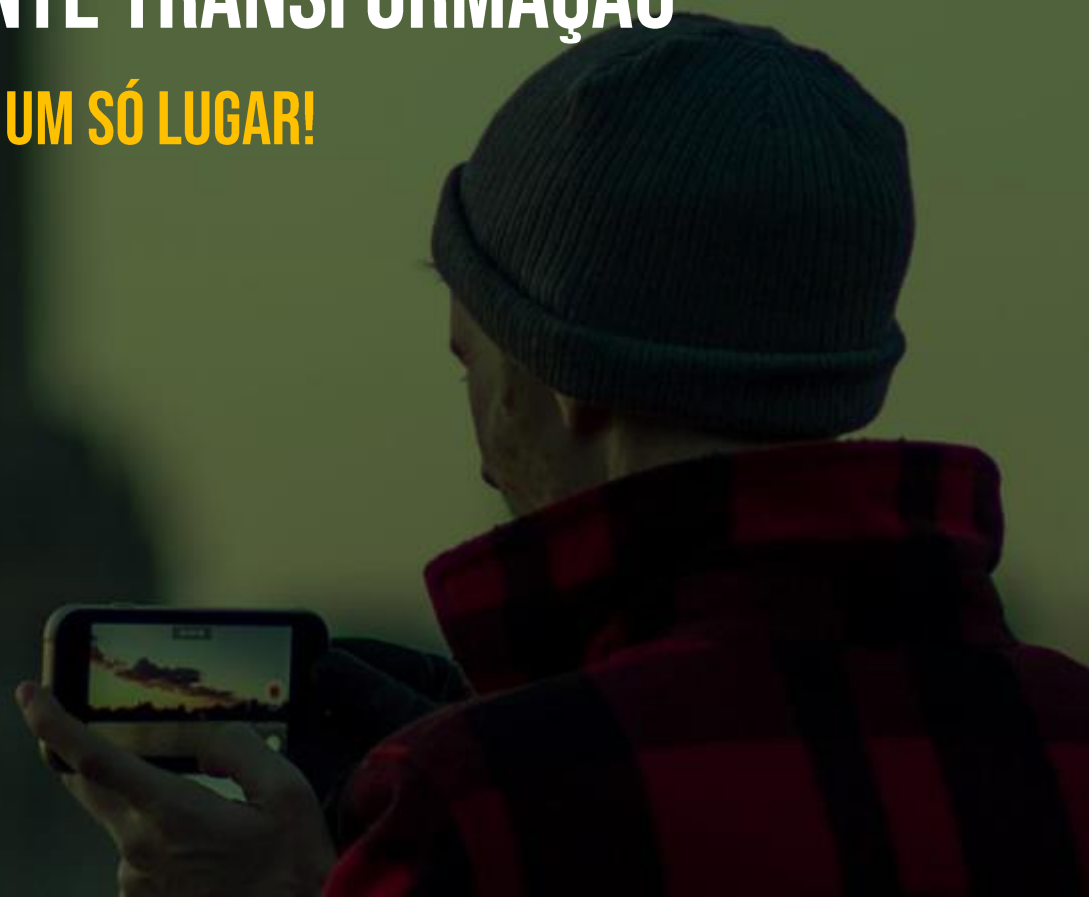
MUDANÇAS CULTURAIS



MUDANÇAS CULTURAIS

HÁBITOS DE CONSUMO EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO

TRABALHO, MORADIA E LAZER EM UM SÓ LUGAR!



MUDANÇAS CULTURAIS

HÁBITOS DE CONSUMO EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO

TRABALHO, MORADIA E LAZER EM UM SÓ LUGAR!

NOVA NECESSIDADE: COMPARTILHAR



AS FAMÍLIAS DE ONTEM





AS FAMÍLIAS DE HOJE



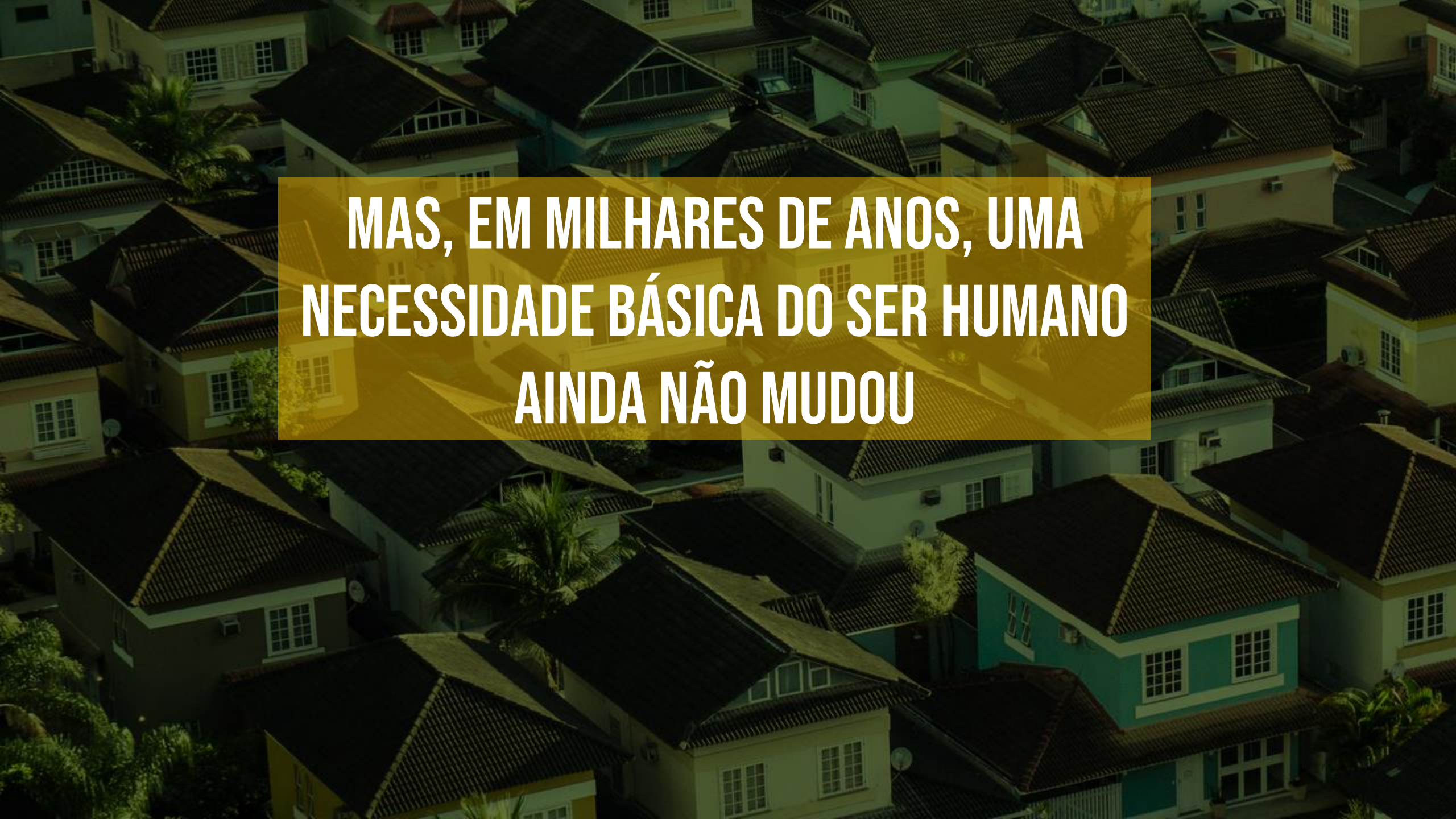
AS FAMÍLIAS ESTÃO DIMINUINDO!

A TERCEIRA IDADE

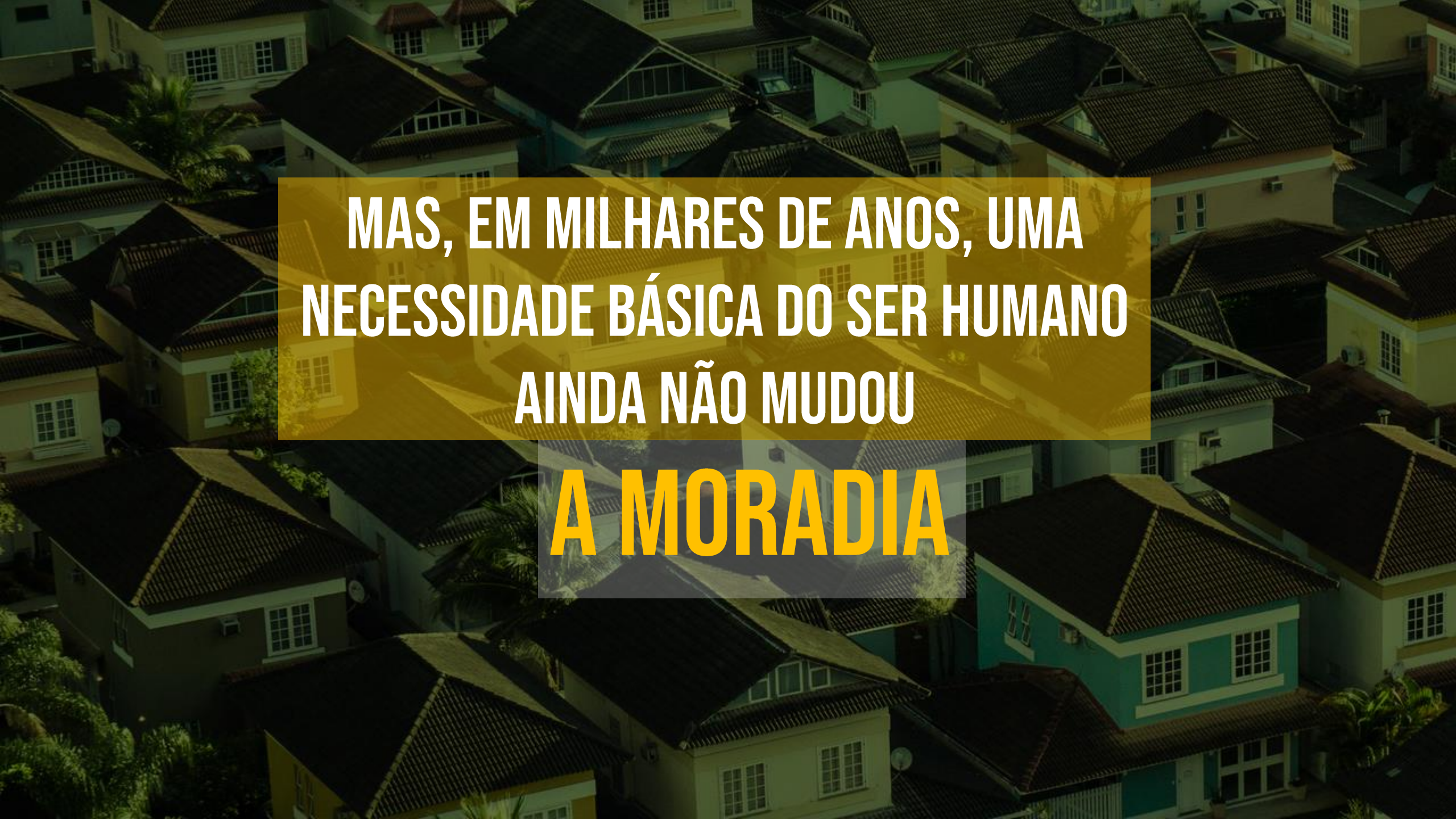




A LONGA IDADE



**MAS, EM MILHARES DE ANOS, UMA
NECESSIDADE BÁSICA DO SER HUMANO
AINDA NÃO MUDOU**



**MAS, EM MILHARES DE ANOS, UMA
NECESSIDADE BÁSICA DO SER HUMANO
AINDA NÃO MUDOU**

A MORADIA

SE A “ESSÊNCIA” AINDA NÃO MUDOU,
MUDARAM E MUDARÃO AS FORMAS DE

**VIVER E
CONVIVER**



CASA DE PRAIA DA FAMÍLIA



**CASA DE PRAIA
DA FAMÍLIA**

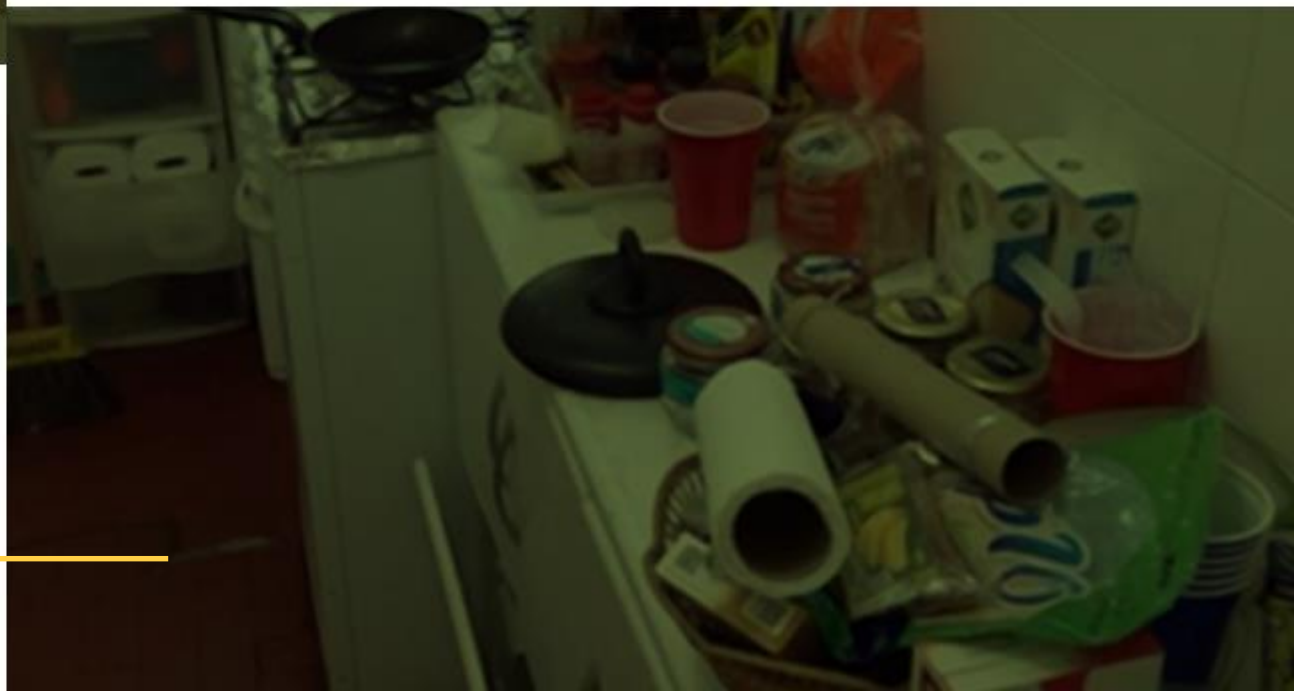
FRACTIONAL





**PENSIONATO
“SÓ PARA MOÇAS”?**

**ALOJAMENTO DE
ESTUDANTES?**



A photograph of a modern, multi-story student housing complex at dusk. The building features a mix of dark wood paneling and large glass windows, many of which are illuminated from within, showing people inside. In the foreground, a large group of young people are sitting on a wooden deck and on the grass in a courtyard area, suggesting a communal living environment. The scene is lit with warm interior lights and cooler exterior lights, creating a vibrant atmosphere.

OU STUDENT HOUSING?

NOS EUA...



NOS EUA...

EXISTEM APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE CAMAS E O MERCADO É ALTAMENTE FRAGMENTADO.



NOS EUA...

EXISTEM APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE CAMAS E O MERCADO É ALTAMENTE FRAGMENTADO.

AS DUAS MAIORES EMPRESAS DO SETOR DETÉM SOMENTE 2% DAS CAMAS, ENTRE AS 175 UNIVERSIDADES MAIS ESTRUTURADAS DO PAÍS.

NOS EUA...

EXISTEM APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE CAMAS E O MERCADO É ALTAMENTE FRAGMENTADO.

AS DUAS MAIORES EMPRESAS DO SETOR DETÉM SOMENTE 2% DAS CAMAS, ENTRE AS 175 UNIVERSIDADES MAIS ESTRUTURADAS DO PAÍS.

AS 25 MAIORES EMPRESAS JUNTAS DETÉM SOMENTE 8% DO TOTAL DE CAMAS DESSE GRUPO.

NOS EUA...

EXISTEM APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE CAMAS E O MERCADO É ALTAMENTE FRAGMENTADO.

AS DUAS MAIORES EMPRESAS DO SETOR DETÉM SOMENTE 2% DAS CAMAS, ENTRE AS 175 UNIVERSIDADES MAIS ESTRUTURADAS DO PAÍS.

AS 25 MAIORES EMPRESAS JUNTAS DETÉM SOMENTE 8% DO TOTAL DE CAMAS DESSE GRUPO.

APROXIMADAMENTE 8 BILHÕES DE DÓLARES INVESTIDOS EM 2017 - 3 X MAIS QUE EM 2014.

NOS EUA...

EXISTEM APROXIMADAMENTE 6 MILHÕES DE CAMAS E O MERCADO É ALTAMENTE FRAGMENTADO.

AS DUAS MAIORES EMPRESAS DO SETOR DETÉM SOMENTE 2% DAS CAMAS, ENTRE AS 175 UNIVERSIDADES MAIS ESTRUTURADAS DO PAÍS.

AS 25 MAIORES EMPRESAS JUNTAS DETÉM SOMENTE 8% DO TOTAL DE CAMAS DESSE GRUPO.

APROXIMADAMENTE 8 BILHÕES DE DÓLARES INVESTIDOS EM 2017 - 3 X MAIS QUE EM 2014.

MÉDIA DE OCUPAÇÃO ESTÁ ACIMA DE 95% E CONTINUARÁ CRESCENDO.

NO BRASIL...



NO BRASIL...

MERCADO AINDA EM FORMAÇÃO, POUCO EXPLORADO.



NO BRASIL...

MERCADO AINDA EM FORMAÇÃO, POUCO EXPLORADO.

29,2% DOS ALUNOS ESTUDAM EM UMA CIDADE DIFERENTE DA QUE VIVEM.



NO BRASIL...

MERCADO AINDA EM FORMAÇÃO, POUCO EXPLORADO.

29,2% DOS ALUNOS ESTUDAM EM UMA CIDADE DIFERENTE DA QUE VIVEM.

POTENCIAL DE MERCADO NO PAÍS: 2 MILHÕES DE CAMAS!

SE MANTIDA A PROPORCIONALIDADE DO MERCADO AMERICANO

NO BRASIL...

MERCADO AINDA EM FORMAÇÃO, POUCO EXPLORADO.

29,2% DOS ALUNOS ESTUDAM EM UMA CIDADE DIFERENTE DA QUE VIVEM.

POTENCIAL DE MERCADO NO PAÍS: 2 MILHÕES DE CAMAS!

SE MANTIDA A PROPORCIONALIDADE DO MERCADO AMERICANO

RESSALVA: POTENCIAL AUMENTO DO MERCADO EAD

E OS IDOSOS?



E OS IDOSOS?

X

ASILO | ABANDONO?



E OS IDOSOS?

**SENIOR LIVING
NOVAS EMOÇÕES?**

X

ASILO | ABANDONO?



NOS EUA...



NOS EUA...

APROXIMADAMENTE 23.350 COMUNIDADES DE *SENIOR LIVING* E *NURSING CARE*.



NOS EUA...

APROXIMADAMENTE 23.350 COMUNIDADES DE *SENIOR LIVING* E *NURSING CARE*.

EM 2050 SERÃO 88 MILHÕES COM +65 ANOS NOS EUA, QUASE O DOBRO DA POPULAÇÃO ATUAL (48,6 MILHÕES).



NOS EUA...

APROXIMADAMENTE 23.350 COMUNIDADES DE *SENIOR LIVING* E *NURSING CARE*.

EM 2050 SERÃO 88 MILHÕES COM +65 ANOS NOS EUA, QUASE O DOBRO DA POPULAÇÃO ATUAL (48,6 MILHÕES).

MERCADO DE US\$ 475,1 BILHÕES, EM 2016, CONTRA “APENAS” US\$ 222,8 BILHÕES, EM 2009.



NOS EUA...

APROXIMADAMENTE 23.350 COMUNIDADES DE *SENIOR LIVING* E *NURSING CARE*.

EM 2050 SERÃO 88 MILHÕES COM +65 ANOS NOS EUA, QUASE O DOBRO DA POPULAÇÃO ATUAL (48,6 MILHÕES).

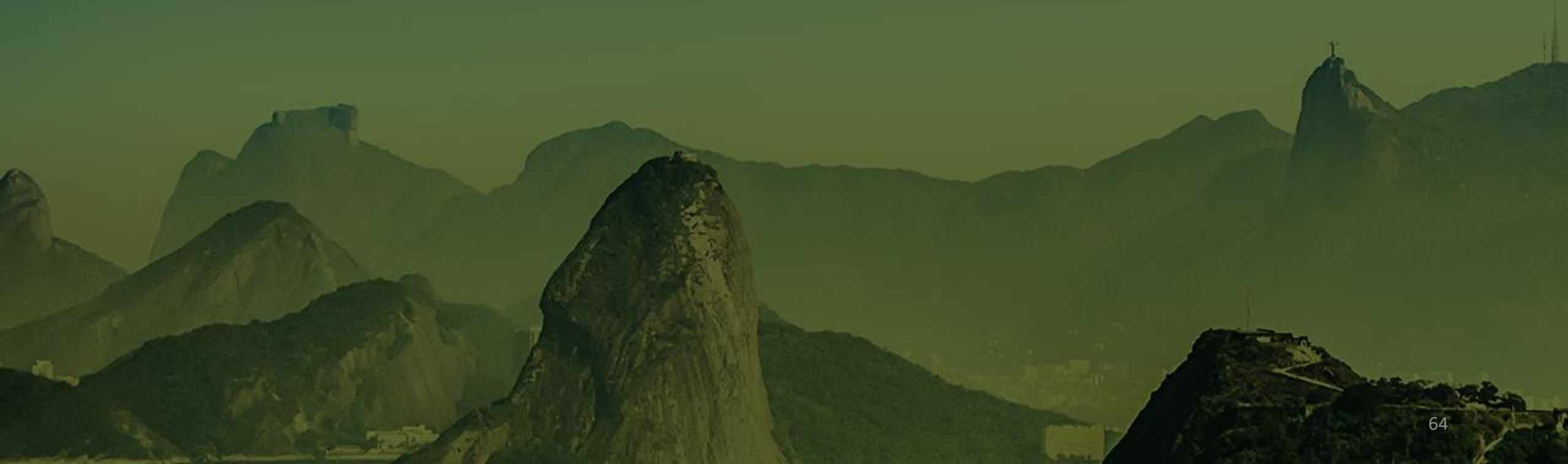
MERCADO DE US\$ 475,1 BILHÕES, EM 2016, CONTRA “APENAS” US\$ 222,8 BILHÕES, EM 2009.

3 MILHÕES DE LEITOS GERENCIADOS PROFISSIONALMENTE.





NO BRASIL...



NO BRASIL...

DADOS DO IBGE CONFIRMAM QUE, EM 40 ANOS, A POPULAÇÃO IDOSA **VAI TRIPLICAR NO PAÍS.**

NO BRASIL...

DADOS DO IBGE CONFIRMAM QUE, EM 40 ANOS, A POPULAÇÃO IDOSA **VAI TRIPLICAR NO PAÍS.**

POTENCIAL DE MERCADO: APROX. 8,4 MIL COMUNIDADES COM 1,1 MILHÕES DE CAMAS.

SE MANTIDA A PROPORCIONALIDADE DO MERCADO AMERICANO

NO BRASIL...

DADOS DO IBGE CONFIRMAM QUE, EM 40 ANOS, A POPULAÇÃO IDOSA **VAI TRIPLICAR NO PAÍS.**

POTENCIAL DE MERCADO: APROX. 8,4 MIL COMUNIDADES COM 1,1 MILHÕES DE CAMAS.

SE MANTIDA A PROPORCIONALIDADE DO MERCADO AMERICANO

CO LIVING?



CO LIVING?

AGUENTAR OS VIZINHOS?

X



CO LIVING?

AGUENTAR OS VIZINHOS?

OU CONHECER PESSOAS?

X



O CONCEITO DE TRABALHO MUDOU...



O CONCEITO DE TRABALHO MUDOU...



ESCRITÓRIOS “FRIOS”?



O CONCEITO DE TRABALHO MUDOU...



COWORKING?



ESCRITÓRIOS “FRIOS”?



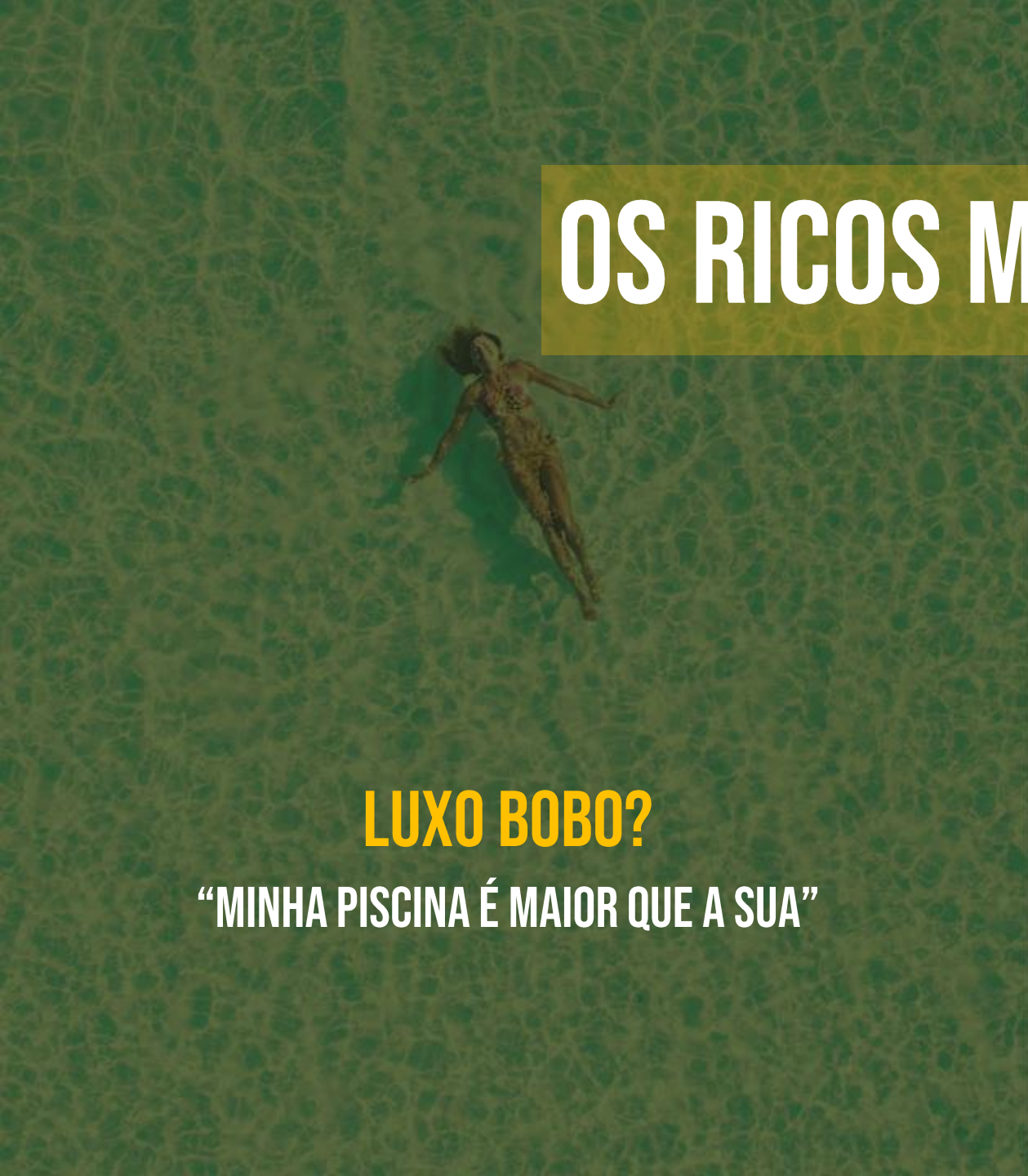


SPACES VILA MADALENA



OS RICOS MUDARAM!!!



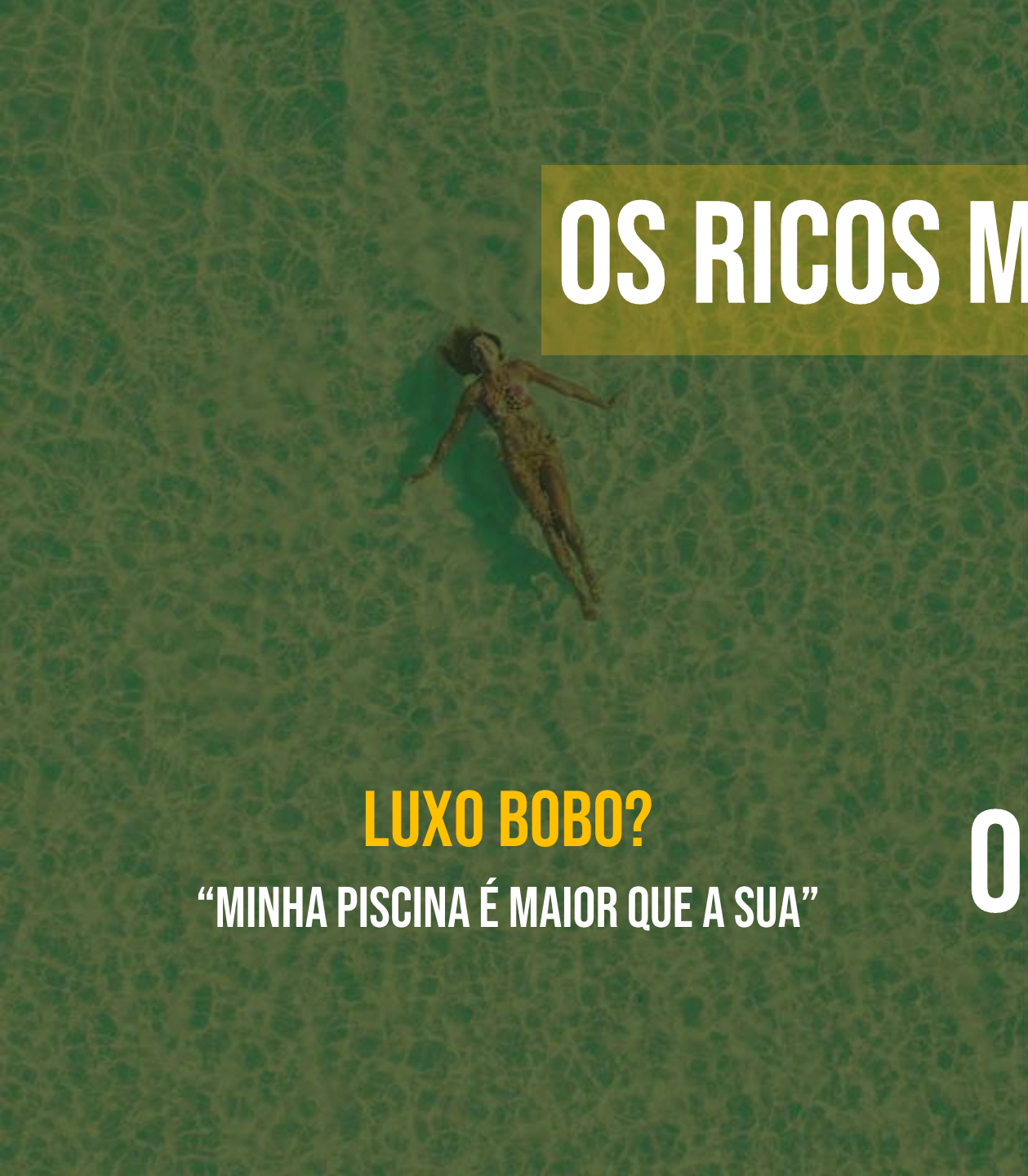
An aerial view of a swimming pool with a person floating in it. The pool is surrounded by a green, textured surface. The text "OS RICOS MUDARAM!!!" is overlaid on a yellow rectangular background.

OS RICOS MUDARAM!!!

LUXO BOBO?

“MINHA PISCINA É MAIOR QUE A SUA”





OS RICOS MUDARAM!!!

LUXO BOBO?

“MINHA PISCINA É MAIOR QUE A SUA”

OU



LUXO CONSCIENTE?

CARRO ELÉTRICO, REUSO ÁGUA, NET ZERO ENERGIA, LEED

AS RESIDÊNCIAS MUDARAM!



AS RESIDÊNCIAS MUDARAM!

PASSADO

QUARTO DE EMPREGADA

- DISPENSA

- BIDÊ

- FERROLHO/TRINCO DE PORTA

- COZINHA FECHADA

- 1 TOMADA POR CÔMODO

TIJOLO, CAL, CIMENTO



AS RESIDÊNCIAS MUDARAM!

PASSADO

• QUARTO DE EMPREGADA

• DISPENSA

• BIDÊ

• FERROLHO/TRINCO DE PORTA

• COZINHA FECHADA

• 1 TOMADA POR CÔMODO

• TIJOLO, CAL, CIMENTO

HOJE

• CONFORTO TÉRMICO E ACÚSTICO

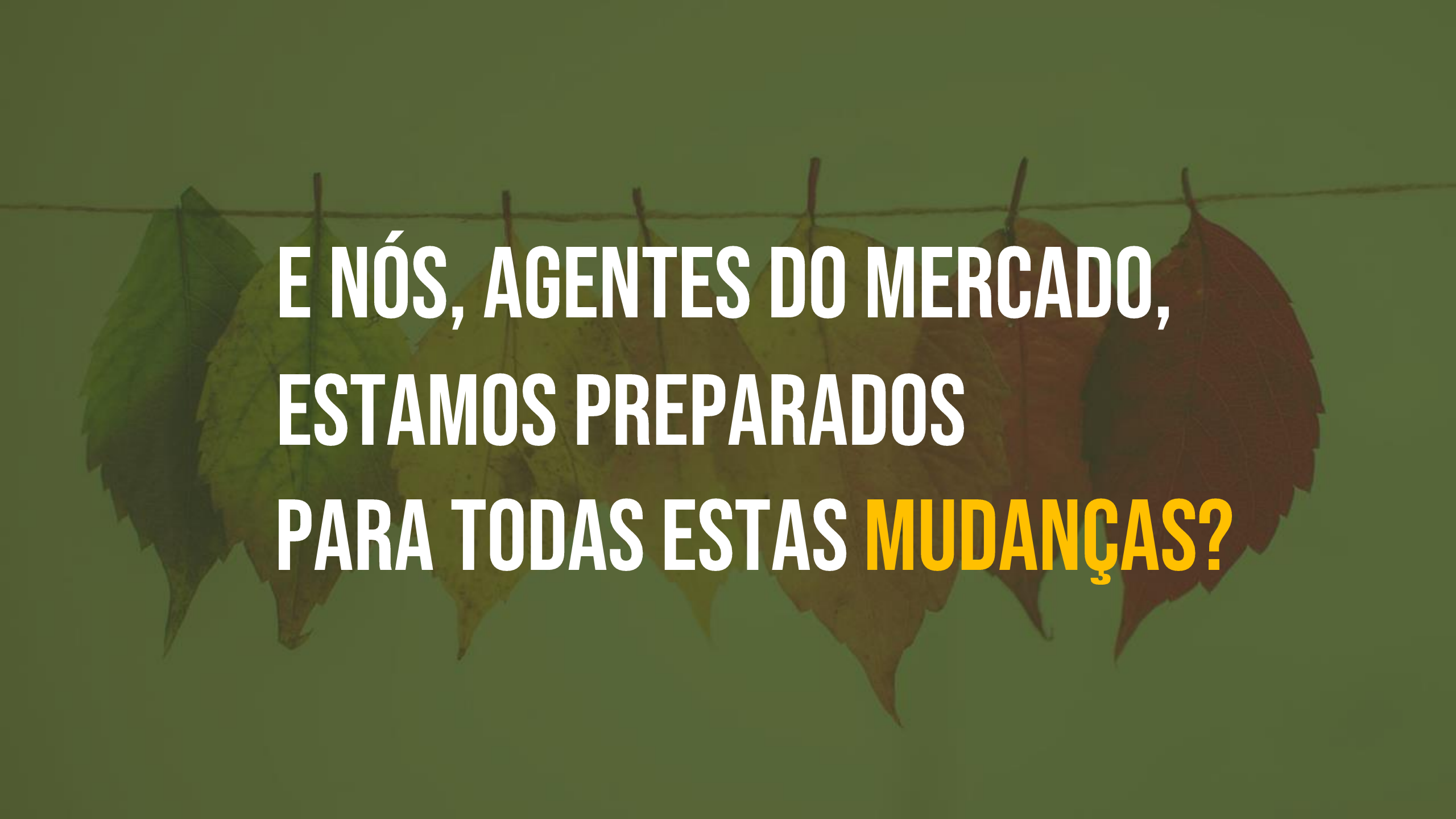
• BOX NA GARAGEM

• BIOMETRIA

• LÓGICAS “EMBARCADAS”

• ESPAÇOS COMUNS

• NOVAS TECNOLOGIAS CONSTRUTIVAS

The background of the image shows several autumn leaves in various shades of green, yellow, and red, hanging from a thin horizontal string. The leaves are slightly out of focus, creating a soft, naturalistic backdrop. The overall color palette is muted and earthy, typical of fall foliage.

**E NÓS, AGENTES DO MERCADO,
ESTAMOS PREPARADOS
PARA TODAS ESTAS MUDANÇAS?**

**SE SURGIRÃO NOVOS PRODUTOS VERTICAIS,
SE O ADENSAMENTO SERÁ MAIS EVIDENTE,
COMO O DESENVOLVIMENTO URBANO
DEVERÁ SER TRABALHADO?**

**SE OS HÁBITOS DA DEMANDA MUDARAM,
SE OS PRODUTOS MUDARAM,
COMO EU NÃO VOU MUDAR TAMBÉM?**



**... E A MUDANÇA PODE COMEÇAR ENTENDENDO MINHA
DEMANDA E O QUE ELA QUER!**

QUEM É O COMPRADOR DE IMÓVEL NO BRASIL?

10.927
ENTREVISTADOS

65 CIDADES
PESQUISADAS

95% DE NÍVEL
DE CONFIANÇA

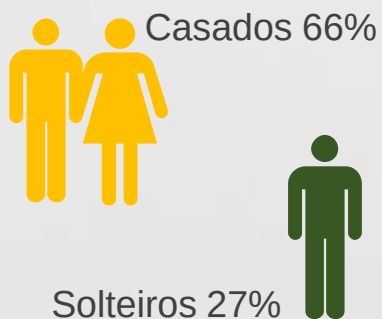
QUEM É O COMPRADOR DE IMÓVEL NO BRASIL?



Idade Média: 39 anos



Estado Civil



RENDA FAMILIAR:

De R\$2.500 a R\$3.800 (23%)

De R\$3.801 a R\$7.000 (43%)

De R\$7.001 a R\$12.000 (23%)

Acima de R\$12.000 (11%)

OCUPAÇÃO:

Assalariados (33%)

Prof. Liberais e Comerc. (22%)

Autônomos (20%)

Empresários (12%)



COMPRA DE IMÓVEIS

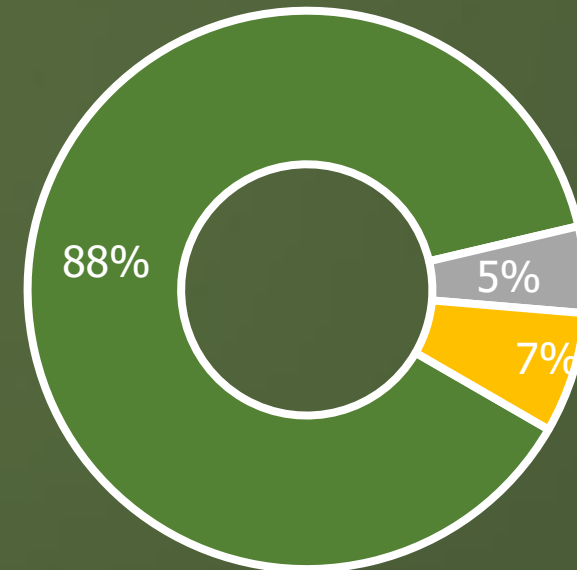
NO BRASIL

7% COMPRARAM IMÓVEIS
NOS ÚLTIMOS 12 MESES

■ Residencial

■ Ambos

■ Comercial



TIPO DO IMÓVEL COMPRADO

NO BRASIL



44%

Casa/Sobrado



44%

Apartamento



8%

Loteamento

INTENÇÃO DE COMPRA

NO BRASIL

35%

DOS CONSUMIDORES POSSUEM
INTENÇÃO DE COMPRA

12%

Até 6 meses

29%

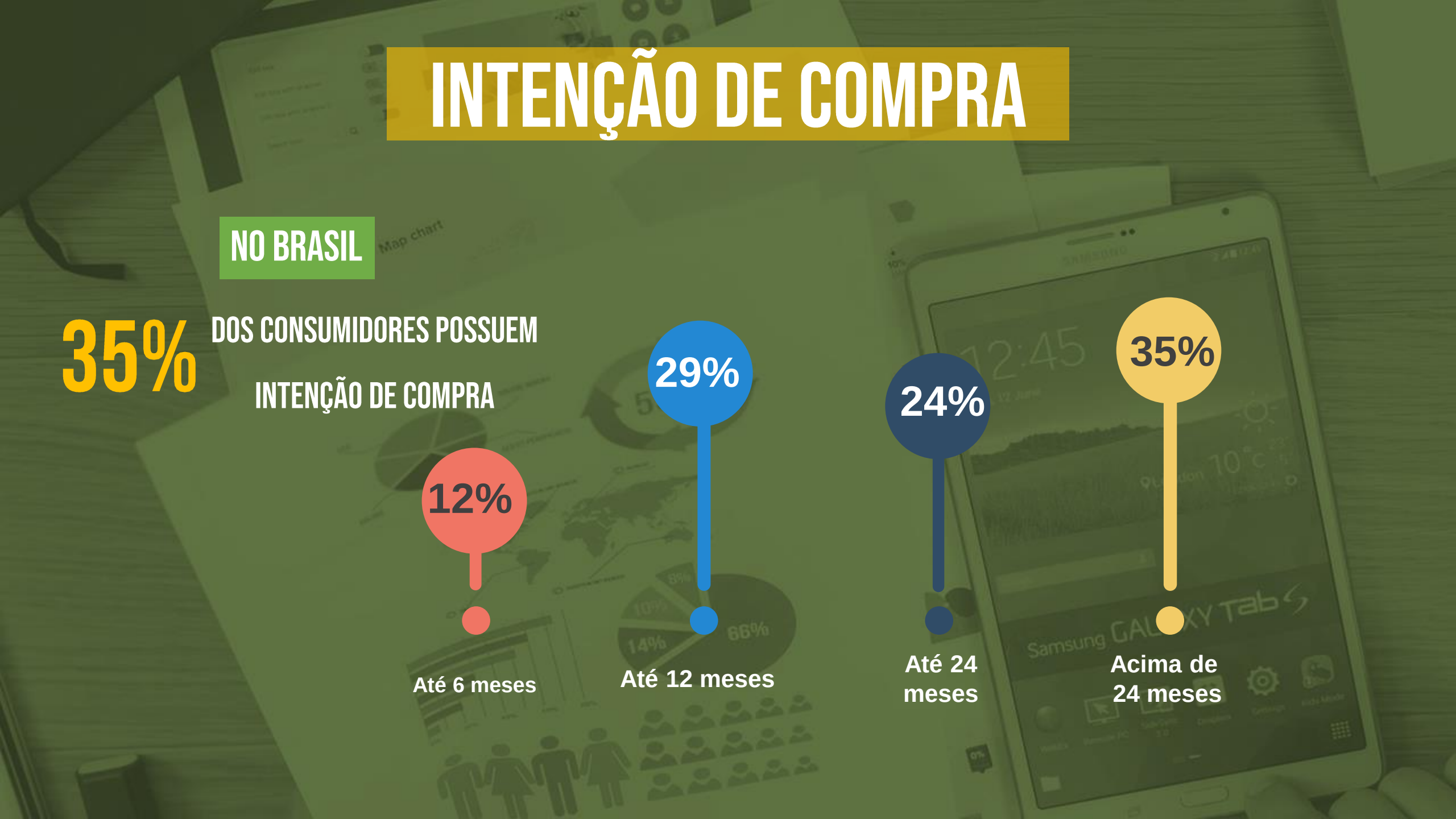
Até 12 meses

24%

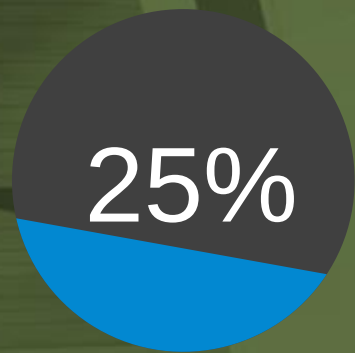
Até 24
meses

35%

Acima de
24 meses

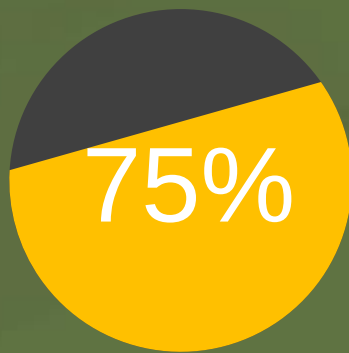


INTENÇÃO DE COMPRA



25%

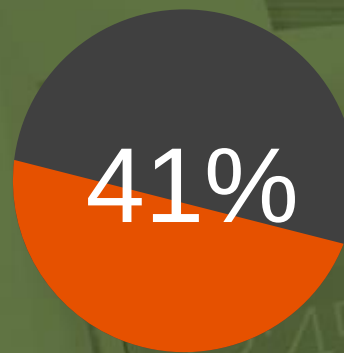
SIM



75%

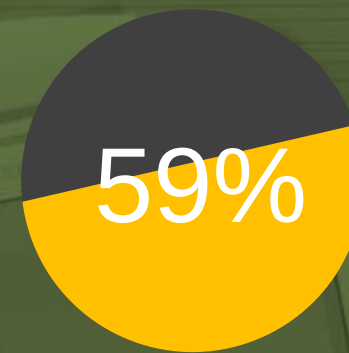
NÃO

NORTE/
NORDESTE



41%

SIM



59%

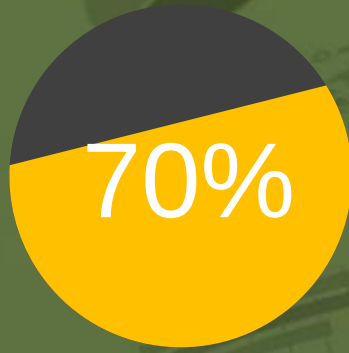
NÃO

SUDESTE



30%

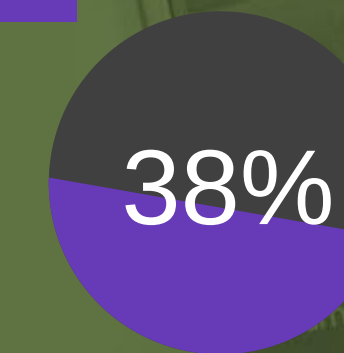
SIM



70%

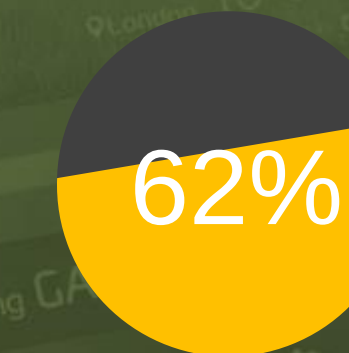
NÃO

CENTRO-OESTE



38%

SIM



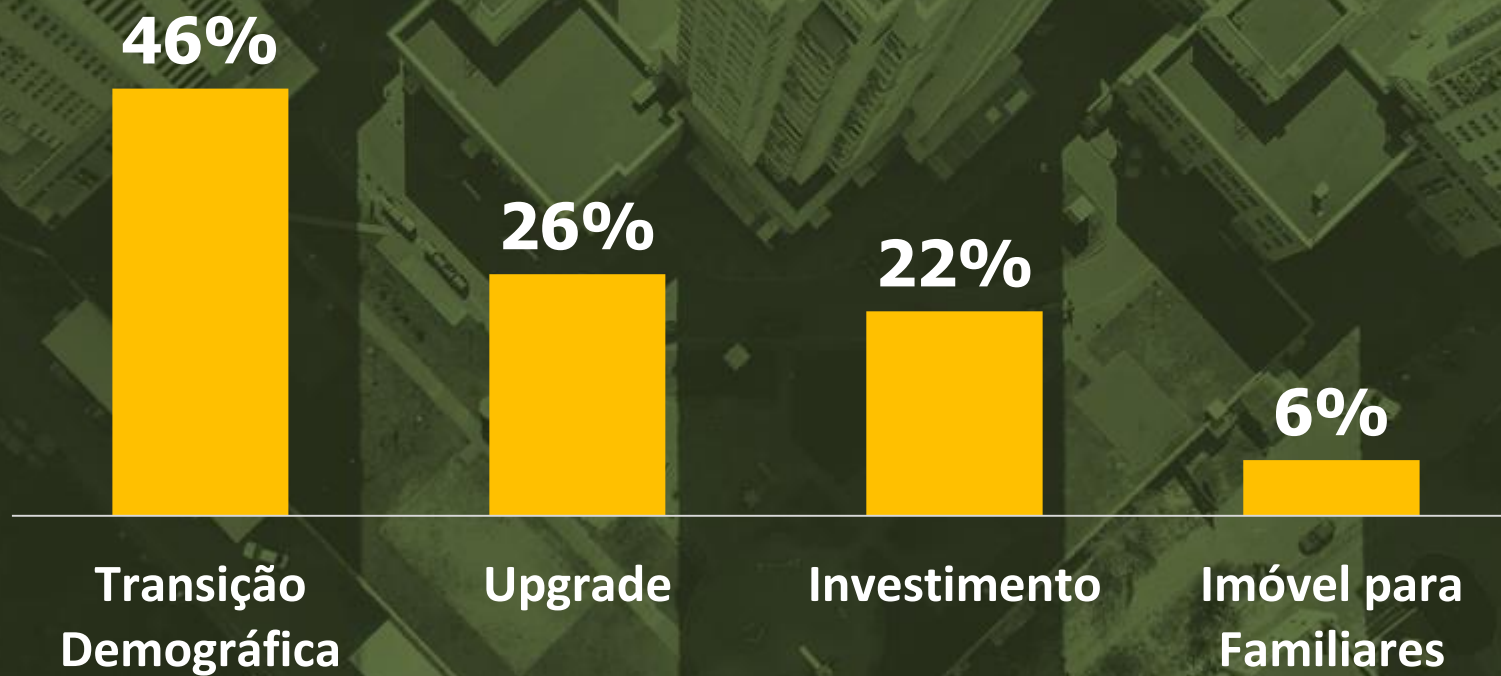
62%

NÃO

SUL

MOTIVO DE COMPRA

NO BRASIL



IMÓVEL DESEJADO NO BRASIL

NO BRASIL
CAPITAIS E RM



46%
Casa/Sobrado



47%
Apartamento



8%
Terreno

NO BRASIL
DEMAIS CIDADES



58%
Casa/Sobrado



18%
Apartamento



24%
Terreno

FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA



FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA

1 61%
LOCALIZAÇÃO

FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA

1 61%
LOCALIZAÇÃO

2 57%
SEGURANÇA

FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA

1

61%

LOCALIZAÇÃO

2

57%

SEGURANÇA

3

53%

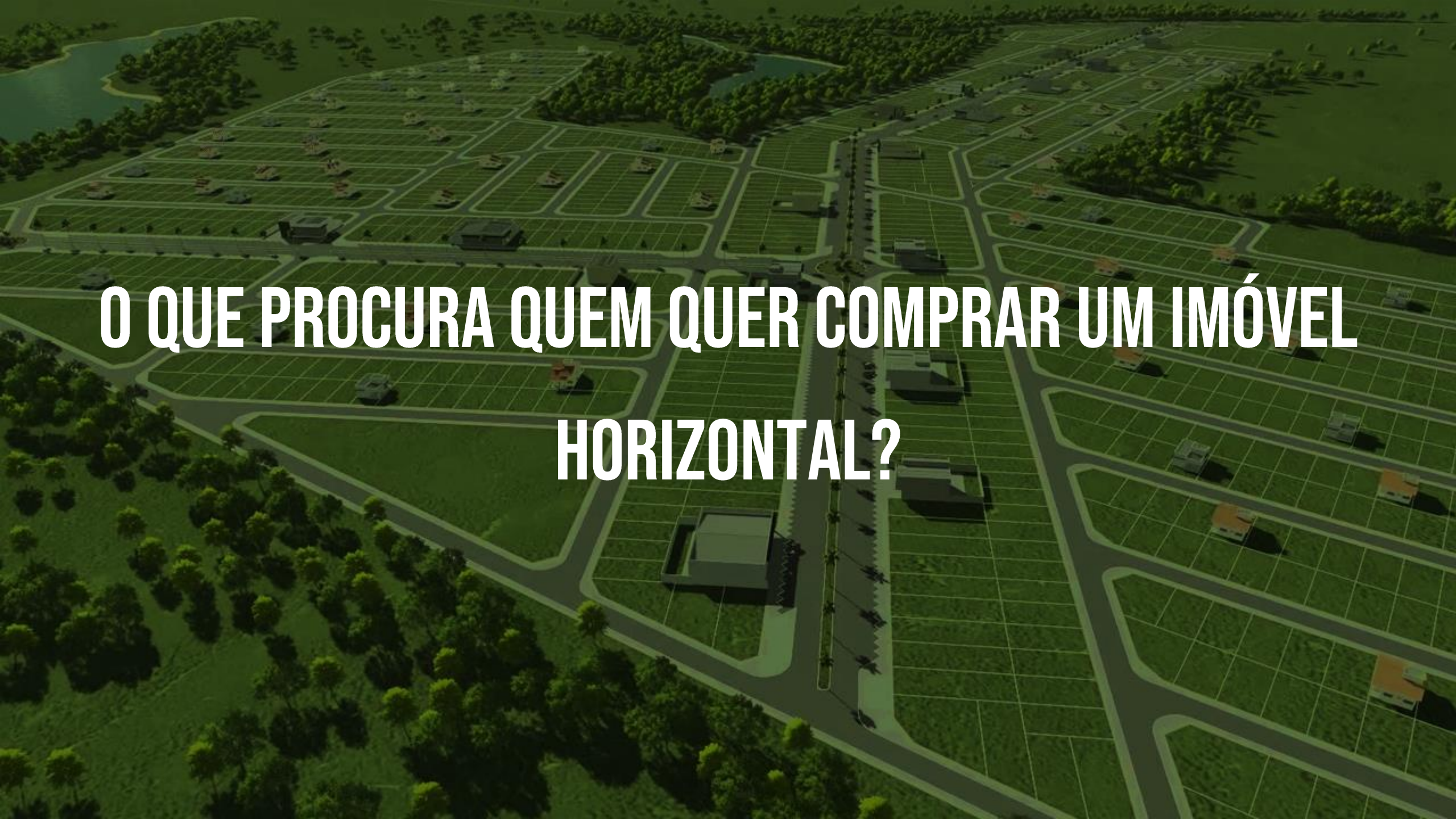
VALOR DO IMÓVEL

FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA



FATORES DE IMPORTÂNCIA NA HORA DA COMPRA

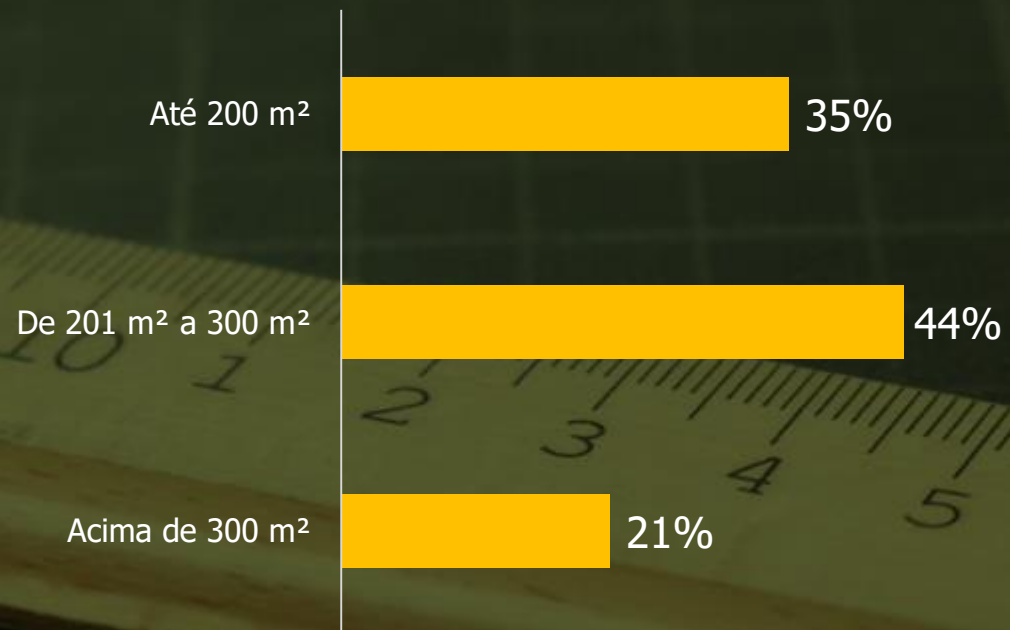


An aerial photograph of a suburban neighborhood. The scene shows a grid of streets with green lawns, small houses, and trees. A winding road runs through the center, and a small pond is visible in the upper left corner. The overall tone is green and peaceful.

**O QUE PROCURA QUEM QUER COMPRAR UM IMÓVEL
HORIZONTAL?**

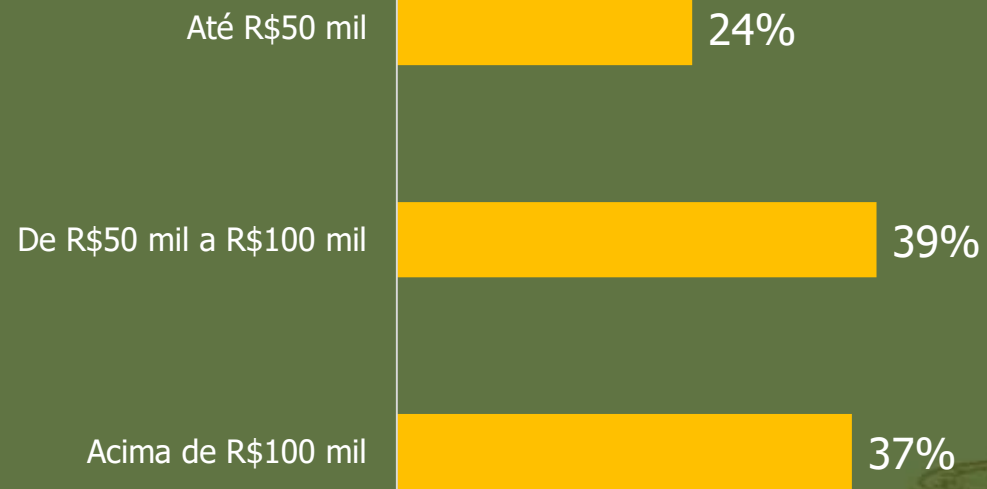
METRAGEM IDEAL

NO BRASIL



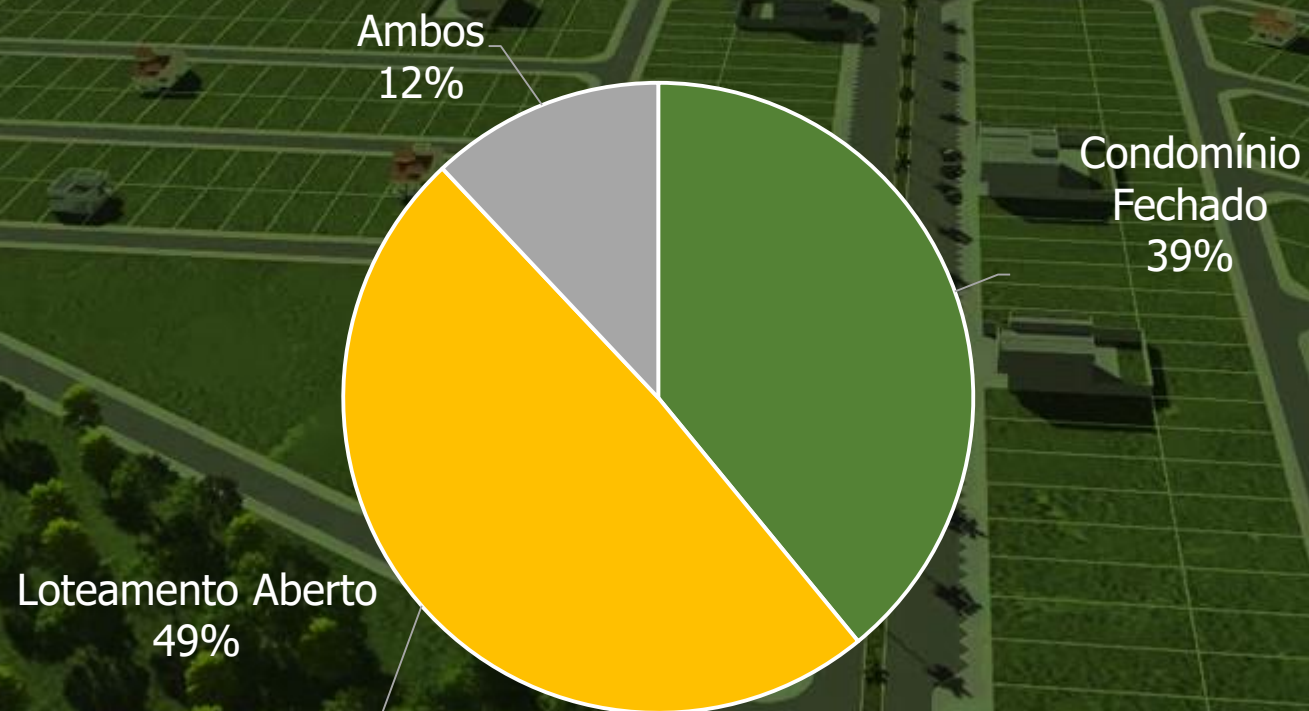
VALOR IDEAL

NO BRASIL



TIPO PREFERENCIAL

NO BRASIL



E

FINALMENTE...



E FINALMENTE...

**QUE TENDÊNCIAS PODEM SER AS VERDADEIRAS
APOSTAS DO MERCADO IMOBILIÁRIO ?**

1

**ESPAÇOS MENORES.
MENOS É MAIS!**

estras oficinas. La información gráfica o
proyecto de edificación y de su es
de las viviendas objeto de v

2

COMPARTILHAMENTO DE ESPAÇOS



3

NOVOS PRODUTOS

ESPECÍFICOS PARA “FASES DA VIDA”



4

MENOR NECESSIDADE DE VAGAS DE GARAGEM



5

INTEGRAÇÃO ENTRE AMBIENTE DE TRABALHO X AMBIENTE DE CASA



6

DIGITALIZAÇÃO DA MORADIA



7

SUSTENTABILIDADE COMO ECONOMIA



8

MAIS SEGURANÇA MAIS CONVENIÊNCIA



9

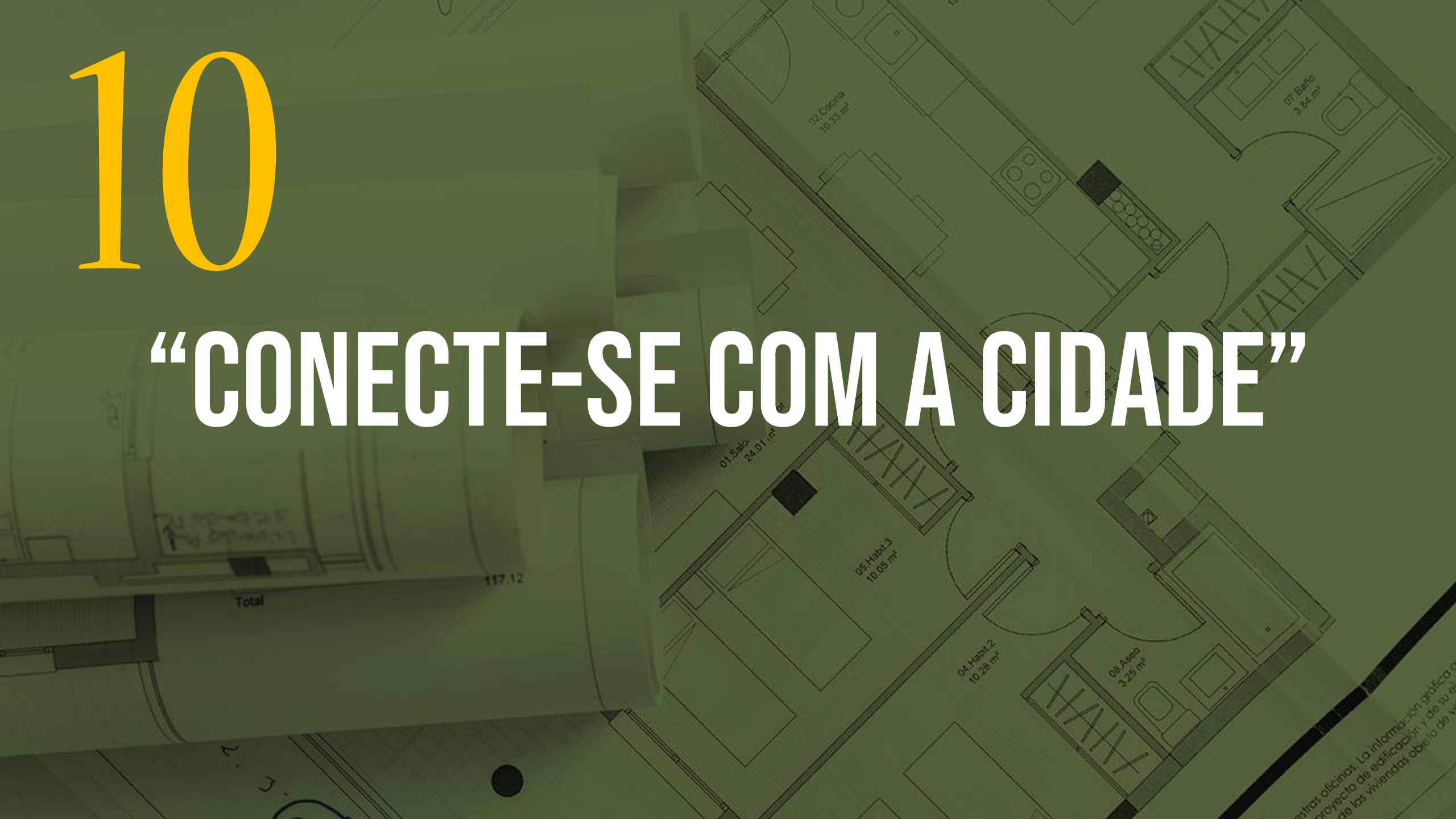
MAIS TEMPO DE LAZER

ÁREAS ENXUTAS, MAS ÚTEIS.



10

“CONECTE-SE COM A CIDADE”



OBRIGADO!



FÁBIO TADEU ARAÚJO

fabio@brain.srv.br | 41 9 9851 1093

