

Nova geração vai gerar líderes muito acima da média

| P2 a 5

NO FILTERS

by the NEW GENERATION Real Estate 5.0

NOVA GERAÇÃO APRESENTA UMA NOVA VISÃO DO IMOBILIÁRIO... SEM FILTROS

Numa altura em que o setor do imobiliário passa por uma grande dinamização, é importante mostrar que o mercado é conduzido de forma profissional, transparente e sobretudo atento às novas tendências e visões.

FERNANDA PEDRO
fpedro@diariomobiliario.pt

A globalização e o avanço das novas tecnologias, têm mudado o mundo. Portugal tem acompanhado a evolução e hoje está preparado para enfrentar de forma segura e inovadora o futuro do imobiliário. Para isso tem contribuído a dinâmica de uma nova geração que tem trazido ao setor, a formação, o conhecimento e a experiência internacional.

No sexto aniversário do Diário Imobiliário, o primeiro jornal online do setor e líder nacional, foi lançado o conceito "NO FILTERS by The NEW GENERATION Real Estate 5.0", tendo realizado ontem a primeira edição de um evento que se mostrou inovador e pioneiro. 10 oradores falaram 'sem filtros' sobre "A Nova Visão do Imobiliário". Em ambiente de obra no Empreendimento SkyCity, que está a ser construído na conhecida Serra de Carnaxide, o evento foi transmitido em directo nas redes sociais do jornal.

O Diário Imobiliário colocou três questões aos novos rostos do imobiliário: João Sousa, CEO do JPS Group; Nuno Malheiro, CEO do Focus Group; Hugo Santos Ferreira, Vice-presidente Executi-

vo da APPII; José Rui Meneses de Castro, Partner da MAP Engenharia; Ricardo Sousa, CEO da Century 21 Portugal; Mariana Morgado Pedroso, Diretora Geral Architect Your Home Portugal; Vasco Pereira Coutinho, CEO da Lince Capital; António Velho da Palma, Founder do FREL - Future Real Estate Leaders e Madalena Azere do Perdigão, Associada Coordenadora do Departamento de Imobiliário da CCA Law Firm, que aceitaram o desafio de trazerem as suas perspetivas sobre o futuro do imobiliário em Portugal. ●

Portugal tem acompanhado a evolução e hoje está preparado para enfrentar de forma segura e inovadora o futuro do imobiliário

1 PARA ONDE CAMINHARÁ O SECTOR?

2 QUAIS AS PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES DOS PLAYERS?

3 O QUE A NOVA GERAÇÃO PODE DAR É TRAZER AO MERCADO?



HUGO SANTOS FERREIRA
Vice-presidente executivo da APPII – Associação Portuguesa dos Promotores e Investidores Imobiliários

1 Nos últimos 10 anos muito mudou na indústria do imobiliário português. Há um antes e um depois da Troika. A maior mudança tem que ver com a crescente necessidade deste mercado inovar, conectar, abrir-se ao mundo e às novas tecnologias. Entre 2009 e 2019, o setor imobiliário evoluiu num sentido crescente de globalização, internacionalização e com isso também de inovação.

Tudo está a mudar e hoje o nosso setor está em avançado estado de inovação e disrupção. Quando começamos a ver, todos os dias, novas *proptechs* e as primeiras aproximações ao *blockchain* a serem importadas para o nosso País então é porque o mercado está mesmo a mudar.

2 É um passo de gigante que se está a dar! Já ninguém quer ficar para trás...

Vamos perder este comboio??... Claro que não!!! Chegou a hora de consolidarmos este nosso setor como uma indústria do século XXI, virada para o futuro, apta e perfeitamente disposta a receber o novo paradigma, num mercado cada vez mais globalizado, conectado, em rede e bem assim exigente em matéria de inovação.

3 Muito contribuirá para a globalização, o crescimento, a inovação e o fazer diferente, mais e melhor no nosso setor. Não devemos esquecer o passado. Sempre aprendemos com ele. Somos uma geração apta a ouvir os



JOSÉ RUI MENESES E CASTRO
Partner da MAP Engenharia

1 Acredito que o setor vai continuar dinâmico em todas as atividades. Talvez aquela que tenha uma maior potencial de crescimento seja o turismo/hoteleiro. O nosso País ainda continua a ser descoberto e temos tanto para evoluir nesta área. Com esta âncora, todas as restantes áreas beneficiam. Será necessário existirem todos os serviços associados, o que dinamiza o mercado de uma forma global: Escritórios, retalho, logística e residencial.

2 Portugal é um País relativamente pequeno e com pouco habitantes, logo não poderá depender do consumo e investimento interno. Será importantíssimo termos capacidade de acolher quem nos visita e quem quer investir em Portugal. E isso só conseguimos com qualidade de serviço! É importante criar a perceção de que estar ou investir em Portugal é "friendly". Um investidor precisa que os parceiros locais, privados e públicos, sejam elementos facilitadores de concretização do seu negócio e não um "complicómetro", porque só assim irão reinvestir. E quem nos visita é importante que além dos habituais, sol, gastronomia e história, tenha também arte e cultura diversificada, *lifestyle*, segurança e serviço.

3 A nova geração será importantíssima para dinamizar o mercado. Vive habituada à mudança e inovação. Não tem vícios de mercados estagnados e pouco competitivos ou de investimentos totalmente financiados, sem grande risco. Ou seja, trazemos uma cultura de que para ter sucesso, temos de ser efetivamente diferenciadores, exigentes e estudar devidamente o mercado. Esta cultura, misturada com uma geração que conhece bem o mundo e as tendências do mesmo, não só pelo que viaja, mas também pela forma como está conectada e a facilidade que tem de acesso à informação, certamente contribuirá para o desenvolvimento de melhores conceitos imobiliários.



ANTÓNIO VELHO DA PALMA
Founder do FREL - Future Real Estate Leaders

1 Utilizar a realidade virtual para facilitar a venda e arrendamento de imóveis. A realidade aumentada, IoT, para capacitar os imóveis de uma gestão mais eficiente. O financiamento bancário vai-se transformar totalmente com as plataformas de crowdfunding e outras formas de captar investimento através de *proptechs* e *fiintechs*. Avaliação de imóveis e grandes portfólios feitos por plataformas assente em algoritmos que facilita a análise das transações de *non performing loans*. *Smart buildings* e *smart cities*, cidades conectadas para uma melhor gestão dos recursos e aumentar a sustentabilidade.

2 Classe média portuguesa muito dependente da banca para comprar casa. Falta de mão-de-obra na construção que pode impactar o mercado imobiliário. Escalada dos preços de construção. Pouca estabilidade fiscal e legislativa que afasta os investidores. Ineficiência e ineficácia dos serviços camarários que não dão resposta adequada.

3 Uma mente aberta e flexível, novos conceitos de partilha, mobilidade, tecnologia e sustentabilidade. Implementação de ideias que poderão resolver falhas de mercado através do *blockchain* e *proptechs*. Ambição de arriscar novos conceitos e produtos, falhar e continuar até ter sucesso! Os jovens vão ter um papel fulcral na conceptualização do imobiliário como futuros usuários.



MADALENA AZEREDO PERDIGÃO
Associada Coordenadora do Departamento de Imobiliário da CCA Law Firm

1 A velocidade do mundo de hoje, a procura de respostas imediatas e de sucessivas experiências novas e inesquecíveis, a exigência pela qualidade e a preocupação ambiental, obriga a que o mercado imobiliário tenha de acompanhar as necessidades atuais. Por isso, o setor precisa de inovar e marcar pela diferença. Para travar o abrandamento de 2019 face aos dois últimos anos, será necessário criar projetos imobiliários que se destaquem pela sustentabilidade ecológica e ambiental, pela qualidade, pela implementação de novidades tecnológicas e, acima de tudo, que façam coexistir, numa mesma área, os espaços verdes e de lazer, com a habitação e os serviços, interligados por meios fáceis de acesso, de forma a permitir uma melhor mobilidade, qualidade de vida e interação entre a população.

2 A principal preocupação será manter o setor vivo e a bom ritmo. No entanto, não deverá ser feito de forma desmedida e descontrolada, com excessiva oferta desadequada à procura, o que levaria, no futuro, à criação de cidades fantasma, ainda que repletas de imóveis reabilitados. Os *players* terão de diversificar o mercado, de forma a criar produto para todos os segmentos e de forma sustentável e atrativa. Há que manter o investimento no mercado residencial de luxo, nas residências de estudantes e na hotelaria, sem dúvida, mas deverá haver uma aposta mais acentuada no mercado da habitação para a classe média e escritórios, a preços acessíveis, para que a população e as empresas portuguesas possam suportar.

3 A nova geração traz inovação, especialização, tecnologia, qualidade e visão de eficiência. No fundo novas ideias. O mercado imobiliário é cada vez mais dinâmico e precisa de acompanhar as tendências, interesses e expectativas das pessoas. Essa inovação não só se reflete nas técnicas de construção dos edifícios, na montagem de projetos de novos serviços a prestar, onde se juntam cada vez mais especialistas de diferentes áreas num só projeto para, num só toque/clique, permitir o acesso a toda a informação. Reflete-se também nos modelos de negócio, que irão suceder as plataformas de *crowdfunding*, o *blockchain* e a *PropTech*.



FILIFE LOURENÇO
CEO Private Luxury

1 Acredito que cada vez mais a globalização está presente. A procura pela autenticidade ou alma do país, é procurada, mas também com algo que seja idêntico ao que existe nos outros países, de forma não perderem a ligação. Existe cada vez mais um misto, uma fusão. A procura de casas mais ajustadas a uma vida tanto familiar, com todo o conforto e tecnologia de vanguarda ou casas mais práticas, onde ambas proporcionam experiências, onde o que a zona oferece é tão importante como o que a própria casa dispõe. No entanto, existe uma característica cada vez mais evidente, são casas que não são para a vida, mas sim, para um certo período de permanência.

2 No nosso caso, na mediação, existe a preocupação da falta de regulamentação e profissionalismo da área, de forma a haver um controle e informação correcta aos potenciais clientes. A falta de formação origina uma Comunicação incorrecta e falta de transparência. Em relação ao mercado puro e duro, na nossa experiência, temos notado a procura de casas maiores, T4, T5, etc... para famílias, e o mercado dispõe de uma forma mais massiva de imóveis mais pequenos. Os valores praticados também são uma preocupação, porque os compradores começam a olhar para outros mercados. No entanto, paralelamente o mercado começa a estar sensível a esse fenómeno, e começa a haver um ajustamento de forma a compensar o abrandamento.

3 Penso que acima de tudo, uma forma de estar no mercado mais congruente com a atualidade. Estamos numa era em que o gene das viagens está no seu auge, o que nos permite o contato com outros povos, outras vivências, outras culturas, outras formas de estar e de fazer... outros olhos de ver e sentir o mundo atual... e transpomos para a nossa sociedade e para o mercado em geral.