

grupo ZAP

PESQUISA INÉDITA!

A influência
do **Coronavírus**
no mercado
imobiliário
brasileiro

2ª onda

data ZAP



Introdução

Já são quase dois meses desde o início da quarentena no Brasil e, passado o choque inicial do isolamento, **vamos aos poucos nos adaptando à nova realidade**. Durante esse período fica evidente, mais do que nunca, o papel central do imóvel na vida das pessoas: trocamos o trabalho no escritório pelo remoto (*home office*), a ida ao restaurante pelo *delivery* e a saída do sábado à noite pelas *lives* no sofá de casa. Com tanto tempo dentro de casa, é inevitável repensar o que queremos para o nosso novo lar.

Assim, buscando entender melhor o comportamento e os desejos dos consumidores e dos profissionais do mercado imobiliário durante esse período, a DataZAP, braço de inteligência de dados do Grupo ZAP, **lança a segunda versão da pesquisa “A influência do Coronavírus no mercado imobiliário brasileiro”**, que contou com quase 3 mil respondentes de todo o Brasil.

Além dos comparativos com a pesquisa realizada no final de março, que nos permite analisar a evolução dos impactos da pandemia no setor imobiliário, esse segundo

relatório conta com informações sobre os efeitos do Coronavírus nas finanças pessoais e nos negócios imobiliários, na previsão de lançamentos para 2020, no volume de solicitações de interessados em imóveis para negociar preços e nas preferências habitacionais dos consumidores.

Os resultados encontrados indicam que as atividades no setor imobiliário melhoraram em relação ao início da crise. Há, de modo geral, maior adesão à tecnologia por parte dos profissionais do mercado e, ainda que não seja possível ver a conversão no curto prazo em fechamento de negócios, mais consumidores estão entrando no funil de compra e locação.

Com essa pesquisa, seguimos pondo em prática a missão do Grupo ZAP de apoiar seus clientes e ajudar o setor imobiliário a se posicionar hoje para sairmos, juntos, mais fortes dessa.

Danilo Iglioni, em nome da DataZAP

Metodologia

Realizada entre os dias 27/04 e 05/05, a pesquisa quantitativa contou com abordagem online, mediante questionário estruturado de autopreenchimento. O público-alvo do estudo foi composto por usuários dos portais do Grupo ZAP (ZAP Imóveis e VivaReal) das regiões metropolitanas do Brasil e de profissionais do mercado imobiliário (imobiliárias, corretores e incorporadoras), anunciantes ou impactados pela comunicação do Grupo ZAP em todo o país.

A margem de erro* para o total da amostra de consumidores é de 2 p.p, enquanto para a de profissionais do mercado é de 3 p.p.

Buscando acompanhar os desdobramentos da pandemia no mercado imobiliário, a pesquisa tem recorrência mensal.

*Margem de erro máxima, para mais ou para menos, considerando nível de confiança de 95%. Em alguns gráficos de respostas únicas os resultados podem não somar exatamente 100 devido aos arredondamentos. Na leitura dos dados, p.p indica pontos percentuais. Nas leituras por região, não há significância estatística para o Norte do país.

O que você vai encontrar aqui

01 | O que muda para os **consumidores** de imóveis em tempos de coronavírus

02 | Os efeitos da pandemia para os **profissionais** do mercado imobiliário

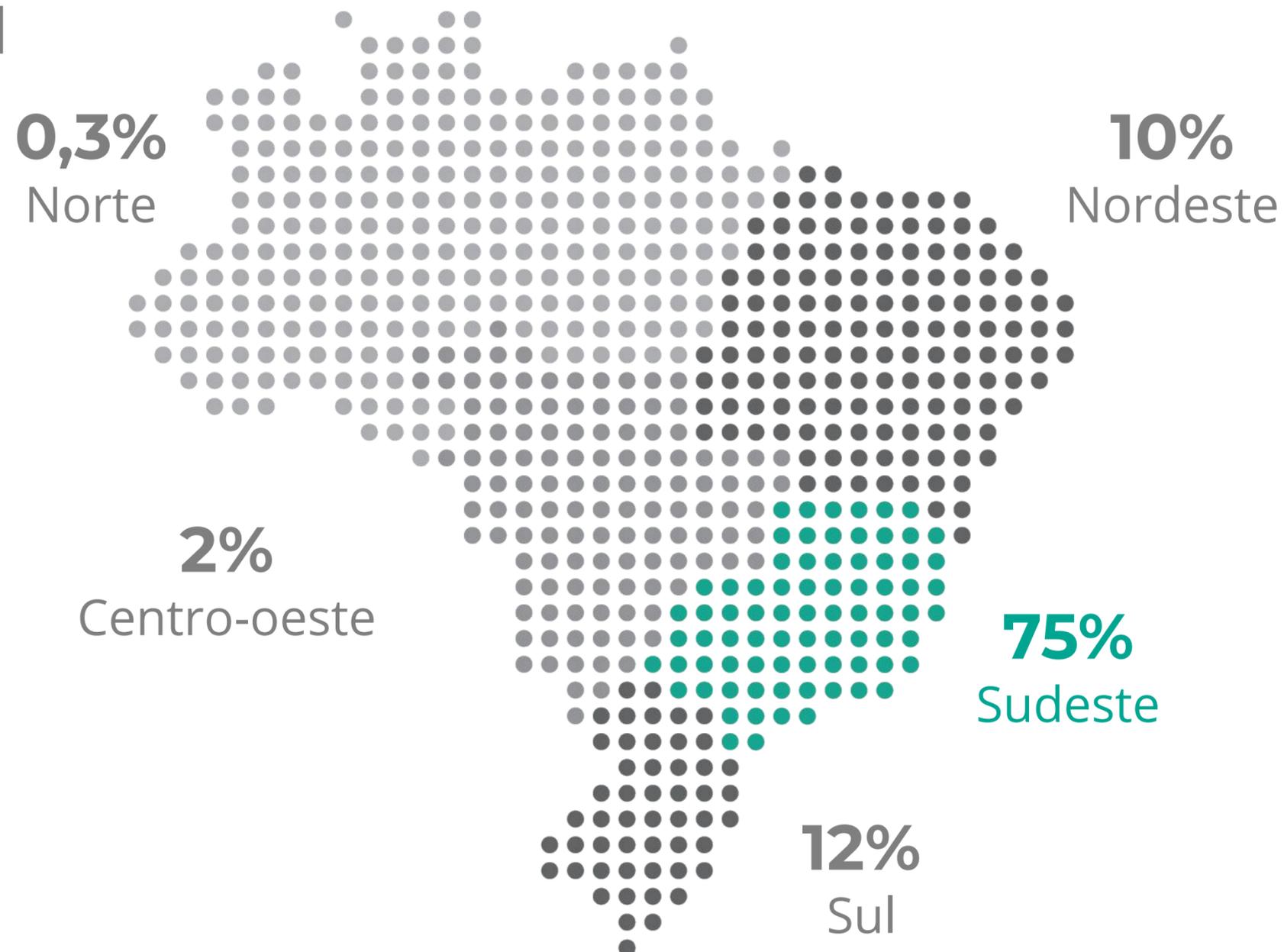
03 | **Comparativo** entre consumidores e profissionais do mercado imobiliário

1 | O que muda para
os **consumidores** de
imóveis em tempos
de coronavírus



Perfil da amostra

Região do Brasil



Reside na capital?



Perfil da amostra

Gênero



64%
mulheres



36%
homens

Tipo de transação

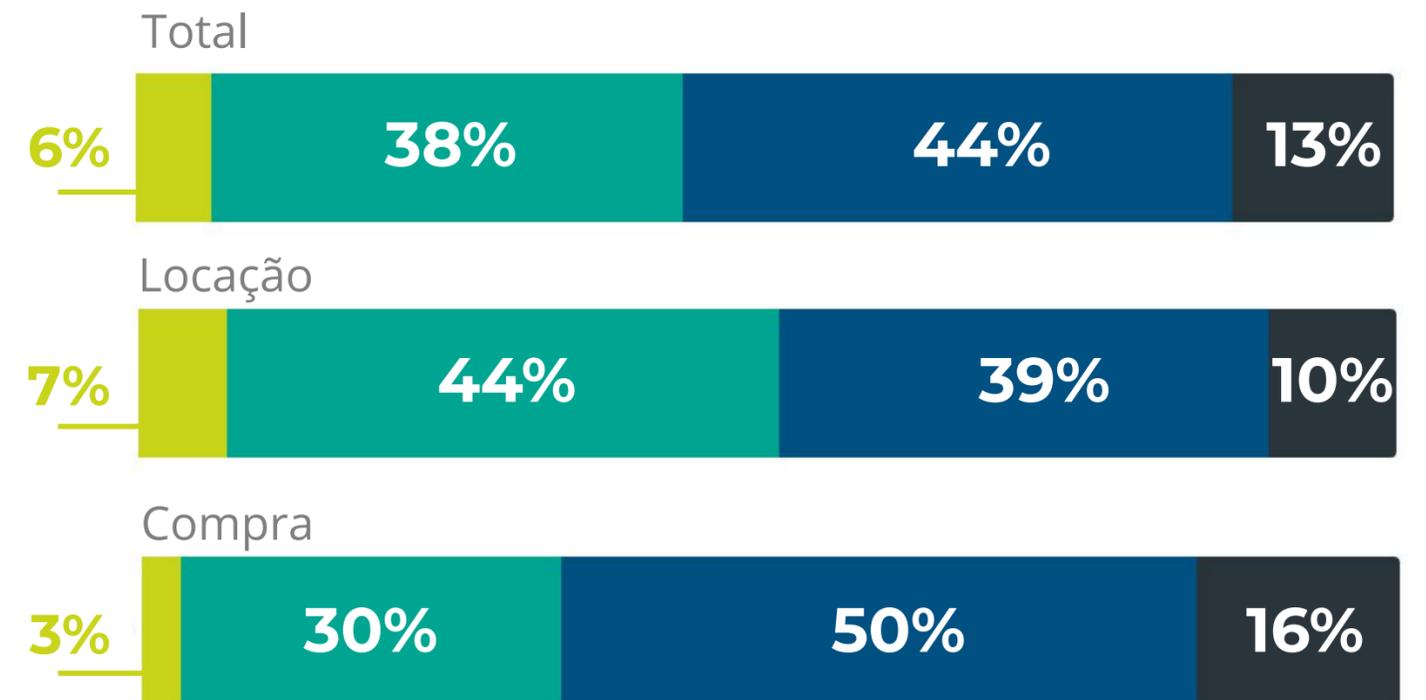


Público majoritariamente **feminino**, residente em uma das capitais da **região sudeste** e buscando **imóvel para alugar**.

Amostra: 1.700 entrevistados

Geração

MÉDIA: 41 ANOS



Geração Z
18-24 anos

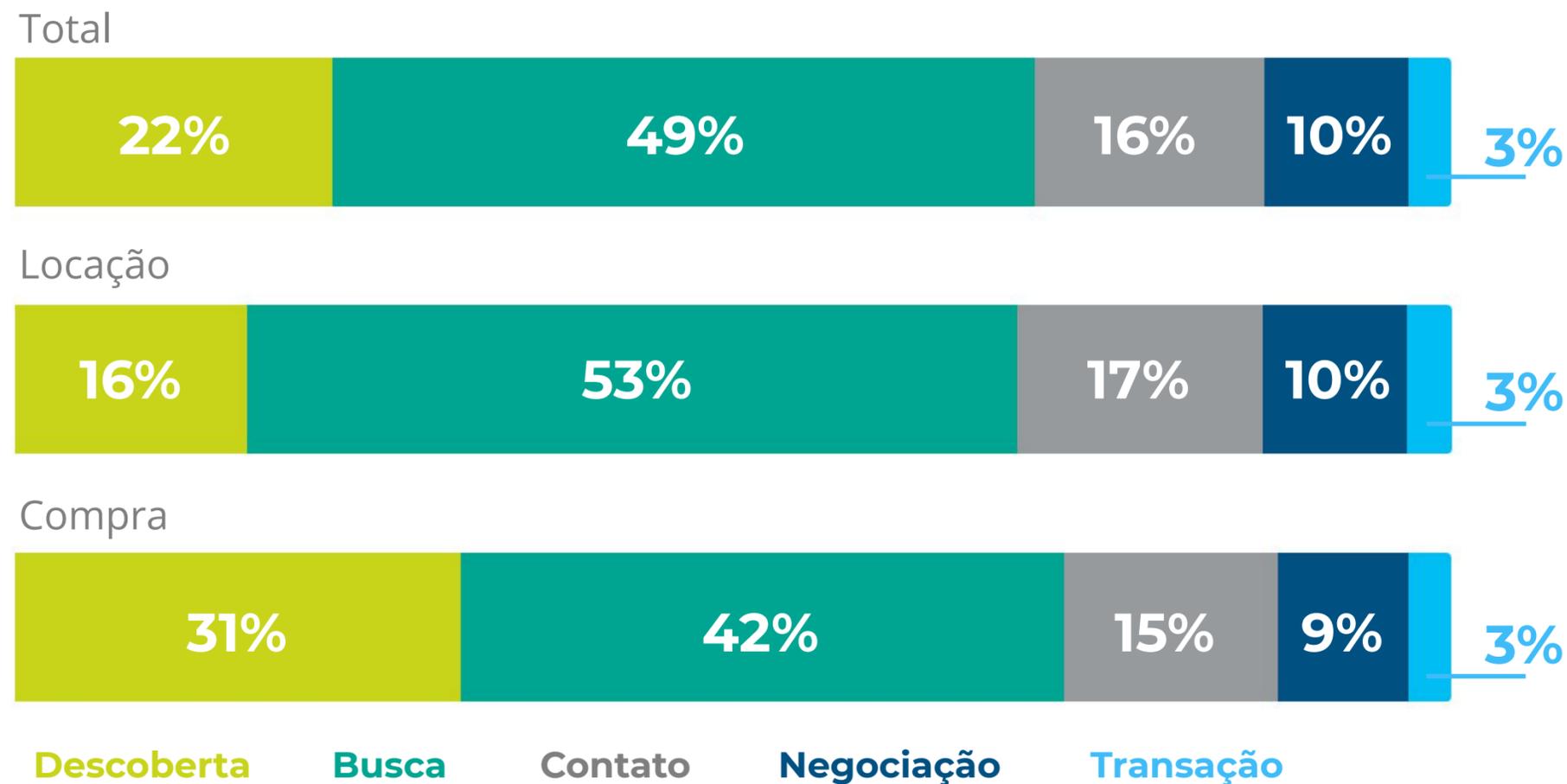
Millennials
25-36 anos

Geração X
37-56 anos

Baby Boomers
57 anos ou mais

Millennials são a maioria na intenção de **locação** (44%) e **Geração X**, na de **compra** (50%).

Etapa do funil de compra e locação

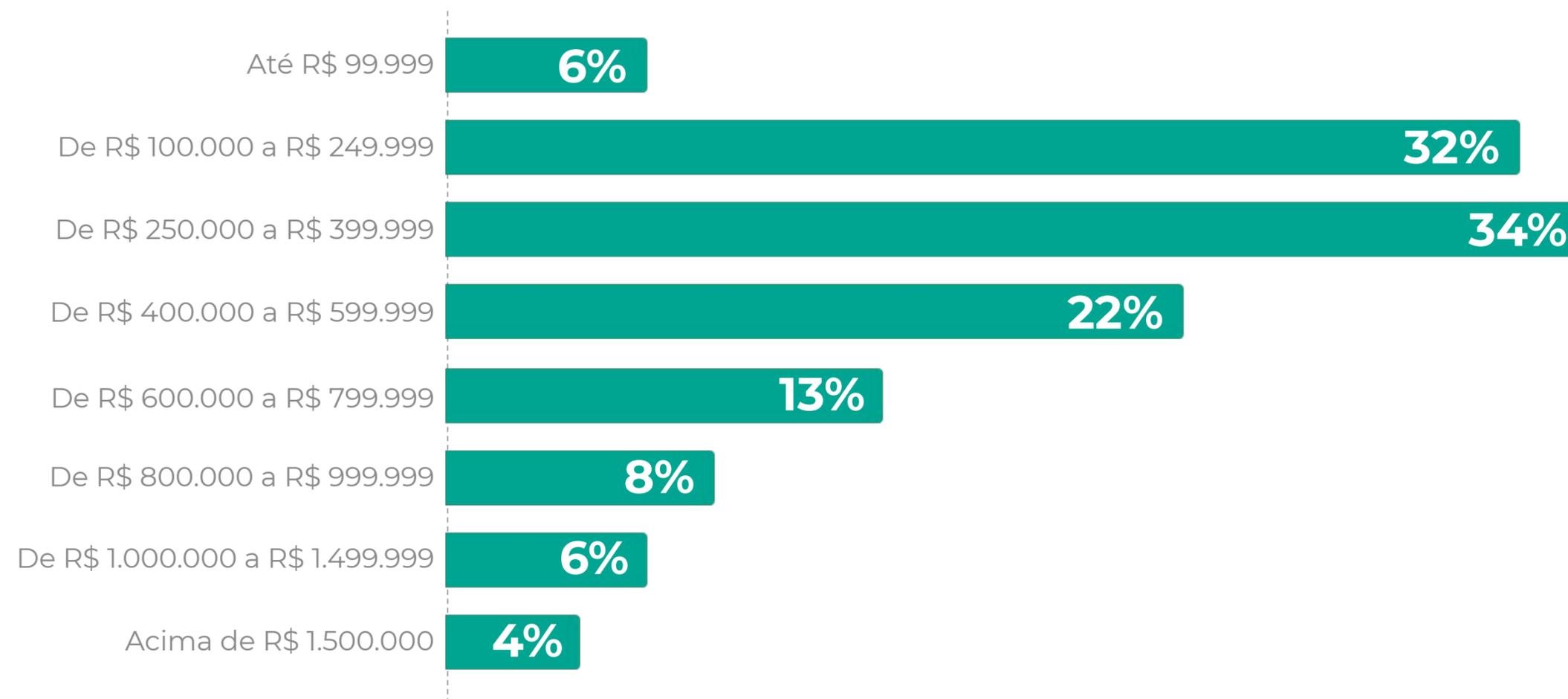


A maior parte do público se encontra no início da jornada, com 7 em cada 10 entrevistados nas etapas de descoberta e busca.

Na etapa de descoberta, ênfase no público interessado em comprar um imóvel (31%). Por outro lado, os interessados em locação ganham destaque na etapa de busca (53%).

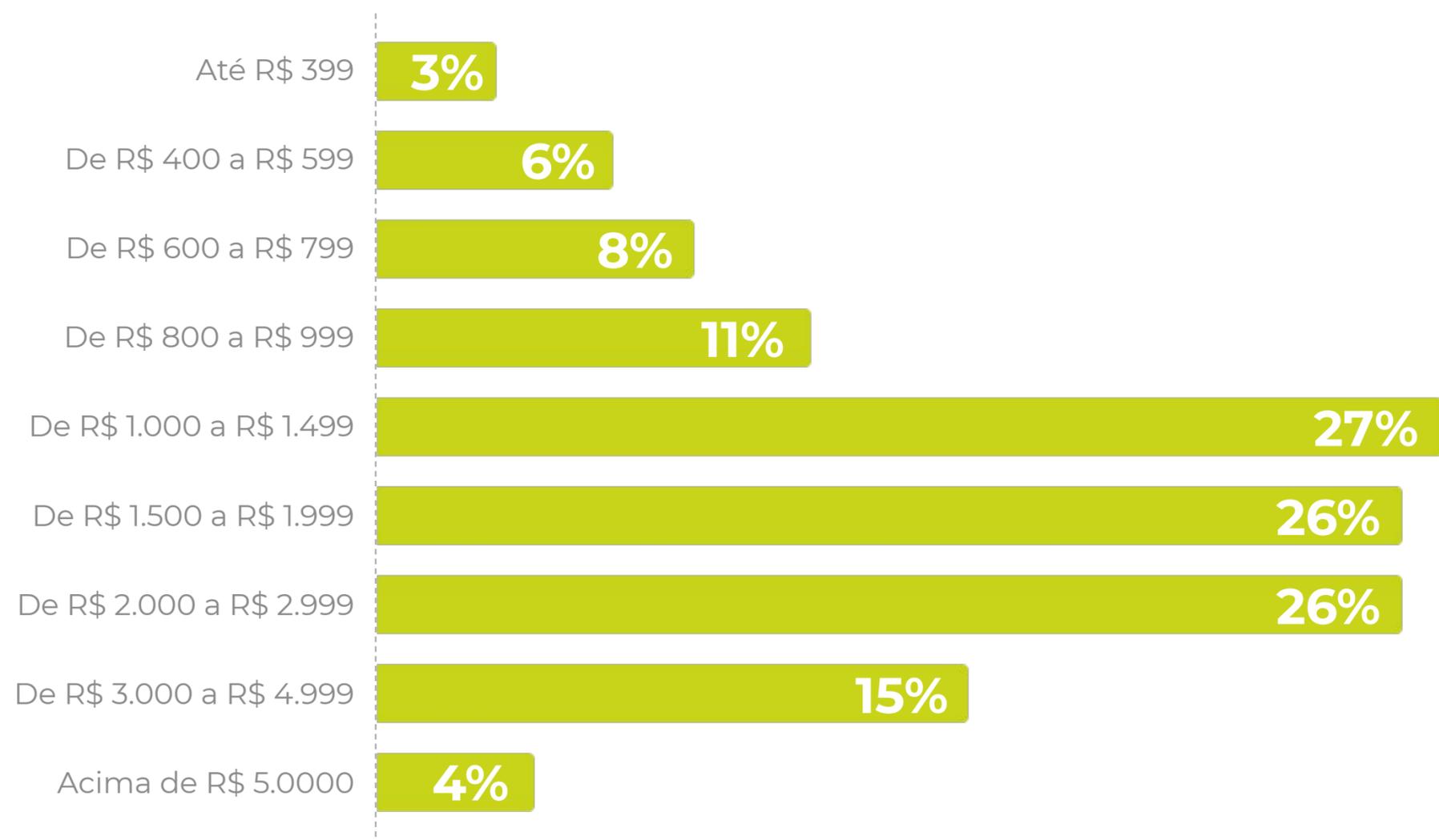
Qual o **valor para compra** do imóvel buscado?

72% dos respondentes com interesse de **compra** buscam imóveis de **até R\$ 400 mil.**



Qual o **valor para locação** do imóvel buscado?

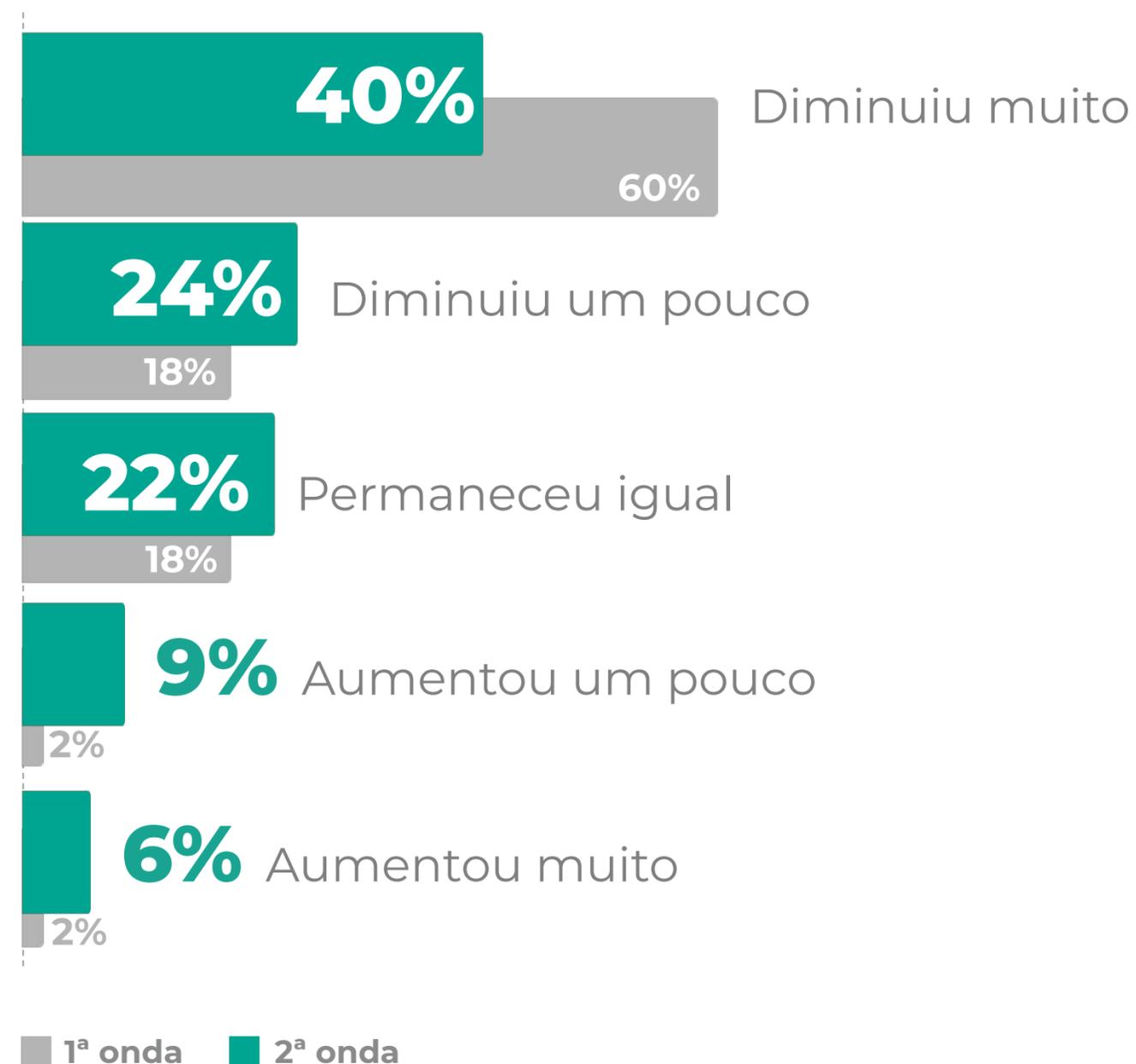
53% dos respondentes com interesse de **locação** buscaram imóveis entre **R\$ 1 mil e R\$ 2 mil** mensais.



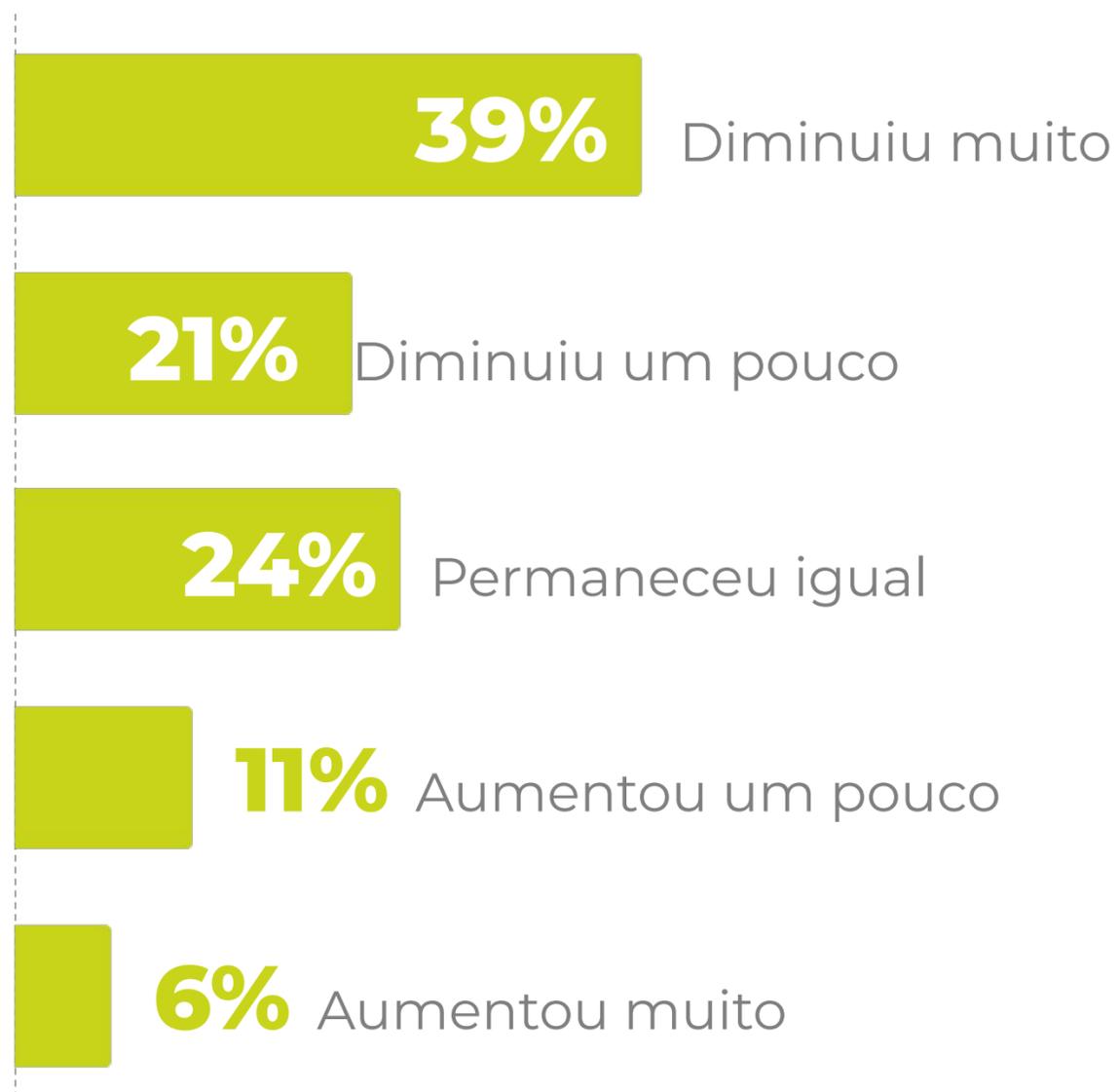
Como o coronavírus afetou a busca por imóveis **desde o início da pandemia**

Para **40%** dos entrevistados, a busca por imóveis **diminuiu muito** desde o início da pandemia.

64% do público informa que a busca por imóveis diminuiu, uma **melhora em relação ao levantamento anterior (78%)**.



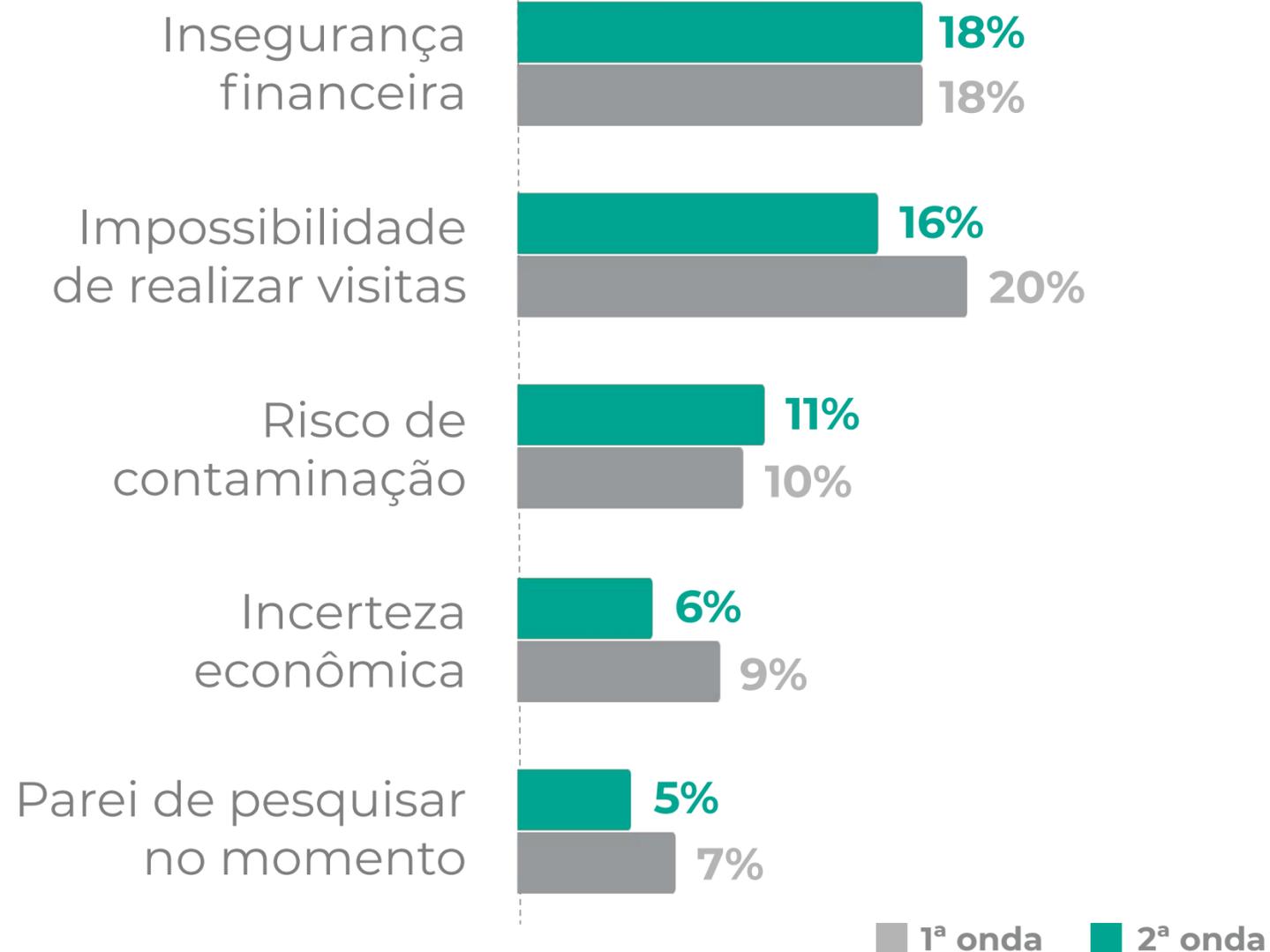
Como o coronavírus afetou a busca por imóveis **nos últimos 15 dias**



6 em cada 10 entrevistados informaram que a **busca diminuiu** nos últimos 15 dias.

55% dos interessados em alugar um imóvel informaram que a busca diminuiu nos últimos 15 dias. **Para compra, esse percentual foi de 66%.**

Razões para mudança no processo de busca por imóvel



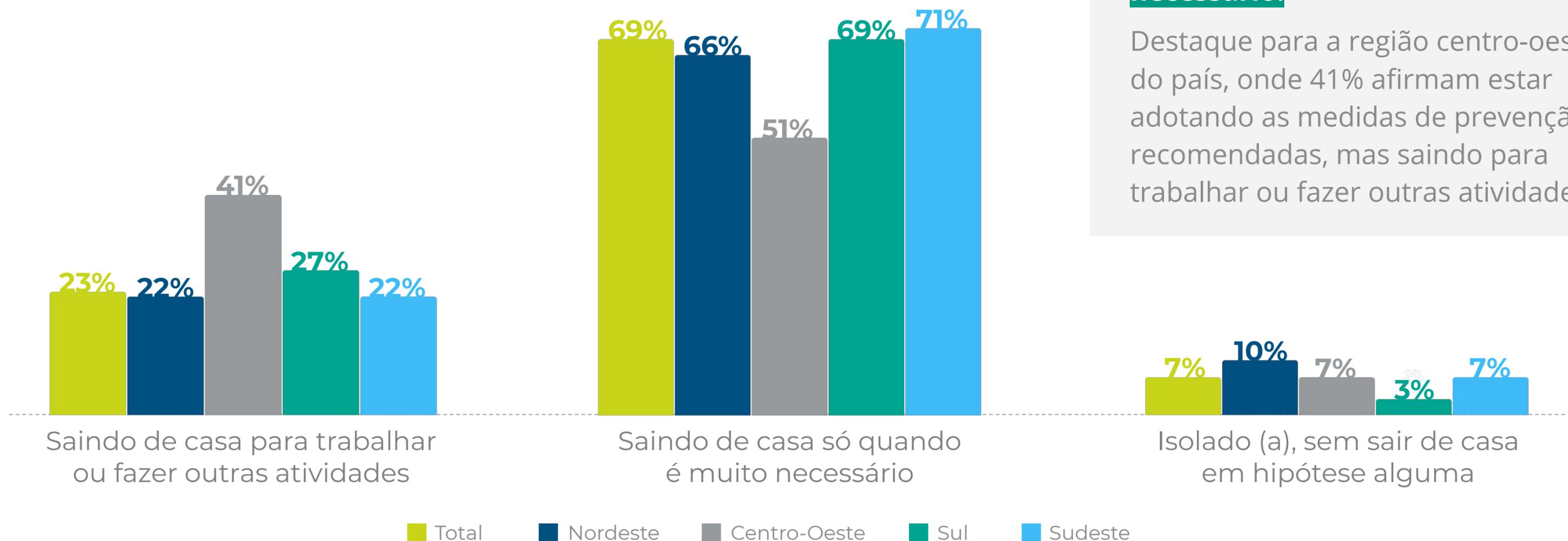
Insegurança financeira (18%) e **impossibilidade de realizar visitas** (16%) seguem sendo as duas maiores razões para mudança no processo de busca desde o início da pandemia.

A **impossibilidade de realizar visitas** aparece como principal motivo para aqueles que buscam imóvel para **locação** (17%). Por sua vez, a preocupação do usuário que busca imóvel para **compra** está pautada na **insegurança financeira**, que ocupa a primeira posição para este perfil (21%).

Amostra: 2ª onda - 1.324 entrevistados; 1ª onda - 3.099 entrevistados.
Apenas quem afirmou que mudou o processo de busca.
Respostas abertas classificadas no momento da tabulação dos dados

Entendendo a adoção ao isolamento social dos **consumidores de imóveis**

NÍVEL DE ISOLAMENTO

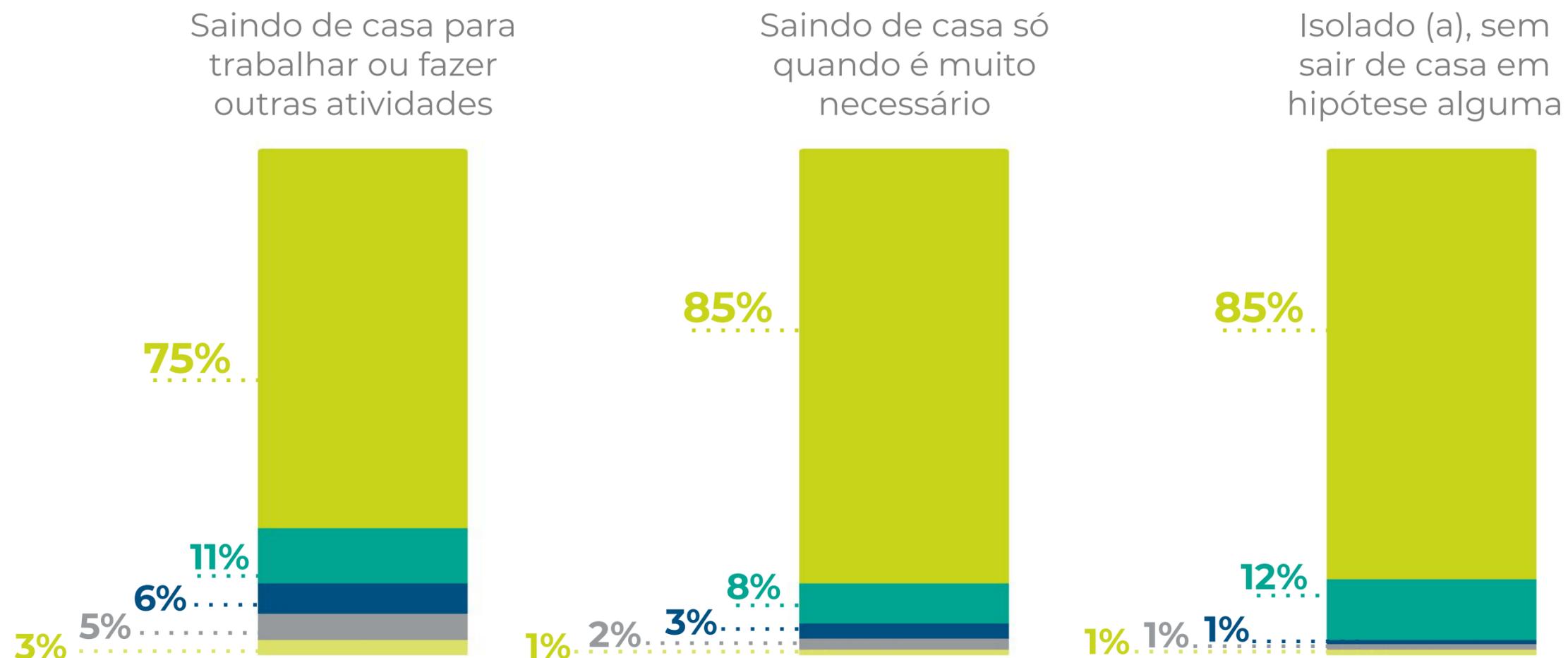


7 em cada 10 entrevistados informam que estão saindo de casa somente quando é muito necessário.

Destaque para a região centro-oeste do país, onde 41% afirmam estar adotando as medidas de prevenção recomendadas, mas saindo para trabalhar ou fazer outras atividades.

Entendendo a adoção ao isolamento social dos **consumidores de imóveis**

TEMPO DE ADOÇÃO

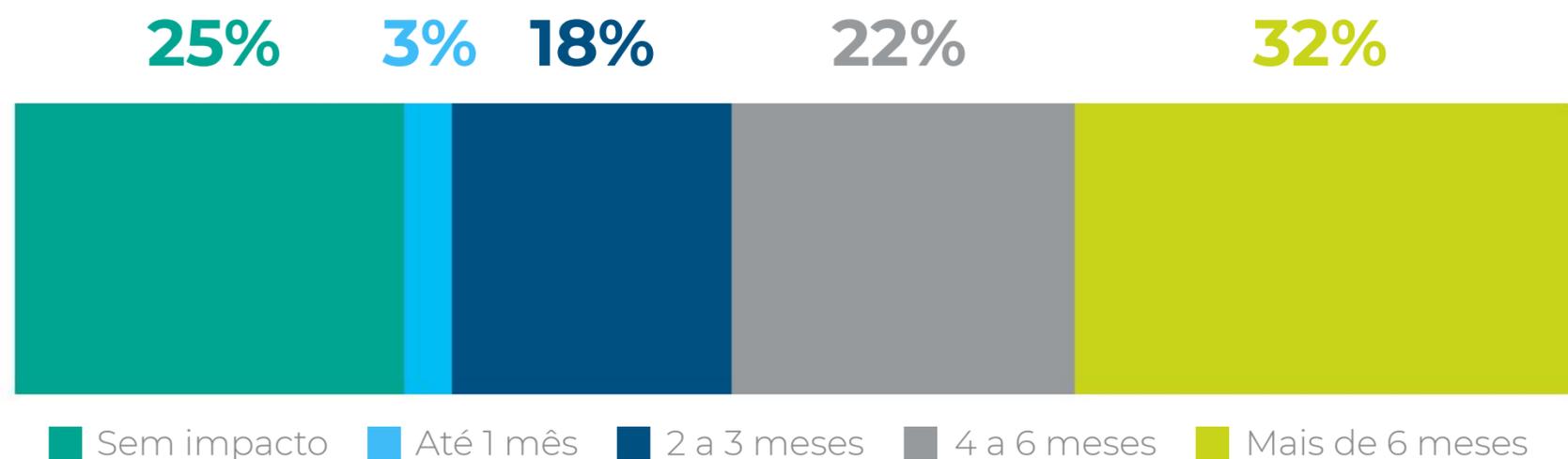


Para a maior parte dos entrevistados, as medidas de isolamento já estão sendo **adotadas há mais de 4 semanas.**

- Há mais de 4 semanas
- Entre 3 e 4 semanas
- Entre 2 e 3 semanas
- Entre 1 e 2 semanas
- Há menos de 1 semana

O impacto da pandemia nas finanças pessoais, segundo os **consumidores de imóveis**

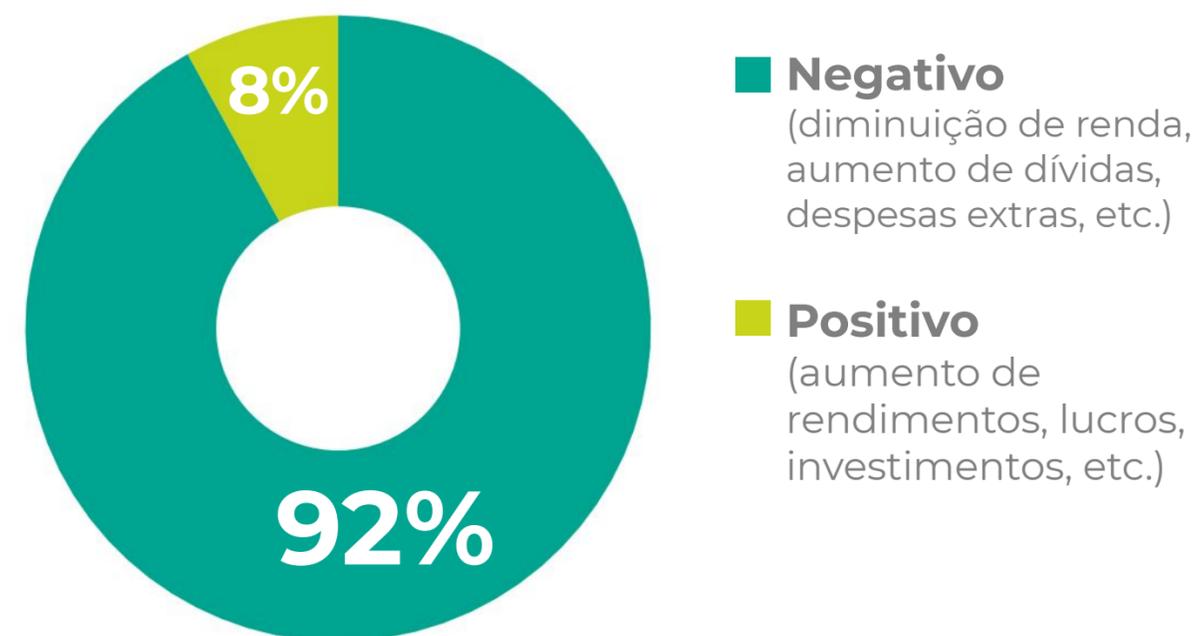
DURAÇÃO DO IMPACTO FINANCEIRO



1 em cada 4 entrevistados afirma que **suas finanças não serão impactadas** pela crise decorrente da pandemia.

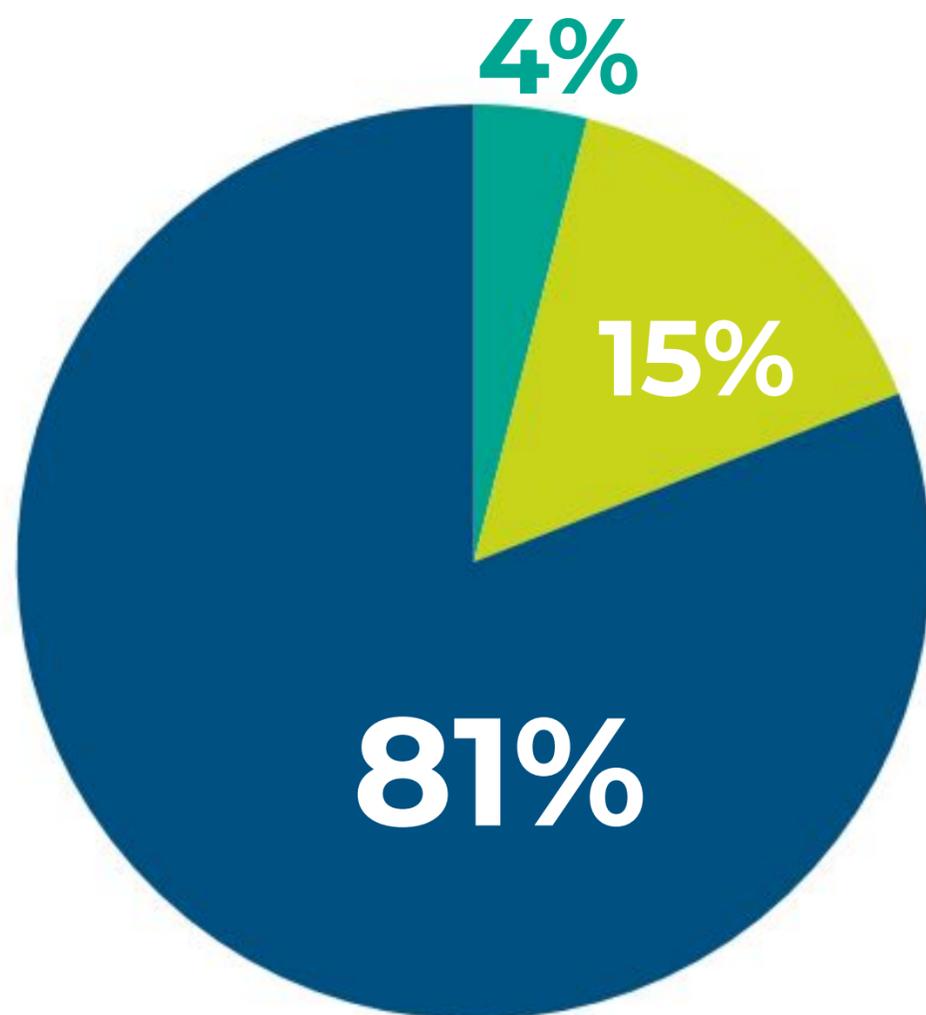
40% dos entrevistados afirmaram que o **impacto nas finanças será de 2 a 6 meses**.

SENTIDO DO IMPACTO FINANCEIRO



- Negativo**
(diminuição de renda, aumento de dívidas, despesas extras, etc.)
- Positivo**
(aumento de rendimentos, lucros, investimentos, etc.)

Como o coronavírus afetou a velocidade de fechamento do negócio, segundo os **consumidores**

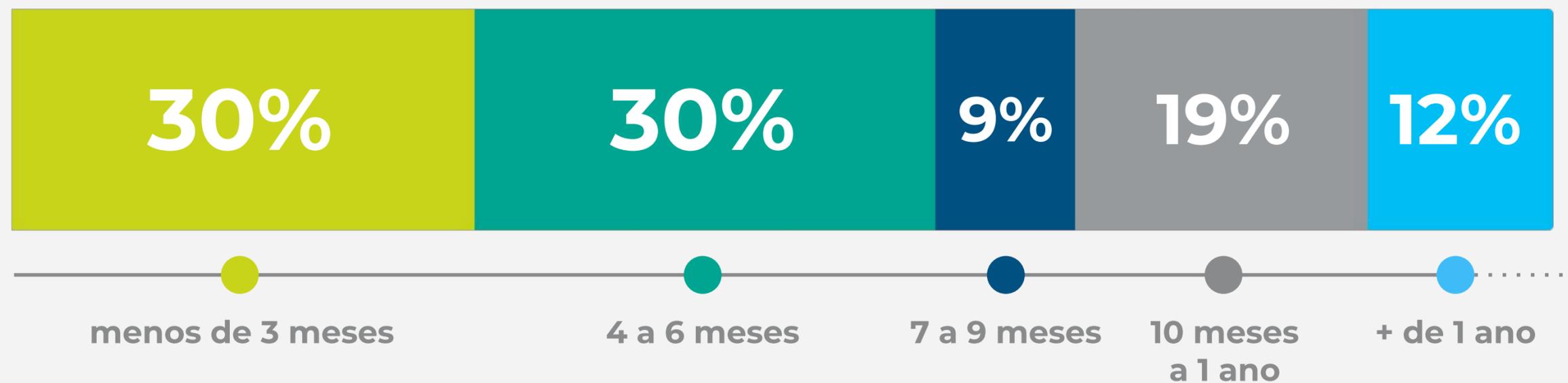


8 em cada 10 entrevistados acreditam que encontrarão seu imóvel **mais lentamente que o previsto.**

-  Mais rapidamente do que o previsto
-  No tempo previsto
-  Mais lentamente que o previsto

Jornada de **compra** antes e depois do coronavírus

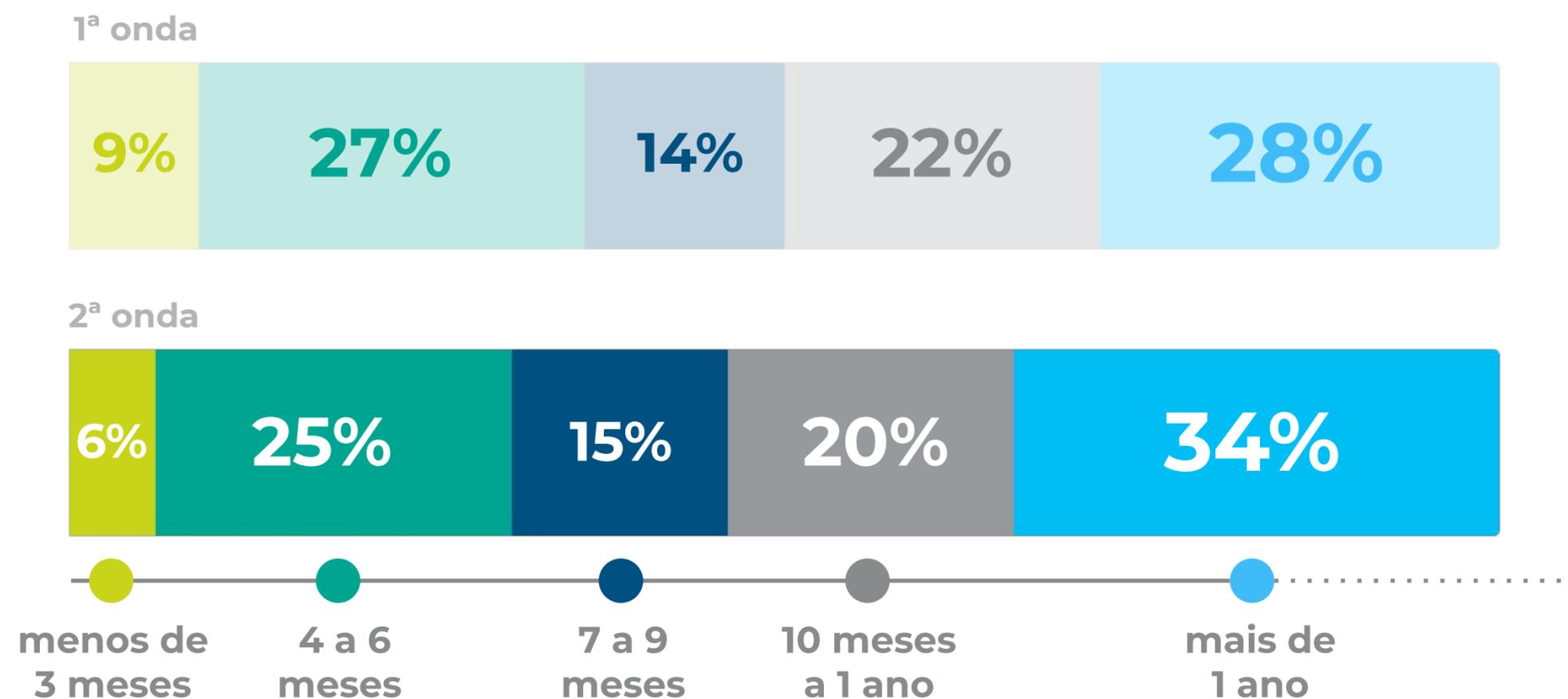
EM QUANTO TEMPO PRETENDIA **COMPRAR** O IMÓVEL **ANTES** DA PANDEMIA



6 em cada 10 entrevistados pretendia comprar seu imóvel **em até 6 meses**.
O tempo mediano esperado para compra antes do coronavírus era de 5 meses.

Jornada de compra antes e depois do coronavírus

EM QUANTO TEMPO PODERÁ ADIAR A COMPRA DO IMÓVEL DEPOIS DA PANDEMIA

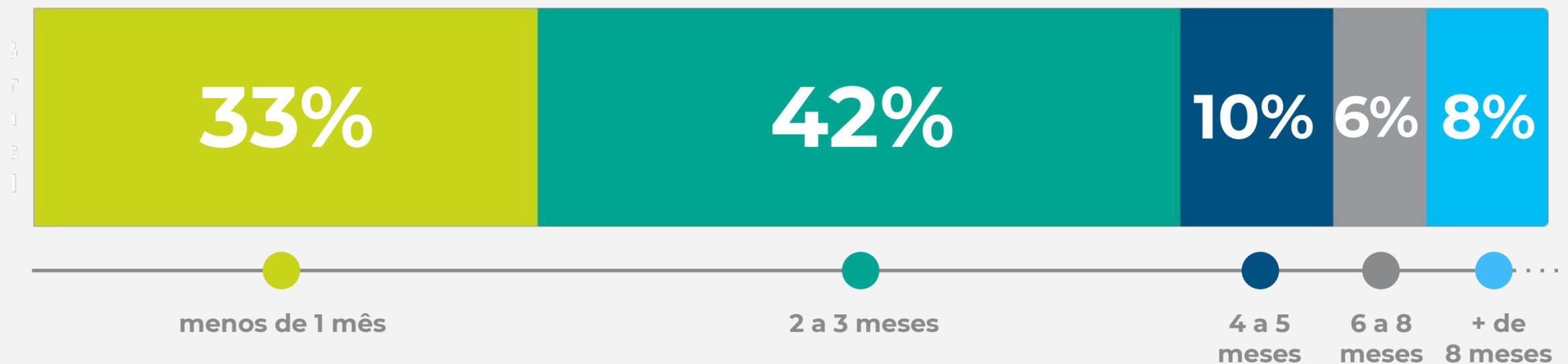


Após a pandemia, o desejo de **postergar a compra por mais de 6 meses atinge 69% dos respondentes.** O tempo mediano de adiamento é de 10 meses.

O comportamento geral dos consumidores nessa onda se assemelha ao anterior, com destaque para o **aumento do percentual que afirma desejar adiar a compra por mais de 1 ano.**

Jornada de **locação** antes e depois do coronavírus

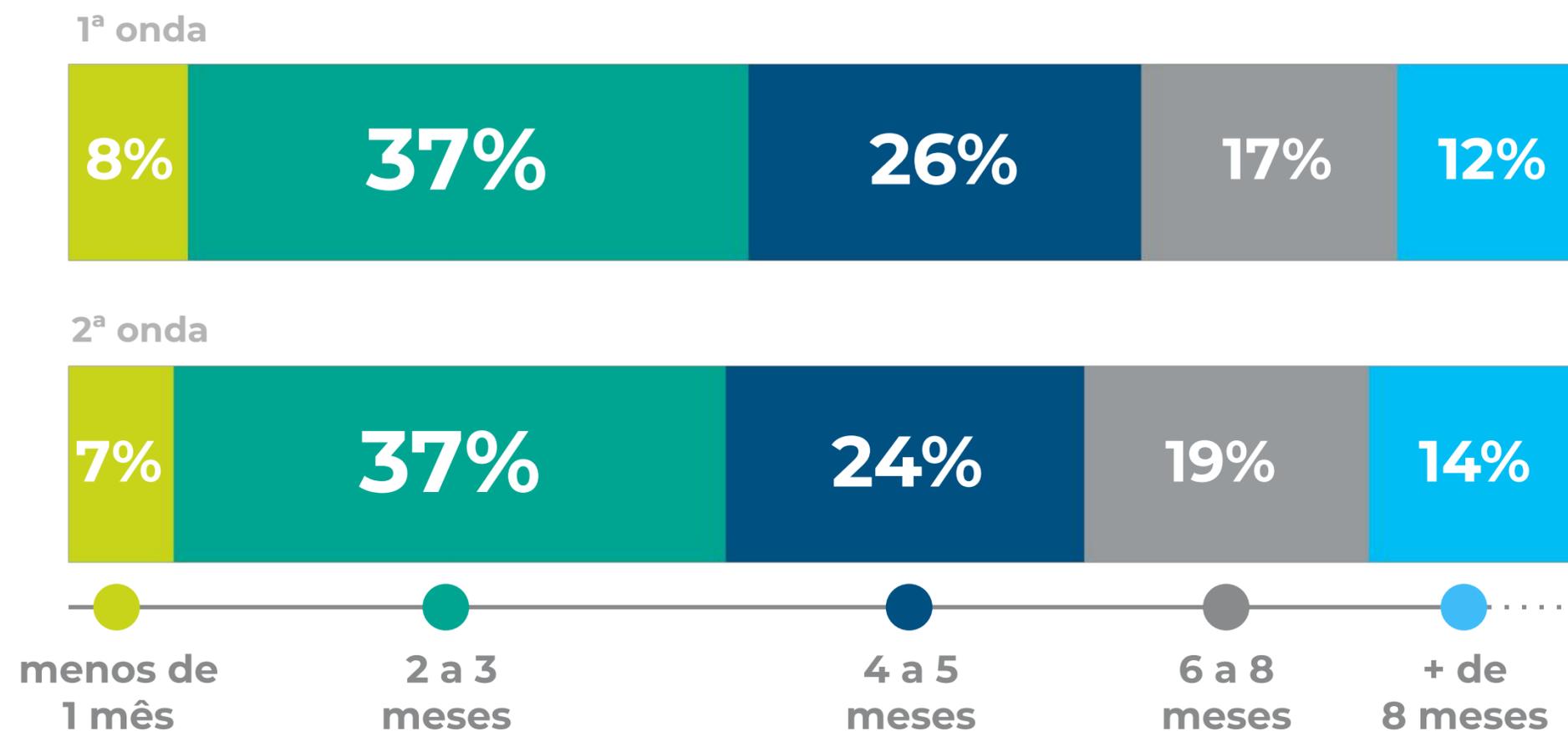
EM QUANTO TEMPO PRETENDIA **ALUGAR** O IMÓVEL **ANTES** DA PANDEMIA



3 em cada 4 entrevistados **pretendiam alugar** seu imóvel **em até 3 meses**. O tempo mediano esperado para locação antes do coronavírus era de 2 meses e meio.

Jornada de **locação** antes e depois do coronavírus

EM QUANTO TEMPO PODERÁ ADIAR A **LOCAÇÃO** DO IMÓVEL **DEPOIS** DA PANDEMIA

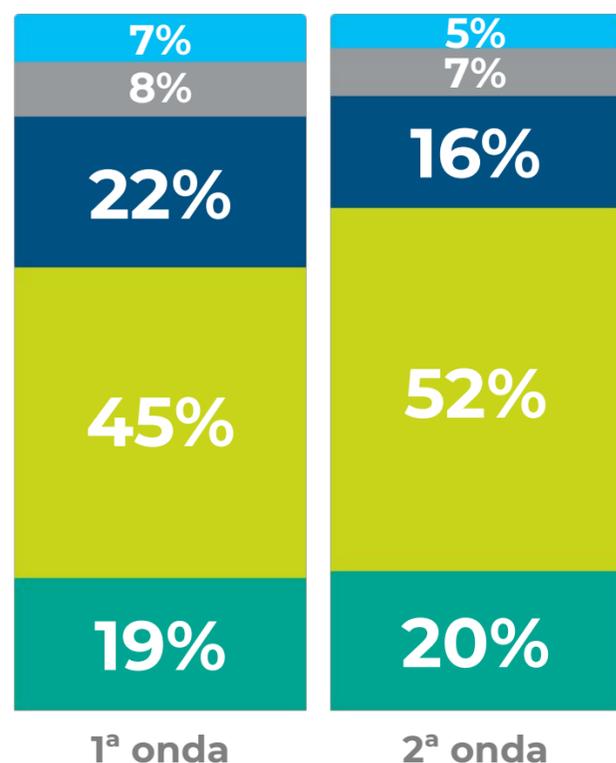


Após a pandemia, o desejo de **postergar a locação por até 6 meses atinge 68% dos respondentes**. O tempo mediano de adiamento é de 4 meses.

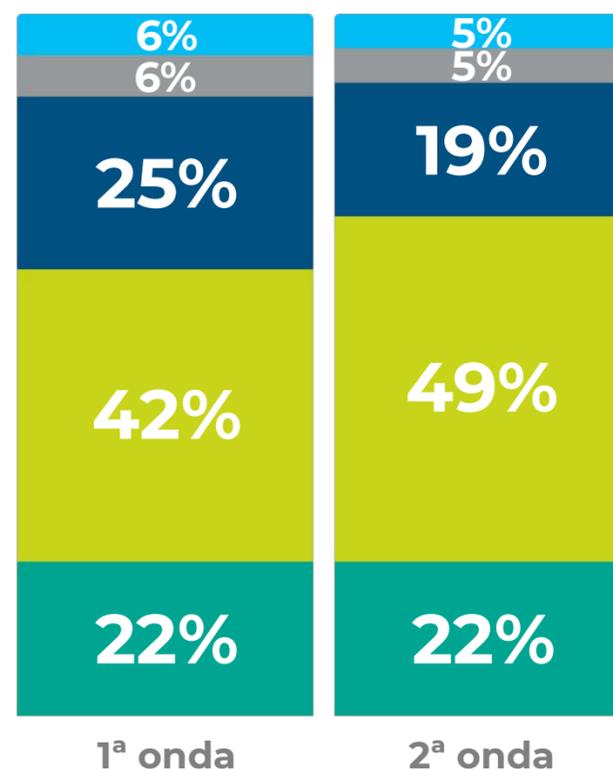
O comportamento geral dos consumidores nessa onda se assemelha ao anterior.

O que acontecerá com o preço dos imóveis nesse período, segundo os **consumidores**

LOCAÇÃO



COMPRA

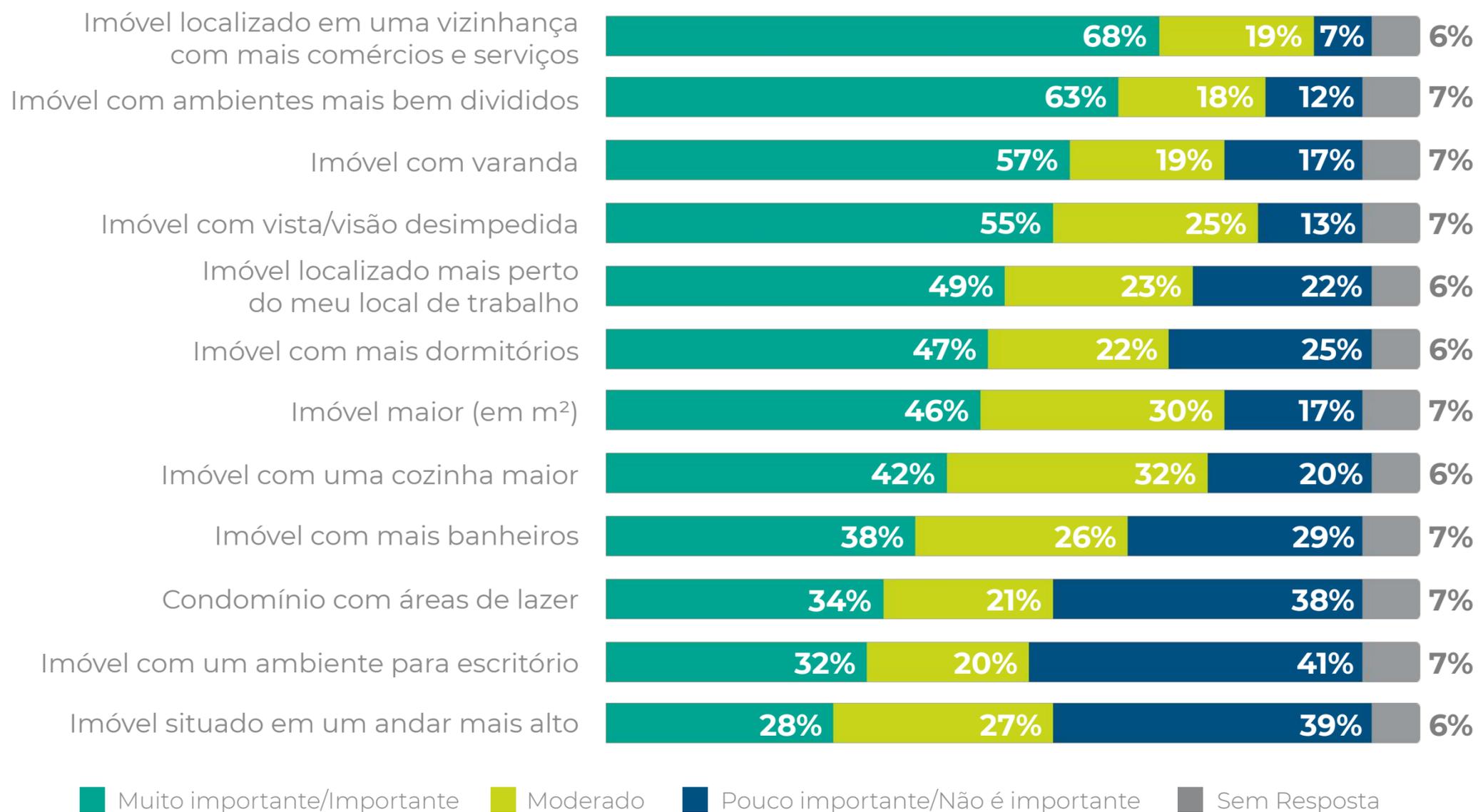


■ Diminuirá muito
 ■ Diminuirá um pouco
 ■ Permanecerá igual
■ Aumentará um pouco
 ■ Aumentará muito

7 em cada 10 entrevistados acreditam que os **preços dos imóveis** (compra e locação) irá **diminuir** durante esse período, um aumento em relação a onda anterior, onde 64% acreditava que esse seria o movimento de mercado. O movimento geral parece se dar via **redução do percentual** de consumidores que acreditam que os **preços permanecerão iguais.**

O que muda no imóvel desejado depois da pandemia

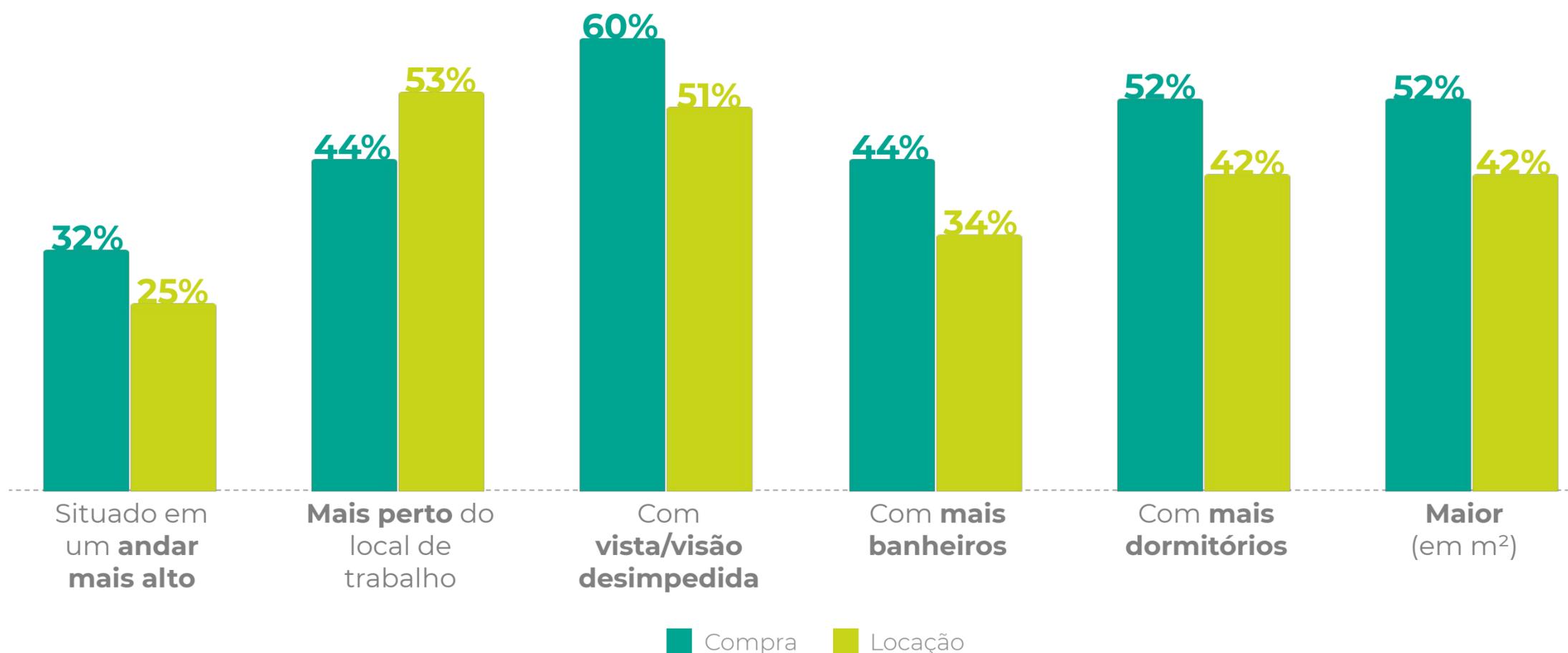
CONSIDERANDO OS EFEITOS DA PANDEMIA NA SUA VIDA.
O QUÃO IMPORTANTE PASSOU A SER MORAR EM UM:



7 em cada 10 entrevistados declaram que morar em uma **vizinhança com mais comércios e serviços** passou a ser importante ou muito importante depois do isolamento social. Além disso, **varanda, vista livre e ambientes mais bem divididos** são características do novo imóvel consideradas importantes ou muito importantes **por mais de 50% do público** no pós-pandemia.

O que muda no imóvel desejado depois da pandemia

DIFERENÇAS ENTRE OS PERFIS DE **COMPRA** E **LOCAÇÃO** CARACTERÍSTICAS QUE PASSARAM A SER PERCEBIDAS COMO IMPORTANTES OU MUITO IMPORTANTES NO IMÓVEL BUSCADO DEVIDO À PANDEMIA, SEGUNDO O PERFIL DE TRANSAÇÃO:



A importância de **imóveis maiores**, com mais dormitórios, mais banheiros e vista livre é mais percebida pelo público com **interesse em compra**. Já a **proximidade ao trabalho** é mais mencionada pelos que desejam **alugar** um imóvel.

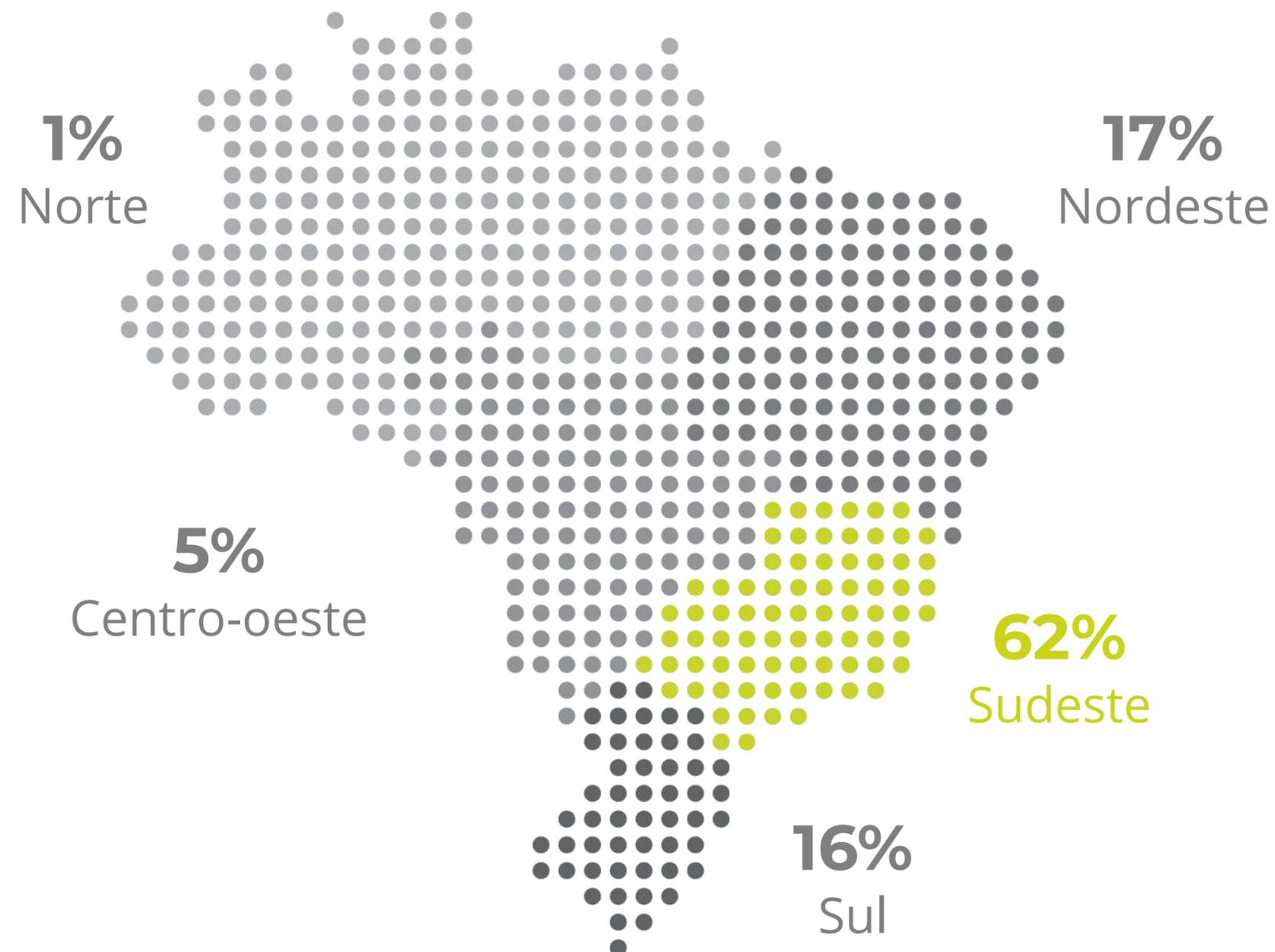
Dentre as características citadas espontaneamente pelos entrevistados que participaram da pesquisa, questões relacionadas à estrutura do imóvel (quintal, varanda com churrasqueira, etc), vaga de garagem e proximidade com transporte público foram as mais citadas como importantes no novo imóvel depois da pandemia.

2 | Os impactos da pandemia para os **profissionais** do mercado imobiliário



Perfil da amostra

Região do Brasil



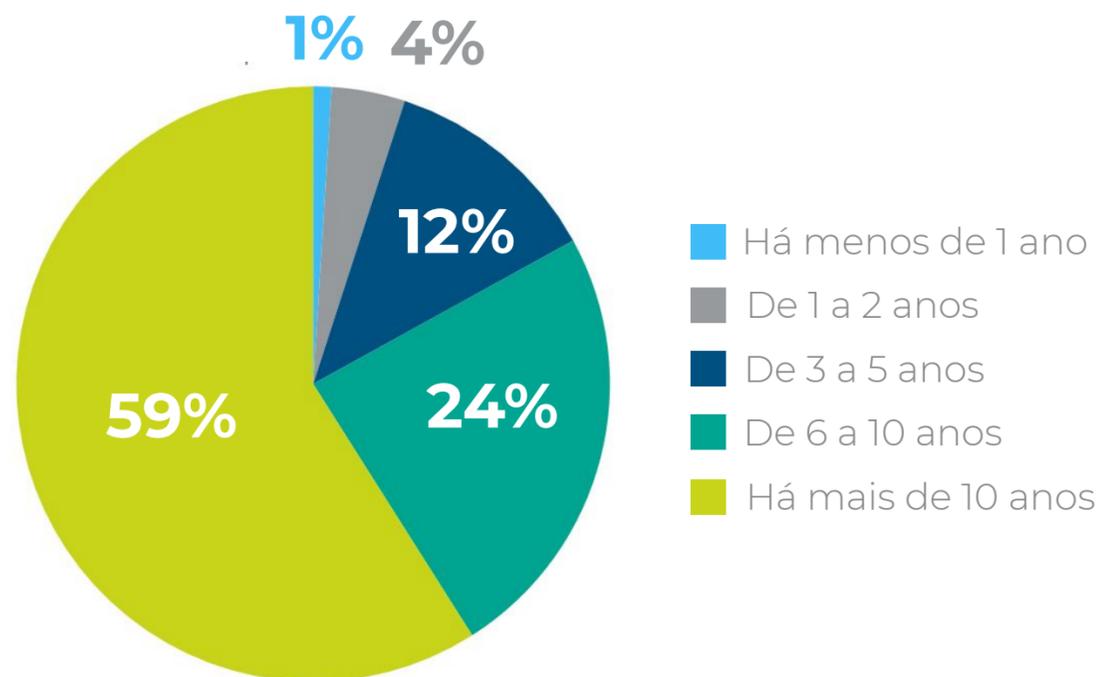
Atua na capital?



A **região sul** do país destaca-se das demais pelo elevado número de profissionais que atuam **fora das capitais** (50%). No **nordeste** esse percentual é de apenas **14%**.

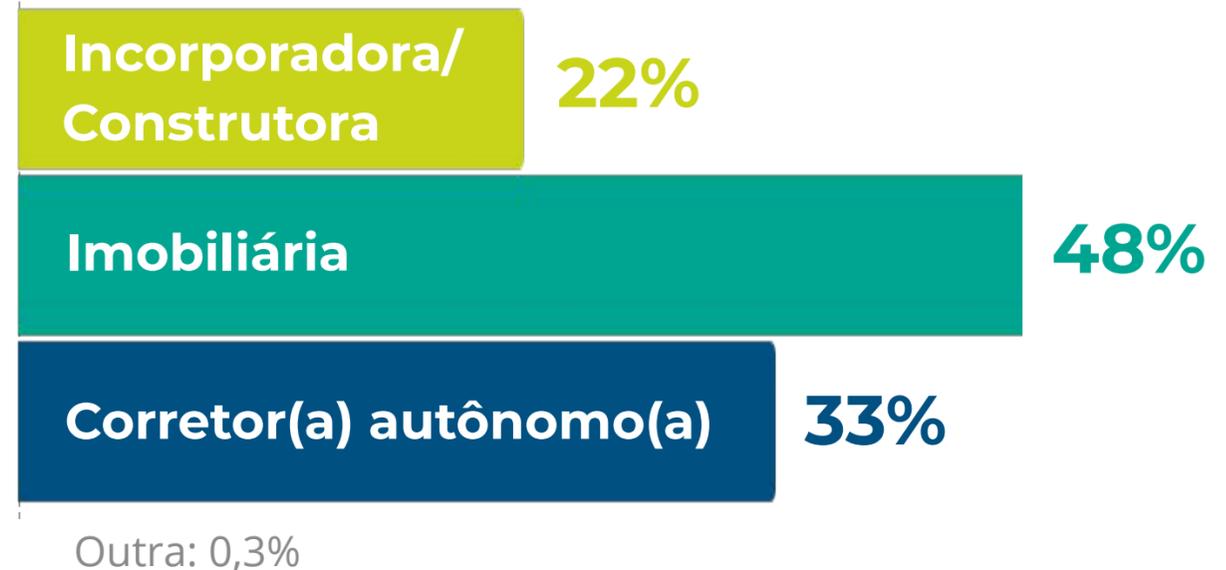
Perfil da amostra

Tempo de mercado



6 em cada 10 entrevistados trabalham no mercado imobiliário **há mais de 10 anos**.

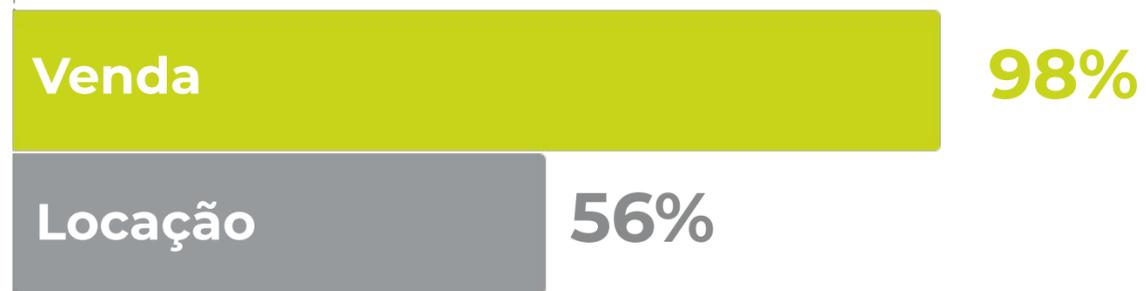
Área de atuação*



Houve um grande **aumento** nessa onda em relação à anterior da participação de profissionais que trabalham em **incorporadoras/construtoras** (de 5% para 22%). Por outro lado, a participação de corretores autônomos foi inferior à observada na 1ª onda (de 45% para 33%).

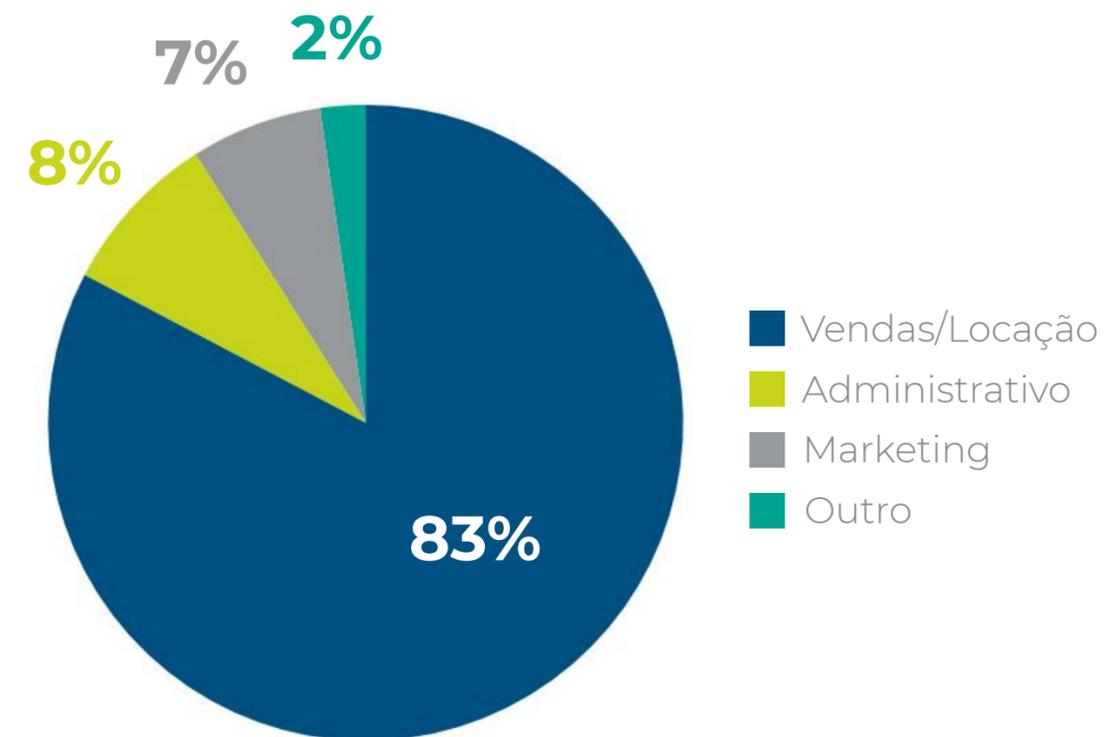
Perfil da amostra

Tipo de transação trabalhada*

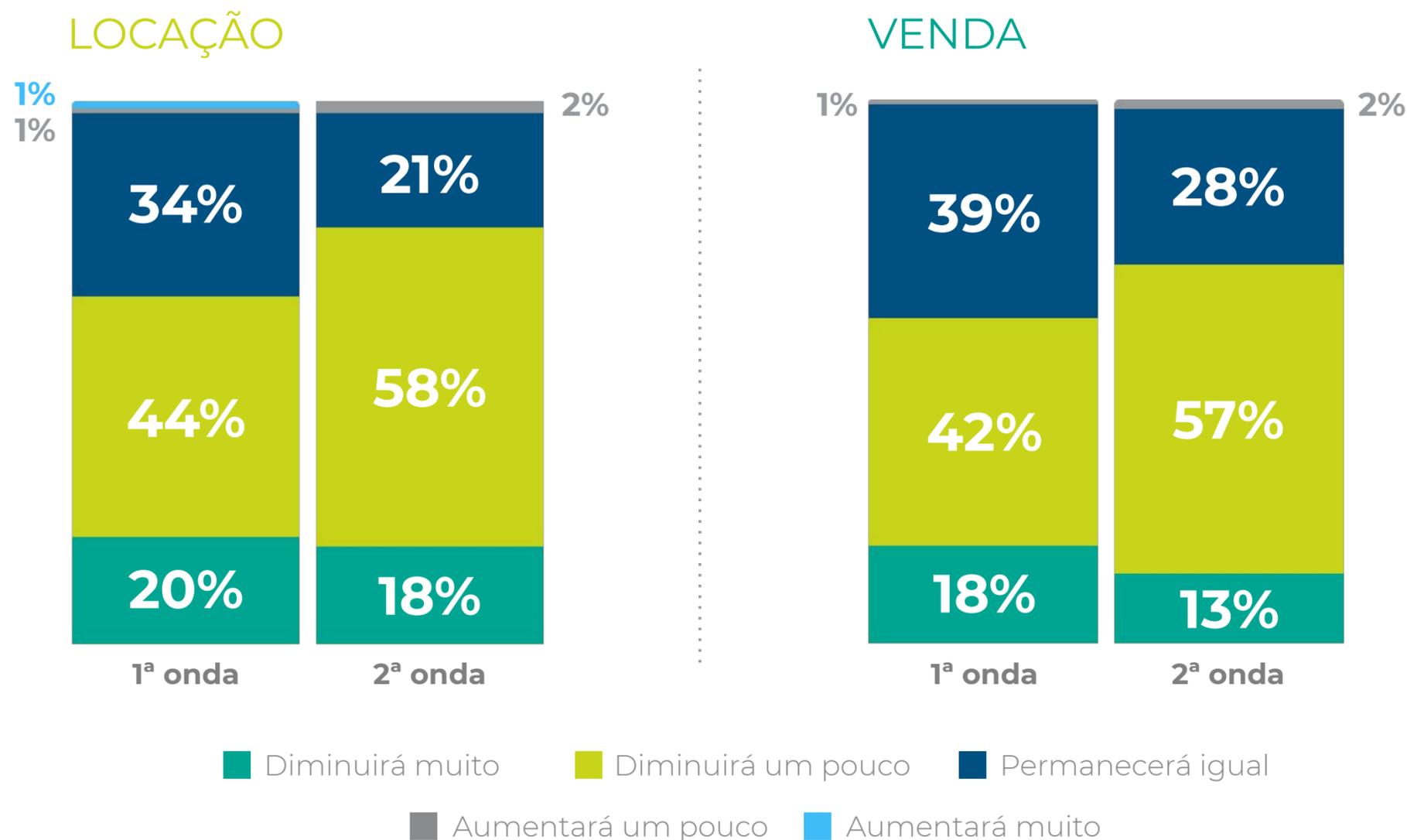


Praticamente **todos os profissionais** entrevistados trabalham no mercado de **venda de imóveis** e 5 em cada 10 atuam tanto com venda quanto com locação (54%).

Segmento de atuação



O que acontecerá com o preço dos imóveis nesse período, segundo os **profissionais do mercado**



7 em cada 10 entrevistados acreditam que os **preços de venda** dos imóveis irão **diminuir** durante esse período, um aumento de 10 p.p. em relação à onda anterior.

8 em cada 10 entrevistados acreditam que os **preços de locação** dos imóveis irão **diminuir** durante esse período, um aumento de 12 p.p. em relação à onda anterior.

O movimento geral parece se dar via **redução do percentual** de profissionais que acreditam que os **preços permanecerão iguais**.

Houve um **crescimento** da parcela de profissionais que acreditam que os preços de venda e locação irão **diminuir um pouco** de cerca de 15 p.p. entre as duas ondas.

Efeito da pandemia sobre a negociação do valor de transação dos imóveis, segundo os profissionais do mercado

PERCEPÇÃO SOBRE O N° DE INTERESSADOS EM IMÓVEIS **QUERENDO NEGOCIAR** VALORES DE TRANSAÇÃO

Venda



Locação



Aumentou muito
 Aumentou um pouco
 Permaneceu igual
 Diminuiu um pouco
 Diminuiu muito

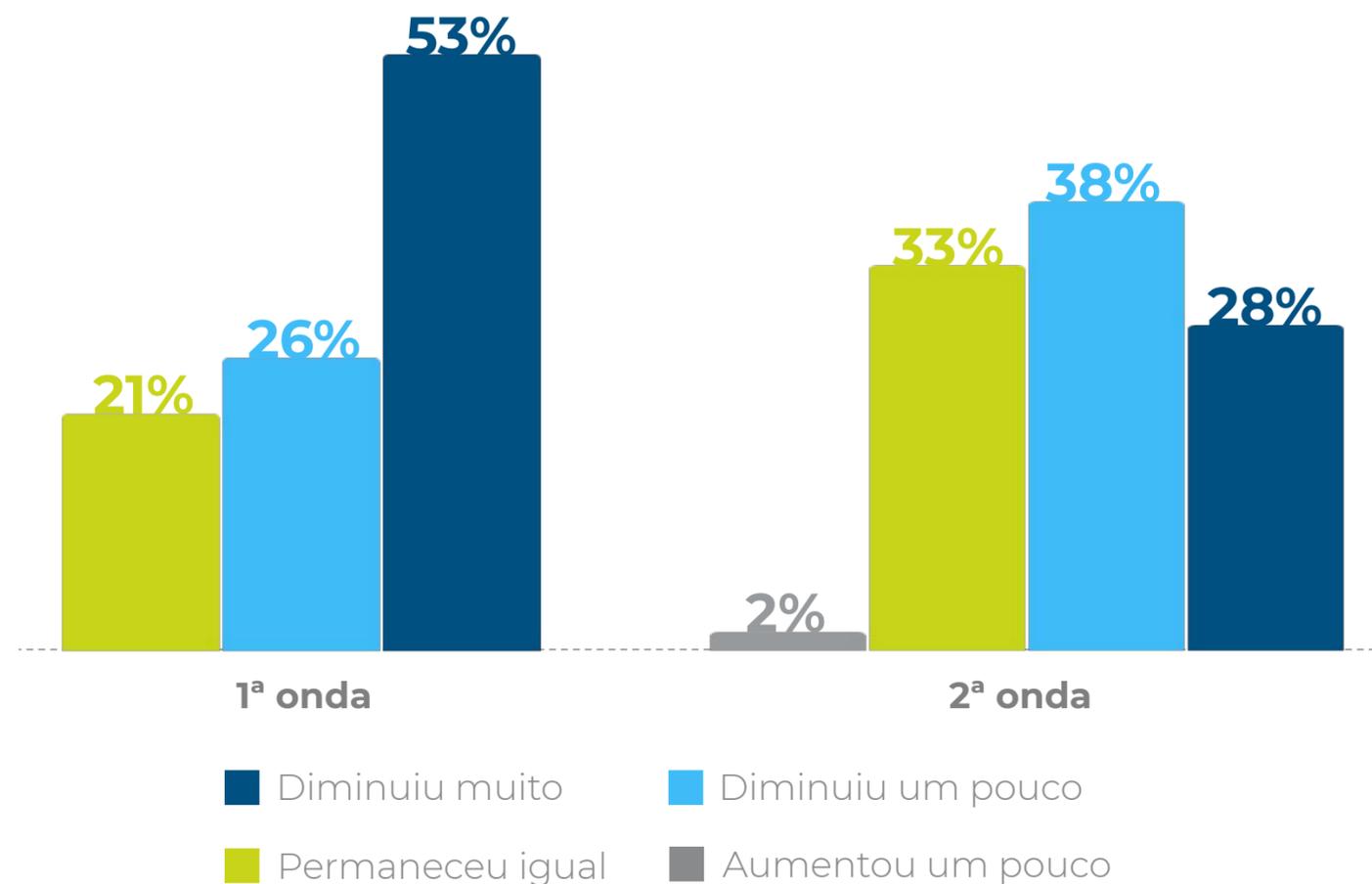
No mercado de compra, **4 a cada 10** entrevistados afirmaram que houve aumento na procura para negociar valores, parcela menor que no mercado de locação, que foi de 6 a cada 10.

Enquanto apenas **19% dos profissionais** que trabalham imóveis para **venda** afirmaram que a procura dos consumidores para negociar valores **aumentou muito**, no segmento de **locação** esse valor é quase 20 p.p superior **(38%)**.

Destaque para o sul do país, que apresenta os menores percentuais regionais em relação à percepção de queda acentuada no número de interessados em imóveis procurando negociar valores de transação (tanto para venda – 17% – quanto para locação – 5%).

Efeito da pandemia na **previsão de lançamentos** e nos canteiros de obras

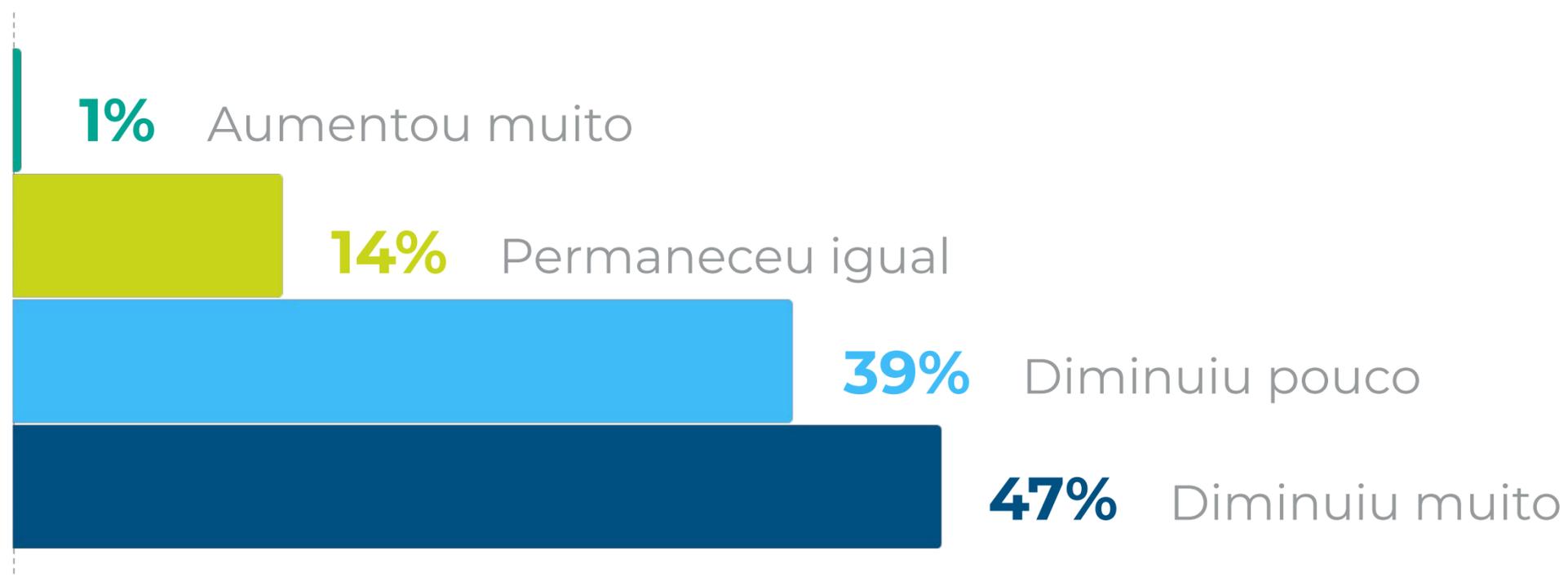
PERGUNTAMOS AOS PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM NO SETOR DE INCORPORAÇÃO/CONSTRUÇÃO QUAL A PERCEPÇÃO DELES SOBRE **O ANDAMENTO DAS OBRAS E CONSTRUÇÕES**



66% dos profissionais de incorporadoras/construtoras que participaram da pesquisa declararam que houve diminuição no andamento das obras e construções. Destaque para a **região Sudeste, onde 44% informaram que o andamento das obras e construções permaneceu igual à antes da pandemia,** diante da média de 33%.

Efeito da pandemia na **previsão de lançamentos** e nos canteiros de obras

PERGUNTAMOS AOS PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM NO SETOR DE INCORPORAÇÃO/CONSTRUÇÃO QUAL A PERCEPÇÃO DELES SOBRE **A PREVISÃO DE LANÇAMENTOS PARA 2020**



Aos considerar as previsões de lançamentos para 2020, **86%** declaram que houve **diminuição** nos lançamentos previstos (empreendimentos). Quase metade dos profissionais informou que a diminuição foi intensa (47%).

Como a pandemia afetou o **funil de vendas e locação** no mercado imobiliário

PERGUNTAMOS AOS PROFISSIONAIS QUAL A PERCEPÇÃO DELES SOBRE O NÚMERO DE INTERESSADOS EM IMÓVEIS REALIZANDO...

CONTATOS

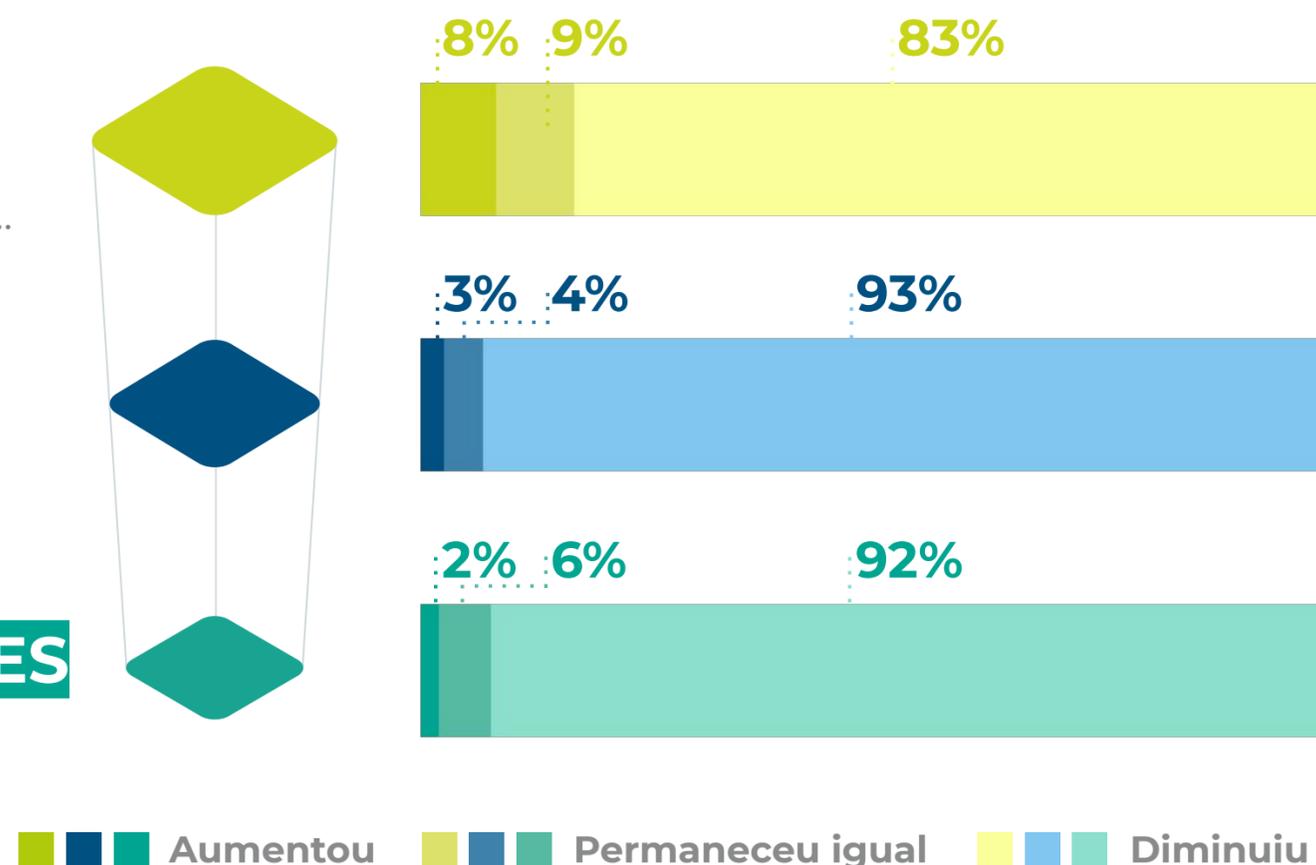
Via whatsapp, email, telefone, etc..

VISITAS

Agendamento de visitas presenciais

TRANSAÇÕES

Fechamento de negócios



8 em cada 10 profissionais afirmam que o número de **interessados em imóveis entrando em contato diminuiu** desde o início da pandemia, o que, apesar de ser uma parcela alta, é menor que a reportada na onda anterior, onde 96% reportaram queda. Em relação às **visitas presenciais, 9 em cada 10 entrevistados reportaram diminuição** nos agendamentos diante da pandemia do Coronavírus, sendo significativamente menor ao que foi registrado na onda anterior (queda de 6 p.p.). Já considerando os **fechamentos de negócios**, 92% disseram que houve diminuição nas transações, uma sutil melhora em relação à onda anterior (98%).

Os **corretores autônomos são os que mais declaram diminuição nos contatos** quando comparados com aqueles que trabalham em imobiliárias e incorporadoras/construtoras.

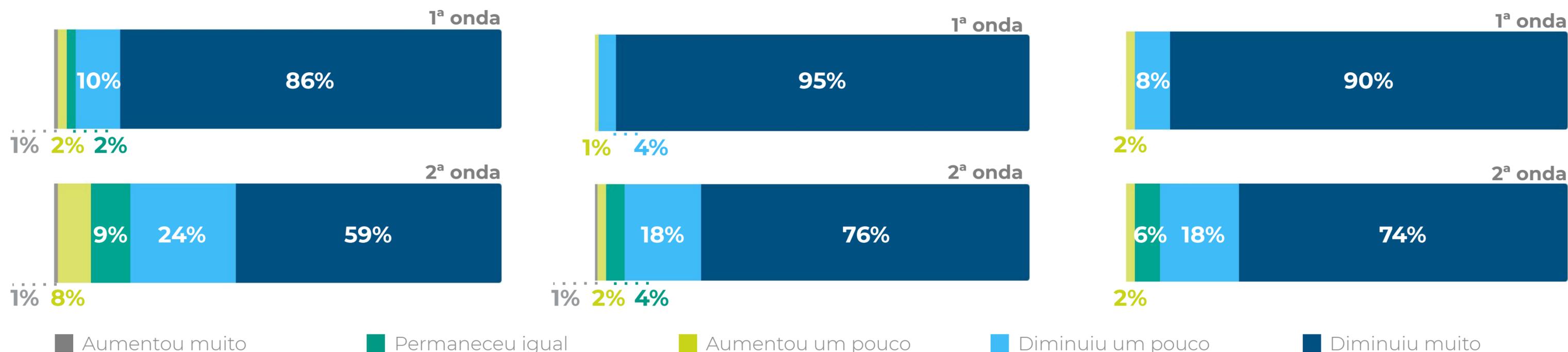
Como a pandemia afetou o **funil de vendas e locação** no mercado imobiliário

PERGUNTAMOS AOS PROFISSIONAIS QUAL A PERCEPÇÃO DELES SOBRE O NÚMERO DE INTERESSADOS EM IMÓVEIS...

ENTRANDO EM CONTATO

AGENDANDO VISITAS PRESENCIAIS

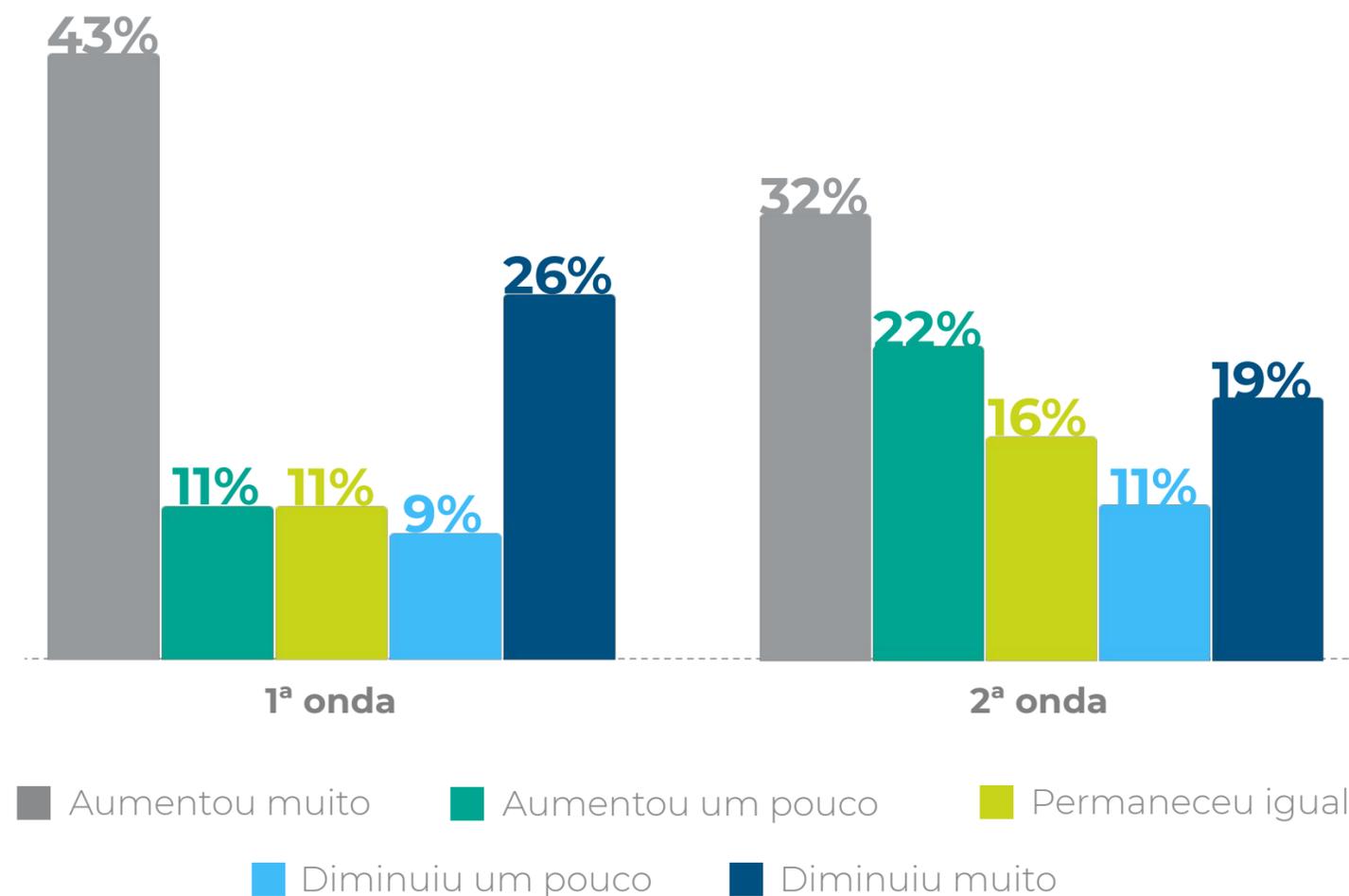
FECHANDO NEGÓCIOS



O cenário nessa segunda onda se mostra **mais favorável**, uma vez que há uma forte redução na percepção de que o volume de interessados em cada uma das três etapas do funil diminuiu muito. Tal melhora se dá principalmente via **transferência de percepção de “diminuiu muito” para “diminuiu um pouco”**.

Cancelamentos e prorrogações de **contratos** diante do coronavírus

PERGUNTAMOS AOS PROFISSIONAIS QUAL A PERCEPÇÃO DELES SOBRE O NÚMERO DE INTERESSADOS EM IMÓVEIS **CANCELANDO OU PRORROGANDO O FECHAMENTO DE CONTRATOS**



54% dos profissionais relataram aumento no número total de interessados cancelando ou prorrogando contratos, resultado semelhante à primeira onda. O destaque fica por conta da mudança de intensidade, que caiu 11 p.p. na categoria “aumentou muito” e subiu 11 p.p. na categoria “aumentou um pouco”.

Há maior frequência na percepção de aumento intenso de cancelamentos/ prorrogação dos contratos para os que trabalham com locação (38%) do que com vendas (32%).

Há maior frequência na percepção de aumento intenso de cancelamentos/ prorrogação dos contratos para os que trabalham com locação (38%) do que com vendas (32%).

No setor de incorporação/construção, cerca de 3 em cada 10 entrevistados informaram que o volume de cancelamentos/prorrogação de contratos permanece igual.

Medidas adotadas pelos profissionais no ambiente de trabalho durante a pandemia



60%

equipe em **trabalho remoto**



52%

forneceu itens de **higiene pessoal**



40%

reduziu a **jornada de trabalho**



30%

fechou **estandes físicos**



29%

recalibrou **metas comerciais**



27%

concedeu **férias**

Há forte **preocupação com o contágio no ambiente de trabalho**, como pode ser vista pela adoção ao trabalho remoto (60%) e disponibilização de itens de higiene pessoal, como máscaras e álcool gel (52%).

Para lidar com a redução de demanda por parte dos consumidores, empresas do setor imobiliário estão adotando a redução da jornada de trabalho (40%) e concessão de férias (27%) para parte ou toda sua equipe de funcionários.

Medidas adotadas pelos profissionais no ambiente de trabalho durante a pandemia



25%

deu treinamento **sobre vendas online**



19%

recorreu a **auxílios do governo**



15%

deu treinamento **sobre coronavírus**

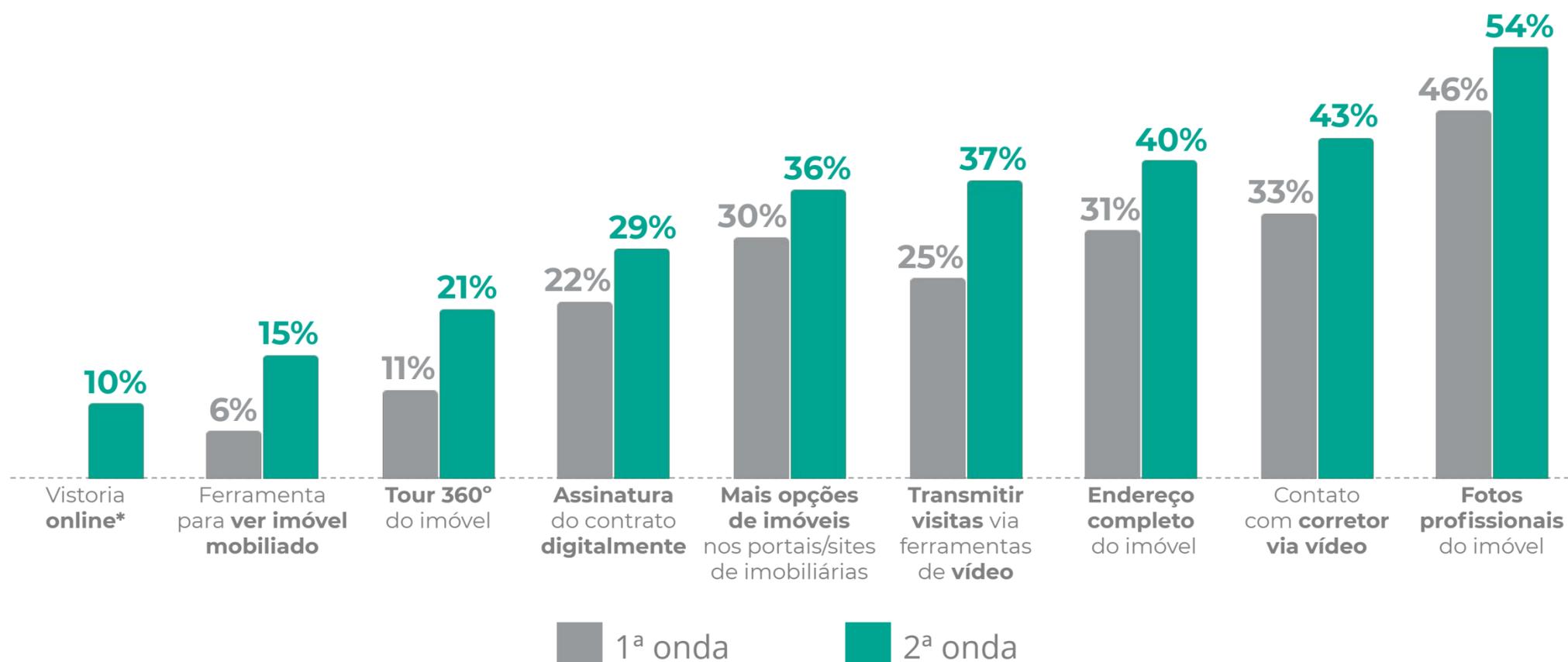


10%

ofereceu **ajuda de custo** para equipe

Medidas adotadas pelos profissionais para **auxiliar a busca por imóveis**

MEDIDAS ADOTADAS EM RELAÇÃO AO SEU NEGÓCIO DURANTE A PANDEMIA



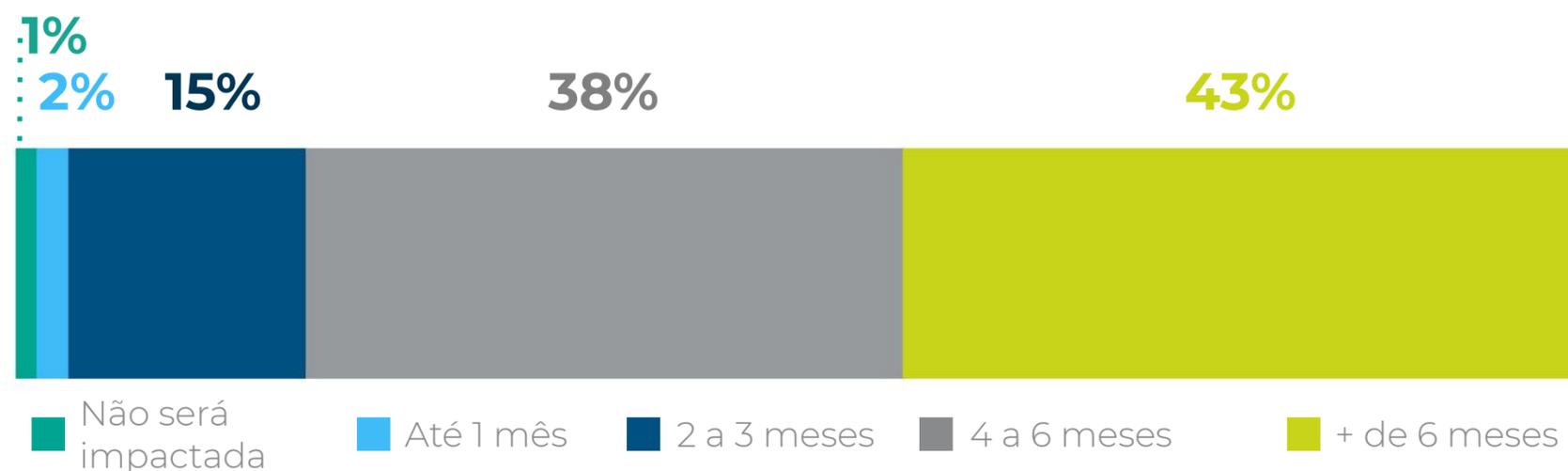
Os profissionais do mercado passaram a **adotar com mais intensidade** medidas para auxiliar o consumidor na busca por imóveis (multiplicidade de respostas subiu de 1,8 para 3).

Chama atenção, ainda, o **aumento do uso da tecnologia** como ferramenta para auxiliar a busca, como por exemplo a adoção de tour 360° (11% para 21%), de transmissão de visitas via vídeo (25% para 37%), de ferramentas que permitam ver o imóvel mobiliado (6% para 11%) e a disponibilização de contato com o corretor via vídeo (33% para 43%).

Amostra: 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1.180 entrevistados. Multiplicidade de respostas: 2ª onda - 3; 1ª onda - 2,3.
* Opção incluída apenas na 2ª onda.

Percepção do impacto da pandemia nos **negócios imobiliários**

DURAÇÃO DO IMPACTO NOS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS



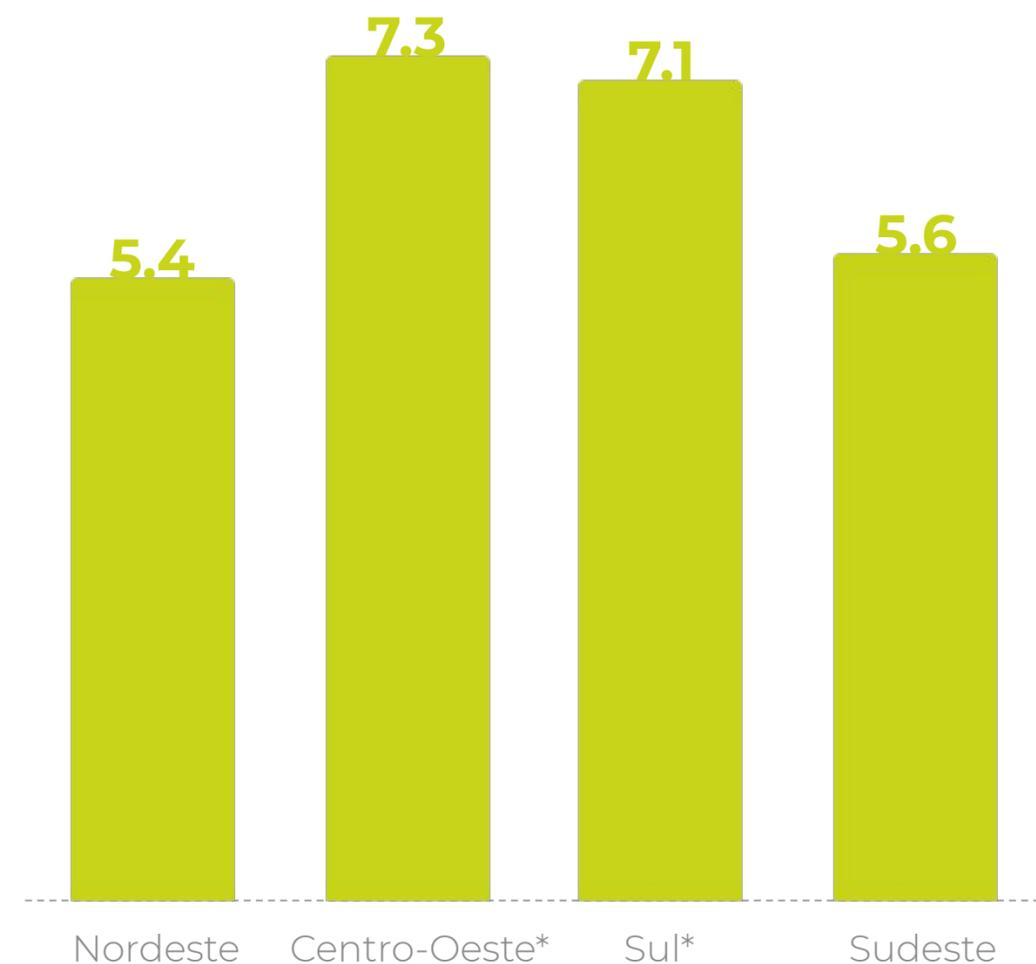
8 em cada 10 entrevistados acreditam que o impacto nos negócios será de **mais de 3 meses**. A duração mediana do impacto é de **5,7 meses**.

Para os profissionais do centro-oeste do país a duração do impacto é maior, com 71% afirmando que ele durará mais de 6 meses.

Amostra: 902 entrevistados

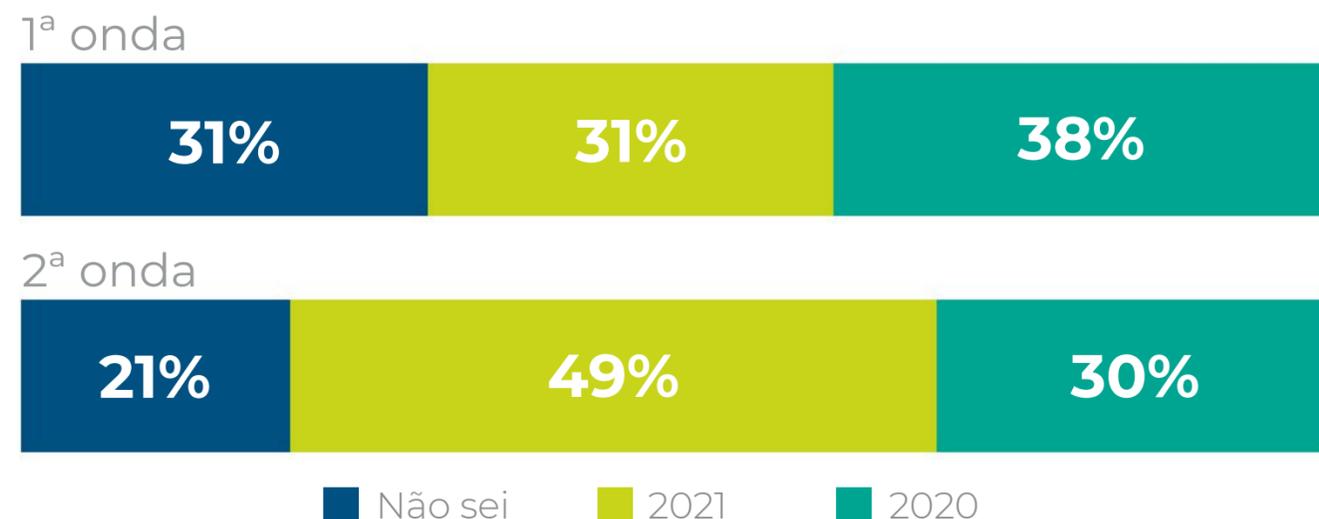
*Estipulou-se o padrão de mês finito para fins de cálculo da mediana.

DURAÇÃO MEDIANA DO IMPACTO (MESES)

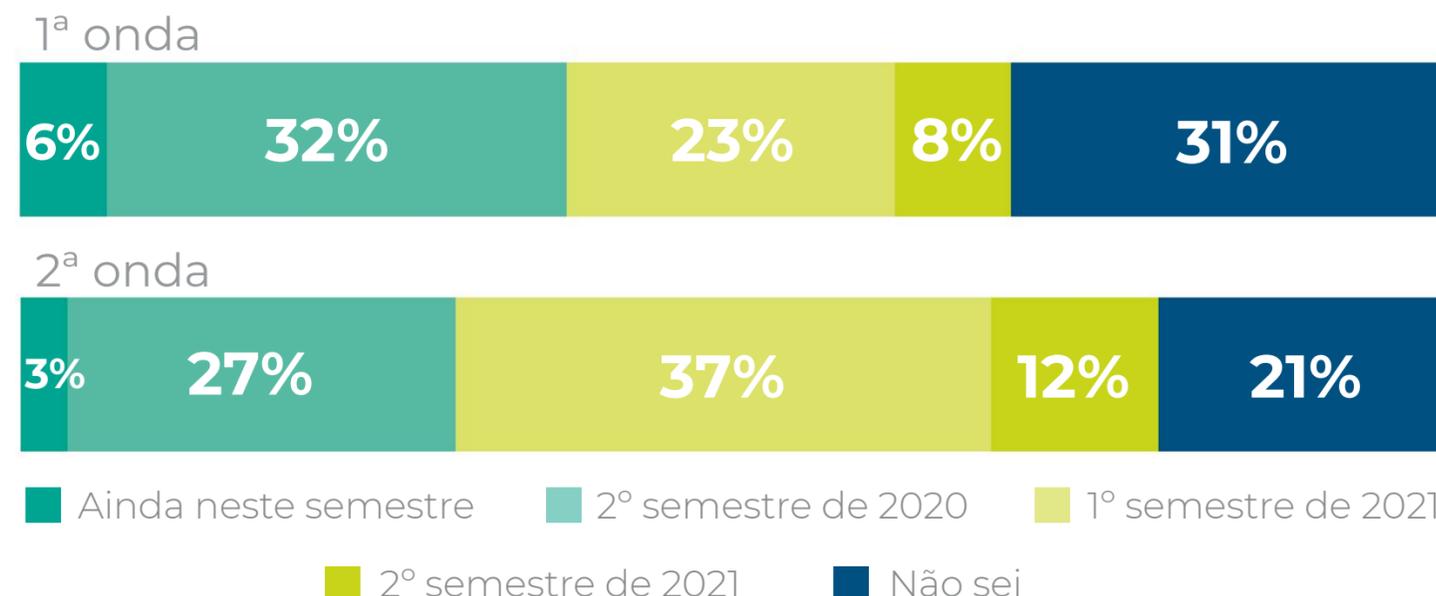


Percepção de **retomada do crescimento** do mercado imobiliário

RETOMADA DO CRESCIMENTO **POR ANO**



RETOMADA DO CRESCIMENTO **POR SEMESTRE**



5 em cada 10 profissionais do mercado acreditam que ele só voltará a **aquecer novamente em 2021**, aumento expressivo em relação à onda anterior (3 a cada 10).

A incerteza em relação ao futuro do setor imobiliário começa a dar trégua, como pode ser visto pela **redução** no percentual de profissionais que afirmaram **não saber quando o mercado voltará a crescer** (31% para 21%).

37% acreditam que o mercado voltará a crescer no 1º semestre de 2021, um forte aumento em relação à onda anterior (23%), que ocorre tanto pela diminuição da incerteza (positivo) quanto da expectativa de retomada no 2º semestre desse ano (negativo).

Ganha destaque a **percepção positiva do Nordeste** em relação à crise, onde 37% dos profissionais acreditam em uma retomada ainda no 2º semestre de 2020.

3 | **Comparativo** entre
consumidores e
profissionais do
mercado imobiliário



O que o consumidor quer **x** o que o mercado está fazendo

Perguntamos aos consumidores e profissionais do mercado imobiliário quais as práticas que eles gostariam que fossem adotadas/adotaram durante a pandemia para auxiliar a busca por imóvel. Assim como na onda anterior, os resultados mostram que **disponibilizar endereço completo para ser possível ver a vizinhança online é a prática mais demandada pelos consumidores (61%)**, enquanto a mais adotada pelo mercado **é a de por fotos profissionais dos imóveis nos portais/sites próprios (54%)**.

Comparando as duas ondas é possível ver um grande **aumento no percentual de consumidores que solicitam mais opções de imóveis nos portais e sites de imobiliárias** (de 28% para 35%), assim como no de profissionais que transmitiram visitas via **vídeo** (de 25% para 37%).

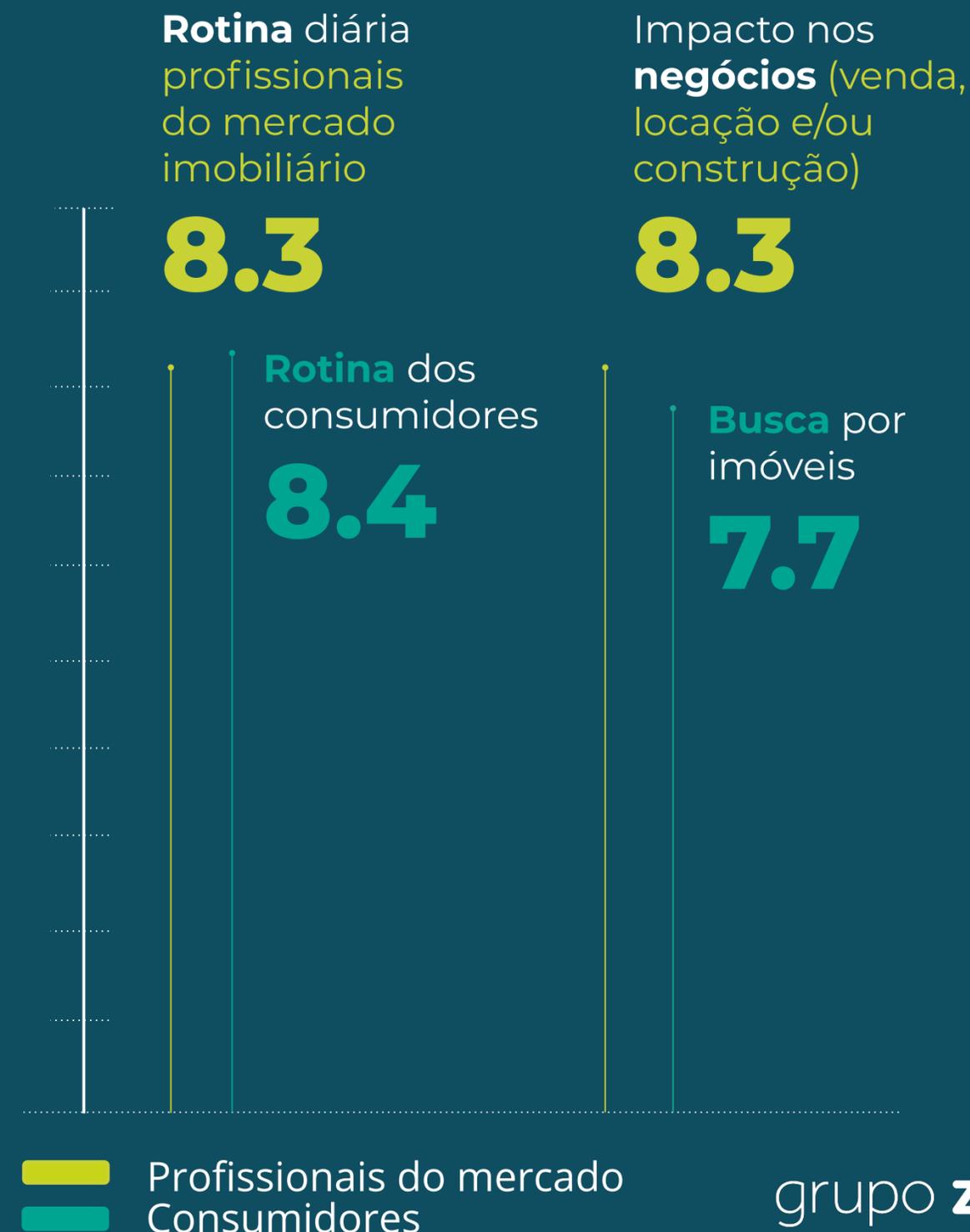
Permitir a **assinatura do contrato digitalmente** é mais importante para os que desejam **alugar** (20%) do que comprar (8%) um imóvel. Já o **tour 360°** é mais demandado pelos **compradores** (38%) do que pelos locatários (33%).



Quanto o coronavírus afetou os consumidores e os profissionais do mercado imobiliário brasileiro

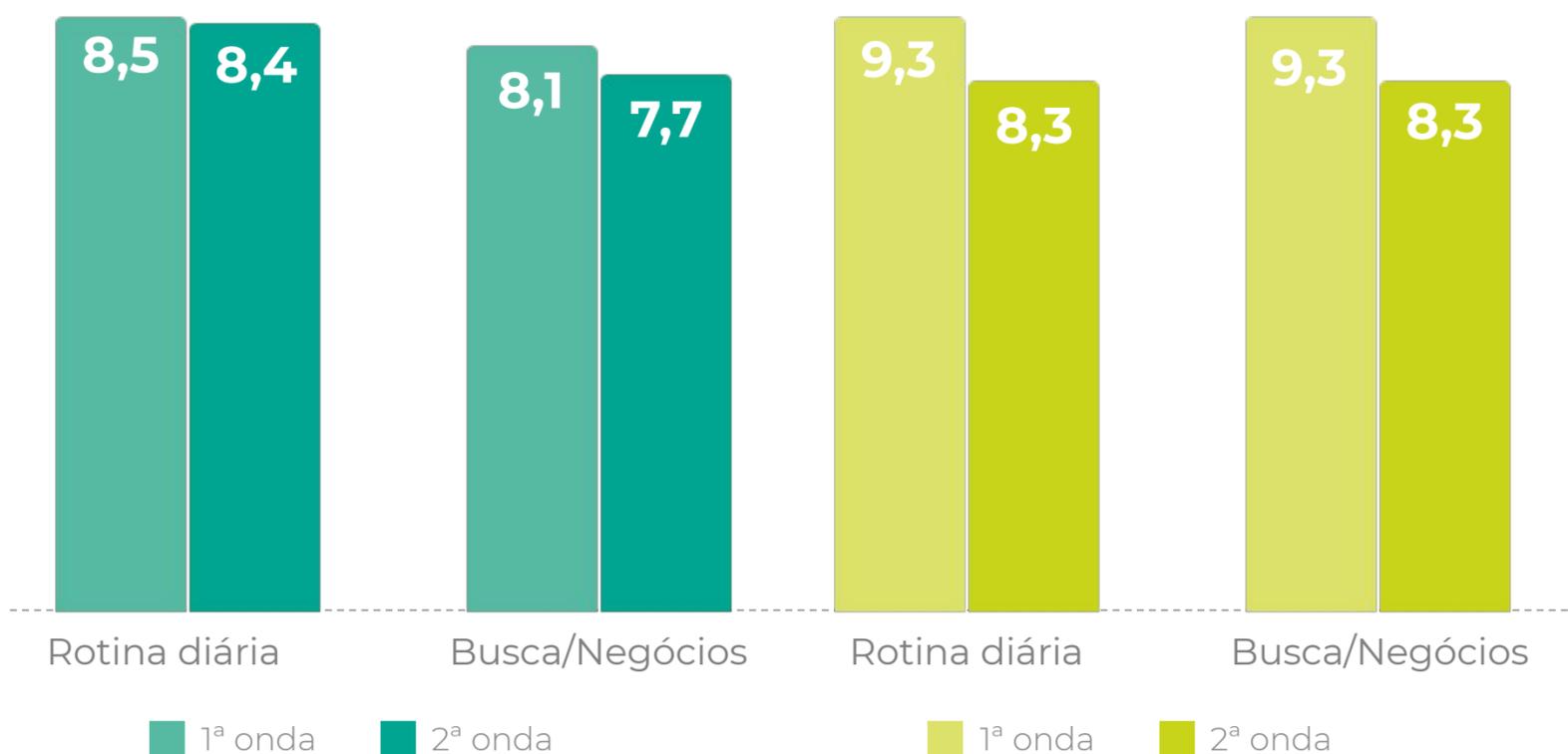
Assim como na onda anterior, **os consumidores de imóvel relatam sofrer um menor impacto quando comparado com os profissionais** do mercado, especialmente nas questões relacionadas à busca e aos negócios (média de nota de 7,7 para o primeiro grupo contra 8,3 para o segundo).

Amostra: 1. Consumidores: 1.700 entrevistados;
2. Profissionais do mercado: 902 entrevistados



Quanto o coronavírus afetou os consumidores e os profissionais do mercado imobiliário brasileiro

COMPARATIVO - IMPACTO DO CORONAVÍRUS PARA **CONSUMIDORES** E **PROFISSIONAIS** DO MERCADO IMOBILIÁRIO

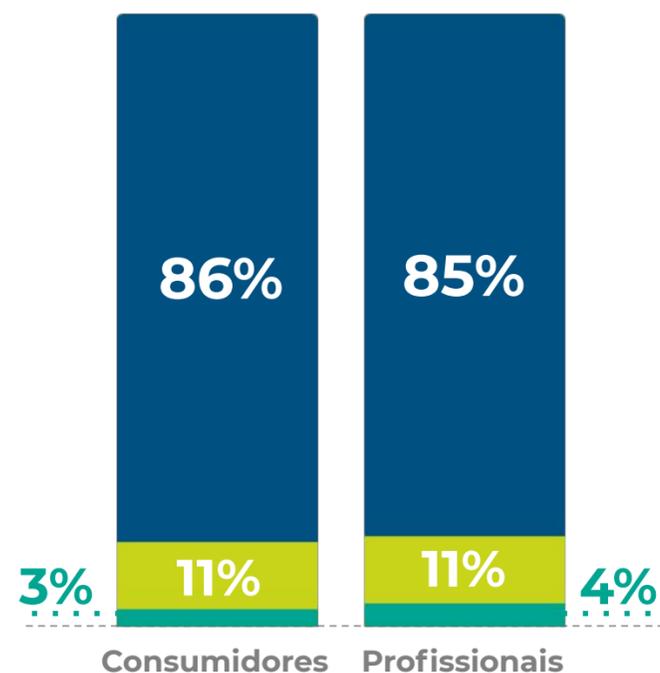


Os **consumidores** percebem o impacto da pandemia de forma **menos acentuada na busca por imóvel do que na sua rotina diária**. Destaque para a queda na interferência do coronavírus no processo de busca entre a 1ª e a 2ª onda (8,1 para 7,7)

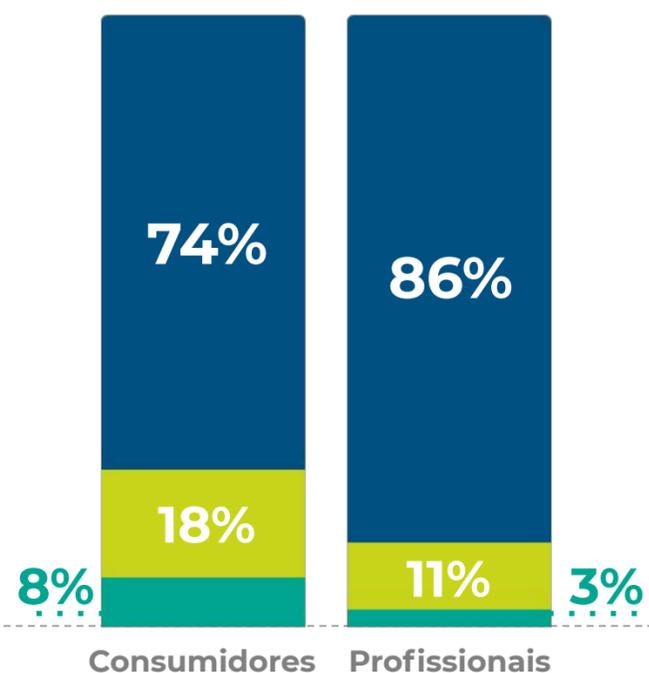
Apesar da interferência da pandemia ainda ser alta na vida e nos negócios dos **profissionais**, houve também para esse grupo uma **melhora na percepção média do impacto** entre as duas ondas (9,3 para 8,3).

Intensidade do impacto da pandemia (por faixa de nota)

IMPACTO NA ROTINA DIÁRIA (POR FAIXA DE NOTA)



IMPACTO NA BUSCA/NEGÓCIOS (POR FAIXA DE NOTA)



■ De 0 a 3 ■ De 4 a 6 ■ De 7 a 10

1 a cada 4 consumidores atribui uma nota de 0 a 6 (baixa/média) para a interferência do Coronavírus na busca por imóvel, uma razão maior do que a encontrada na onda anterior, que era de 1 para 5.

78% dos consumidores que desejam **alugar** um imóvel atribuem nota de 7 a 10 para o impacto da pandemia na busca, enquanto para os que desejam **comprar** esse percentual é de **69%**, deixando claro que o segundo público foi impactado de forma menos intensa pelo coronavírus em relação à busca.

Ainda que 85% dos profissionais entrevistados avaliem o impacto da pandemia nos negócios como alto, houve uma queda de 8 p.p. nesta faixa em relação à onda anterior.

Os consumidores da região sul do país indicam com menor frequência um forte impacto da pandemia na busca por imóveis (66% contra a média de 74%). O mesmo ocorre a percepção de impacto nos negócios dos profissionais da região centro-oeste (79% contra a média de 86%).

grupo ZAP data ZAP