

grupo ZAP

PESQUISA INÉDITA!

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

3ª onda

data ZAP



Introdução

Ao atingirmos a marca de 100 dias desde o início da crise do Coronavírus diversas cidades do país anunciam os planos de flexibilização das medidas de isolamento social. Com a **perspectiva de retomada das atividades**, as pessoas recalibram suas expectativas já pensando no mundo pós-pandemia.

Buscando entender melhor o comportamento e os desejos dos consumidores e dos profissionais do mercado imobiliário nesse período, a DataZAP, braço de inteligência de dados do Grupo ZAP, **lança a terceira versão da pesquisa “A influência do Coronavírus no mercado imobiliário brasileiro”**, que contou com mais de 4 mil respondentes de todo o Brasil.

Além dos comparativos com as pesquisas realizadas no final de março e de abril, que nos permite analisar a evolução dos impactos da pandemia no setor imobiliário, esse relatório conta com informações sobre a adoção de *home office* por parte das empresas e o que esperar dos

consumidores em relação ao retorno às visitas presenciais e às áreas comuns dos condomínios.

Os resultados encontrados mostram, ao mesmo tempo, recuperação e mudanças no setor. A procura por imóvel volta a ganhar velocidade e atributos como vista livre, varanda e ambientes bem divididos passaram a ser mais valorizados pelo consumidor depois da quarentena. A transformação do mercado ocorre também pelo lado das empresas. O uso de fotos profissionais nos anúncios e a assinatura digital de contrato, por exemplo, são algumas das medidas implementadas para facilitar o processo de busca nesse período que provavelmente vieram para ficar.

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 Igliori, em nome da DataZAP

Metodologia

Realizada entre os dias 29/05 e 07/06, 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 4 p.p.

Essa terceira onda encerra a nossa série sobre os impactos do COVID-19 no mercado imobiliário.

*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.

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

Os impactos do coronavírus no mercado
imobiliário brasileiro - 3ª onda

6

Região do Brasil

1%
Norte

9%
Nordeste

2%
Centro-oeste

77%
Sudeste

11%
Sul

Houve uma queda na participação de respondentes que residem na capital quando comparado com a 2ª onda da pesquisa. **Apartamento** é o tipo de moradia principalmente do público residente nas **capitais**, enquanto casa é o de quem reside fora das capitais.

Reside na capital?

79%

Sim

21%

Não

Tipo de imóvel

39%

Casa

59%

Apartamento

2%

Outros

Perfil da amostra

Os impactos do coronavírus no mercado imobiliário brasileiro - 3ª onda

7

Gênero



61%
Feminino



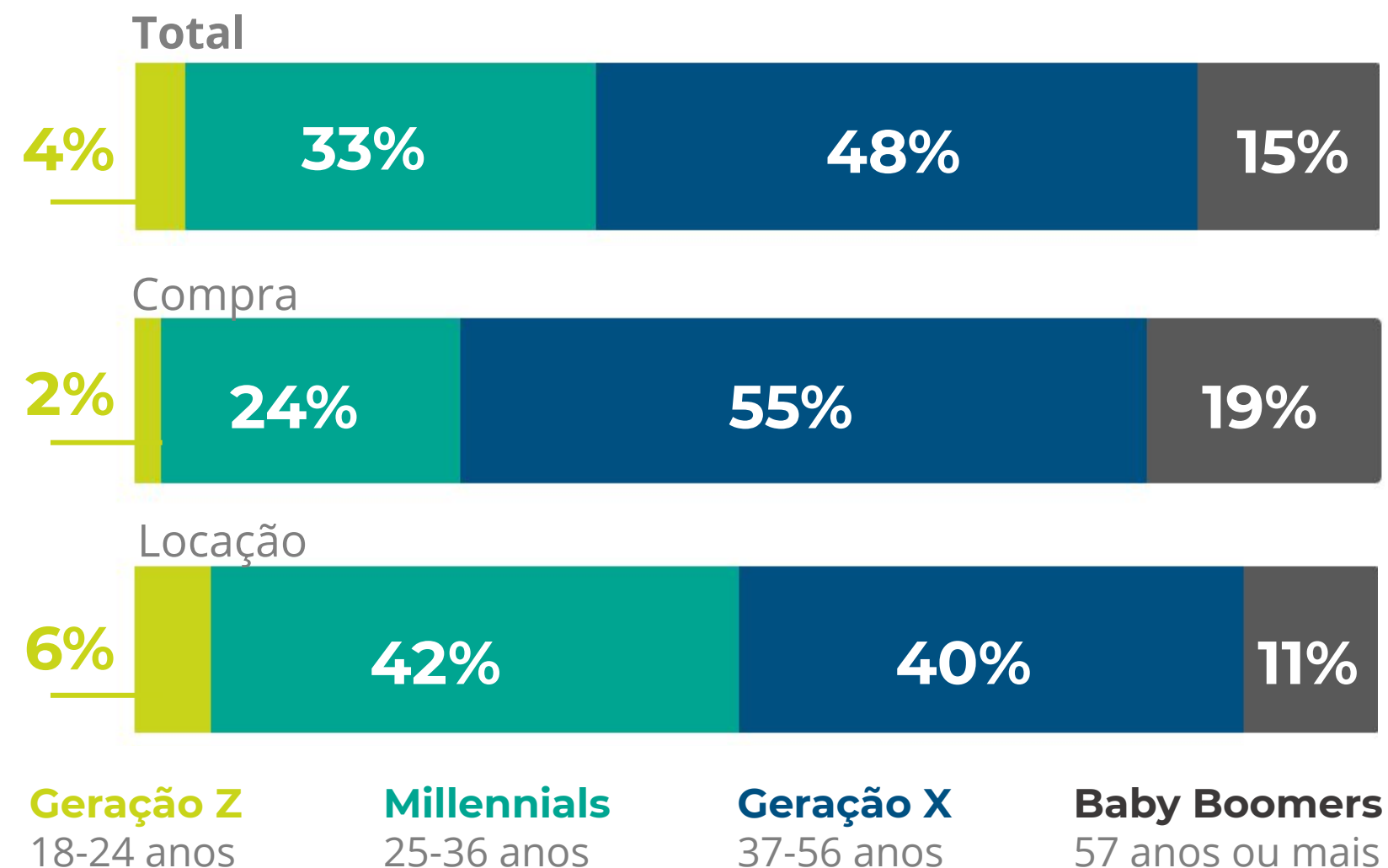
38%
Masculino

Tipo de transação



Geração

MÉDIA: 42 ANOS



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

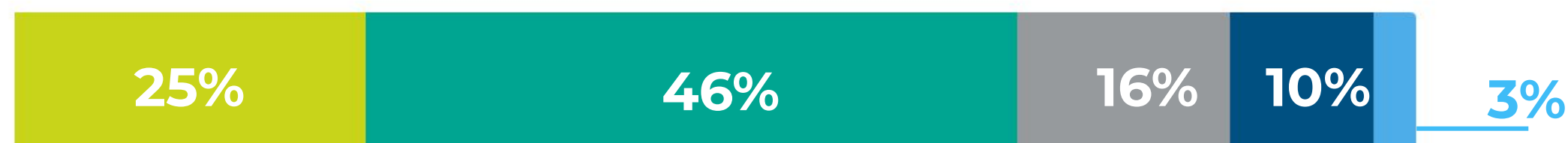
Amostra: 3.469 entrevistados

Millennials tem maior interesse em locação do que em compra.

Grande concentração de consumidores no topo do **funil de compra e locação** do imóvel

Atualmente, qual das etapas abaixo melhor descreve o seu momento em relação ao imóvel que está buscando?

Total



Compra



Locação



Descoberta

Busca

Contato

Negociação

Transação

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 (30%). Por outro lado, os interessados em **locação** ganham destaque na etapa de **busca** (51%).

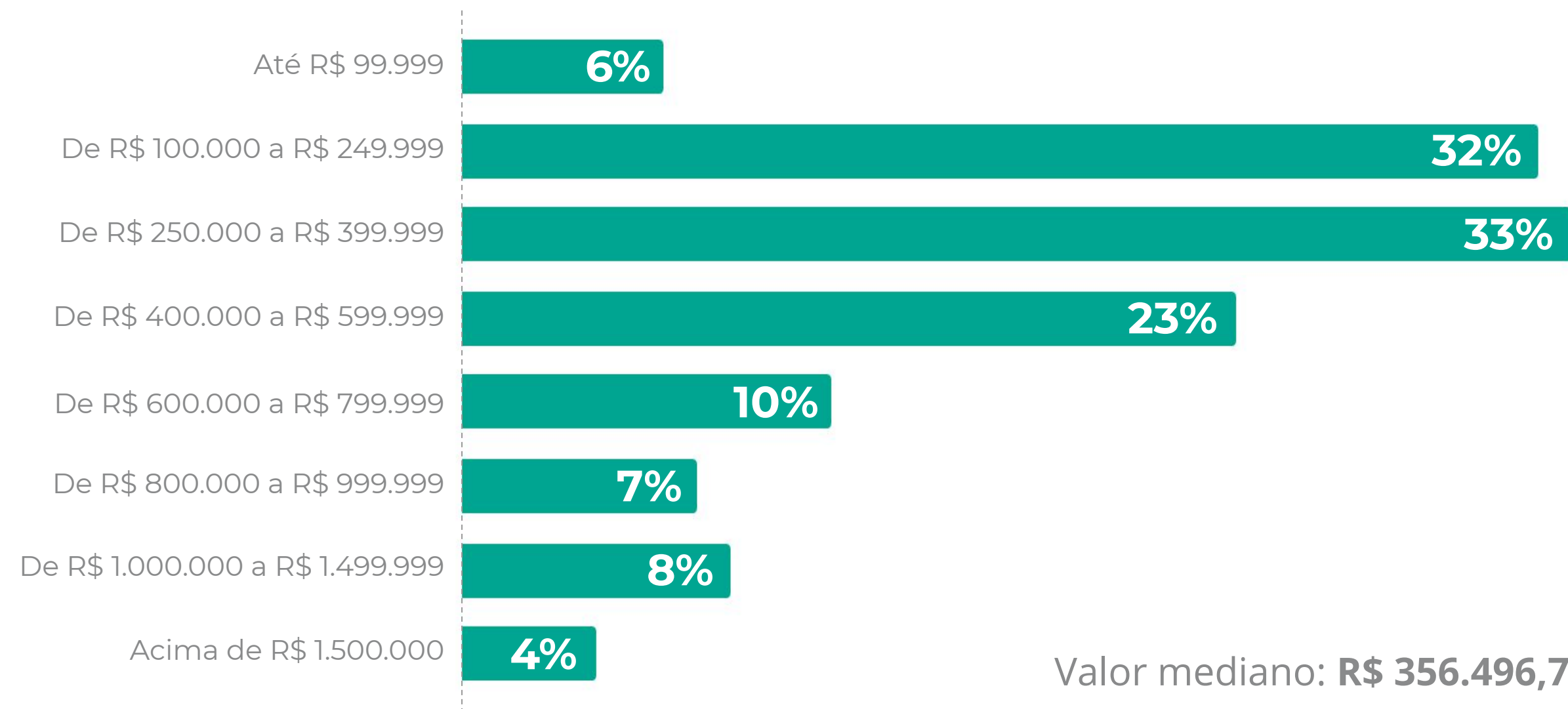
Fora das capitais, 30% dos respondentes afirmaram estar na etapa de descoberta.

Mais de 60% buscam comprar um imóvel entre **R\$ 100 mil e R\$ 399 mil**

Qual o valor de compra do imóvel buscado?

3 em cada 10 entrevistados
com interesse de **compra**
buscam imóveis com valor
superior a **R\$ 600 mil**.

Fora das capitais, apenas
20% buscam imóveis acima
desse valor.



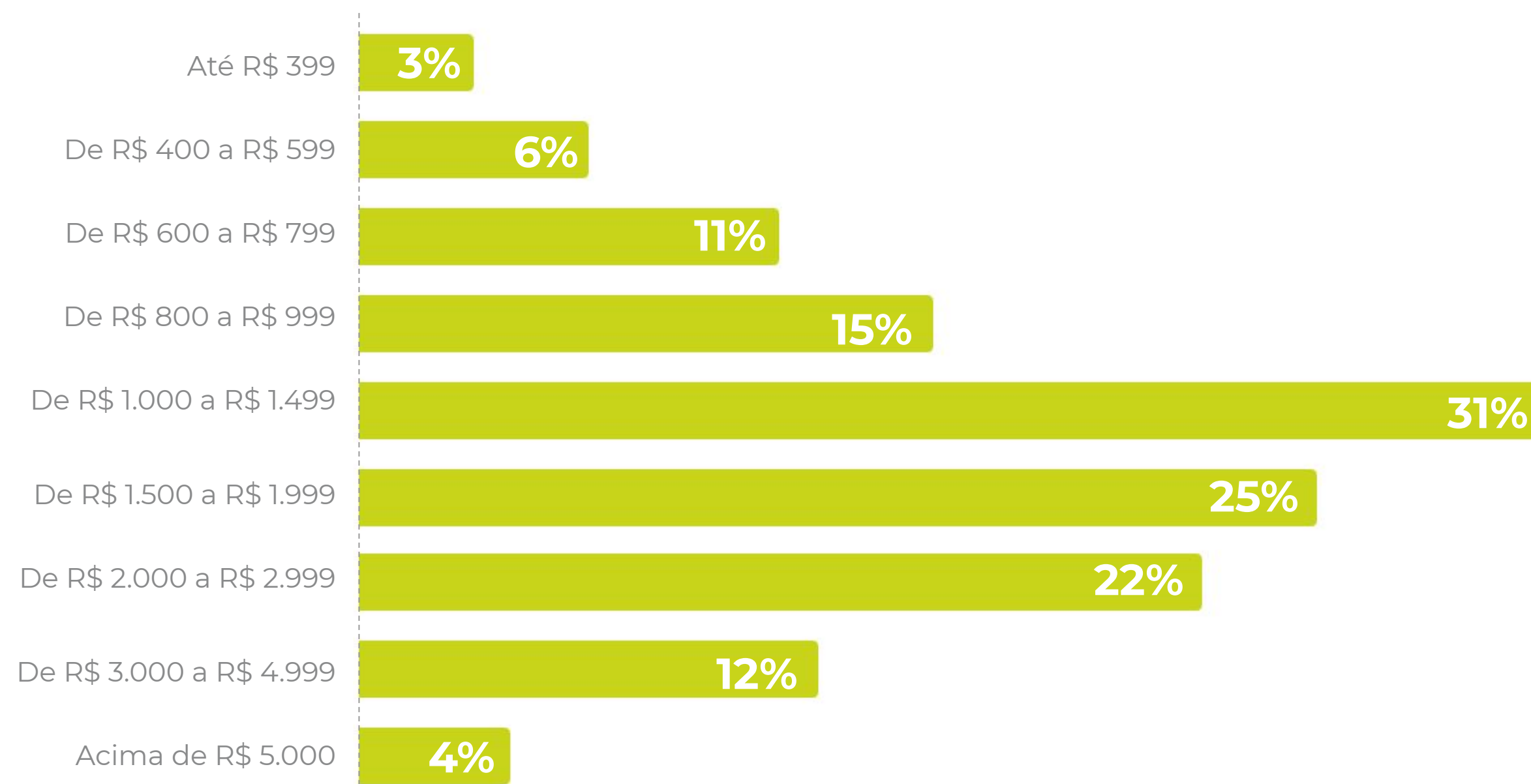
Valor mediano: **R\$ 356.496,71**

Mais da metade buscam alugar um imóvel entre **R\$ 1 mil e R\$ 2 mil**

Qual o valor de locação do imóvel buscado, considerando condomínio e IPTU?

4 em cada 10 entrevistados com interesse de **locação** buscam imóveis com valor mensal superior a **R\$ 2 mil**.

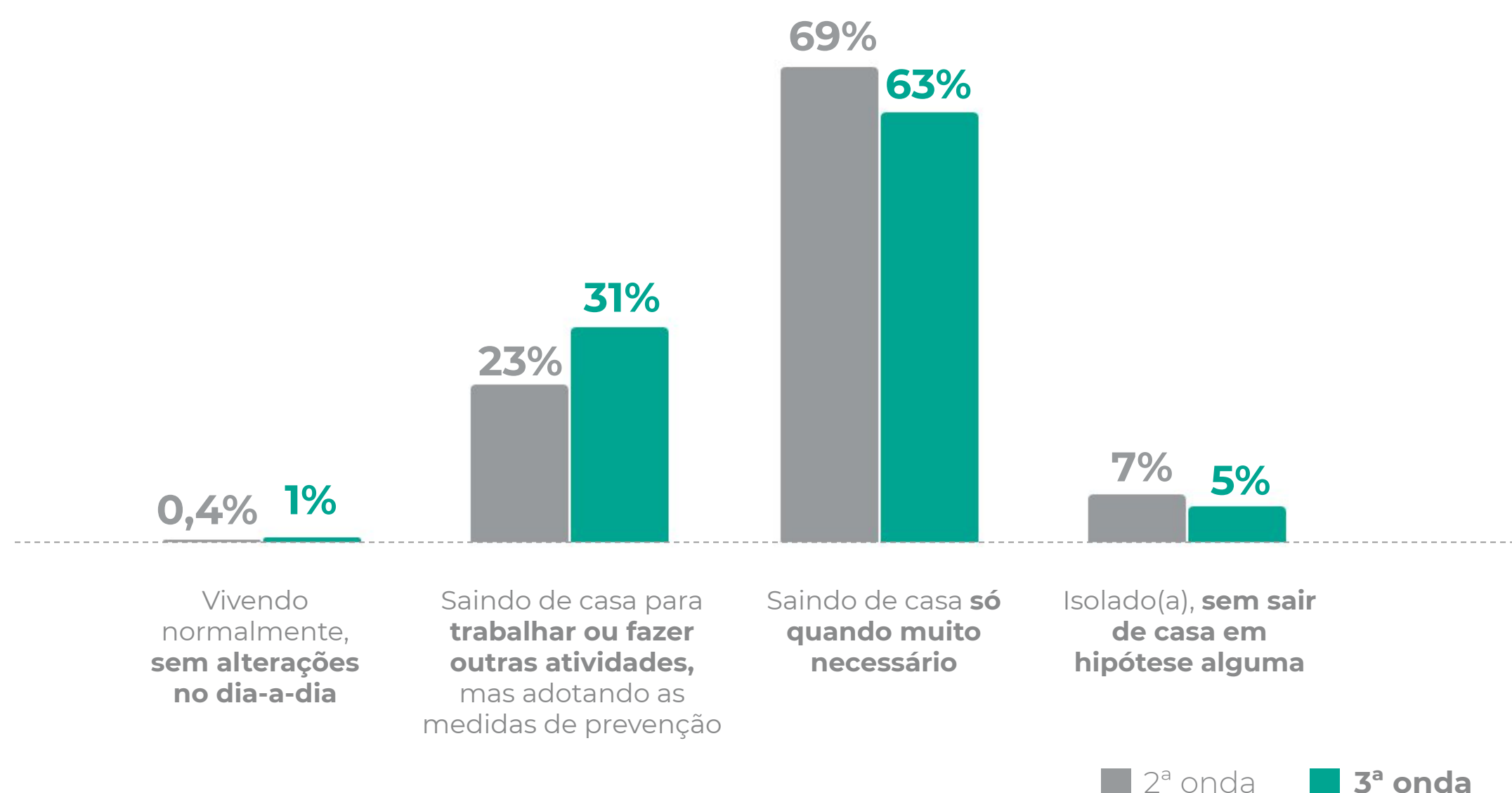
Fora das capitais, apenas 25% buscam imóveis acima desse valor.



Valor mediano: **R\$ 1.482,21**

Nível de **isolamento social** dos consumidores ainda é alto, mas está em queda

Em relação à adoção do isolamento social/ quarentena como forma de combater a pandemia do Coronavírus, você diria que está:



Amostra: 3ª onda - 3.469 entrevistados; 2ª onda - 1.700 entrevistados

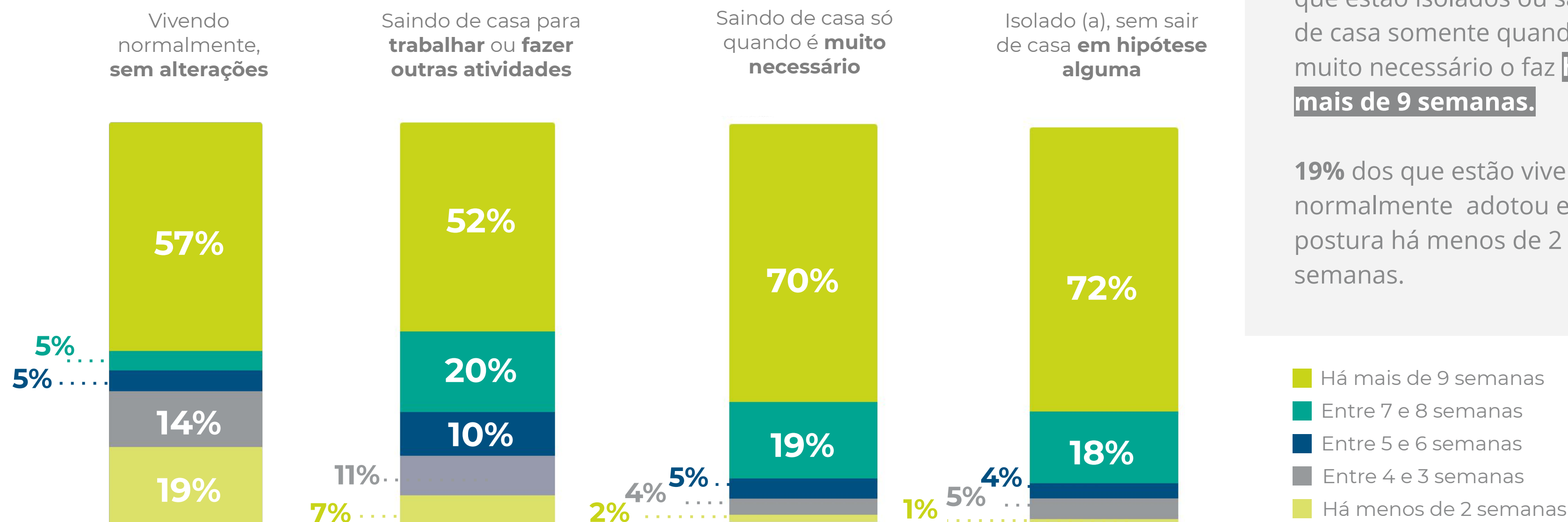
Cerca de **6 em cada 10** entrevistados informam que estão **saindo de casa somente quando é muito necessário**.

Em relação à 2ª onda, houve um aumento de 8 p.p entre aqueles que estão saindo de casa para trabalhar.

A **flexibilização da quarentena** é maior entre aqueles que **não residem nas capitais** (37% afirmam estar vivendo normalmente ou adotando as medidas de prevenção recomendadas).

Quarentena longa com uma mudança gradual de comportamento

Há quanto tempo você está agindo dessa forma em relação ao isolamento social/ quarentena?

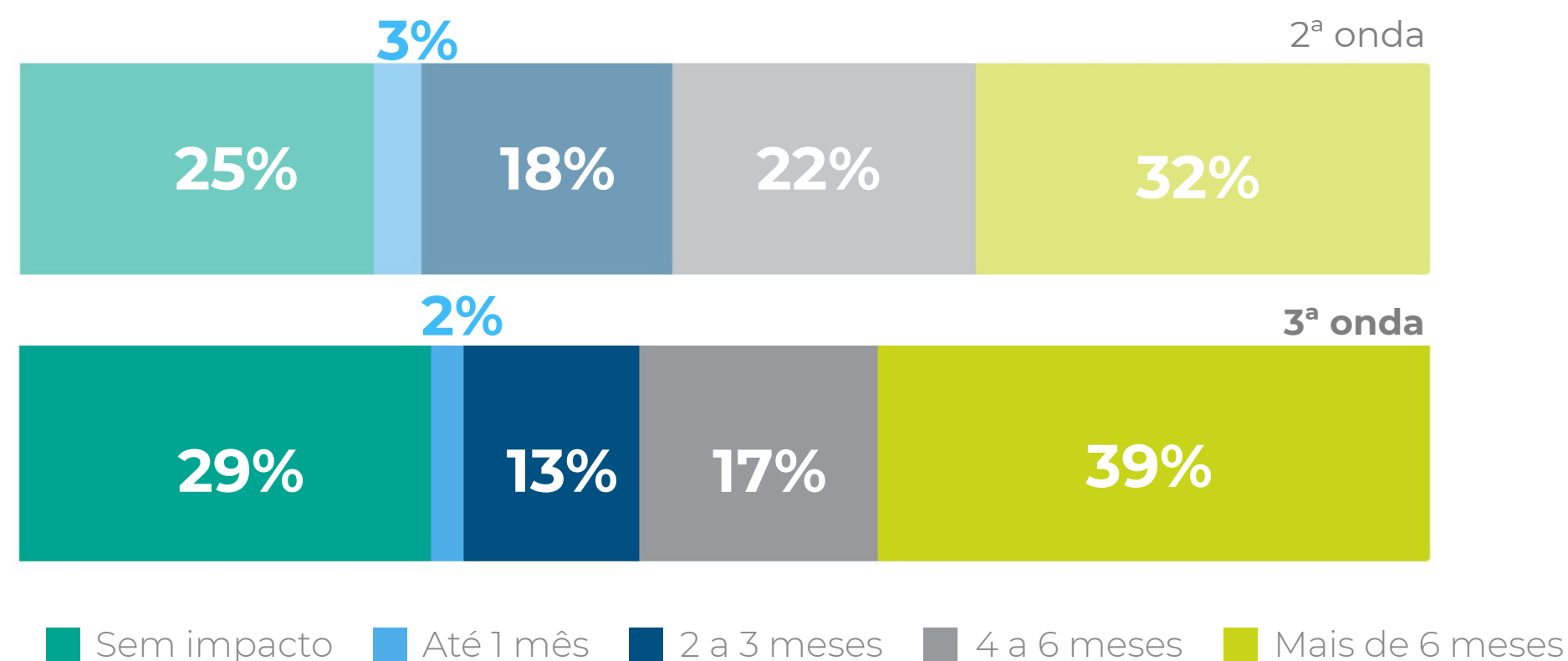


7 em cada 10 entrevistados que estão isolados ou saindo de casa somente quando é muito necessário o faz **há mais de 9 semanas.**

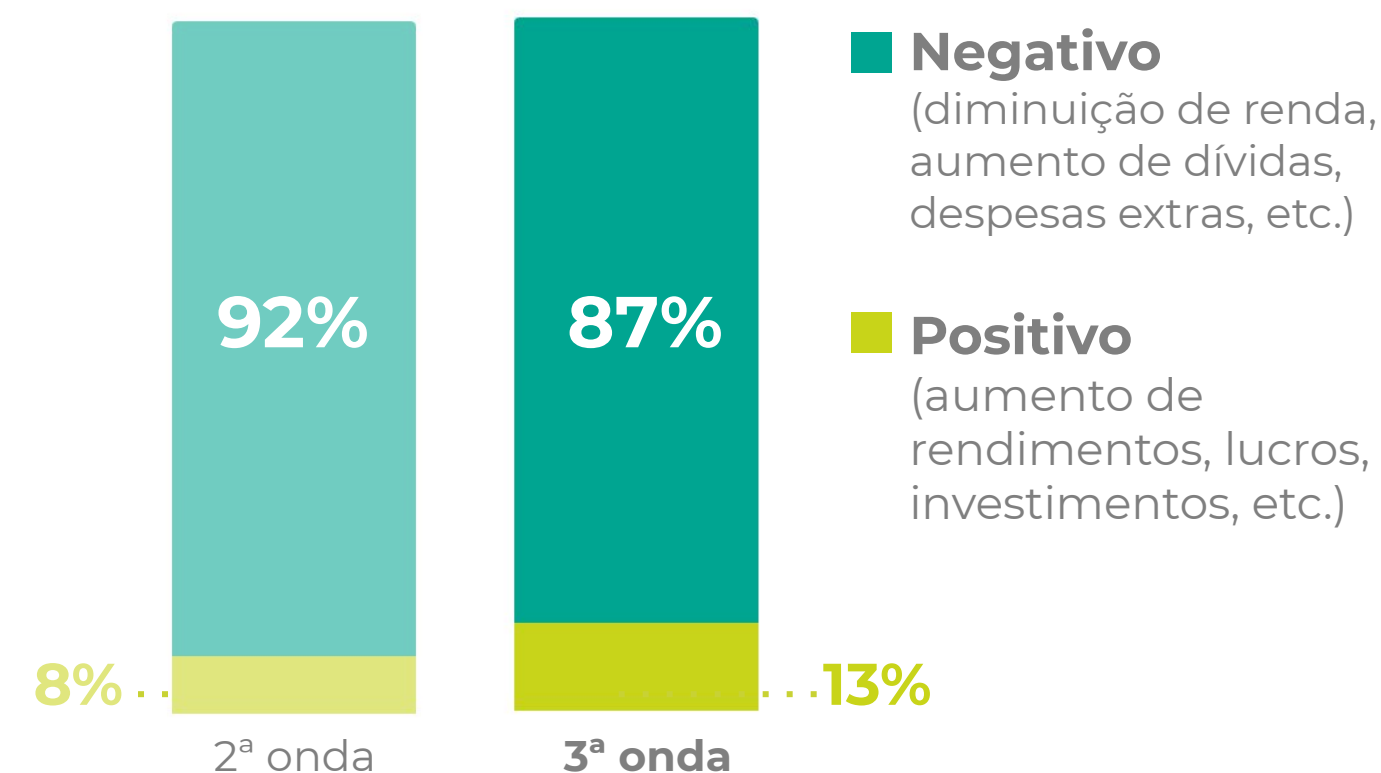
19% dos que estão vivendo normalmente adotou essa postura há menos de 2 semanas.

Impactos longos e negativos nas finanças dos consumidores de imóveis

Considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus, você acredita que a sua situação financeira (finanças pessoais) será impactada durante quanto tempo?



E durante esse período, a sua situação financeira (finanças pessoais) será impactada de forma:



2 em cada 5 entrevistados afirmam que suas finanças pessoais serão afetadas **por mais de 6 meses** por causa da pandemia. Em relação à onda anterior, houve **aumento percentual** tanto nesse grupo quanto no dos que acreditam que suas finanças **não serão impactadas**. Apesar da visão geral ser de impactos negativos, mais respondentes afirmam nessa onda que sua situação financeira será impactada de forma positiva (eram somente 8% na 2ª onda).

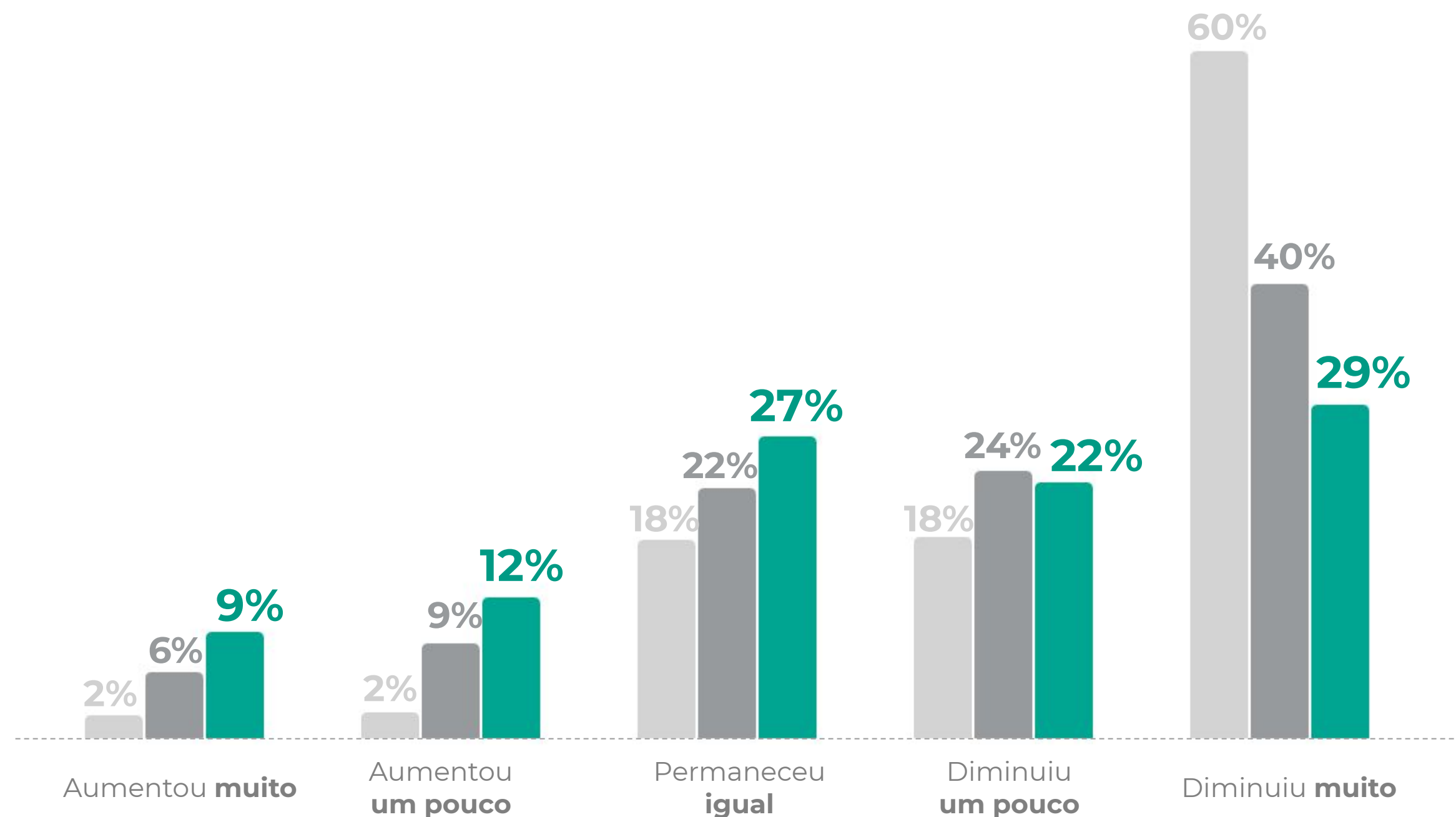
Amostra: 3ª onda 3.469 entrevistados para duração do impacto e 2.456 entrevistados para saber o sentido do impacto (apenas aqueles que afirmaram que foram impactados financeiramente pela pandemia); 2ª onda 1.700 e 1.273 entrevistados, respectivamente.

Forte melhora da percepção dos consumidores em relação à **busca por imóvel**

Desde o início da pandemia do Coronavírus no Brasil, sua busca por imóvel:

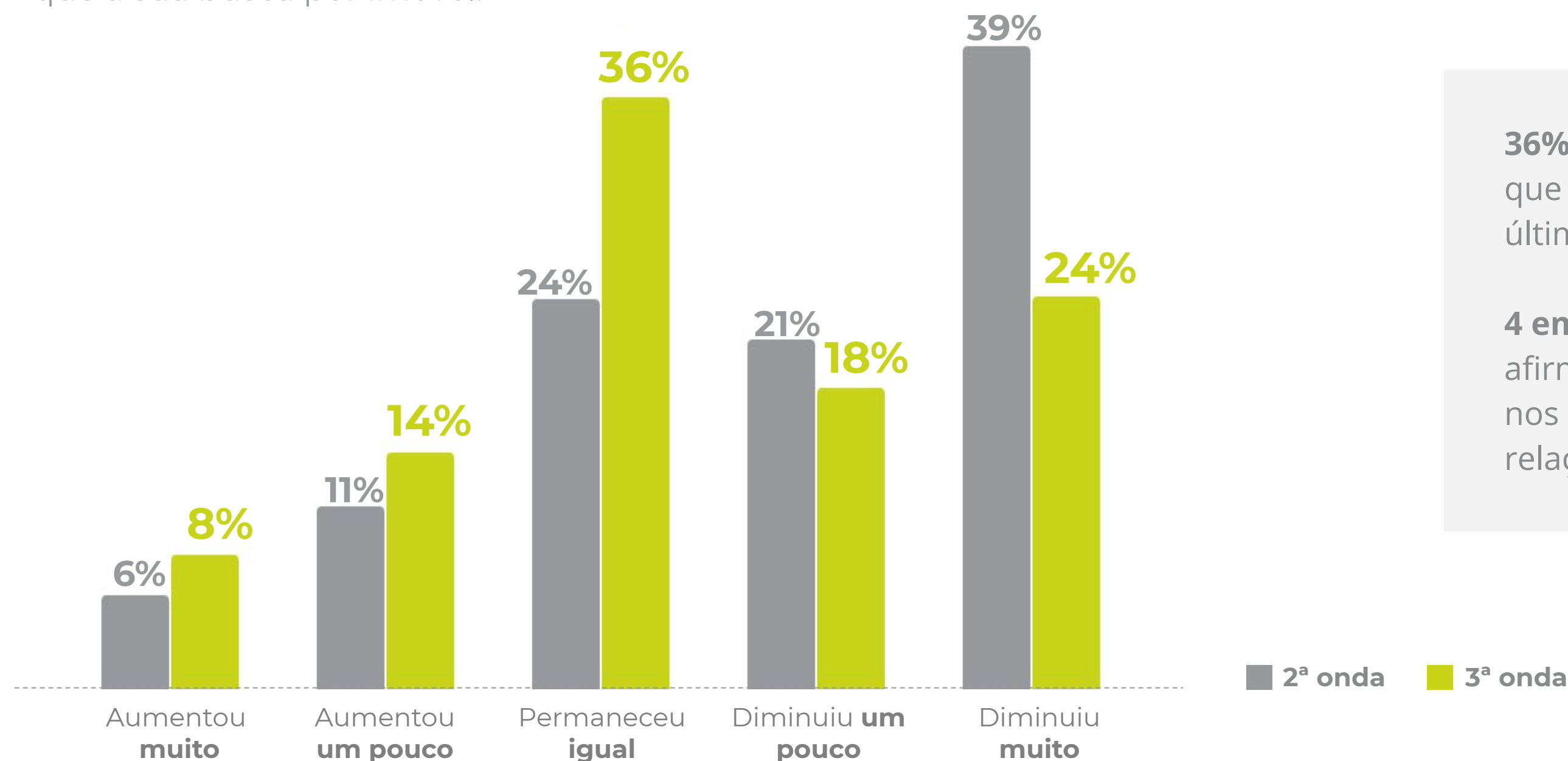
A tendência de melhora no comportamento de busca se mantém e apenas **3 em cada 10** entrevistados afirmam que a busca por imóveis **diminuiu muito** desde o início da pandemia, uma queda de 50% em relação à 1ª onda.

Para **21%** do público a busca por imóveis **aumentou**, mas com diferenças importantes entre os perfis (17% e 27% para os que desejam comprar e alugar, respectivamente).



Forte melhora da percepção dos consumidores em relação à **busca por imóvel**

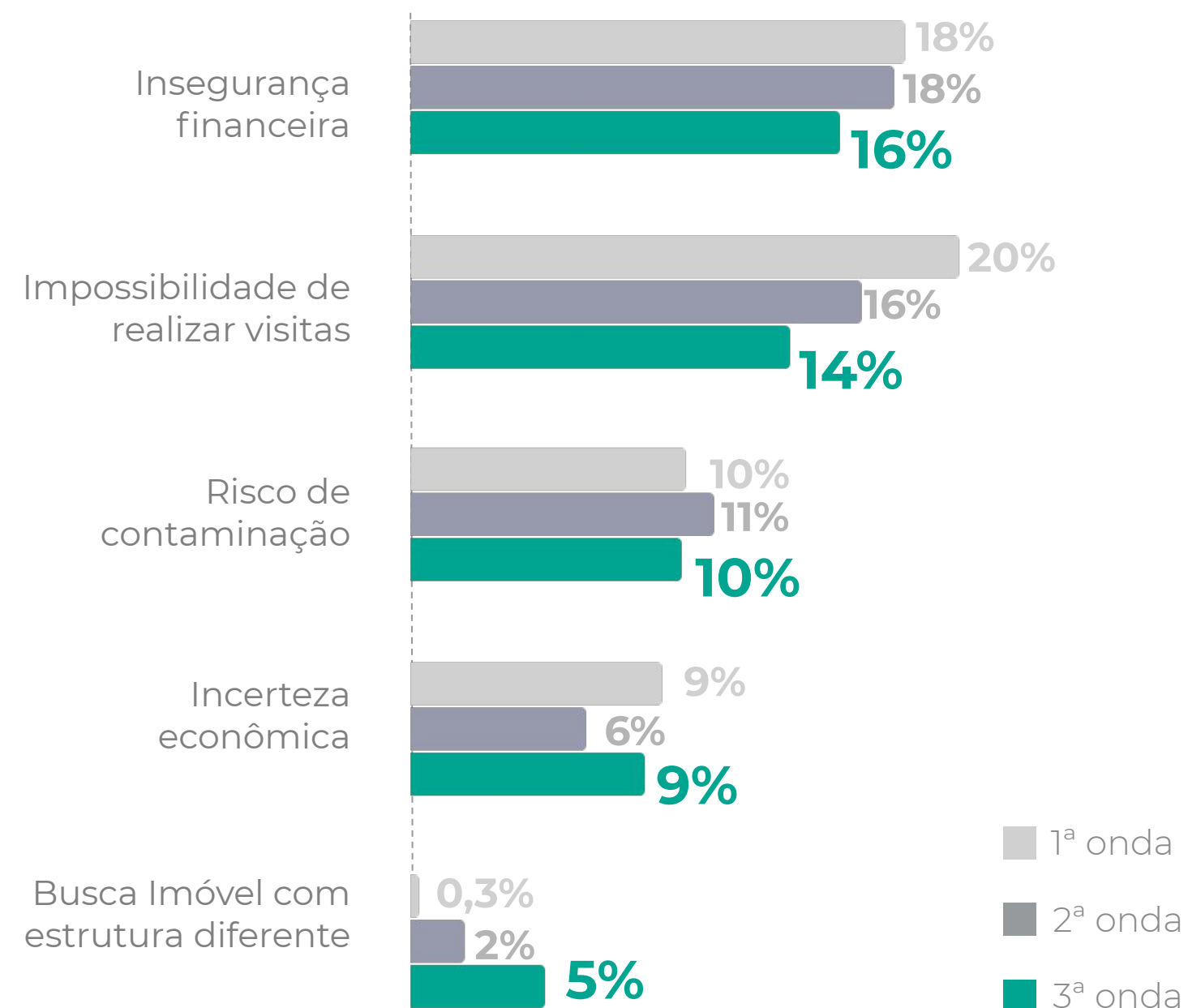
E considerando a pandemia do Coronavírus, **nos últimos 15 dias** você diria que a sua busca por imóvel:



36% dos entrevistados informaram que a busca **permaneceu igual** nos últimos 15 dias.

4 em cada 10 consumidores afirmaram que as buscas diminuíram nos últimos 15 dias, uma melhora em relação à onda anterior (60%).

Por que o processo de busca por imóvel mudou?



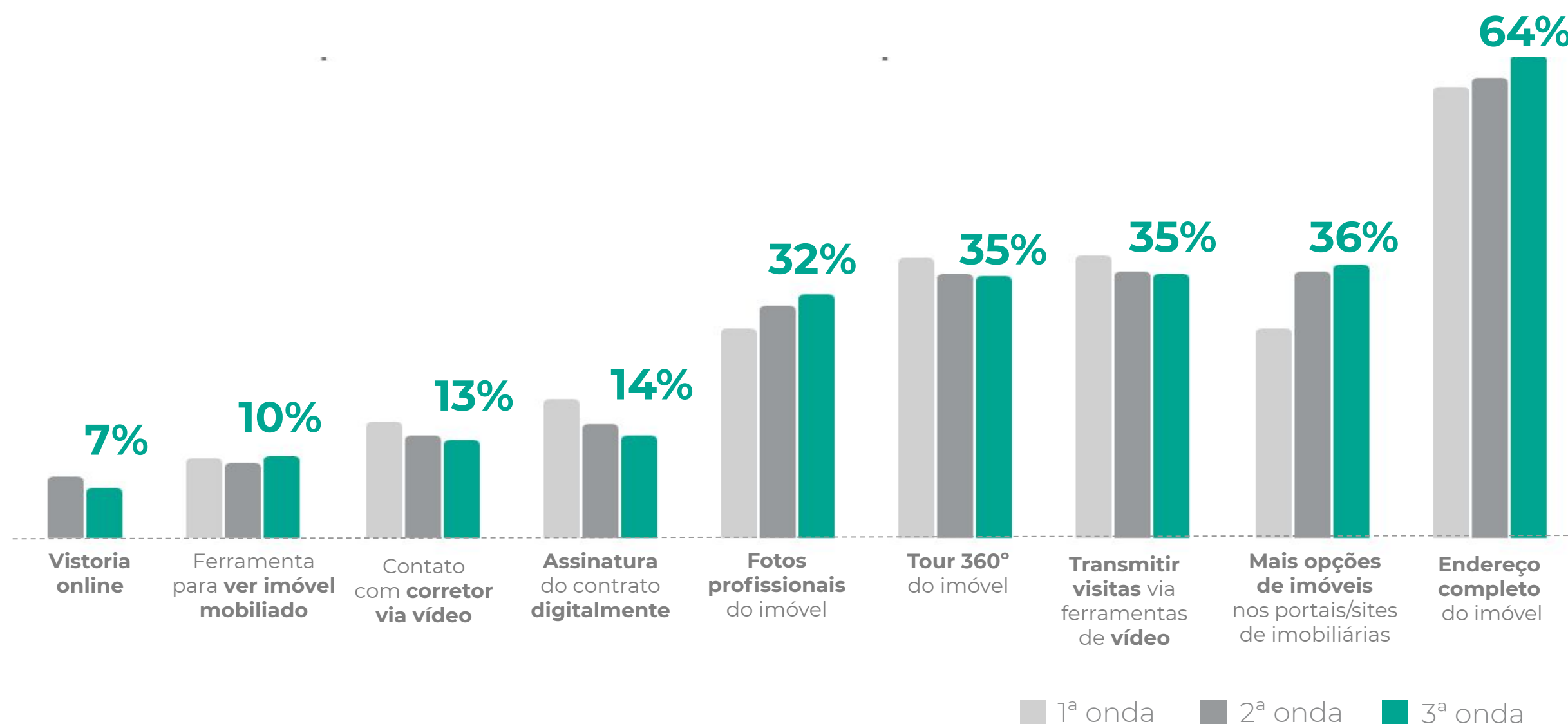
Insegurança financeira (16%) e **impossibilidade de realizar visitas** (14%) seguem sendo as duas maiores razões para mudança no processo de busca desde o início da pandemia.

A **incerteza econômica** é um fator relevante para mudança no processo de busca para 13% dos usuários que buscam imóvel para **compra** e somente para 5% dos que buscam para locação.

Amostra: 3ª onda - 2.546 entrevistados; 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

Endereço completo é a **medida mais solicitada** para auxiliar na busca durante todo período

Quais dessas medidas as imobiliárias/ corretores poderiam adotar para auxiliar sua busca por imóvel durante esse período de pandemia do Coronavírus?



Com um **aumento de 3 p.p.** em relação à 2ª onda, a disponibilização de **endereço completo** do imóvel para que seja possível ver a vizinhança online continua sendo a medida mais solicitada pelos consumidores para auxiliar o processo de busca.

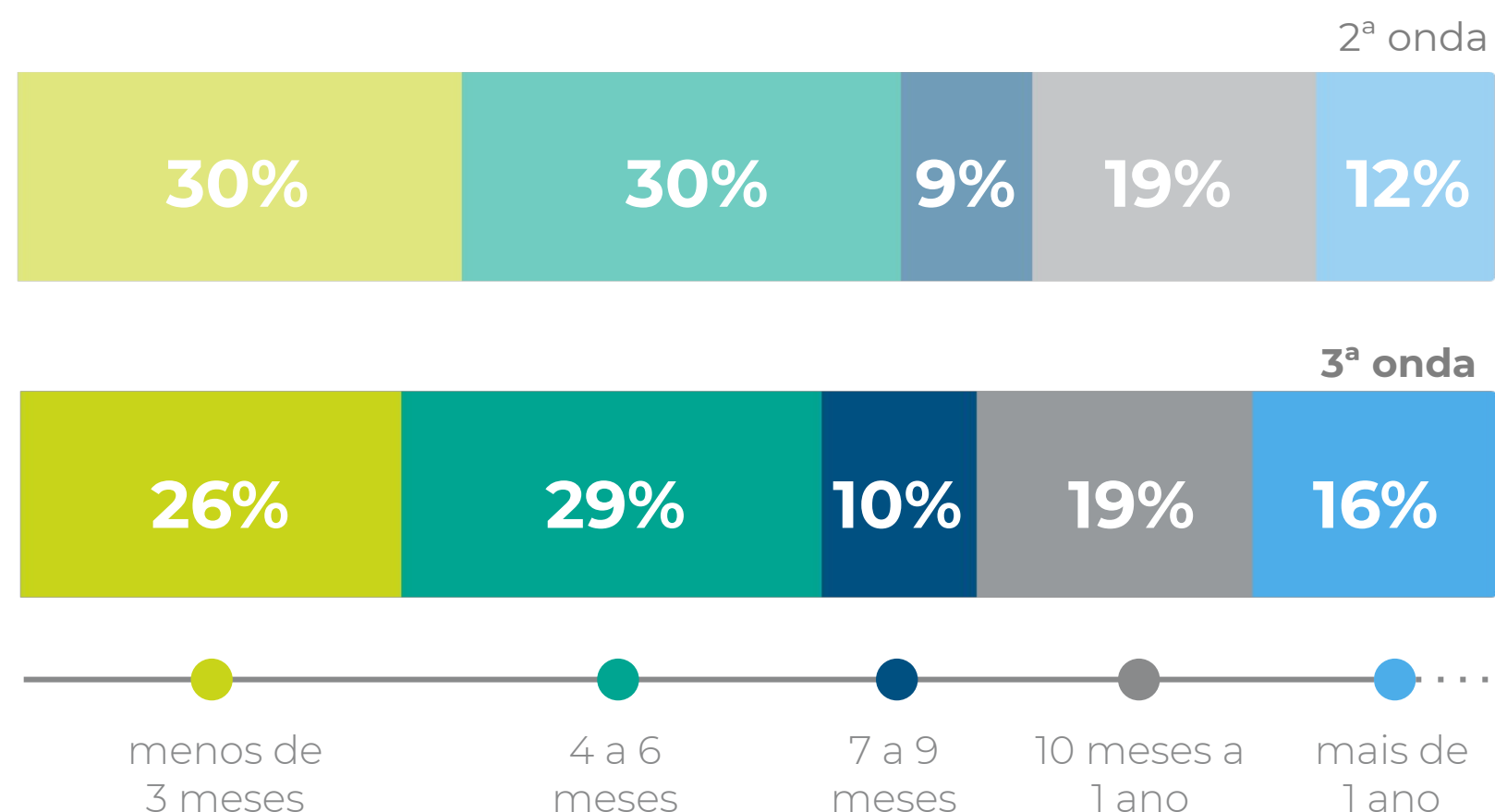
A **assinatura digital do contrato** é uma tecnologia apontada como facilitadora por 21% dos que buscam alugar um imóvel e somente por 6% dos que desejam comprar.

Amostra: 3ª onda - 3.469 entrevistados; 2ª onda - 1.700 entrevistados; 1ª onda - 3.759 entrevistados.
Multiplicidade de respostas: 3ª onda - 2,59; 2ª onda - 2,58; 1ª onda - 2,5.

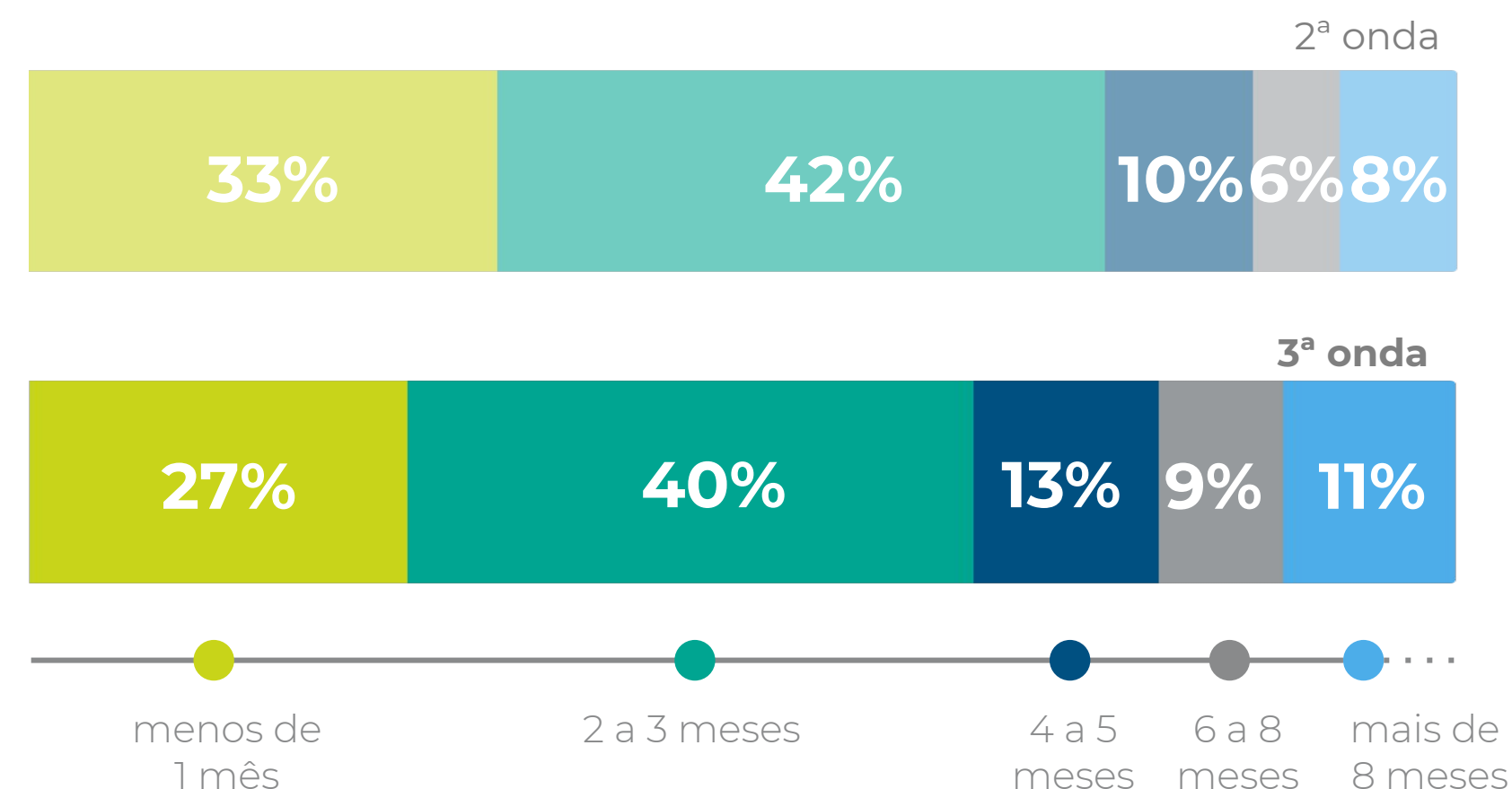
Antes da pandemia se pretendia comprar um imóvel em até 6 meses e alugar em até 3 meses

Antes da pandemia do Coronavírus, você pretendia comprar/ alugar o imóvel em quanto tempo?

COMPRA



LOCAÇÃO

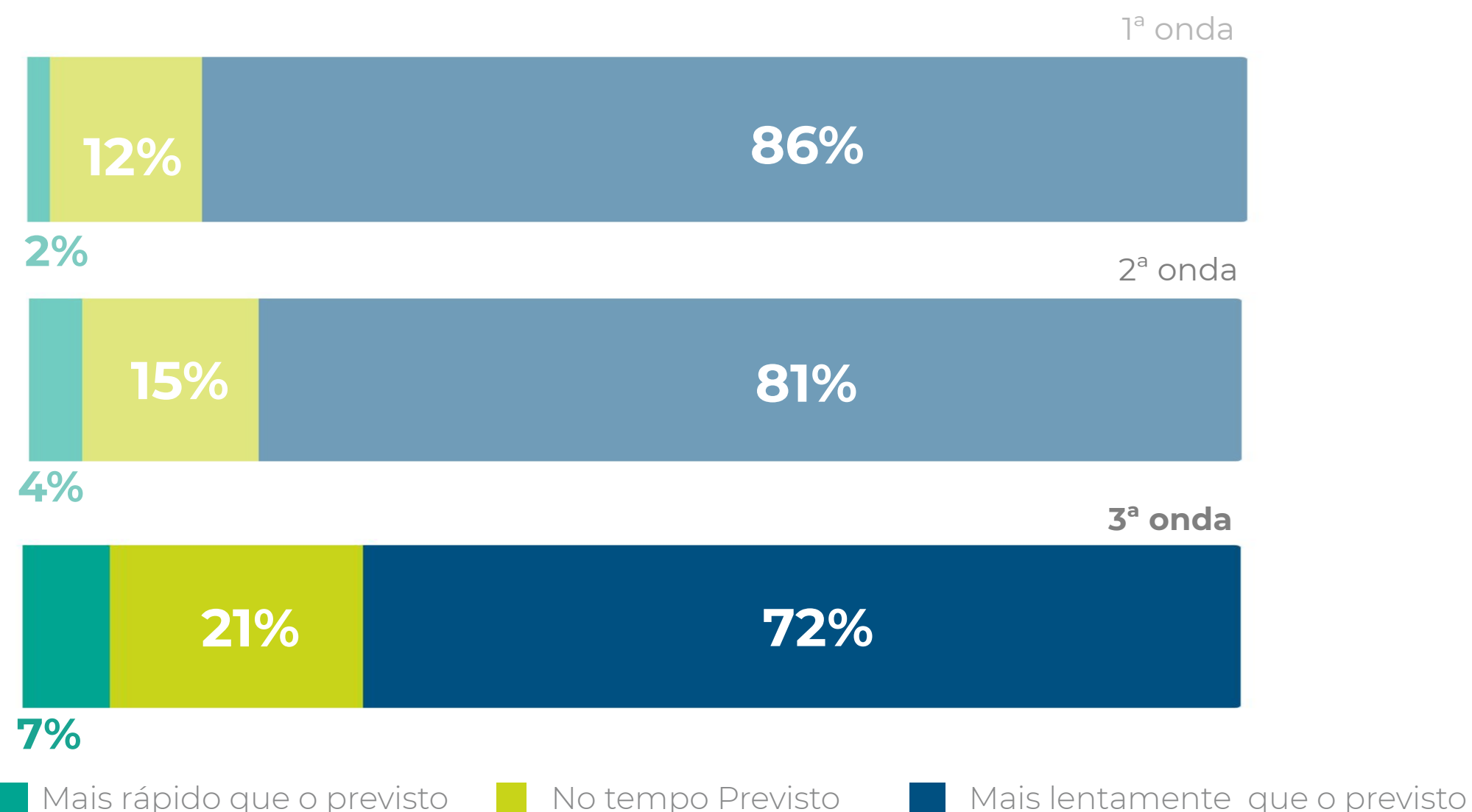


Cerca de **1 em cada 2** entrevistados pretendiam **comprar** um imóvel em até 6 meses. Já entre aqueles que desejavam **alugar**, **2 em cada 3** pretendiam o fazer em até 3 meses.

Amostra: Intenção de compra: 3ª onda - 1.772 entrevistados; 2ª onda - 726 entrevistado. Intenção de locação: 3ª onda - 1.697 entrevistas; 2ª onda - 974 entrevistas.

Aumenta a parcela de consumidores que comprará ou alugará seu imóvel no **tempo previsto**

Considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus na sua vida, você acredita que conseguirá comprar/ alugar seu imóvel:

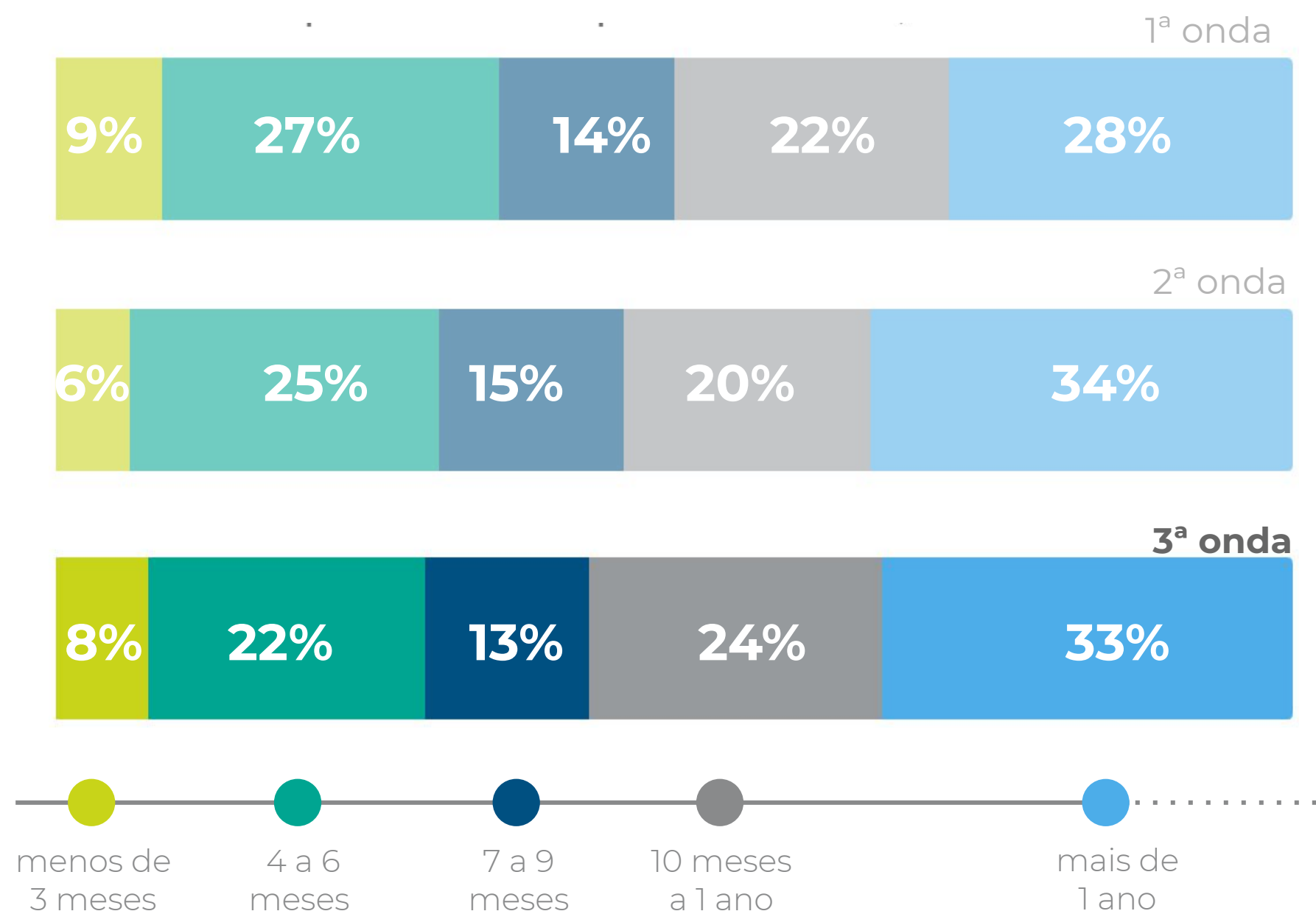


2 em cada 10 entrevistados acreditam que realizarão a transação desejada **no tempo previsto**. Os interessados em **locação** reportam com menor frequência que realizarão a transação desejada no tempo previsto quando comparados aos compradores (18% e 23%, respectivamente).

A melhora no cenário pode ser vista também pela **queda** no percentual de consumidores que declaram que irão comprar/ alugar seu novo imóvel **mais lentamente que o esperado** (9 p.p. em relação à 2ª onda e 14 p.p. em relação à 1ª onda).

Para 33% dos consumidores o **adiamento da compra** pode ser de mais de 1 ano

Em sua opinião, a compra do seu imóvel poderá ser adiada em quanto tempo considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus?

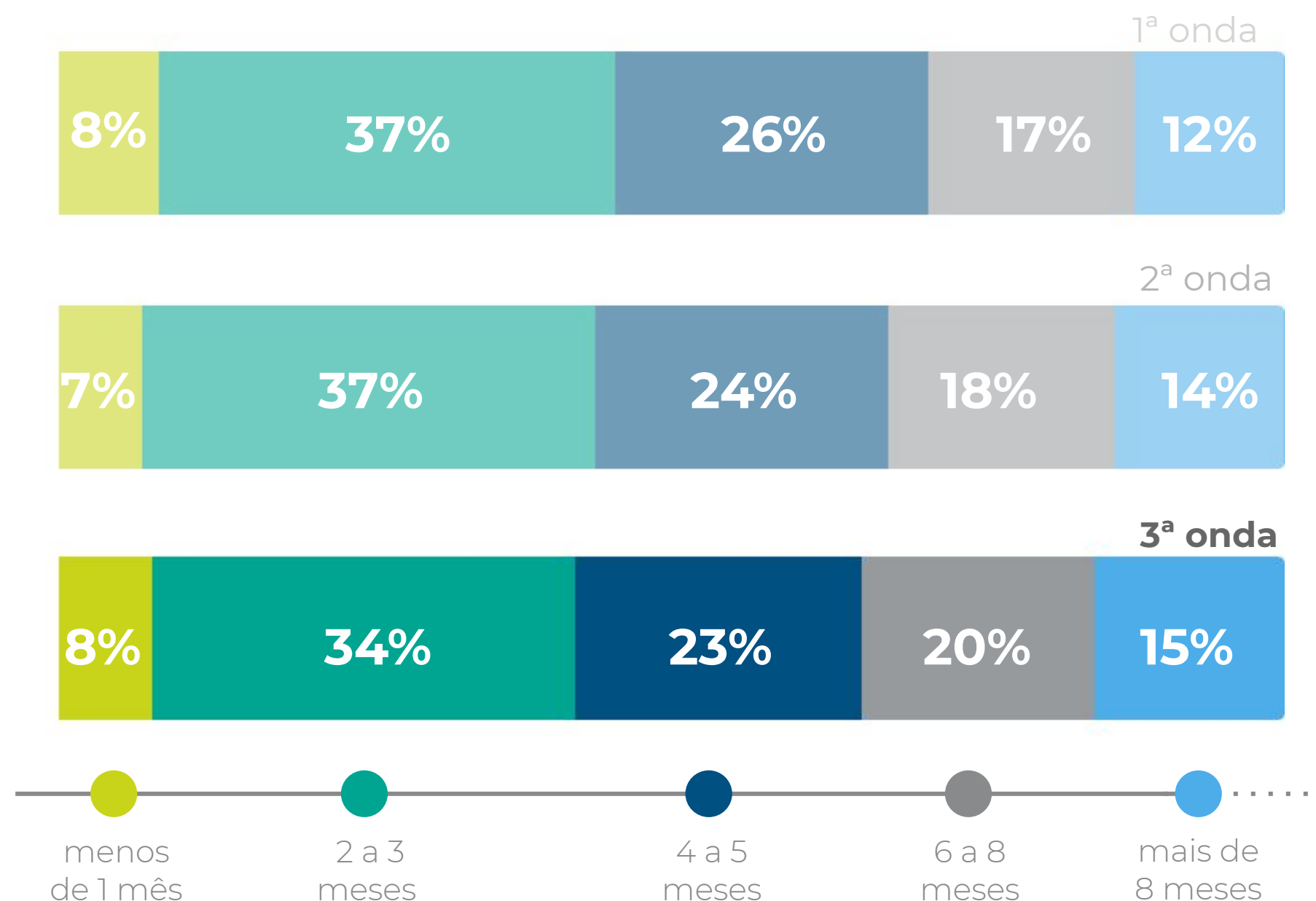


3 em cada 10 consumidores revelam que podem adiar a compra do novo imóvel **em até 6 meses**. Por outro lado, **um terço** dos consumidores revelam que esse adiamento pode ser **por mais de 1 ano**. O tempo mediano de adiamento é de 10,6 meses.

O comportamento geral dos consumidores nessa onda se assemelha às anteriores, com destaque para o aumento de 5 p.p. em relação à 1ª onda entre aqueles que afirmam desejar adiar a compra por mais de 1 ano.

Mais otimistas, 42% afirmam que o **adiamento da locação** pode ser de até 3 meses

Em sua opinião, a locação do seu imóvel poderá ser adiada em quanto tempo considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus?

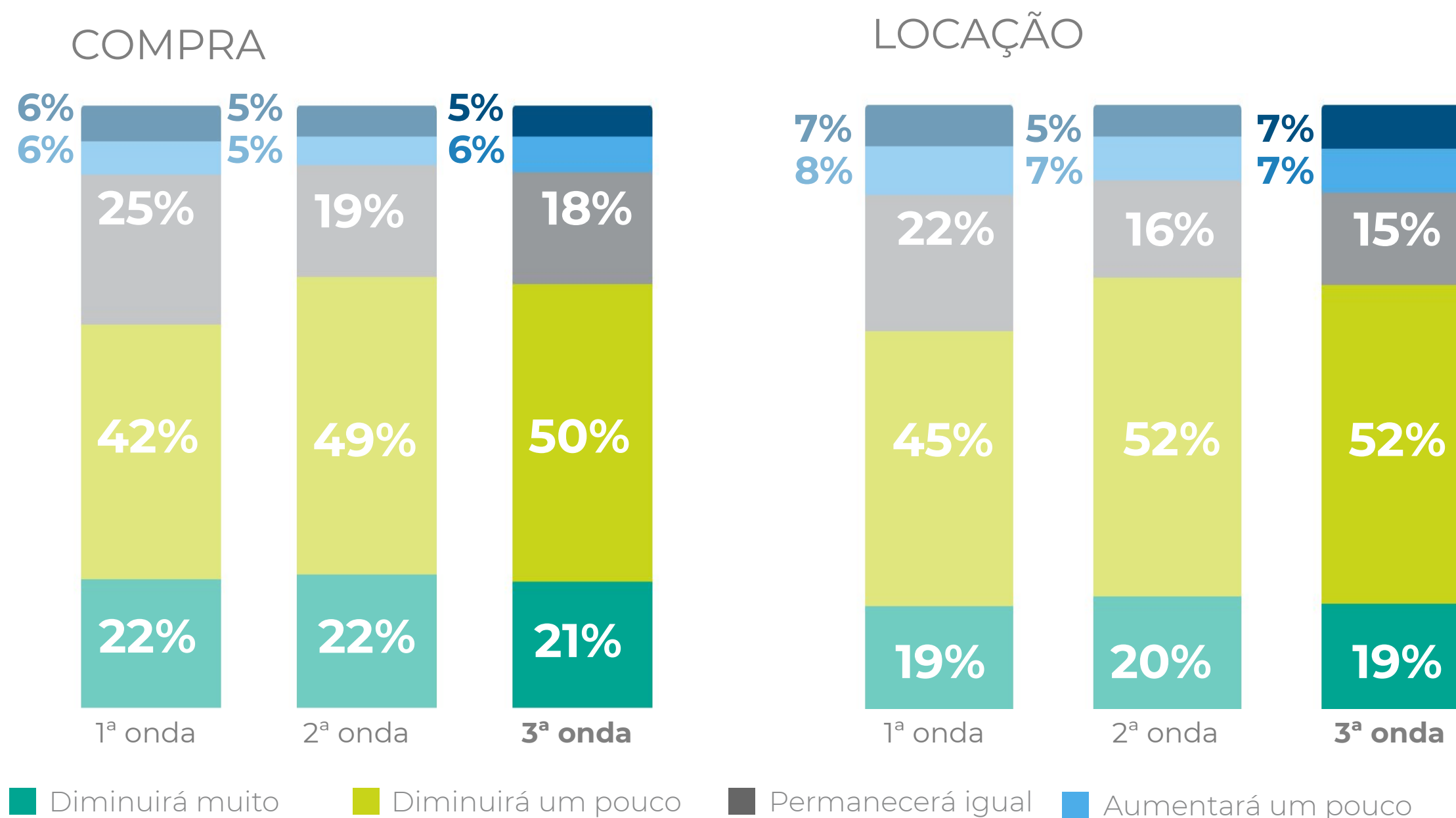


Somente **35%** dos respondentes acreditam que a locação do novo imóvel pode ser adiada **em mais de 6 meses**. O tempo mediano de adiamento é de 4,3 meses.

O comportamento geral dos consumidores nessa onda se assemelha às anteriores, com destaque para o aumento de 3 p.p. em relação à 1ª onda entre aqueles que afirmam desejar adiar a locação por mais de 8 meses.

Expectativa dos consumidores segue sendo de queda de **preços** no mercado imobiliário

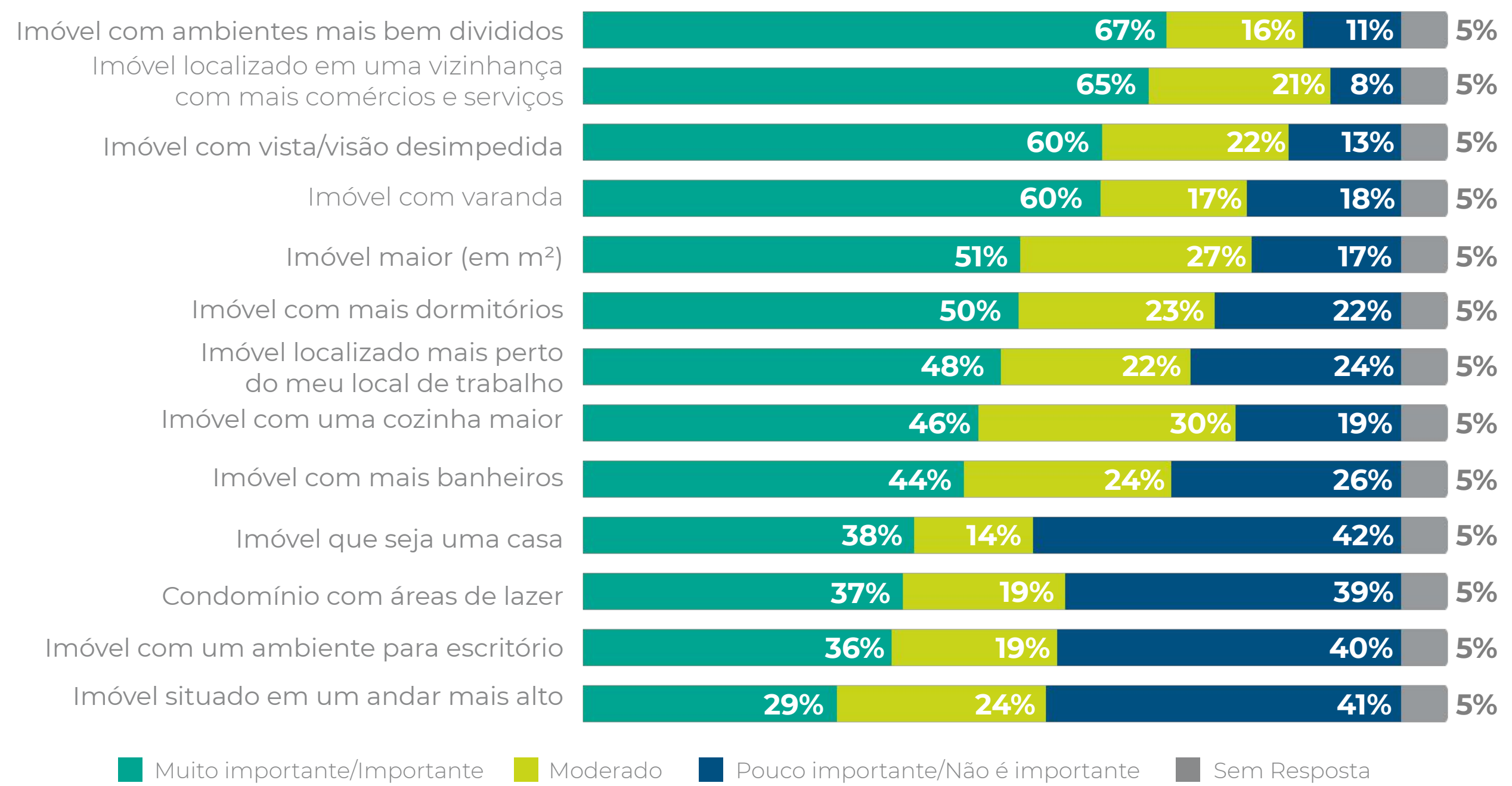
Considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus, o que você acha que acontecerá com os preços de compra/ locação dos imóveis durante esse período?



7 em cada 10 entrevistados acreditam que os preços dos imóveis (compra e locação) irão **diminuir** durante esse período, um aumento em relação à 1ª onda, onde 64% acreditavam que esse seria o movimento de mercado. O movimento se dá 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 do Coronavírus na sua vida, indique qual o nível de importância que cada item passou a ter para você no momento de adquirir um imóvel para morar



Amostra: 3.469 entrevistados

7 em cada 10 entrevistados declaram que morar em um imóvel com **ambientes mais bem divididos**, passou a ser importante ou muito importante depois do isolamento social.

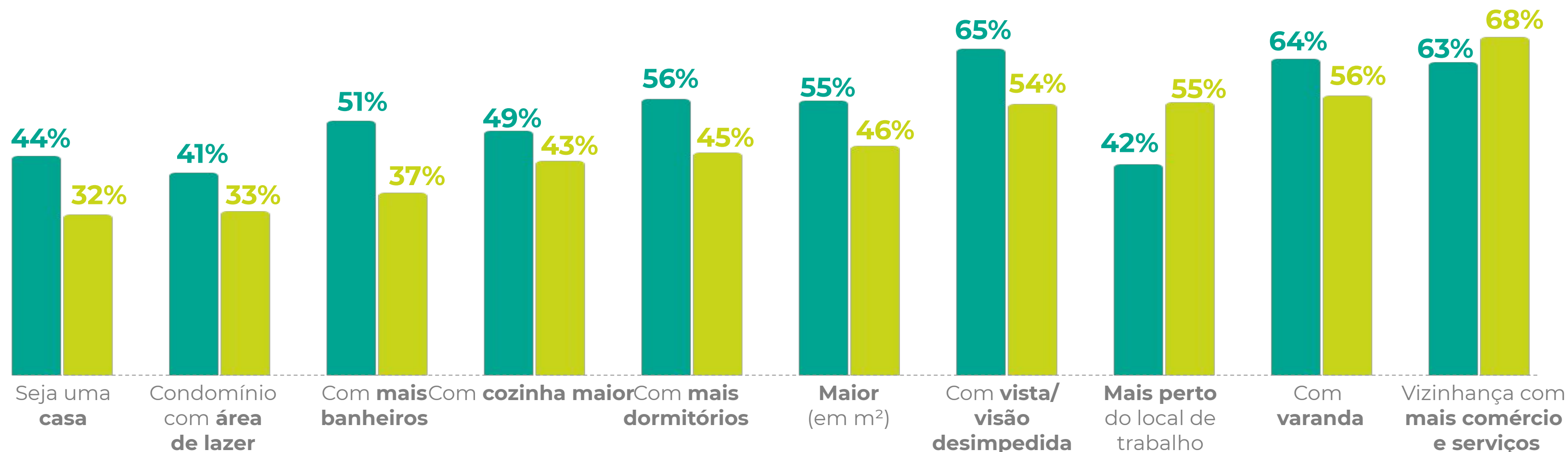
Além disso, **vizinhança com mais comércios e serviços, vista livre e varanda** são características do novo imóvel que passaram a ser consideradas importantes ou muito importantes **por mais de 60% do público** no pós-pandemia.

Para **42%** do público, ter um imóvel que seja uma **casa** é considerado pouco importante ou não importante.

O que muda no imóvel desejado depois da pandemia, por perfil de transação

Características que passaram a ser percebidas como **importantes ou muito importantes** no imóvel buscado devido à pandemia

■ Compra ■ Locação



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

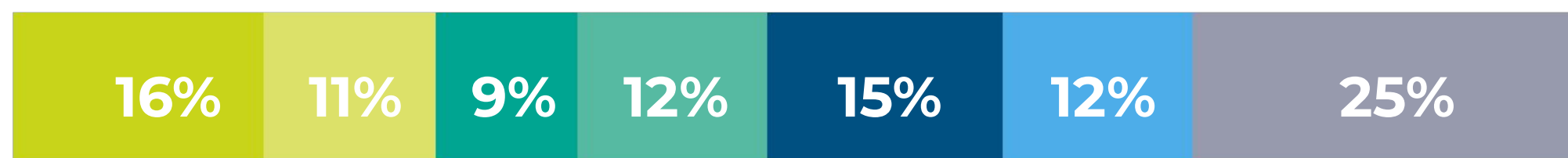
Para 38% dos consumidores, as **visitas presenciais** aos imóveis voltarão a ser feitas em até 30 dias após o fim da quarentena

Supondo que a quarentena acabasse hoje, quando você voltaria a realizar visitas presenciais nos imóveis que está buscando (incluindo visitas a *stands* de vendas)?

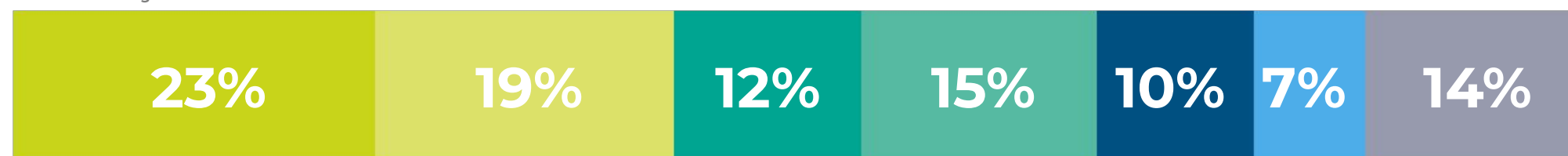
TOTAL



COMPRA



LOCAÇÃO



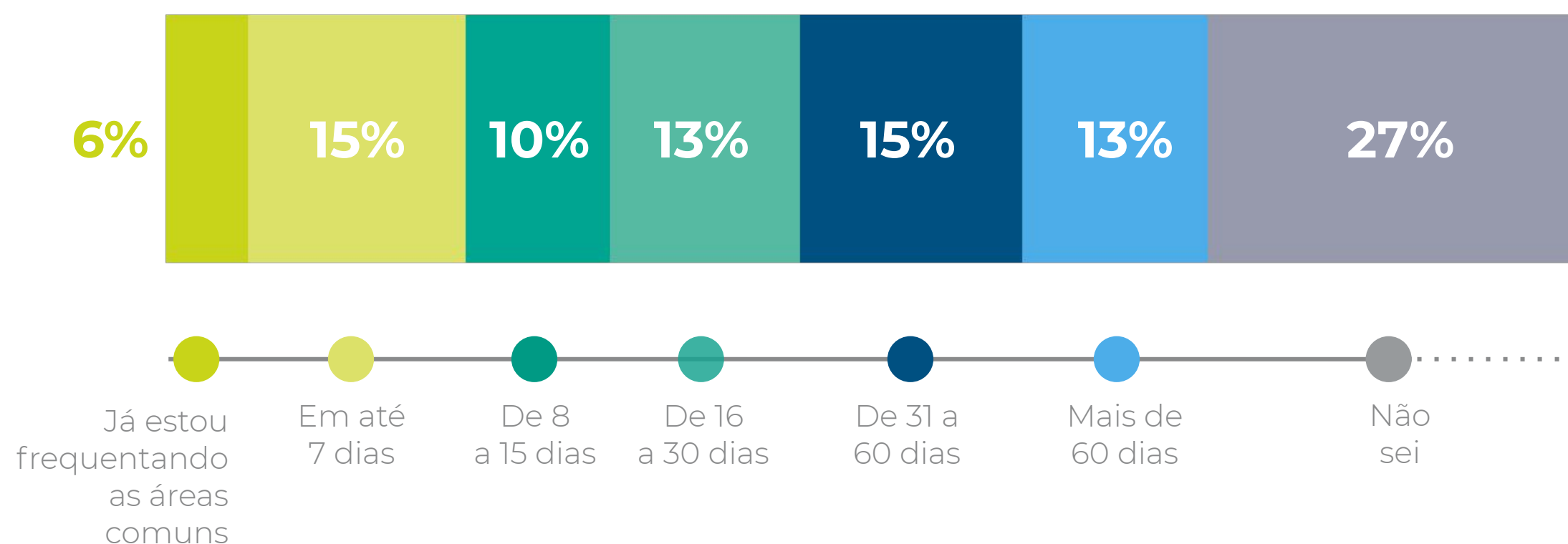
20% dos respondentes afirmaram **não saber quando voltariam a realizar visitas presenciais**. Destaque para a diferença de 11 p.p. dessa incerteza entre os perfis de compra e locação (25% e 14%, respectivamente).

1 em cada 5 dos entrevistados informou **já estar realizando visitas presenciais nesse momento**.

Dentre os que voltarão a realizar visitas presenciais aos imóveis em 1 semana, é também significativa a diferença entre os perfis de consumidores (11% para compra e 19% para locação).

Muita incerteza sobre quando voltar a **frequentar as áreas comuns** dos condomínios após o fim da quarentena

Supondo que a quarentena acabasse hoje, quando você voltaria a frequentar as áreas comuns do seu condomínio (ex: piscina, academia, espaço pet)?



25% dos entrevistados informaram que voltariam a frequentar as áreas comuns do seu condomínio **em até 15 dias após o fim da quarentena**, enquanto **28%** optariam por aguardar **31 dias ou mais** após o fim do isolamento.

Por outro lado, **3 em cada 10** dos respondentes afirmaram **não saber** quando voltariam a frequentar essas instalações.

Hoje, apenas 6% dos respondente já estão frequentando essas instalações.

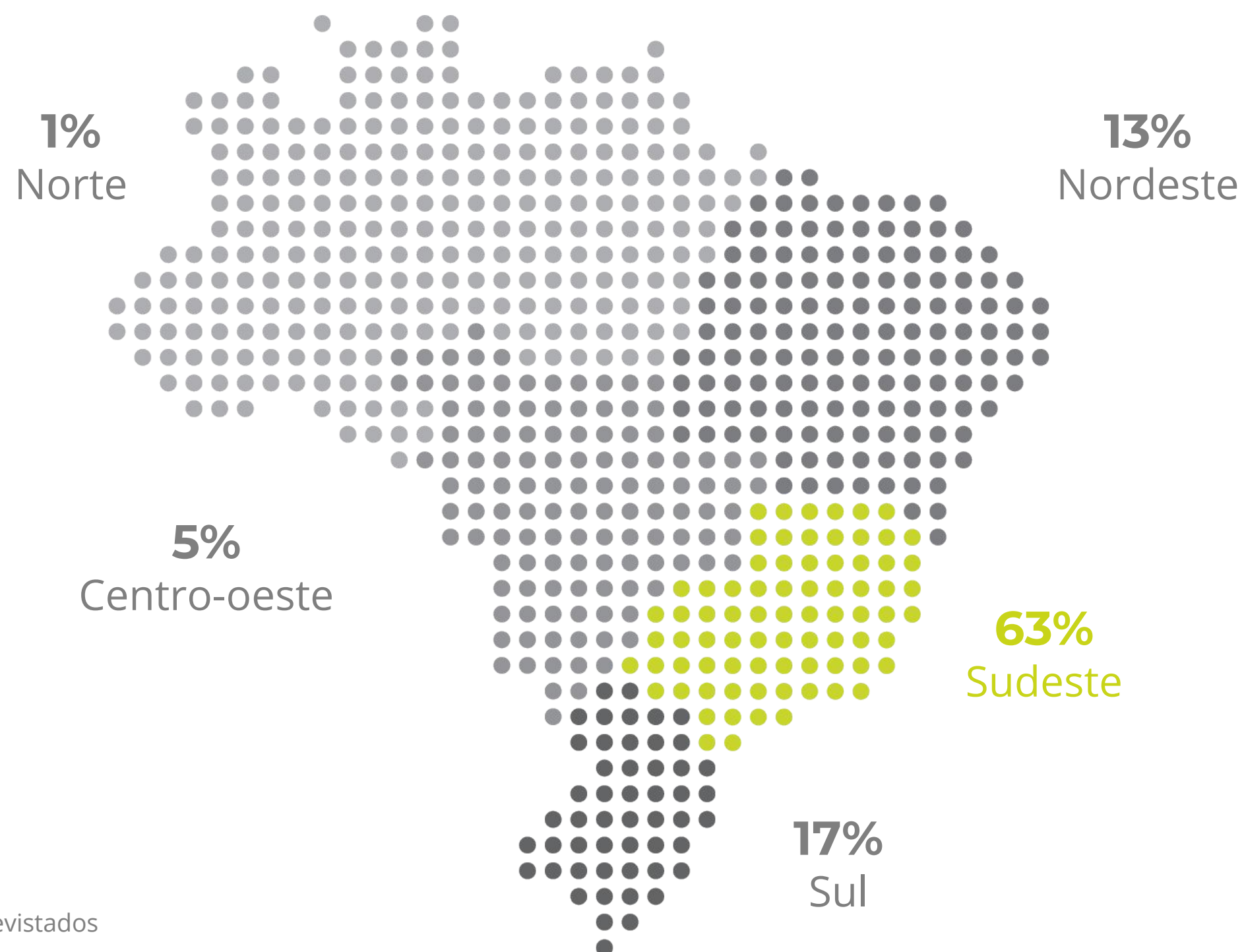
2 | Os impactos da pandemia para os **profissionais** do mercado imobiliário



Perfil da amostra

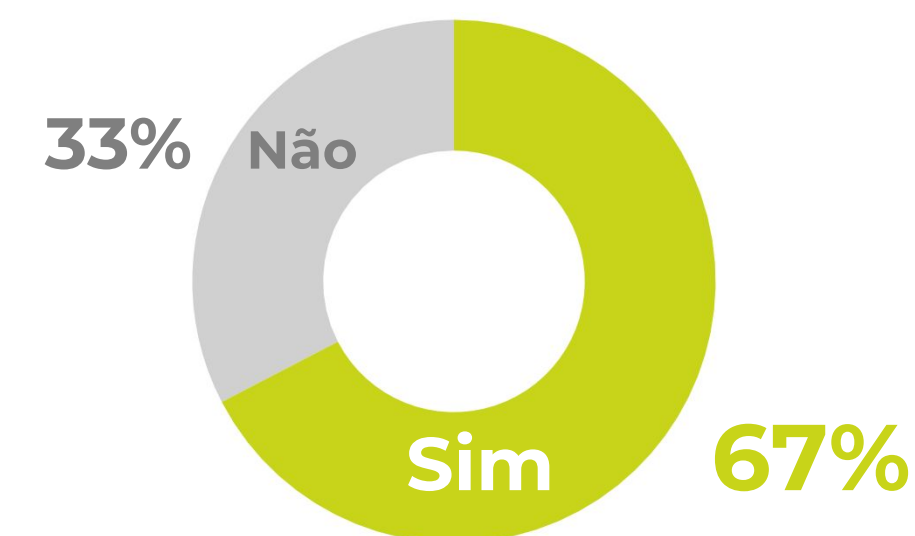
Os impactos do coronavírus no mercado
imobiliário brasileiro - 3ª onda 28

Região do Brasil



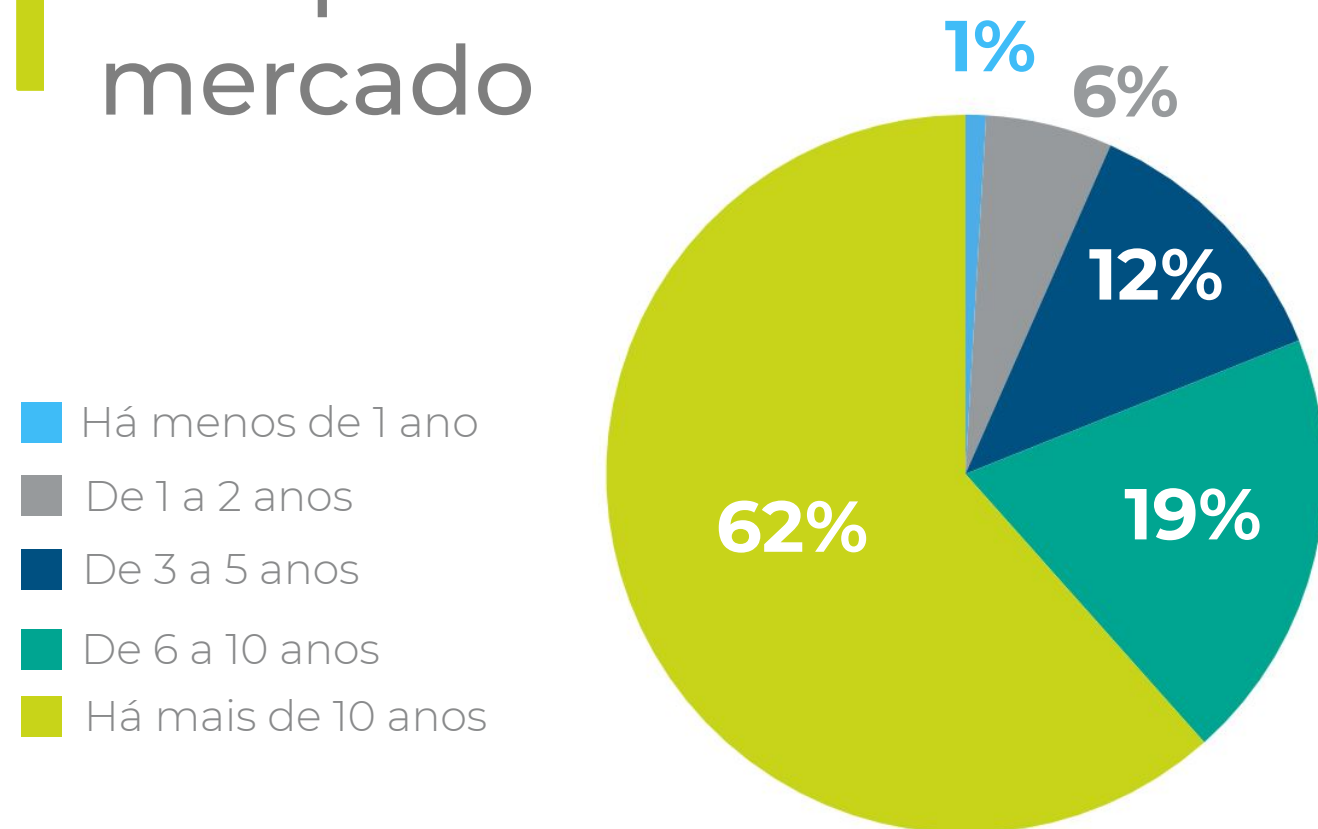
Amostra: 544 entrevistados

Atua na capital?



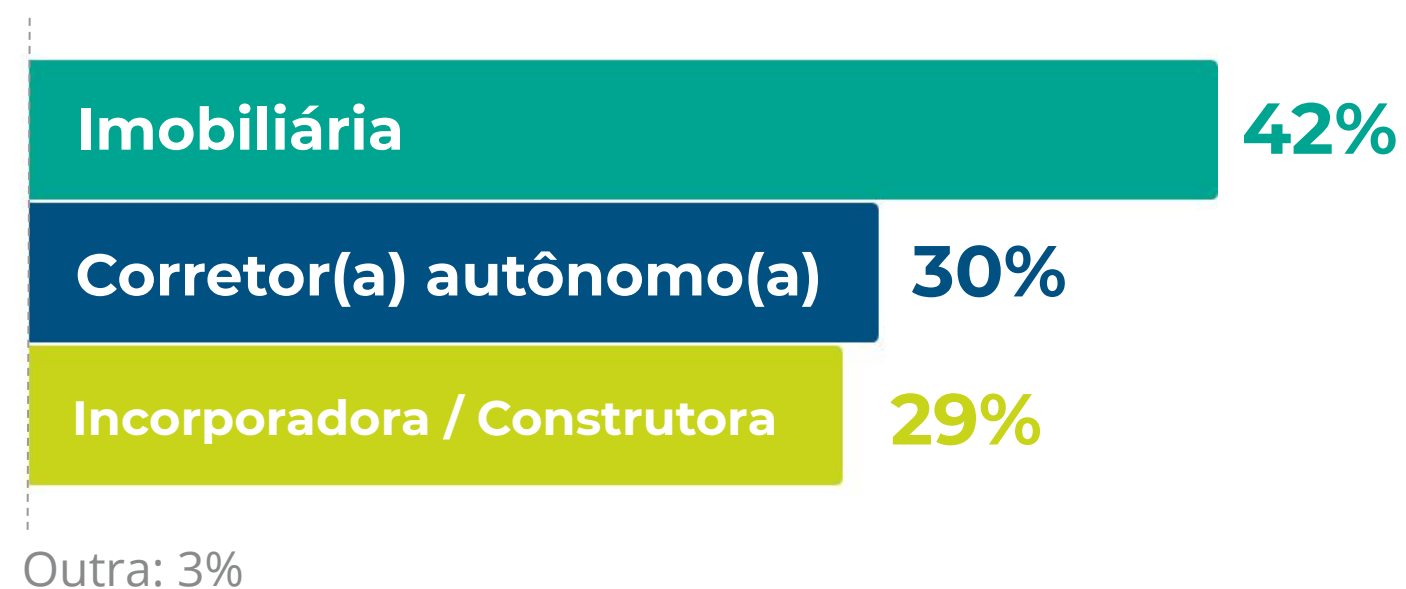
Perfil da amostra

Tempo de mercado



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

Área de atuação*



Houve, nessa onda, um **aumento** significativo da participação de profissionais que trabalham em **incorporadoras/ construtoras**. Por outro lado, a proporção de respondentes que atuam em imobiliárias caiu em relação às ondas anteriores.

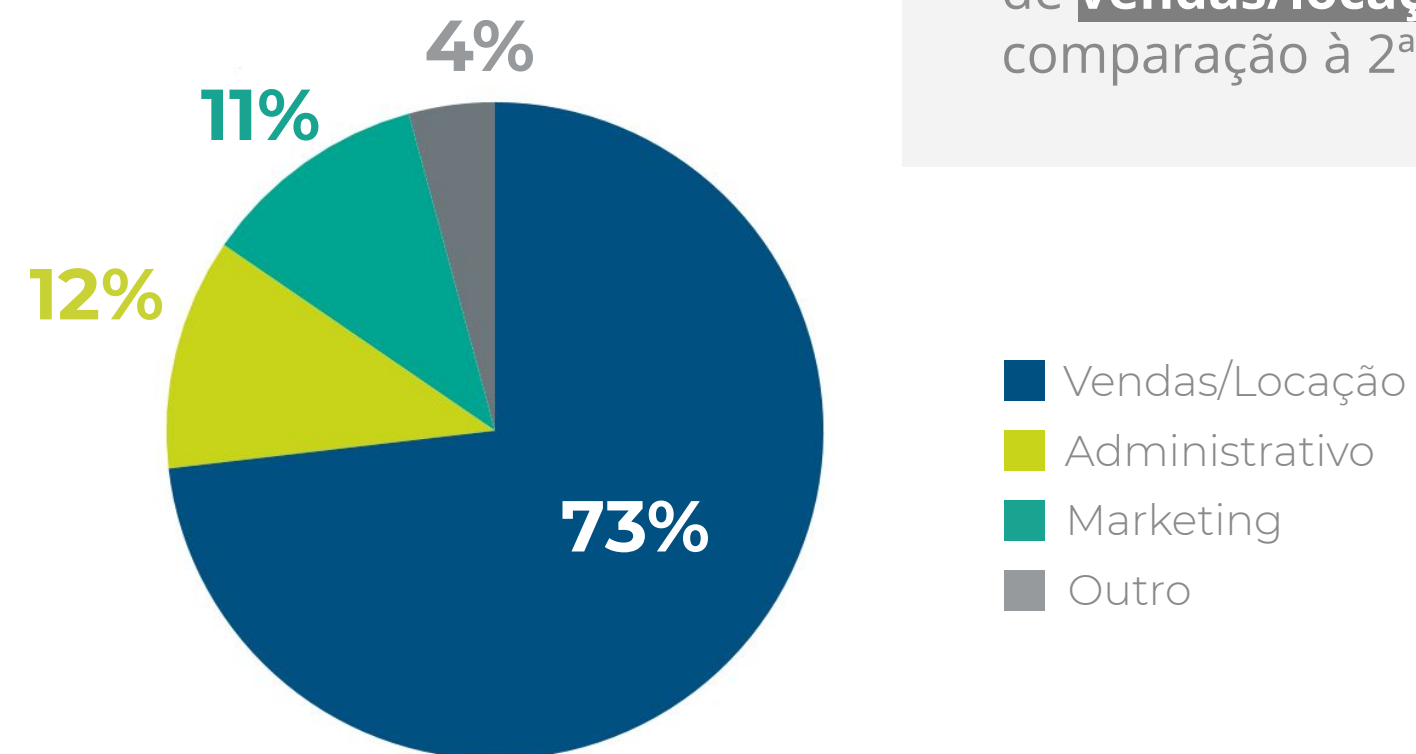
Perfil da amostra

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.

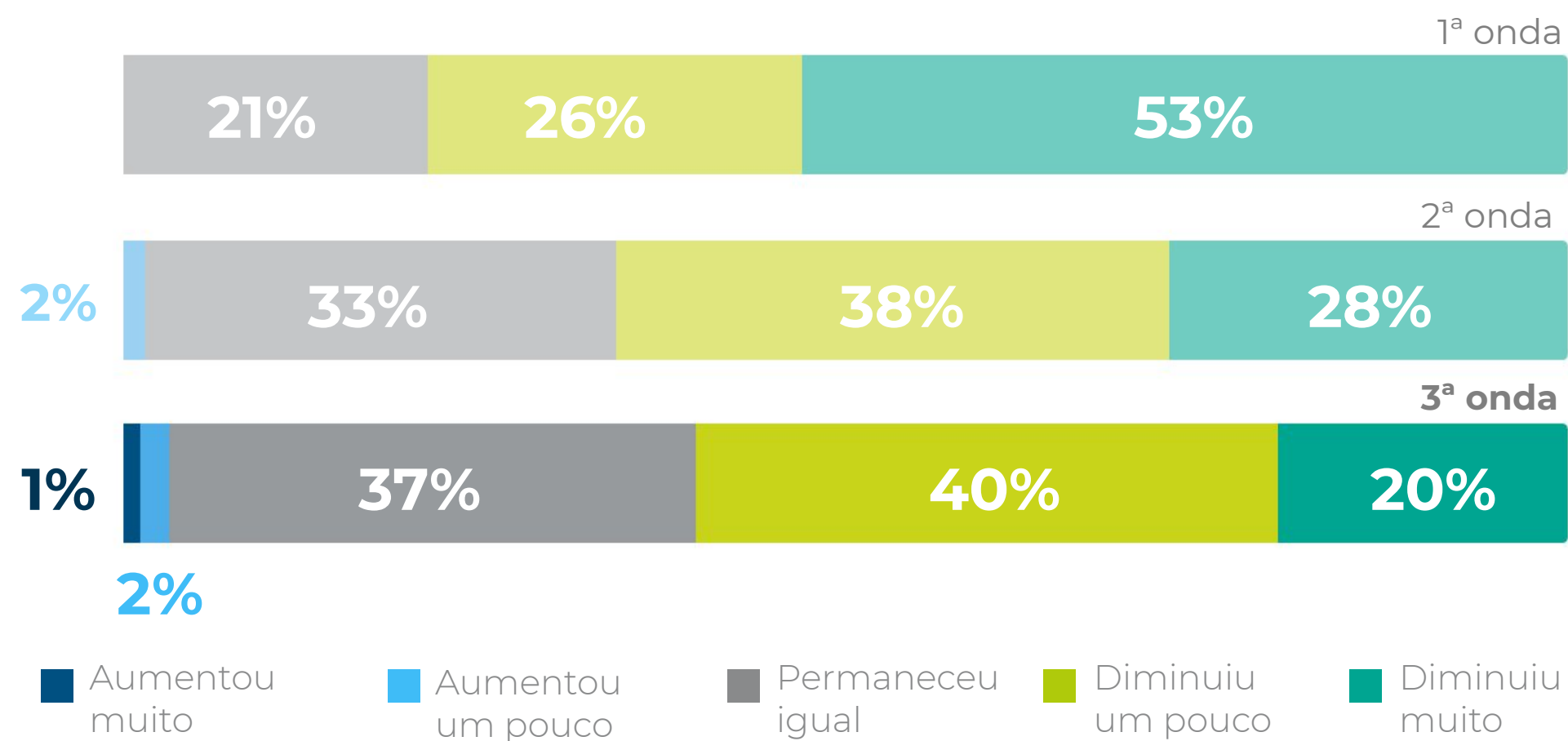
Segmento de atuação



Houve uma **menor** participação de profissionais de **vendas/locação** em comparação à 2ª onda.

Andamento das obras e construções seguem ganhando velocidade

Diante da pandemia do Coronavírus, você diria que o andamento das obras e construções dos seus empreendimentos:



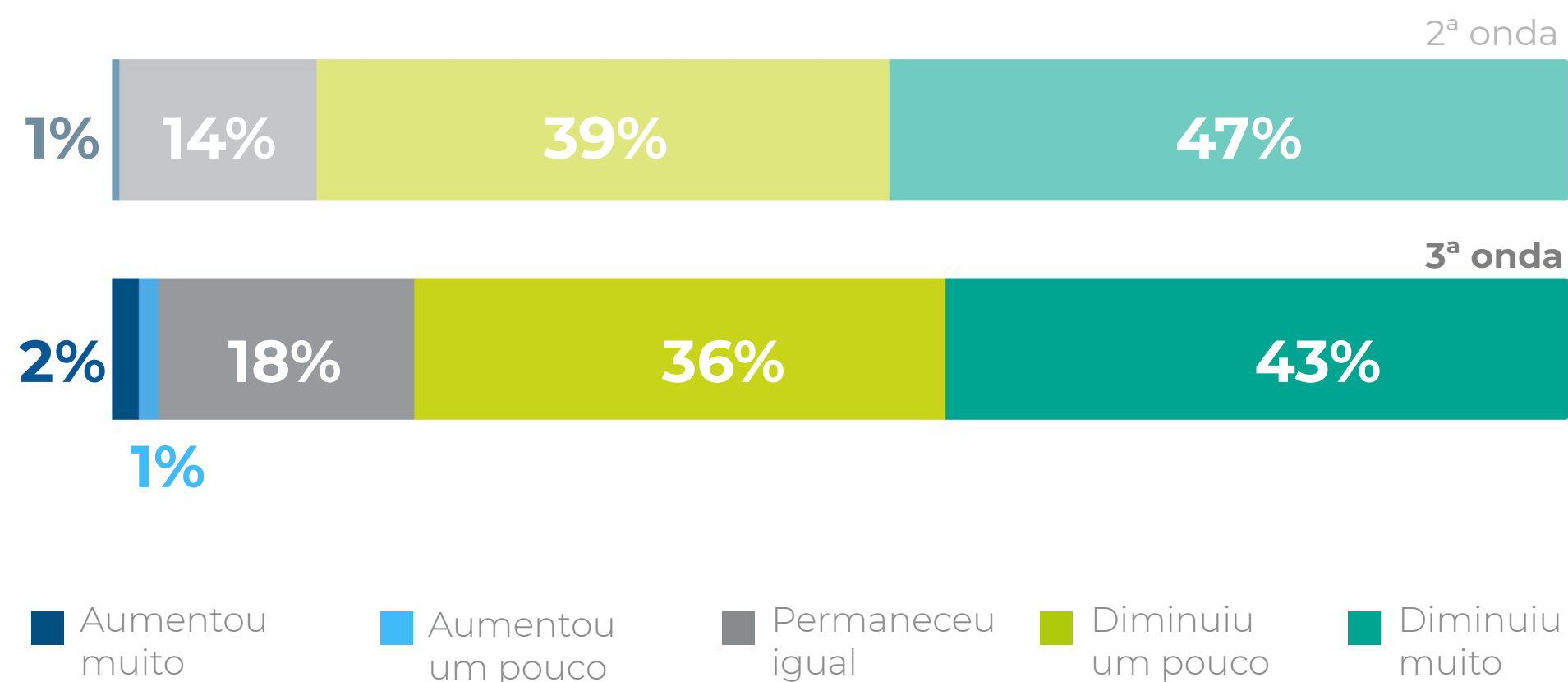
Cerca de **4 em cada 10** profissionais de incorporadoras/ construtoras entrevistados afirmam que o andamento das construções **permaneceu igual** diante da pandemia.

Por outro lado, **60%** declararam que houve **diminuição** no andamento das obras e construções.

Os dados mostram ainda um forte recuo da parcela de respondentes que relataram uma diminuição intensa no ritmo das obras, que sai de 53% na 1ª onda para apenas 20% na 3ª onda.

Queda na **previsão de lançamentos** para 2020

Diante da pandemia do Coronavírus, você diria que a previsão de lançamentos de empreendimentos para 2020:

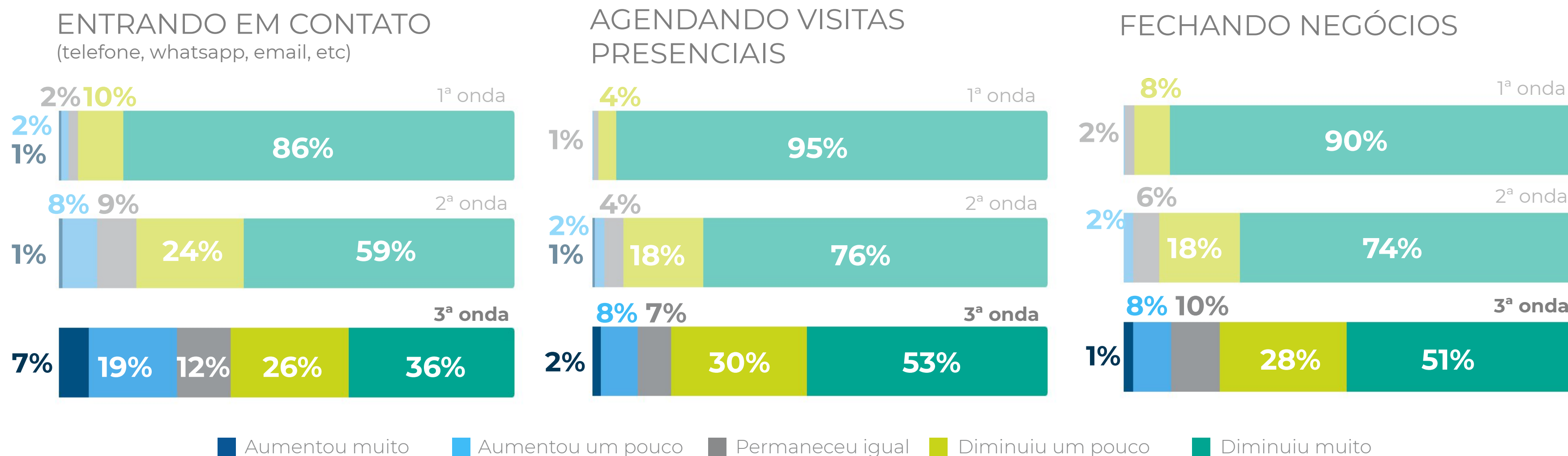


8 em cada 10 entrevistados do segmento informaram que houve **diminuição** na previsão de lançamentos para 2020, resultado 7 p.p. menor ao declarado na última pesquisa.

18% dos profissionais afirmam que a previsão de lançamentos não se alterou por causa da pandemia.

Aquecimento do **funil de vendas e locação** ocorre de forma consistente ao longo do tempo

Perguntamos aos profissionais do mercado sobre o número de interessados em imóveis...

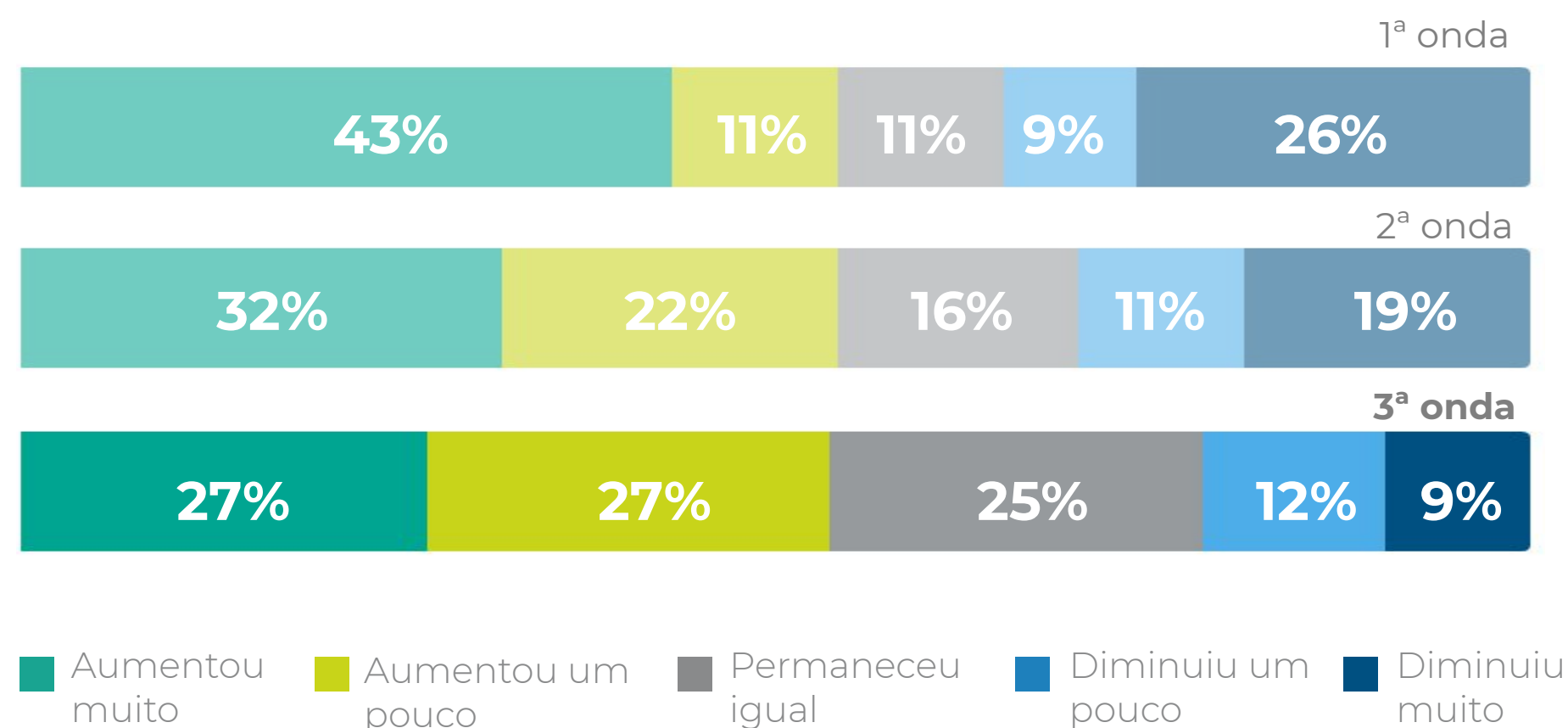


O cenário nessa onda se mostra **ainda mais favorável**, uma vez que há uma forte redução na percepção de que o volume de interessados em cada uma das três etapas do funil diminuiu muito: de 86% para 36% nos contatos, de 95% para 53% nas visitas presenciais e de 90% para 51% no fechamento de negócios da 1ª para 3ª onda.

Amostra: 3ª onda - 544 entrevistados; 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1180 entrevistados

Estabilização do número de cancelamentos e prorrogações de contratos diante do Coronavírus

Perguntamos aos profissionais do mercado sobre o número de interessados em imóveis cancelando/prorrogando contrato:



54% dos profissionais relataram **aumento** no número total de interessados cancelando ou prorrogando contratos, resultado semelhante às ondas anteriores. O destaque fica por conta da mudança de intensidade, que caiu 5 p.p. na categoria “aumentou muito” e subiu 5 p.p. na categoria “aumentou um pouco” quando comparado à 2ª onda.

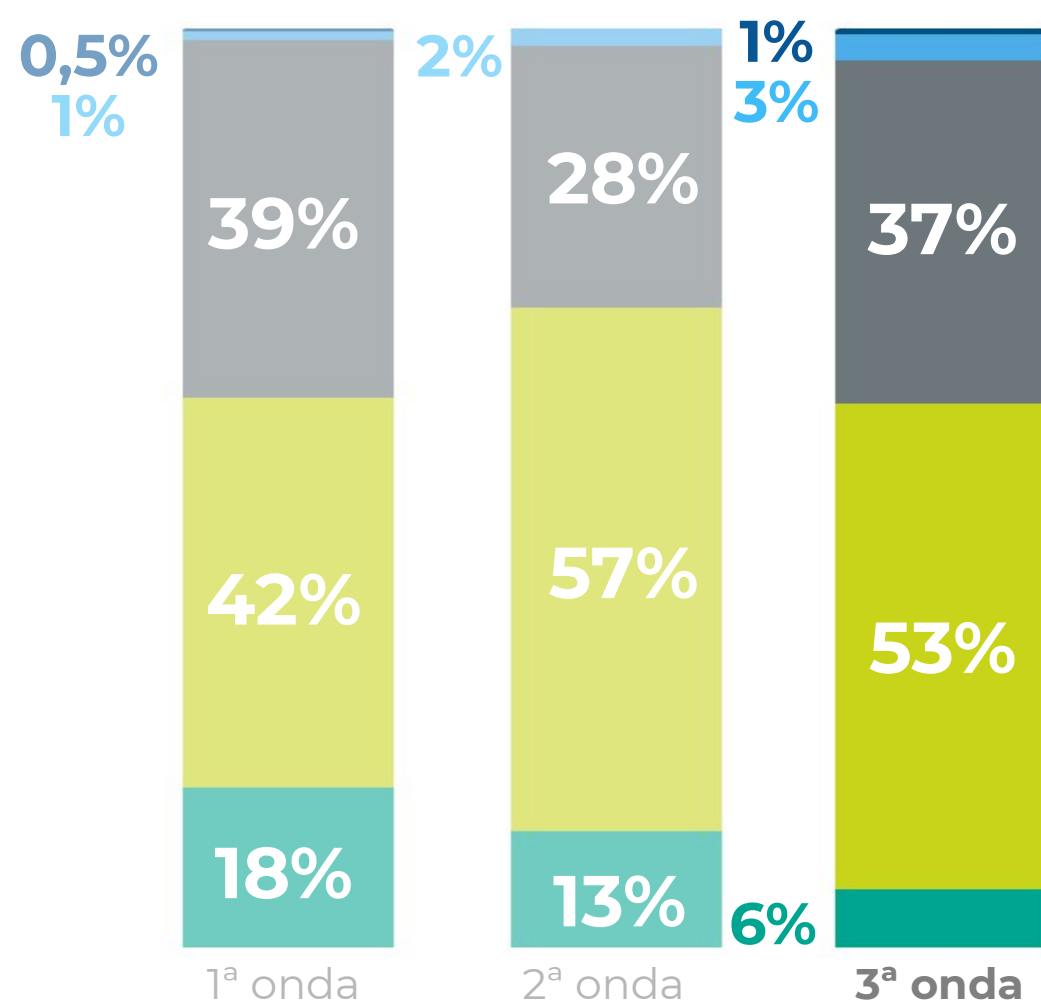
Há maior frequência na percepção de aumento intenso de cancelamentos/ prorrogação dos contratos para os que trabalham com locação (36%) do que com vendas (27%).

1 em cada 4 entrevistados afirmaram **não ter havido alterações** no número de cancelamentos/ prorrogações, o que representa um aumento de 9 p.p. em relação à 2ª onda e de 14 p.p. em relação à 1ª onda.

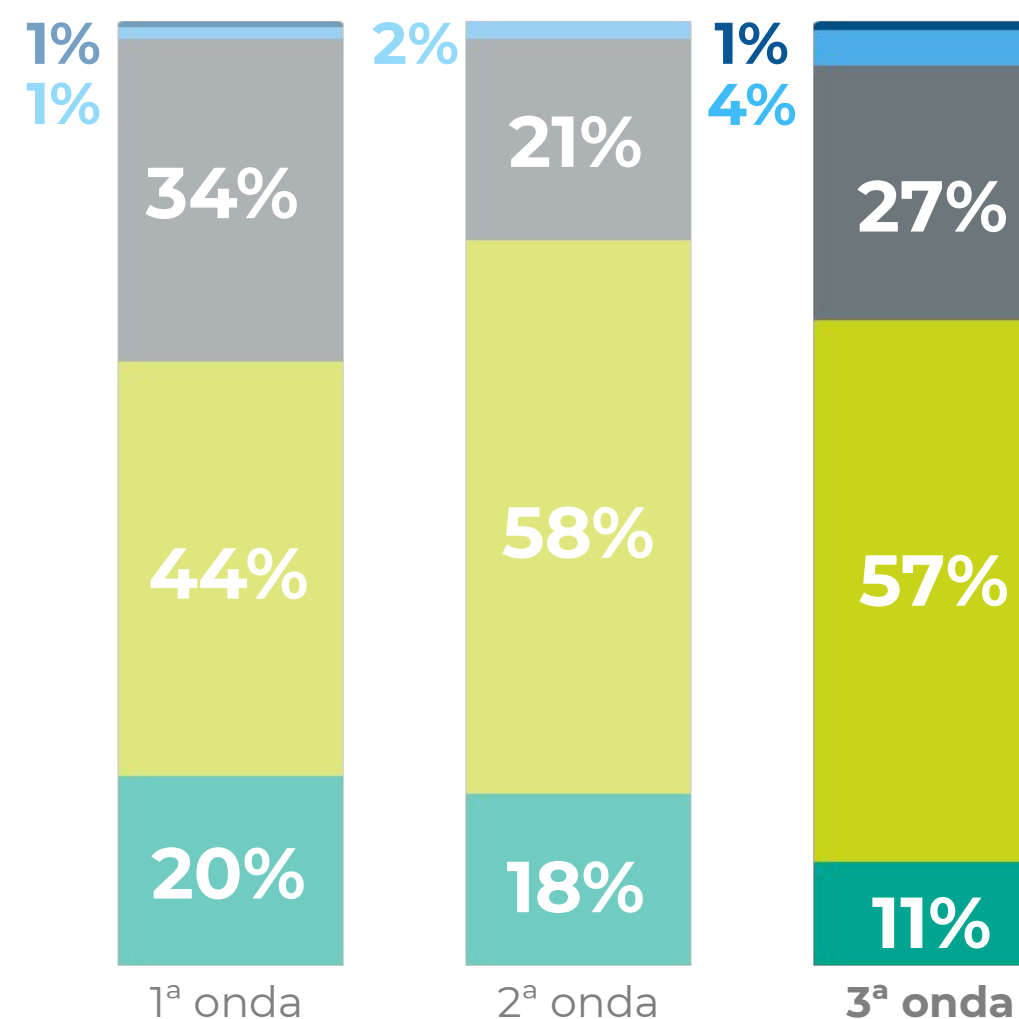
Menos profissionais acreditam que os **preços** irão diminuir muito nesse período

O que você acha que acontecerá com os preços de venda/locação dos imóveis durante esse período?

VENDA



LOCAÇÃO



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

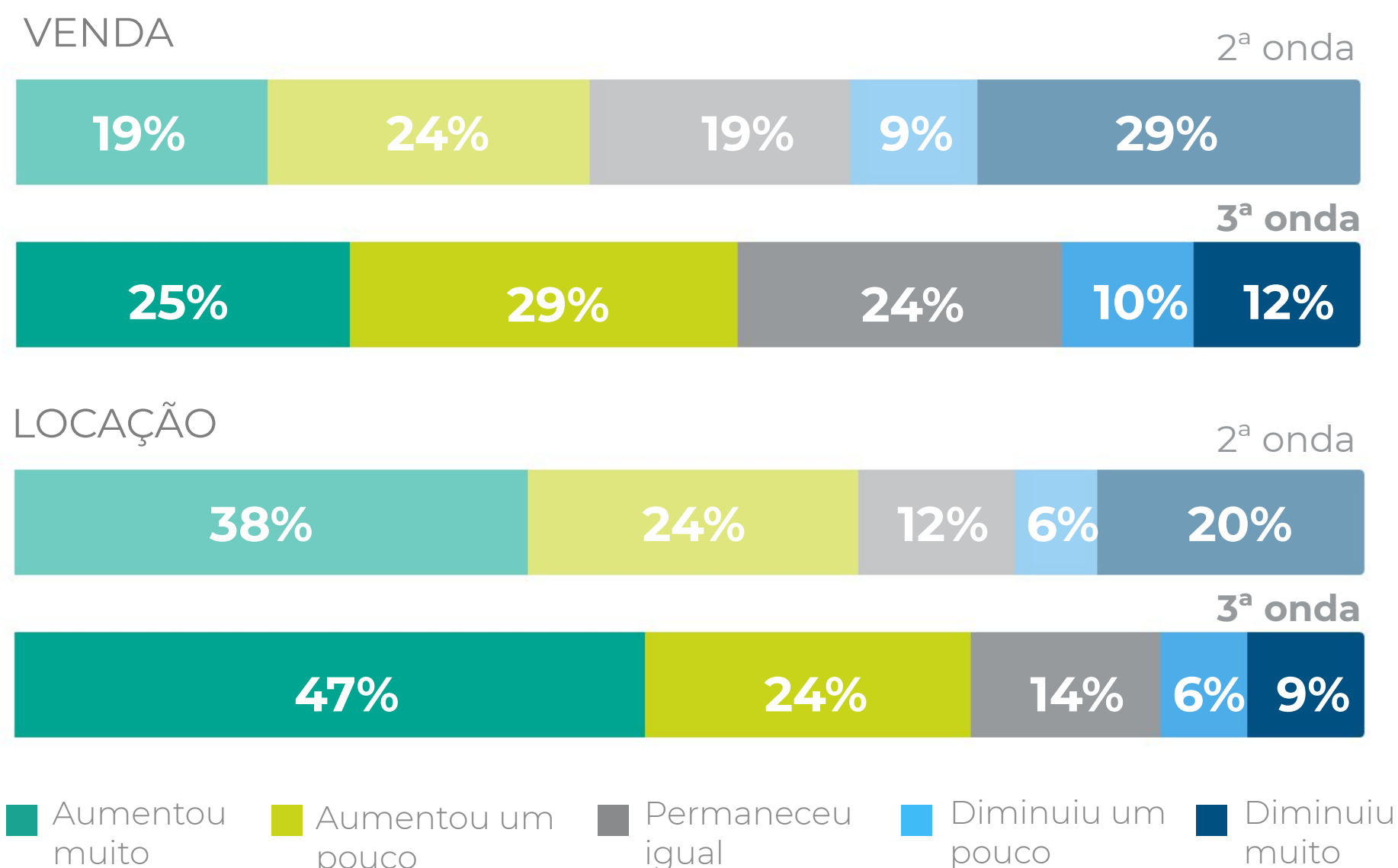
6 em cada 10 entrevistados acreditam que os **preços de venda** dos imóveis irão **diminuir** durante esse período, uma queda de 10 p.p. em relação à onda anterior.

7 em cada 10 entrevistados acreditam que os **preços de locação** dos imóveis irão **diminuir** durante esse período, uma queda de 9 p.p. em relação à onda anterior.

Destaque deve ser dado ao público que acredita que os preços permanecerão iguais nesse período que aumentou em 9 p.p. para venda e em 6 p.p. para locação em comparação à 2ª onda.

Profissionais relatam que mais consumidores estão buscando **negociar o valor final de transação**

O número de interessados em imóveis procurando negociar o valor de compra/locação dos imóveis anunciados:

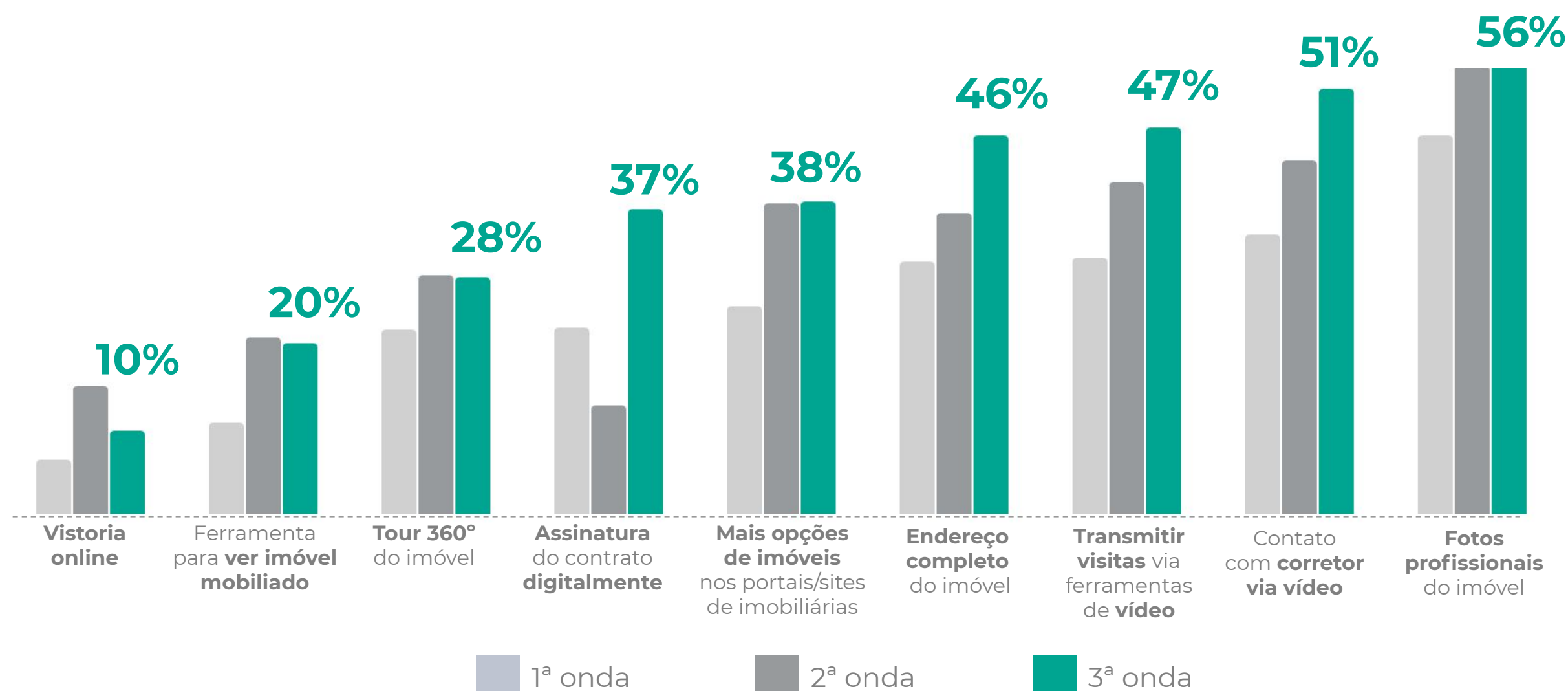


No mercado de venda, cerca de **1 em cada 2** entrevistados afirmou que houve **aumento** na procura para negociar valores, um aumento de 11 p.p. em relação à pesquisa anterior (43%).

Já a procura por negociação no mercado de locação está mais intensa. **71%** dos profissionais relataram aumento do número de interessados em imóveis procurando negociar valores, um aumento de 9 p.p. em relação à 2ª onda (62%).

Maior adesão à tecnologia, com destaque para assinatura digital de contratos

Quais medidas você ou a sua empresa adotou para auxiliar a busca por imóvel dos consumidores durante período de pandemia do Coronavírus??



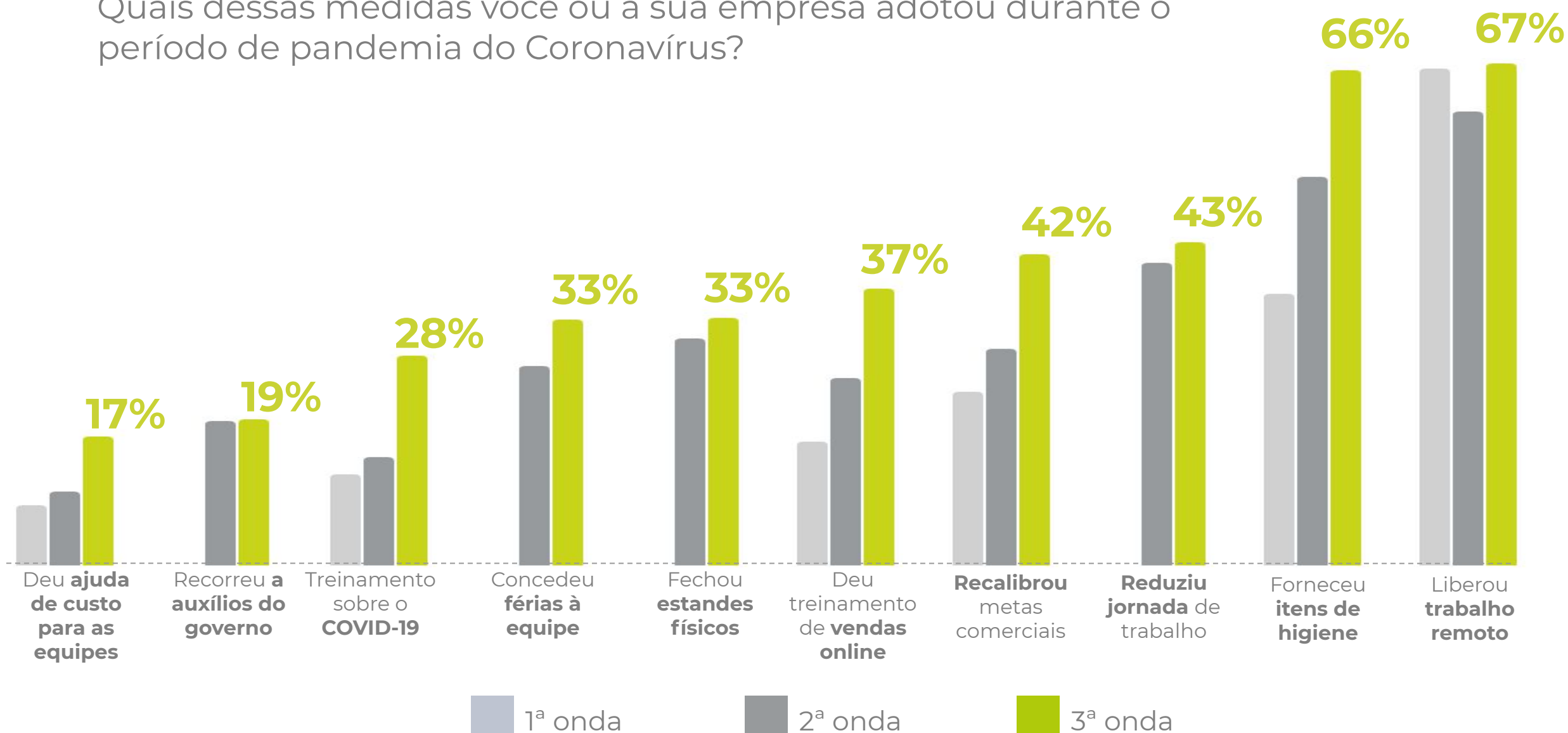
Os profissionais do mercado imobiliário passaram **a adotar com mais intensidade** medidas para auxiliar a busca por parte do consumidor (multiplicidade de respostas subiu de 3 para 3,5). A nível individual, somente a adoção de vistoria online e de ferramentas para ver como ficará o imóvel mobiliado sofrem queda da 2ª para a 3ª onda.

Em relação a última onda, houve **aumento** no contato com o corretor via vídeo (+9 p.p.), na transmissão de visitas via ferramentas de vídeo (+10 p.p.), na disponibilização de endereço completo nos anúncios (+6 p.p.) e no fornecimento de assinatura digital dos contratos (+8 p.p.).

Amostra: 3ª onda - 544 entrevistados; 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1.180 entrevistados.
Multiplicidade de respostas: 3ª onda - 3,5; 2ª onda - 3; 1ª onda - 2,3.

A recalibração das **metas comerciais** e **treinamentos** sobre vendas online ganham importância na quarentena

Quais dessas medidas você ou a sua empresa adotou durante o período de pandemia do Coronavírus?



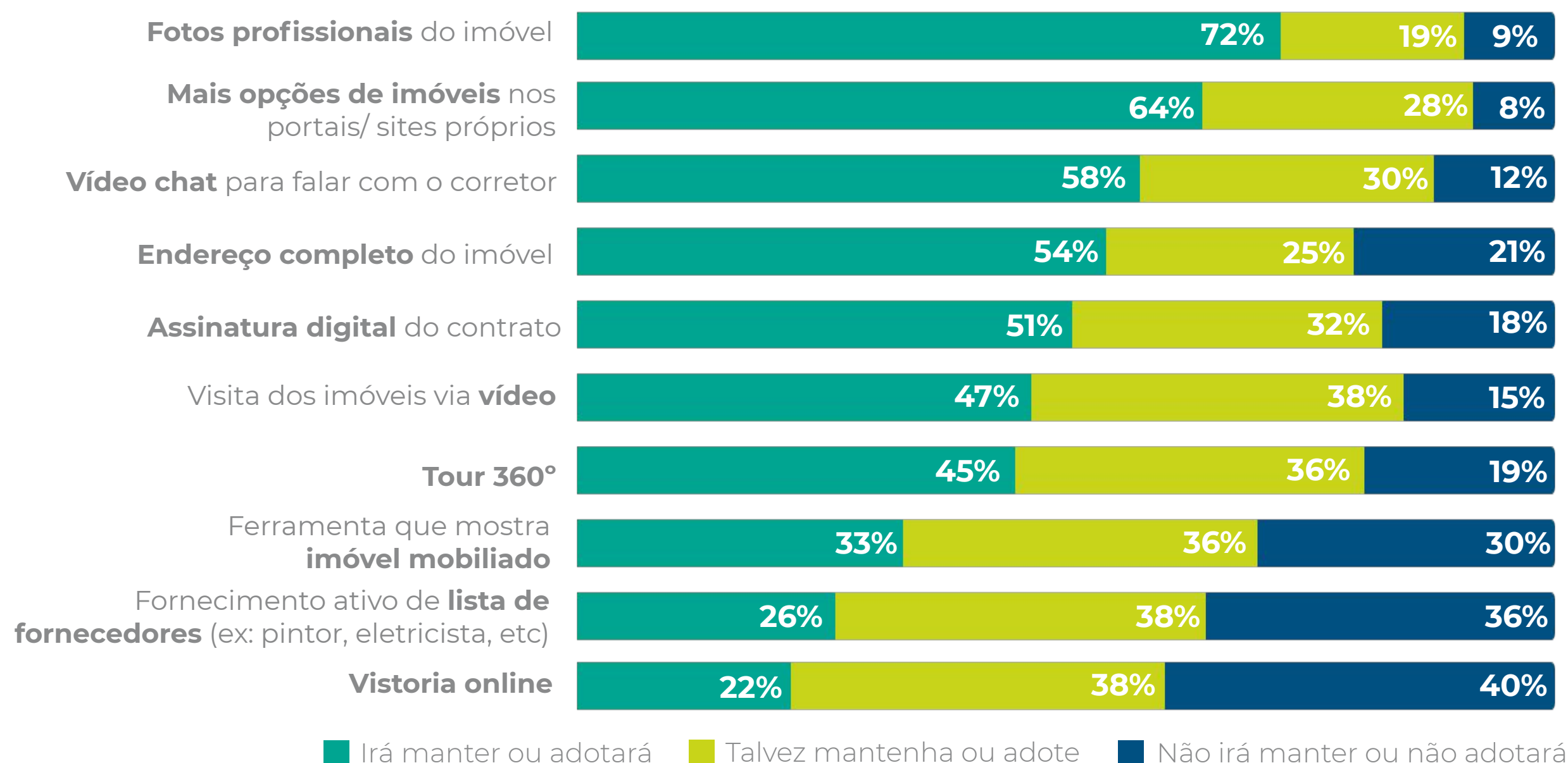
4 em cada 10 profissionais relataram reduções na jornada de trabalho e recalibração de metas comerciais durante a pandemia.

No comparativo com a onda anterior, destaca-se o aumento no fornecimento dos itens de prevenção/ higienização (+14 p.p.), na recalibração das metas comerciais (+13 p.p.) e dos treinamentos online (+12 p.p.).

Amostra: 3ª onda - 544 entrevistados; 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1.180 entrevistados.
Multiplicidade de respostas: 3ª onda - 3,9; 2ª onda - 3,1; 1ª onda - 1,8.

Fotos profissionais e vídeo chat são as **medidas para auxiliar a busca por imóvel** que vieram para ficar

Após passar o período de pandemia do Coronavírus, indique qual a sua intenção ou da sua empresa em relação às seguintes medidas para auxiliar a busca por imóveis:



Amostra: 544 entrevistados

Fotos profissionais, maior portfólio online, video chat para falar com o corretor, endereço completo no anúncio e assinatura digital do contrato são as medidas para auxiliar a busca de imóvel com **mais de 50% de intenção de continuidade** no pós-pandemia.

Entre as opções **menos consideradas**, ou seja, com maior indicação de que não irão manter ou adotar, estão o serviço de vistoria online (40%), fornecimento de lista de fornecedores (36%) e ferramenta virtual para visualização do imóvel mobiliado (30%).

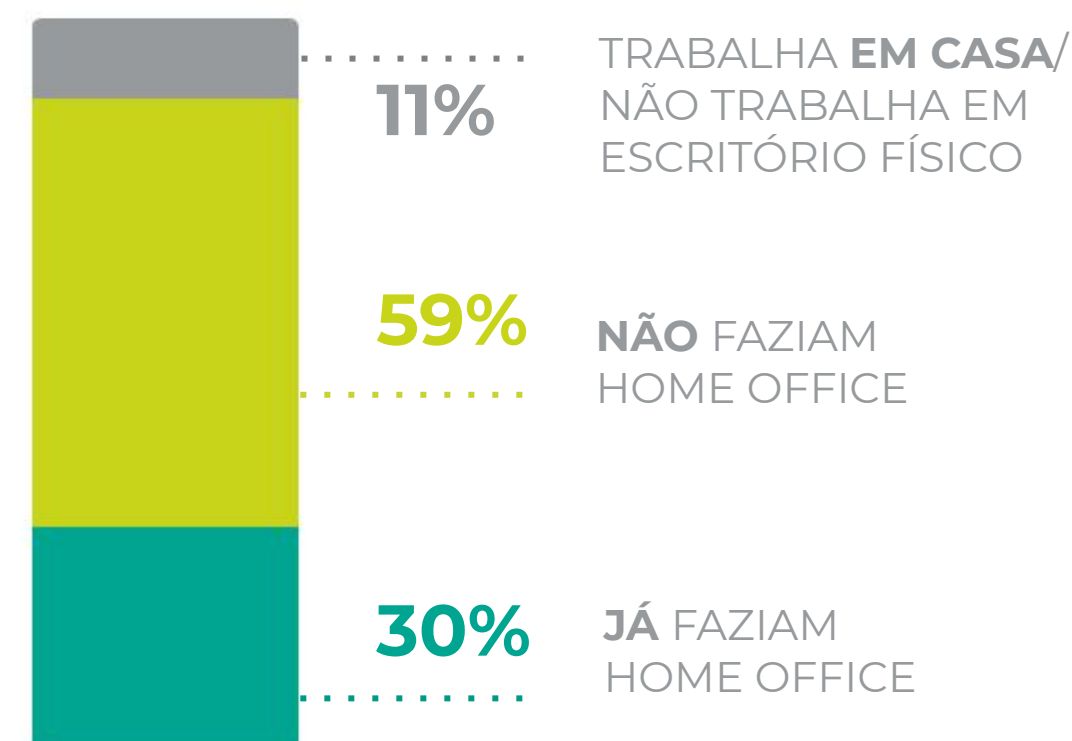
Muito espaço físico e **pouco home office** nos negócios imobiliários

Considerando os efeitos da pandemia e o formato de trabalho da sua empresa, você diria que **ter um espaço físico** para a execução dos negócios da sua empresa é:



87% dos profissionais acreditam que é **fundamental ou desejável ter um espaço físico** para execução dos seus negócios e apenas **1 em cada 10** entrevistados acreditam que essas instalações não são necessárias.

A adoção de **home office** já era uma política implementada na sua empresa **antes da pandemia**?



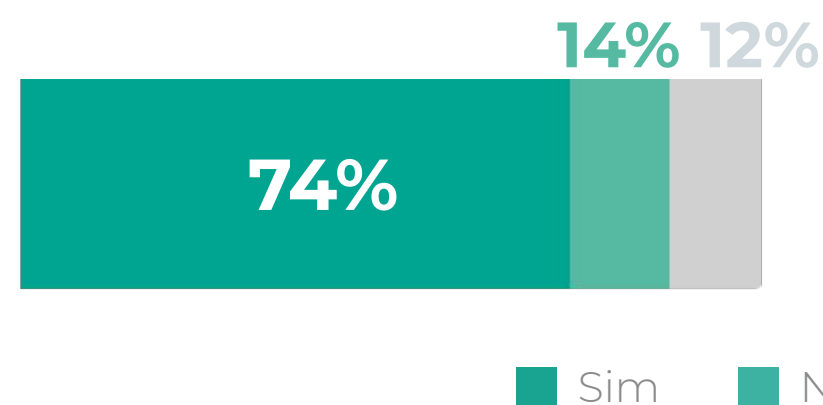
Em linha, **6 em cada 10** respondentes informaram que o **trabalho remoto/ home office não era uma política implementada** na sua empresa antes da pandemia do Coronavírus.

Muito espaço físico e **pouco home office** nos negócios imobiliários

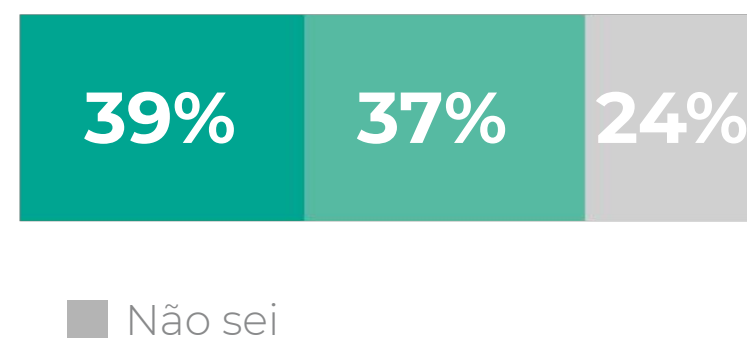
Indique se as frases abaixo estão de acordo com as diretrizes da sua empresa em relação a situação de home office/ trabalho remoto:

JÁ IMPLEMENTAM O HOME OFFICE

A empresa pretende **manter a política de home office** após passar o período de isolamento social/ quarentena?

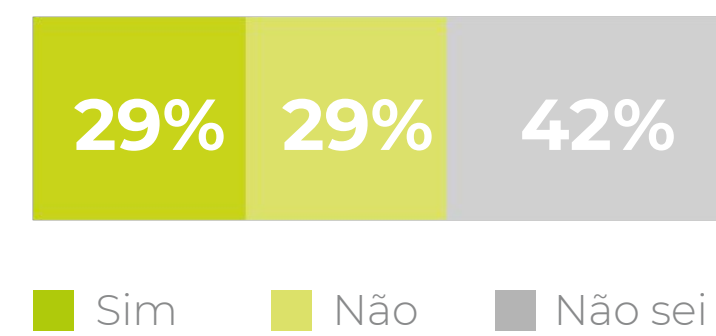


A empresa tem a intenção de **estender o home office de maneira permanente**, sem necessidade de escritório físico?



NÃO IMPLEMENTAM O HOME OFFICE

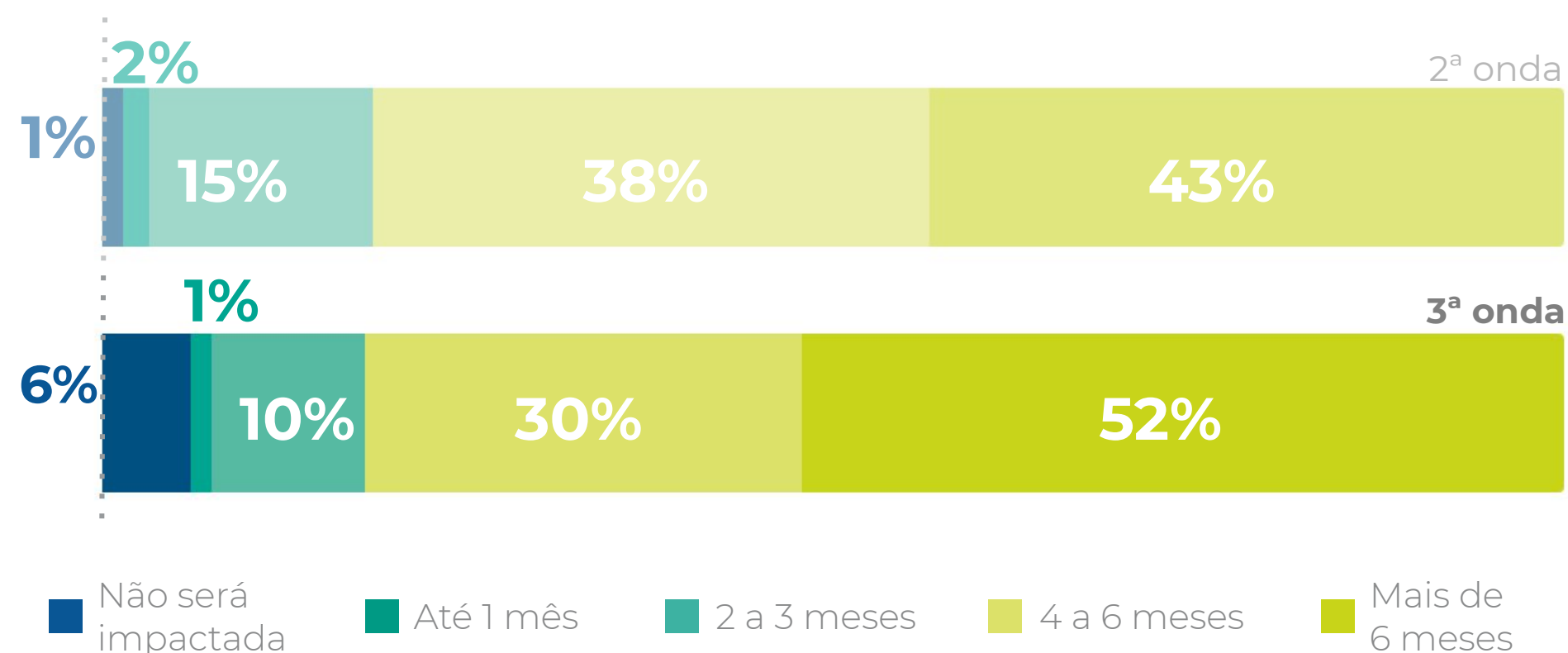
A empresa pretende **adotar a política de home office** a partir desse momento?



Entre as empresas que já tinham o home office implementado, cerca de **3 em cada 4** entrevistados afirmam que elas pretendem **manter a política após passar o período de isolamento social**. Ainda em relação a esse grupo, **39%** indicam a possibilidade de estender o trabalho remoto de maneira permanente. Entre aqueles que não tem a política implementada, cerca de **4 em cada 10** não sabem se a empresa adotará o home office a partir desse momento.

Longo impacto da pandemia nos negócios imobiliários

Considerando os efeitos da pandemia na economia, por quanto tempo você acredita que o seu negócio será impactado?

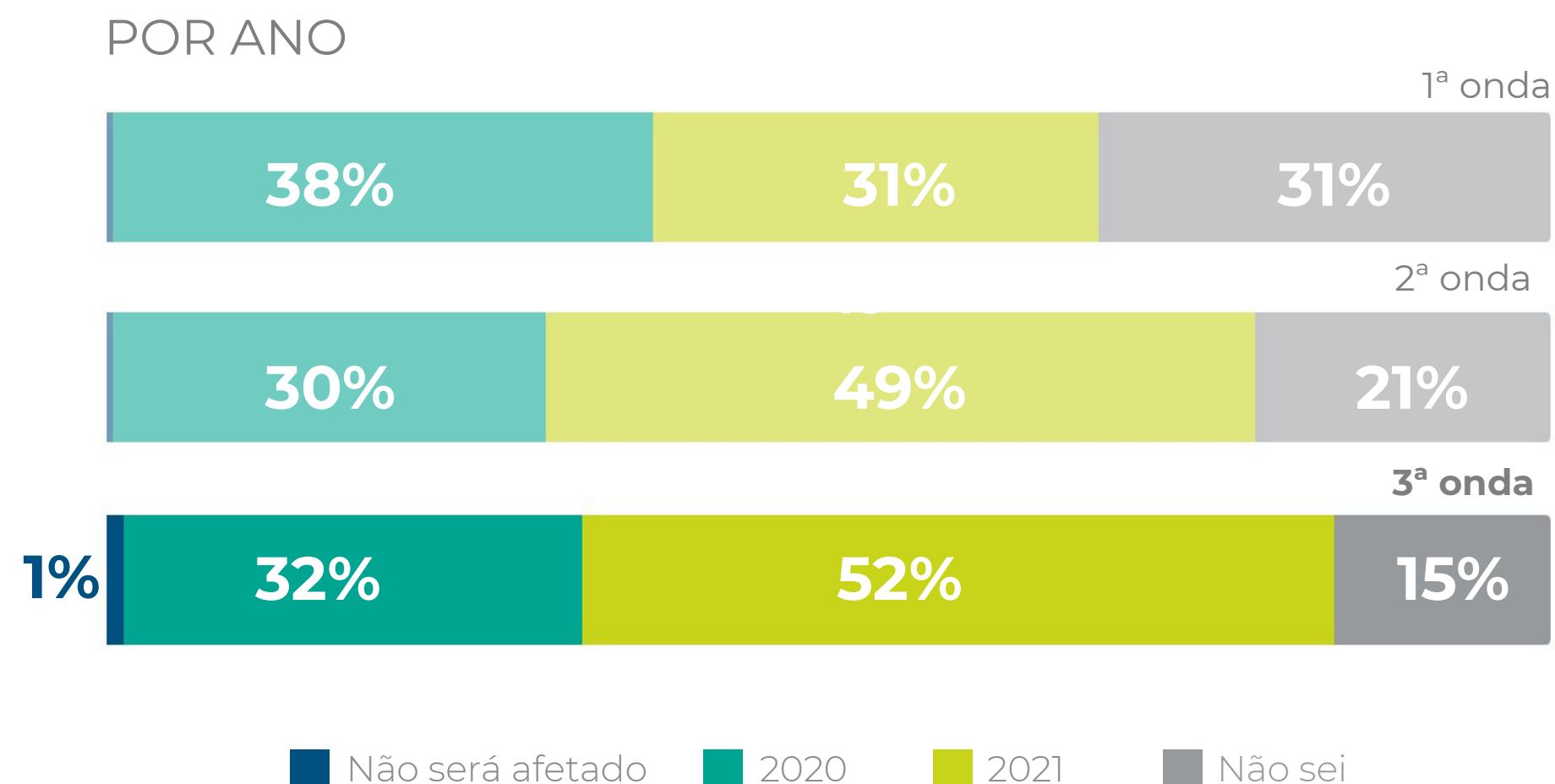


1 em cada 2 entrevistados acredita que o impacto da pandemia nos seus negócios será de **mais de 6 meses**, um aumento de 9 p.p. em relação à onda anterior (de 43% para 52%).

Aumentou também a parcela de profissionais que acredita que a pandemia **não afetará seus negócios** (de 1% para 6%).

Queda da incerteza em relação à retomada do mercado imobiliário

Considerando o cenário econômico do início do ano em que o mercado imobiliário apresentava tendência de crescimento para 2020, a sua percepção diante da pandemia do Coronavírus é de que esse mercado:

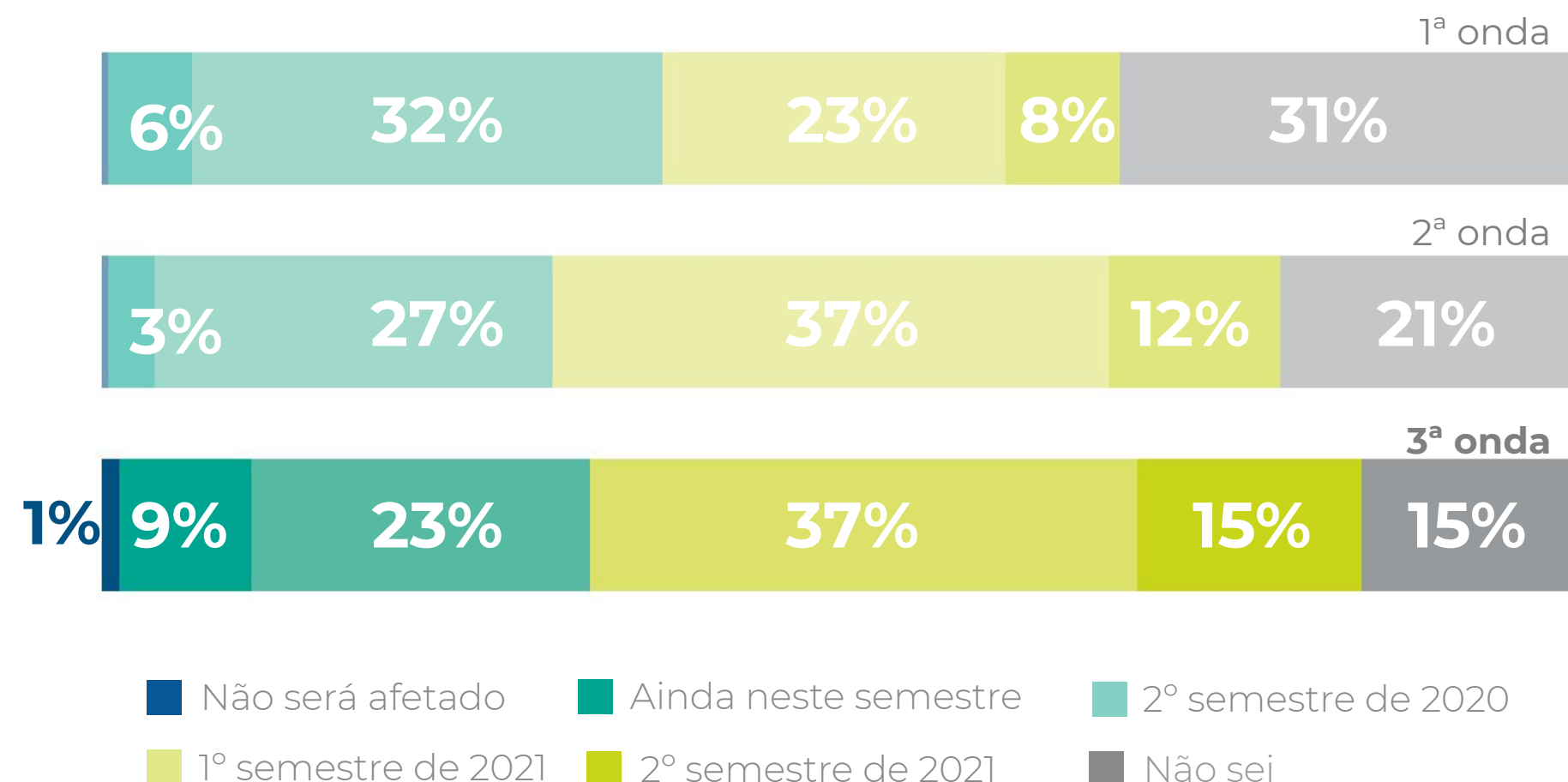


A clareza em relação ao futuro vai ficando cada vez maior conforme aponta a consistente **redução** do percentual de respondentes que declaram **não saber quando se dará a retomada**, com queda de 17 p.p. em relação à 1ª onda e de 6 p.p. em relação à 2ª onda. Ainda, **5 em cada 10 profissionais** do mercado acreditam que ele só voltará a **aquecer novamente em 2021**.

Queda da incerteza em relação à retomada do mercado imobiliário

Considerando o cenário econômico do início do ano em que o mercado imobiliário apresentava tendência de crescimento para 2020, a sua percepção diante da pandemia do Coronavírus é de que esse mercado:

POR SEMESTRE



O percentual de profissionais que acredita que o mercado voltará a aquecer no próximo semestre também vem sofrendo constantes reduções e atinge seu menor valor nessa 3ª onda (23%). P

Amostra: 3ª onda - 544 entrevistados; 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1.180 entrevistados. Desconsiderou-se 1% na 1ª onda e 0,4% na 2ª onda de quem informa que o mercado não será afetado.

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

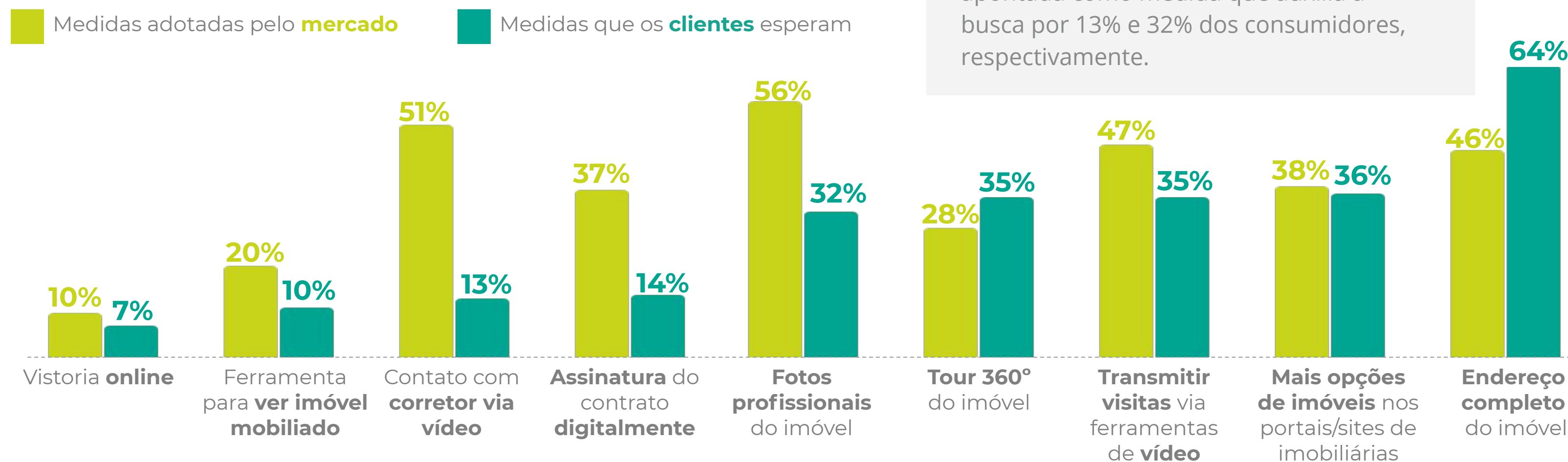


Disparidade entre o desejo dos consumidores e as medidas adotadas pelos profissionais do mercado

Quais dessas medidas poderiam ser adotadas/ foram adotadas para auxiliar sua busca por imóvel durante esse período de pandemia do Coronavírus?

Assim como na 2ª onda, os resultados mostram que **disponibilizar endereço completo para ser possível ver a vizinhança online é a prática mais demandada pelos consumidores (64%)**, enquanto a mais adotada pelo mercado é **a de por fotos profissionais dos imóveis nos portais/ sites próprios (56%)**.

O contato com o corretor via vídeo e o uso de fotos profissionais dos imóveis foram adotadas por mais de 50% dos profissionais do mercado, porém só é apontada como medida que auxilia a busca por 13% e 32% dos consumidores, respectivamente.



Amostra: 1. Consumidores: 3.469 entrevistados. Multiplicidade das respostas: 2,59;
 2. Profissionais do mercado: 544 entrevistados. Multiplicidade das respostas: 3,52.

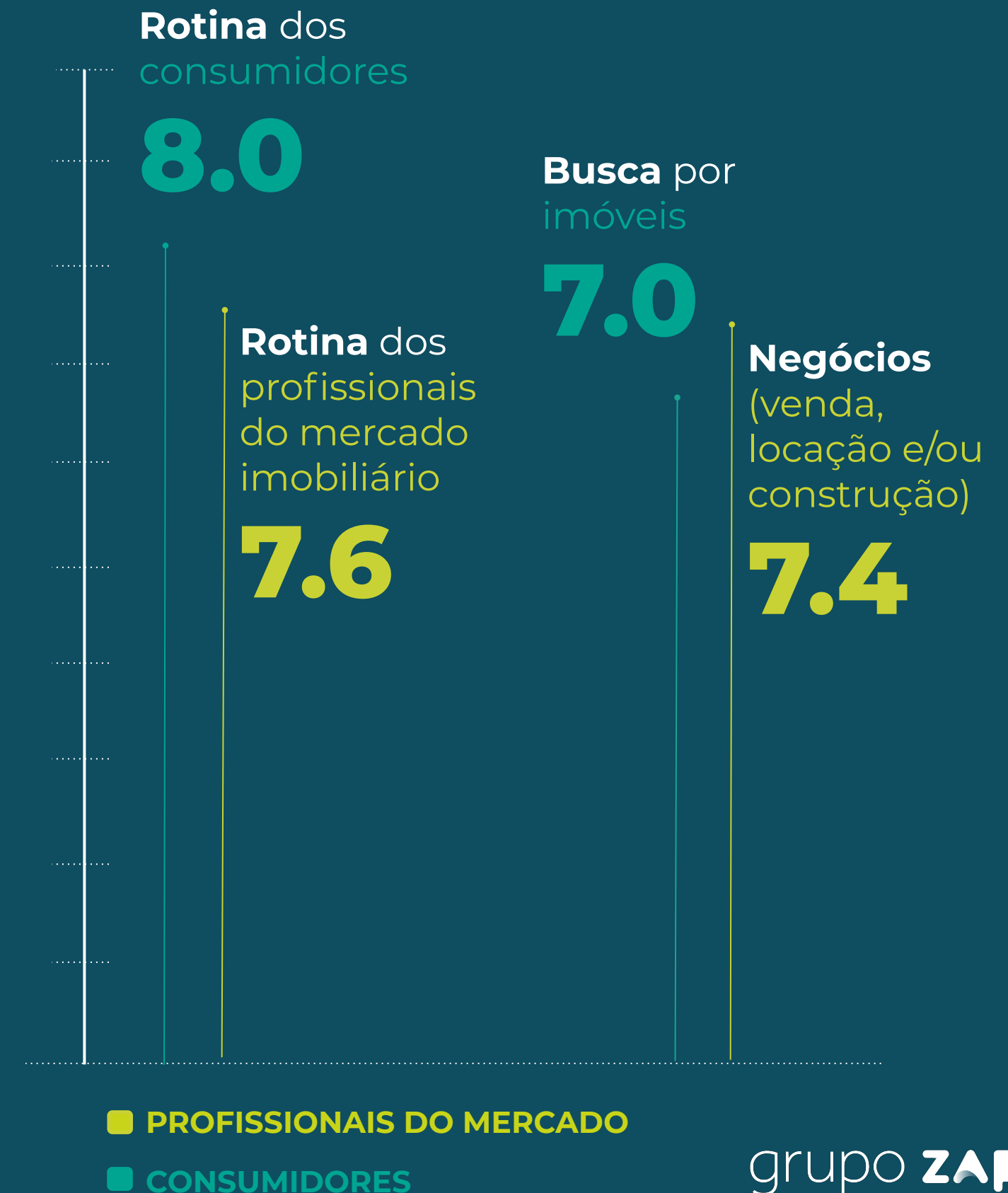
Coronavírus impacta menos a busca dos consumidores do que os negócios imobiliários

Em uma escala de 0 a 10, o quanto você diria que a pandemia do Coronavírus afetou sua rotina/ seus negócios/ sua busca por imóvel?

Pela primeira vez desde o início da série, os consumidores de imóveis relatam um impacto na rotina decorrente do Coronavírus maior do que os profissionais do mercado.

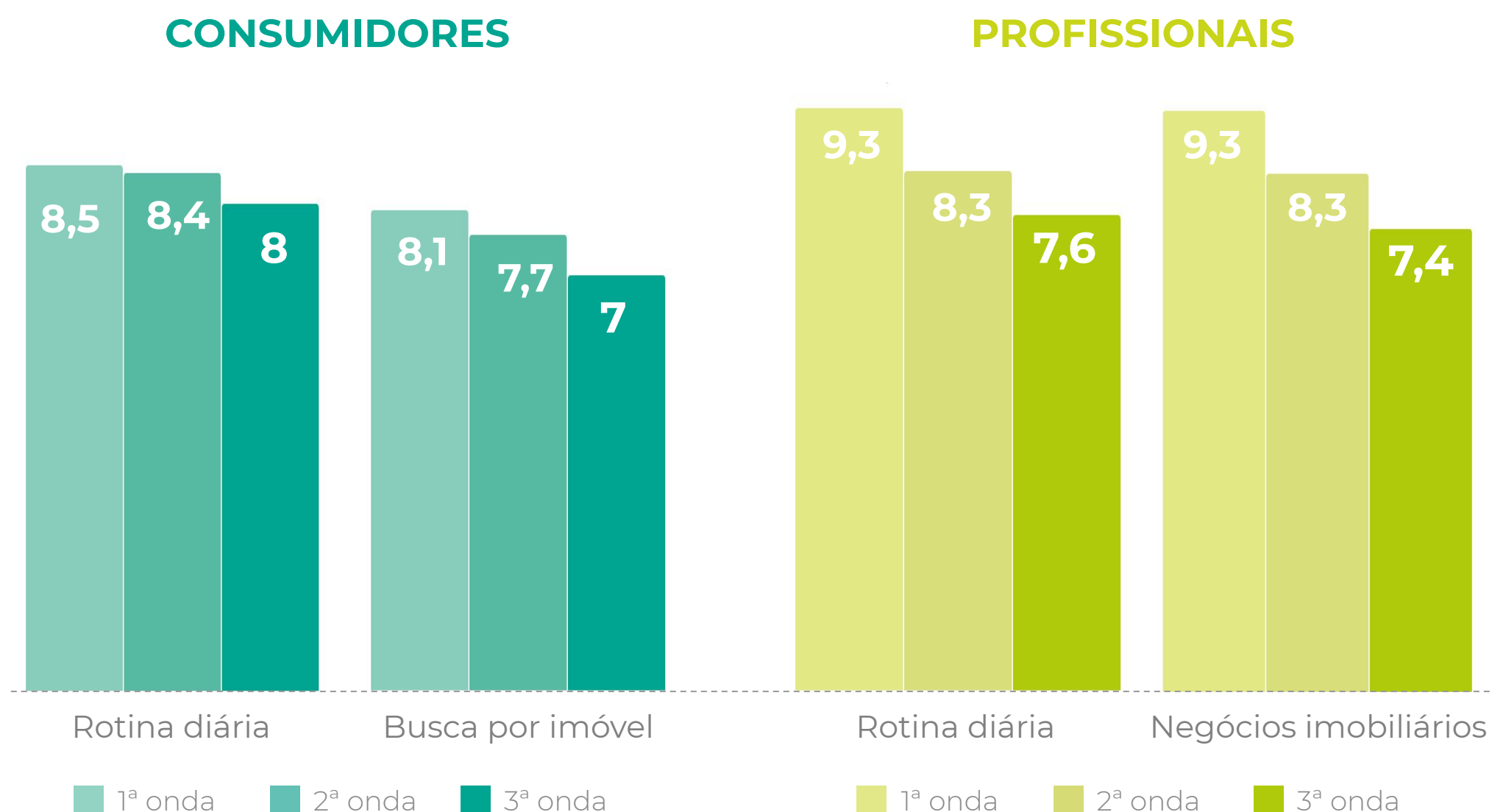
Contudo, assim como na onda anterior, no que diz respeito à dinâmica do mercado imobiliário em si, a **percepção dos profissionais sobre o impacto da pandemia nos negócios é maior do que a dos consumidores em relação ao processo de busca por um imóvel** (média de nota de 7,4 para o primeiro grupo contra 7 para o segundo).

Amostra: 1. Consumidores: 3.469 entrevistados;
2. Profissionais do mercado: 544 entrevistados



Redução do **impacto da pandemia** para consumidores e profissionais do mercado

Em uma escala de 0 a 10, o quanto você diria que a pandemia do Coronavírus afetou sua rotina/ seus negócios/ sua busca por imóvel?



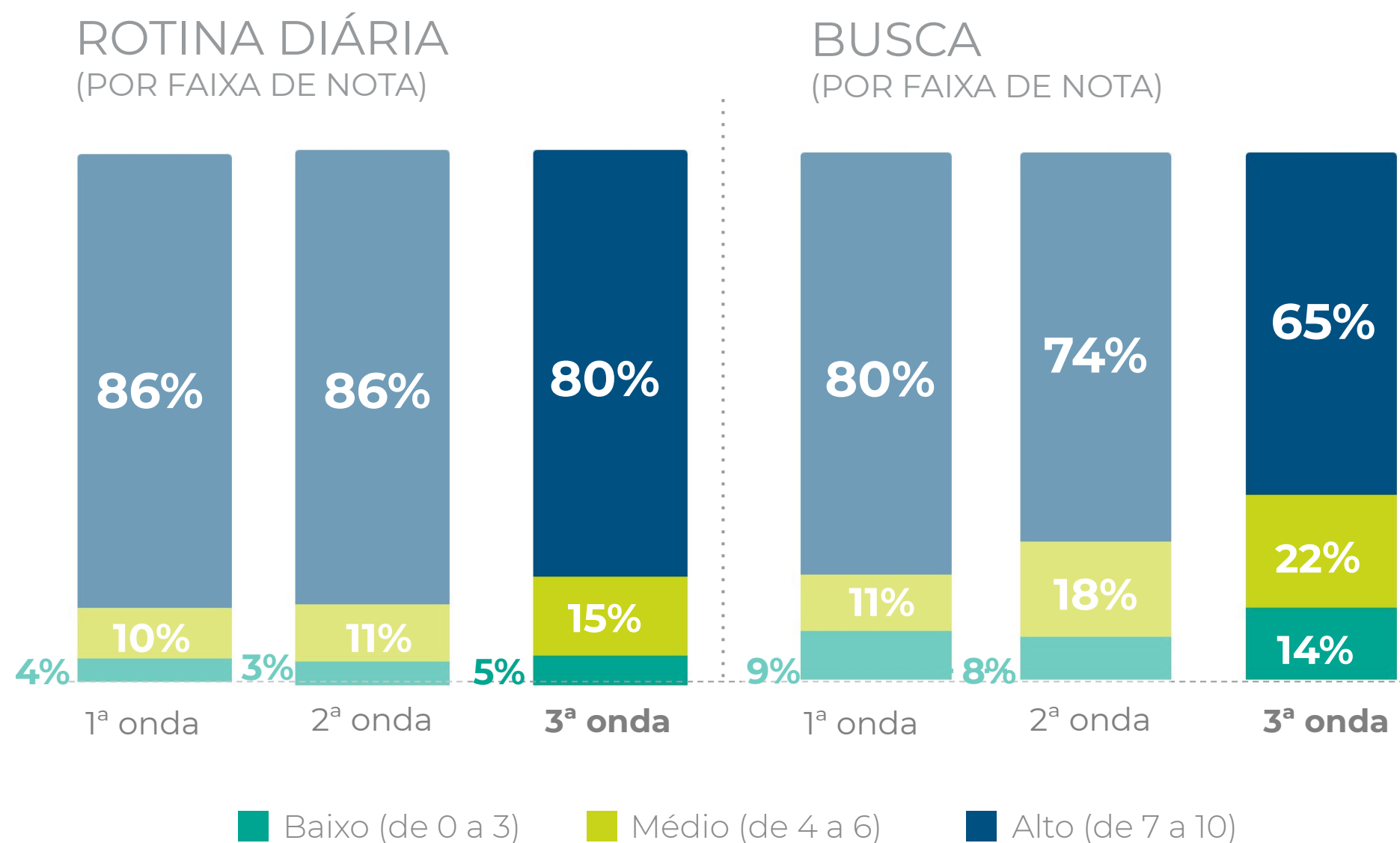
O impacto do Coronavírus sentido pelos agentes do mercado imobiliário se reduz de forma consistente ao longo das pesquisas, apesar de ainda ser, na média, alto (na faixa entre 7 e 10).

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 2ª e a 3ª onda (de 7,7 para 7).

Apesar da interferência da pandemia ainda ser alta para os **profissionais**, houve também para esse grupo uma **melhora expressiva na percepção média do impacto nos negócios** entre as duas últimas ondas (de 8,3 para 7,4).

Redução do **impacto da pandemia** na busca por imóvel dos **consumidores**

Em uma escala de 0 a 10, o quanto você diria que a pandemia do Coronavírus afetou sua rotina/ sua busca por imóvel?



Amostra: 3ª onda - 3.469 entrevistados; 2ª onda - 1.700 entrevistados; 1ª onda - 3.759 entrevistados.

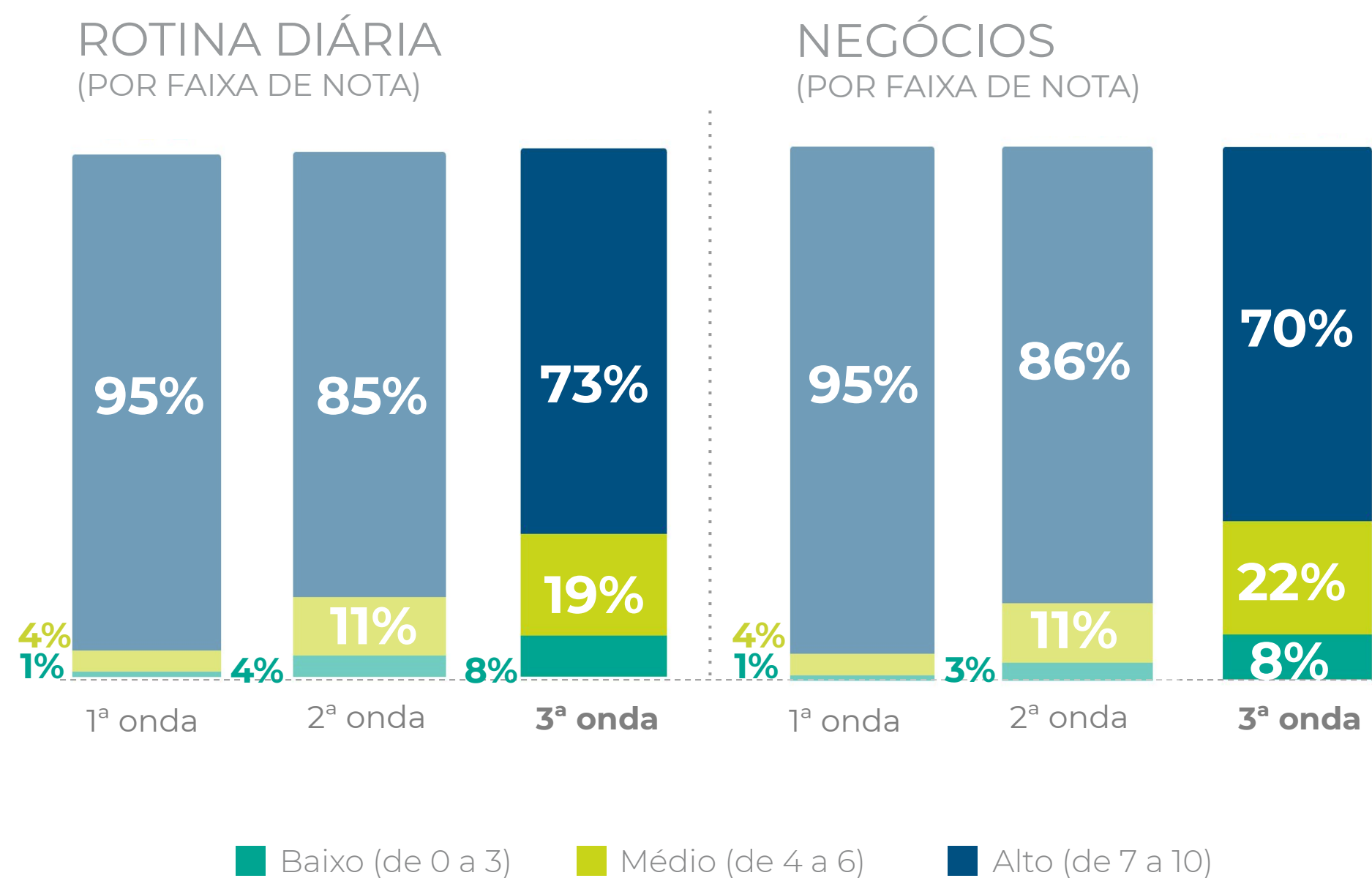
4 a cada 5 consumidores atribui uma nota de **7 a 10 (alta)** para a interferência do Coronavírus na sua **rotina** diária. Essa percepção é 5 p.p. menor que a declarada na onda anterior, onde 85% atribuíram um alto impacto do coronavírus na alteração da rotina.

Já em relação ao processo de **busca** por imóvel, ainda que **65%** dos entrevistados avaliem o impacto da pandemia como **alto**, houve uma queda de 9 p.p. em relação à 2ª onda e de 15 p.p. em relação à 1ª, evidenciando uma melhora para o setor sob a perspectiva do consumidor.

Na 3ª onda, **41% dos consumidores** que desejam **comprar** um imóvel atribuem nota de 0 a 6 para o impacto da pandemia na busca, enquanto para os que desejam **alugar** esse percentual é de **29%**, deixando claro que o primeiro público foi impactado de forma menos intensa pela pandemia em relação à busca.

Forte queda no impacto da pandemia para os profissionais do mercado

Em uma escala de 0 a 10, o quanto você diria que a pandemia do Coronavírus afetou sua rotina/ seus negócios?



Amostra: 3ª onda - 544 entrevistados; 2ª onda - 902 entrevistados; 1ª onda - 1.180 entrevistados.

73% dos profissionais atribui uma nota de **7 a 10 (alta)** para a interferência do Coronavírus na sua **rotina** diária. Essa percepção é 12 p.p. menor que a declarada na onda anterior, onde 85% atribuíram um alto impacto do coronavírus na alteração da rotina e 22 p.p. menor que na 1ª onda, onde 95% declararam tal impacto.

Apesar de **7 em cada 10** entrevistados avaliarem o impacto da pandemia nos **negócios** como **alto**, é clara a **melhora nesse cenário**, que apresenta consistente queda percentual na faixa de alto impacto ao longo das três ondas (de 16 p.p. em relação à 2ª onda e de 25 p.p. em relação à 1ª).

Na 3ª onda os **profissionais que atuam fora das capitais são mais positivos**, tanto em relação ao impacto da pandemia na rotina diária quanto nos negócios imobiliários. Em relação a esse segundo aspecto, apenas **24%** dos profissionais atuantes na capital relatam baixo ou médio impacto (notas de 0 a 6) nos seus negócios, enquanto em outras localidades esse percentual é de **42%**.

grupo **ZAP** data **ZAP**