

**zap<sup>+</sup>**

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

**Abril 2021**

**DataZAP**



# Introdução

Em linha com a nossa missão de esmiuçar o comportamento e expectativas dos diversos agentes do mercado imobiliário, a DataZAP, braço de inteligência de dados do ZAP+, **lança a quarta edição da pesquisa “A influência do Coronavírus no mercado imobiliário brasileiro”** que contou com cerca de 3 mil respondentes de todo Brasil, incluindo consumidores e profissionais do mercado. Neste relatório nos concentramos nas respostas dos usuários de nossos portais.

Depois de ter demonstrado resiliência, com agilidade em se adaptar e forte crescimento durante a pandemia, o mercado imobiliário atravessa de forma singular as transformações que estão ocorrendo no nosso modo de viver. Em qualquer cenário já sabemos que as pessoas reforçarão algumas tendências, mas deverão incorporar novidades em suas preferências e comportamentos.

Por exemplo, com a prolongação da quarentena, alguns atributos – como vista desimpedida, varanda, e ambientes bem divididos – mantêm relevância na procura por novas residências.

Da mesma maneira a presença local de comércio e serviço se destaca (mesmo com a expansão do e-commerce e serviços de entrega). Além dos comparativos com as edições realizadas em 2020, exploramos nesta nova pesquisa desdobramentos da adoção do *home office*.

O estudo também revela que algumas funcionalidades digitais disponíveis na jornada imobiliária ganharam mais espaço do que outras e que nem sempre o oferecido pelos profissionais é o que os consumidores esperam.

Nas próximas páginas vocês encontrarão informações relevantes para entender como quem busca comprar ou alugar um imóvel residencial está pensando e agindo. Esperamos que as informações sejam úteis para apoiar suas decisões nesses tempos de mudança.

Boa leitura!

Danilo Iglioni, em nome da DataZAP

1

O nível de isolamento social declarado pelos respondentes ficou mais intenso quando comparado com início da pandemia.

2

A procura por imóveis, tanto no segmento de locação como no de compra/ venda, vem aumentando de forma significativa.

3

Fotos profissionais são muito utilizadas, mas respondentes continuam apontando o desejo de ter os endereços completos dos imóveis nos anúncios.

4

Mais da metade dos respondentes visitaram imóvel ou decorados presencialmente durante a pandemia.

5

Em relação às ondas anteriores, a tipologia dos imóveis mais desejados não sofreu grandes alterações.

6

Procura por casas ganha força e imóveis perto do trabalho perdem alguma relevância quando comparamos com a edição anterior da pesquisa.

7

Para a grande parte dos respondentes, espaço para o home office no imóvel é importante/muito importante.

# Metodologia

Realizada entre os dias 15/03 e 22/03, a pesquisa quantitativa contou com abordagem online, mediante questionário estruturado de autopreenchimento.

O público-alvo do estudo foi composto por **usuários dos portais ZAP Imóveis e Viva Real, residentes das regiões metropolitanas do Brasil.**

A margem de erro\* para o total da amostra de consumidores é de 2 p.p.

Essa primeira onda realizada em 2021 trás um panorama dos impactos do COVID-19 no mercado imobiliário com comparativos das ondas anteriores, realizadas ao longo de 2020.

\*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.

A aplicação em 2020 contou com 3 ondas distribuídas entre os dias:

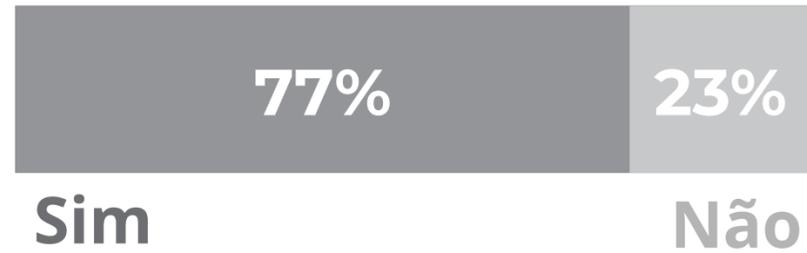
Onda 1: 24/03/2020 e 29/03/2020

Onda 2: 27/04/2020 e 05/05/2020

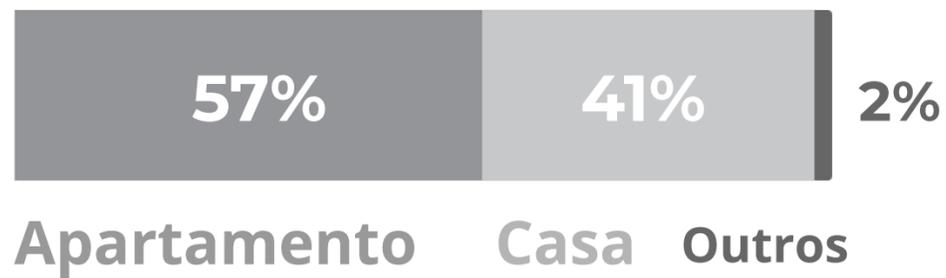
Onda 3: 29/05/2020 e 07/06/2020

# Perfil da amostra

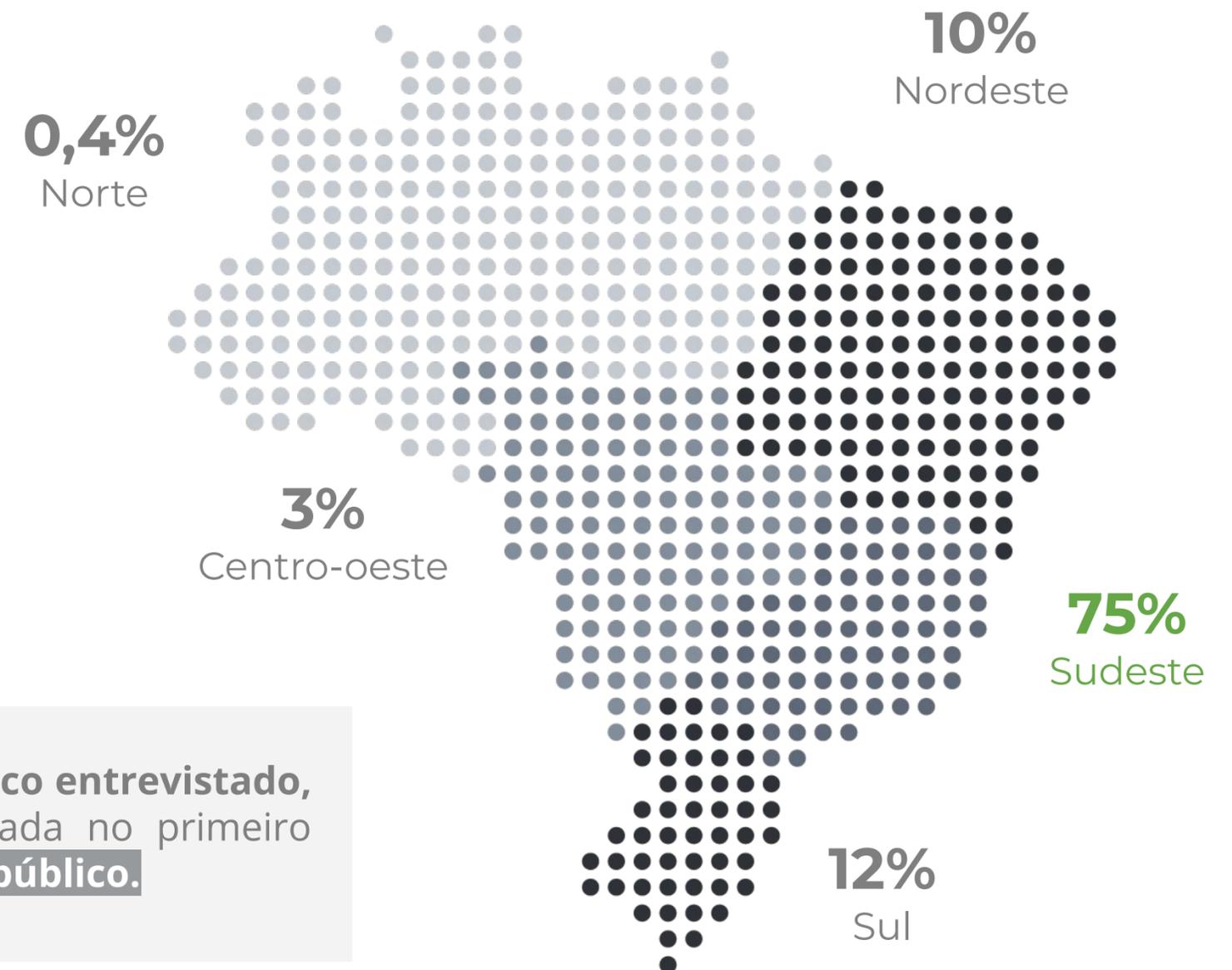
## Reside na capital?



## Tipo de imóvel



## Região do Brasil



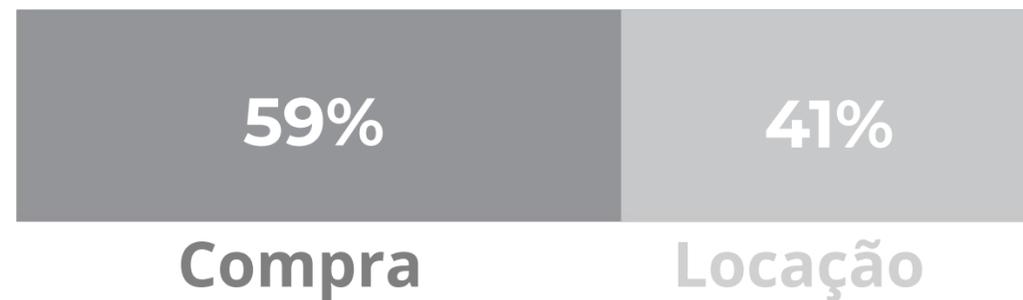
Moradores residentes das capitais contempla a maioria do público entrevistado, sendo equivalente ao registrado na 3ª onda da pesquisa, realizada no primeiro semestre de 2020. **Apartamento é o tipo de moradia principal do público.**

# Perfil da amostra

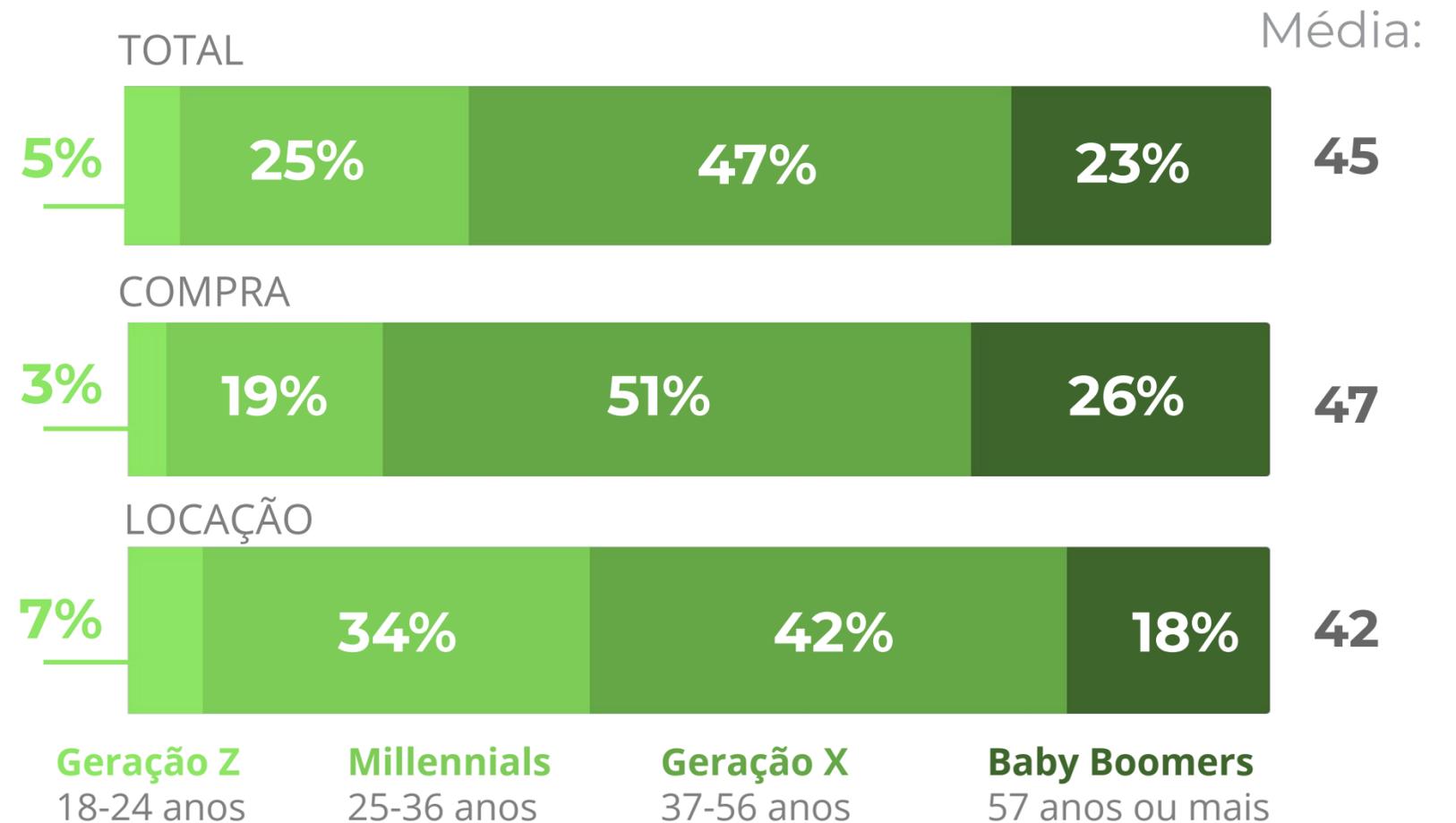
## Gênero



## Tipo de transação



## Geração



Cerca de **seis em cada dez entrevistados são do sexo feminino**. **Buscam principalmente imóvel para compra**, transação que apresentou aumento de 8 p.p em relação ao registrado em 2020.

A maior parcela do público pertence à geração X, com média de 45 anos. **O interesse por imóveis para locação é maior entre os mais jovens** - millennials e geração Z.

# Respondentes concentram-se nas etapas de **busca e descoberta**

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

**Cerca de 7 em cada 10** respondentes encontram-se nas etapas iniciais do processo: descoberta e busca.

TOTAL



COMPRA



LOCAÇÃO



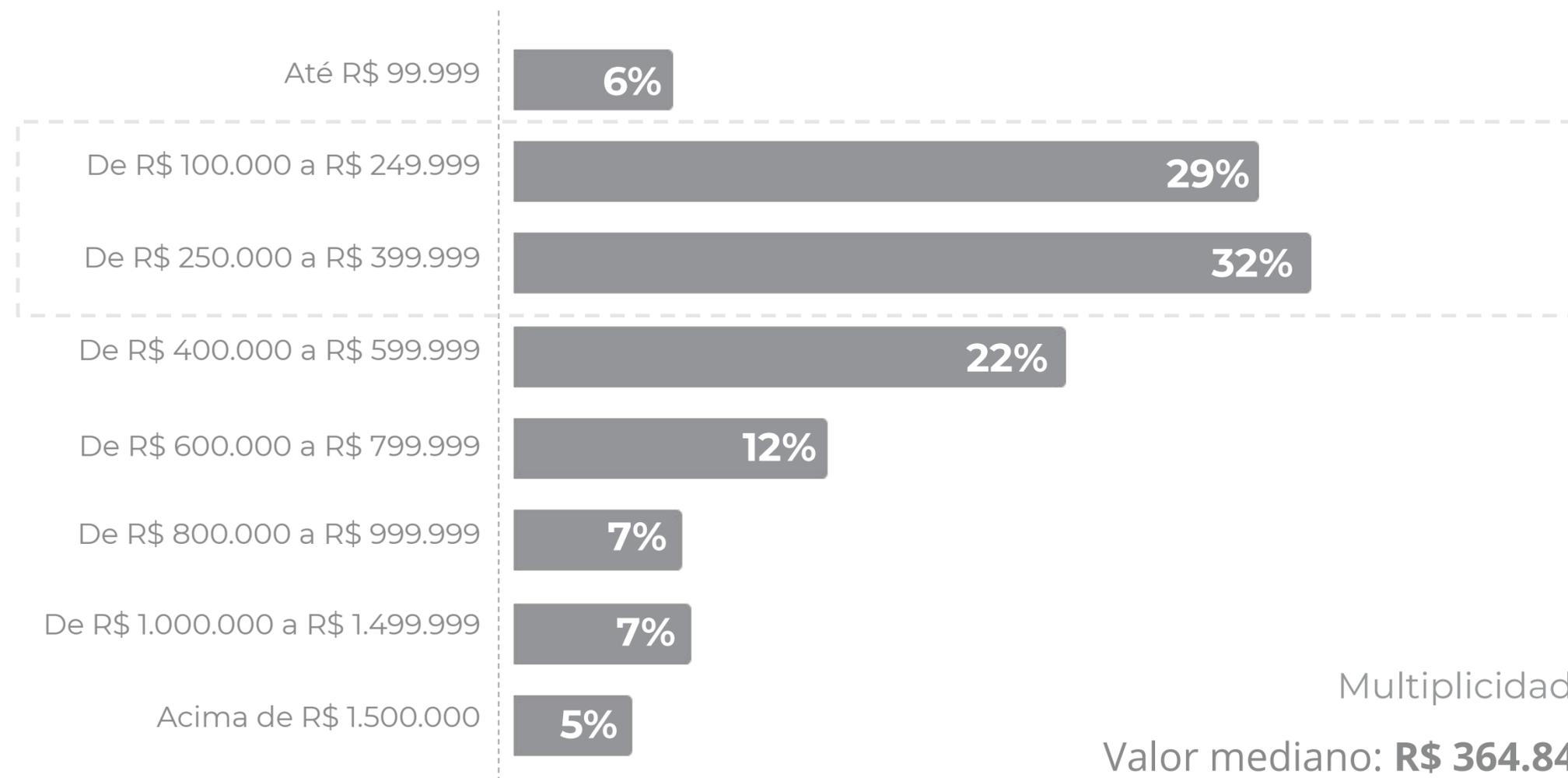
**Descoberta**   **Busca**   **Contato**   **Negociação**   **Transação**

# Maioria busca comprar um imóvel entre **R\$ 100 mil e R\$ 399 mil**

Qual o valor de compra do imóvel buscado?

**Imóveis com valores acima de 600 mil são buscados por 31% do público.** A procura é maior nas capitais (33%) do que nas outras regiões metropolitanas (23%).

As buscas por imóveis nas faixas de **até R\$ 249.999, são indicados principalmente pela geração Z.**



Multiplicidade **1.2**

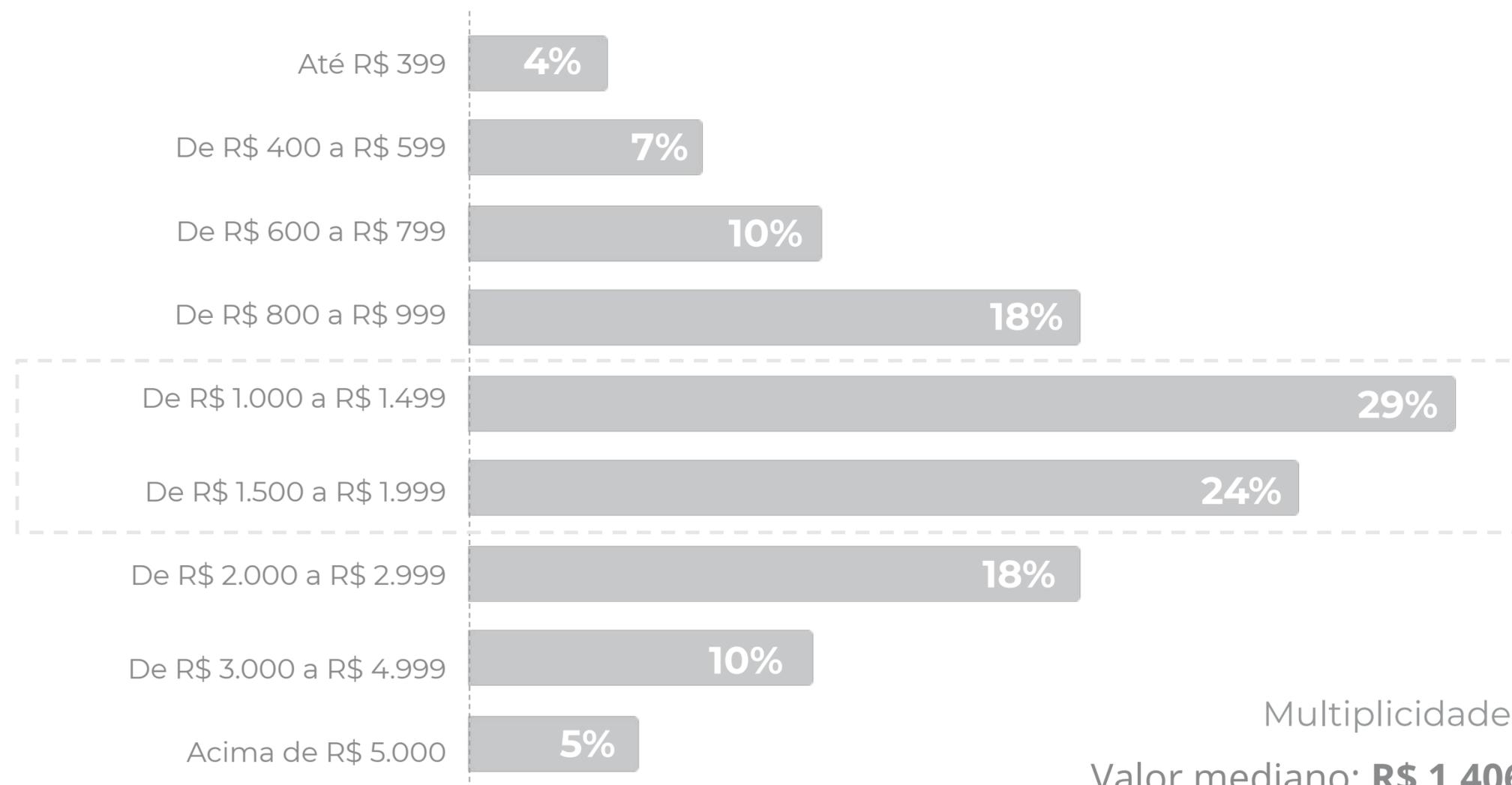
Valor mediano: **R\$ 364.842,98**

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

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

A busca por imóveis com aluguel mensal superior à R\$ 2 mil (33%) teve queda em relação à última onda (38%).

**53% buscam imóveis nas faixas entre R\$ 1.000 a R\$ 1.999**, sendo tais faixas mais buscadas pelo público que reside fora das capitais.



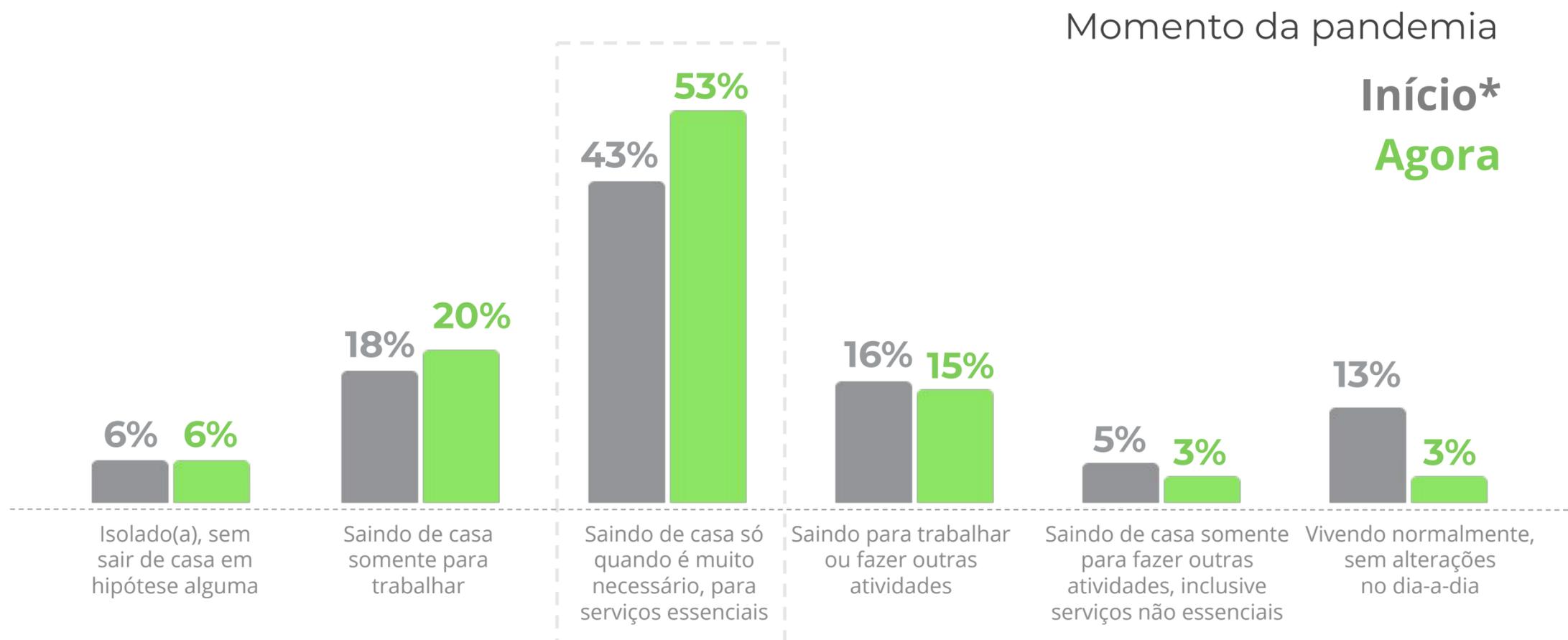
**O que muda  
para quem está  
procurando  
imóveis em tempos  
de coronavírus**



# Isolamento social **aumenta** em relação ao início da pandemia

**INÍCIO:** Considerando a sua realidade diante do início da pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil, em 2020, você diria que estava:

**AGORA:** E agora, diante do cenário atual de pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil, em 2021, você diria que está:



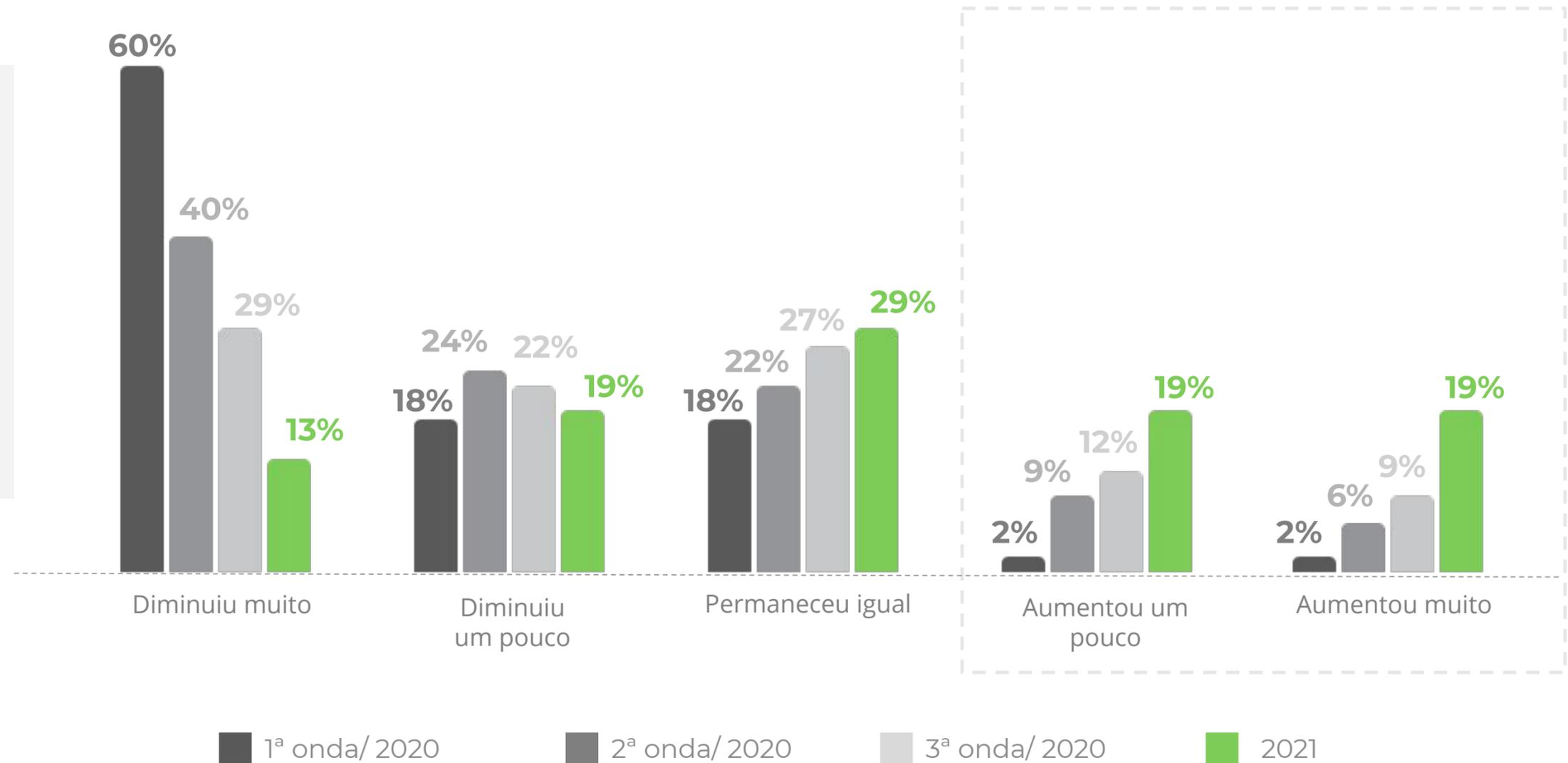
Em Março de 2021, cerca da metade dos entrevistados afirmaram que atualmente estão **saindo de casa somente quando é muito necessário.**

Em relação ao início da pandemia e o momento atual, constata-se **queda de 10 p.p. de quem informa que está vivendo normalmente, sem alterações no dia a dia.**

# Aumento expressivo da **busca por imóvel**

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

**4 em cada 10 respondentes afirmaram que a busca por imóvel aumentou.** Em comparação com a última onda, houve também queda significativa daqueles que declararam que a procura por imóveis diminuiu.

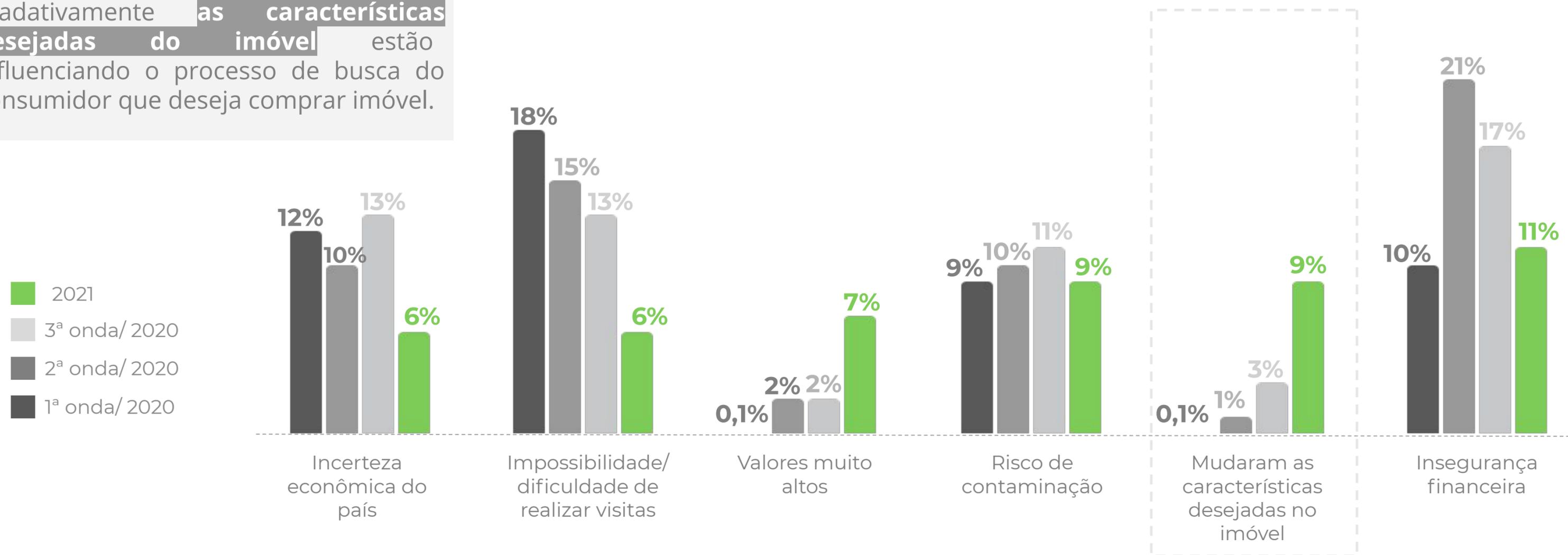


# Os motivos para **mudança na busca por imóvel**

Por que o processo de busca por imóvel mudou?

Desde o início da pandemia, gradativamente **as características desejadas do imóvel** estão influenciando o processo de busca do consumidor que deseja comprar imóvel.

## COMPRA

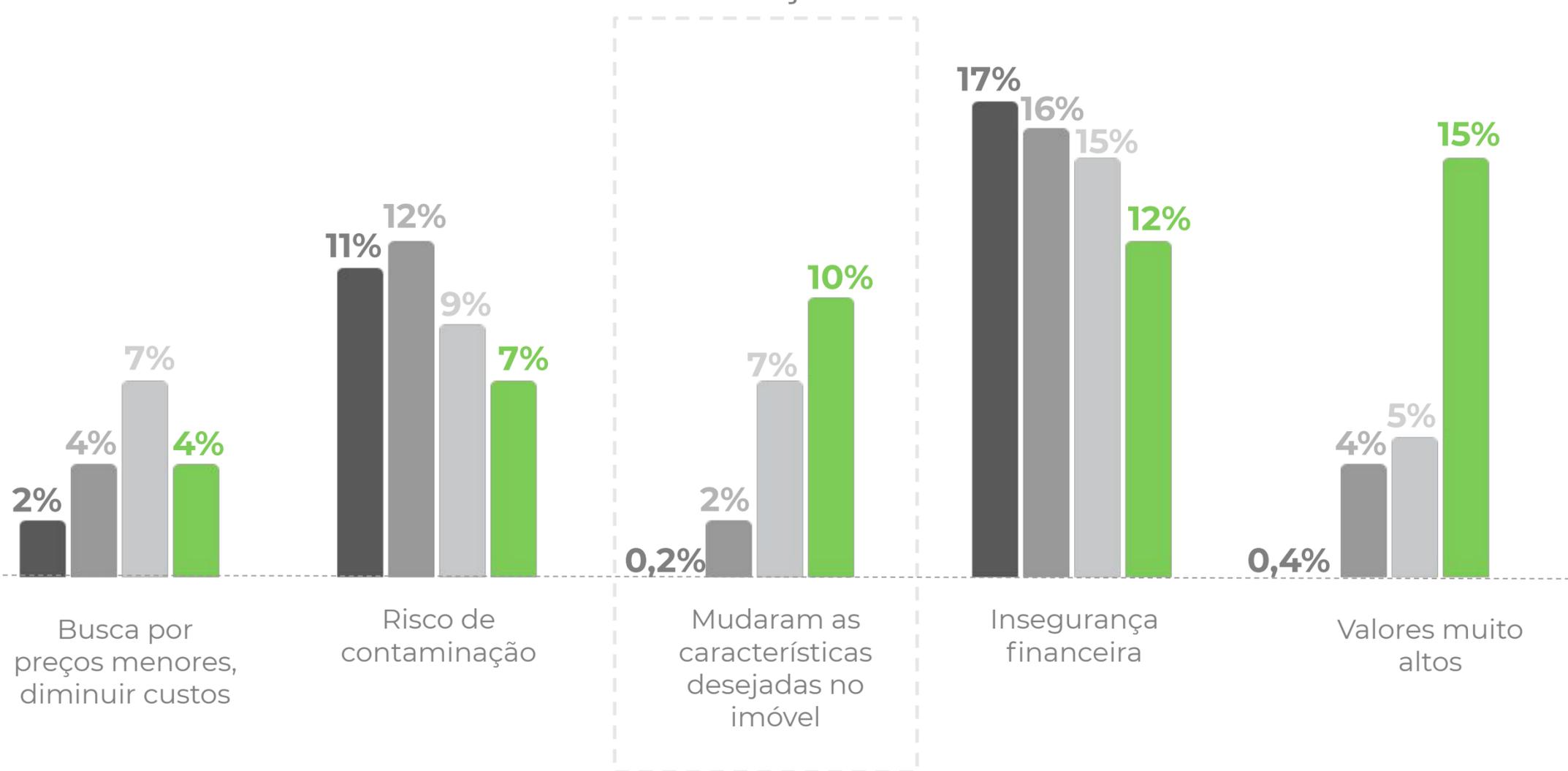


Amostra Perfil Compra: 1ª onda - 2021: 906 entrevistas/ 3ª onda - 2020: 1.248 entrevistas/ 2ª onda - 2020: 572 entrevistas/ 1ª onda - 2020: 1.443 entrevistas. Apenas quem afirmou que mudou o processo de busca. Menções até 4% do total da amostra 2021 do perfil Locação e no slide anterior: menções até 6% do total da amostra 2021 do perfil Compra.. Respostas abertas classificadas no momento da tabulação dos dados.

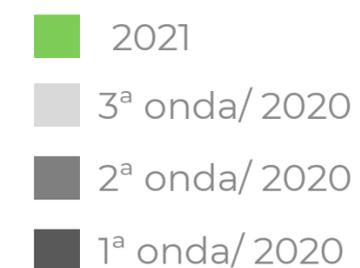
# Os motivos para **mudança na busca por imóvel**

Por que o processo de busca por imóvel mudou?

## LOCAÇÃO



Para o mercado de locação, as **mudanças nas preferências do imóvel desejado** também ganharam relevância no processo de busca.

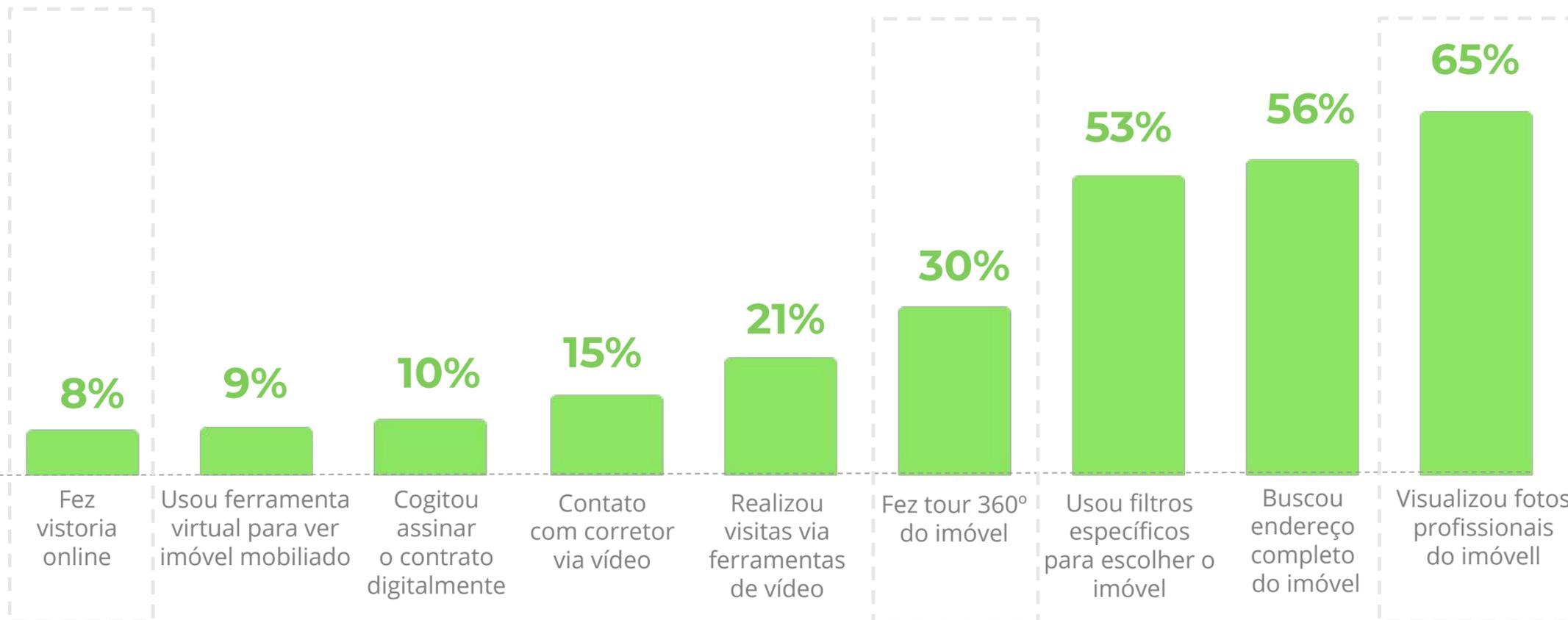


Amostra Perfil Locação: 1ª onda - 2021: 669 entrevistas/ 3ª onda -2020: 1.298 entrevistas/ 2ª onda - 2020: 752 entrevistas/ 1ª onda - 2020: 1.656 entrevistas. Apenas quem afirmou que mudou o processo de busca. Menções até 4% do total da amostra 2021 do perfil Locação e no slide anterior: menções até 6% do total da amostra 2021 do perfil Compra. Respostas abertas classificadas no momento da tabulação dos dados.

# Fotos profissionais é a medida mais utilizada pelo consumidor

Indique qual (is) medida (s) você já utilizou para encontrar um imóvel durante o período de pandemia do Coronavírus?

## MEDIDAS QUE UTILIZARAM

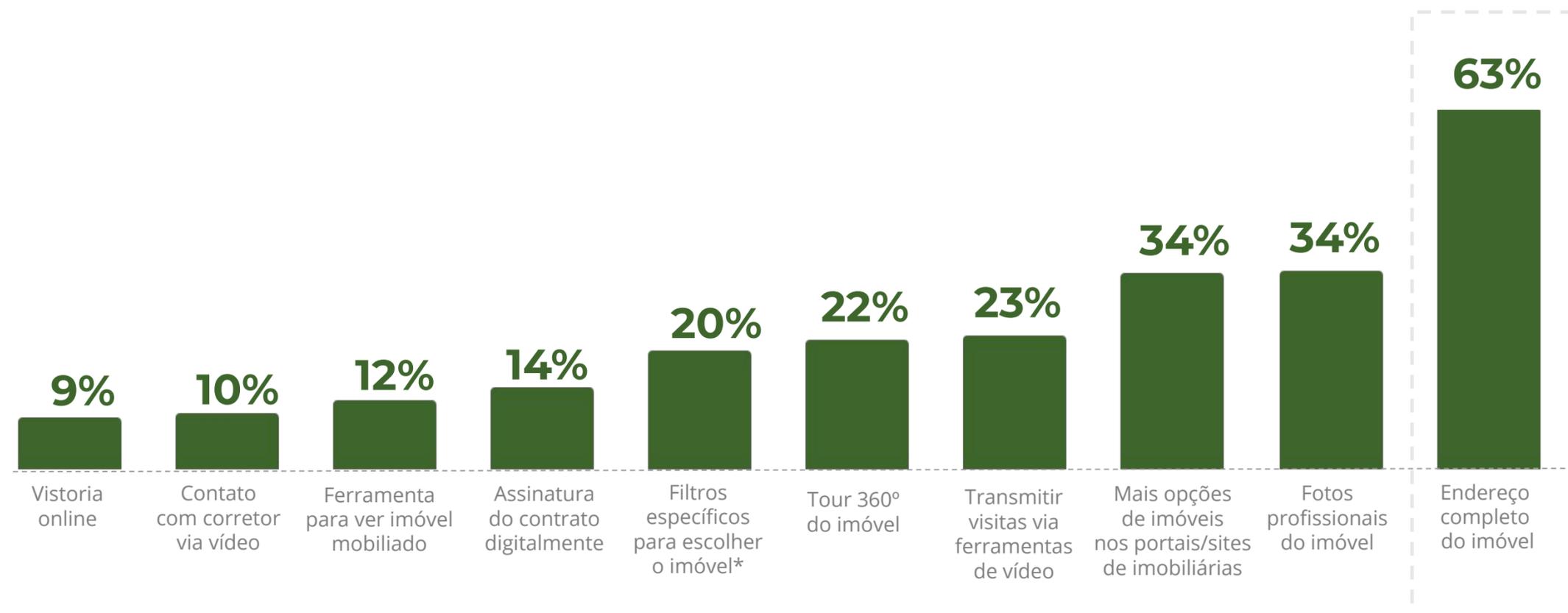


Os consumidores parecem utilizar mais **fotos profissionais** do que o **tour 360°**. Embora certas inovações tecnológicas tenham sido estimuladas pela pandemia, nem todas ainda se consolidaram no mercado.

# Endereço completo é mais solicitado para facilitar a busca do consumidor

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

## O QUE PODERIA MELHORAR



Para os consumidores, o **endereço completo** é a principal funcionalidade que requer melhorias.

No mercado de locação, **2 em cada 10\*** respondentes apontam que a **assinatura de contrato digital** é uma medida que poderia ser melhorada. Já no mercado de **compra/venda, a proporção é de 1 em cada 10.**

1ª onda - 2021: Amostra total: 2.224 entrevistas

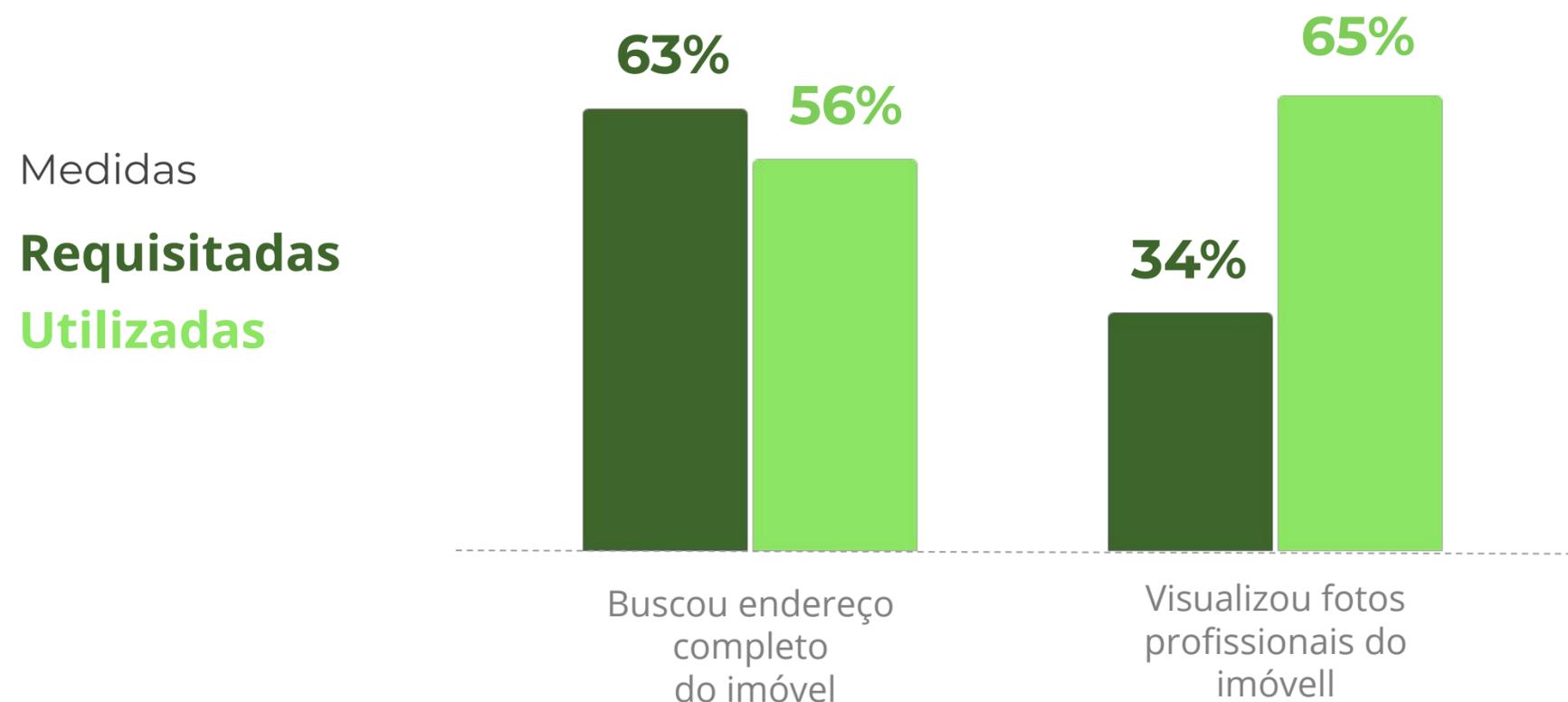
\* Apesar de não apresentar os dados segmentados, fizemos essa comparação ao elaborar o estudo.

## Disparidade entre o que o consumidor utiliza e o que gostaria que fosse melhorado

**REQUISITADAS:** Quais dessas medidas as imobiliárias/ corretores **poderiam melhorar** para auxiliar a sua busca por imóvel durante esse período de Coronavírus?

**UTILIZADAS:** Indique qual (is) medida (s) você já **utilizou** para encontrar um imóvel, durante o período de pandemia do Coronavírus?

### MEDIDAS UTILIZADAS E REQUISITADAS

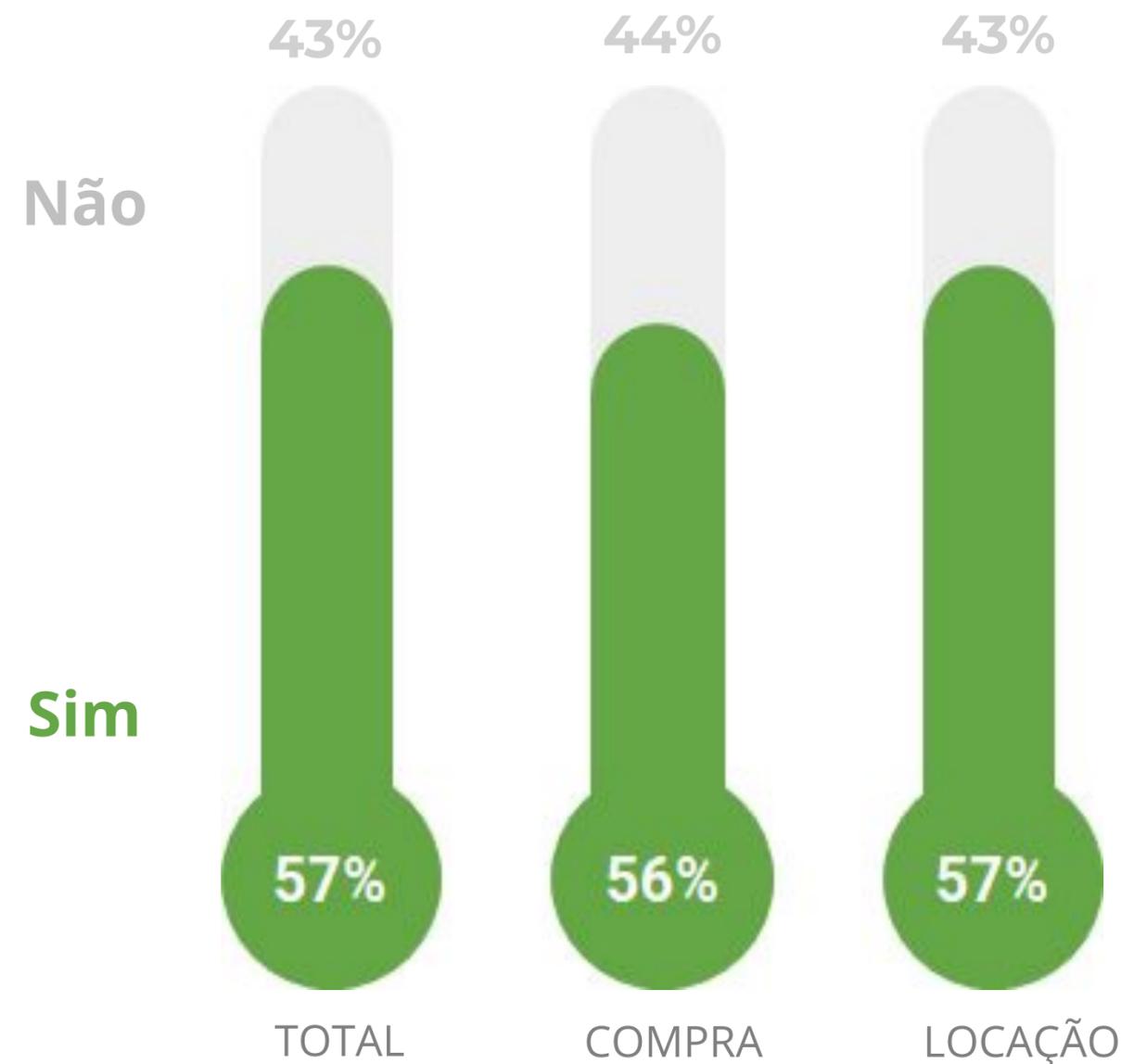


Ao comparar utilização versus melhoria, destacam-se **fotos profissionais e endereço completo do imóvel**. Grande parte dos respondentes declarou utilizar as fotos enquanto uma menor parcela sugeriu melhorias. Para o endereço, o caso é oposto.

## 57% dos consumidores realizaram **visitas presenciais** nos imóveis ou decorados

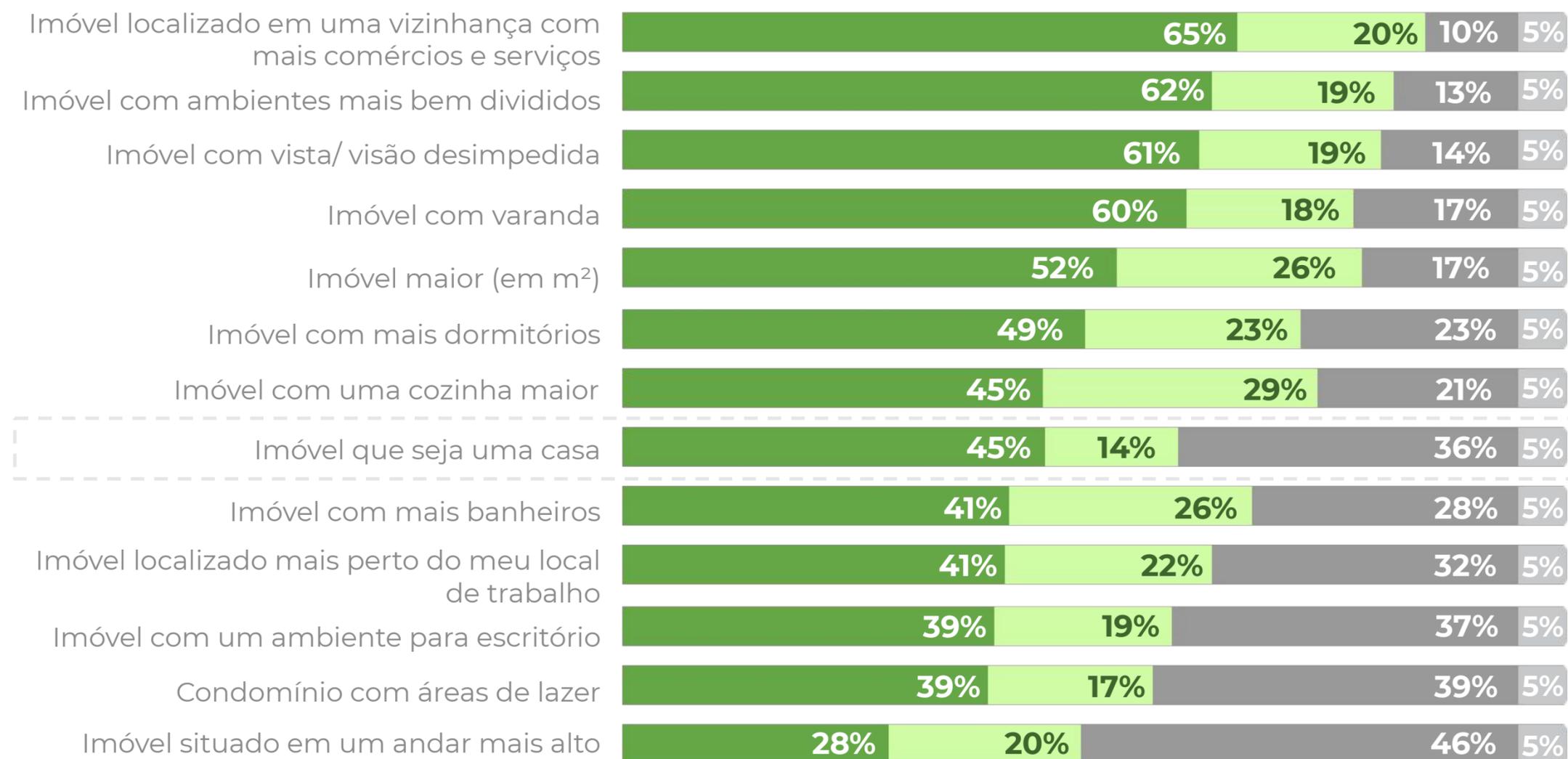
Nos últimos 3 meses, você realizou visitas presenciais nos imóveis que está buscando, incluindo visitas presenciais nos stands de venda ou decorados?

Aproximadamente **6 em cada 10 entrevistados realizaram visitas presenciais** aos imóveis, stands de vendas ou decorados nos últimos três meses.



## O que muda no imóvel desejado depois da pandemia

Considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus (COVID-19) na sua vida, por favor, indique abaixo qual o nível de importância que cada item passou a ter para você no momento de adquirir um imóvel para morar.



Cerca de 7 em cada 10 entrevistados, depois do isolamento social, declaram que uma **vizinhança com mais comércios e serviços** é importante/ muito importante.

Além disso, surgem outras **mudanças nas preferências tipológicas**: ambientes mais bem divididos, visão desimpedida, varanda, metragem maior e mais dormitórios.

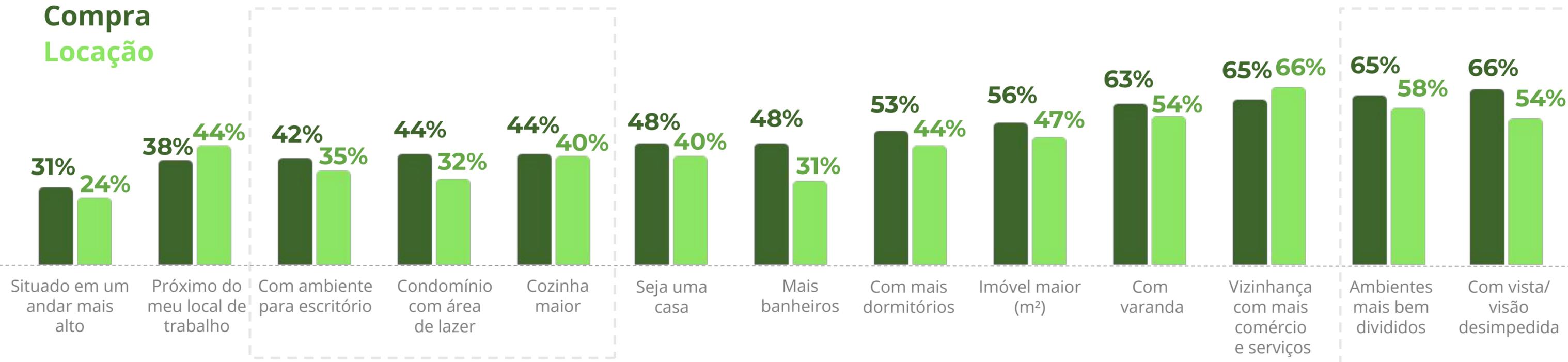
■ Muito importante/ Importante ■ Moderado ■ Pouco importante/ Não é importante ■ Não respondeu

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

Considerando os efeitos da pandemia do Coronavírus (COVID-19) na sua vida, por favor, indique abaixo qual o nível de importância que cada item passou a ter para você no momento de adquirir um imóvel para morar. Para a visualização abaixo foram consideradas apenas as respostas “importante” e “muito importante”.

Transação desejada

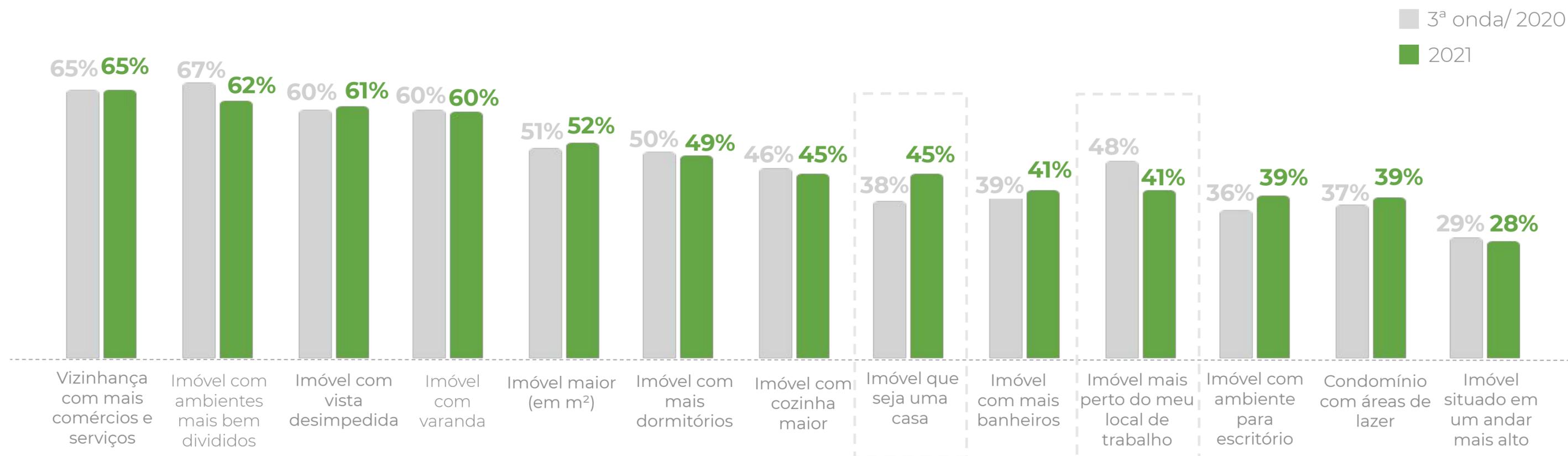
**Compra**  
**Locação**



Sobre os atributos do imóvel desejado, **características estruturais** são mais relevantes para quem quer comprar. Em geral, adquirir um imóvel é uma decisão de longuíssimo prazo, o que envolve escolhas mais definitivas.

# O que muda no imóvel desejado depois da pandemia

Características que passaram a ser percebidas como importantes ou muito importantes no imóvel buscado em virtude da pandemia.



Em relação à última onda, **não houve mudanças significativas**. A não ser o **maior desejo do público por morar num imóvel que seja uma casa**, bem como a **redução da relevância da distância até o local de trabalho**. A prolongação da quarentena e a adoção do home office, que faz as pessoas permanecerem mais tempo na própria moradia, estimula o desejo por mais espaço.

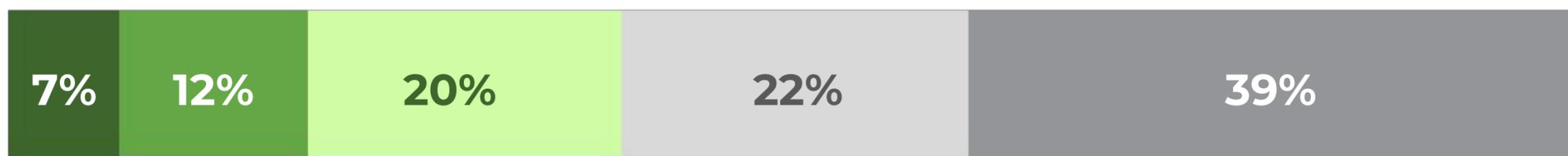
# Espaço para **home office** conquista a preferência do consumidor

E ainda pensando nos efeitos da pandemia do Coronavírus (COVID-19) na sua vida, você diria que hoje ter um espaço para home office/ trabalho remoto no seu imóvel ou condomínio é:

## NO IMÓVEL



## NO CONDOMÍNIO



**Muito importante**

**Importante**

**Moderado**

**Pouco importante Não é importante**

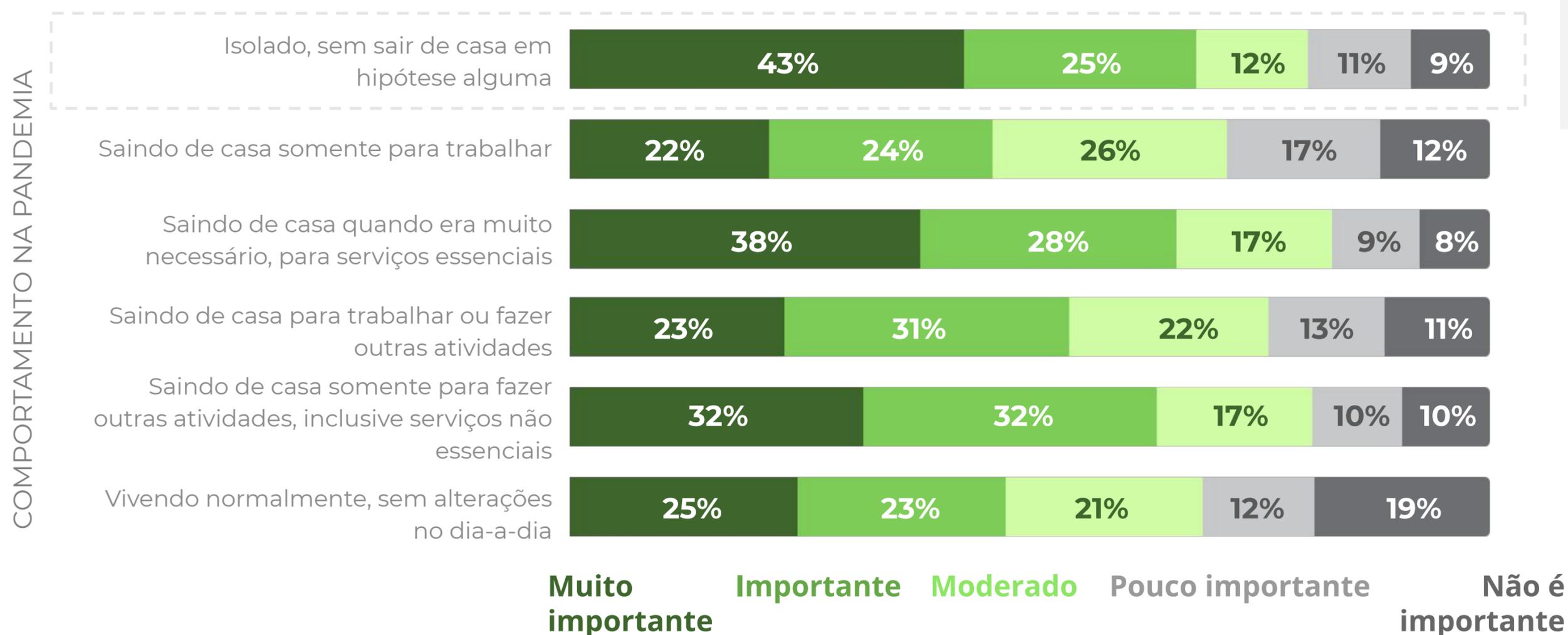
Ter um espaço para **home office na residência** é indicado como aspecto importante ou muito importante por **58%** dos entrevistados.

# Espaço para **home office** é mais relevante para quem pratica o **isolamento social**

E ainda pensando nos efeitos da pandemia do Coronavírus (COVID-19) na sua vida, você diria que hoje, ter um espaço para home office/ trabalho remoto no seu imóvel é:

A percepção quanto a ter um **espaço para home office** na residência importa mais entre os entrevistados que indicaram estar em situação de isolamento.

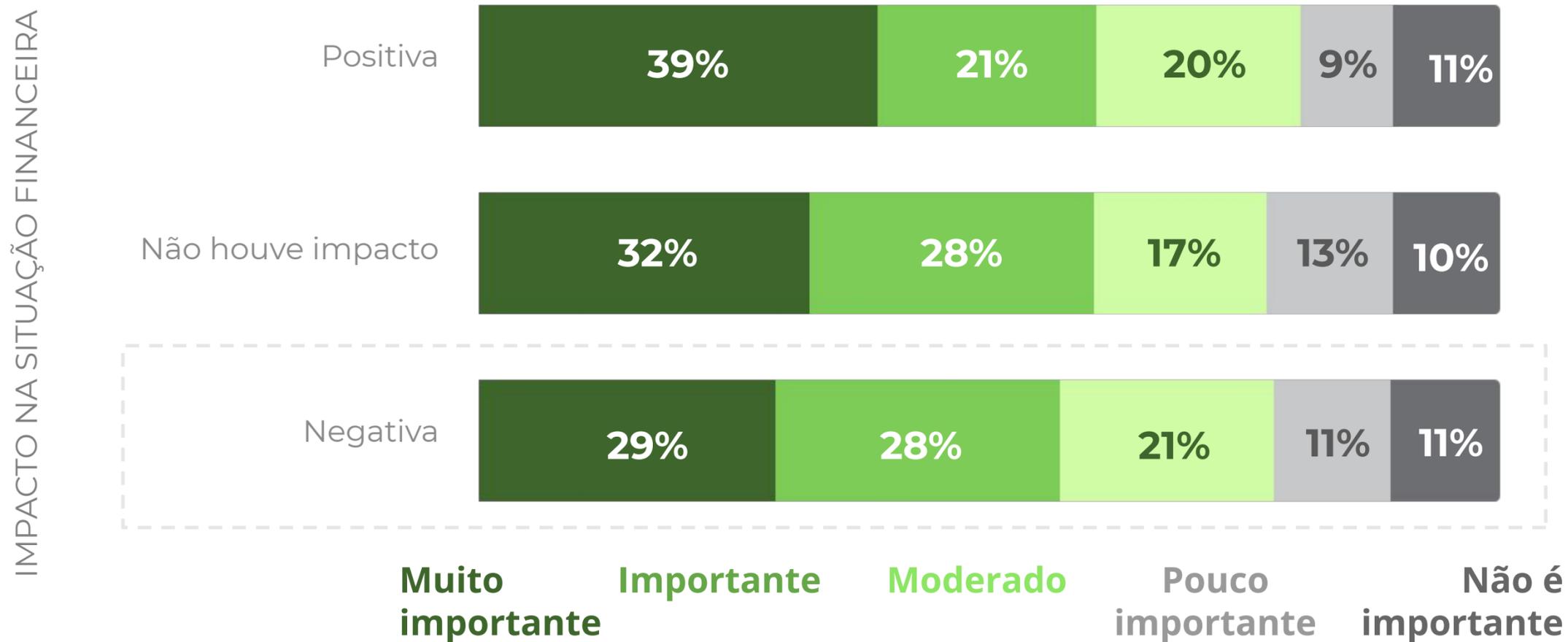
## TER ESPAÇO PARA HOME OFFICE NO IMÓVEL



# Espaço para **home office** é menos relevante para quem sofreu impacto negativo na renda

E ainda pensando nos efeitos da pandemia do Coronavírus (COVID-19) na sua vida, você diria que hoje, ter um espaço para home office/ trabalho remoto no seu imóvel é:

## TER ESPAÇO PARA HOME OFFICE NO IMÓVEL



O nível do isolamento social muito provavelmente depende da renda familiar. Observa-se que entrevistados que tiveram **impacto positivo na situação financeira** atribuem **maior importância à necessidade de espaço de home office** no imóvel. Cerca de 4 em cada 10 indicaram ser muito importante.

Pesquisa **DataZAP**

**zap<sup>+</sup>**