



# Mudanças no comportamento do consumidor de imóveis pós-covid (impactos de medio/ longo prazo)



**Muito se discute como será o cenário do mercado de imóveis pós-covid diante de novos hábitos de consumo e de trabalho remoto. Para alguns especialistas, no futuro, os apartamentos deixarão de ser bens e se tornarão serviços.**

**Entender o comportamento do consumidor é um dos pilares de uma efetiva estratégia de marketing para construtoras e incorporadoras, para que possam atender as necessidades identificadas pós-pandemia com soluções específicas.**

No estudo “Comportamento do consumidor de imóveis em 2040” foram mapeadas algumas tendências:

- a diversificação dos imóveis para atender a famílias com configurações dinâmicas e plurais
- o crescimento do aluguel e do compartilhamento de espaços comuns
- a busca por flexibilidade e a forte valorização do espaço urbano

**Os principais resultados do estudo foram:**

## **ESPAÇOS COMPARTILHADOS**

São uma solução encontrada pelas novas gerações para diminuir os custos, mas a preferência ainda é por privacidade e espaços individuais.

## **METRAGENS CADA VEZ MENORES?**

Os ofertantes deverão encontrar um equilíbrio entre tamanho da residência e disponibilidade de outros benefícios agregados ao imóvel para que estes não impactem em aumento de preço.

## ESPAÇOS MODULADOS E ADAPTÁVEIS

A preocupação com a acessibilidade e as mudanças na formatação das famílias ao longo do tempo irão gerar a necessidade de adaptações nos imóveis.

## RESIDÊNCIA ECOFRIENDLY

A preocupação com o uso de materiais sustentáveis na construção e certificações ambientais é maior nas novas gerações.

## **RESIDÊNCIAS CONECTADAS AO MUNDO DIGITAL**

A tecnologia deve ser aplicada de modo a permitir a customização pelo usuário e o ganho de tempo em sua rotina.

## **CARACTERÍSTICAS MAIS EXIGIDAS PELOS FUTUROS CONSUMIDORES**

Segurança e proximidade do trabalho, de centros comerciais e de hospitais são as características mais exigidas pelos futuros consumidores.

## O PAPEL DO CORRETOR NO FUTURO

Mais da metade dos entrevistados poderão abrir mão do corretor, e 40% estarão mais dispostos a realizar compra de imóvel pela internet.

## ÉTICA E A TRANSPARÊNCIA

Além da burocracia, a falta de ética e a transparência das empresas são as principais preocupações da geração Z na aquisição de imóveis.