



Tendências de Moradia data **zap+**

Compra - out 21

zap+

Introdução

Como sempre é uma enorme satisfação publicar mais uma pesquisa DataZAP+. Dessa vez, lançamos mais uma edição da pesquisa “Tendências de Moradia”. Por meio de 668 entrevistas com pessoas residentes nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais que navegaram pelos portais ZAP e Viva Real. Exploramos os interesses e a percepção do público consumidor quanto ao perfil do imóvel buscado, efeitos do home office, novas formas de morar, aspectos tecnológicos e outras características do imóvel desejado.

O relatório a seguir compila os principais resultados extraídos de respostas obtidas nas duas primeiras semanas de setembro. A pandemia acelerou a digitalização de diversas atividades, elevando a relevância do home office e de outros aspectos que impactam diretamente as decisões de moradia. O relatório funciona como um guia de novas tendências que já se materializaram nas preferências do público, e também aponta para aquelas que se mantiveram importantes.

Nas páginas a seguir serão mostradas as amenidades preferidas, as áreas comuns oferecidas pelos condomínios mais desejadas, os aspectos tecnológicos que eles consideram mais importantes. Informações relevantes para a assertividade da escolha de qual imóvel apresentar para cada perfil consumidor.

Entre os destaques, a pesquisa mostra que 75% dos entrevistados priorizam comprar imóveis próximos a supermercados, padarias, açougues e outros comércios e serviços relacionados à alimentação (farmácia aparece como a prioridade número 2, com 32%). Em relação a tipos de moradia, 46% consideraram morar em bairros planejados, 7% em co-living e 5% em imóveis ultracompactos. Outras dimensões das preferências dos consumidores são detalhadas no relatório. Esperamos que as informações a seguir sejam úteis diante de um cenário com tantas transformações.

Boa leitura!

Danilo Igliori, em nome da DataZAP+.



Na pesquisa você vai encontrar



- + **73% dos entrevistados procuram imóveis na mesma cidade** em que já moram. Entre estes, 40% buscam permanecer no mesmo bairro.
- + **Apenas 25%** responderam que o home office aumentou a preferência por **imóveis mais distantes do local de trabalho**.
- + Em termos de comércio e serviços, **75% priorizam estar próximos a mercados, padarias, açougues** e outros comércios e serviços de alimentação.
- + **Em Minas Gerais, 25% busca por tipo de imóveis diferentes** de Casa, Sobrado e Apartamento (em SP e RJ, o percentual é de 11%).
- + **Apenas 21%** dos entrevistados que compraram um imóvel **não fizeram nem pretendem fazer reforma no imóvel**.
- + **Salão de festas, churrasqueira, piscina externa e academia** são as áreas sociais e de lazer mais desejadas nos condomínios dos imóveis buscados.
- + Entre as áreas sociais não convencionais, destaca-se a **Mensageria**, a qual 37% acha importante.
- + **Isolamento acústico e aplicativo do condomínio** são os aspectos tecnológicos considerados mais importantes.
- + **Sistema de reaproveitamento de água, sistema de energia renovável e bioarquitetura** são os aspectos imobiliários-ecológicos mais importantes para os consumidores.

Metodologia

Realizada entre os dias 01/09 a 15/09, a pesquisa quantitativa contou com abordagem online, mediante questionário estruturado e de autopreenchimento.

O público-alvo foi composto por usuários dos portais ZAP Imóveis e Viva Real, residentes dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

A margem de erro* para o total da amostra é de 4 p.p.

Essa pesquisa tem como objetivo captar interesses e percepção do público quanto a características dos imóveis e novas formas de morar.



*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.

Metodologia

Perfil Comprador

O perfil comprador abrange os entrevistados que compraram imóvel nos últimos 12 meses ou que tenham a intenção de comprar.

Comprador

Consumidores que **pretendem comprar** imóvel

553 entrevistas



Consumidores que **compraram** nos últimos 12 meses

115 entrevistas



ÍNDICE

- A. Perfil
- B. Situação Laboral
- C. Características Gerais
- D. Área social e área de lazer
- E. Tecnologia e Meio Ambiente
- F. Novas formas de morar
- G. Informações gerais

Perfil

Sociodemografia



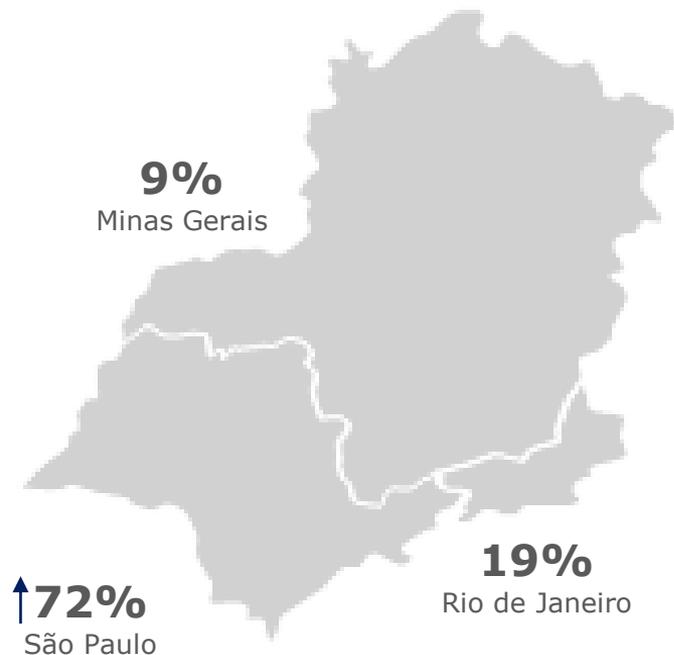
Comprador

Você comprou
imóvel nos
últimos 12 meses?

83%
Não, ainda estou buscando

17%
Sim comprei um imóvel

Perfil



A participação do público de São Paulo foi 72% do total de entrevistados.

No total, a maioria do público declarou gênero **feminino**. Destaca-se também quem declara cor ou raça **branca** e estado civil **casado (a)**.

53% pertencem a **geração X**, sendo a média de idade e 49 anos.

43% do público tem renda familiar mensal entre **4 e 10 salários mínimos**.

Cerca de 7 em cada 10 indivíduos **possui filho**.

67% **tem ou pretende criar pet** no imóvel.

Aproximadamente 6 em cada 10 indivíduos moram nas **capitais dos estados**.



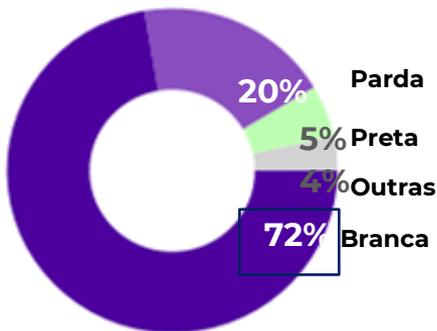
Perfil Total

Gênero



Não binário < 1%

Cor ou raça

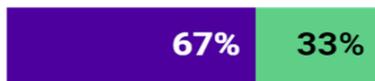


Sim
Não

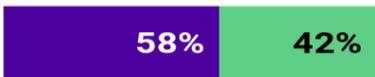
Tem filhos?



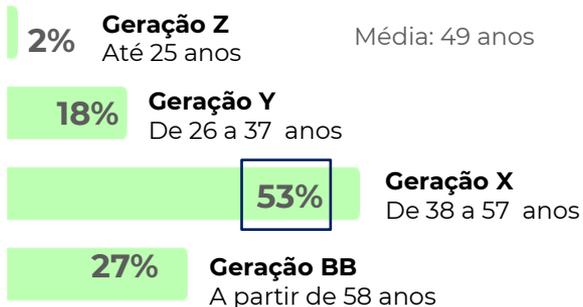
Possui animal de estimação?



Mora na capital do estado?

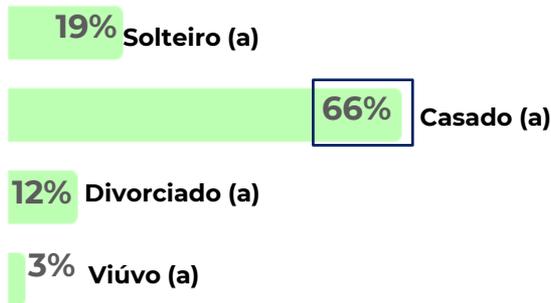


Geração

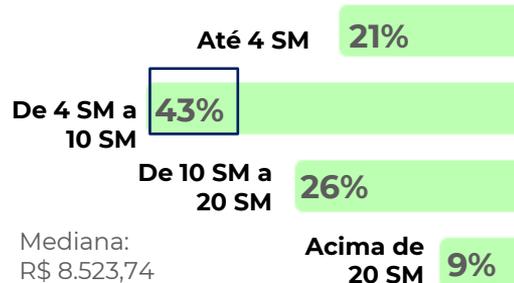


Média: 49 anos

Estado Civil



Renda familiar



Mediana:
R\$ 8.523,74

Base reduzida: 594 entrevistas

Situação Laboral

População economicamente ativa

Modelo de trabalho

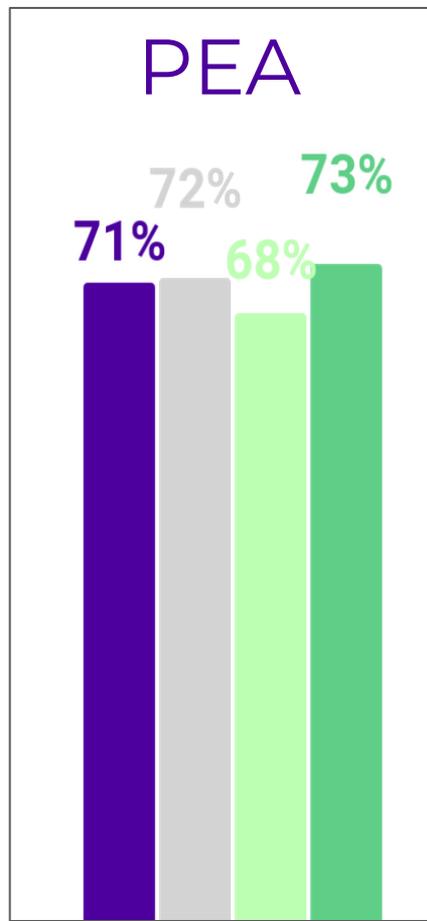
Impactos da pandemia

Pessoa economicamente ativa?

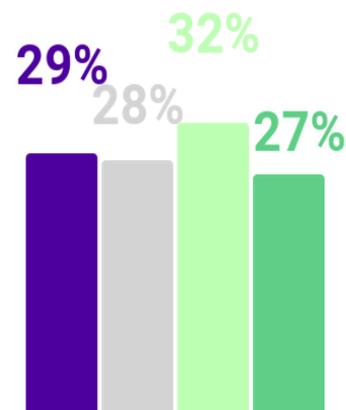
As ocupações ou situações de vida mais citadas pelos compradores foram, **assalariado registrado (32%) e aposentado (20%)**.

Entre quem precisa estar presencialmente no trabalho, a mediana **de tempo de deslocamento de ida e volta ao local é de 41 minutos no total**. As medianas em São Paulo, Rio e Minas são respectivamente 38, 53 e 31 minutos.

Comprador



Não PEA



Situação Laboral
Estimulada e única

Total

São Paulo

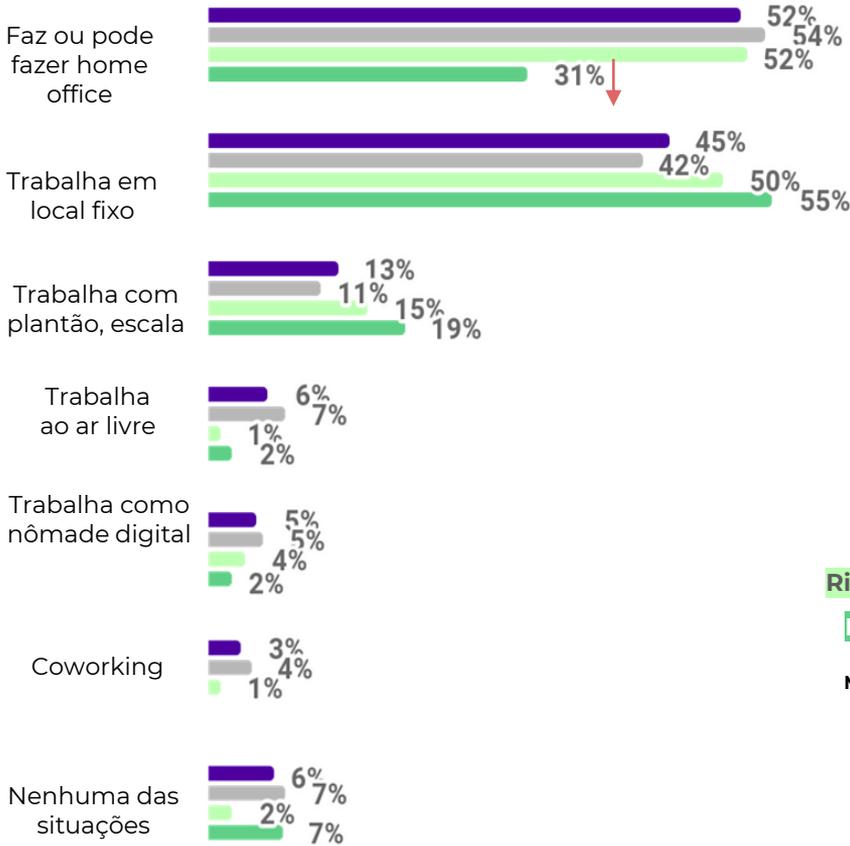
Rio de Janeiro

Minas Gerais

Situação laboral

Pensando no seu modelo de trabalho, você diria que:

A possibilidade do **home office** é uma situação indicada pela **maioria** do público entre o modelo de trabalho declarado. No entanto, entre os compradores que trabalham em **Minas Gerais**, somente **31% faz ou pode fazer home office**.



Total
São Paulo
Rio de Janeiro
Minas Gerais

Multiplicidade:
Total - 1,2
SP - 1,3
RJ - 1,2
MG - 1,1

Amostra: Total - 463 entrevistas; São Paulo - 337 entrevistas
Rio de Janeiro - 84 entrevistas; Minas Gerais - 42 entrevistas

Pensando no seu modelo de trabalho, você diria que:

A experiência com o trabalho em home office influenciou a sua busca por:

82% dos compradores que trabalham e podem fazer home office, disseram que a experiência de **trabalhar em casa influenciou na busca por imóvel com mais espaço.**



Amostra Respondentes (entrevistados que fazem ou podem fazer home office e responderam) - 204 entrevistas

Multiplicidade: 3

82%

Imóvel com mais espaço, área útil

76%

Imóvel com varanda

73%

Imóvel com mais cômodos

69%

Imóvel com quintal

25%

Imóvel distante do local de trabalho

Características Gerais

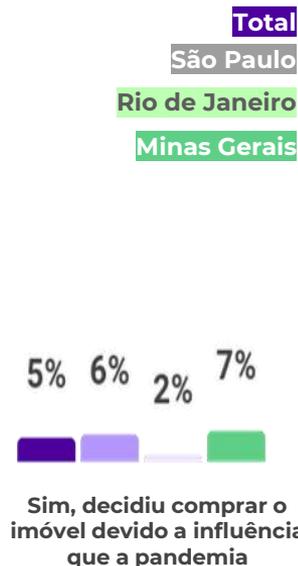
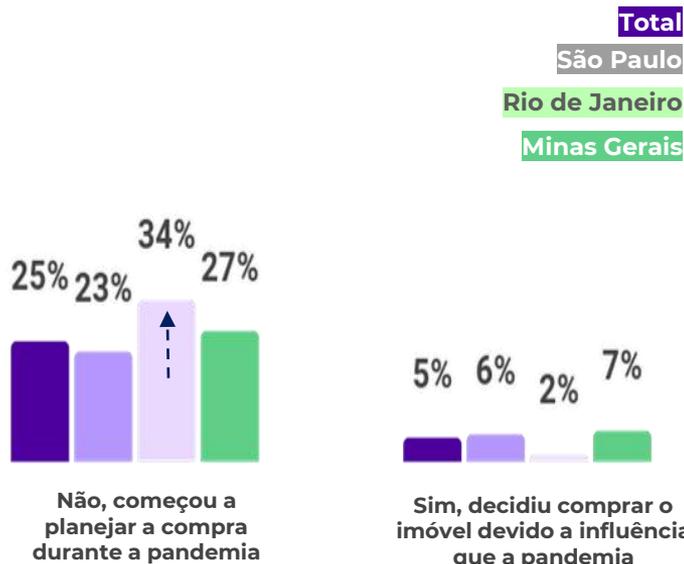
Localização
Imóvel
Moradores
Reforma do imóvel



Características Gerais

Influência na decisão

A decisão de compra foi influenciada pela pandemia?



A maioria planejava comprar um imóvel antes da pandemia.

Rio de Janeiro se destaca com **34%** dos compradores que apesar de não terem a decisão influenciada pela pandemia, só começaram a planejar a compra durante ela.



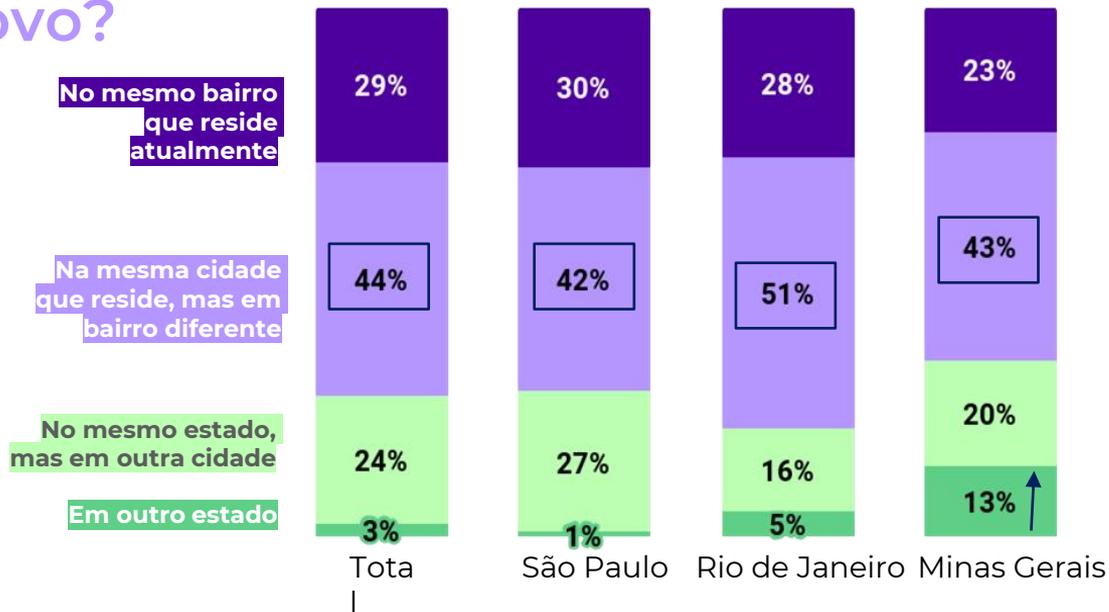
Características Gerais

Localização

Onde se localiza ou localizará o imóvel novo?

A maioria dos compradores busca ficar na mesma cidade, mas planejam mudar de bairro.

Destaque para 13% dos entrevistados que residem no estado de Minas Gerais que disseram buscar imóvel em outro estado, sendo percentual maior que nos outros estados.



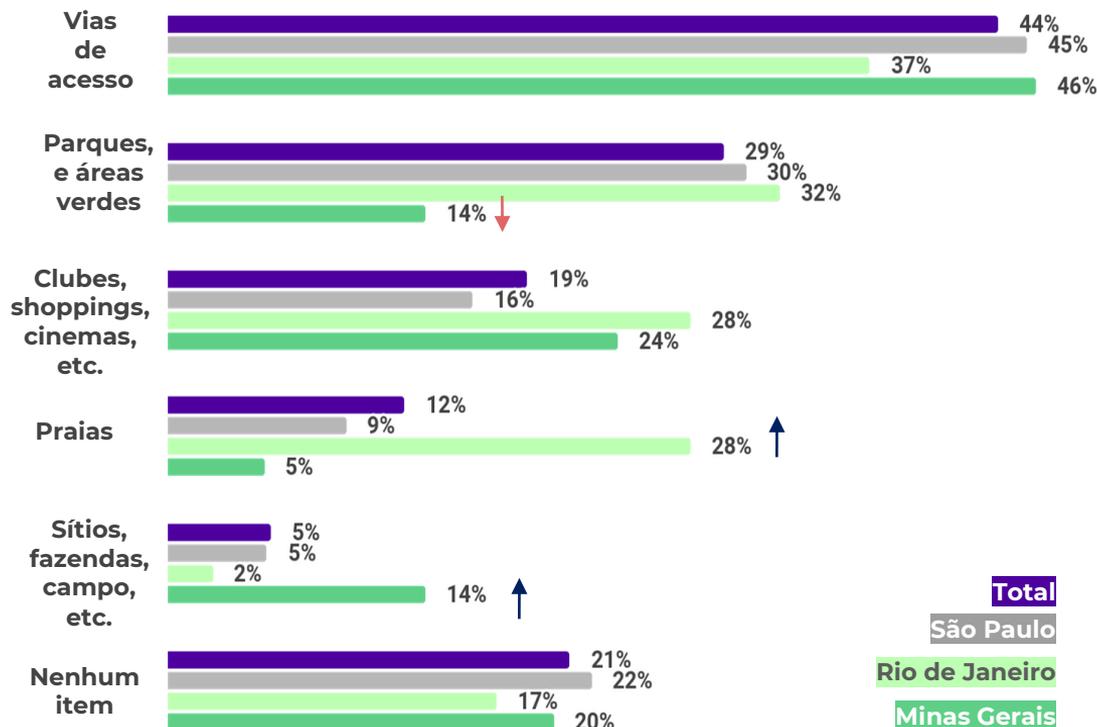
Amostra: Total - 668 entrevistas; São Paulo - 481 entrevistas
Rio de Janeiro - 127 entrevistas; Minas Gerais - 60 entrevistas

O imóvel que você comprou ou pretende comprar se localiza/ localizará:

Características Gerais

Localização

Importância na proximidade com:



Considerando a localização do imóvel, estar próximo de vias de acesso é o item mais importante para a compra.

28% dos moradores do Rio indicaram ser importante morar próximo de clubes, shoppings, cinema e etc., parcela maior que a de São Paulo.

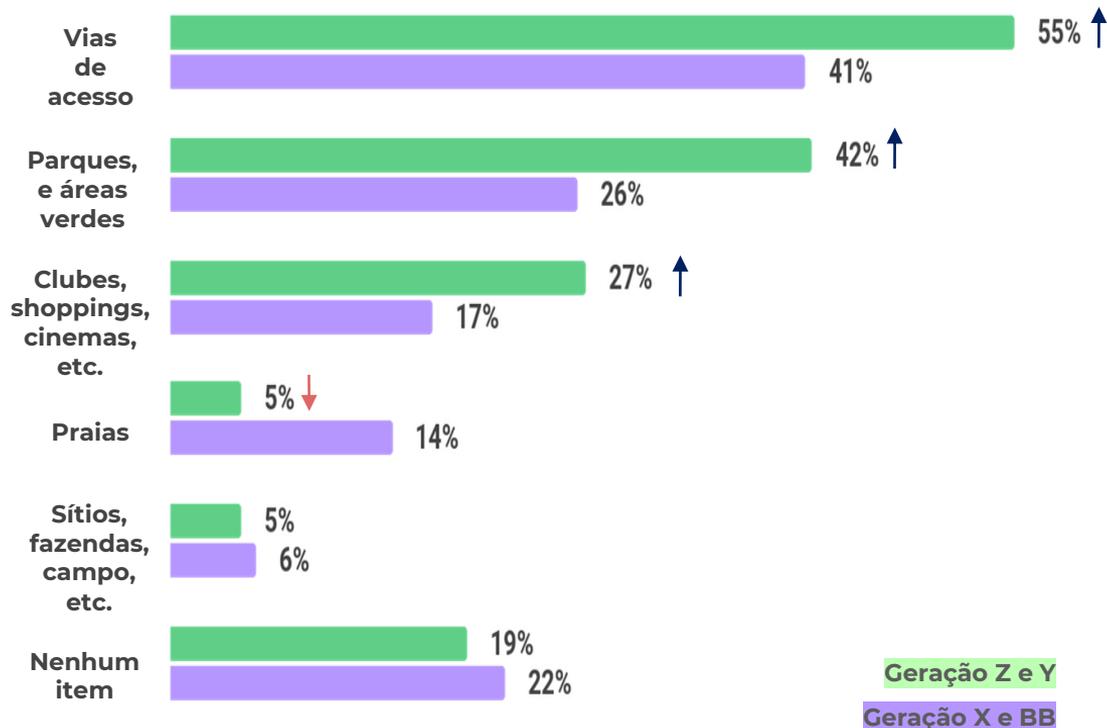
Somente 14% dos moradores de Minas Gerais disse ser importante residir próximo de parques e áreas verdes. No entanto, na mesma proporção, os moradores do estado mineiro indicam sítios, fazendas, campo e etc..



Características Gerais

Localização

Importância na proximidade com:



Considerando a localização do imóvel, estar próximo de vias de acesso é o item mais importante para a compra.

Proximidade à vias de acesso, parques ou áreas verdes e clube, shoppings e cinemas é mais importante para as gerações mais novas (até 37 anos).

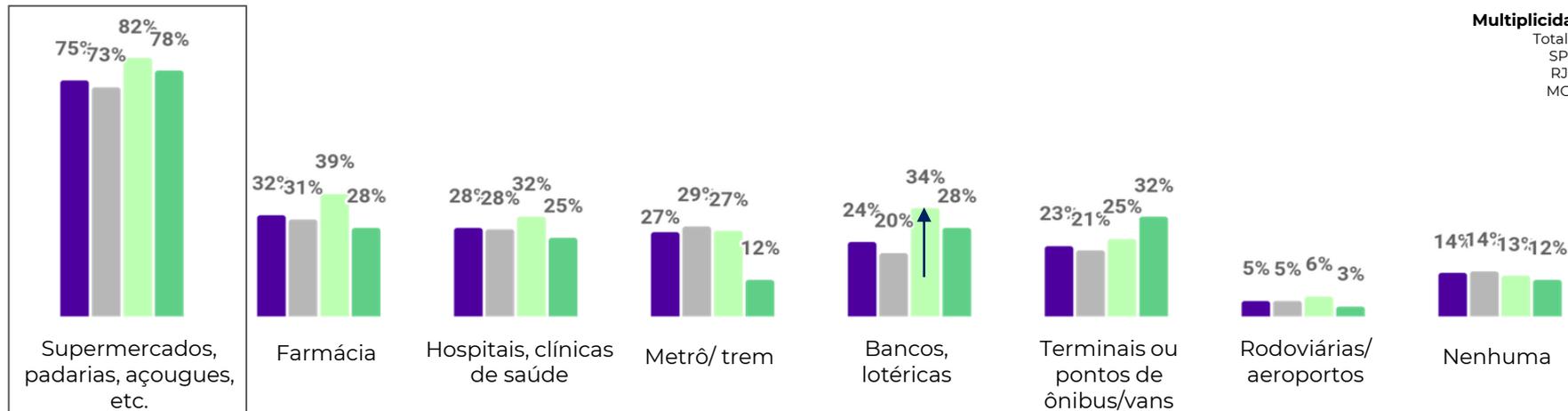
Morar perto da praia é tem mais importância para quem tem mais de 38 anos.



Características Gerais

Localização

E pensando em infraestruturas e serviços da cidade, você prioriza estar próximo de qual local?



Estar próximo de supermercados, padarias e açougues é prioridade principal.

Proximidade a bancos e lotéricas é mais citado pelos moradores do Rio do que de São Paulo.



Amostra: Total - 663 entrevistas; São Paulo - 478 entrevistas
Rio de Janeiro -125 entrevistas; Minas Gerais - 60 entrevistas

Em pensando na proximidade relacionadas à infraestruturas e serviços da cidade, você prioriza estar próximo de qual (is) local (is):

Características Gerais

Imóvel (antigo vs. Novo)

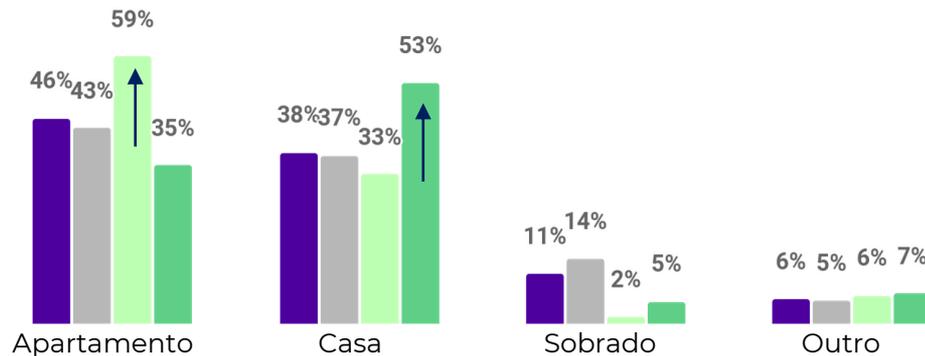
Tipo de imóvel

Em Minas Gerais o tipo de imóvel primário principal é casa (53%).

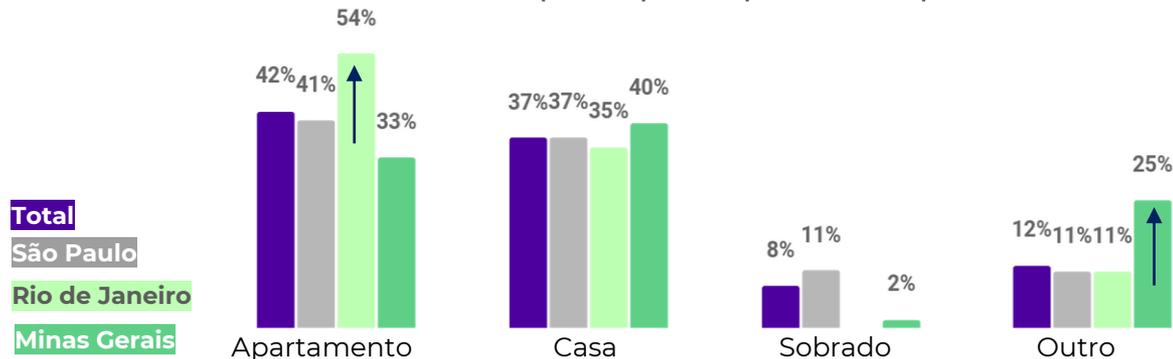
1 em cada 4 moradores do estado mineiro buscam outros tipos de imóvel para comprar.

No Rio, a preferência é por apartamento padrão, seja atual (59%) ou imóvel que procura (54%).

Imóvel primário (residência anterior a compra)



Imóvel que comprou ou pretende comprar



*Outro: Studio, cobertura e outros.

Amostra: Total - 668 entrevistas; São Paulo - 481 entrevistas
Rio de Janeiro -127 entrevistas; Minas Gerais - 60 entrevistas

0 imóvel que você comprou ou pretende comprar é:/Qual era o tipo de imóvel que você residia antes de morar no imóvel atual?/ Qual é o tipo de imóvel que você reside atualmente?

Qual foi o valor do imóvel que comprou?

A maioria do público planejava pagar valores entre as faixas R\$ 300.000 e R\$ 799.999.

Um terço da amostra adquiriu imóvel nas faixas entre R\$ 300.000 e R\$ 499.999.

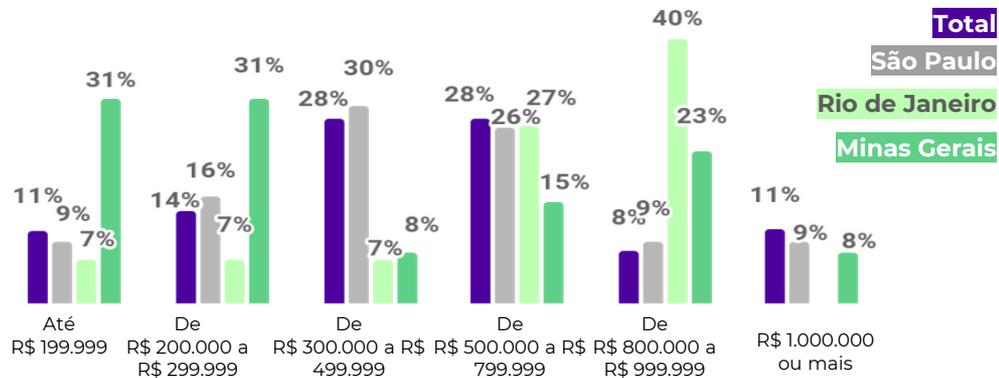
Medianas - Planejado

Total: R\$ 478.124,11
 SP: R\$ 465.383,79
 RJ: R\$ 574.999,75
 MG: R\$ 449.999,25

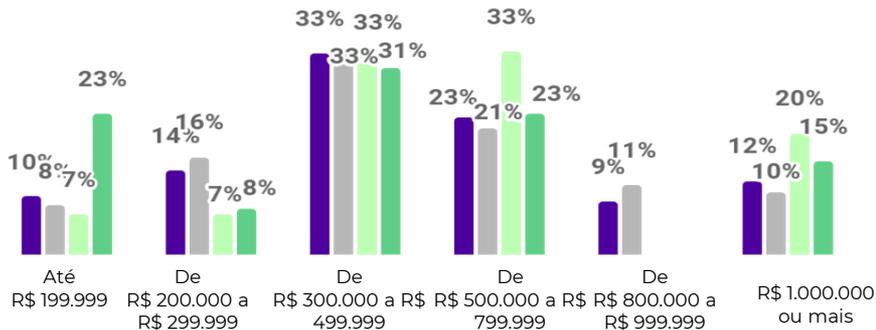
Medianas - Pago

Total: R\$ 460.525,51
 SP: R\$ 455.171,64
 RJ: R\$ 529.999,90
 MG: R\$ 424.999,38

Orçamento planejado para imóvel



Valor pago no imóvel



Amostra (Respondentes que já compraram) Total - 115 entrevistas; São Paulo - 87 entrevistas; Rio de Janeiro* -15 entrevistas; Minas Gerais* - 13 entrevistas Atenção as amostras com números insuficientes para inferência estatística

Pensando no imóvel que você comprou nos últimos 12 meses, qual o valor que você estava disposto a pagar quando iniciou sua busca para comprar um imóvel?/E qual foi o valor do imóvel que você comprou nos últimos 12 meses?

Características Gerais

Preço

Total

São Paulo

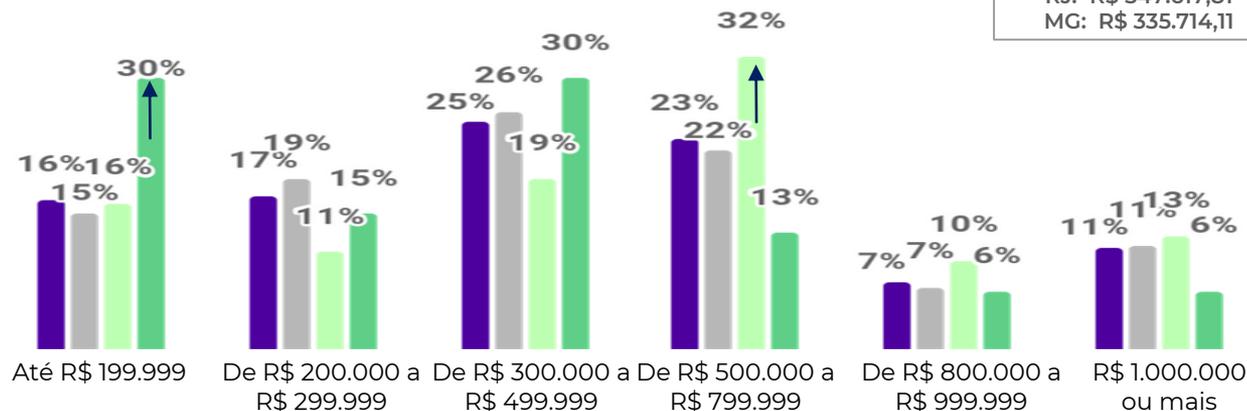
Rio de Janeiro

Minas Gerais

Qual o valor que você está disposto a pagar na compra do imóvel?

A busca por imóveis com valores até R\$ 199.999 é maior entre o público de Minas Gerais.

Destaque para o Rio de Janeiro com preferência por imóveis com preço entre R\$ 500.000 a R\$ 799.999



Medianas

Total: R\$ 434.057,30

SP: R\$ 424.271,22

RJ: R\$ 547.617,81

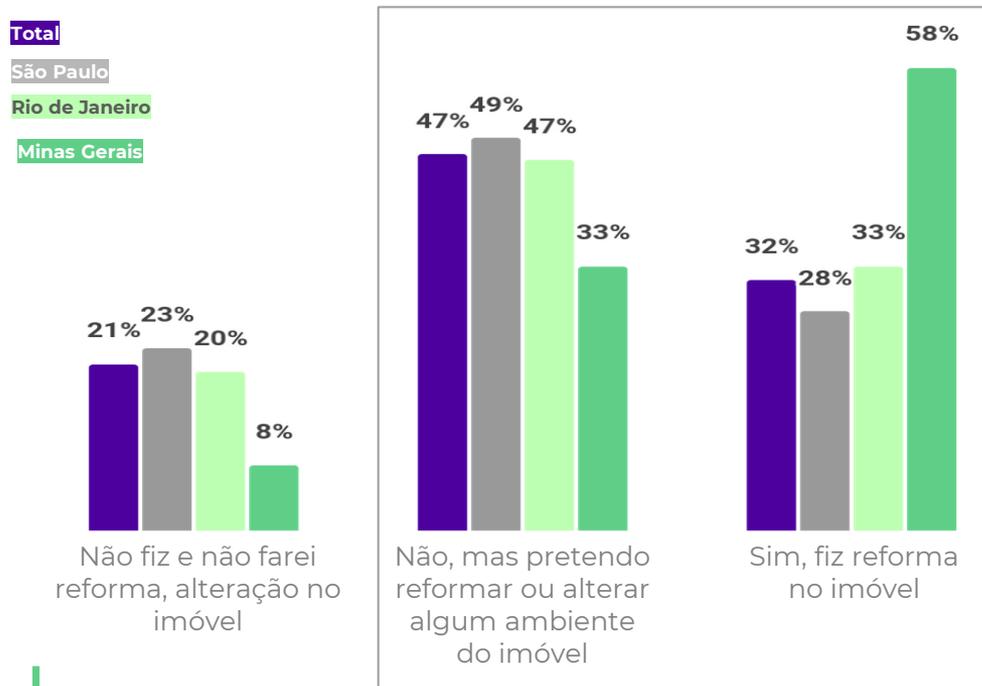
MG: R\$ 335.714,11



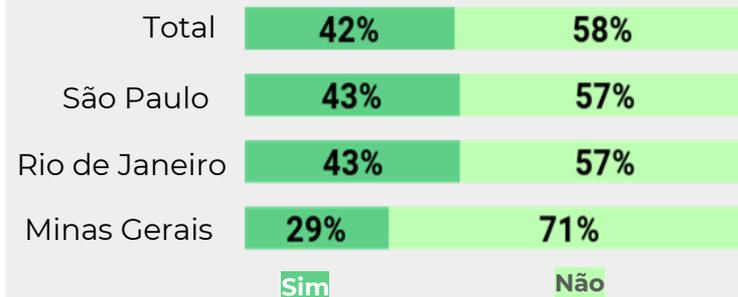
Características Gerais

Reforma

Você reformou ou alterou algum ambiente do imóvel que comprou?



Você já mora no imóvel que comprou?



Apenas 9% dos que podem fazer home office não fizeram nem pretendem fazer reforma no imóvel

Cerca de 6 em 10 ainda não mora no imóvel que comprou

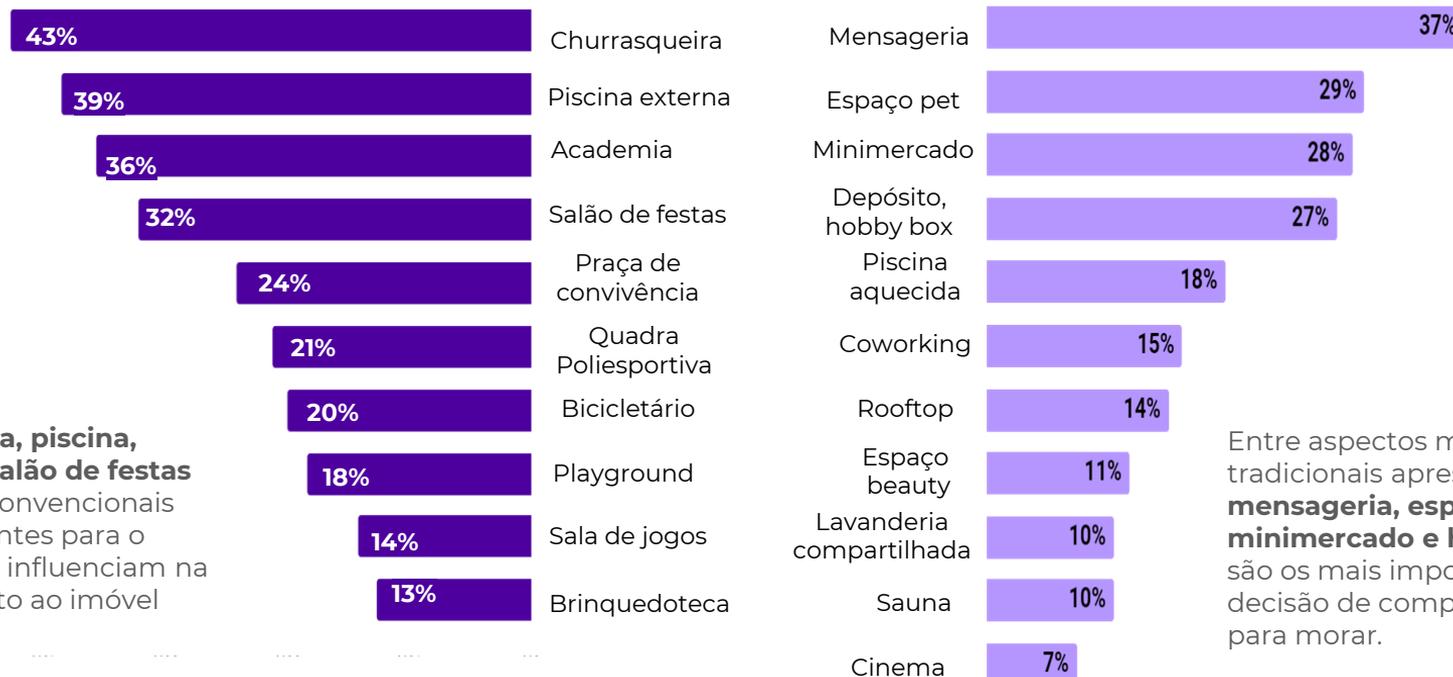


Área social e
área de lazer



Avaliação
Notas - 7 a 10

Itens convencionais vs não convencionais



Churrasqueira, piscina, academia e salão de festas são as áreas convencionais mais importantes para o público e que influenciam na decisão quanto ao imóvel para morar.

Entre aspectos menos tradicionais apresentados, **mensageria, espaço pet, minimercado e hobby box** são os mais importantes na decisão de compra do imóvel para morar.



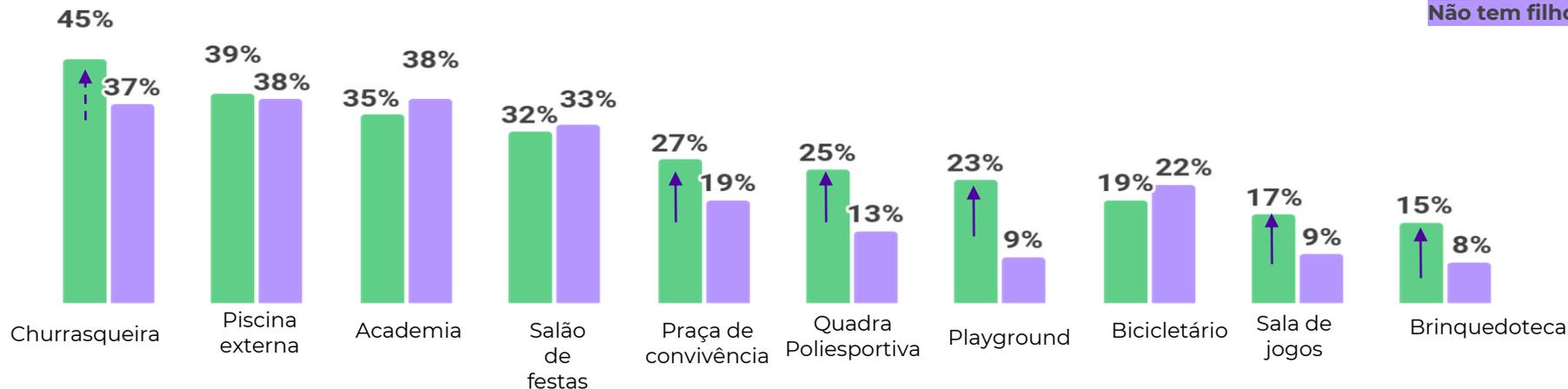
Amostra: Total - 668 entrevistas;

Indique a importância que cada aspecto tem na sua decisão de imóvel para morar:/ Considerando novos aspectos, indique a importância que cada um tem na sua decisão de imóvel para morar

Importância das áreas na decisão de imóvel para morar

Avaliação
Notas - 7 a 10

Tem filhos
Não tem filhos

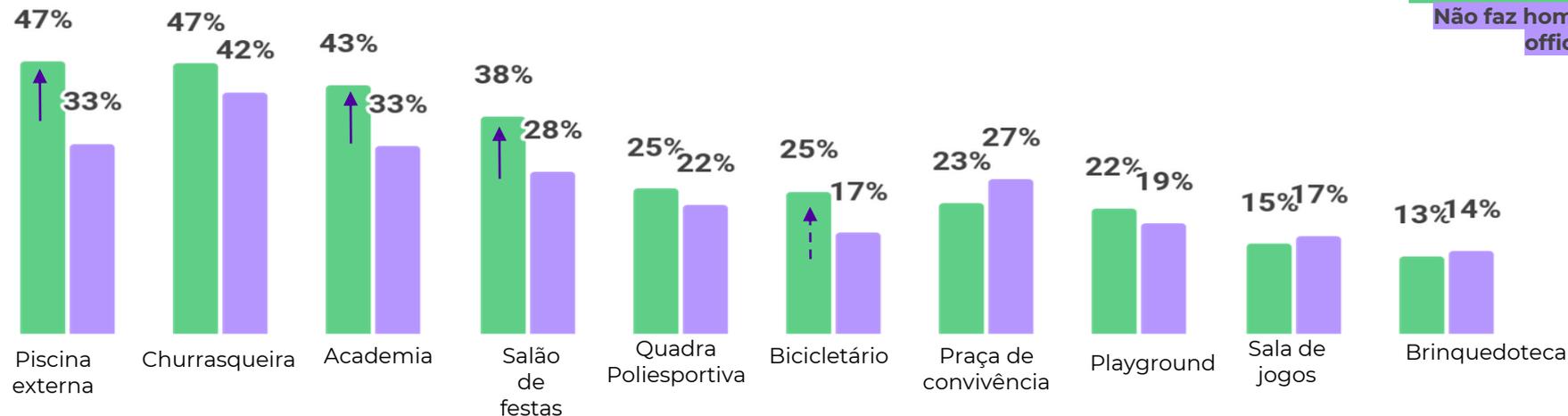


Churrasqueira tende ser menos importante para quem não tem filhos.

Praça de convivência, quadra, playground, sala de jogos e brinquedoteca são as áreas convencionais que importam mais para quem tem filhos do que quem não tem.



Importância das áreas na decisão de imóvel para morar



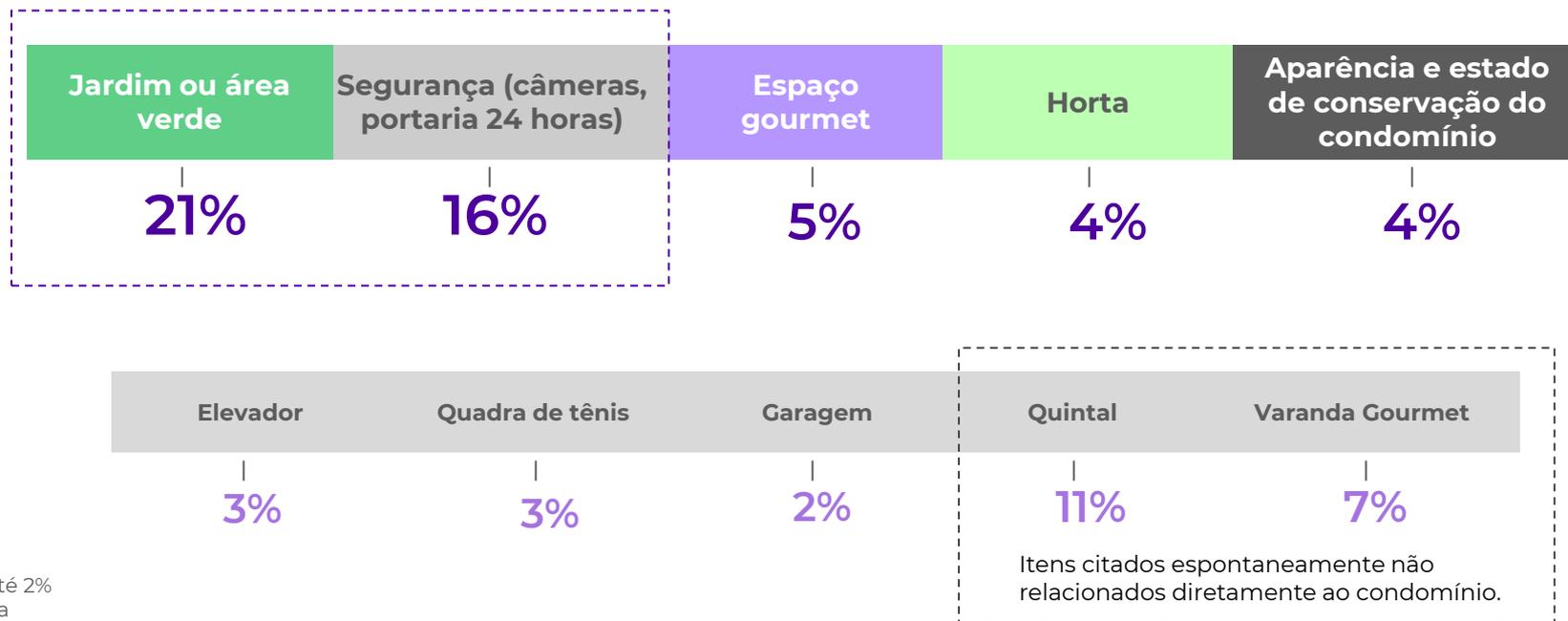
Avaliação
Notas - 7 a 10

Faz home office
Não faz home office

Piscina, academia e salão de festas são áreas convencionais mais importantes para o público que faz ou pode fazer home office. Bicicletário tende ser mais importante para eles também.



Aspecto de área social ou de lazer importantes na escolha do imóvel (espontânea)



Citações até 2% da amostra





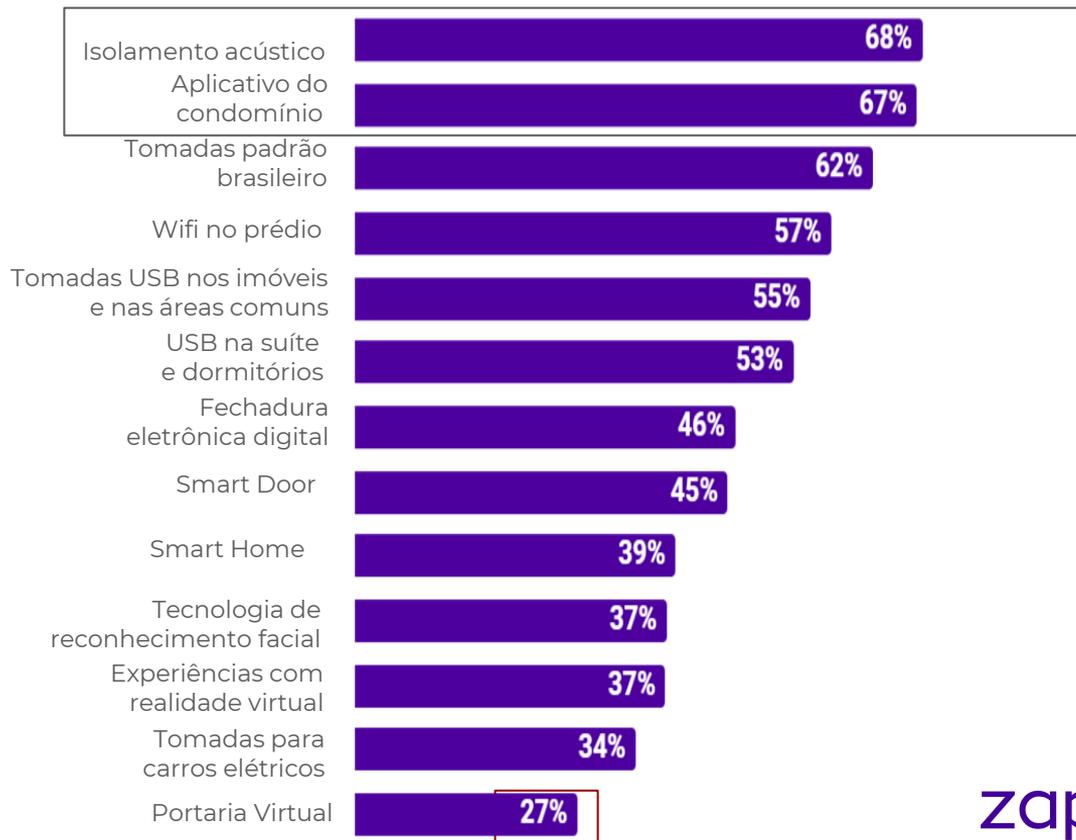
Tecnologia e Meio Ambiente

**Tecnologia
Ecologia e biosfera**

Importância de aspectos tecnológicos

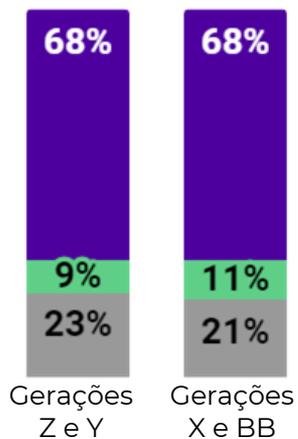
Isolamento acústico e **aplicativo do condomínio** são aspectos relacionados à tecnologia mais importantes na opinião do público.

Portaria virtual aparece como última opção no nível de importância na comparação com todos os atributos analisados.

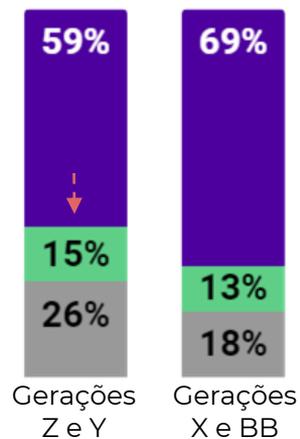


Importância de aspectos tecnológicos

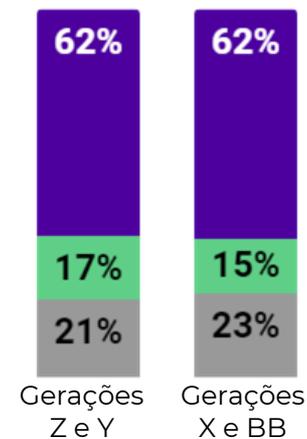
Isolamento acústico



Aplicativo do condomínio para acompanhamento das câmeras



Tomadas no padrão brasileiro



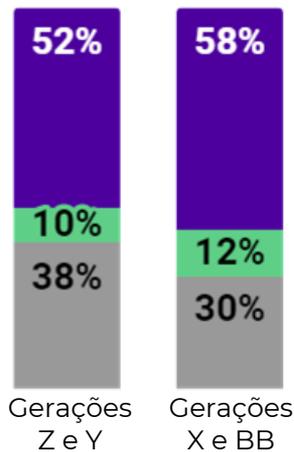
Notas
De 7 a 10
De 4 a 6
De 0 a 3

Isolamento acústico é o aspecto tecnológico mais importante para os compradores. Entre as gerações, quem tem 38 anos ou mais tende a considerar mais importante o aspecto aplicativo do condomínio em comparação com compradores mais jovens.



Importância de aspectos tecnológicos

Wifi disponível no prédio todo



Tomadas USB nos imóveis e nas áreas comuns



USB na suíte e dormitórios



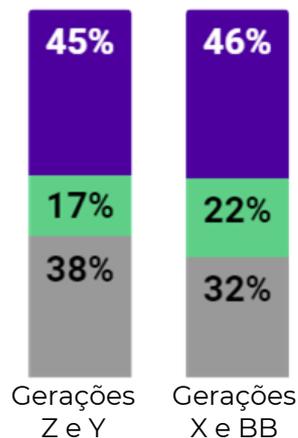
Notas
De 7 a 10
De 4 a 6
De 0 a 3

Tomadas USB nos imóveis, seja nas áreas comuns ou suítes e dormitórios, tende a ser menos importante para o público das gerações Z e Y.

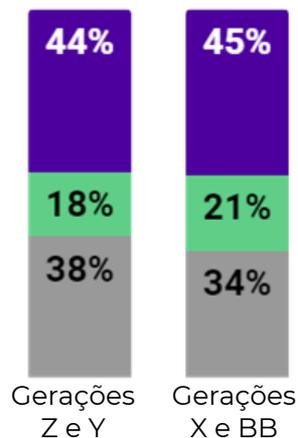


Importância de aspectos tecnológicos

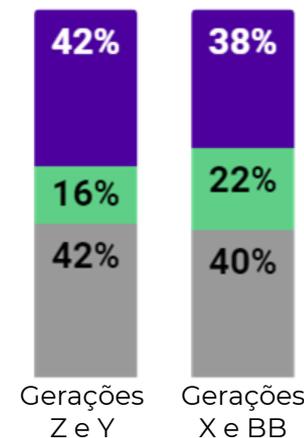
Fechadura eletrônica digital



Smart Door



Smart Home



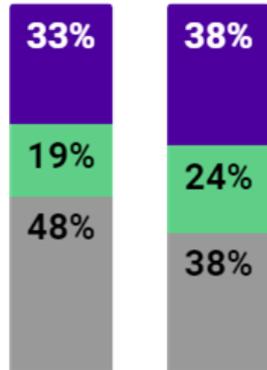
Notas
De 7 a 10
De 4 a 6
De 0 a 3



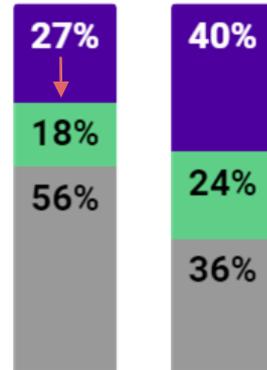
Importância de aspectos tecnológicos

Notas
De 7 a 10
De 4 a 6
De 0 a 3

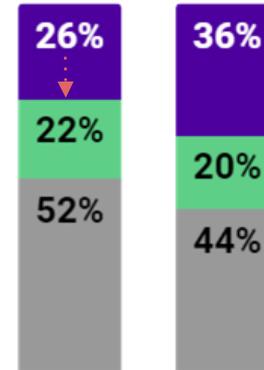
Tecnologia de reconhecimento facial



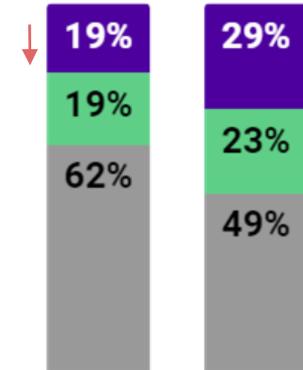
Experiências com realidade virtual para conhecer o imóvel pretendido



Tomadas para carros elétricos



Portaria Virtual

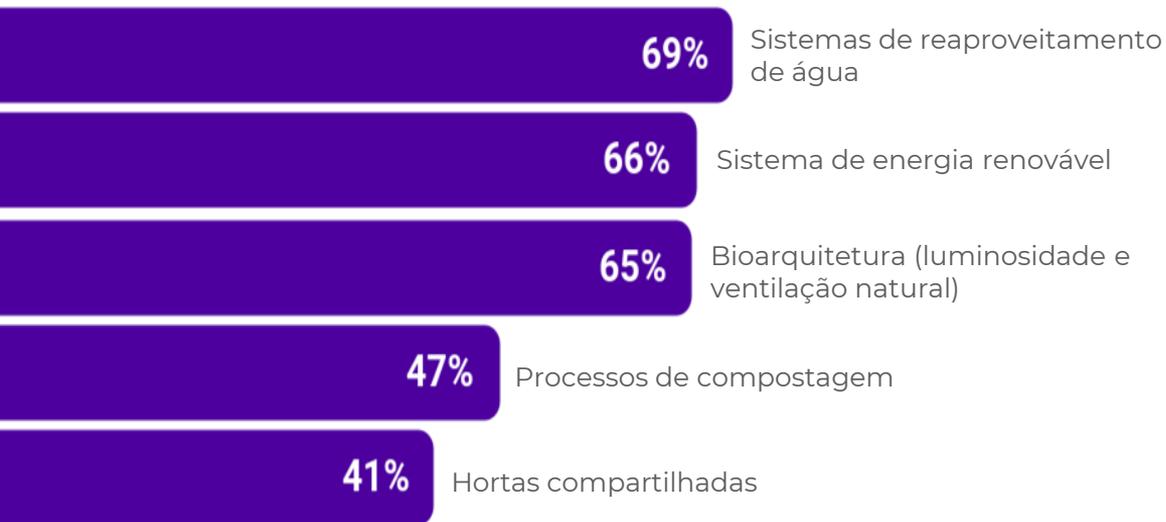


Experiência com realidade virtual para conhecer imóvel buscado é mais importante para as gerações mais velhas (X e BB).

Tomadas para carro elétrico e portaria Virtual tendem a ser mais importante para esse público também.



Importância em adquirir imóveis com aspectos de ecologia e cuidados com a biosfera

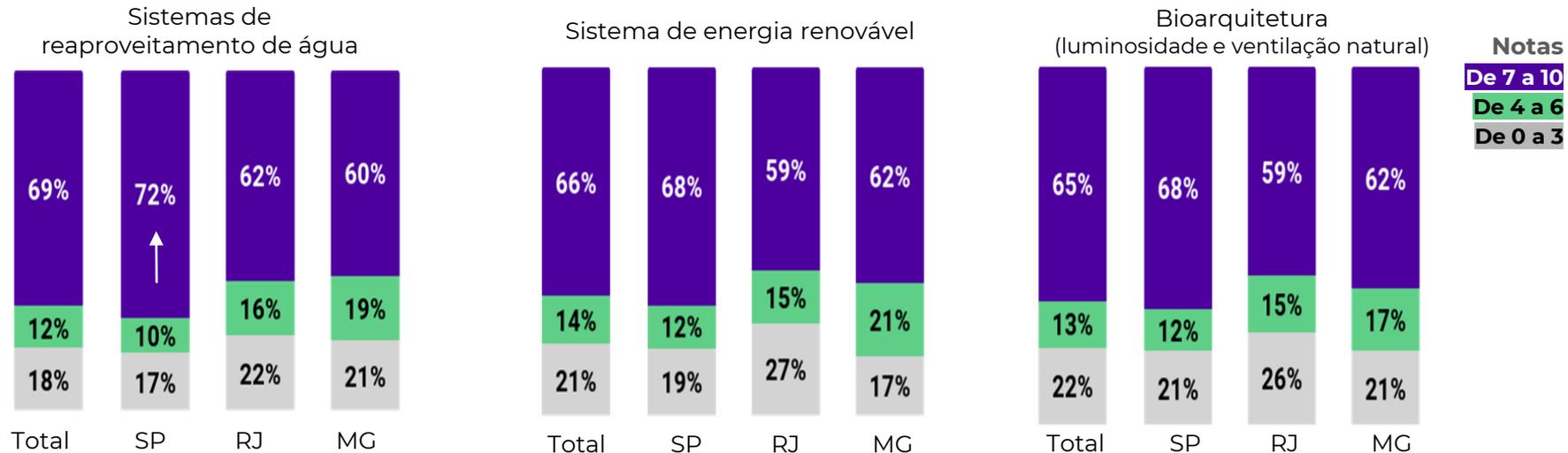


Reaproveitamento de água, energia renovável e bioarquitetura são os itens considerados mais importantes por quem comprou ou pretende comprar imóvel.

Avaliação
Notas - 7 a 10



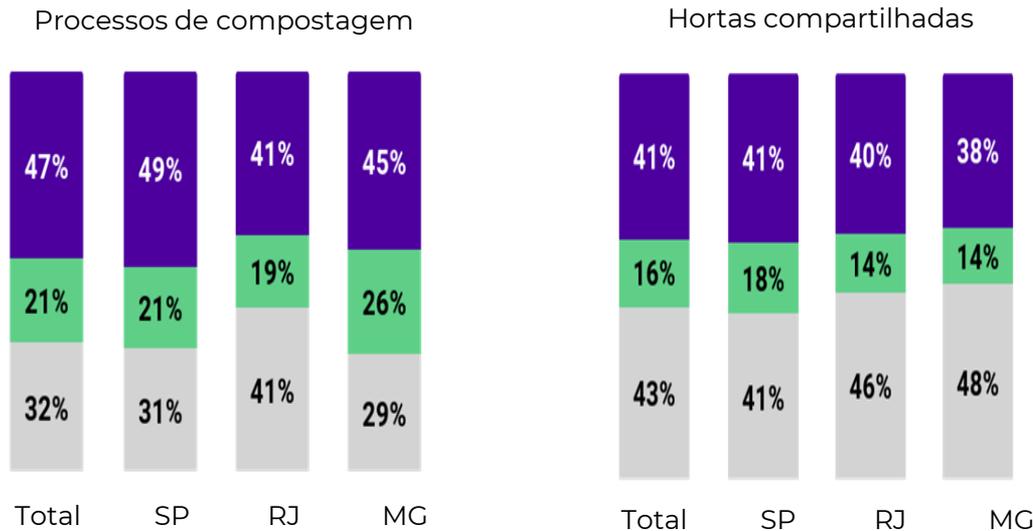
Importância em adquirir imóveis com aspectos de ecologia e cuidados com a biosfera



Sistema de reaproveitamento de água é melhor avaliado pelo público de São Paulo.



Importância em adquirir imóveis com aspectos de ecologia e cuidados com a biosfera



Notas
De 7 a 10
De 4 a 6
De 0 a 3

Processos de compostagem tem menos importância para os moradores do Rio comparado com os moradores de São Paulo.

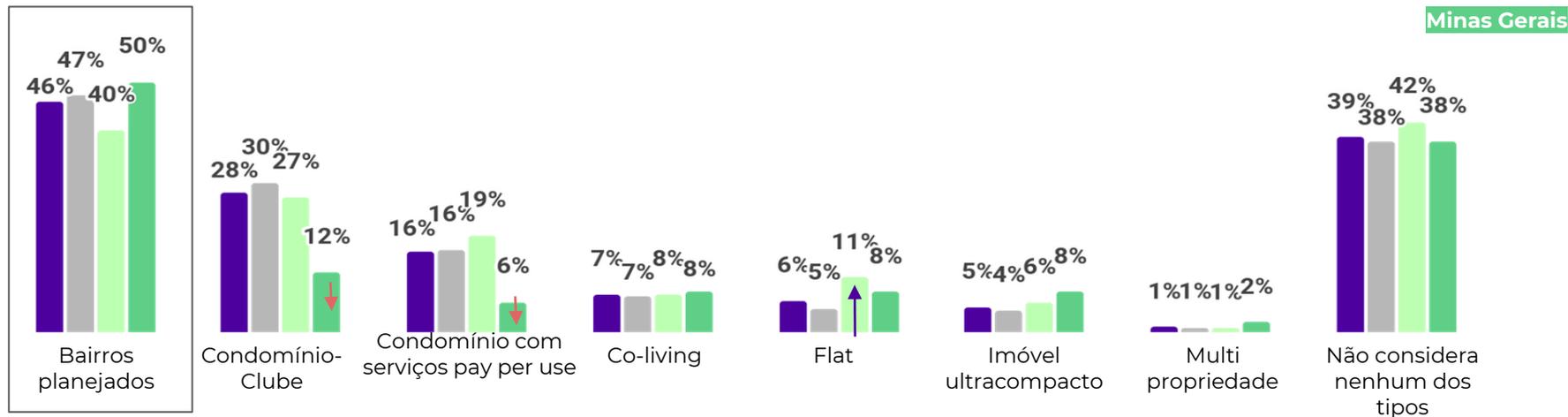


Novas formas de morar

Conceitos de Moradia



Em quais tipos consideraria morar:



Bairro planejado é o conceito mais considerado pelos compradores.

Condomínio clube ou com serviço pay per use é mais aceito pelo Rio de Janeiro e São paulo do que em Minas Gerais. Os compradores do estado fluminense consideram o conceito flat mais do que os compradores de São Paulo. Cerca de 4 em cada 10 entrevistados não consideram nenhum dos conceitos estimulados.



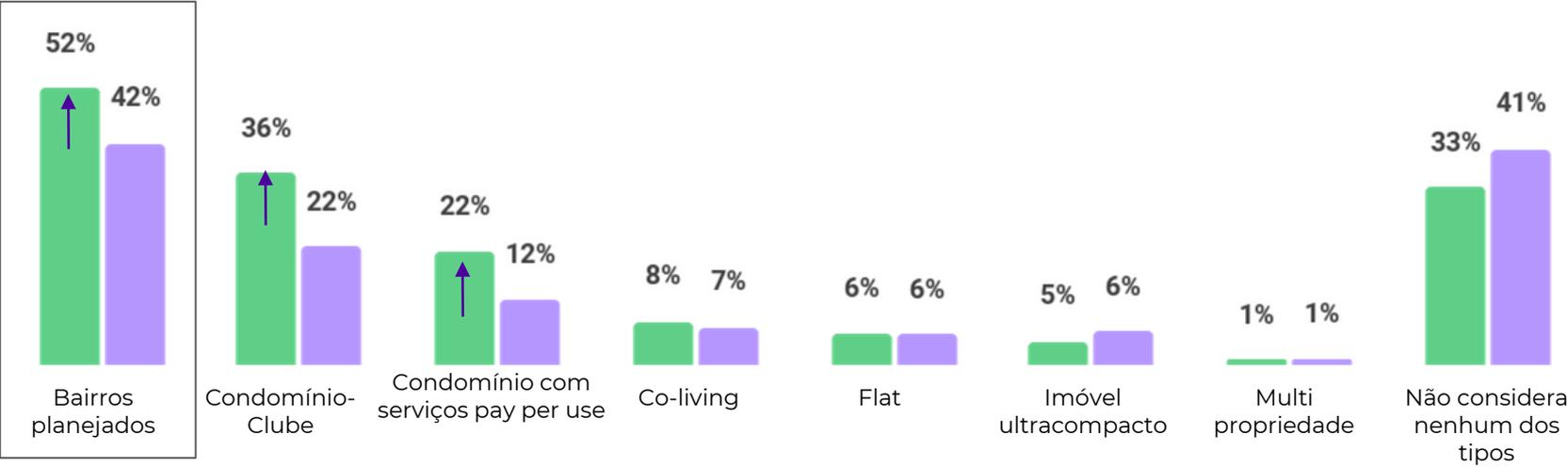
Conceitos de Moradia

Moradores

Em quais tipos consideraria morar:

Multiplicidade:
 Faz home office - 1.6
 Não faz home office - 1.4

Faz home office
Não faz home office



Bairro planejado é o conceito mais considerado pelos compradores.

Bairro planejado, condomínio clube ou com serviço pay per use são mais considerados por quem faz ou pode fazer home office.

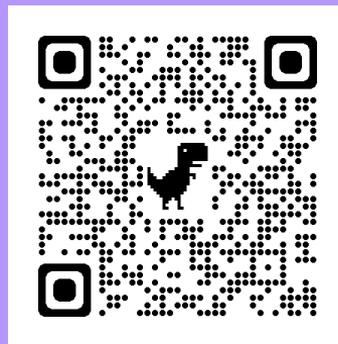
Pessoas sem filhos consideram mais morar em em conceitos alternativos de moradia do que quem tem filhos.

+
 Amostra (Entrevistados que irão residir no imóvel): Total - 591 entrevistas; Faz home office - 218 entrevistas; Não faz home office -193 entrevistas

Pensando nos conceitos de moradia abaixo, indique quais tipos de imóvel você consideraria morar:

ACESSE

+ DataZAP++
datazap.com.br/



zap+

