

PESQUISA INÉDITA

O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO COMPRADOR DE IMÓVEIS BRASILEIRO

ABRAIN
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
INCORPORADORAS IMOBILIÁRIAS

BRA!N
Inteligência Estratégica

SOBRE A BRAIN

Atuamos a nível nacional com a promoção de **inteligência estratégica para organizações**, através de estudos, pesquisas, treinamentos e consultorias especializadas. Somos amplamente reconhecidos por nossa expertise no mercado imobiliário e pela realização de pesquisas mercadológicas de opinião.



20

anos de
empresa



900

idades
brasileiras



8.500

estudos de
mercado



50.000

entrevistas
anualmente



R\$ **200bi**

em VGV
pesquisados

GRUPO BRAIN

The logo for BRAIN, featuring the word "BRAIN" in a bold, white, sans-serif font. The letter "A" is stylized with a small, white, star-like graphic element integrated into its center.

Inteligência
estratégica para
organizações

 [\(41\) 3243-2880](tel:(41)3243-2880)

The logo for GEO BRAIN, featuring a stylized white "G" icon on the left, composed of two overlapping circular shapes. To the right of the icon, the words "GEO" and "BRAIN" are stacked vertically in a white, sans-serif font.

Plataforma de
georreferenciamento
imobiliário

 [\(41\) 3243-2880](tel:(41)3243-2880)

The logo for Global Talent, featuring a stylized white "G" icon on the left, composed of two overlapping circular shapes with a small star-like graphic element integrated into the top right. To the right of the icon, the words "Global" and "Talent" are stacked vertically in a white, sans-serif font.

Gestão de pessoas
e processos para
organizações

 [\(11\) 93341-2071](tel:(11)93341-2071)

AGENDA



- Jornada de compra presencial e online
- Motivações para a compra do imóvel
- Barreiras e fatores críticos
- A construtora como fator decisivo de compra

SOBRE A PESQUISA



METODOLOGIA & PLANO AMOSTRAL



Abordagem:
Quantitativa



Tipo:
Probabilística aleatória
simples



Técnica:
Questionários com questões
abertas e fechadas aplicados *in
loco* (abordagem de rua)



Nível de significância:
95%



Localização:
Belo Horizonte, Brasília, Campinas,
Campo Grande, Caruaru, Curitiba,
Florianópolis, Fortaleza, Londrina,
Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador,
São Paulo



Tamanho da amostra:
1.050 questionários

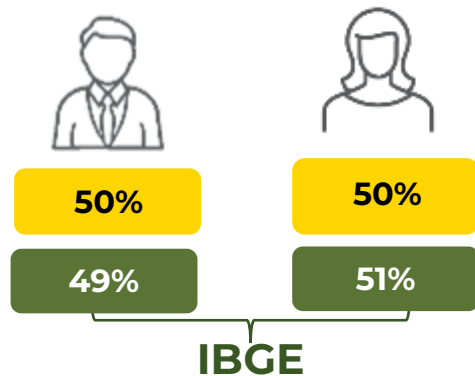


Margem de erro:
3.47%

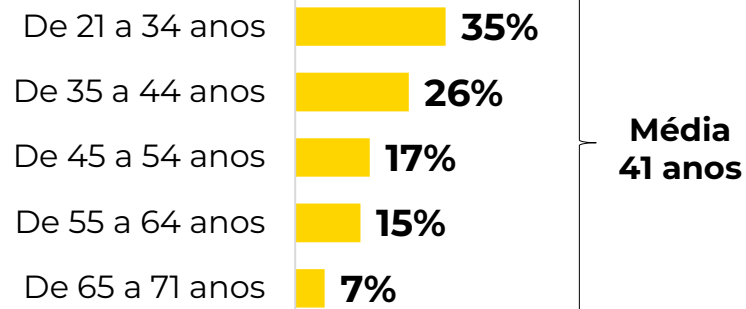


Data da coleta:
27/04/2024 a
15/05/2024

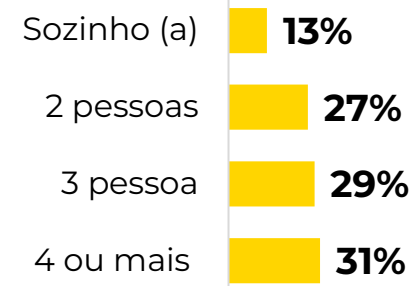
GÊNERO



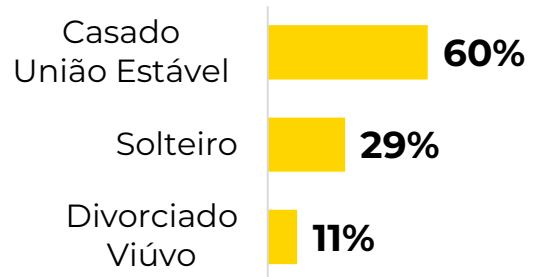
IDADE



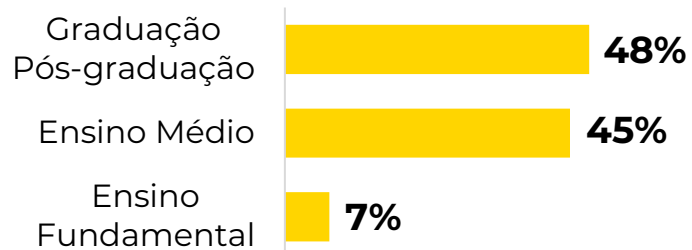
COMPOSIÇÃO FAMILIAR



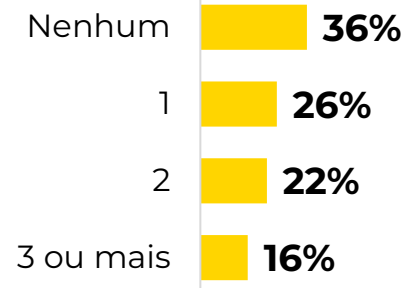
ESTADO CIVIL



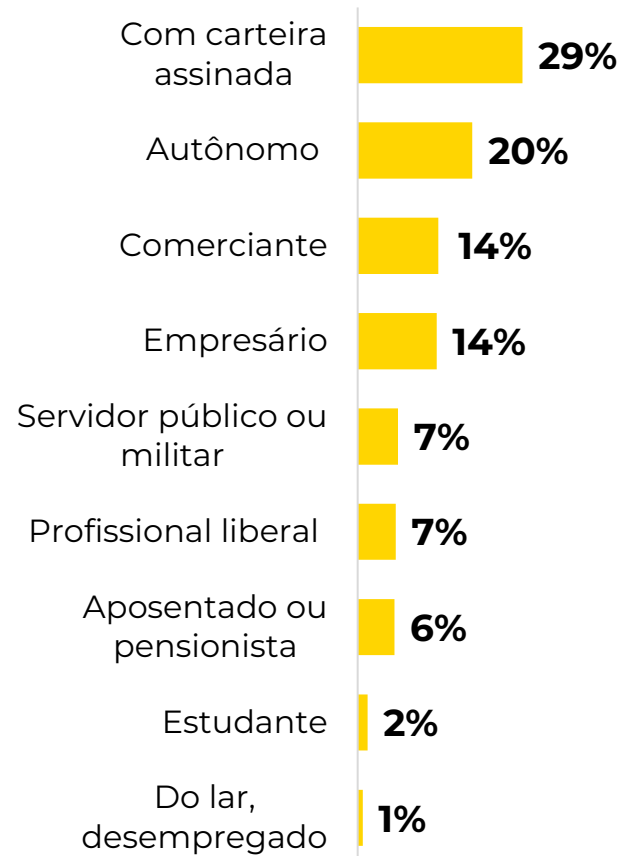
ESCOLARIDADE



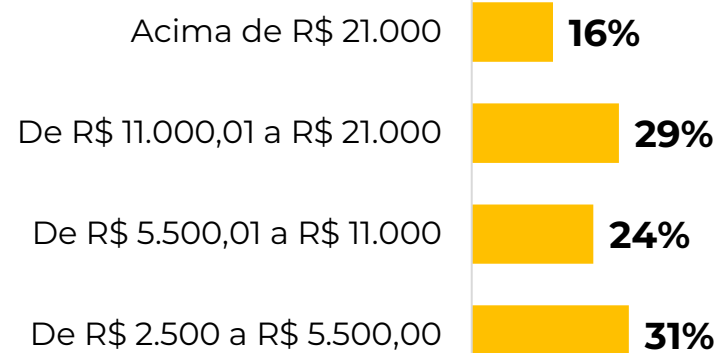
FILHOS



OCUPAÇÃO ATUAL



RENDA FAMILIAR MENSAL



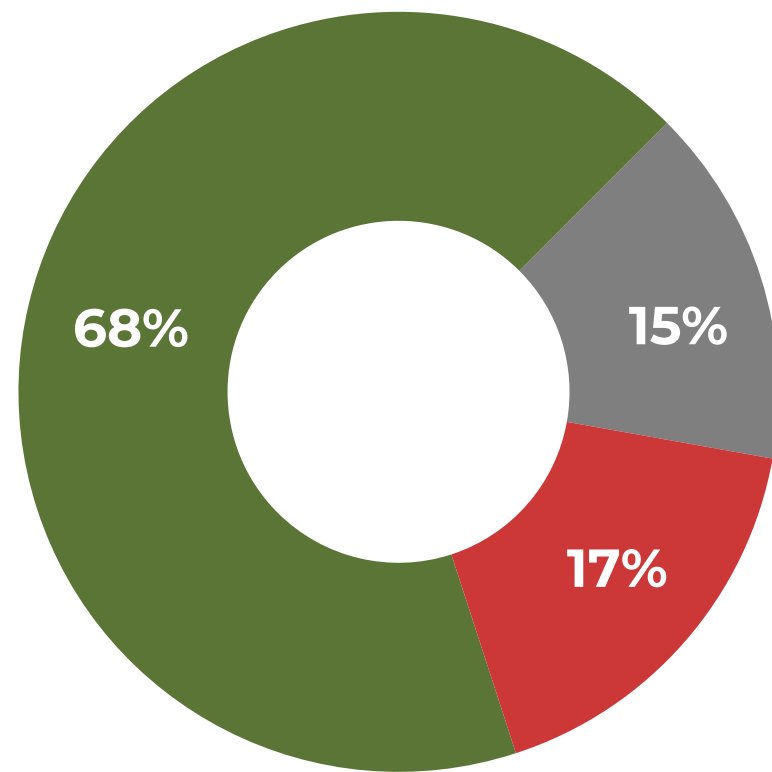


JORNADA DE COMPRA PRESENCIAL E ONLINE



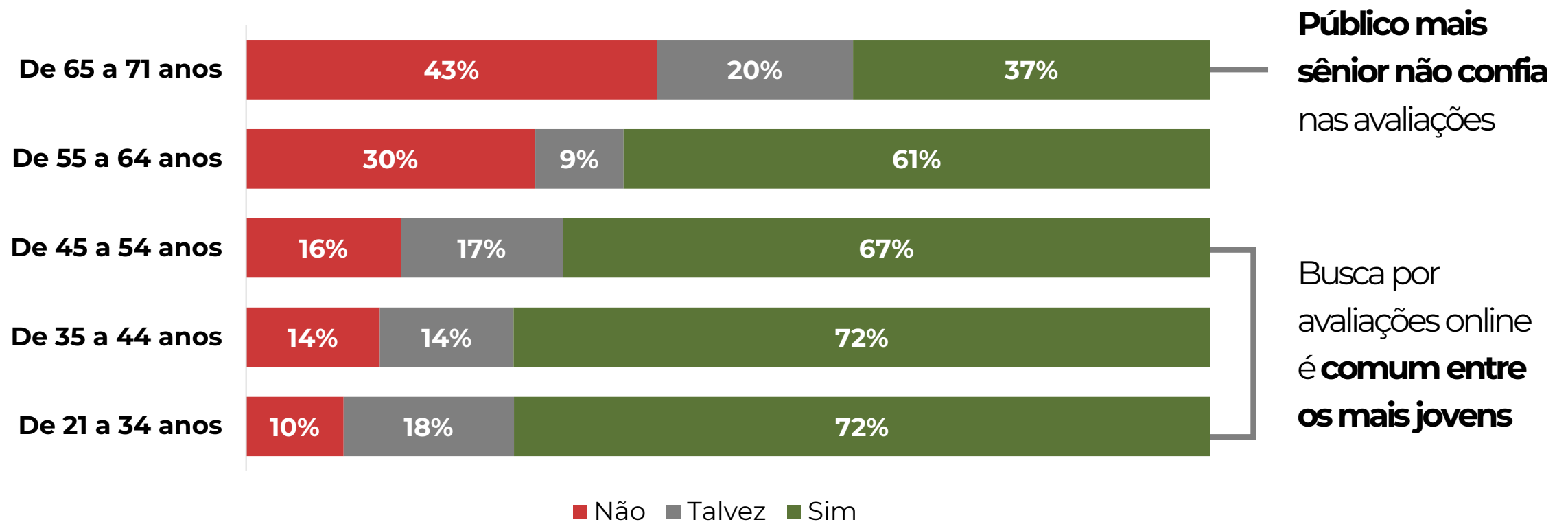
PESQUISA POR AVALIAÇÕES ONLINE NA BUSCA DO IMÓVEL

Sobre a construtora ou o empreendimento

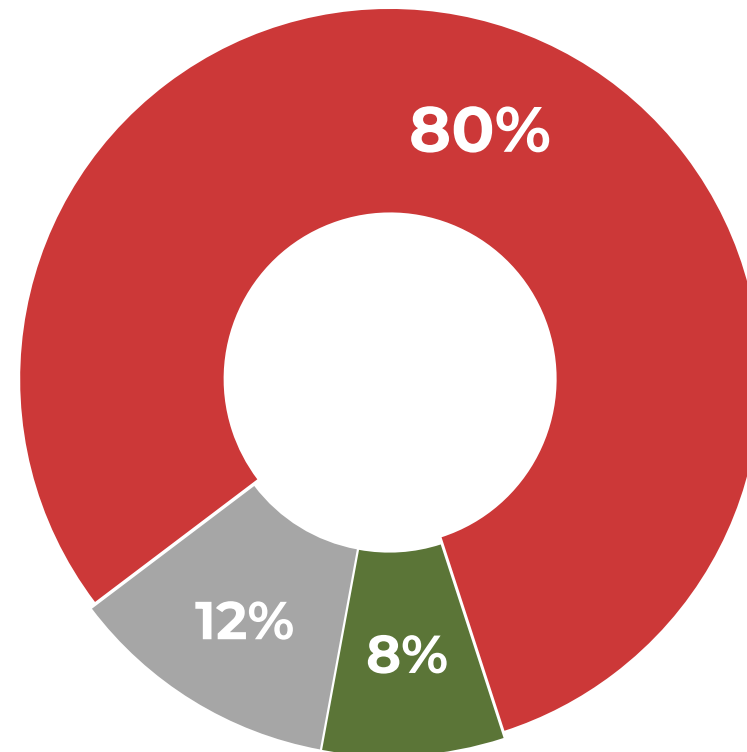


■ Sim ■ Talvez ■ Não confio nessas avaliações

PESQUISA POR AVALIAÇÕES ONLINE NA BUSCA DO IMÓVEL



SEGURANÇA PARA COMPRAR UM IMÓVEL 100% ONLINE

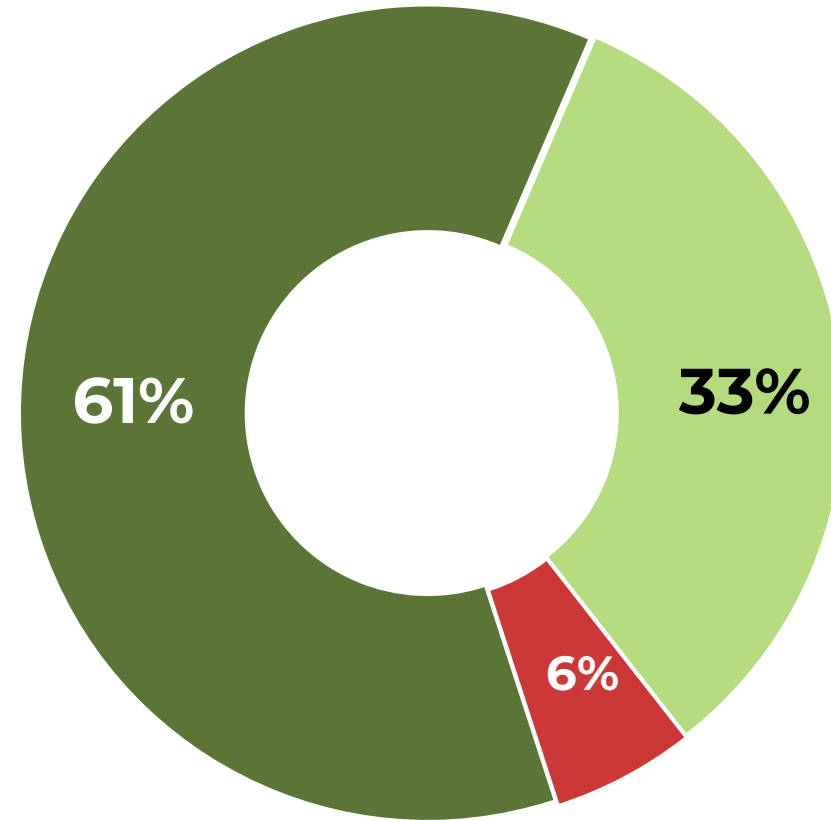


- Sim, hoje se tem acesso a todas as informações online
- Talvez, ainda preciso me informar melhor sobre isso
- Não, ainda prefiro visitar o estande da construtora

IMPORTÂNCIA DE VISITAR O ESTANDE DE VENDAS DA CONSTRUTORA

94%

destacam a importância do estande de vendas para a decisão



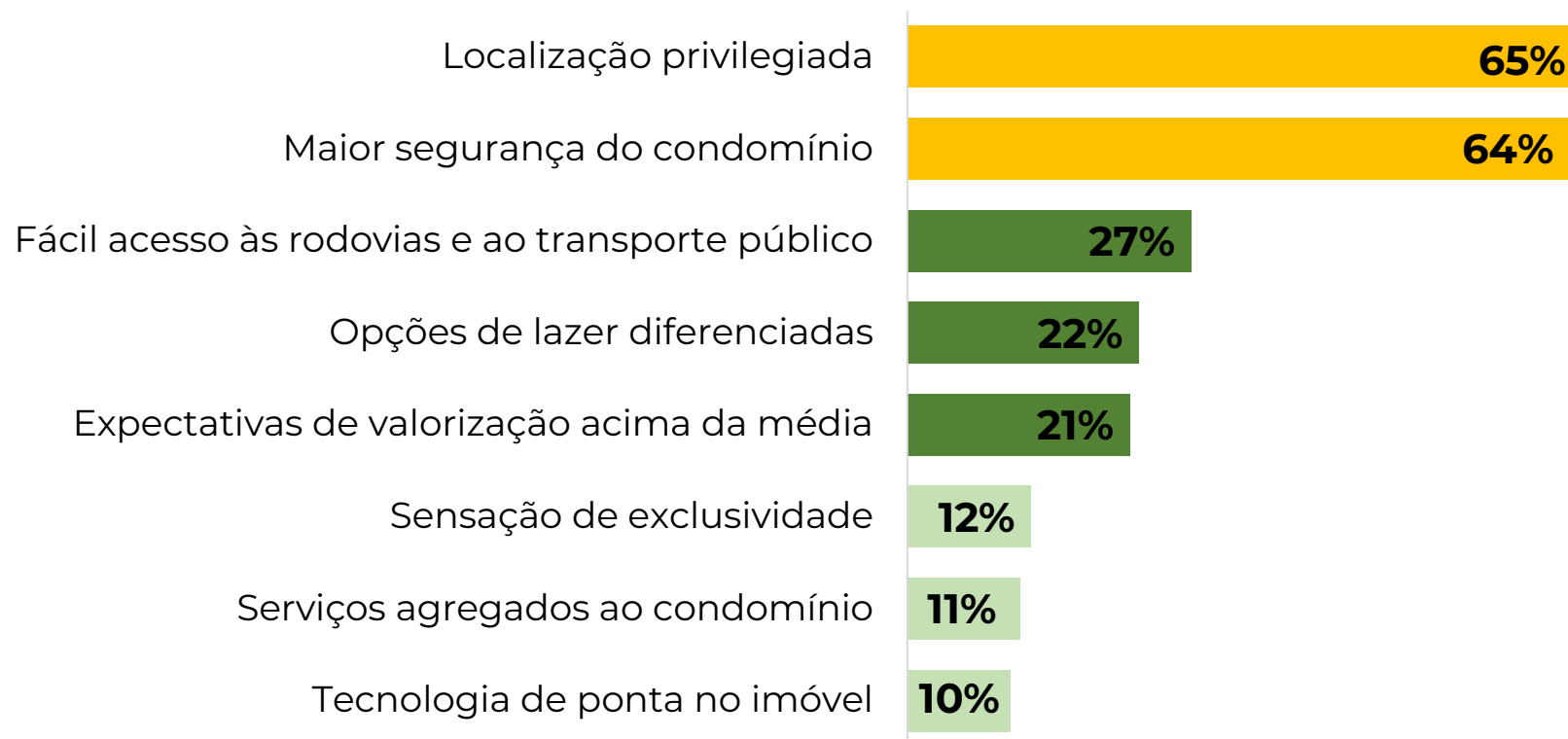
■ Muito importante ■ Importante ■ Nada importante

MOTIVAÇÕES PARA A COMPRA



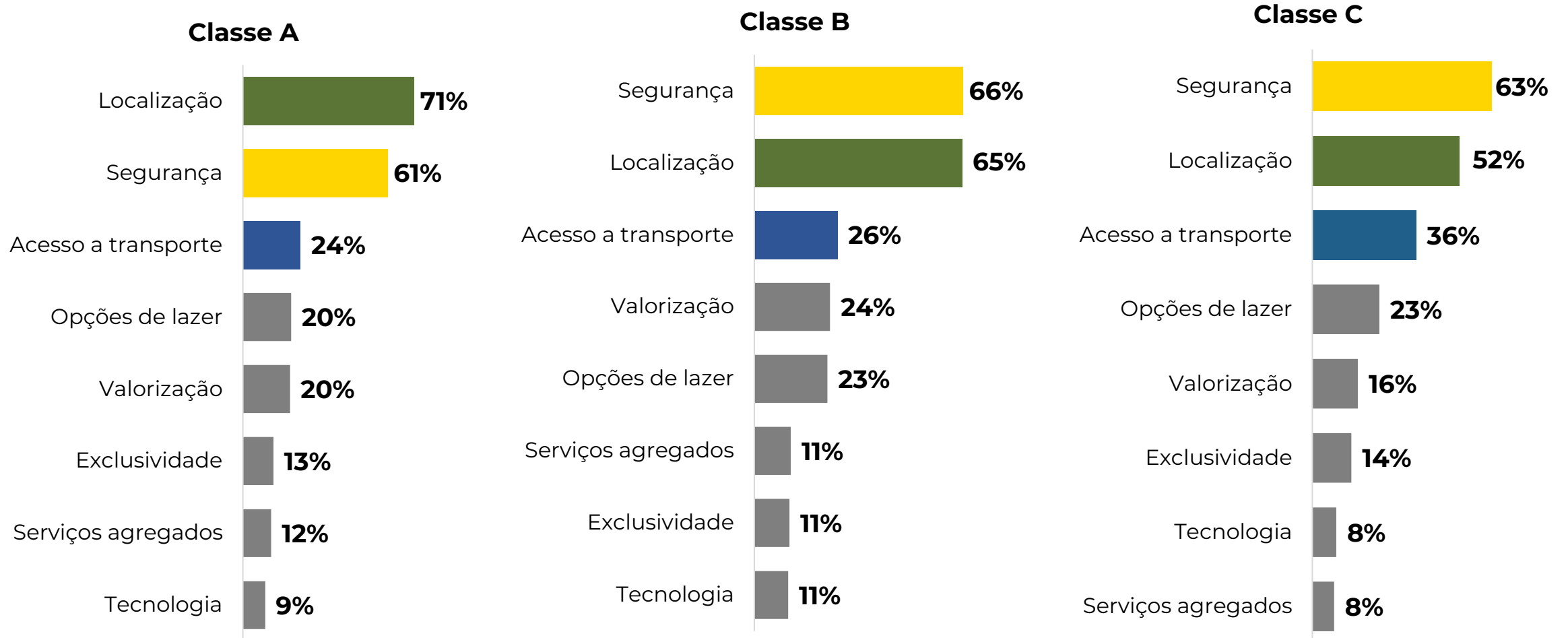
MOTIVAÇÃO PARA PAGAR UM VALOR ACIMA DA MÉDIA NO IMÓVEL

Resposta múltipla com total superior a 100%



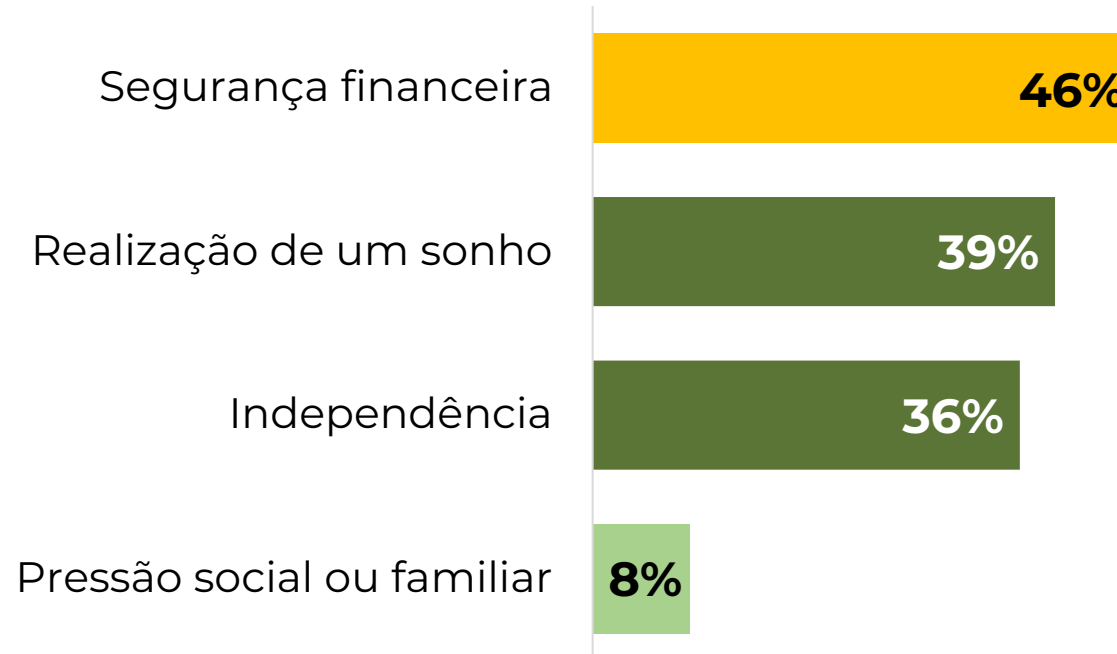
MOTIVAÇÃO PARA PAGAR UM VALOR ACIMA DA MÉDIA NO IMÓVEL

Resposta múltipla com total superior a 100%



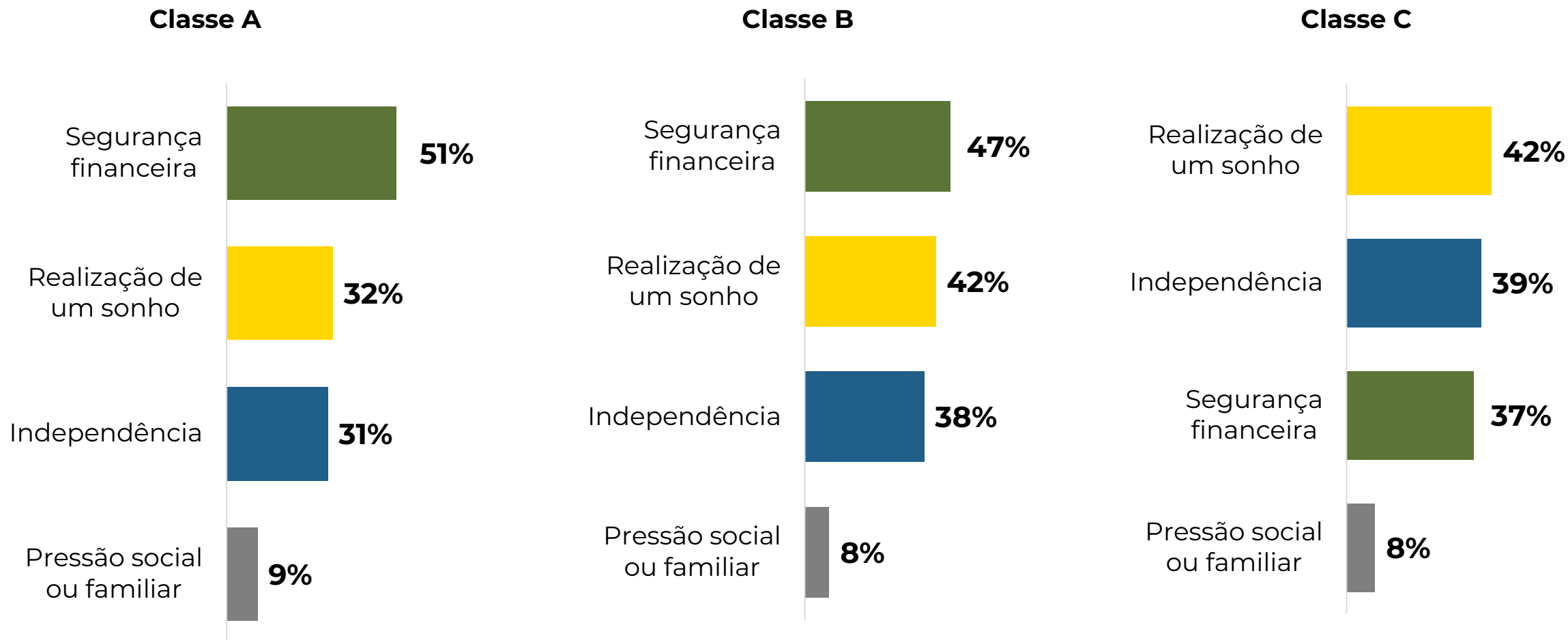
MOTIVAÇÕES PESSOAIS QUE PESAM PARA A DECISÃO DE COMPRA

Resposta múltipla com total superior a 100%

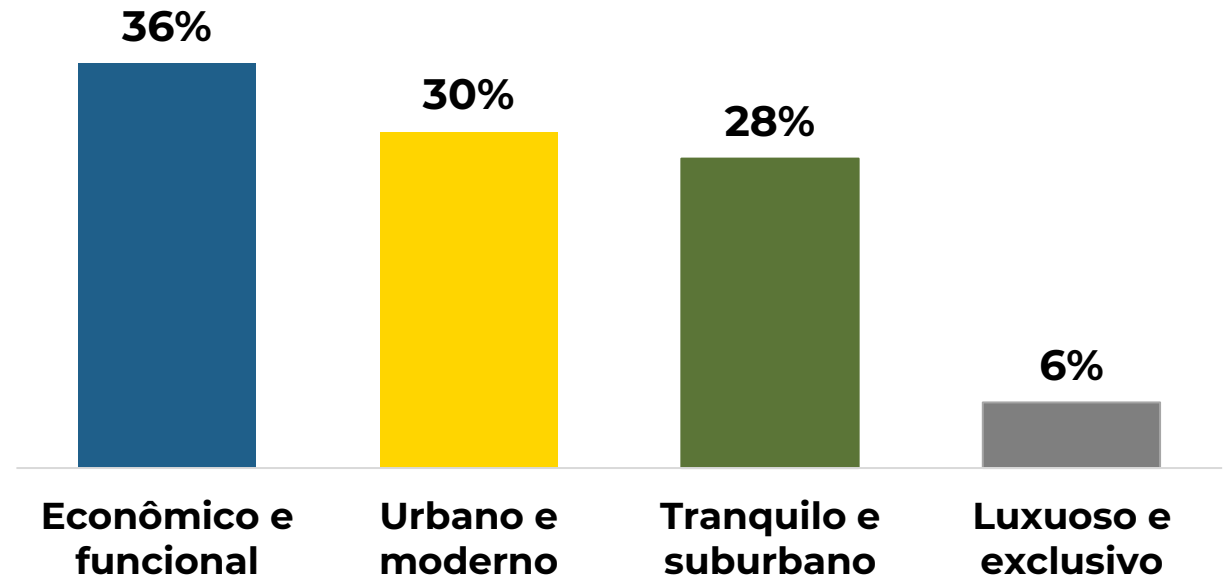


MOTIVAÇÕES PESSOAIS QUE PESAM PARA A DECISÃO DE COMPRA

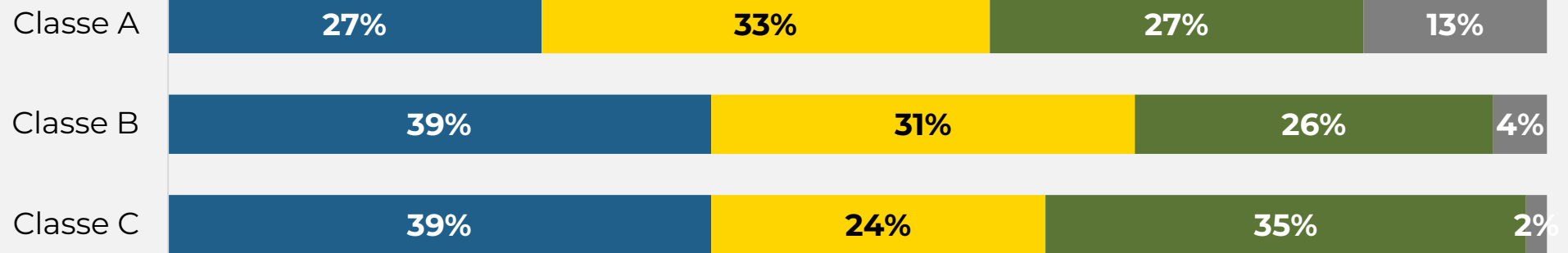
Resposta múltipla com total superior a 100%



ESTILO DE VIDA QUE OS CONSUMIDORES BUSCAM



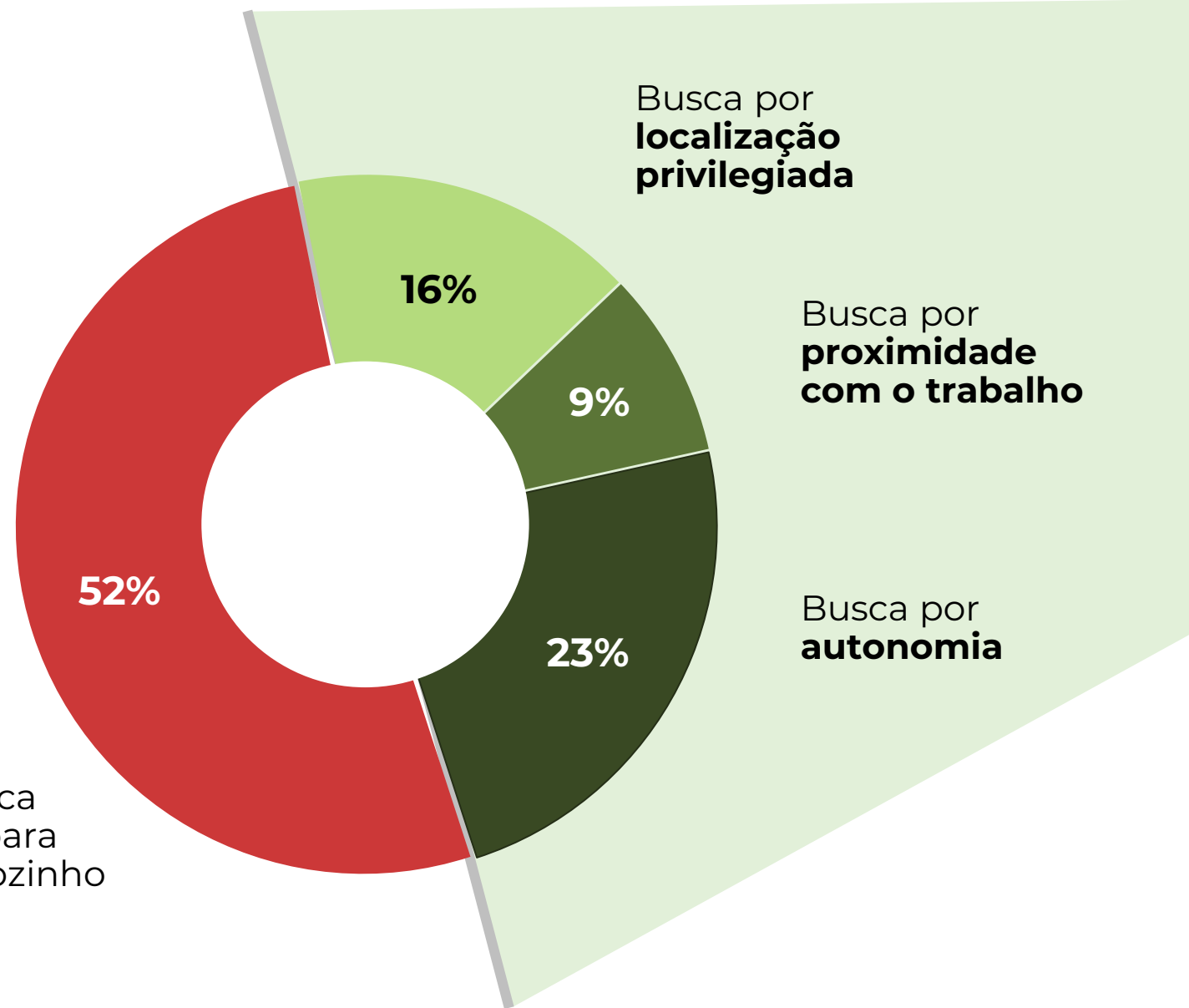
Recorte por faixa de renda



COMPRA DE IMÓVEL PARA MORAR SOZINHO

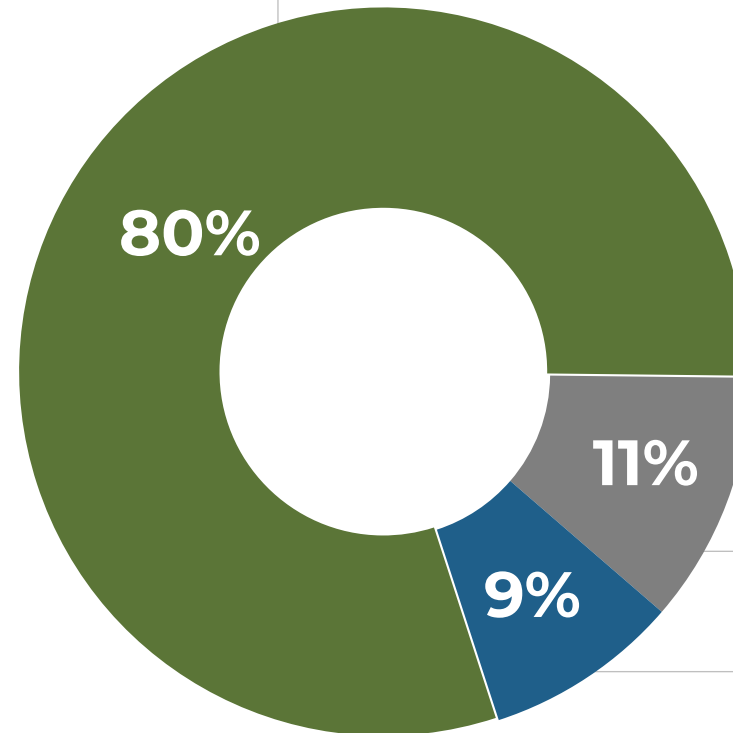
Já comprou ou compraria atualmente?

Não busca
imóvel para
morar sozinho



ITENS DE TECNOLOGIA QUE AGREGAM VALOR NOS IMÓVEIS

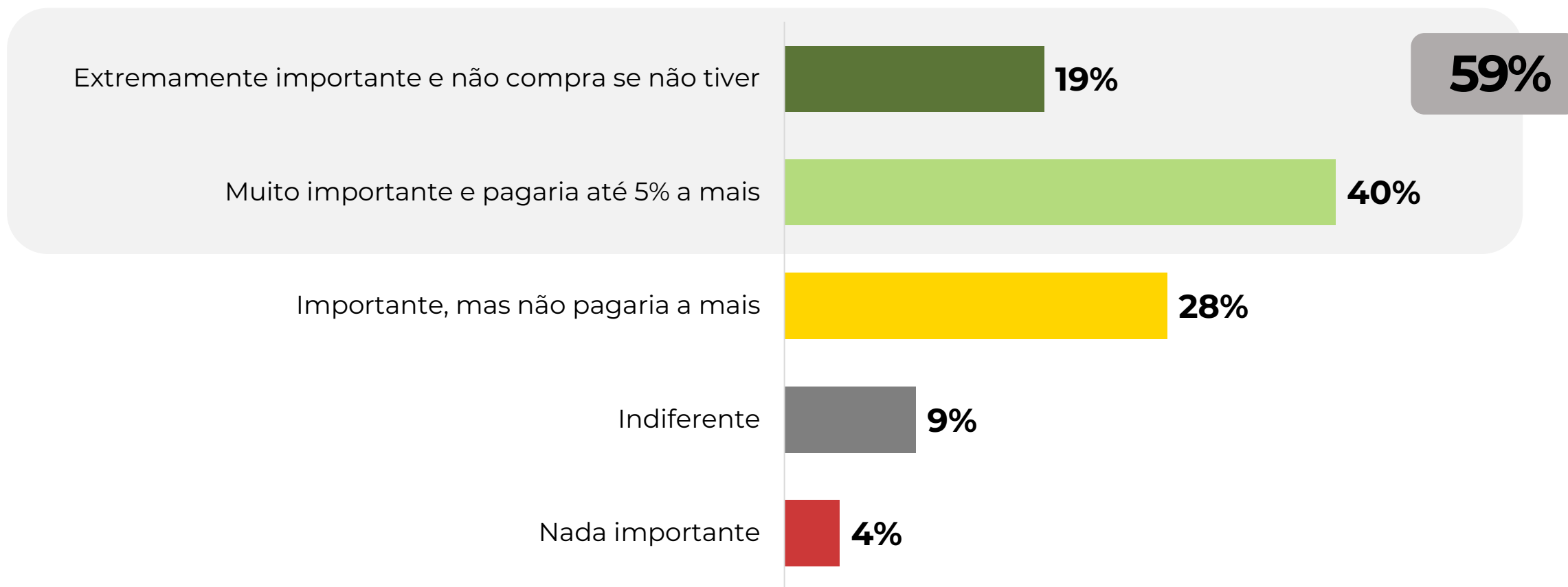
Itens de segurança
portaria virtual, sistemas de
câmera, reconhecimento
facial e fechadura digital



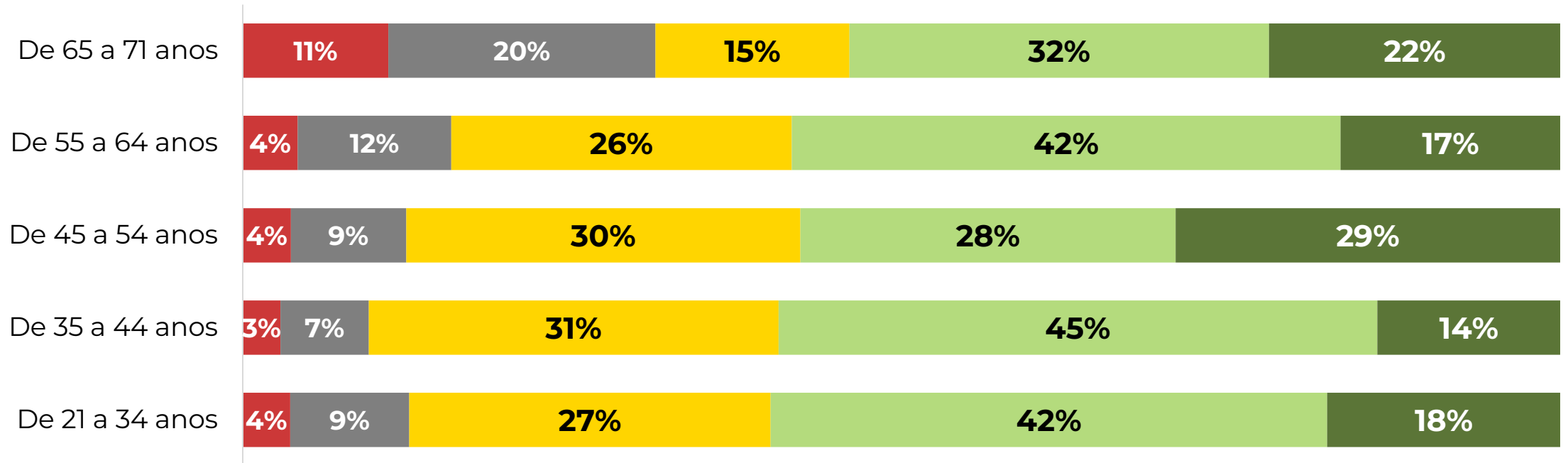
**Itens de
eficiência
energética**

**Itens de
automação**
com integração de
sistemas de comando

IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NOS IMÓVEIS

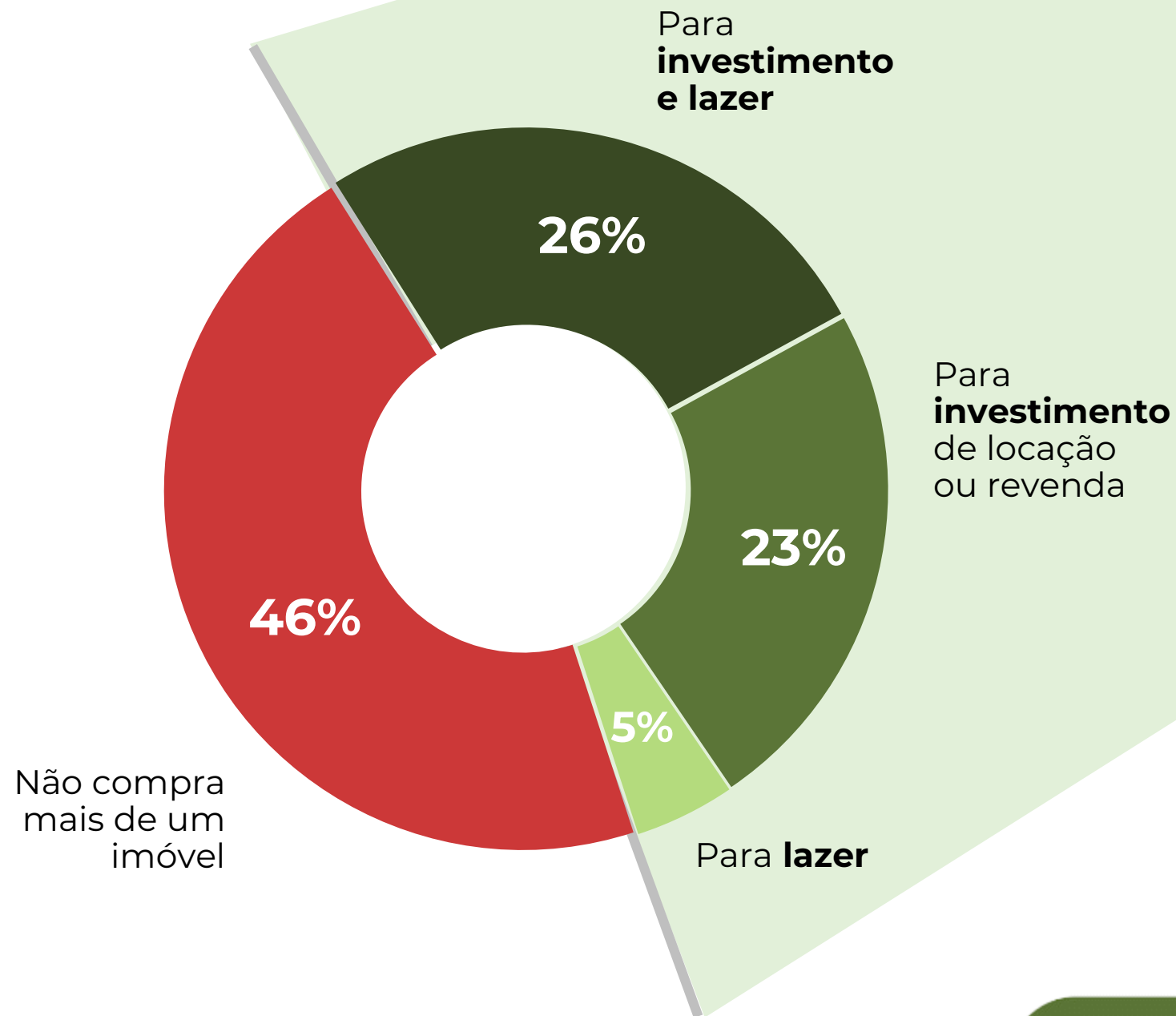


IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE NOS IMÓVEIS



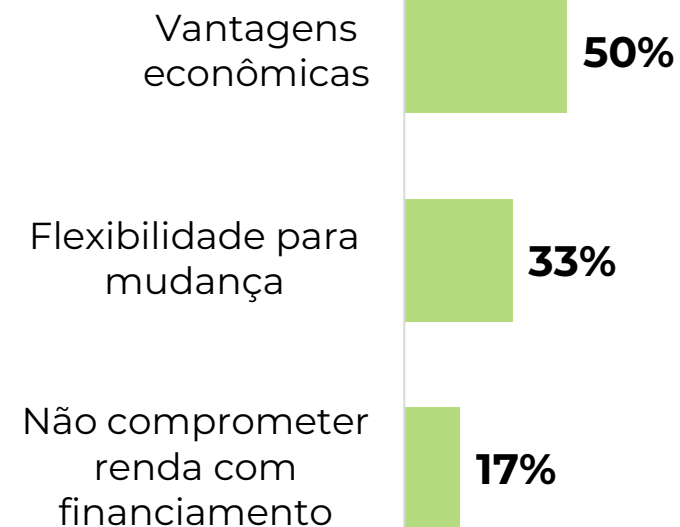
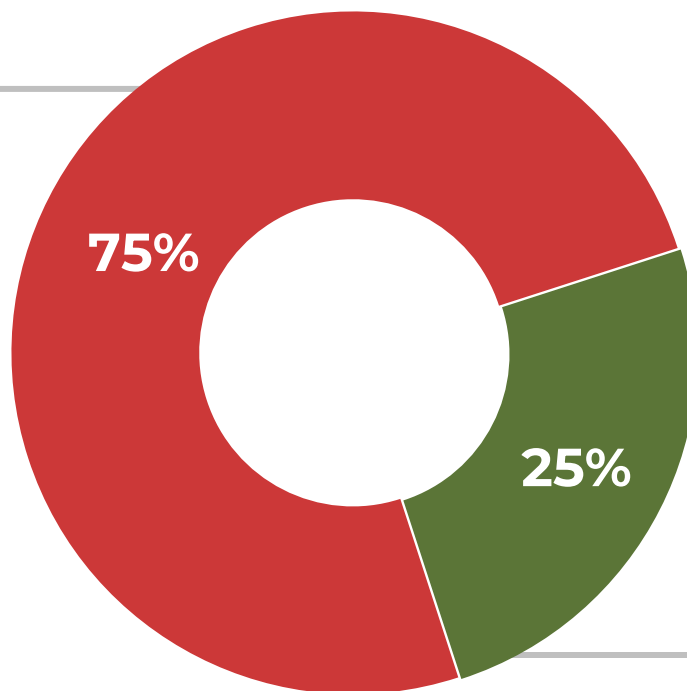
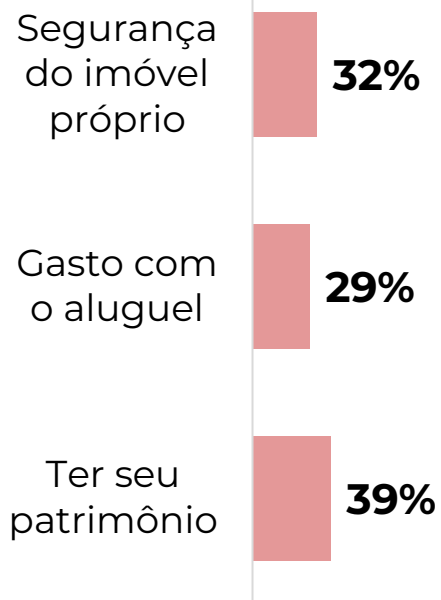
- Nada importante
- Indiferente
- Importante, mas não pagaria mais
- Muito importante e pagaria até 5% a mais
- Extremamente importante e não compra se não tiver

COMPRA DE MAIS DE UM IMÓVEL RESIDENCIAL



MORARIA DE ALUGUEL MESMO TENDO CONDIÇÕES DE COMPRAR?

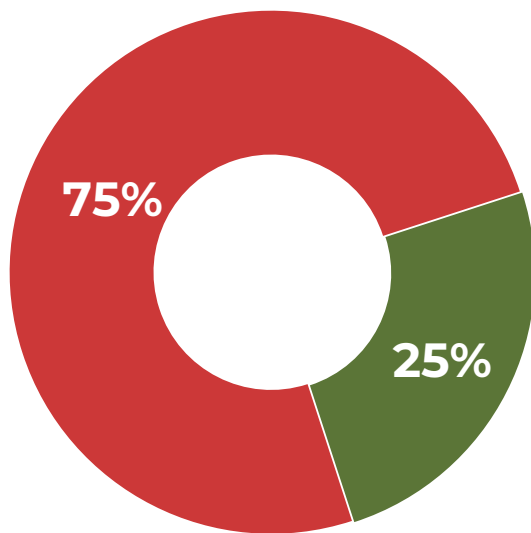
Por qual motivo **não**



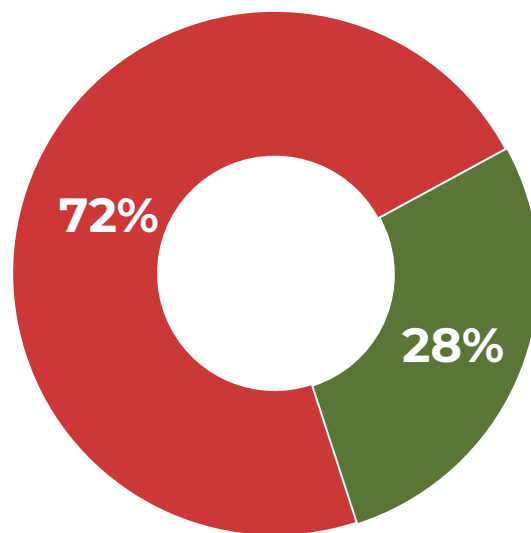
Por qual motivo **sim**

MORARIA DE ALUGUEL MESMO TENDO CONDIÇÕES DE COMPRAR?

Classe A

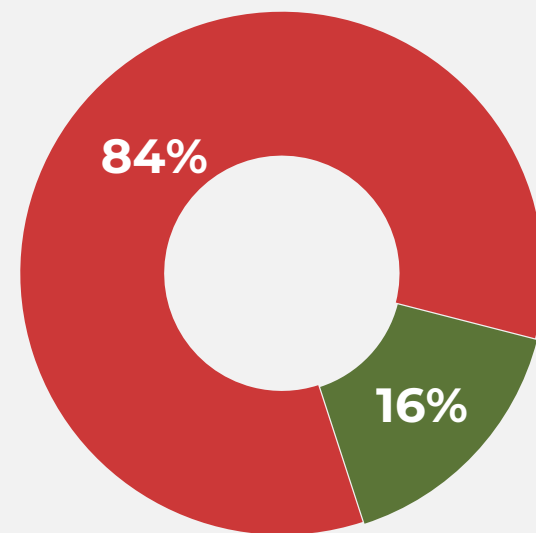


Classe B



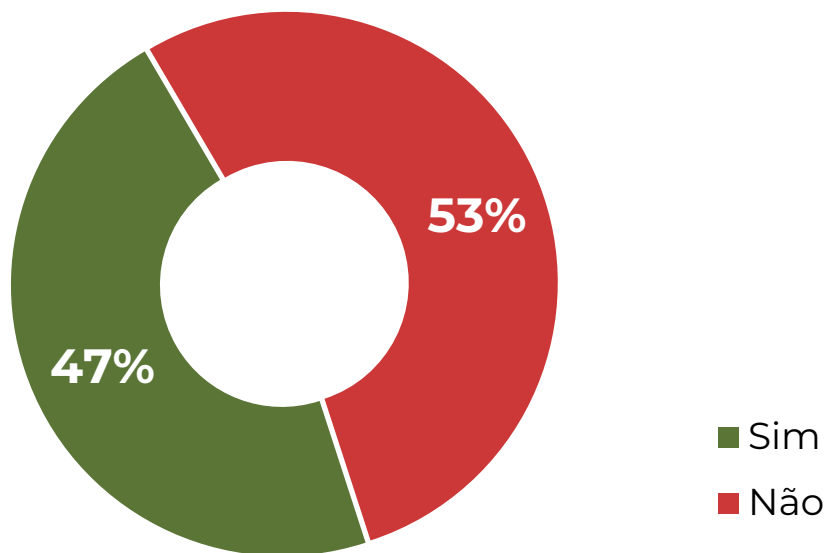
■ Não ■ Sim

Classe C

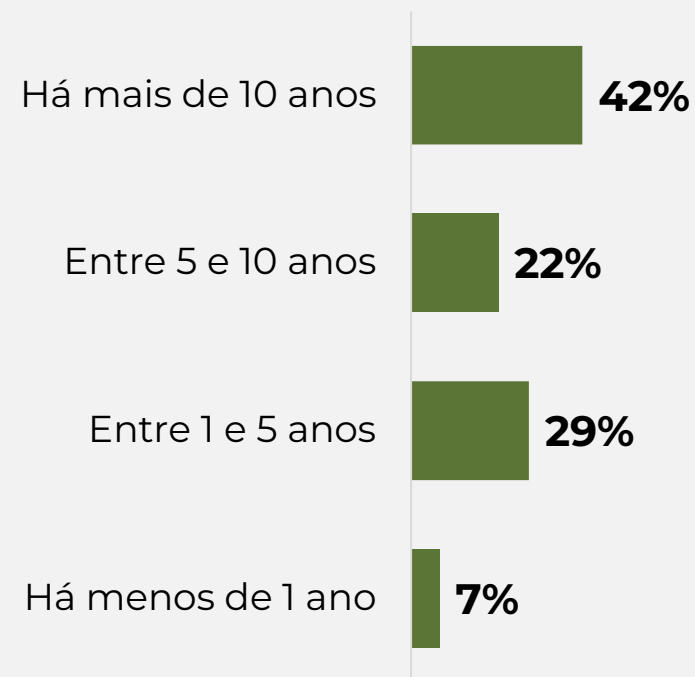


Interesse por alugar ao invés de comprar é menor na classe C

JÁ ASSINOU CONTRATO DE COMPRA DE IMÓVEL EM ALGUM MOMENTO DA SUA VIDA?



HÁ QUANTO TEMPO COMPROU O ÚLTIMO IMÓVEL?

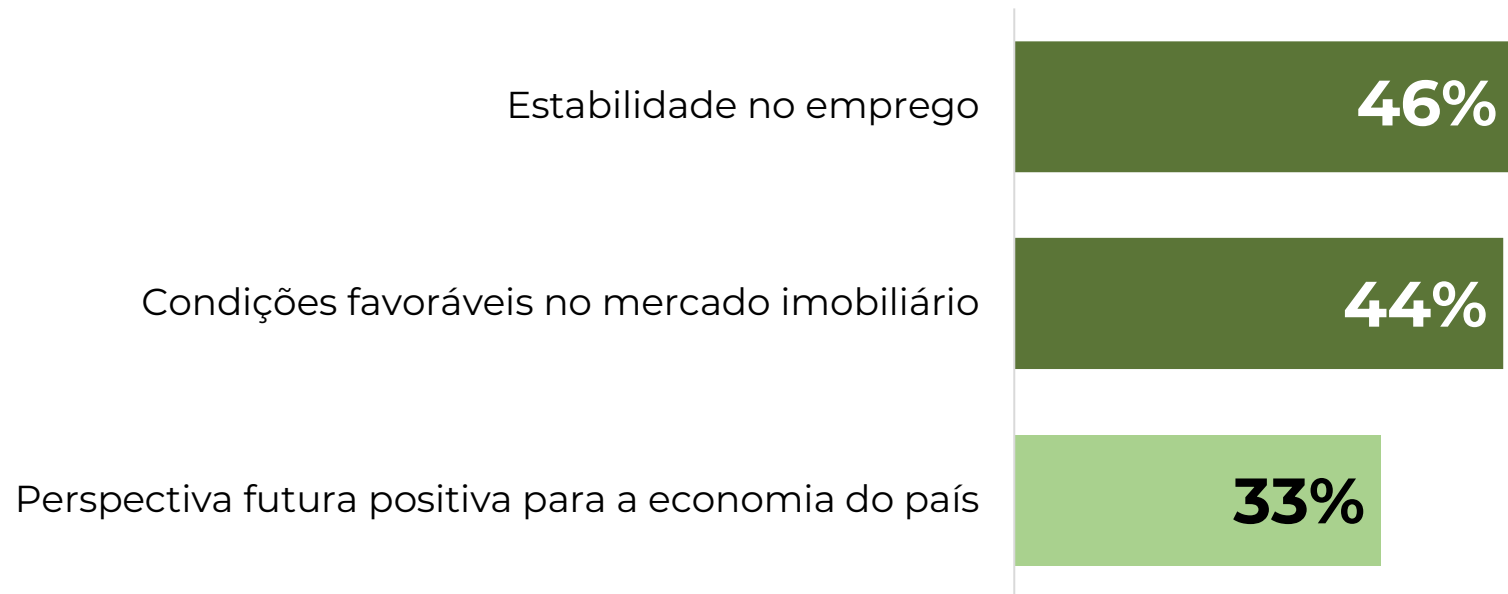


BARREIRAS E FATORES CRÍTICOS



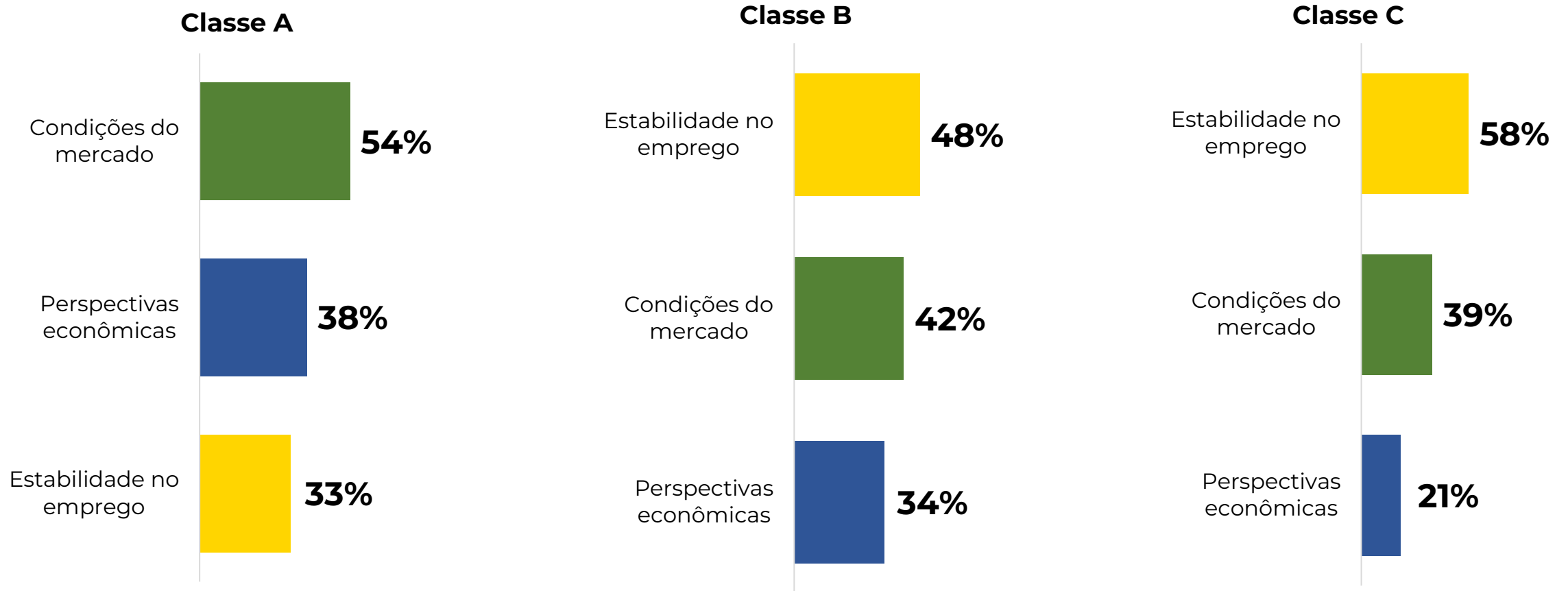
FATORES ECONÔMICOS CRÍTICOS NA DECISÃO DE COMPRA

Resposta múltipla com total superior a 100%



FATORES ECONÔMICOS CRÍTICOS NA DECISÃO DE COMPRA

Resposta múltipla com total superior a 100%



IMPORTÂNCIA DAS POLÍTICAS HABITACIONAIS PARA A COMPRA DO IMÓVEL



■ Extremamente importante ■ Muito importante ■ Um pouco importante ■ Indiferente ■ Nada importante

MAIOR BARREIRA PARA COMPRA DO IMÓVEL

Não quero me mudar de onde moro atualmente

37%

Falta de recursos para pagar a entrada

27%

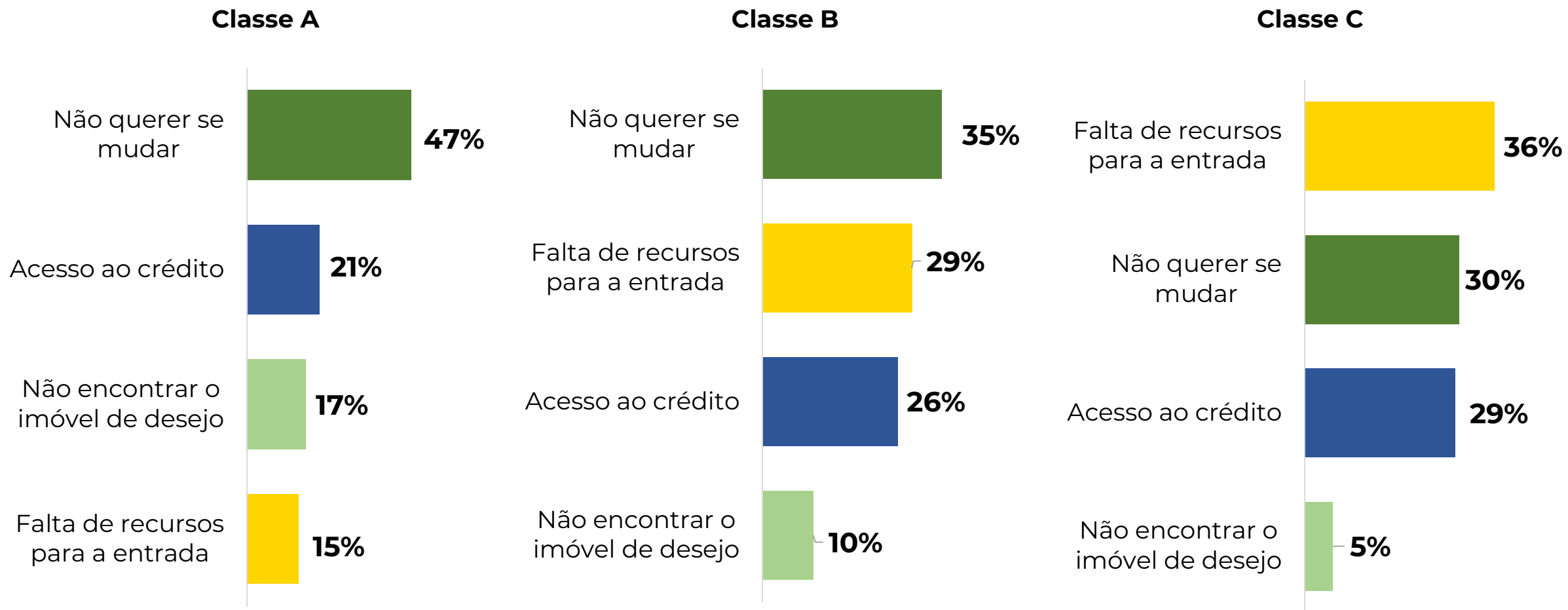
Acesso ao crédito para aprovar financiamento

25%

Não encontro o imóvel que teria interesse

11%

MAIOR BARREIRA PARA COMPRA DO IMÓVEL

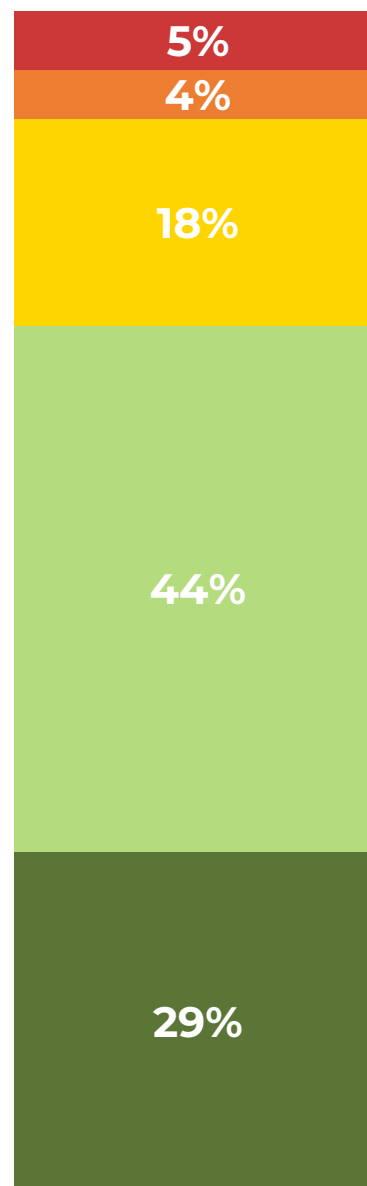




A CONSTRUTORA COMO FATOR PARA ESCOLHA DO IMÓVEL

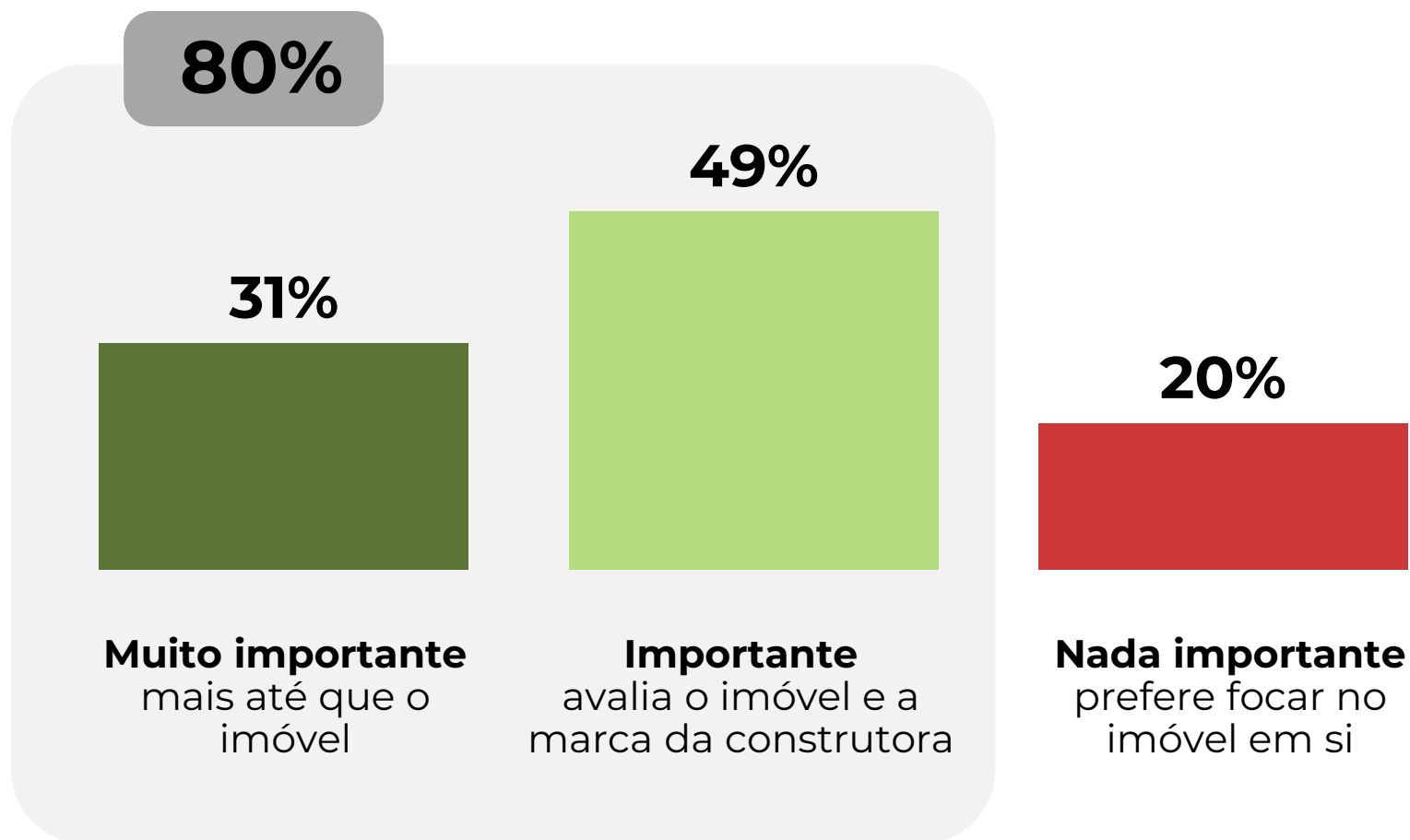


AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO DA CONSTRUTORA

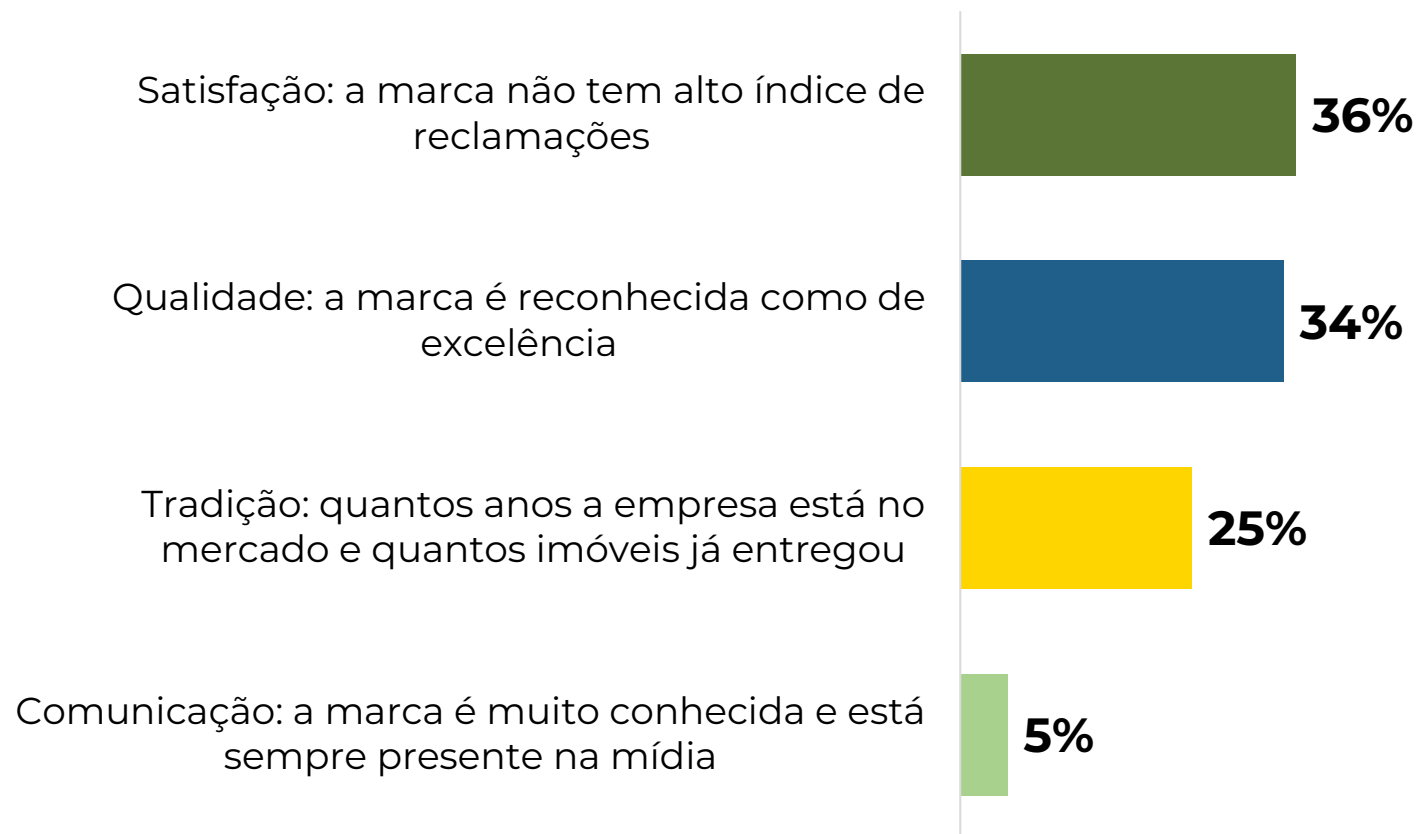


- Péssimo: nunca funcionou, sempre tive que ir atrás de tudo
- Ruim: funcionou bem até fechar a compra depois deixou a desejar
- Regular: funcionou até a entrega do imóvel
- Bom: funcionou bem até no pós-obra
- Excelente: a construtora segue se relacionando comigo

IMPORTÂNCIA DA MARCA DA CONSTRUTORA NA ESCOLHA DO IMÓVEL



O QUE É MAIS IMPORTANTE NA MARCA DA CONSTRUTORA



FACILIDADES QUE ESPERAM DAS CONSTRUTORAS

Resposta múltipla com total superior a 100%

Taxas de juros mais competitivas do que os bancos

58%

Flexibilidade no pagamento da entrada

55%

Assessoria no processo da documentação

28%

Nenhuma expectativa

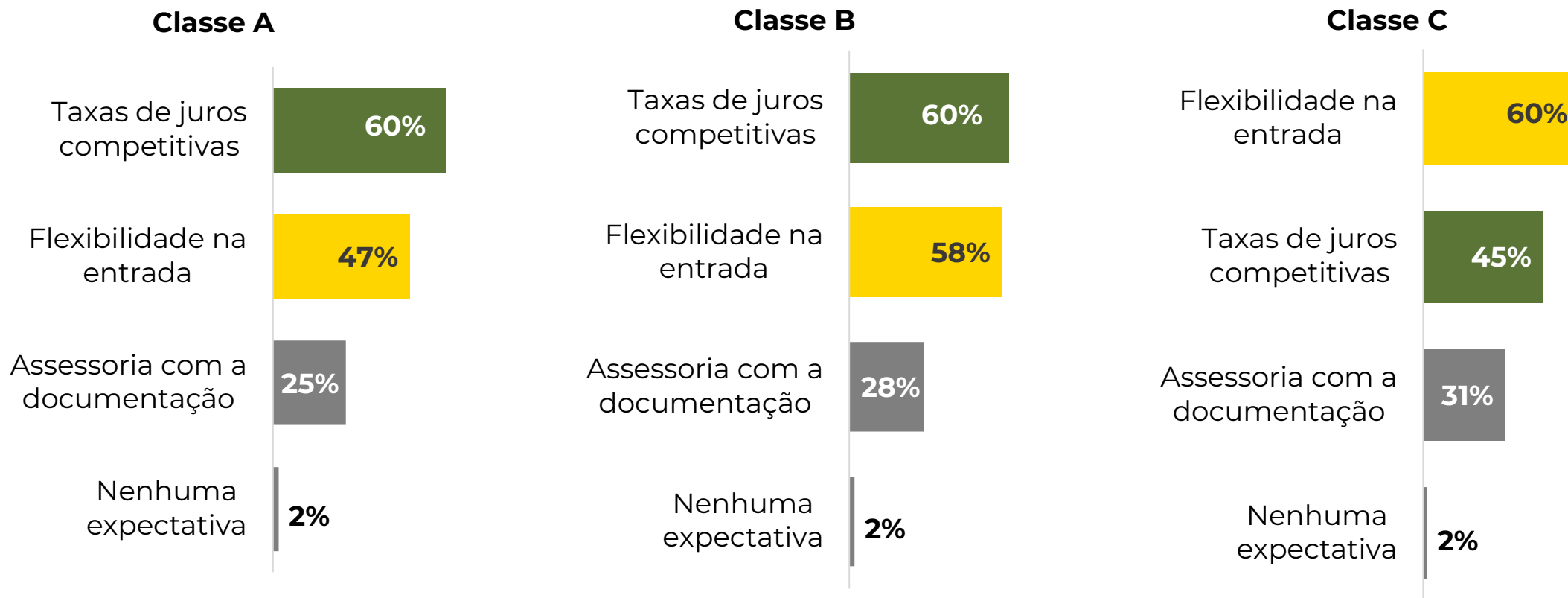
2%

Possibilidade de comprar à vista com desconto

1%

FACILIDADES QUE ESPERAM DAS CONSTRUTORAS

Resposta múltipla com total superior a 100%





Obrigado
pela atenção!

Fábio Tadeu Araújo
CEO

+55 (41) 98851-1093
fabio@brain.srv.br

CONSULTORIA



Diretoria

Marcos Kahtalian
Fundador



Diretoria

Fábio Tadeu Araújo
CEO



Diretoria

Leticia Tiboni
Vice-Presidente



Anderson Gonçalves
Head Centro-Oeste



Andressa Bergamo
Sócia e Gestora de
Comunicação



Angela Negrão
Gestora de Pesquisas
Quantitativas



Claubert Barreto
Head Norte e
Nordeste



Fábio Farias
Head Geobrain



Guilherme Werner
Sócio-Consultor



Hamilton Leite
Head São Paulo



Marceli Cardoso
Gestora de Pesquisas
Qualitativas



Marcelo Gonçalves
Sócio-Consultor



Teresa Cristina
Sócia e Gestora de
Projetos

FIQUE POR DENTRO

O conhecimento de grandes nomes do mercado a um clique de distância.

Baixe agora mesmo nosso aplicativo.



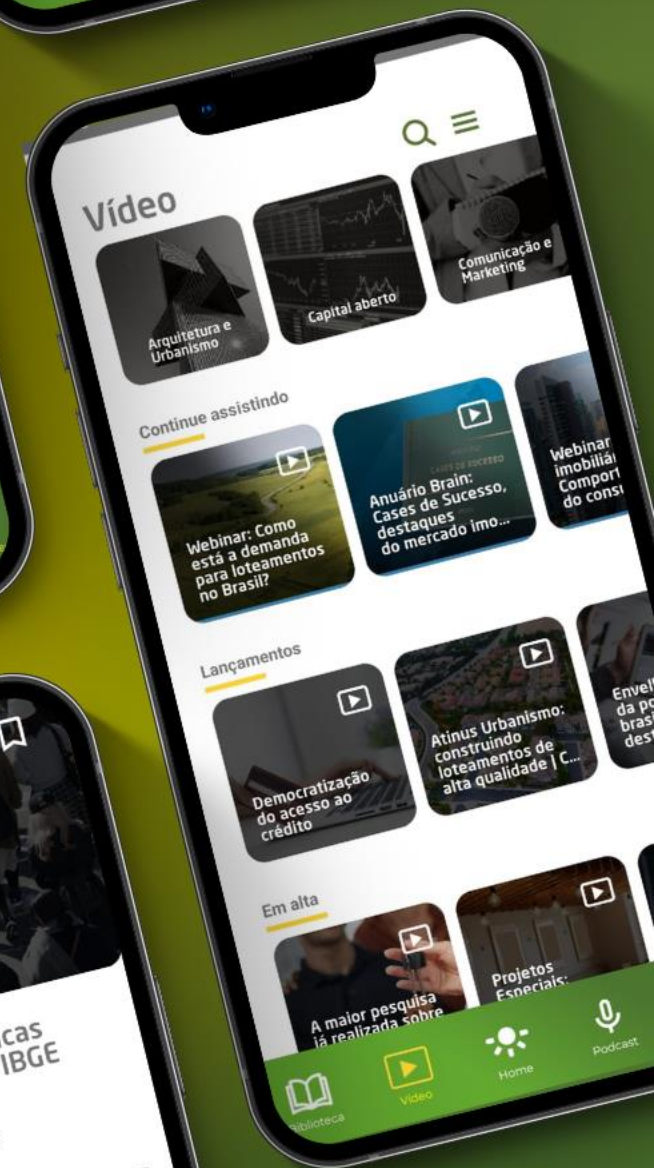
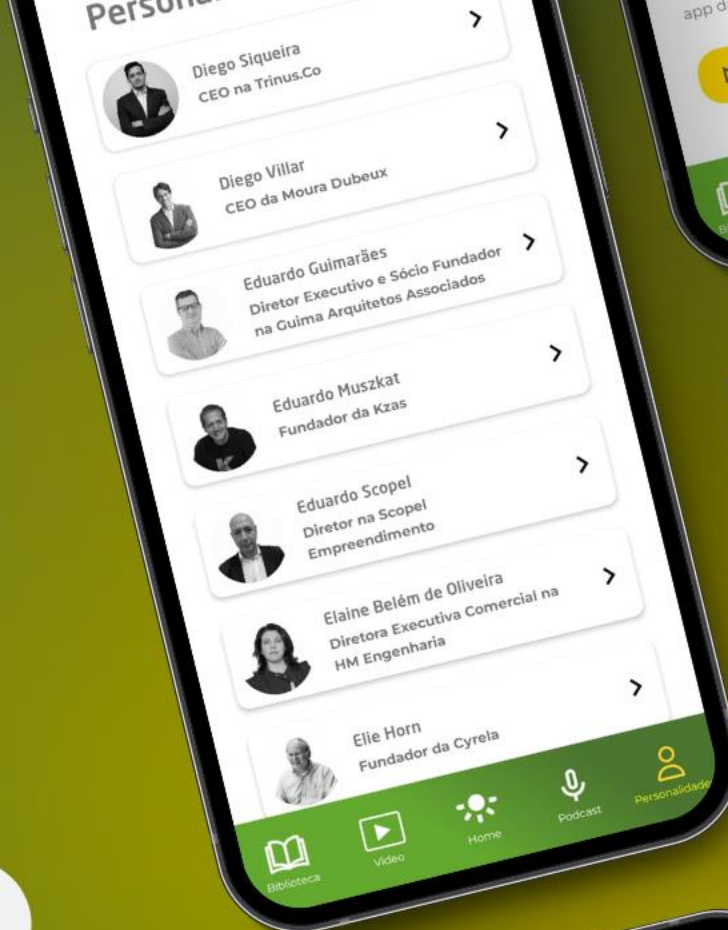
Aponte a câmera do seu celular para acessar as nossas redes sociais

Android

Download the
App Now

iOS

Download the
App Now





Rua Coronel Airton Plaisant, 307
Curitiba, PR - 80310-160
(41) 3243-2880