



Pesquisa Oficial de Demanda Imobiliária
SINDUSCON Grande Florianópolis.
Não Associados

Apresentação

O presente trabalho tem como principais objetivos identificar o perfil do frequentador do Salão do Imóvel, suas demandas e expectativas de compra por imóveis e conseqüentemente o seu potencial de compra. O relatório apresenta as parciais da pesquisa realizada diariamente no estande do SINDUSCON da Grande Florianópolis pelo departamento de economia e estatística do SINDUSCON Fpolis.

A coleta dos dados ocorreu no Salão do Imóvel entre os dias 21 e 26 de agosto de 2012. Através das conclusões obtidas com esta pesquisa, estratégias melhor elaboradas podem ser montadas e conseqüentemente melhorar o direcionamento das novas edificações voltadas para o gosto do público, que reagirá melhor às propostas apresentadas. Além de direcionar de melhor maneira ações de marketing e estratégias de vendas.

Importância

- Conhecer o público alvo;
- Identificar demandas e expectativas;
- Antecipar qual o potencial do mercado;
- Monitorar o ambiente de atuação;
- Antecipar o movimento de concorrentes;
- Desenvolver inovações na área;
- Tornar investimentos menos arriscados;

Traçar o perfil geográfico;

Objetivo

Identificar a opinião do público acerca do 19º Salão do Imóvel;

Avaliar o potencial de negócios de um evento como o 19º Salão do Imóvel e comparar este evento com o do ano anterior;

Verificar os principais aspectos de demanda imobiliária da região da Grande Florianópolis;

Identificar e traçar o perfil do público do setor imobiliário da Grande Florianópolis;

Colher sugestões do público a fim de subsidiar a realização da próxima edição do evento.

Dados Gerais

Período: 21; 22; 23; 24; 25 e 26/08/2012

Local: estande do Sinduscon Fpolis - Centro Sul

Número de entrevistados: 152 pessoas

Responsável/Desenvolvedora: Ludmilla Nascimento Custódio.

Economista- Corecon/SC Reg. nº: 3338

- **1º Parte: Perfil dos visitantes do 19º Salão do Imóvel.**

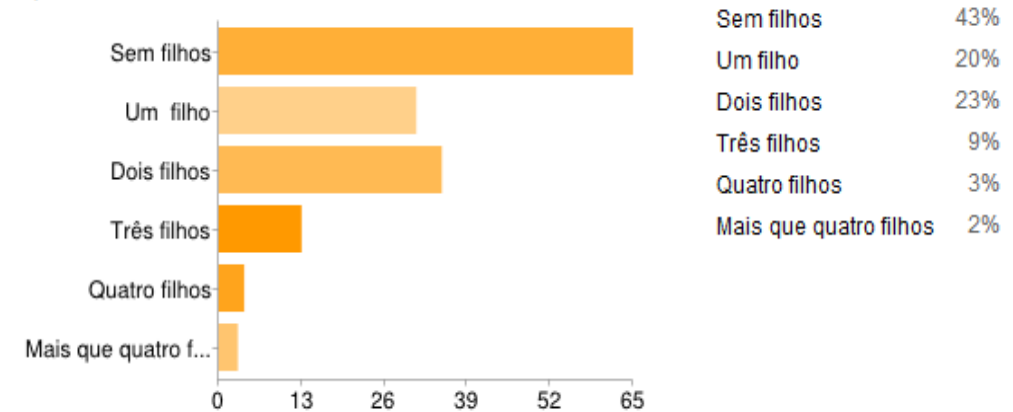
Seção avalia as características do público do 19º Salão do imóvel, ciclo familiar, sexo e qualidade/tipo de imóvel residente atualmente. O objetivo é analisar as particularidades do público afim de evitar erros ou omissões de dados nas partes subsequentes.

Fale sobre o seu perfil



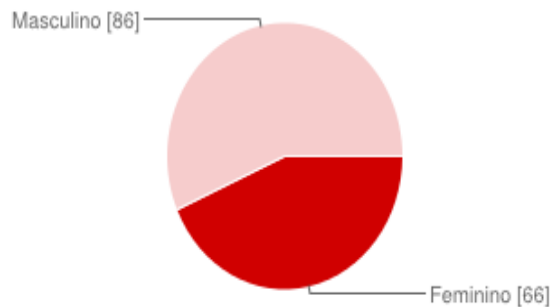
Casal sem filhos	15%
Casal com filhos	49%
Estudante	9%
Investidor	9%
Individuo com filho	4%
Turista	1%
Único morador	13%
Other	0%

Quantidade de Filhos



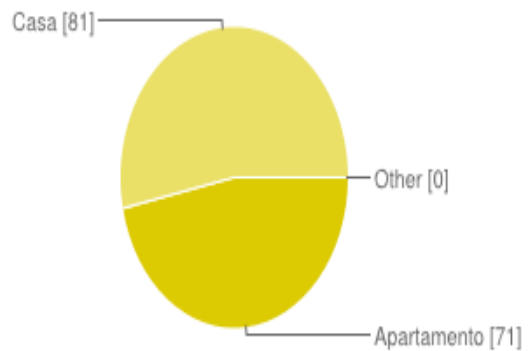
Sem filhos	43%
Um filho	20%
Dois filhos	23%
Três filhos	9%
Quatro filhos	3%
Mais que quatro filhos	2%

Sexo



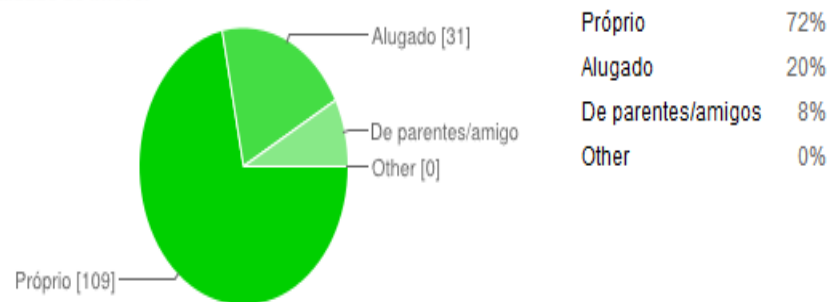
Feminino	43%
Masculino	57%

Tipo de moradia atual



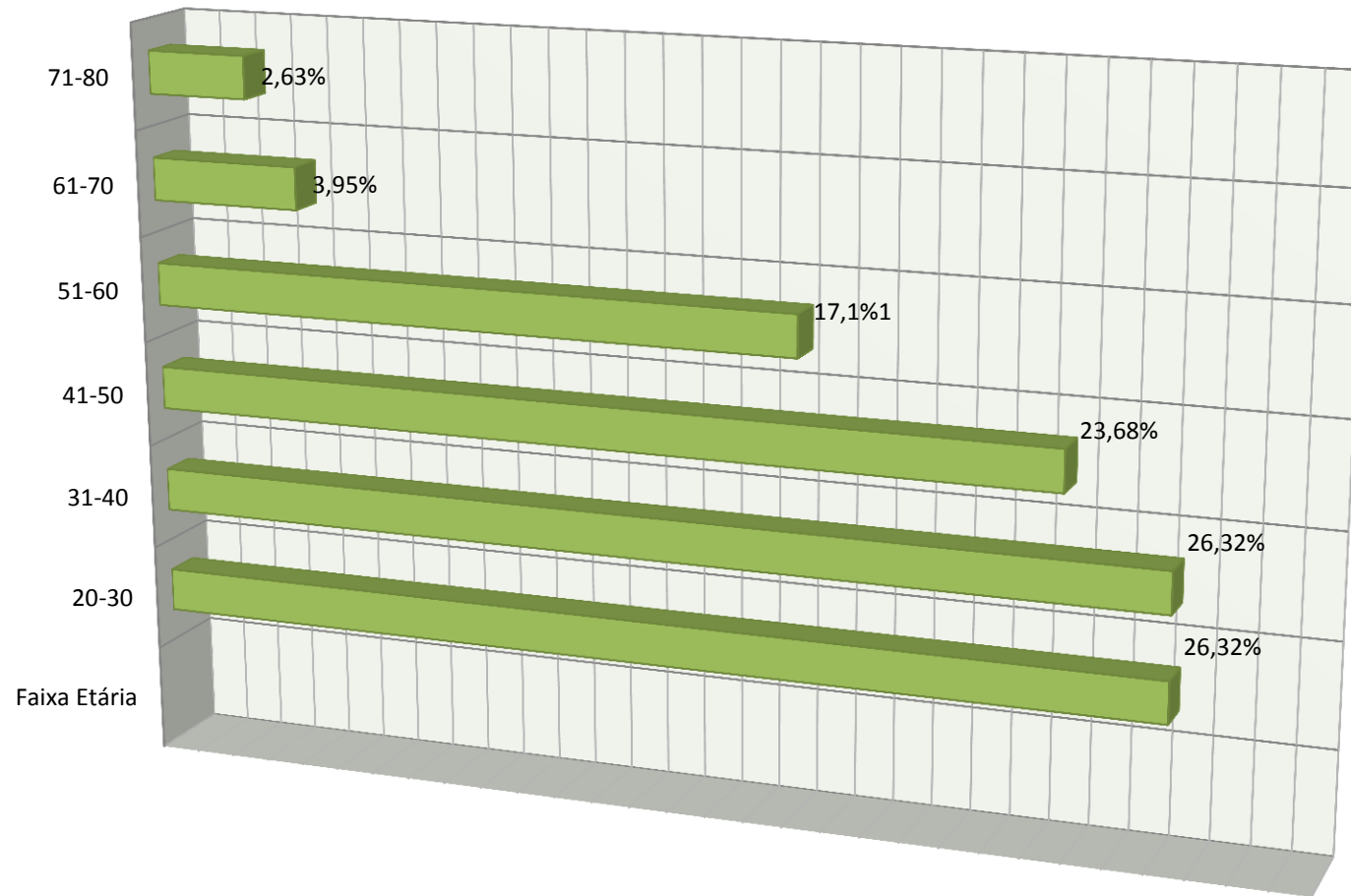
Apartamento	47%
Casa	53%
Other	0%

Qualidade do imóvel

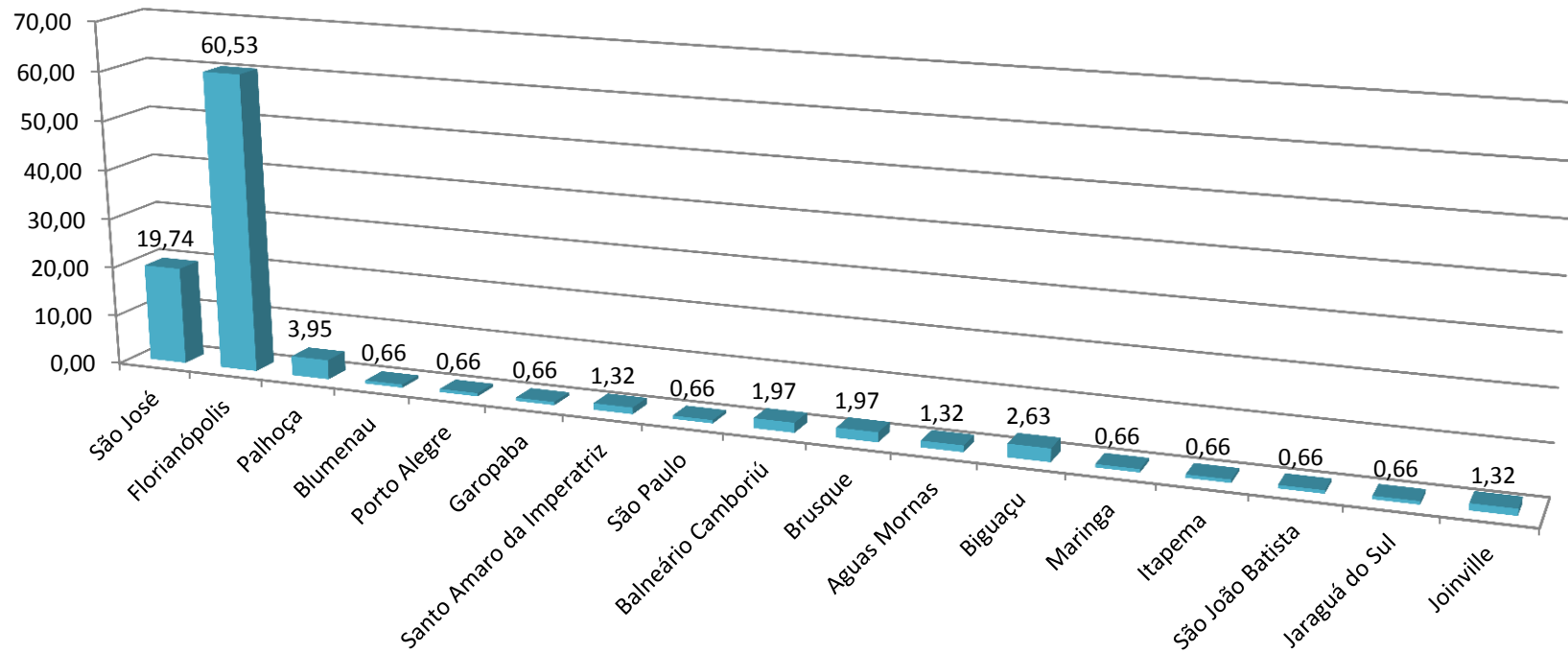


Próprio	72%
Alugado	20%
De parentes/amigos	8%
Other	0%

Faixa Etária



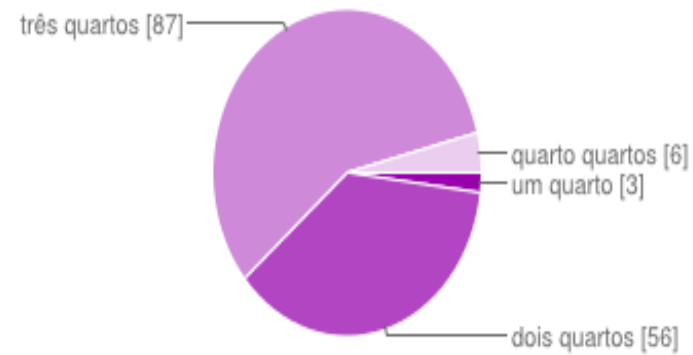
Cidade de origem - %



- **2º Parte: Qual tipo de imóvel desejaria adquirir hoje.**

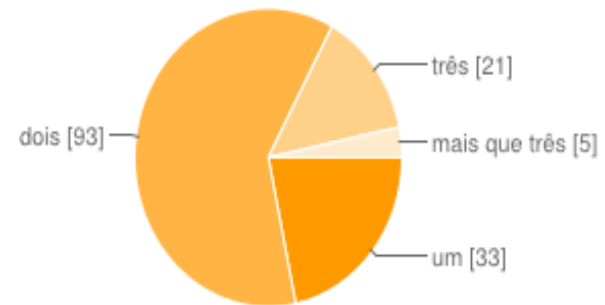
A seção pretende verificar quais tipos de imóveis os participantes do evento necessitam ou demandam.

Quantidade de dormitórios



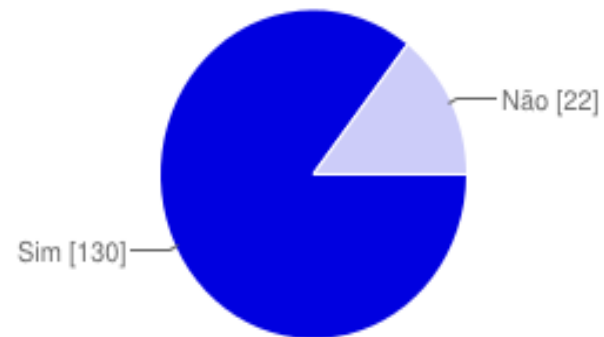
um quarto	2%
dois quartos	37%
três quartos	57%
quarto quartos	4%

Quantidade de banheiros



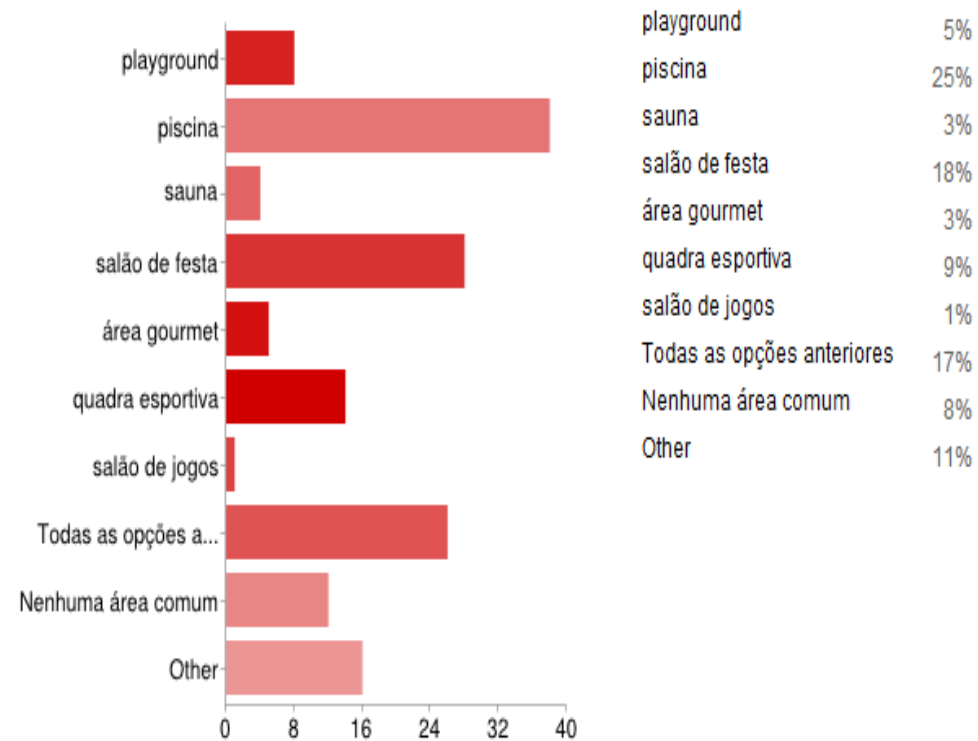
um	22%
dois	61%
três	14%
mais que três	3%

Com suíte?



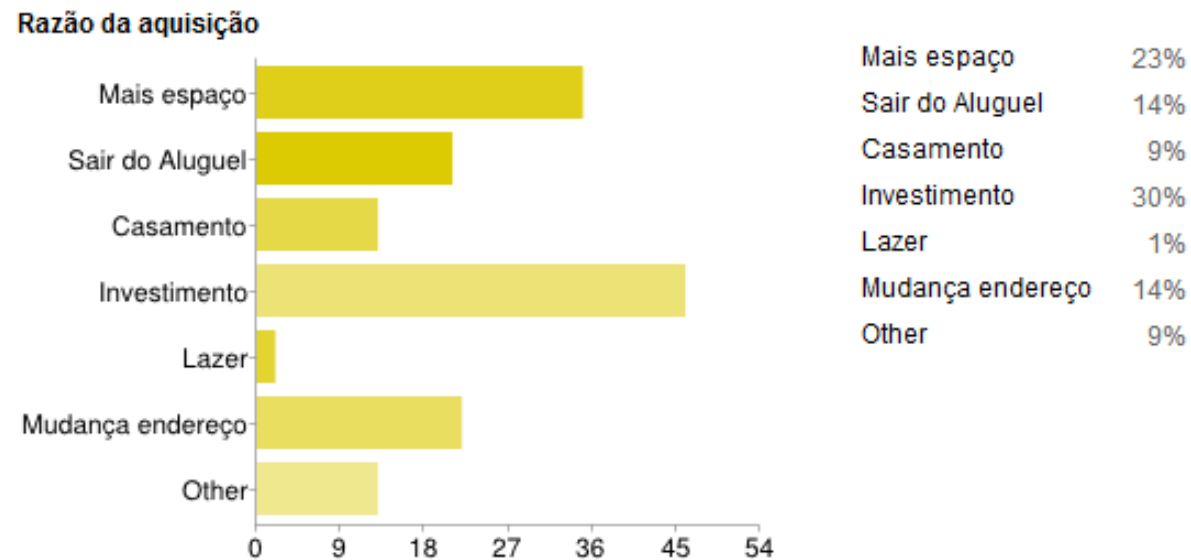
Sim	86%
Não	14%

Área de Lazer

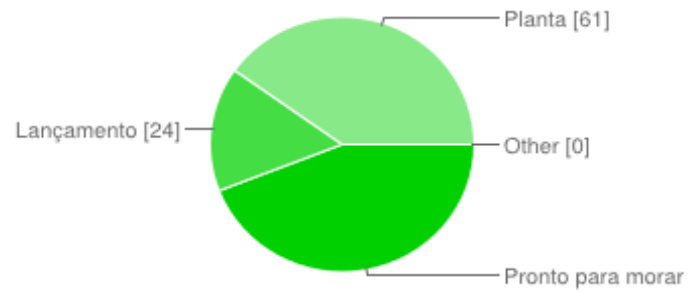


• 3º Parte: Particularidades da compra

Essa seção dispõe dos elementos da compra. Atualmente somente 30% dos indivíduos que participaram da feira procuram os imóveis como uma fonte de investimento. O percentual restante indica que gostariam de adquirir um imóvel devido ao crescimento familiar, formação de uma nova família, sair da condição de aluguel, mudança de endereço. Esse percentual indica que a especulação imobiliária na região é baixa.

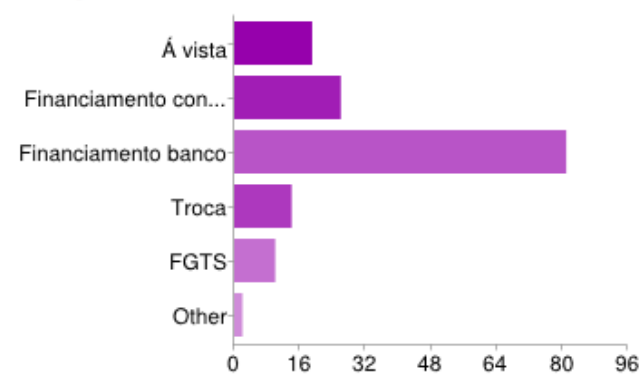


Em que fase pretende comprar o imóvel



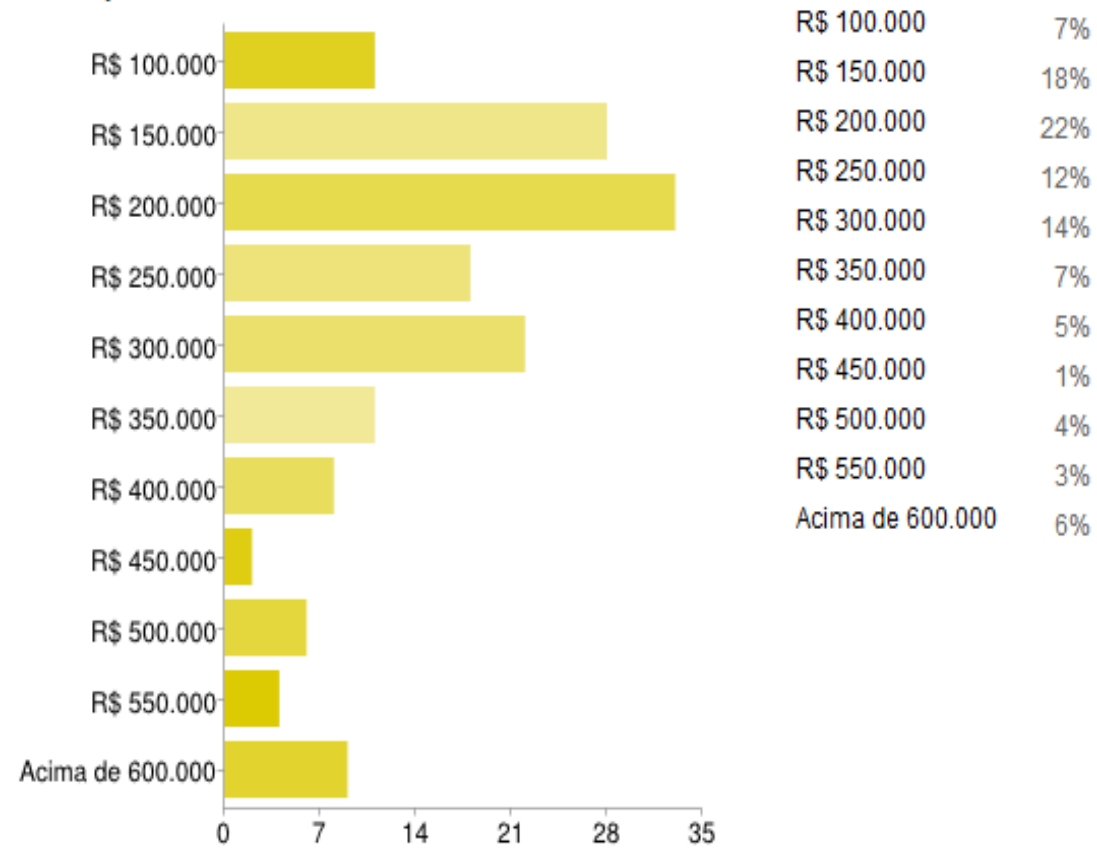
Pronto para morar	44%
Lançamento	16%
Planta	40%
Other	0%

Condição de Pagamento

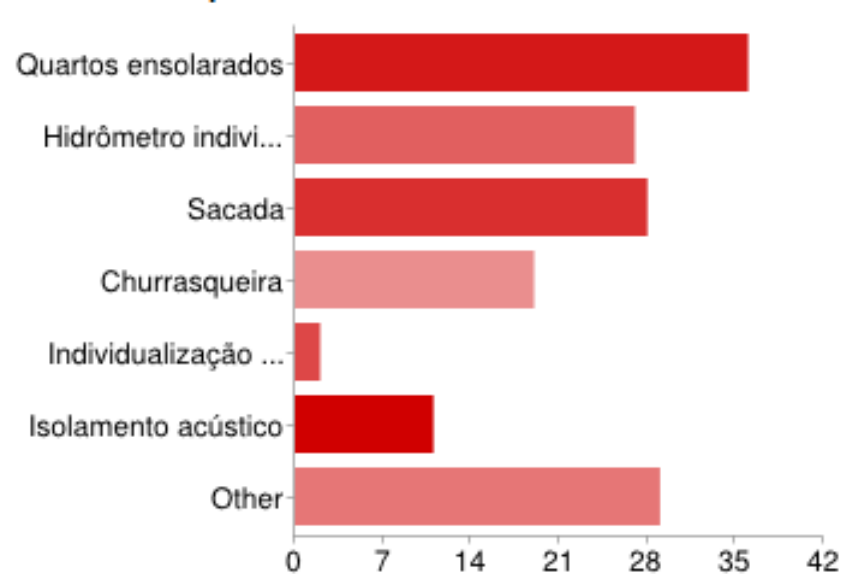


À vista	13%
Financiamento construtora	17%
Financiamento banco	53%
Troca	9%
FGTS	7%
Other	1%

Quanto pretende desembolsar?



Atributos indispensáveis

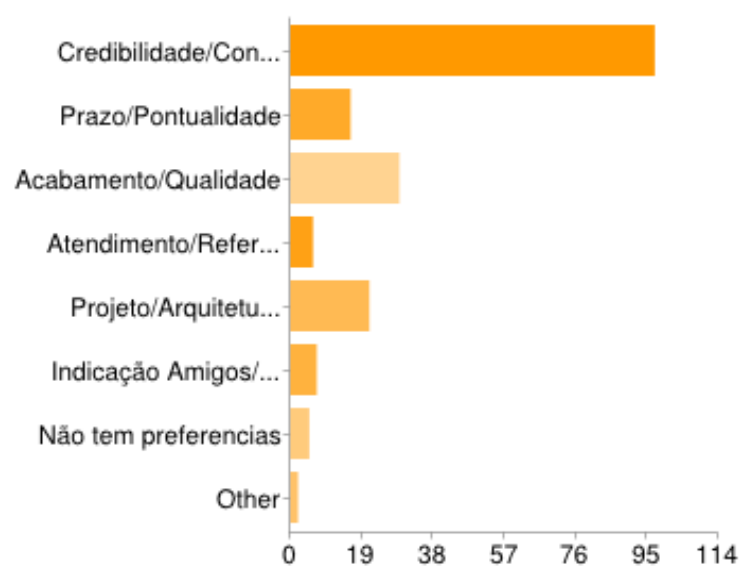


Quartos ensolarados	24%
Hidrômetro individual	18%
Sacada	18%
Churrasqueira	13%
Individualização de gás	1%
Isolamento acústico	7%
Other	19%

• 4º Parte: Avaliação Construtoras/Incorporadoras

Essa seção pode ser utilizada pela construtora/incorporadora como uma forma de avaliar suas estratégias de visibilidade.

O que valoriza em uma construtora/incorporadora?



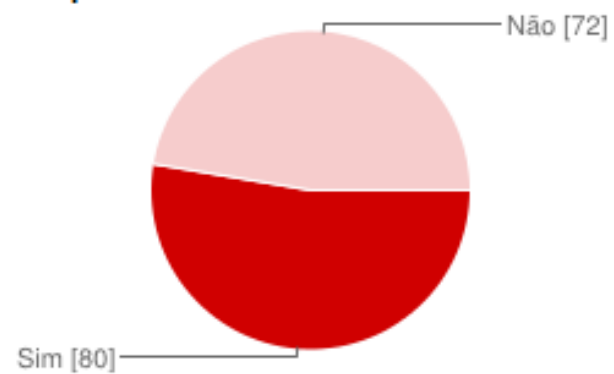
Credibilidade/Confiança/Tradição/Marca	64%
Prazo/Pontualidade	11%
Acabamento/Qualidade	19%
Atendimento/Referência	4%
Projeto/Arquitetura/Estrutura	14%
Indicação Amigos/Parentes	5%
Não tem preferencias	3%
Other	1%

As pessoas podem marcar mais de uma caixa de seleção, então a soma das porcentagens pode ultrapassar 100%.

- **5º Parte: Avaliação do Evento.**

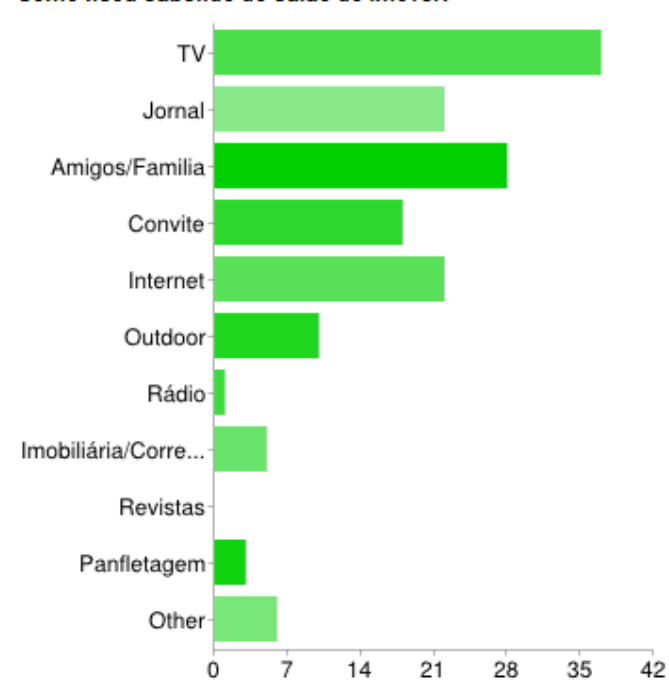
Essa seção avalia o evento, as estratégias de marketing utilizadas.

Esse é o seu primeiro salão do imóvel?



Sim	53%
Não	47%

Como ficou sabendo do salão do imóvel?



TV	24%
Jornal	14%
Amigos/Família	18%
Convite	12%
Internet	14%
Outdoor	7%
Rádio	1%
Imobiliária/Corretora	3%
Revistas	0%
Panfletagem	2%
Other	4%