



**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 o resultado da pesquisa realizada diariamente no estande do SINDUSCON Grande Florianópolis por seu departamento de Economia e Estatística.

A coleta dos dados ocorreu no Salão do Imóvel entre os dias 20 e 25 de agosto de 2013. 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 20º Salão do Imóvel;
- Avaliar o potencial de negócios de um evento como o 20º 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.

## **Estrutura do relatório**

- 1 Perfil dos visitantes;
- 2 Tipo de imóvel que procuram;
- 3 Particularidades da compra;
- 4 Avaliação do evento.

O relatório apresenta uma ilustração gráfica, seguida de quantidade de respostas e percentual correspondente.

## Dados Gerais

Período: 20; 21; 22; 23; 24 e 25/08/2012

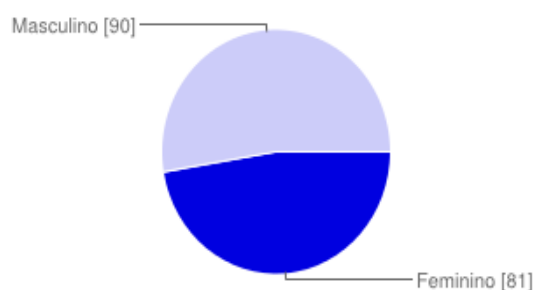
Local: estande do Sinduscon Fpolis - Centro Sul

Número de entrevistados: 171 pessoas

### • 1º Parte: Perfil dos visitantes do 20º Salão do Imóvel.

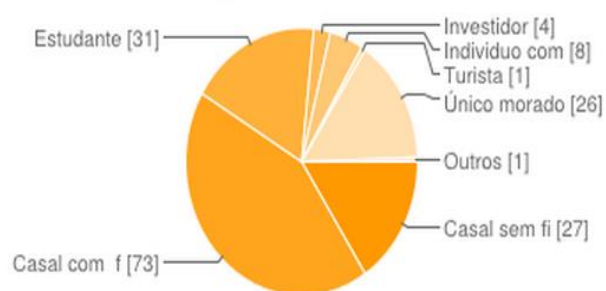
A seção avalia as características do público do 20º Salão do imóvel, ciclo familiar, sexo e qualidade/tipo do imóvel em que reside atualmente. O objetivo é analisar as particularidades do público a fim de evitar erros ou omissões de dados nas partes subsequentes.

#### Sexo



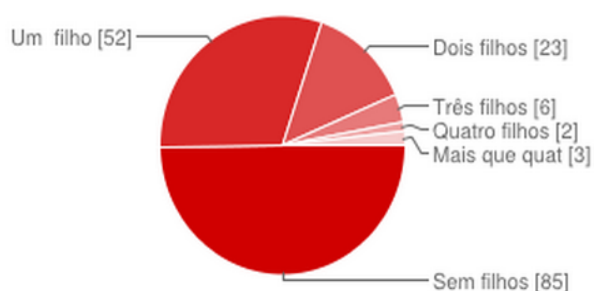
Feminino	81	47%
Masculino	90	53%

#### Fale sobre o seu perfil



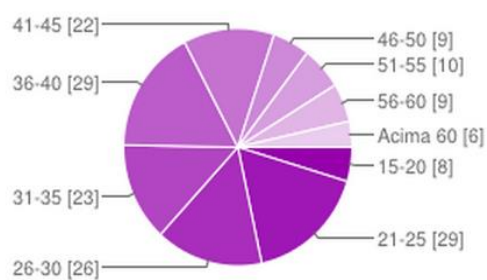
Casal sem filhos	27	16%
Casal com filhos	73	43%
Estudante	31	18%
Investidor	4	2%
Individuo com filho	8	5%
Turista	1	1%
Único morador	26	15%
Outros	1	1%

## Quantidade de Filhos



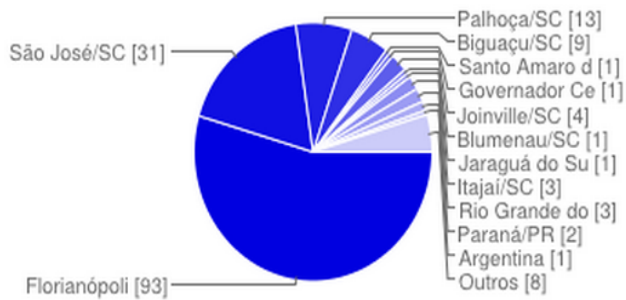
Sem filhos	<b>85</b>	50%
Um filho	<b>52</b>	30%
Dois filhos	<b>23</b>	13%
Três filhos	<b>6</b>	4%
Quatro filhos	<b>2</b>	1%
Mais que quatro filhos	<b>3</b>	2%

## Idade



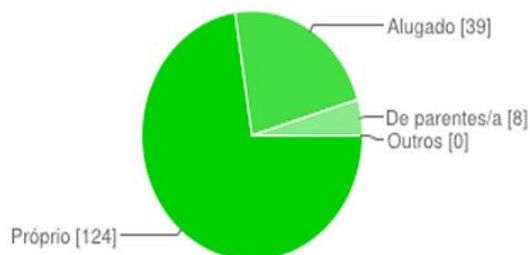
15-20	<b>8</b>	5%
21-25	<b>29</b>	17%
26-30	<b>26</b>	15%
31-35	<b>23</b>	13%
36-40	<b>29</b>	17%
41-45	<b>22</b>	13%
46-50	<b>9</b>	5%
51-55	<b>10</b>	6%
56-60	<b>9</b>	5%
Acima 60	<b>6</b>	4%

### Estado/Cidade de origem



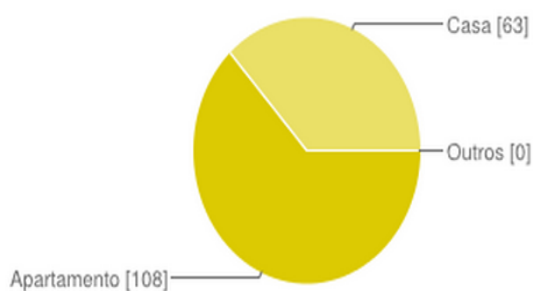
Florianópolis/SC	93	54%
São José/SC	31	18%
Palhoça/SC	13	8%
Biguaçu/SC	9	5%
Santo Amaro da Imperatriz/SC	1	1%
Governador Celso Ramos/SC	1	1%
Joinville/SC	4	2%
Blumenau/SC	1	1%
Jaraguá do Sul/SC	1	1%
Itajaí/SC	3	2%
Rio Grande do Sul/RS	3	2%
Paraná/PR	2	1%
Argentina	1	1%
Outros	8	5%

### Qualidade do imóvel



Próprio	124	73%
Alugado	39	23%
De parentes/amigos	8	5%
Outros	0	0%

### Tipo de moradia atual

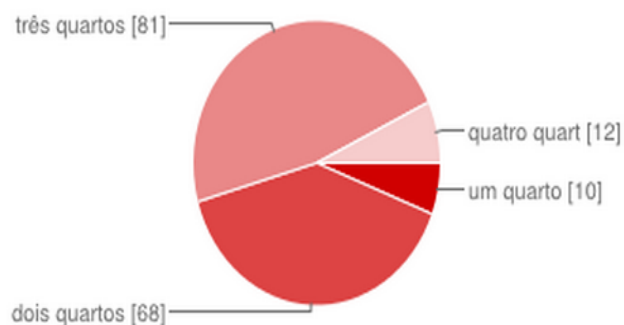


Apartamento	108	63%
Casa	63	37%
Outros	0	0%

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

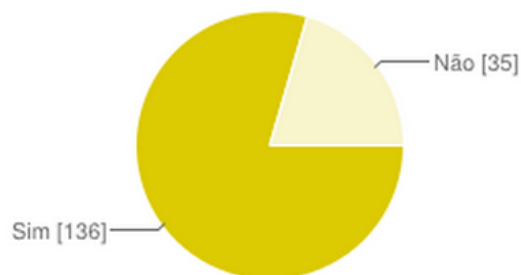
A seção pretende verificar quais tipos de imóveis os participantes do evento necessitam ou demandam. O número de indivíduos que procuram imóveis com dois e três dormitórios ficou muito próximo. O bairro mais procurado pelos moradores da Grande Florianópolis continua sendo o Centro, com 15% das respostas, seguindo de Estreito (12%) e Kobrasol (8%).

### Quantidade de dormitórios?



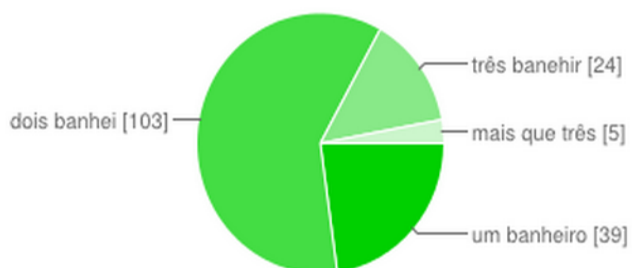
um quarto	10	6%
dois quartos	68	40%
três quartos	81	47%
quatro quartos	12	7%

### Com suíte?



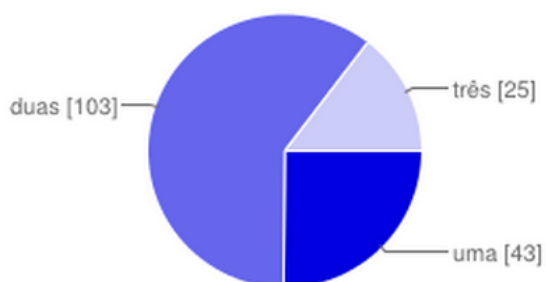
Sim	136	80%
Não	35	20%

### Quantidade de banheiros?



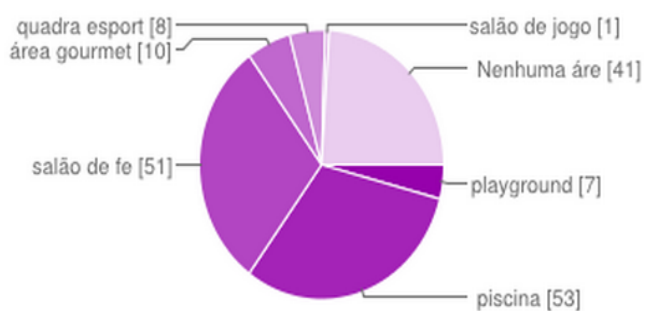
um banheiro	<b>39</b>	23%
dois banheiros	<b>103</b>	60%
três banheiros	<b>24</b>	14%
mais que três	<b>5</b>	3%

### Número de vagas de garagem por apartamento



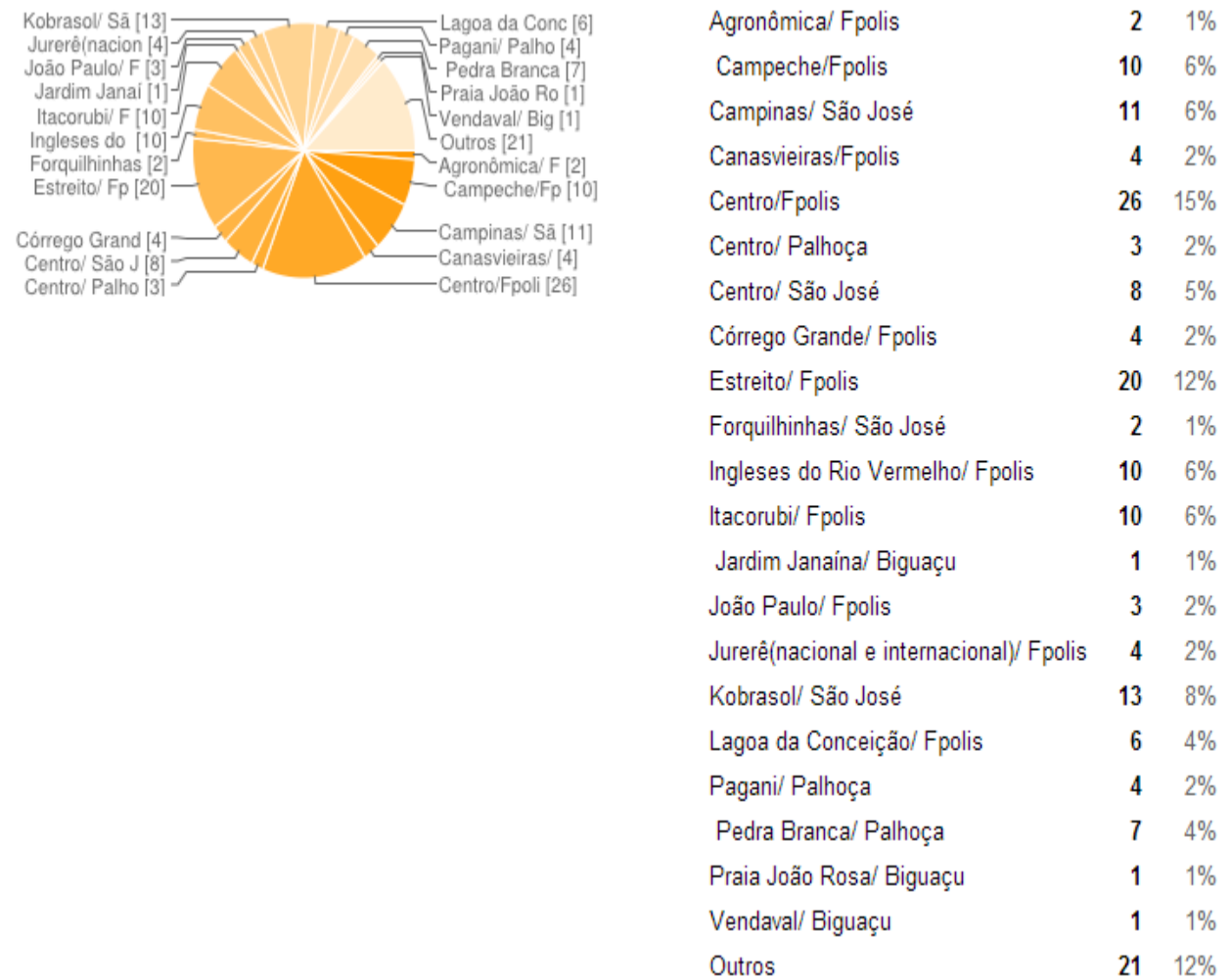
uma	<b>43</b>	25%
duas	<b>103</b>	60%
três	<b>25</b>	15%

### Área de Lazer



playground	<b>7</b>	4%
piscina	<b>53</b>	31%
salão de festa	<b>51</b>	30%
área gourmet	<b>10</b>	6%
quadra esportiva	<b>8</b>	5%
salão de jogos	<b>1</b>	1%
Nenhuma área comum	<b>41</b>	24%

### Qual bairro almejado?



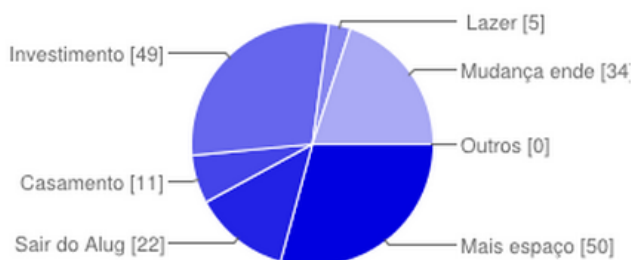
**Composição Outros:** Coqueiros, Trindade, Santa Mônica, Floresta.

### • 3º Parte: Particularidades da compra

Essa seção dispõe dos elementos da compra. Atualmente somente 29% dos indivíduos que participaram da feira procuram os imóveis como uma fonte de investimento. Índice muito próximo ao do ano de 2012, quanto 30% dos entrevistados procuraram a feira para verificar as oportunidades 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.

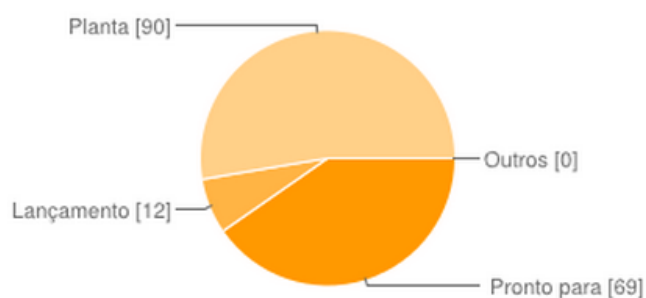


### Razão da aquisição



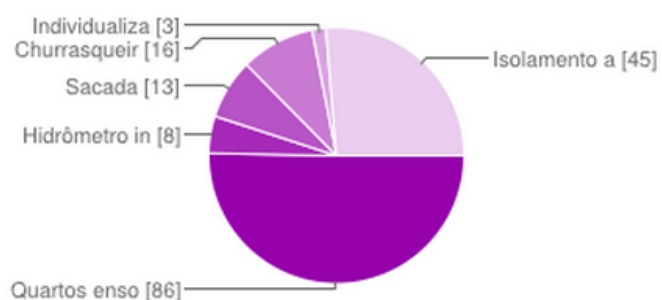
Mais espaço	<b>50</b>	29%
Sair do Aluguel	<b>22</b>	13%
Casamento	<b>11</b>	6%
Investimento	<b>49</b>	29%
Lazer	<b>5</b>	3%
Mudança endereço	<b>34</b>	20%
Outros	<b>0</b>	0%

### Em que fase pretende comprar o imóvel



Pronto para morar	<b>69</b>	40%
Lançamento	<b>12</b>	7%
Planta	<b>90</b>	53%
Outros	<b>0</b>	0%

### Atributos indispensáveis

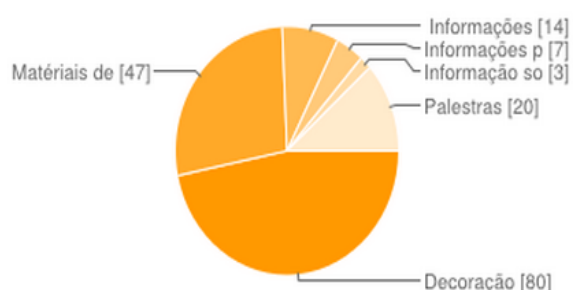


Quartos ensolarados	<b>86</b>	50%
Hidrômetro individual	<b>8</b>	5%
Sacada	<b>13</b>	8%
Churrasqueira	<b>16</b>	9%
Individualização de gás	<b>3</b>	2%
Isolamento acústico	<b>45</b>	26%

## • 4º Parte: Avaliação do Evento.

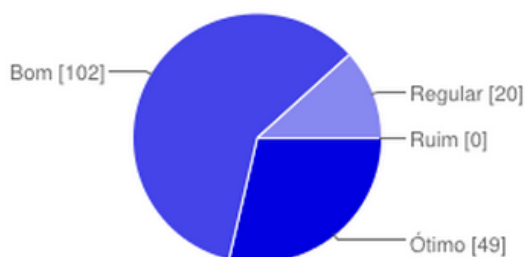
Essa seção avalia o evento, as estratégias de marketing utilizadas. As mídias utilizadas como forma de publicação do evento, conseguiram atrair um público novo para o 20º Salão do Imóvel, 44% dos entrevistados participaram pela primeira vez do salão do imóvel. Além disso, 40% dos entrevistados participaram do evento por curiosidade. Esses dados permitem direcionar de melhor maneira os instrumentos de captação de clientes do salão. Podemos colocar como um desafio atrair o grande público ao objetivo final do evento.

### Além dos imóveis, o que mais lhe chamou atenção?



Decoração	<b>80</b>	47%
Materiais de Construção	<b>47</b>	27%
Informações sobre condomínios	<b>14</b>	8%
Informações para investimentos	<b>7</b>	4%
Informação sobre financiamentos	<b>3</b>	2%
Palestras	<b>20</b>	12%

### Impressão geral 20º Salão do Imóvel



Ótimo	<b>49</b>	29%
Bom	<b>102</b>	60%
Regular	<b>20</b>	12%
Ruim	<b>0</b>	0%