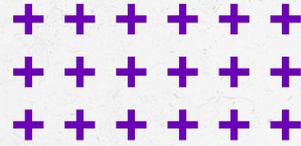




behup

mi Mulheres
do Imobiliário
networking | apoio | capacitação

Level up your knowledge
about human behavior.



behup

A BUSCA PELO IMÓVEL

UMA QUESTÃO DE GÊNERO?



Nós queremos descobrir

Há diferença na jornada de compra de um imóvel entre homens e mulheres?



AMOSTRA

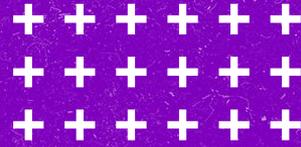
Este estudo foi realizado no dia **16 de março de 2020**. Portanto, não captura eventuais mudanças de comportamento por conta da pandemia.

Conversamos inicialmente com 1835 pessoas, entre elas 50% homens e 50% mulheres das classe A e B nas cidades de São Paulo, Belo Horizonte e Porto Alegre.

43,9% pretendiam comprar nos próximos 12 meses e **19,7%** tinham comprado um imóvel nos últimos 3 anos.

Depois falamos com 613 pessoas que compraram de fato um imóvel ou que estão pretendiam comprar nos próximos 12 meses





**O IDEAL DE QUEM
BUSCA UM IMÓVEL**

behup

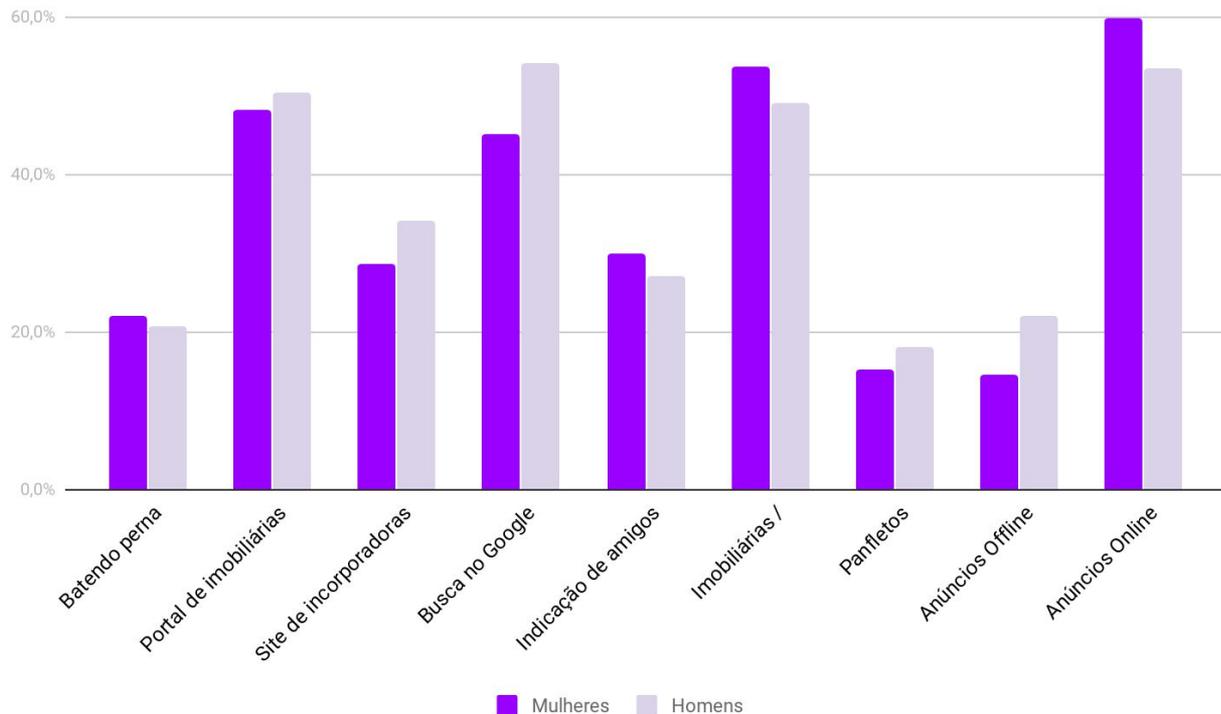


NA HORA DA BUSCA

O meio digital é o preferido de homens e mulheres, porém mulheres mostram uma afinidade maior com corretoras e imobiliárias.

behup

Como você faz a sua busca pelo novo imóvel?





behup

No imaginário,
mulheres afirmam
que querem visitar
muitos imóveis

44,5%

36,5%





behup

Elas também estão
mais dispostas a
visitar em dias de
semana

20,1%

12,1%





behup

Já os homens
preferem os finais
de semana



54,3%



61,9%

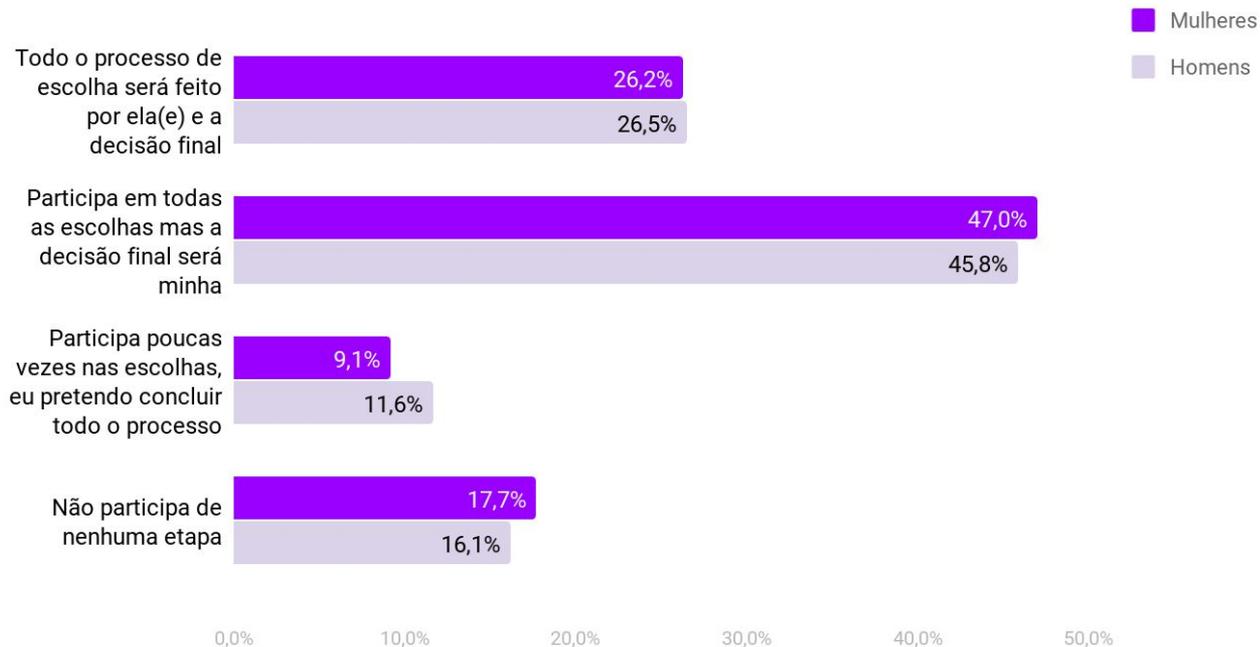


INFLUÊNCIA NA DECISÃO DA COMPRA

Homens e mulheres
acreditam que o
seus companheiros
participarão do
processo decisório
do imóvel

behup

O quanto você acredita que sua esposa(o) / companheira(o) participará na decisão de compra do imóvel?





**Opinião do
companheiro sobre
LOCALIZAÇÃO
importa para
73,8% das mulheres
e para
72,9% dos homens**





behup

Mas difere por gênero em outros temas:



Mulheres acreditam que precisam da opinião de seus companheirxs sobre:

- 2°** Custo-benefício do imóvel **66,5%**
- 3°** Segurança do bairro **64,5%**
- 4°** Tamanho do imóvel **59,8%**



Homens acreditam que precisam da opinião de seus companheirxs sobre:

- 2°** Tamanho do imóvel **60,6%**
- 3°** Custo-benefício do imóvel **56,1%**
- 4°** Segurança do bairro **53,5%**



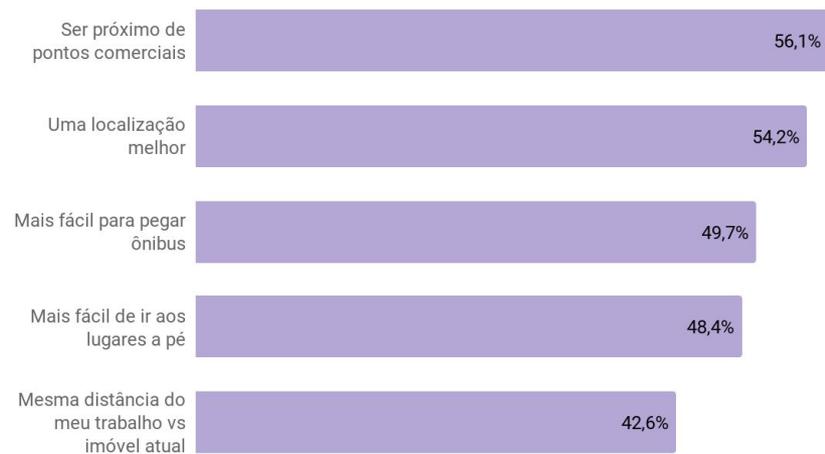
ATRIBUTOS DE ESCOLHA

Na hora de escolher, atributos de localização são os mais importantes para ambos os gêneros

TOP 5 - MULHERES



TOP 5 - HOMENS



A diferença está nos porquês:



**Mulheres valorizam
mais que homens**

1°

Facilidade de movimentação como pedestre

(Mulheres 54,3% vs Homens 48,4%)

2°

Proximidade a áreas verdes

(Mulheres 32,3% vs Homens 26,5%)

3°

Proximidade ao próprio trabalho

(Mulheres 37,2% vs Homens 34,8%)



**Homens valorizam
mais que mulheres**

1°

Acesso a trem/metrô

(Homens 39,4% vs Mulheres 25,6%)

2°

Proximidade do trabalho do companheiro

(Homens 24,5% VS Mulheres 17,7%)

3°

Boa vizinhança

(Homens 32,3% VS Mulheres 26,2%)

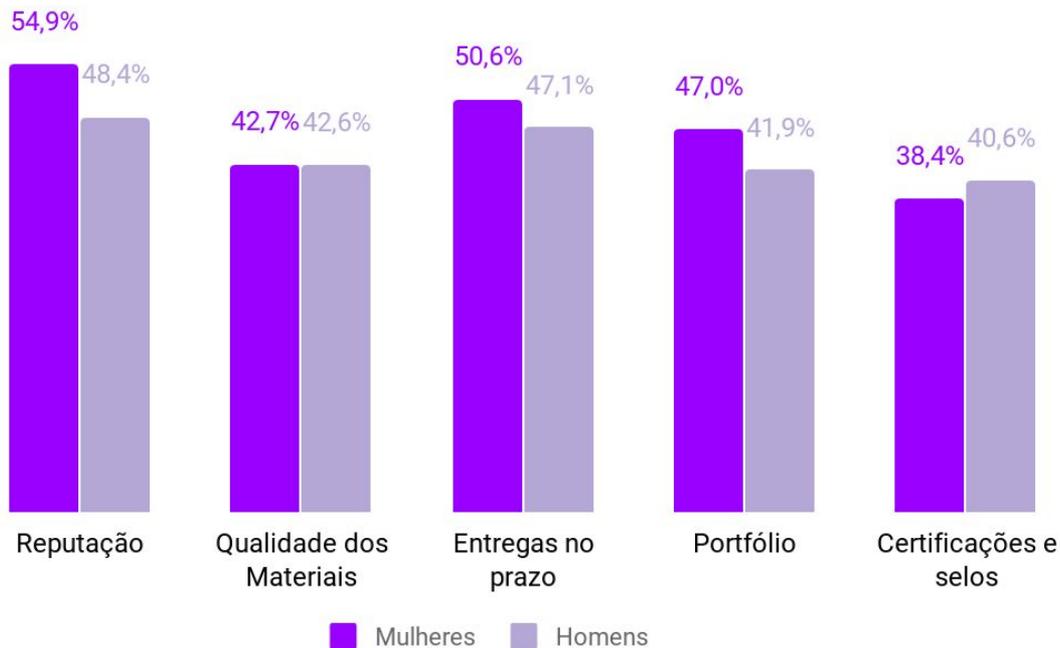


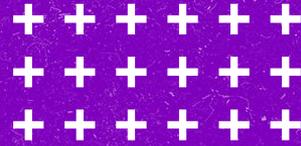
Quais informações pesam antes de concluir a compra do imóvel?

A reputação das construtoras também pesa mais para as mulheres em busca de imóvel que os homens

behup

E quais informações você pretende procurar saber sobre o imóvel antes de concluir a sua compra?





O REAL DE QUEM JÁ COMPROU UM IMÓVEL

behup



As diferenças de gênero e quebras de alguns pressupostos do mercado ficaram ainda mais reais. As mulheres que compram apareceram **ainda mais empoderadas e decididas** que as que buscam um imóvel.

O suporte e participação do companheiro nessa jornada ainda é prevalente, mas observou-se que **mais mulheres que homens tomam as decisões de imóvel sozinhas ou com pouca influência dos parceiros.**



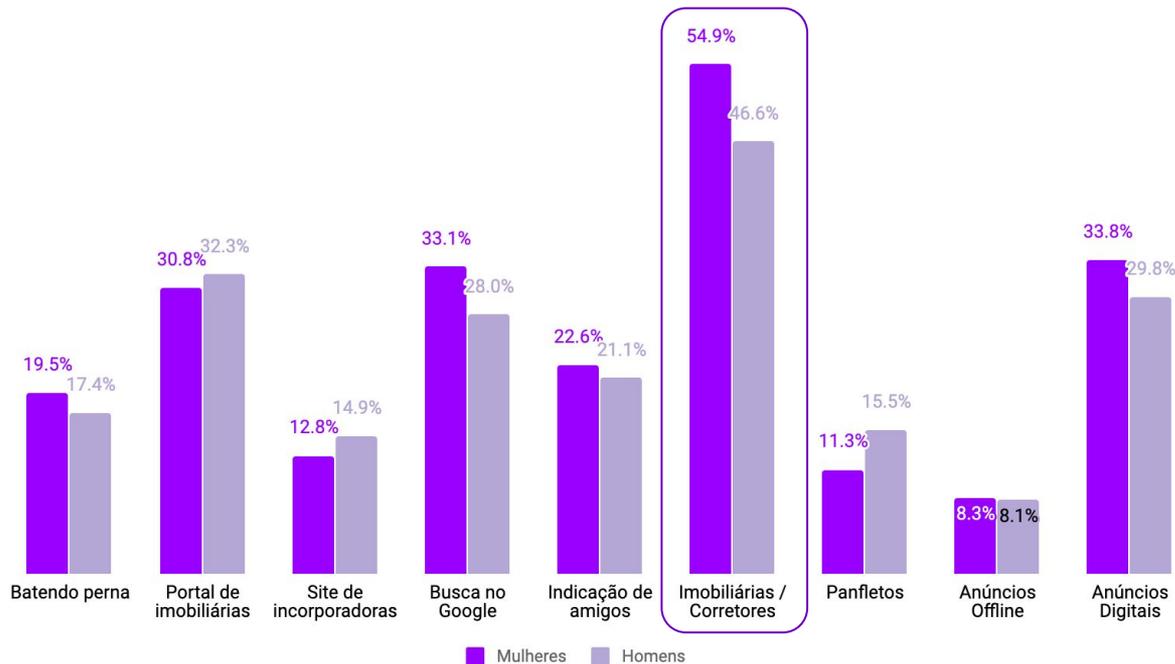


NA HORA DA BUSCA

A afinidade maior das mulheres com imobiliárias e corretores realmente se concretiza com o imóvel comprado, sendo a maior diferença de canal de busca por gênero

behup

E como você fez a sua busca pelo novo imóvel?



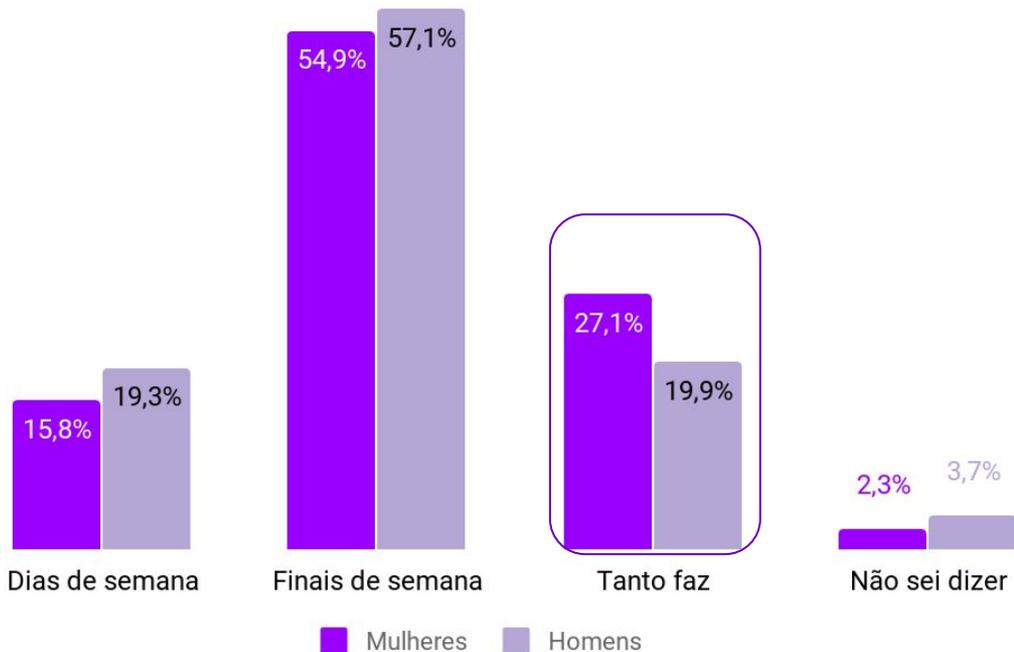


QUAL O MELHOR DIA PARA VISITAR O IMÓVEL?

Confirmando o comportamento de quem busca imóveis, as mulheres que compraram também foram mais abertas para fazer a busca em qualquer dia da semana.

behup

E quais dias você preferia para visitar os imóveis?





behup

O imóvel escolhido
também foi visitado
menos vezes por
mulheres que
homens

Visitou o imóvel
em média
3,2 vezes

Visitou o imóvel
em média
3,9 vezes





behup

AMOR À PRIMEIRA VISTA

Mais de 1/4 das mulheres afirmam ter visitado o imóvel comprado apenas uma vez

28%

17%





behup

INFLUÊNCIA NA DECISÃO DA COMPRA

Homens dependem mais de seus companheirxs para ajudarem na busca e decidir sobre o imóvel comprado

Durante o processo de procura pelo imóvel, quem foi a pessoa que mais te influenciou a concluir a compra?



PARA AS MULHERES

- **CÔNJUGES & COMPANHEIRXS:** 49,6%
- **PAIS/SOGROS:** 24,8%
- **NINGUÉM:** 7,5%
- **CORRETOR:** 6,0%



PARA OS HOMENS

- **CÔNJUGES & COMPANHEIRXS:** 62,1%
- **PAIS/SOGROS:** 18,6%
- **NINGUÉM:** 11,2%
- **CORRETOR:** 2,5%



behup

Quase o dobro de
mulheres vs homens
relataram que decidiram
sobre seus imóveis sem
nenhuma influência de
seus cônjuges

21,1%

12,4%





behup

E mais que o dobro de
mulheres que homens
relataram que os
companheiros **não**
ajudaram em nada no
processo de escolha do
imóvel

15%

6,8%





behup

No que os companheiros mais opinam?

Após a localização



- Tamanho do imóvel
- Custo-benefício
- Detalhes do imóvel

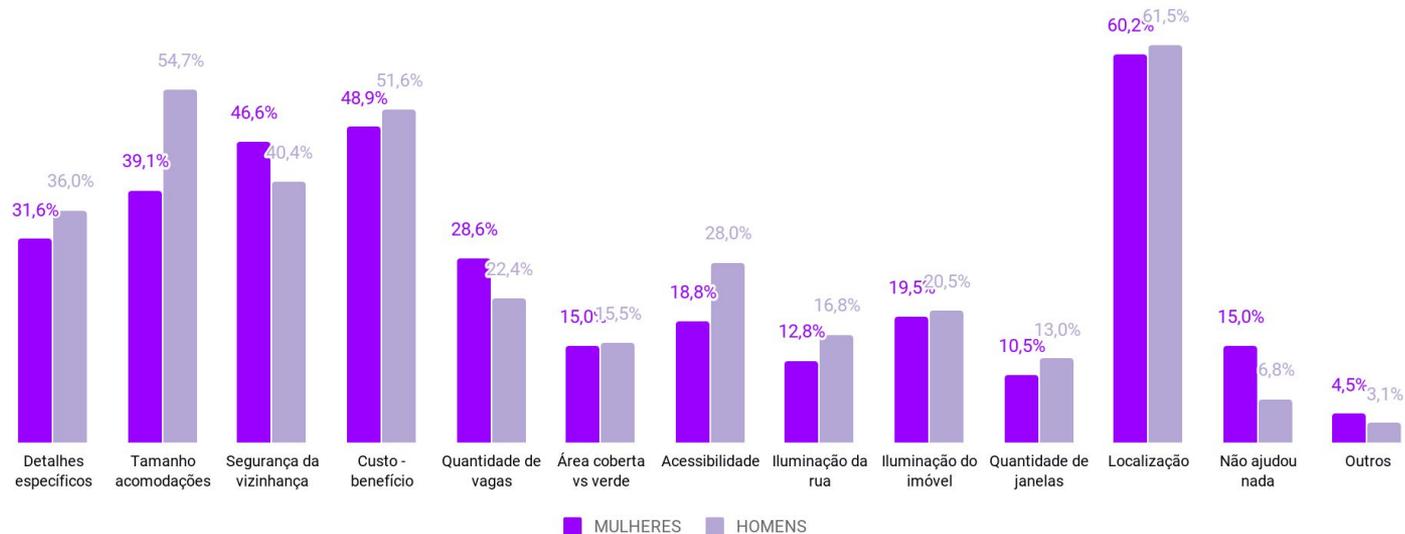


- Custo-benefício
- Vagas
- Segurança do bairro



EM QUAIS ASPECTOS O COMPANHEIRO OPINA?

Em quais fatores listados abaixo, sua esposa(o) / companheira(o) te ajudou no processo de escolha de um imóvel?





COMPRA

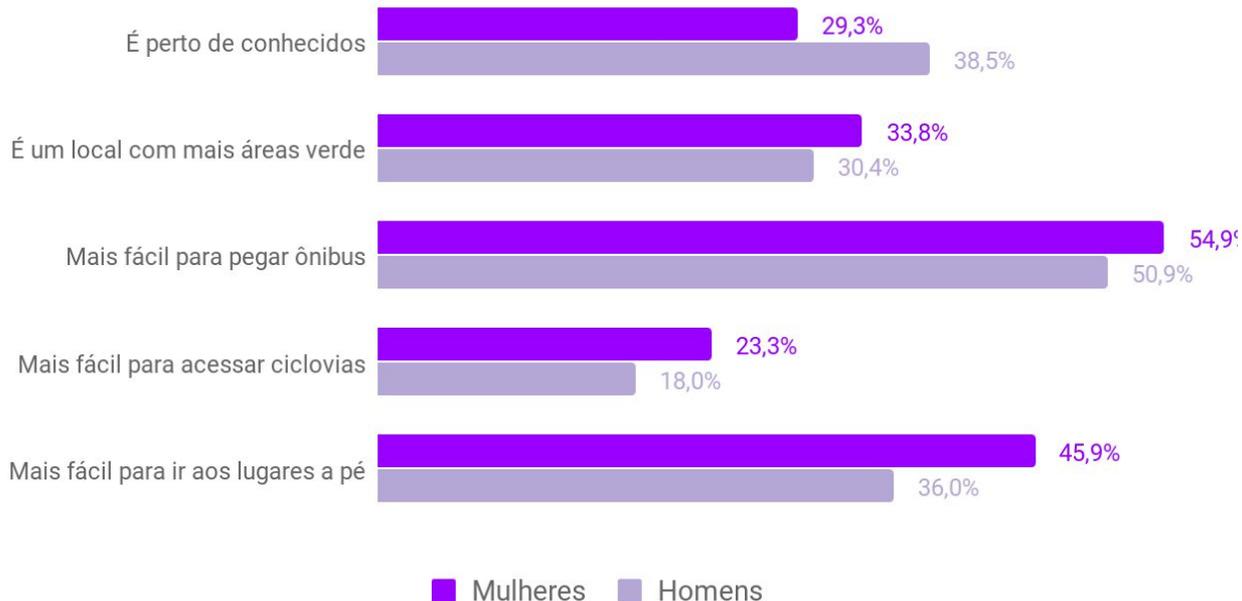
Os atributos de decisão de compra não diferem muito dos atributos de diferenciação na busca.

Localização ainda reina, mas por motivos diferentes:

Mulheres compram em lugares onde elas podem andar mais a pé e com pontos comerciais, já os **homens** buscam o lugares perto de transporte público e de suas redes sociais (amigos e família)

behup

E quais facilidades esse novo imóvel te proporciona?/ E em relação a transporte, seu imóvel é...



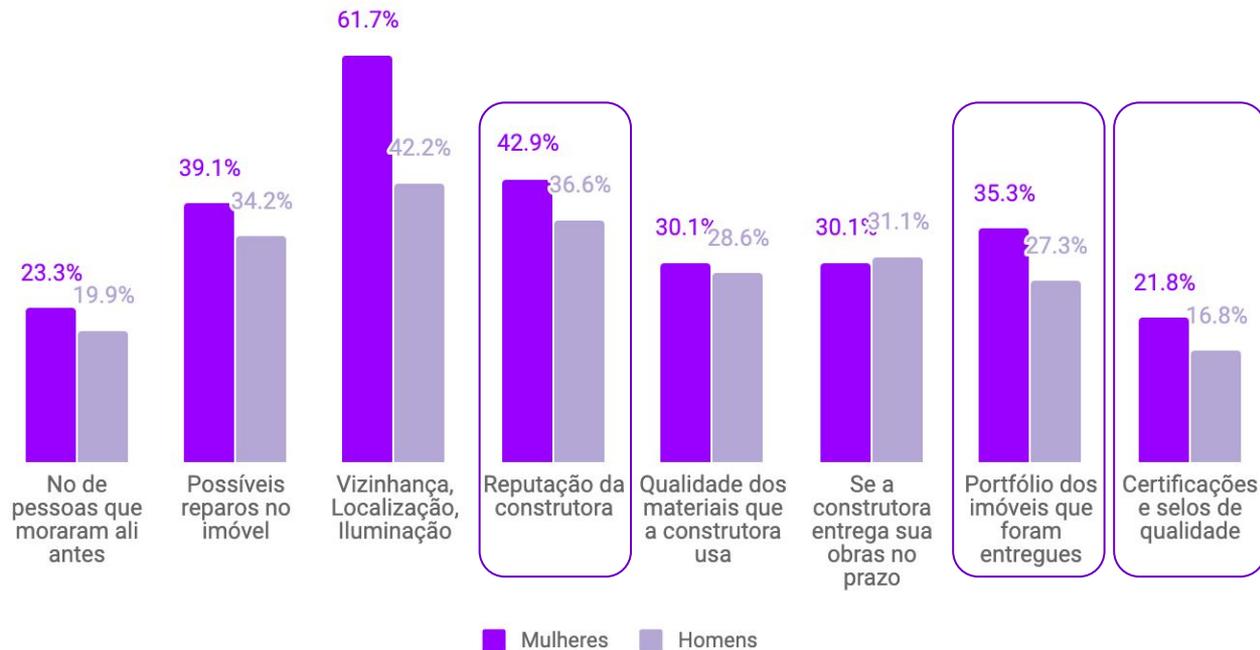


FATORES DECISIVOS PARA COMPRA

A reputação das construtoras é ainda mais importante para as mulheres que compraram do que para os homens

behup

E quais informações você procurou saber sobre o imóvel antes de concluir a sua compra?





QUEM PAGA PELO IMÓVEL?

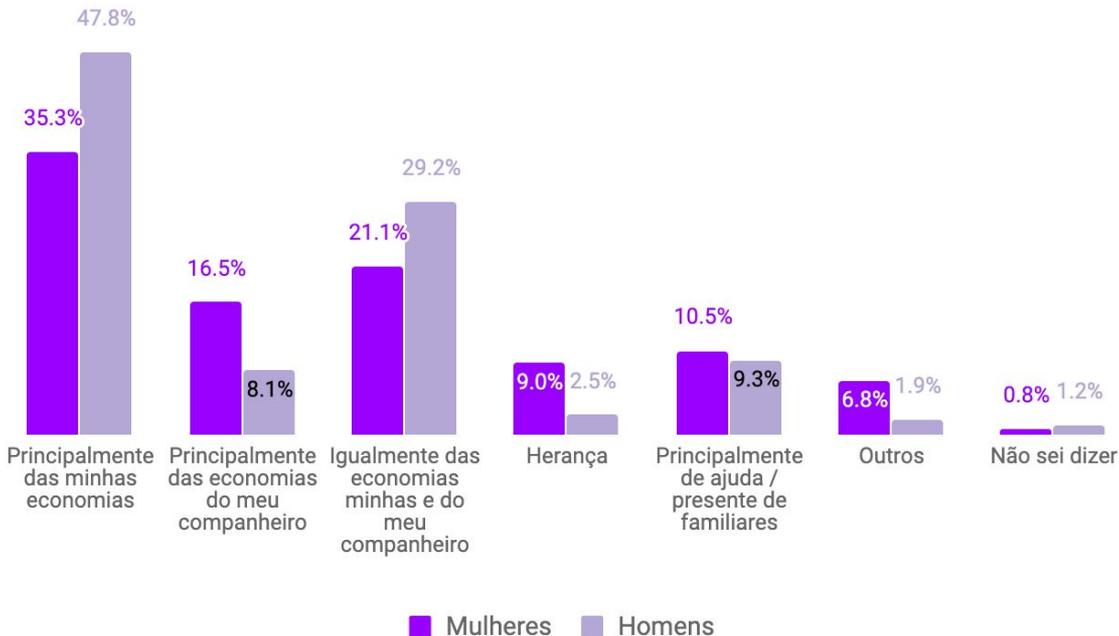
Na hora de pagar, os homens ainda detêm o maior poder econômico.

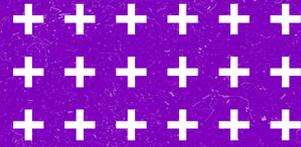
No entanto, já mais de $\frac{1}{3}$ das mulheres pagam o imóvel especialmente com suas próprias economias. Ainda é menos que os homens que têm os recursos integrais para pagar o imóvel, mas já mostra uma grande conquista de autonomia das mulheres.

As mulheres que compraram o imóvel onde vivem com recursos majoritariamente do cônjuge são uma minoria, apenas 16,5% (vs 8,1% dos homens).

behup

Em relação ao pagamento do imóvel, de onde saíram a maior parte dos recursos para o pagamento do imóvel?





REPUTAÇÃO DAS CONSTRUTORAS

behup



Sendo a **reputação e atributos das construtoras** um critério tão importante para a escolha das mulheres, que construtoras estão mais bem posicionadas em awareness e confiança?





behup

As construtoras mais lembradas

Das construtoras listadas abaixo, quais delas você conhece, mesmo que só de ouvir falar?



1° TENDA
79,5%

2° MRV
76,8%

3° ROSSI
63,6%

4° CYRELA
54,2%

5° EVEN
33%



1° TENDA
76,6%

2° MRV
75,6%

3° ROSSI
58,9%

4° CYRELA
52,5%

5° GAFISA
40,5%



behup

As construtoras mais confiáveis

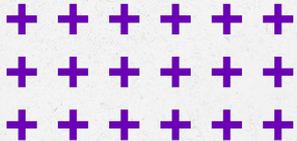
E o quanto você confia em cada uma das construtoras abaixo?
(Escala de 1 a 5 normatizada)



- 1° EZ TEC
76
- 2° CYRELA
73
- 3° GAFISA
73
- 4° BROOKFIELD
72
- 5° JHS
72



- 1° EZ TEC
75
- 2° EVEN
75
- 3° CYRELA
75
- 4° DIRECIONAL
73
- 5° BROOKFIELD
70



O QUE MUDA COM A PANDEMIA?

Desde de 18 de março, a **behup** vem coletando dados de confiança de consumo, índices de preocupação da população e fazendo estudos de **antropologia digital** e sobre as **emoções dos brasileiros**.

Dessa forma, conseguimos já identificar alguns movimentos comportamentais que terão impactos em diversas indústrias e mercados. Aqui colocamos alguns achados que vemos que podem ter impactos diretos no mercado imobiliário. Ainda que cedo para falar, também acreditamos que alguns dos comportamentos observados devem impactar os números aqui apresentados.



Tudo começa em casa...

O mercado imobiliário tem impacto direto da configuração e estilo de vida das famílias.

Desde movimentações pelas expectativas de compra e vendas relacionado ao ânimo de casamentos e nascimento de filhos até a o desenho de plantas, é o entendimento da dinâmica familiar que nos dá elementos para tomar decisões de longo prazo nesse mercado.



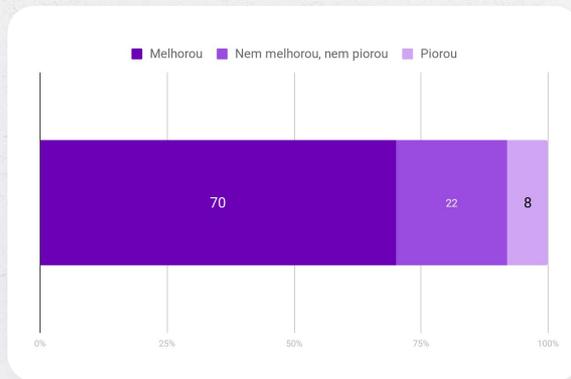
E é a dinâmica familiar que mais se observa mudanças durante a pandemia:

Observamos que os casais estão mais mais afinados, com mais diálogo entre os parceiros e mais satisfeitos com a relação

Durante o isolamento social, a **comunicação** e o **diálogo** com seu parceiro/a.....?

FONTE: Q3

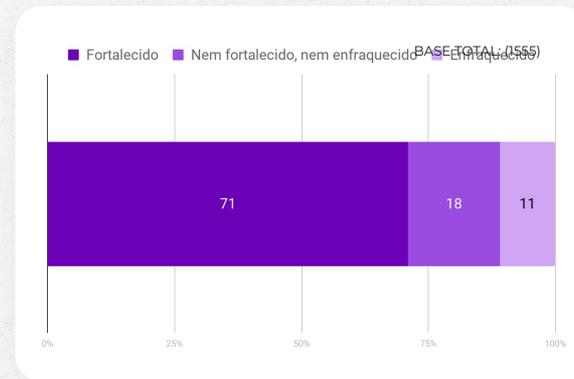
BASE TOTAL: (1555)



APÓS o período de isolamento social, seu relacionamento estará...?

FONTE: Q7

BASE TOTAL: (1555)





**Identificamos
também uma
redescoberta da
vida familiar**





**Para a maioria, o
relacionamento
sai fortalecido
após o isolamento
social**





Aliás, pesquisas externas mostram que home office veio para ficar

E isso deve dar outro significado para escritórios e lares.





O que estes 3 comportamentos podem significar para o mercado imobiliário?

- 1** Maior equidade e equilíbrio entre os parceiros nas discussões e decisões de familiares, incluindo a decisão do imóvel
- 2** Busca por espaços maiores para partilhar o lar em família (redução de procura de pequenos imóveis perto do trabalho)
- 3** Readequação dos espaços internos com lugares para filhos e home office



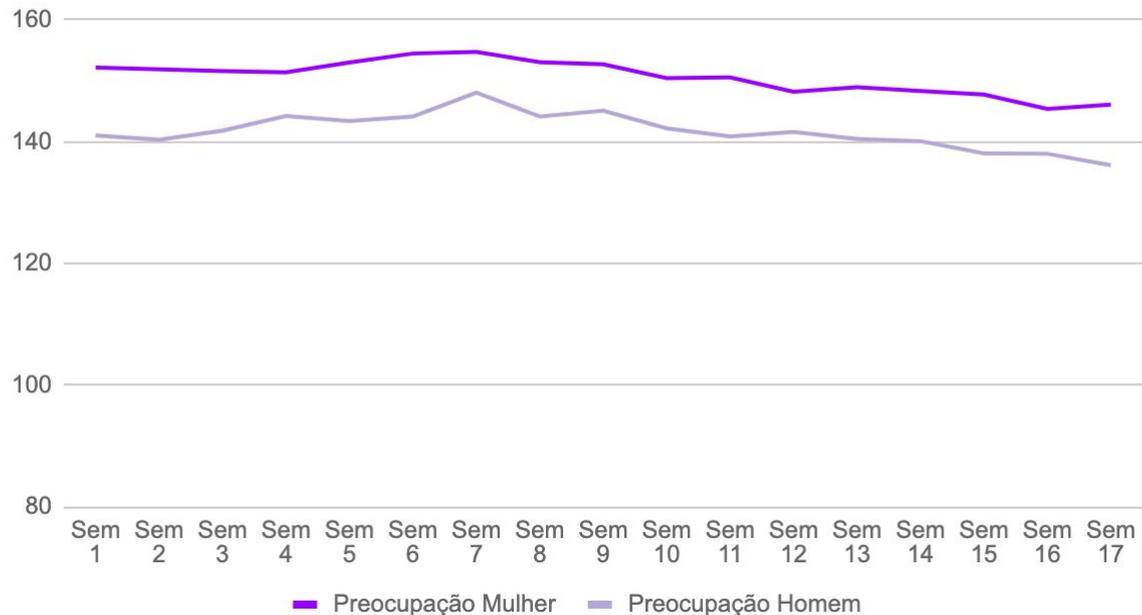
E O ASPECTO ECONÔMICO?

Desde o início da pandemia, as mulheres apresentaram índices de preocupação cerca de 15 pontos acima dos homens

*Índice de preocupação definidos pela expectativa de aumento da pandemia, consequências da pandemia no Brasil e possibilidade de contaminação de pessoas próximas

behup

Preocupação Mulher e Preocupação Homem





E O ASPECTO ECONÔMICO?

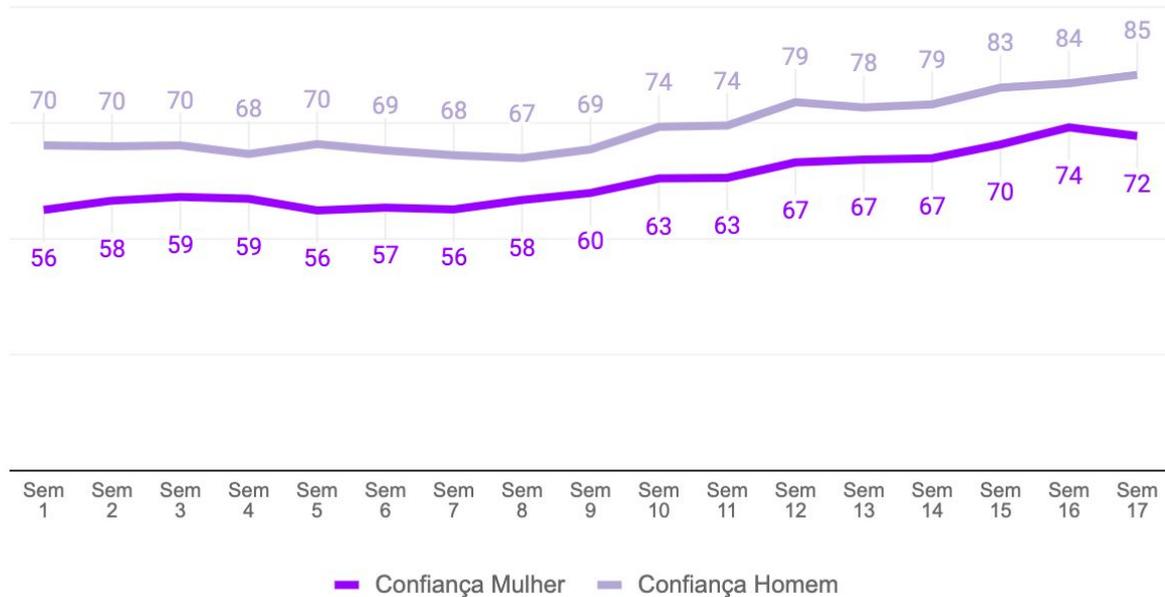
Algo que reflete na confiança de consumo.

Apesar de crescente, permanece cerca de 13 pontos abaixo das dos homens.

*Índice de confiança definidos pelo entendimento de situação econômica do Brasil, situação financeira individual, expectativas de consumo e de emprego

behup

Confiança dos Consumidores

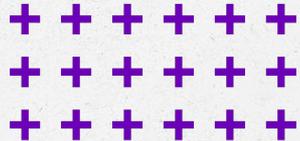


O que isso significa para o mercado imobiliário?

Essa baixa de confiança e o impacto econômico da pandemia sendo **maior nas mulheres que nos homens** devem reduzir o empoderamento financeiro feminino na compra de imóveis.

O percentual de mulheres que afirmaram comprar seus imóveis com recursos primordialmente próprios (35%) deve diminuir.





CONCLUSÕES

Um olhar de gênero no entendimento do comportamento de consumo pode abrir várias oportunidades de estratégias comerciais, de marketing e de produtos. Mulheres classe AB já estão bastante empoderadas nas suas decisões de compras de imóveis.

A importância da reputação da construtora especialmente para o público feminino mostra a necessidade de uma comunicação e liderança no setor com mais atenção a esse público

Num mundo pós-pandemia, podemos esperar ainda mais um equilíbrio de vozes e influências dentro do lar e a valorização do próprio espaço da casa como central para o funcionamento das famílias

Porém, uma expectativa de redução de capacidade econômica das mulheres deve impactar o empoderamento da compra "solo" de imóveis

Obrigada!

www.behup.io



**Carolina
Dantas**

carol@behup.io