

**Economia**

**PESQUISA**

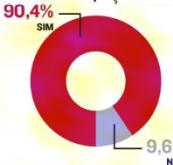
**Metodologia**

As entrevistas foram online, em redes sociais como Facebook, Instagram, Whatsapp, de 12 a 24 de maio. Ao todo 313 participaram, de Vitória, Vila Velha, Cariacica, Serra e do interior. Os entrevistados têm idade média de 20 a 35 anos, maioria com ensino superior e do sexo feminino. O estudo tem extrato com predominância de classe média-alta, mas também está representado por famílias com renda mais baixa. Ela foi feita pela Empresa Júnior Universidade Vila Velha (Ejuvv) sob coordenação do professor Fabrício Azevedo.

**1 Depois da pandemia e na recuperação econômica, quais são seus sonhos de consumo?**  
(sem limite para respostas)



**2 Você deixou de consumir algum produto durante a pandemia por causados aumentos nos preços?**



**DEPOIS QUE A CRISE PASSAR**

# Pesquisa aponta os sonhos de consumo das famílias

**Comprar casa própria, carro, moto, celular, viajar pelo País e até para o exterior estão entre os objetivos para o pós-pandemia**

**Verônica Aguiar**

**C**omprar casa própria, adquirir um imóvel na praia ou no campo, viajar, comprar carro ou moto, ou um novo celular. Estes estão entre os principais sonhos de consumo das famílias do Estado. Além de retomar o padrão de vida anterior ao da pandemia.

Os dados são de pesquisa realizada pela Empresa Júnior Universidade Vila Velha (Ejuvv), em parceria com **A Tribuna**, em que os consumidores poderiam escolher vários produtos e serviços que são desejados no pós-pandemia. E 77,6% colocam a compra da casa própria entre os grandes objetivos. Um exemplo é o mecânico Juliano Alencar, de 42 anos. Já pensando no fim da crise provocada pela pandemia, ele está prestes a realizar o sonho de comprar seu apartamento. Trata-se de um imóvel novo, de dois quartos, semimobiliado, em Novo Horizonte, na Serra.

"Sempre quis ter um imóvel. Moro sozinho na casa do meu pai e queria construir alguma coisa. Estou muito feliz, para mim o significado é segurança e investimento", disse ele, que faz faculdade das engenharias Mecânica e da Computação. Enquanto a incerteza não passa, ele vai seguir morando onde está e alugar o apartamento, para que, com o dinheiro do aluguel, consiga abater nas prestações do financiamento.

Outro dado da pesquisa é que a maioria dos consumidores se viu obrigada a abrir mão de produtos e serviços, como produtos de utilidades do lar, serviços de beleza e lazer.

**“Sempre quis ter um imóvel. Estou muito feliz, para mim o significado é segurança e investimento”**

**Juliano Alencar, mecânico**

**SE SIM, DE QUE GÊNEROS?**  
(sem limite para respostas)

CATEGORIA	%
Serviços e produtos de lazer	91,9
Serviços de beleza (como cabeleireiro, manicure)	85,9
Itens de utilidades do lar	82,7
Vestuario e calçados	28,6
Veículos e combustíveis	22,6
Alimentícios	18,4
Bebidas	11,7
Higiene	5,3

Fonte: Pesquisa UVV

**UM ANO FORA**



Com esse cenário, 79,6% dos entrevistados na pesquisa colocaram como sonho de consumo voltar a usufruir daquilo que abriram mão. O professor Fabrício Azevedo, coordenador da pesquisa, disse que serviços como lazer e beleza (cabeleireiro e manicure) foram os primeiros que os consumidores deixaram de usufruir e são os que mais se deseja ter de volta.

Para o professor de graduação e pós-graduação da UVV Anselmo Hudson Siqueira Nascimento, os dados revelam a demanda reprimida e que "as pessoas querem consumir": "O desejo de ter a casa própria é cultural do brasileiro."

Há ainda o objetivo de viajar para o exterior, citado por 19,5%, e pelo Brasil, sonho de consumo de 26,8% dos entrevistados. É o caso da diarista Roberta Silva Conceição, de 39 anos. "Eu ia conhecer a Bahia antes da pandemia, tive de adiar, mas não desisti", contou.



**JULIANO vai comprar apartamento**

## Índia, China e Nepal: destinos dos sonhos

O casal de terapeutas Raphael Souza de Souza, 38, e Ana Silvia Ribeiro Pereira de Souza, 39, sonha em passar um ano fora do Brasil, com as filhas Ana Livia, 17, e Malory, de 8. Os destinos dos sonhos da família são Índia, China e Nepal. A ideia é passar alguns meses em cada país. "A parte que demanda maior atenção é deixar a nossa empresa

aqui no Brasil funcional para gerar uma renda orgânica e manter a gente lá", destacou Raphael. Ele explicou que a escolha do destino foi influenciada pelo seu trabalho. "Trabalho com terapia holística, que envolve toda uma pegada de alimentação, estilo de vida, filosofia hindu e daí vem meu desejo de conhecer a Índia", revelou.

## Retomada na economia

O cenário pós-crise é promissor e já anima especialistas. Otimismo é a palavra usada pelo assessor de investimentos Flávio Ventorim. "A medida que aumentar o número de vacinados, principalmente adultos em idade produtiva, vai haver um consumo bem maior. A tendência é as pessoas consumirem cada vez mais", frisou.

Essa melhora no consumo vai criar novas oportunidades, como, em serviços de lazer e beleza. Além de rever amigos e familiares, a saúde de sair de casa para se divertir e cuidar da beleza tende a ser um fator decisivo, criando oportunidades de emprego e renda.

"A decisão de consumir não é só em função da renda. É mais em função do que você espera que vai acontecer do que em relação ao

que você tem hoje", destacou o economista Pedro Lang. De uma forma geral, o setor de serviços é o que mais emprega no Brasil. Especialistas têm apontado que há alguns setores que são ponto fora da curva na crise, mas que não criam tantas oportunidades de emprego. E lembram que o setor de serviços é o que mais demora a se recuperar", lembrou.

Anselmo Hudson Siqueira Nascimento, professor da UVV, enfatizou que quando as medidas restritivas acabarem, haverá uma pressão sobre o consumo de produtos e serviços, gerando alta nos preços. "É o que já está acontecendo".

**Economia**

DEPOIS QUE A CRISE PASSAR

# Aumenta a procura por casa no campo e na praia

Isolamento social, quarentena, home office. Palavras que marcaram a vida da população mundial durante a pandemia são a explicação para uma tendência: a de ter um segundo imóvel.

Na pesquisa realizada pela Empresa Júnior Universidade Vila Velha (Ejuvv), em parceria com **A Tribuna**, 59,7% dos entrevistados colocaram entre os sonhos de consumo para o pós-crise a compra de uma casa de praia ou de campo.

Flávio Ventorim, assessor de investimentos, lembrou que, com o isolamento, ficou evidente o desejo das famílias por mais espaço e qualidade de vida. "A realização do desejo de ter uma casa na praia ou no campo passou a ser uma possibilidade por causa do home office". E a procura por esse tipo de imóvel aumentou, segundo profissionais do mercado imobiliário. Eles reforçam que isso se deve a mudanças de hábito trazidas pelo isolamento e também pelas possibilidades oferecidas pela tecnologia.

Municípios como Santa Teresa, e Domingos Martins – em especial a Pedra Azul –, além das regiões do entorno da Grande Vitória, como Guarapari, estão entre os locais com maior aumento no interesse, segundo o presidente da **Associação de Empresas do Mercado Imobiliário do Espírito Santo (Ademi-ES)**, Sandro Carlesso.

"A mudança de alguns hábitos, principalmente de trabalho e de estudo, dá a intenção de que algumas profissões vão se adaptar ao home office, ao estudo em casa, o que permite morar na praia ou no campo, independente da distância do trabalho ou escola", frisou.

A especialista em imóveis de Luxo Letícia Rody destacou que o Estado é privilegiado e tem região de praia e montanhas muito próximas. "Muitos optam por casas tanto na região de montanhas, quanto



**PRAIA DE GUARAPARI**, um dos municípios mais procurados no Estado

de praia, duas casas mesmo. Porém parte significativa da população não consegue tal façanha e com isso vejo de forma bem dividida os dois públicos, tanto o do litoral quanto o de montanhas."

Ela reforçou que houve uma "mudança de paradigmas de moradia". "Os refúgios tanto no campo, quanto na praia ganharam maior significância", ressaltou.

## FILA

A preferência dos consumidores por esse tipo de imóvel é tão grande que a venda de lotes em alguns locais do Estado, como Três Praias, em Guarapari, tem criado até fila de espera, como no empreendi-

mento Alphaville. O local se destaca pela paisagem, segundo Letícia. "No ano passado foram lançados 276 lotes, todos foram vendidos. Agora vão lançar mais 58, já com fila de espera. Daqui a uns anos ali serão casas cinematográficas uma atrás da outra", destacou.

## ANÁLISE

**Monique Nogueira**, psicóloga



### "Nunca passamos tanto tempo em casa"

"Ter um lar significa a materialização da sua personalidade no espaço, é estar em um lugar que seja do seu jeito transmitindo sua personalidade. É idealizado como um abrigo, o simbolismo da casa é um dos mais ricos em significado. Um símbolo do processo de individualização.

Com a nova realidade que a pandemia nos trouxe, percebemos que nunca passamos tanto tempo dentro de nossas casas. Com isso descobrimos novas necessidades, a busca por uma casa confortável que divide lugar entre o trabalho e o lazer, tudo no mesmo espaço.

Historicamente, a arquitetura residencial é moldada de acordo com a necessidade da época. Nos tempos de hoje, percebemos a busca por moradias amplas, com ventilação e boa entrada de luz natural. Os espaços se tornam flexíveis.

A sala vira seu ambiente de trabalho por exemplo. As mudanças acontecem de acordo como vivemos nesse lar."

## Onda de reformas no lar

A reforma da casa foi opção apontada por 73,5% da população, na pesquisa sobre os sonhos de consumo para depois da crise.

A pandemia criou diversos movimentos no mercado imobiliário. Migração de apartamentos menores para imóveis maiores. De apartamentos maiores para casas e até compra de lotes para a construção de imóveis dos sonhos.

Mas além das compras também vieram as reformas, tanto para quem comprou um imóvel e queria deixar com a sua cara, quanto

para quem resolveu valorizar o imóvel no qual vive, reformando, tornando o ambiente mais confortável e integrado.

Heliomar Venâncio, presidente do Conselho Estadual de Arquitetura e Urbanismo do Estado, destacou que a procura por serviços de reforma continua alta. Entre os principais pedidos, segundo ele, estão integrar cozinha e sala, fazer o home office e a varanda gourmet, com churrasqueira móvel.

"Hoje está todo mundo cozinhando em casa, a pessoa está na cozinha mas quer enxergar a televisão que está na sala. Quer estar na sala e sentir aquele cheirinho de café que acabou de ficar pronto".

Ele destacou que com a alta procura, o material ficou mais escasso e mais caro e aumentou a demanda pela mão de obra.

"Só não foi ainda mais à frente porque o preço dos materiais subiu muito, como areia, lajota, brita, cimento, ferro", observou.



**HELIOMAR**: integração de espaços