

## Mercado Imobiliário



Atividades sempre de valor de imóveis com especialistas da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário Ademi-ES, Conselho Regional de Corretores de Imóveis (CRCI-ES) e Sindicato Patronal de Corretores (Sibocor)

Mercado Imobiliário

### Geração Z: como é o futuro consumidor do mercado imobiliário?

Os aspectos sociais e culturais, somados ao advento das novas tecnologias, foram capazes de produzir um novo consumidor

Mercado Imobiliário  
hubimob@empresas.com.br

Y&M  
Publicado em 29/04/2024 às 09:59



Segunda-PTZ, a Geração Z são pessoas que nasceram entre 1995 e 2010, na transição do século XX para o século XXI. Crédito: Shutterstock

\*Alexandre Schubert

Um dos assuntos mais recentes em destaque, tanto nas empresas, como no mercado de trabalho e na imprensa, é a presença da Geração Z como o novo consumidor. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Geração Z são pessoas que nasceram entre 1995 e 2010, na transição do século XX para o século XXI, logo, com idade hoje entre 14 e 29 anos.

No entanto, é importante ponderarmos que atributos tipicamente associados ao comportamento dessa geração não se estendem a todo o espectro populacional. Apenas indivíduos nascidos em berços mais privilegiados viveram as experiências formadoras de habilidades e conceitos característicos da Geração Z, como serem hiperconectados e reconhecidos como "nativos digitais".

Para efeito estimativo e, considerando que cerca de 49% da população brasileira inserida nessa faixa da pirâmide etária teve acesso ao ambiente digitalizado, é possível supor que represente 11% da população, equivalente a cerca de 22 milhões de brasileiros.

Ao analisarmos o comportamento dessa geração, constatamos que são sujeitos com maior responsabilidade social e ambiental, maior rapidez nas ações, pragmatismo nas relações profissionais e relacionamentos eficientes sejam pessoais ou profissionais. Para eles não há fronteiras – Cidades do Mundo – portanto, menos "fios" e espaços, rótulos e com visão progressista.

Além disso, esse grupo vivenciou duas crises. A crise financeira de 2008 e a crise sanitária, a pandemia da Covid-19. Esses eventos desenvolveram preocupações com saúde física e, principalmente, mental, como também a busca por qualidade de vida.

Os aspectos sociais e culturais, somados ao advento das novas tecnologias, foram capazes de produzir um novo consumidor. Valorizam as questões socioambientais, saúde física e mental, e são mais críticos sobre empresas que não adotam governança responsável e, fundamentalmente, prezam por mais tecnologia embarcada nos produtos e serviços. O "Cidadão Z" enquanto grande usuário da Inteligência Artificial (IA), exigirá habilidades de seus interlocutores e fornecedores na mesma magnitude.

No entanto, esses cidadãos que ainda não atingiram a capacidade de compra ou investimento de altos valores, são fortes influenciadores de consumo para os pais e demais cidadãos da Geração Milenial (anterior à Z).

Quando analisamos mercado consumidor imobiliário, em especial na Região Metropolitana de Vitória, a faixa etária da pirâmide entre 15 e 29 anos tem uma população estimada de 371 mil indivíduos. Desses, aproximadamente 182 mil cidadãos seriam definidos com características da Geração Z. Esse montante está dividido em partes iguais entre homens e mulheres.

Em outra simulação, o Índice Fipe Zap (2º Trimestre de 2022) aponta que 11% de uma população total são potenciais compradores. Mais ainda, que 73% são homens com idade igual ou superior a 41 anos. Sem maiores exercícios matemáticos, posso sugerir que apenas uma pequena faixa estratificada na Geração Z já seria potencial compradora de imóveis.

Com isso em mente, para que lado a Geração Z influencia a compra de um imóvel? Em primeiro lugar, optam por imóveis com dimensões racionais. Isso significa que nem tão pequenos – que tornem o ambiente desconfortável – e nem excessivos, o que os tornariam caros e ociosos.

Valorizam espaços qualificados, simples ("clean"), práticos, com tecnologia atrelada para gestão do imóvel, desejam espaços que permitam a interface com as pessoas com as quais convive no empreendimento, e aspiram por imóveis que permitam realizar as tarefas profissionais conciliadas com outras atividades geradoras de cuidado físico e mental.

Enquanto isso, os empreendedores estudam tipologias adequadas aos requisitos desejados, e a adequação de empreendimentos que sejam flexíveis para o uso por períodos não longos, já que os cidadãos da Geração Z, querem imóveis que sejam de fácil comercialização, visto que desejam mobilidade para possíveis trocas de cidades e/ou países.

Em recente entrevista, o cientista e professor Silvio Meira expressa o eixo dessa questão: as empresas precisarão utilizar massivamente a IA para se relacionarem com os seus futuros clientes da Geração Z, Alpha e outras que virão. Sem isso, ninguém sobreviverá ao novo mercado.



Alexandre Schubert "As pessoas da Geração Z valorizam por imóveis que permitam realizar as tarefas profissionais conciliadas com outras atividades geradoras de cuidado físico e mental". Crédito: Arquivo Pessoal

\*Alexandre Schubert é vice-presidente da Associação das Empresas Imobiliárias (Ademi-ES) e diretor geral da VTO Pólos Empresariais