

Retratos do Morar

Como vivem e sonham as gerações de brasileiros

Sumário

Contexto e Metodologia	03
Raio X da moradia	07
Desejos de moradia	12
Tipos de moradia	25
Sustentabilidade na moradia	32
Conclusões	41



A pesquisa, realizada em
parceria com a Ipsos-Ipec,
analisa o comportamento de
moradia dos habitantes
brasileiros sob uma
ótica geracional.

Foram feitas 2.485 entrevistas

de forma online, com pessoas de 18 anos ou mais, das classes ABC e em todas as regiões do país. Há uma amostra representativa das regiões metropolitanas de São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Curitiba e Brasília.



A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.



As entrevistas foram realizadas entre 14 e 31 de agosto de 2025.

Gênero

♂
49%
Masculino

♀
51%
Feminino

Faixa etária

27%	Geração Z (18-28 anos)
38%	Geração Y (Millennials) (29-44 anos)
26%	Geração X (45-60 anos)
9%	Baby Boomers (+61 anos)

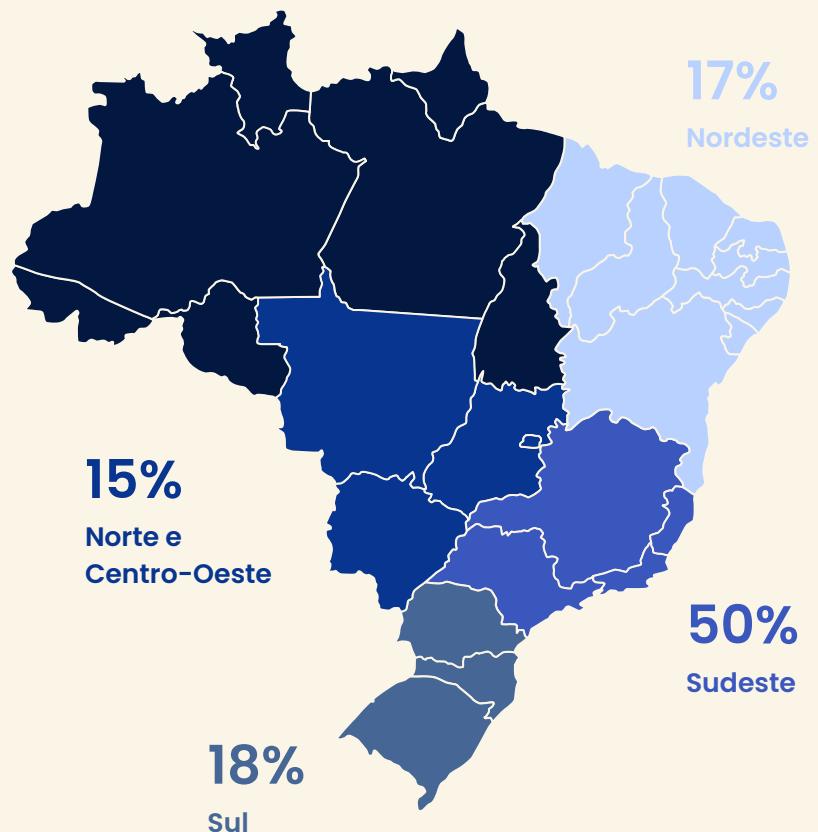
Classe Social

33%	AB
67%	C

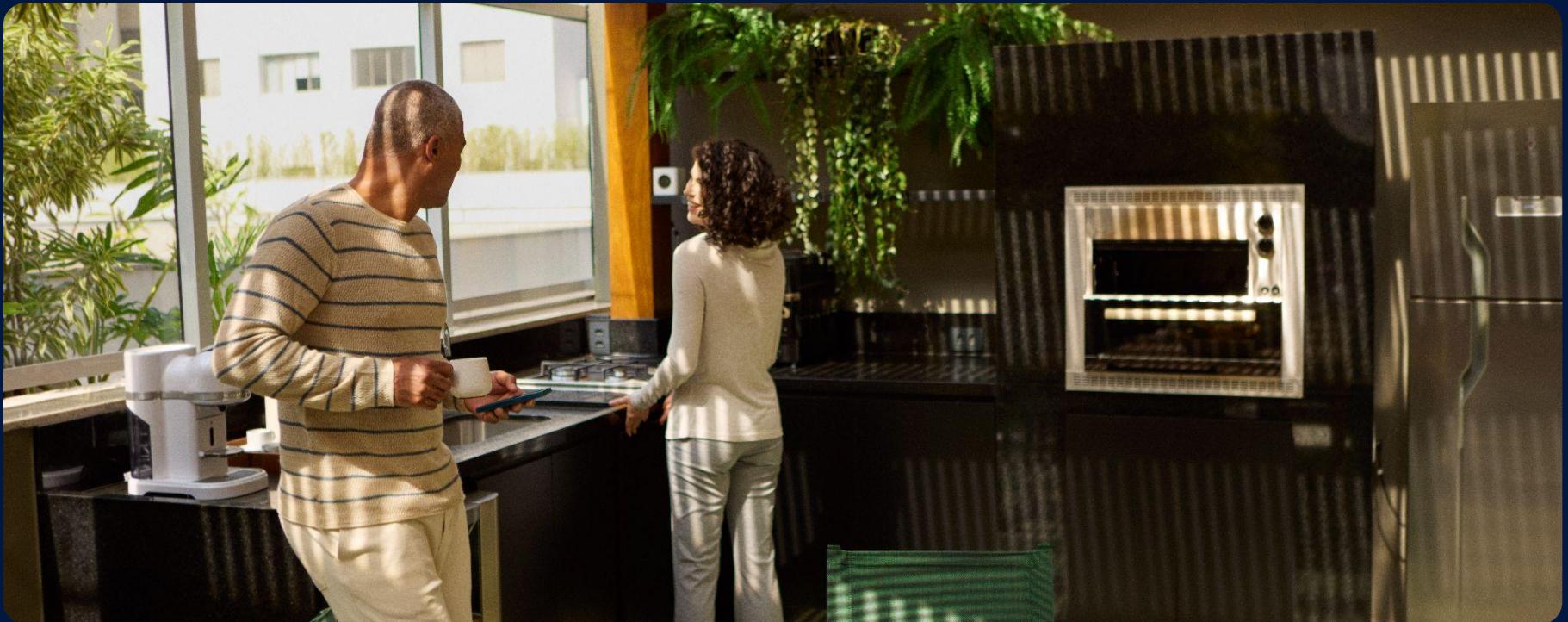
Escolaridade



Regiões

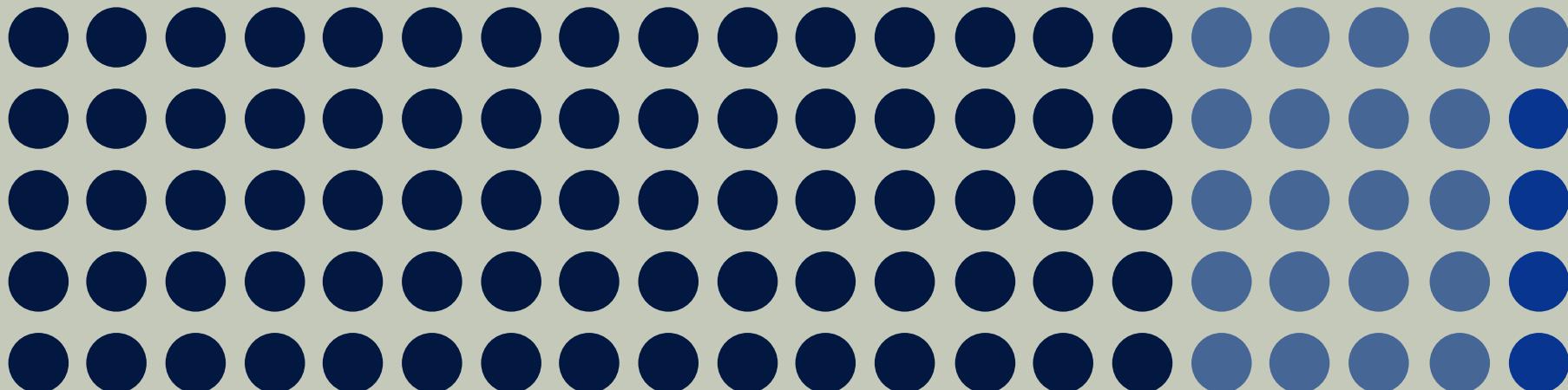


Raio X da moradia



A maior parte dos brasileiros vive em casas.

75%
Casas
(em ruas ou
condomínios)



P03. Atualmente você mora em:

4% Outros ou não responderam

Comprar ou alugar?

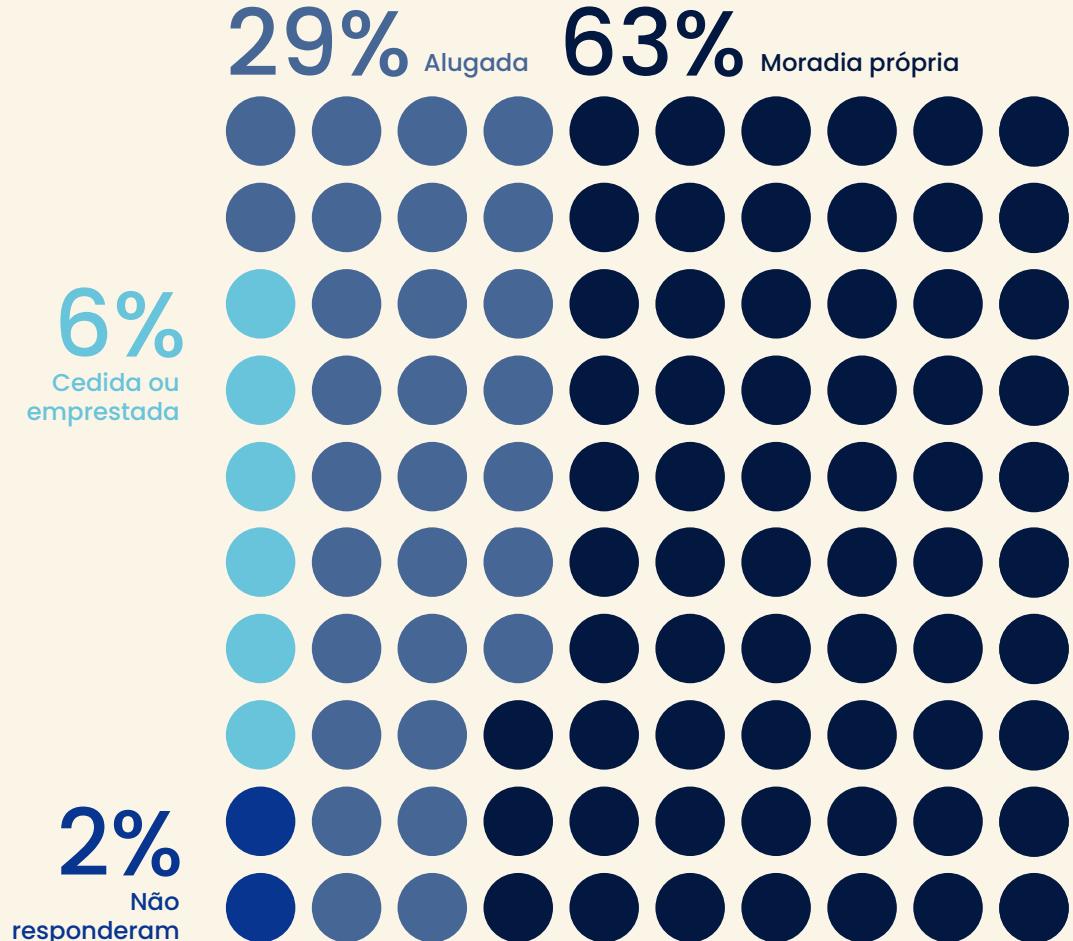
O sonho da
casa própria
já é realidade
para a maioria.

63%

possuem o imóvel
onde moram.

Entre aqueles que moram em imóveis próprios,
74% vivem atualmente em **imóveis quitados**.
Outros **21%** estão pagando o **financiamento**.

P04-A. Seu imóvel é financiado ou está quitado?



Aluguel mensal

Valor do imóvel



A maioria vive com alguém.

Esposo(a), companheiro(a) ou namorado(a)

58%

Filho(a)

44%

Mãe ou pai

28%

Avô ou avó

2%

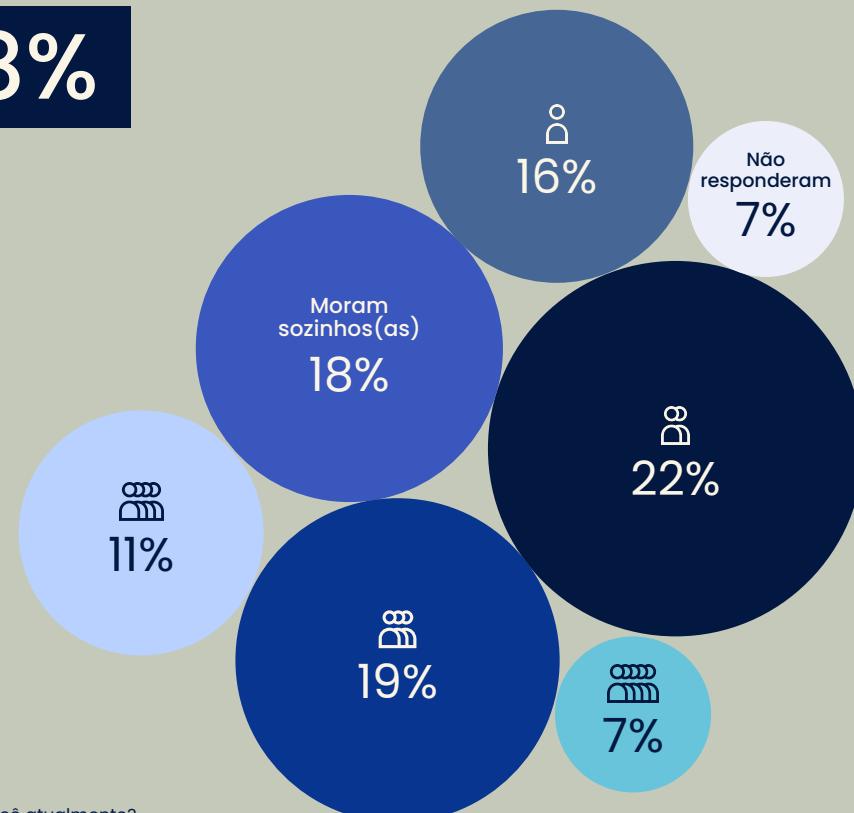
Amigos ou colegas

1%

Outros familiares

17%

Mas o número de pessoas que moram com os entrevistados varia.



Desejos de moradia



37% dos entrevistados dizem que gostariam muito de guardar dinheiro, mas admitem que as despesas **consomem toda ou quase toda a renda.**

20%

Acreditam que só se deve gastar o que se tem e, por isso, evitam ao máximo pedir empréstimos ou financiamentos.

17%

Dizem acompanhar os gastos de perto e guardar dinheiro todos os meses, planejando a vida financeira a longo prazo.

12%

Dizem guardar dinheiro ou investir quando tem um objetivo claro, como uma compra, viagem ou aposentadoria.

5%

Admitem se sentir confusos sobre finanças e investimentos. Por não entenderem bem, pedem ajuda para tomar decisões.

9%

Não sabem ou não responderam.

PERSPECTIVA PARA OS PRÓXIMOS ANOS

Ainda assim,
4 em cada 10
entrevistados
dizem que
pretendem
comprar um
imóvel.





O que descobrimos quando ampliamos o olhar?

Retratos do Morar – Como vivem e sonham as gerações de brasileiros

A intenção de comprar um imóvel é **significativamente menor nos baby boomers** do que na Geração Z.

Pretendem comprar um imóvel:

50% Geração Z

18% Baby boomers

Mas essa variação não é apenas geracional; **as respostas também se transformam dependendo da localidade.**

Os percentuais nas regiões diferem da média nacional.

Pretendem comprar um imóvel:

40% Curitiba

52% Distrito Federal

E a janela de tempo para comprar ou alugar é diferente.

Quem pretende alugar:

58% Em até um ano

32% Mais de um ano

10% Não sabem ou não responderam

Quem pretende comprar:

27% Em até um ano

60% Mais de um ano

13% Não sabem ou não responderam

PRINCIPAIS MOTIVOS PARA COMPRA**Conquistar um imóvel melhor****Realizar um sonho****Garantia de patrimônio****Sair do aluguel****Fazer um investimento**

P12. Independente da sua intenção de comprar um imóvel nos próximos anos, qual desses você acredita que seria o seu principal motivo para comprar um imóvel residencial? E o segundo motivo?

31%	Ter imóvel melhor do o que moro atualmente
28%	Realizar um sonho
28%	Ter a garantia de um imóvel próprio (patrimônio e segurança financeira)
24%	Não ter que pagar aluguel
22%	Fazer um investimento
14%	Precisar mudar de bairro ou cidade
8%	Casamento ou união com parceiro(a)
6%	Mudar por questões de segurança
5%	Ajudar familiar
4%	Ter que vender o meu e comprar um outro mais barato por precisar do valor da diferença
3%	Por pressão familiar ou social
10%	Não sabem ou não responderam

A soma supera 100% porque os entrevistados puderam marcar mais de uma opção.

Mas as motivações variam de geração para geração

Apesar de liderar a intenção de compra, a Geração Z é a faixa que **menos pretende adquirir um imóvel para investimento**.

Para as outras gerações, essa motivação é bem mais forte.

Quem mais pretende comprar imóveis para investir?



E os percentuais regionais diferem da média

No Rio de Janeiro, o interesse em **investimento** representa apenas 12%.

Além disso, a segurança se torna um fator de peso.

16% dos cariocas pretendem se mudar por essa razão.

Pessoas que desejam mudar por segurança:

16% no Rio de Janeiro

6% em São Paulo

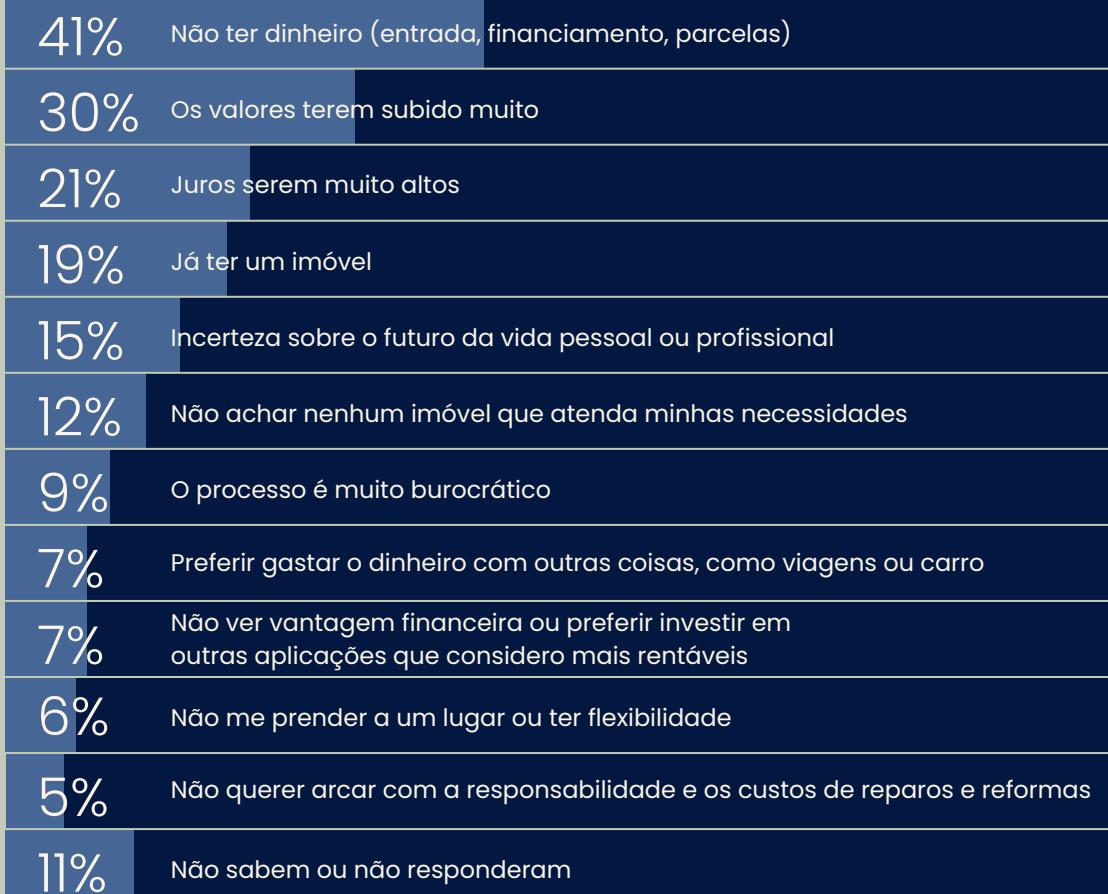
4% em Belo Horizonte, Curitiba ou Distrito Federal

PRINCIPAIS BARREIRAS PARA COMPRA



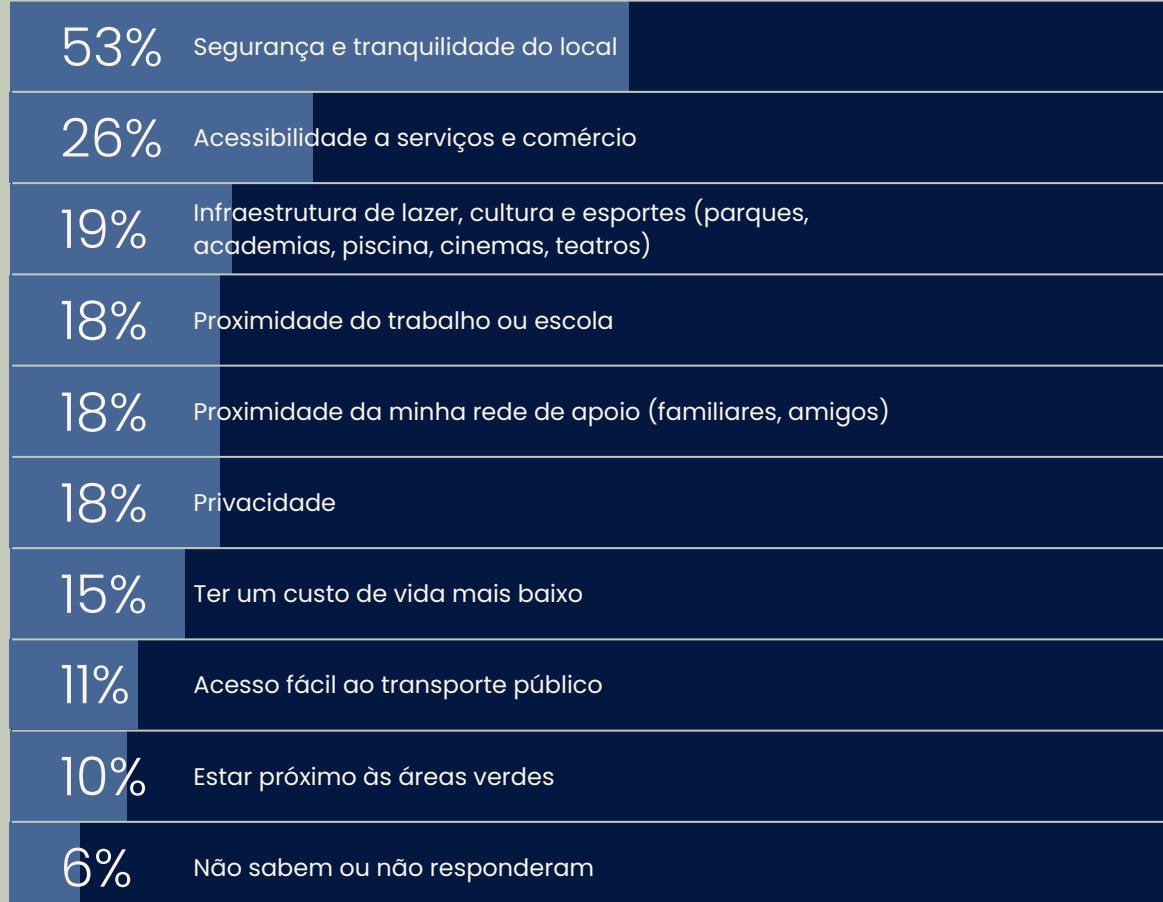
Questões financeiras estão entre os principais obstáculos para a aquisição de imóveis.

PI3. E qual seria o principal motivo para você NÃO comprar um imóvel residencial? E o segundo?



A soma supera 100% porque os entrevistados puderam marcar mais de uma opção.

E as características mais importantes na hora de escolher um imóvel são:



P14. Qual dessas características é mais importante para você na hora de escolher um imóvel residencial? E a segunda? (Marque até duas opções)

Mas o peso dado a essas características varia

Morar próximo ao trabalho ou à escola aparece como um fator importante, à exceção dos baby boomers.

21% Geração Y

19% Geração Z

17% Geração X

5% Baby boomers

Essa necessidade de locomoção também aparece nas preferências por região.

O percentual de entrevistados que priorizam o “acesso fácil ao transporte público” em cada região metropolitana:



71%

Muito satisfeitos
ou satisfeitos

17%

Nem satisfeitos,
nem insatisfeitos

10%
Muito
insatisfeitos
ou insatisfeitos

2%
Não sabem
ou não
responderam

P07. O quanto você está satisfeito com sua moradia atualmente?
(Marque uma opção)



Apesar da vontade de mudar, os brasileiros estão felizes com o local onde moram.



71%

estão satisfeitos ou
muito satisfeitos com
a atual moradia.

Essa satisfação é majoritariamente alta

Os **baby boomers** são os mais felizes com o local onde vivem, mas essa satisfação diminui progressivamente nas gerações mais novas:

78% Baby boomers

74% Geração X

69% Geração Y

66% Geração Z

Regionalmente, os índices de contentamento também são altos.

Os percentuais de pessoas que dizem estar satisfeitas com a moradia atual:

82% 70% 69% 67% 65%

Curitiba

Belo Horizonte

Rio de Janeiro

São Paulo

Distrito Federal

Tipos de moradia



Tiny House

Construções pequenas que promovem um estilo de vida simples e sustentável, com área útil de até 37 metros quadrados, uso de móveis multifuncionais, armazenamento embutido e aproveitamento vertical.



31%

Se imaginam
morando
em uma.

38%

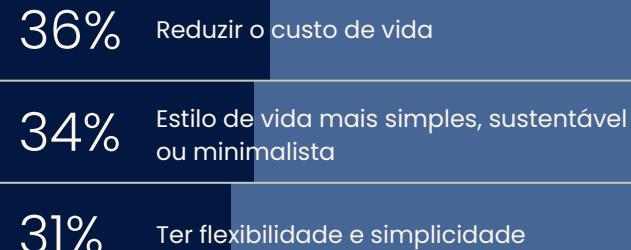
Dizem
que talvez
morassem.

17%

Descartam
totalmente
a possibilidade.

P15. Você moraria, talvez morasse ou não moraria de jeito nenhum em cada um desses modelos alternativos de moradia. (Marque uma opção por item)

Entre os que morariam ou talvez morassem, as **motivações** foram:



Já os que jamais morariam apontaram como **barreiras**:





Com a satisfação em alta, o quanto abertos os brasileiros estão a novos tipos de moradia?

A rejeição a formatos como a tiny house é maior entre os mais velhos: **27% dos baby boomers afirmam que jamais morariam em uma.**

Índices dos que jamais morariam:

27% Baby boomers

20% Geração X

16% Geração Y

14% Geração Z

O percentual dos moradores que dizem que jamais morariam em uma tiny house por região metropolitana:

Belo Horizonte	São Paulo	Rio de Janeiro	Distrito Federal	Curitiba
25%	21%	19%	17%	16%

Flex Living

Moradia por assinatura, mobiliada e flexível, pensada para o aluguel de curtos períodos (dias, semanas ou meses). A mudança geralmente envolve pouca burocracia.



25%

Se imaginam
morando
em uma.

35%

Dizem
que talvez
morassem.

21%

Descartam
totalmente
a possibilidade.

P15. Você moraria, talvez morasse ou não moraria de jeito nenhum em cada um desses modelos alternativos de moradia. (Marque uma opção por item)

Entre os que morariam ou talvez morassem, as **motivações** foram:

34% Reduzir o custo de vida

32% Ter flexibilidade e simplicidade

27% Pela experiência, curiosidade ou conhecer algo novo

Já os que jamais morariam apontaram como **barreiras**:

47% Desconforto com regras e responsabilidades

37% Necessidade de mais espaço ou não adaptação

36% Falta de privacidade

Cohousing

Uma vida em comunidade: os moradores têm casas privadas, mas compartilham áreas comuns, como jardins e áreas de jantar, e participam de decisões para criar um ambiente colaborativo.



17%

Se imaginam
morando
em uma.

29%

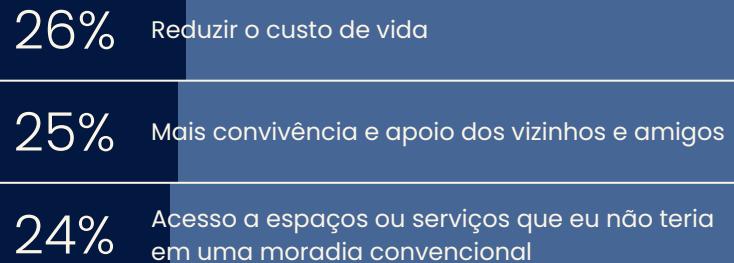
Dizem
que talvez
morassem.

38%

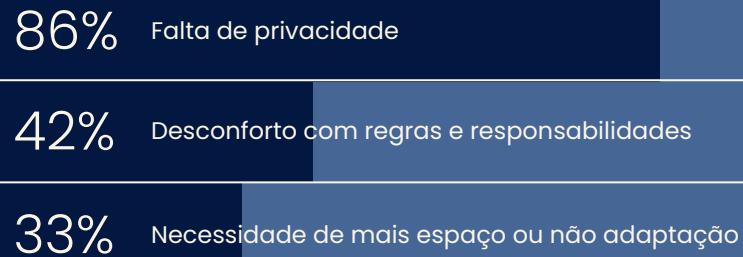
Descartam
totalmente
a possibilidade.

P15. Você moraria, talvez morasse ou não moraria de jeito nenhum em cada um desses modelos alternativos de moradia. (Marque uma opção por item)

Entre os que morariam ou talvez morassem, as **motivações** foram:



Já os que jamais morariam apontaram como **barreiras**:



Coliving

Quarto ou unidade individual, com ou sem banheiro privativo, em que as áreas comuns como cozinha, lavanderia e sala de estar são compartilhadas.



12%

Se imaginam
morando
em uma.

19%

Dizem
que **talvez**
morassem.

55%

Descartam
totalmente
a possibilidade.

P15. Você moraria, talvez morasse ou não moraria de jeito nenhum em cada um desses modelos alternativos de moradia.
(Marque uma opção por item)

Entre os que morariam ou talvez morassem, as **motivações** foram:

34% Reduzir o custo de vida

26% Estilo de vida mais simples, sustentável ou minimalista

24% Ter uma localização privilegiada

Já os que jamais morariam apontaram como **barreiras**:

84% Falta de privacidade

51% Necessidade de mais espaço ou não adaptação

31% Desconforto com regras e responsabilidades

Os novos jeitos de morar:

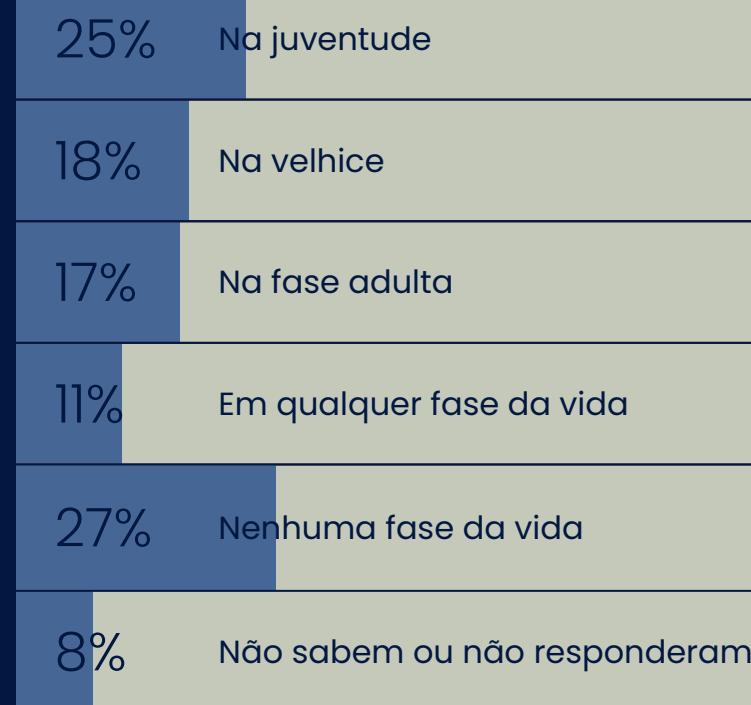
Os modelos de moradia alternativos são mais associados à juventude.

Mesmo assim,

27%

não considerariam a opção em nenhuma fase da vida.

P18. Em que fase da vida você consideraria viver numa moradia compartilhada?
(Marque uma ou mais respostas)



Sustentabilidade na moradia



Para a maioria, a preocupação com as mudanças climáticas será maior no futuro do que foi nos últimos anos.



Sustentabilidade na moradia

E esse receio já impacta na escolha do novo lar.

56%

acreditam que os eventos climáticos poderão impactar a escolha por um imóvel residencial.

56%

Dizem que vai impactar (notas maior ou igual a 7)

20%

Neutros (notas 5 e 6)

16%

Pouco impacto (notas entre 4 e 0)

8%

Não sabem ou não responderam

P24. Utilizando a escala a seguir, onde 0 significa Impactar nada e 10 significa Impactar muito, o quanto você diria que os eventos climáticos poderão impactar na sua escolha

Sustentabilidade na moradia

Além disso, mais da metade sente que o local onde mora não está preparado o suficiente para lidar com eventos climáticos extremos.

52%

acreditam que seu bairro não está preparado.

P23. Você acredita que o seu bairro está preparado para enfrentar eventos climáticos extremos? (Marque uma opção)

52%

Não está preparado

24%

Está preparado

24%

Não sabem



Essa insegurança varia de geração e por localidade

O pessimismo se intensifica conforme a faixa etária diminui. Menos da metade dos baby boomers acredita que o bairro não está pronto para enfrentar as mudanças climáticas.

56% Geração Z

53% Geração X

51% Geração Y

41% Baby boomers

Quando olhamos por região, os moradores do Rio de Janeiro são os mais preocupados: **66% sentem que seu bairro não está preparado.**

66%

Rio de Janeiro

52%

São Paulo

48%

Distrito Federal

45%

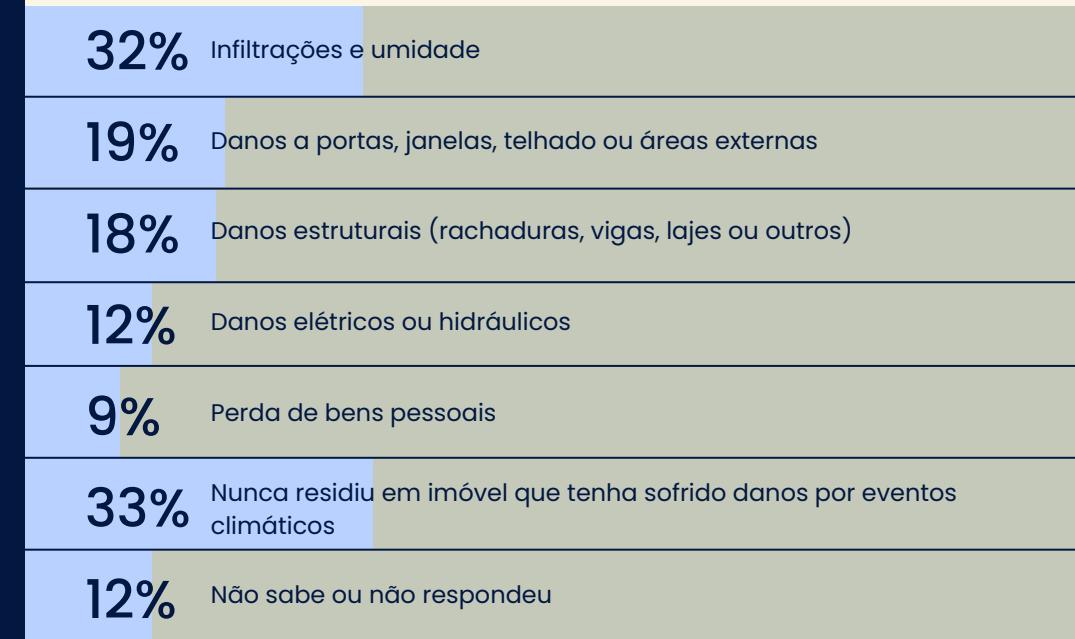
Belo Horizonte

44%

Curitiba

Sustentabilidade na moradia

A grande maioria diz já ter sofrido com impactos dos eventos climáticos em casa.



P22. O seu imóvel atual ou algum outro em que já tenha morado sofreu algum desses danos devido a eventos climáticos? (Marque uma ou mais opções)

A experiência varia entre as gerações

Enquanto **51% dos baby boomers** relatam nunca terem morado em um imóvel afetado por eventos climáticos, a **Geração Z** relata mais ocorrências — **somente 25%** nunca foram impactados.

Relatam nunca ter morado em residências afetadas por eventos climáticos:

51% Baby boomers

38% Geração X

32% Geração Y

25% Geração Z

Eventos climáticos e a busca por moradia: quais seriam as preferências na hora de alugar ou comprar?

40% Distante de morros ou encostas que possam ter risco de deslizamento

37% Imóveis em regiões mais altas, que não tenham risco de alagamento

26% Local arborizado ou próximo às áreas verdes

26% Conforto térmico, ventilação ou ar-condicionado

23% Construções com materiais específicos, resistentes e protetores

20% Painéis solares

12% Captação e reutilização de água da chuva

25. Ainda pensando nos eventos climáticos, quais dessas características você mais buscarias na hora de comprar ou alugar um imóvel para morar? (Marque até três respostas)



Para baby boomers e moradores de SP, imóveis em áreas de alagamento preocupam muito

49%

dos baby boomers priorizam imóveis fora de áreas de alagamento – embora as outras gerações se preocupem com isso, os percentuais são menores.

46%

dos moradores da Região Metropolitana de São Paulo também destacam essa preocupação com alagamentos

Já o Distrito Federal coloca uma **prioridade incomum** das demais capitais: o conforto térmico.

36%

apontam essa característica como uma das mais buscadas (**ante 26% da média nacional**)

Retratos do morar

Conclusões

1

Satisfação vs. inquietude

Apesar de a grande maioria dos brasileiros estar satisfeita com a moradia atual, um forte desejo de mudança prevalece. Quatro em cada dez entrevistados pretendem comprar um imóvel, o que revela um mercado movido por um ideal, seja a realização de um sonho, a conquista de um patrimônio ou um ativo para investir seja um upgrade do imóvel atual ou simplesmente sair do aluguel.

2

O sonho pesa no bolso

Apesar do sonho com a casa própria, a realidade financeira é um obstáculo. Metade dos entrevistados diz que não tem dinheiro para financiar, e mais de um terço relata que as despesas consomem toda a renda. Soma-se a isso a percepção de que os imóveis estão muito caros e os juros elevados. Isso transforma a compra em um plano de longo prazo para a maioria, adiando a concretização do objetivo.

3

A busca pelo refúgio

Mais do que as quatro paredes, o entorno do imóvel é fator decisivo na escolha do lar. A segurança e a tranquilidade do local são a prioridade máxima para boa parte dos brasileiros na hora de buscar onde morar, superando com folga outros atributos como acesso a serviços ou proximidade do trabalho. A busca por um local seguro e sem perturbações guia o mercado.

Retratos do morar

Conclusões

4

Inovação vs. invasão

Há uma clara abertura para novos modelos de moradia, desde que isso não custe a privacidade. Formatos como tiny houses e flex living despertam interesse, principalmente pela redução de custos. No entanto, a resistência é alta a formatos que exigem maior compartilhamento, como o coliving. A mensagem é clara: a economia é bem-vinda, mas o espaço pessoal não é negociável.

5

O novo fator clima

A preocupação com eventos climáticos extremos já é uma realidade que impacta o setor imobiliário. Mais da metade dos brasileiros afirma que isso pode influenciar sua escolha por um imóvel. Essa nova variável se traduz na busca por características específicas, como imóveis distantes de encostas com risco de deslizamento e a busca por regiões mais altas, a salvo de alagamentos.

6

O abismo geracional

As diferentes gerações encaram a moradia sob óticas distintas. Enquanto os baby boomers são os mais satisfeitos com o lar atual e os menos afetados por danos climáticos, a Geração Z se destaca no outro extremo: é a que mais deseja comprar, mas também a que mais se sente vulnerável aos impactos do clima em casa. Trata-se de um insight relevante para o mercado.



Mais informações
imprensa@quintoandar.com.br