**Objetivo:**

Esta base de dados e análises foi criada para simular uma pesquisa de mercado sobre a percepção de consumidores e interessados em relação aos imóveis da construtora Vitacon, com foco nos empreendimentos lançados em São Paulo. A coleta é fictícia e contempla variáveis demográficas, comportamentais e perceptivas.

**Tamanho da amostra:** 300 entrevistados

**Variáveis e Codificações**

**1. ID\_respondente**

* Identificador único para cada respondente (1 a 300).

**2. Idade**

* Idade do respondente (entre 18 e 70 anos).

**3. Gênero**

* 1 = Masculino
* 2 = Feminino
* 3 = Outro

**4. Região**

* 1 = Norte
* 2 = Nordeste
* 3 = Centro-Oeste
* 4 = Sudeste
* 5 = Sul

**5. Conhece\_Vitacon**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**6. Usou\_Vitacon**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**7. Conhecimento\_mercado**

* 1 = Baixo
* 2 = Médio
* 3 = Alto

**8. Interesse\_luxo**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**9. Investimento\_imobiliario**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**10. Finalidade\_imovel**

* 1 = Investimento
* 2 = Moradia

**11. Qualidade\_percebida**

* Escala de 1 (muito ruim) a 5 (muito boa)

**12. Custo\_beneficio**

* Escala de 1 (muito ruim) a 5 (muito bom)

**13. Prob\_recomendar**

* Escala de 1 (não recomendaria) a 5 (recomendaria com certeza)

**14. Frases\_atributos\_escolhidas**

* Respostas qualitativas com frases de identificação. Cada respondente pode escolher quantas frases quiser dentre as 13 frases apresentadas.

**15. Marcas\_conhecidas**

* Lista de marcas do mercado imobiliário conhecidas pelo respondente. Resposta múltipla separada por ponto e vírgula.

**16. Marcas\_frequentes**

* Lista de marcas que o respondente ouve com frequência. Resposta múltipla.

**17. Marcas\_mais\_vendem**

* Lista de marcas que o respondente acredita venderem mais. Resposta múltipla.

**18. Gosta\_imoveis\_Vitacon**

* Escala de 1 (não gosta) a 5 (gosta muito)

**19. Adjetivos\_Vitacon**

* Lista de 2 a 4 adjetivos para descrever a Vitacon. Valores possíveis:
* moderno
* impessoal
* ousado
* funcional
* descolado
* elitista
* acessível
* frio
* inovador

**20. Se\_imagina\_morando\_Vitacon**

* 1 = Sim
* 0 = Não
* 2 = Talvez

**21. Compraria\_Vitacon\_futuro**

* 1 = Sim
* 0 = Não
* 2 = Talvez

**22. Ja\_buscou\_imovel\_Vitacon**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**23. Faixa\_orcamento**

* 1 = Até R$300 mil
* 2 = R$300–600 mil
* 3 = R$600 mil–1 milhão
* 4 = Acima de R$1 milhão

**24. Canais\_informacao**

* Canais utilizados para saber sobre o mercado imobiliário. Resposta múltipla. Valores possíveis:
* Redes sociais
* Sites de busca
* Indicação de amigos
* Portais imobiliários
* Corretores

**25. Segue\_marcas\_redes**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**26. Segue\_influenciadores\_imobiliarios**

* 1 = Sim
* 0 = Não

**27. Criterios\_escolha\_imovel**

* Critérios considerados importantes na escolha de um imóvel. Resposta múltipla. Valores possíveis:
* Localização
* Preço
* Design
* Sustentabilidade
* Tamanho
* Áreas comuns
* Marca da construtora

**28. Considera\_nome\_construtora**

* 1 = Sim
* 0 = Não