

# BRA!N

Inteligência Estratégica



# GRUPO BRAIN

The logo for BRAIN, featuring the word "BRAIN" in a bold, white, sans-serif font. The letter "I" is replaced by a stylized white brain icon with a small star above it.

Inteligência  
estratégica para  
organizações

 [\(41\) 3243-2880](tel:(41)3243-2880)

The logo for GEO BRAIN, featuring a stylized white "G" icon on the left and the words "GEO" and "BRAIN" stacked vertically in a white, sans-serif font on the right.

Plataforma de  
georreferenciamento  
imobiliário

 [\(41\) 3243-2880](tel:(41)3243-2880)

The logo for Global Talent, featuring a stylized white "G" icon with a star above it on the left and the words "Global" and "Talent" stacked vertically in a white, sans-serif font on the right.

Gestão de pessoas  
e processos para  
organizações

 [\(11\) 93341-2071](tel:(11)93341-2071)

## SOBRE A BRAIN

Atuamos a nível nacional com a promoção de **inteligência estratégica para organizações**, através de estudos, pesquisas, treinamentos e consultorias especializadas. Somos amplamente reconhecidos por nossa expertise no mercado imobiliário e pela realização de pesquisas mercadológicas de opinião.



**20**

anos de  
empresa



**900**

idades  
brasileiras



**8.500**

estudos de  
mercado



**50.000**

entrevistas  
anualmente



R\$ **200bi**

em VGV  
pesquisados



**+15.000**  
empreendimentos  
ativos



**+300**  
cidades  
brasileiras



Tenha maior agilidade e assertividade em suas decisões, com o acesso a dados qualificados de empreendimentos imobiliários de diversas cidades do país.



## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Tipo de estudo:

**PANORAMA MERCADO IMOBILIÁRIO**

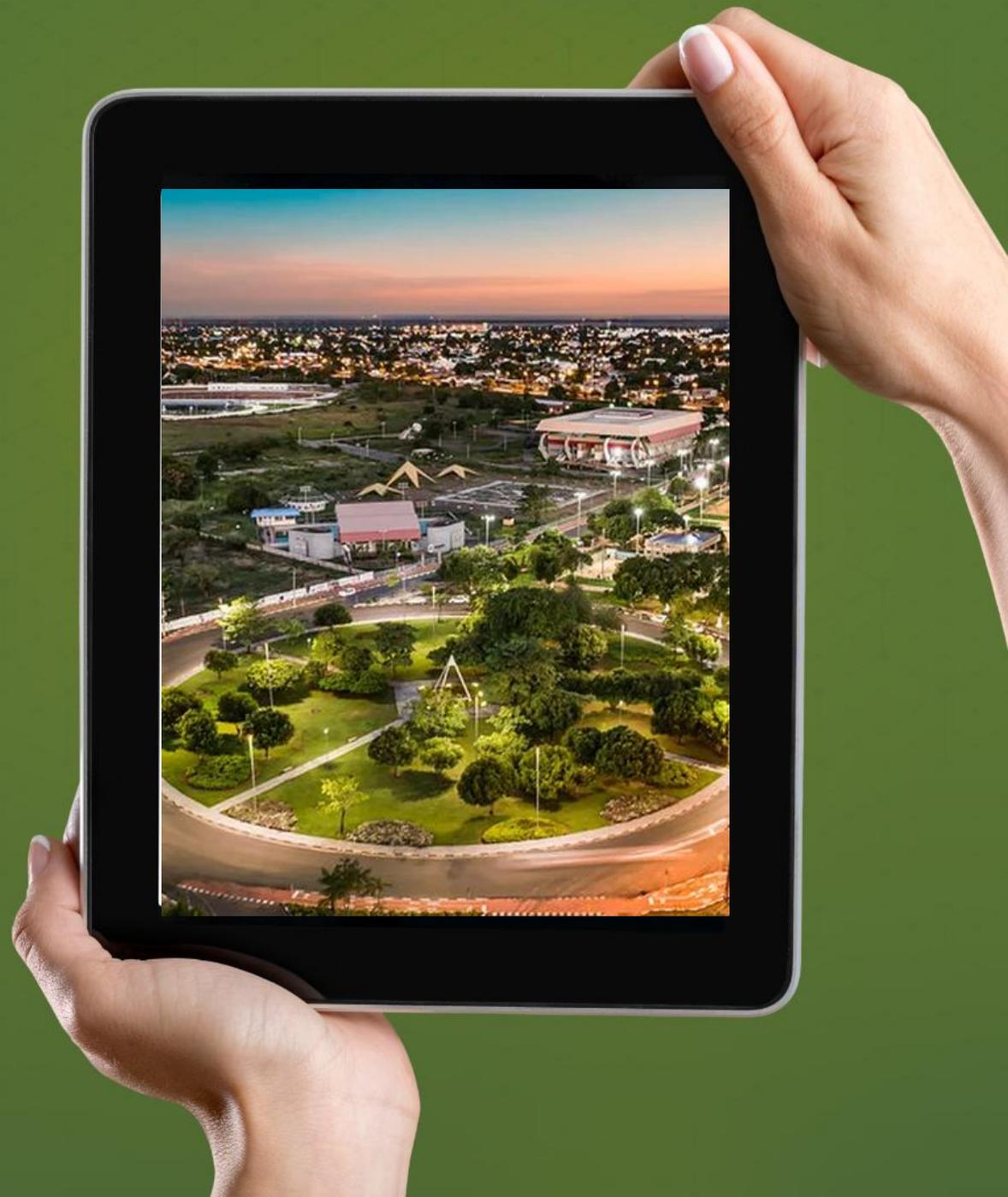


Local do estudo:

**BOA VISTA**

Período de realização:

**2º TRIMESTRE 2024**



# Sumário



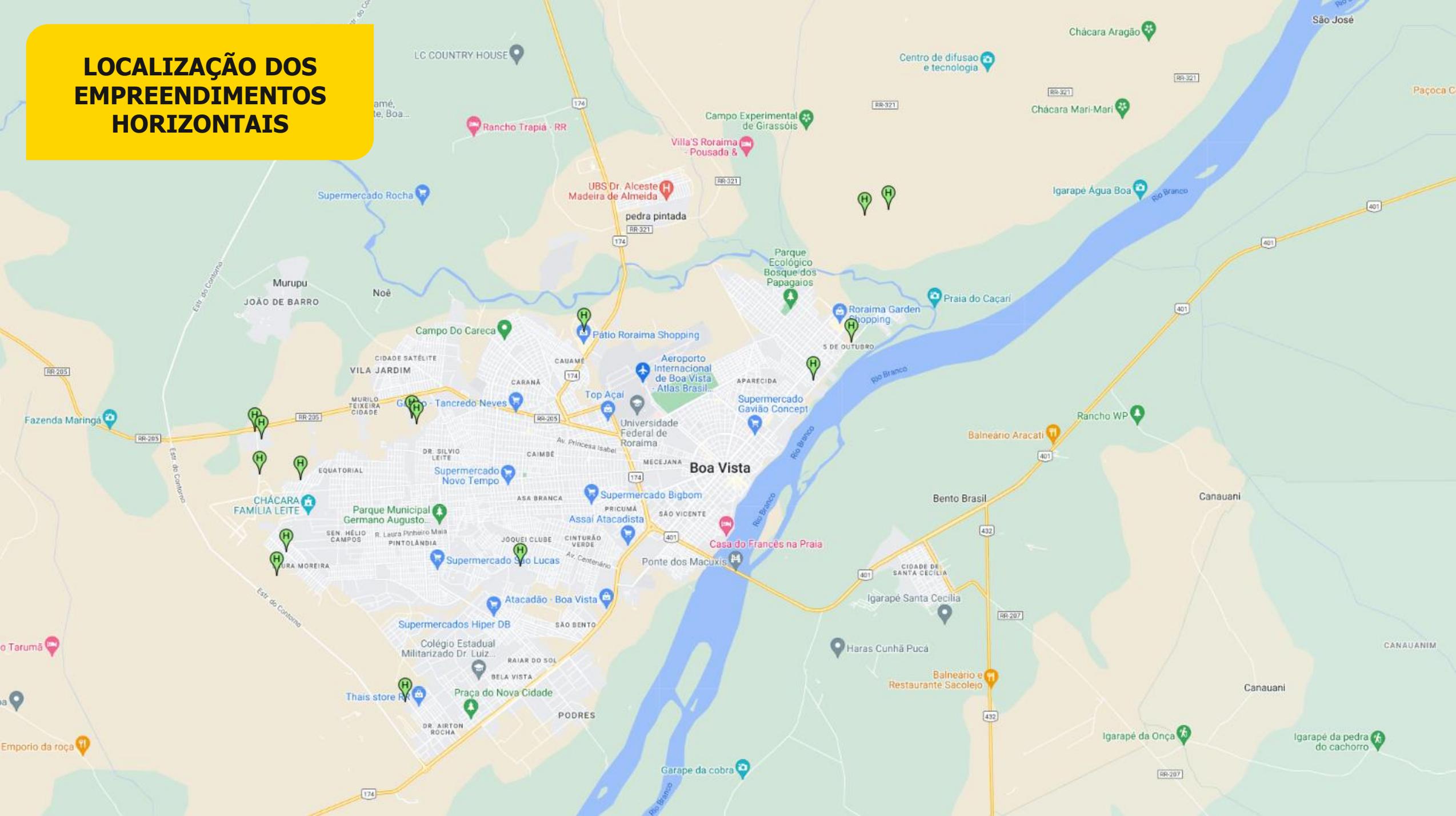
1. Mapas empreendimentos de venda primária
2. Lançamentos e vendas por trimestre
3. Análise do mercado residencial horizontal
4. Análise do mercado residencial vertical
5. Análise do VGV
6. Pesquisa Intensão de Compra 2T24
7. Consultores do estudo
8. Apêndice
9. Glossário



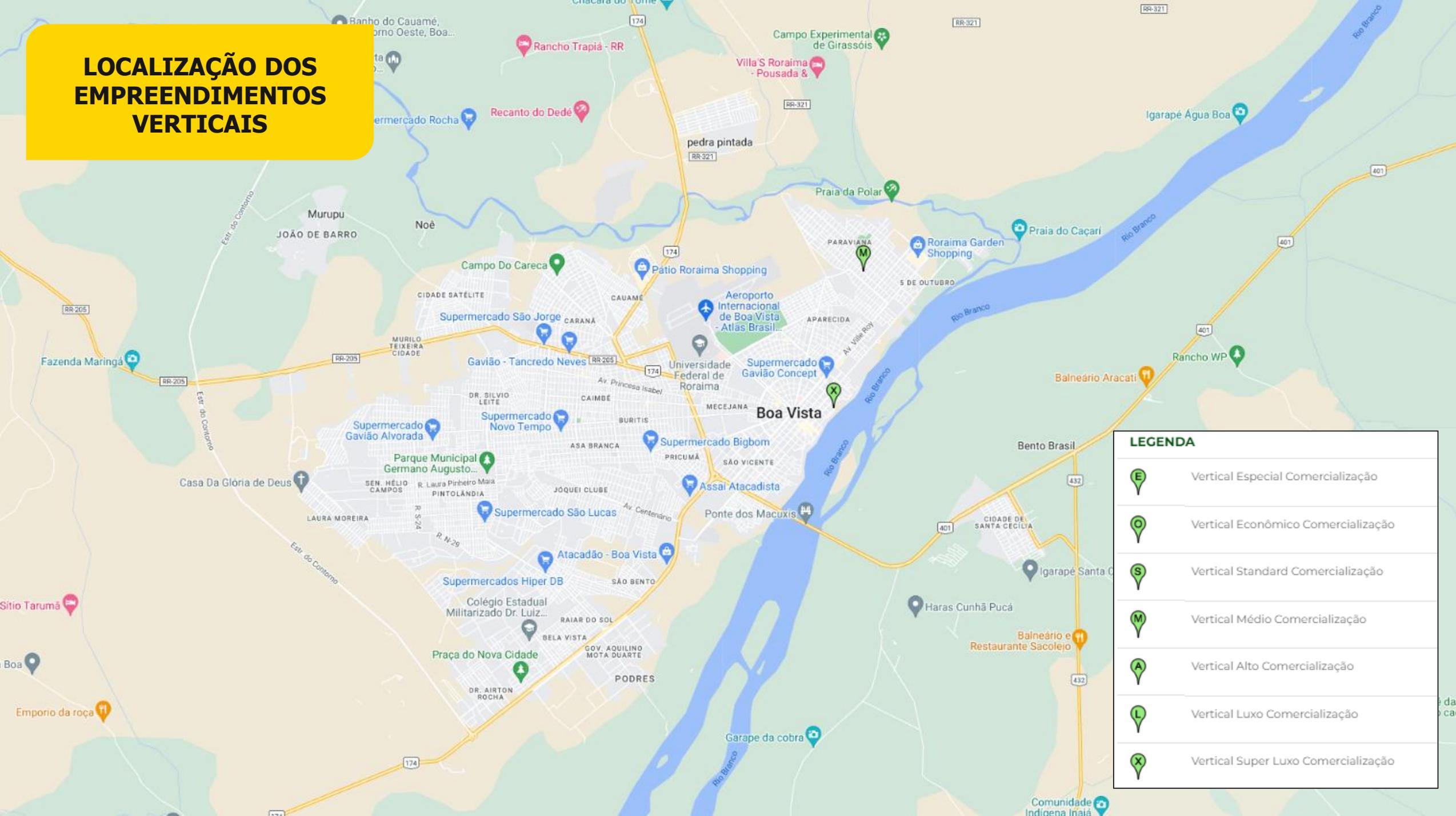
# MAPAS EMPREENDIMENTOS DE VENDA PRIMÁRIA



# LOCALIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS HORIZONTAIS



# LOCALIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS VERTICAIS



LEGENDA	
	Vertical Especial Comercialização
	Vertical Econômico Comercialização
	Vertical Standard Comercialização
	Vertical Médio Comercialização
	Vertical Alto Comercialização
	Vertical Luxo Comercialização
	Vertical Super Luxo Comercialização



# LANÇAMENTOS E VENDAS POR TRIMESTRE



# LANÇAMENTOS POR TRIMESTRE



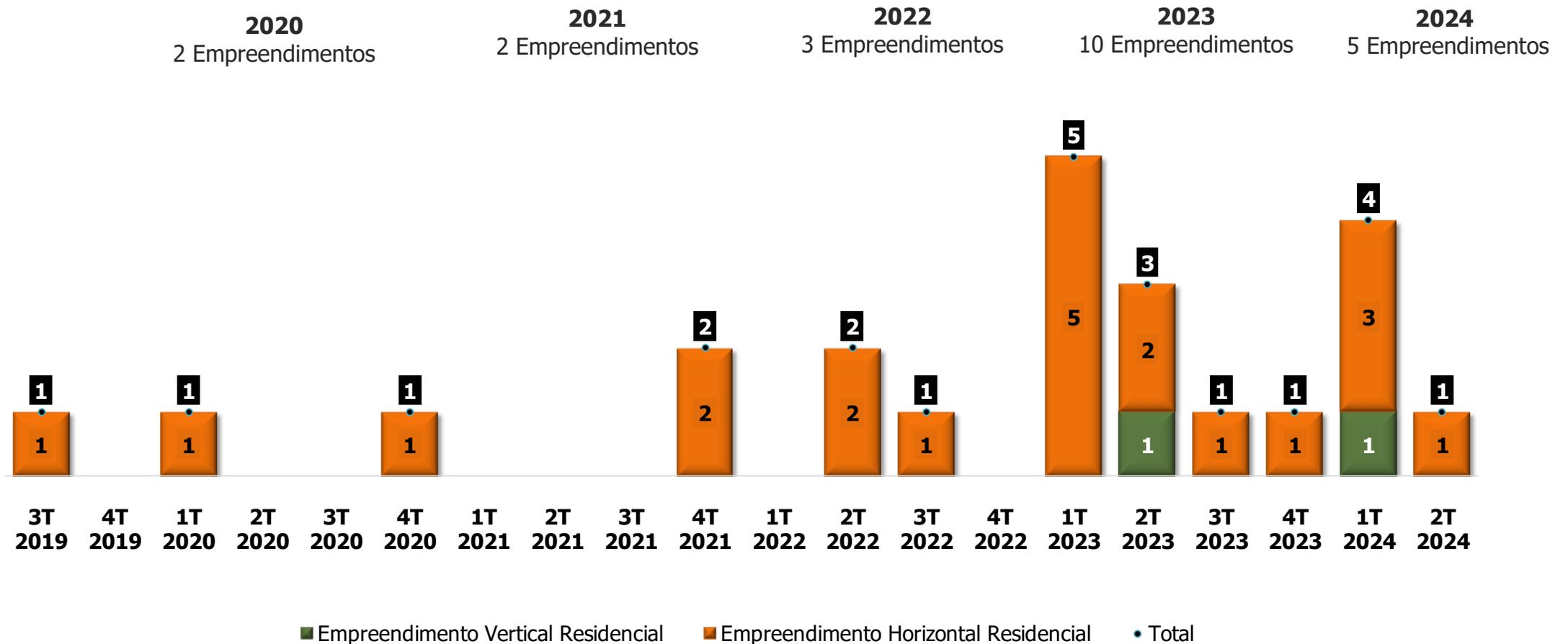
**BRA!N**



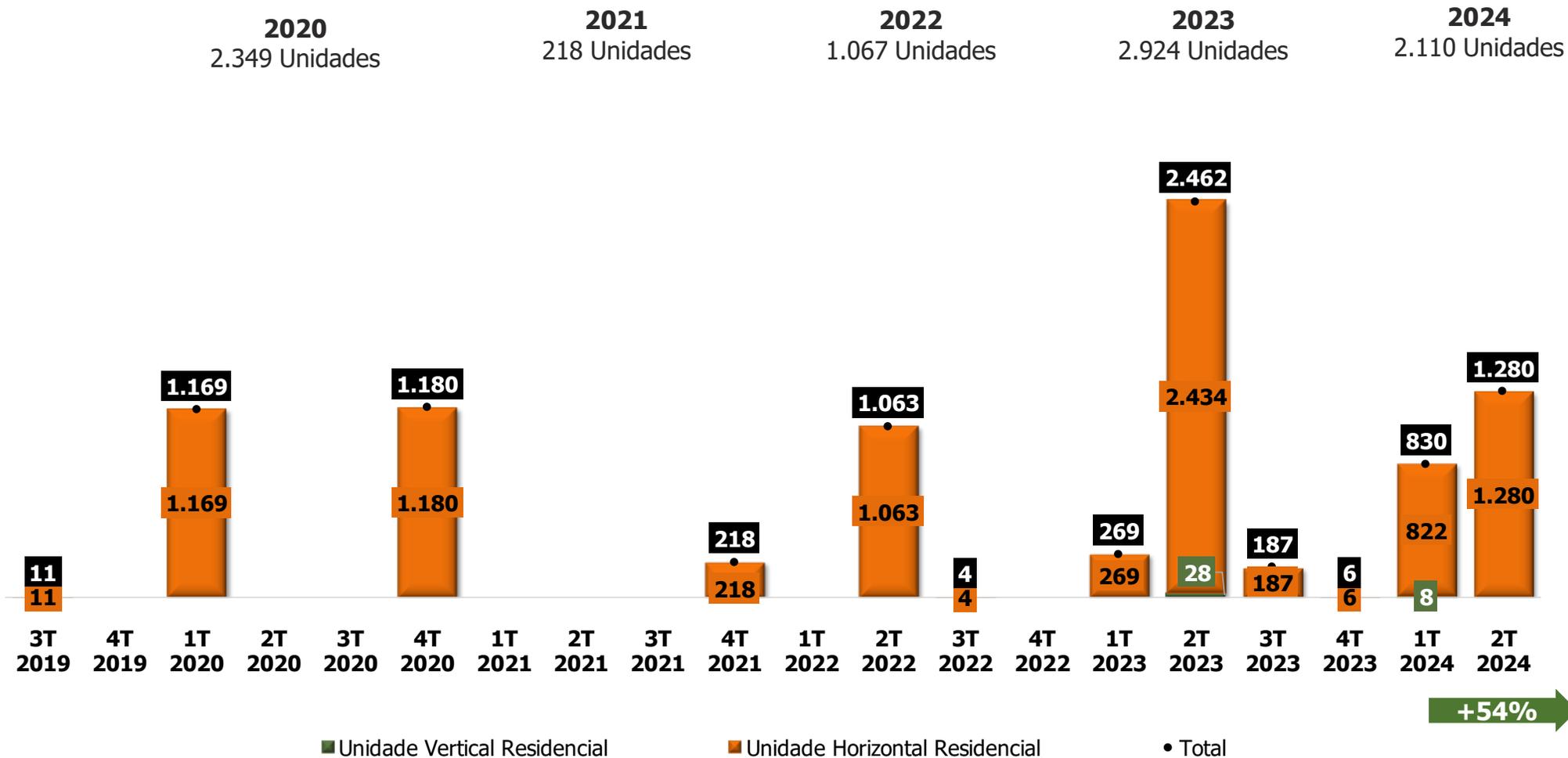
# DADOS DE LANÇAMENTOS POR TRIMESTRE

	<b>Tipo do Imóvel</b>	<b>2T 2022</b>	<b>2T 2023</b>	<b>2T 2024</b>
<b>EMPREENHIMENTOS</b>	Residencial Vertical	0	1	0
	Residencial Horizontal	2	2	1
	<b>Total Mercado</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>UNIDADES</b>	Residencial Vertical	0	28	0
	Residencial Horizontal	1.063	2.434	1.280
	<b>Total Mercado</b>	<b>1.063</b>	<b>2.462</b>	<b>1.280</b>
<b>VGL (R\$ milhões)</b>	Residencial Vertical	0	99	0,0
	Residencial Horizontal	100	422,5	256,6
	<b>Total Mercado</b>	<b>99,7</b>	<b>521,9</b>	<b>256,6</b>

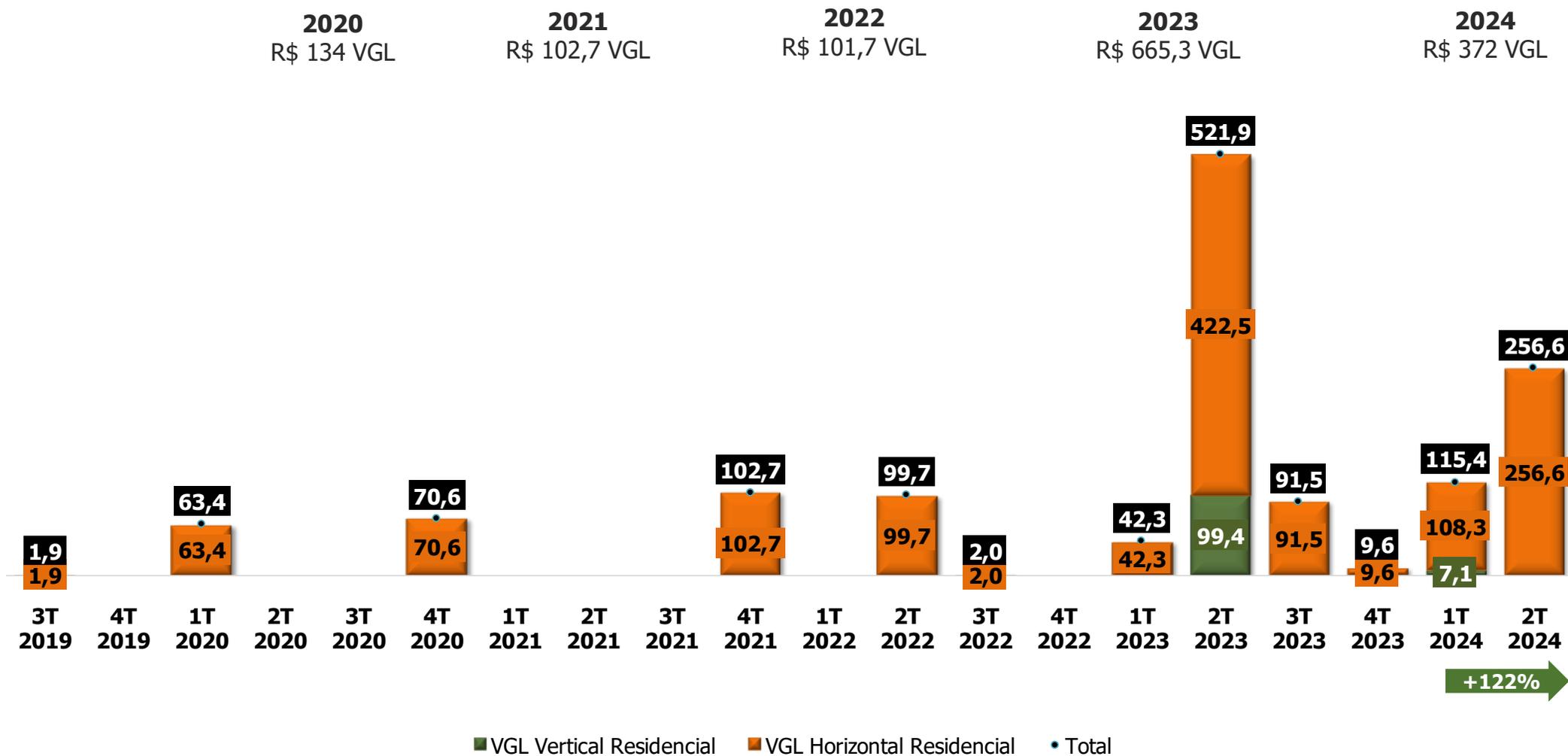
# EMPREENDIMENTOS LANÇADOS | POR TRIMESTRE



# UNIDADES LANÇADAS | POR TRIMESTRE



# VGL (milhões) | POR TRIMESTRE



# VENDAS POR TRIMESTRE



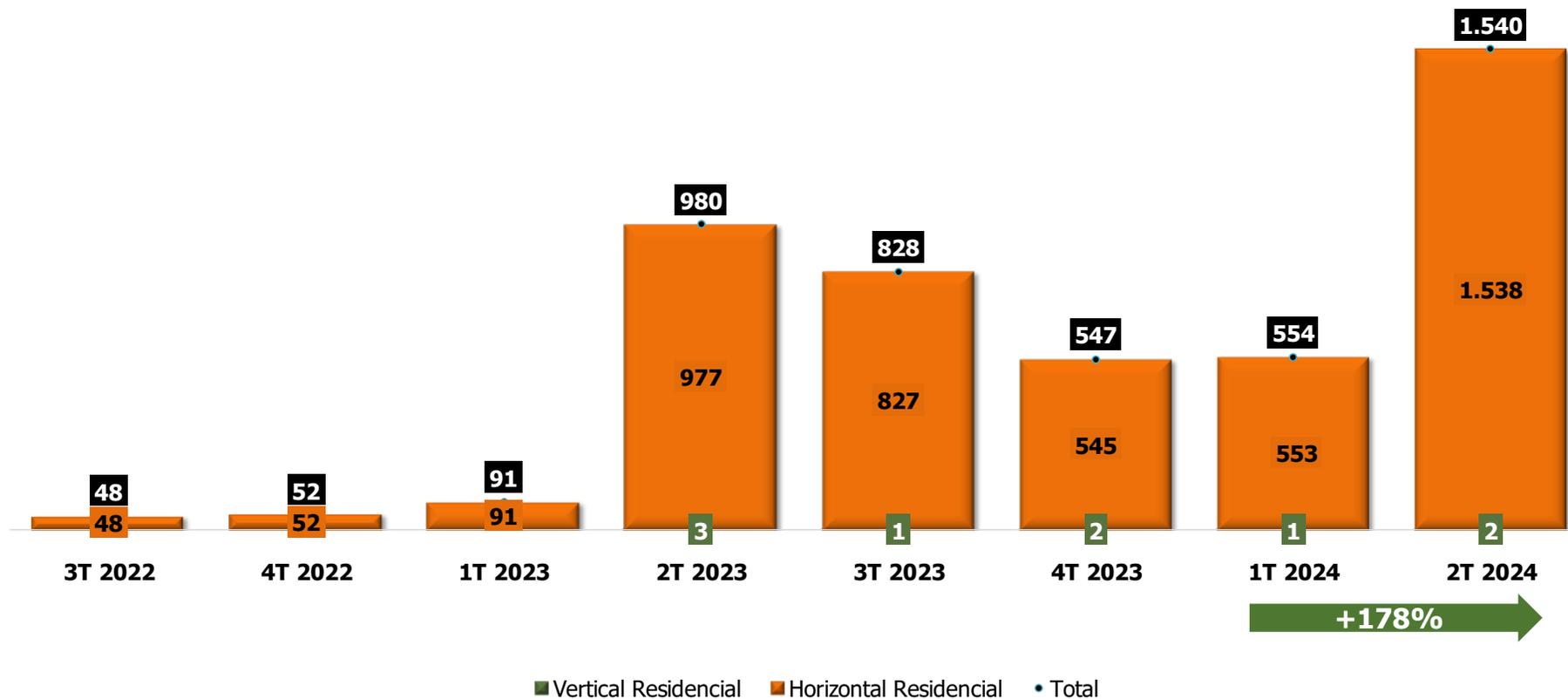
**BRA!N**



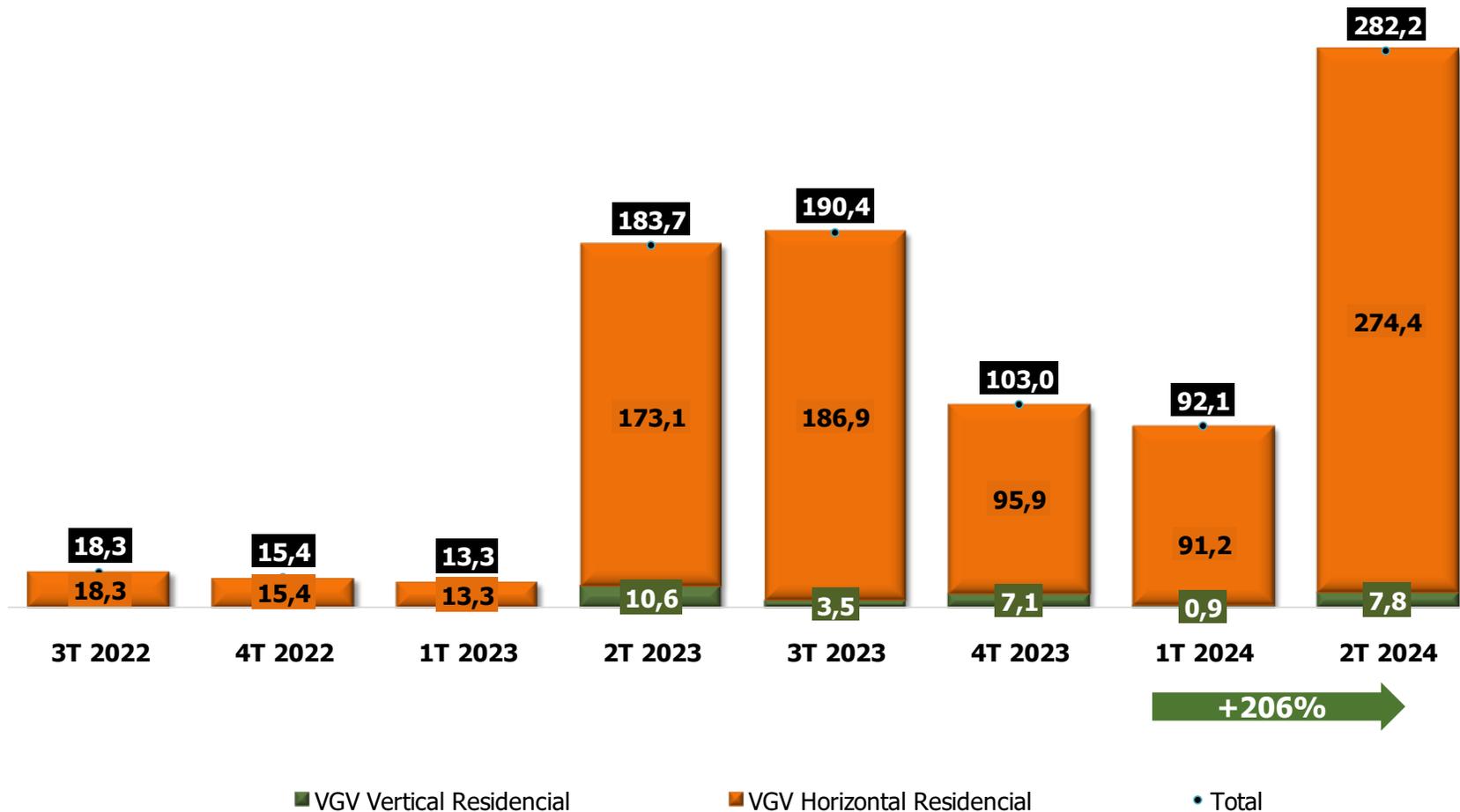
# DADOS DE VENDAS POR TRIMESTRE

	Tipo do Imóvel	2T 2023	2T 2024	2T 2023 - 2T 2024
UNDADES	Residencial Vertical	3	2	-33,3%
	Residencial Horizontal	977	1.538	57,4%
	<b>Total Mercado</b>	<b>980</b>	<b>1.540</b>	<b>57,1%</b>
VGV (R\$ milhões)	Residencial Vertical	10,6	7,8	-26,4%
	Residencial Horizontal	173,1	274,4	58,5%
	<b>Total Mercado</b>	<b>183,7</b>	<b>282,2</b>	<b>53,6%</b>

# UNIDADES VENDIDAS | POR TRIMESTRE



# VGV (milhões) | POR TRIMESTRE



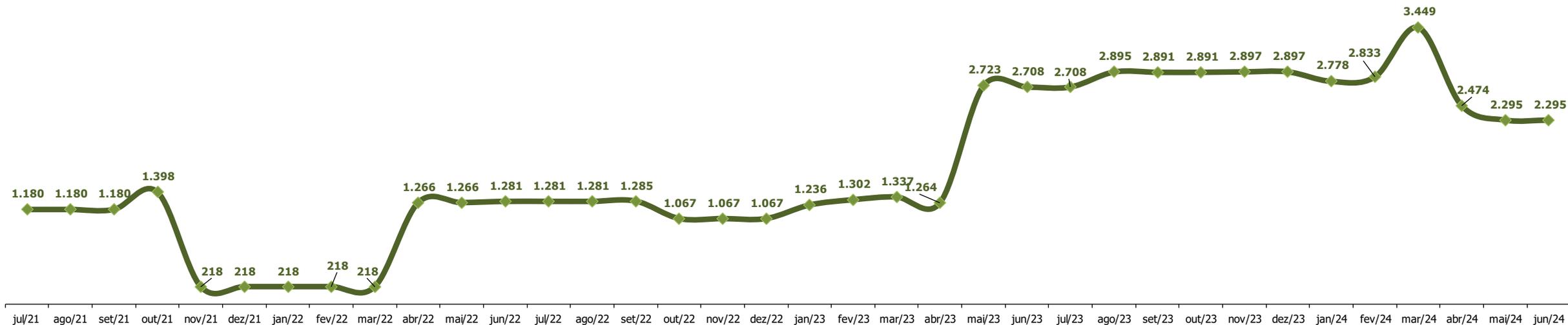


# **ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL HORIZONTAL**



# UNIDADES LANÇADAS HORIZONTAIS

## ACUMULADO ÚLTIMO 12 MESES

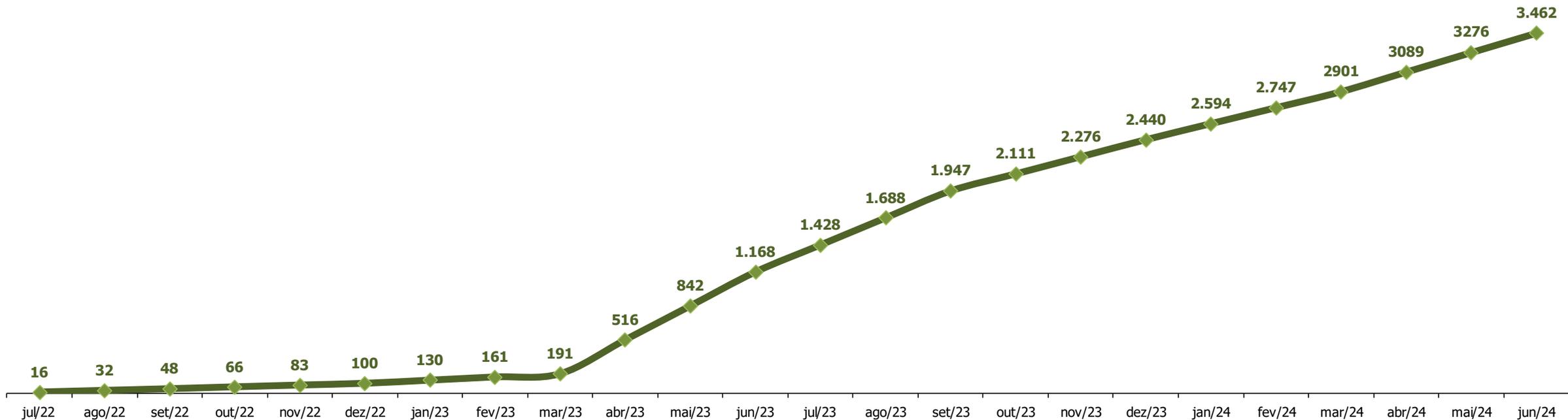


FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

Observação: de nov./21 a mar./22 houve queda brusca no acumulado, pois esse período contabiliza somente 1 lançamento de out./21

# UNIDADES VENDIDAS HORIZONTAIS

## ACUMULADO ÚLTIMO 12 MESES





# COMPARATIVO UNIDADES LANÇADAS E UNIDADES VENDIDAS



**BRA!N**

# COMPARATIVO TRIMESTRAL

Indicador	2T 23	1T 24	2T 24	2T 24 x 2T 23	2T 24 x 1T 24
Empreendimentos Lançados	2	3	1	-50,0%	-66,7%
Unidades Lançadas	2.434	822	1.280	-47,4%	55,7%
Unidades Vendidas (Líquida)	977	553	1.538	57,4%	178,1%
Oferta Final	2.027	1.117	859	-57,6%	-23,1%
V.S.O Trimestre	32,5%	33,1%	64,2%	97,3%	93,8%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN.

Observação: Dados Comparativos dos Empreendimentos Horizontais lançados nos trimestres apresentados.

# COMPARATIVO UNIDADES LANÇADAS x VENDIDAS

LOTEAMENTO ABERTO				
Faixa de Metragem	2T 23		2T 24	
	Unidades Lançadas	Venda Líquida	Unidades Lançadas	Venda Líquida
Até 200 m <sup>2</sup>	0	0	0	70
201 m <sup>2</sup> - 250 m <sup>2</sup>	699	199	0	239
251 m <sup>2</sup> - 300 m <sup>2</sup>	1.500	635	1.240	1.111
Acima de 300 m <sup>2</sup>	235	125	40	108
<b>Total</b>	<b>2.434</b>	<b>959</b>	<b>1.280</b>	<b>1.528</b>

LOTEAMENTO FECHADO				
Faixa de Metragem	2T 23		2T 24	
	Unidades Lançadas	Venda Líquida	Unidades Lançadas	Venda Líquida
Até 400 m <sup>2</sup>	0	-1	0	-4
401 m <sup>2</sup> - 450 m <sup>2</sup>	0	0	0	0
451 m <sup>2</sup> - 500 m <sup>2</sup>	0	-1	0	0
Acima de 500 m <sup>2</sup>	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>

CASAS EM CONDOMÍNIO				
Faixa de Metragem	2T 23		2T 24	
	Unidades Lançadas	Venda Líquida	Unidades Lançadas	Venda Líquida
Até 50 m <sup>2</sup>	0	2	0	7
51 m <sup>2</sup> - 60 m <sup>2</sup>	0	5	0	0
61 m <sup>2</sup> - 70 m <sup>2</sup>	0	13	0	7
Acima de 70 m <sup>2</sup>	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>14</b>

# OFERTA LANÇADA E FINAL | POR TIPOLOGIA

Tipologia	Nº de Empreend.	(%)	Oferta Lançada	(%)	Oferta Final	(%)	Vendas s/O.L.	Disponibilidade sobre O.L.
Loteamento Fechado	5	27,8%	854	9,1%	77	9,0%	91,0%	9,0%
Casas/Sobrados em Condomínio Fechado	3	16,7%	76	0,8%	34	4,0%	55,3%	44,7%
Loteamento Aberto	10	55,6%	8.425	90,1%	748	87,1%	91,1%	8,9%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>9.355</b>	<b>100%</b>	<b>859</b>	<b>100%</b>	<b>90,8%</b>	<b>9,2%</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

Obs: 3 empreendimentos foram esgotados, e incluído 1 empreendimento retroativo.

- A maior oferta lançada dos empreendimentos em comercialização é de loteamento aberto, com 8.425 unidades lançadas (90,1%);
- A maior absorção em relação a oferta é de lotes em condomínio, uma vez que há somente 9% de unidades disponíveis em comercialização.

# OFERTA LANÇADA E FINAL | POR ANO

Ano Lançamento	Nº de Empreend.	Em %	Oferta Lançada	Em %	Oferta Final	Em %	Vendas s/O.L.	Disp. s/ O.L.
Até 2019	1	6,7%	667	7,1%	7	0,8%	99,0%	1,0%
2020	2	13,3%	2.349	25,1%	295	34,3%	87,4%	12,6%
2021	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2022	1	6,7%	1.407	15,0%	80	9,3%	94,3%	5,7%
2023	7	46,7%	2.831	30,3%	121	14,1%	95,7%	4,3%
2024*	4	26,7%	2.101	22,5%	356	41,4%	83,1%	16,9%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.355</b>	<b>100,0%</b>	<b>859</b>	<b>100,0%</b>	<b>90,8%</b>	<b>9,2%</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

\* Até 06/2024

- A maior oferta horizontal lançada, com oferta ativa, ocorreu em 2023, com 2.831 unidades;
- A menor disponibilidade de unidades lançadas são de lançamentos ocorridos até 2019, com 1%.

# PREÇO E ÁREA MÉDIA | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	m <sup>2</sup> Privativo	R\$/m <sup>2</sup> privativo
Loteamento Fechado	341.735	368	929
Loteamento Aberto	132.739	271	490
<b>Média Loteamentos</b>	<b>145.641</b>	<b>277</b>	<b>526</b>
Casas em Cond. Fechado	364.605	68	5.385

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

O preço médio por metro quadrado dos loteamentos aberto em Boa Vista é 7% inferior a média de loteamento do município.

# PREÇO E ÁREA MÉDIA | POR PADRÃO | CASAS EM COND.

Tipo Imóvel	Preço Médio	m <sup>2</sup> Privativo	R\$/m <sup>2</sup> privativo
Econômico	315.000	65	4.836
Standard	250.000	43	5.814
Médio	-	-	-
Alto	1.160.000	171	6.766
Luxo	-	-	-
Super Luxo	-	-	-

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

# MÍNIMO, MÉDIA E MÁXIMO ÁREA MÉDIA E R\$/m<sup>2</sup>

## POR TIPO DE IMÓVEL

Tipologia	M <sup>2</sup> Privativo			R\$/m <sup>2</sup> Privativo			Oferta Final	
	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Absoluto	(%)
Loteamento Fechado	360	368	541	686	929	1.354	77	9,0%
Loteamento Aberto	200	271	800	300	490	750	748	87,1%
<b>Média de Loteamento</b>	-	<b>277</b>	-	-	<b>526</b>	-	<b>825</b>	<b>96%</b>
Casa em Condomínio	43	68	171	4.836	5.385	6.766	34	4,0%
							<b>859</b>	<b>100%</b>

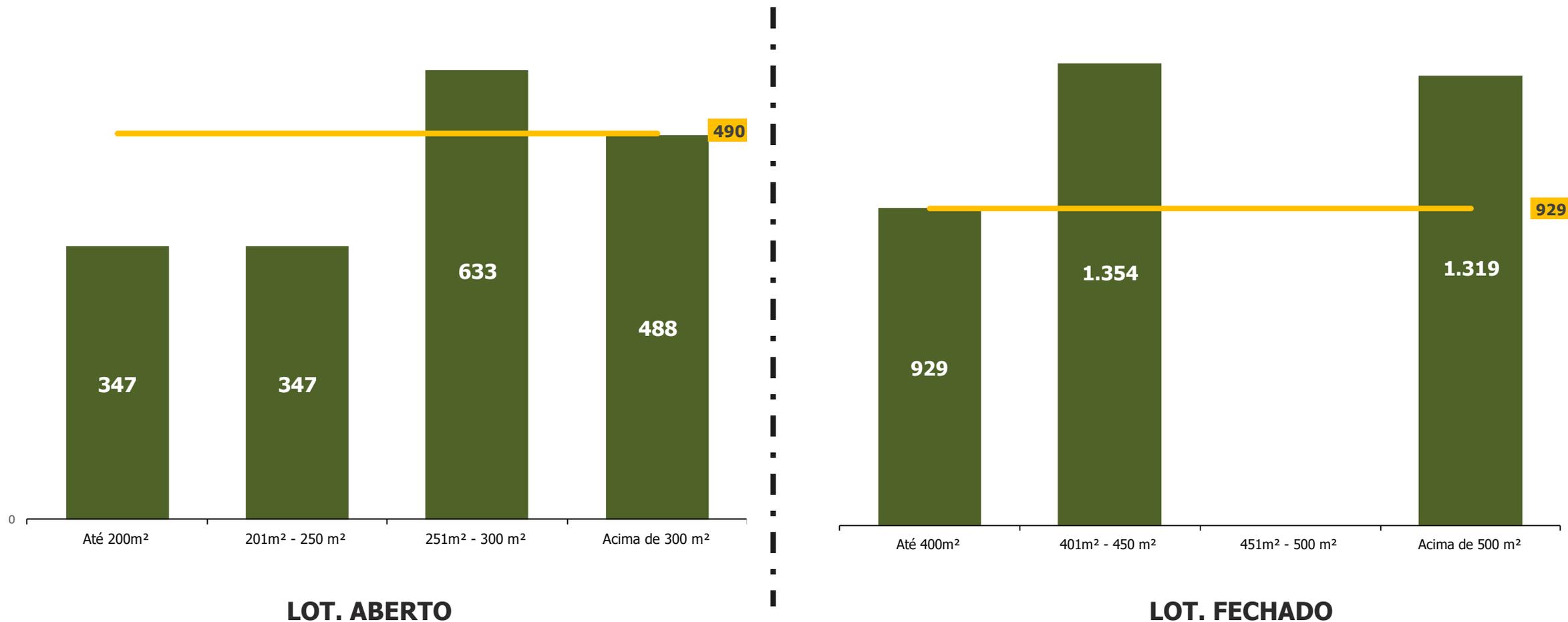


**PREÇO**

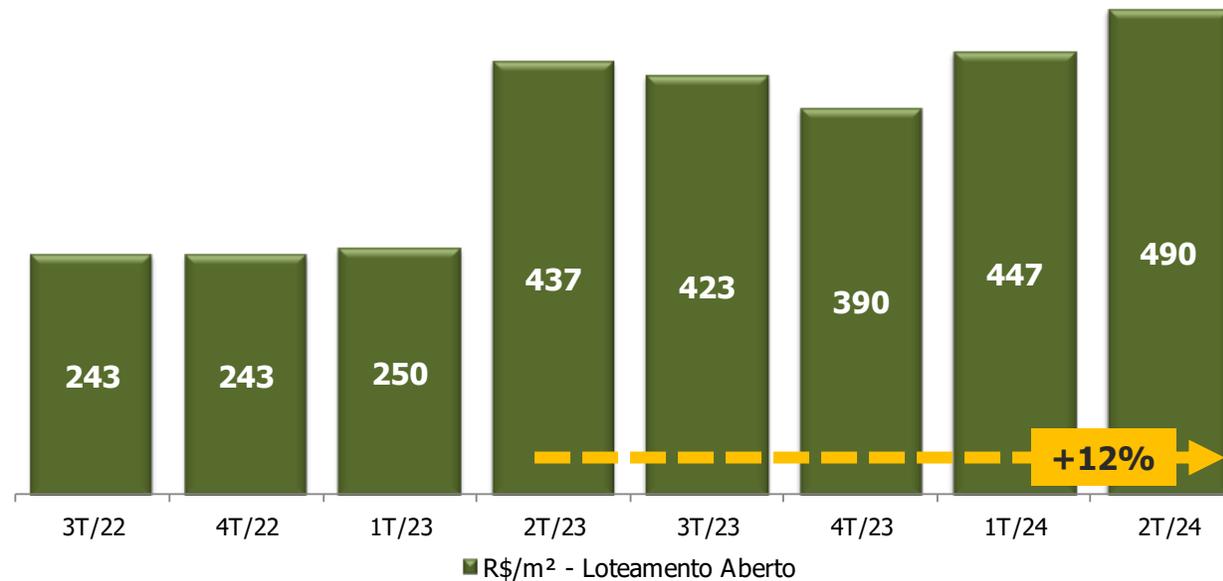


**BRA!N**

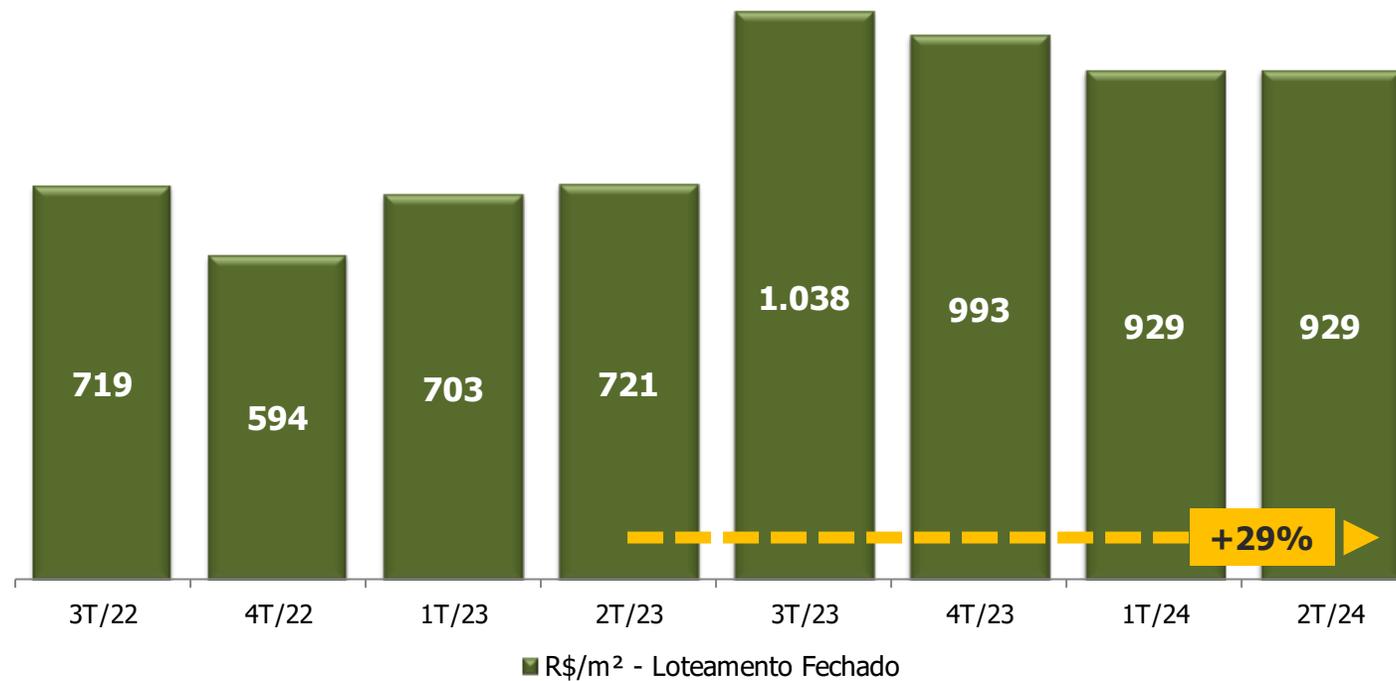
# R\$/M<sup>2</sup> PRIVATIVO- LOT. ABERTO E FECHADO



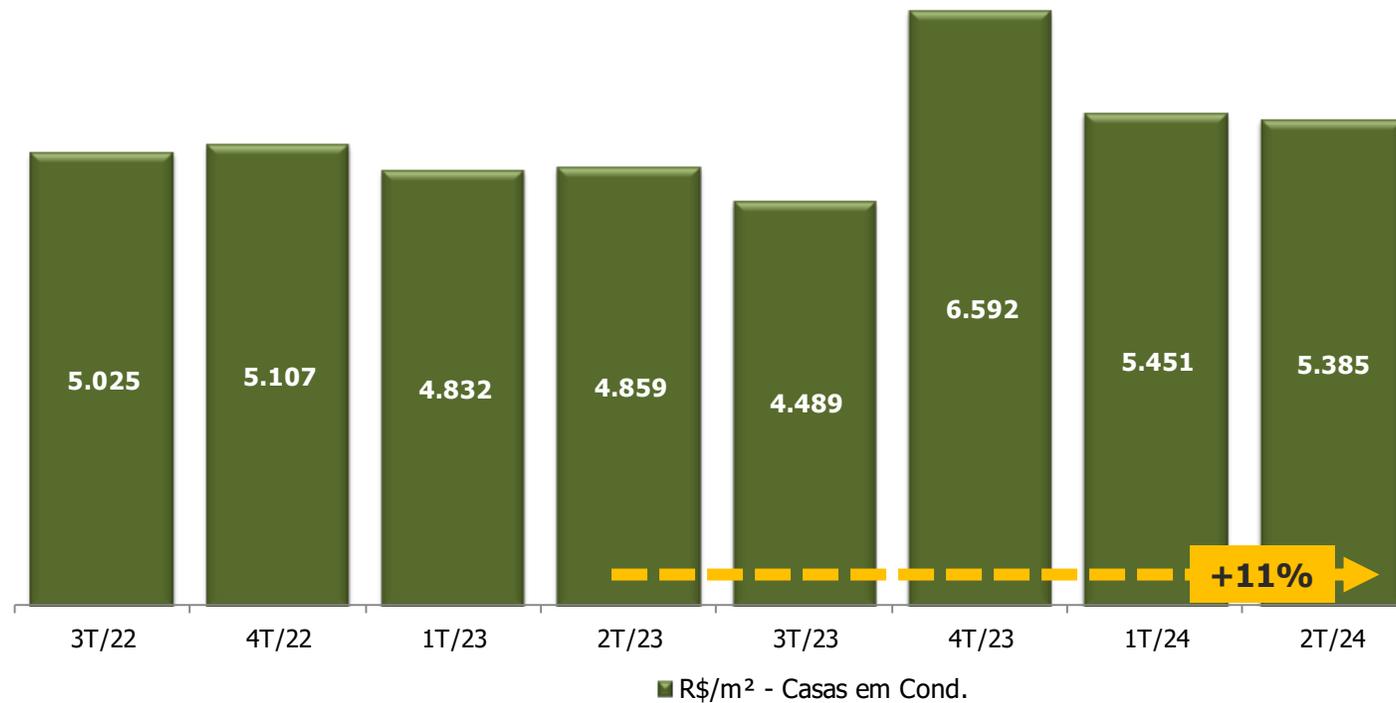
# EVOLUÇÃO DO PREÇO/M<sup>2</sup> - LOT. ABERTO



# EVOLUÇÃO DO PREÇO/M<sup>2</sup> - LOT. FECHADO



# EVOLUÇÃO DO PREÇO/M<sup>2</sup> - CASAS EM COND.



# REVENDA HORIZONTALIS



**BRA!N**

# REVENDA DE LOTES ABERTOS

Lote	Bairro	Preço	Área Priv. (m <sup>2</sup> )	Preço por m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )
1	Centro	R\$ 1.550.000	840	1845
2	Centro	R\$ 620.000	396	1566
3	Caçari	R\$ 1.160	1.100	1400
4	Centro	R\$ 1.290.000	996	1386
5	Centro	R\$ 1.290.000	996	1305
6	Paraviana	R\$ 1.560.000	1.200	1300
7	Cauamé	R\$ 600.000	500	1200
8	Centro	R\$ 1.200.000	1.020	1176
9	Caçari	R\$ 525.000	450	1167
10	Caçari	R\$ 500.000	450	1111
11	Paraviana	R\$ 470.000	450	1044
12	Nossa Senhora Aparecida	R\$ 225.000	225	1000
13	Caçari	R\$ 1.000.000	1.000	1000
14	Centro	R\$ 650.000	722	900
15	Paraviana	R\$ 400.000	450	889
16	Caçari	R\$ 390.000	468	833
17	Paraviana	R\$ 620.000	786	827
18	Paraviana	R\$ 495.000	600	825
19	Caçari	R\$ 370.000	468	791
20	Paraviana	R\$ 470.000	600	783
21	Nossa Senhora Aparecida	R\$ 550.000	640	781
22	Paraviana	R\$ 420.000	544	772

Lote	Bairro	Preço	Área Priv. (m <sup>2</sup> )	Preço por m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )
23	Paraviana	R\$ 410.000	600	700
24	Cinturão Verde	R\$ 245.000	360	681
25	Cauamé	R\$ 200.000	360	639
26	Tancredo Neves	R\$ 350.000	604	579
27	Centenário	R\$ 200.000	360	556
28	Jardim Floresta	R\$ 2.000.000	3.680	543
29	Aeroporto	R\$ 230.000	450	511
30	Centenário	R\$ 180.000	360	500
31	Centenário	R\$ 1.150.000	2.400	479
32	Aeroporto	R\$ 550.000	1.200	458
33	Paraviana	R\$ 350.000	700	457
34	Cinturão Verde	R\$ 6.000.000	13.420	447
35	Jardim Floresta	R\$ 250.000	560	446
36	Cidade Satélite	R\$ 110.000	250	440
37	Monte Cristo	R\$ 120.000	275	436
38	Centenário	R\$ 180.000	420	429
39	Aeroporto	R\$ 1.100.000	2.880	382
40	Cidade Satélite	R\$ 130.000	360	361
41	Aeroporto	R\$ 480.000	1.389	346
42	Murilo Teixeira Cidade	R\$ 700.000	2.052	341
43	Alvorada	R\$ 130.000	510	255
44	Santa Cecília	R\$ 100.000	463	216
<b>Média</b>		<b>690.026</b>	<b>1.104</b>	<b>625</b>

# REVENDA DE LOTES ABERTOS | MÉDIA POR BAIRRO

Bairro	Preço	M <sup>2</sup> Privativo	R\$/M <sup>2</sup>	Nº de Lotes
Aeroporto	R\$590.000	1.480	399	4
Alvorada	R\$130.000	510	255	1
Caçari	R\$464.360	656	1.094	6
Cauamé	R\$400.000	430	829	2
Centenário	R\$427.500	885	465	4
Centro	R\$1.100.000	828	1.623	6
Cidade Satélite	R\$120.000	305	452	2
Cinturão Verde	R\$3.122.500	6.890	453	2
Jardim Floresta	R\$1.125.000	2.120	531	2
Monte Cristo	R\$120.000	275	436	1
Murilo Teixeira Cidade	R\$700.000	2.052	341	1
Nossa Senhora Aparecida	R\$387.500	433	838	2
Paraviana	R\$577.222	659	856	9
Santa Cecília	R\$100.000	463	216	1
Trancredo Neves	R\$350.000	604	554	1
<b>MÉDIA</b>	<b>690.026</b>	<b>1104</b>	<b>625</b>	<b>44</b>

# REVENDA DE LOTES FECHADOS

Lote	Condomínio	Preço	Área Priv. (m <sup>2</sup> )	Preço por m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )
1	Cidade Jardim	R\$ 415.000	357	1.162
2	Santos Dumont	R\$ 250.000	376	665
	<b>Média</b>	<b>332.500</b>	<b>367</b>	<b>914</b>

# REVENDA DE CASAS EM COND.

Casa	Bairro	Preço	Área Priv. (m <sup>2</sup> )	Preço por m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )
1	Paraviana	R\$ 950.000	117	8.120
2	Jardim Floresta	R\$ 784.176	108	7.261
3	Caçari	R\$ 1.200.000	169	7.101
4	Caçari	R\$ 1.160.000	171	6.784
5	Centenário	R\$ 385.000	72	5.347
6	Centro	R\$ 950.000	178	5.337
7	Caçari	R\$ 890.000	169	5.266
8	Cidade Satélite	R\$ 795.000	170	4.676
	<b>Média</b>	<b>889.272</b>	<b>144</b>	<b>6.236</b>

FONTE: IMOBILIÁRIAS | ELABORAÇÃO: BRAIN



# **ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL VERTICAL**



# OFERTA LANÇADA E FINAL | POR PADRÃO

Padrão	Faixa de Valor	Nº de Empreend.	(%)	Oferta Lançada	(%)	Oferta Final	(%)	Vendas s/O.L.	Disp. s/O.L.
Especial	Studio - Loft - 1 quarto	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Econômico	até 350.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Standard	de 350.001 até 700.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Médio	de 700.001 até 1.000.000	1	50,0%	8	22,2%	7	25,9%	12,5%	87,5%
Alto	de 1.000.001 até 1.500.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Luxo	de 1.500.001 até 3.000.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Super Luxo	Acima de 3.000.001	1	50,0%	28	77,8%	20	74,1%	28,6%	71,4%
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>25,0%</b>	<b>75,0%</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

# OFERTA LANÇADA E FINAL | POR ANO DE LANÇAMENTO

Ano Lançamento	Nº de Empreend.	Em %	Oferta Lançada	Em %	Oferta Final	Em %	Vendas s/O.L.	Disponibilidade s/ O.L.
Até 2019	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2020	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2021	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2022	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2023	1	50,0%	28	77,8%	20	74,1%	28,6%	71,4%
2024*	1	50,0%	8	22,2%	7	25,9%	12,5%	87,5%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>25,0%</b>	<b>75,0%</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

\* Até 06/2024

# PREÇO MÉDIO DO M<sup>2</sup> PRIVATIVO | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	Área Priv. Média	R\$/m <sup>2</sup> Privativa
1 Dormitório	-	-	-
2 Dormitórios	-	-	-
3 Dormitórios	890.000	91	9.734
4 Dormitórios	3.869.272	252	15.354
<b>Média Geral</b>	<b>3.207.211</b>	<b>216</b>	<b>14.826</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

# PREÇO MÉDIO DO M<sup>2</sup> PRIVATIVO | POR PADRÃO

Tipo Imóvel	Preço Médio	Área Priv. Média	R\$/m <sup>2</sup> Privativa
Especial	-	-	-
Econômico	-	-	-
Standard	-	-	-
Médio	890.000	91	9.734
Alto	-	-	-
Luxo	-	-	-
Super Luxo	3.869.272	252	15.354
<b>Média Geral</b>	<b>3.207.211</b>	<b>216</b>	<b>14.826</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

# REVENDA DE APARTAMENTOS



**BRA!N**



# APARTAMENTOS DE REVENDA

Apartamento	Condomínio	Bairro	Preço	Área Priv. (m <sup>2</sup> )	Preço por m <sup>2</sup> (R\$/m <sup>2</sup> )	Tipologia
1	Varandas do Rio Branco	Caçari	R\$ 2.200.000	169	13.018	3 Quartos
2	Varandas do Rio Branco	Caçari	R\$ 2.000.000	147	13.605	3 Quartos
3	-	Canaã	R\$ 170.000	49	3.469	2 Quartos
Média Apartamento 2 quartos			170.000	49	3.469	-
Média Apartamento 3 quartos			2.100.000	158	13.291	-

FONTE: IMOBILIÁRIAS | ELABORAÇÃO: BRAIN

Obs.: Considerado apenas unidades acima de R\$ 100.000.

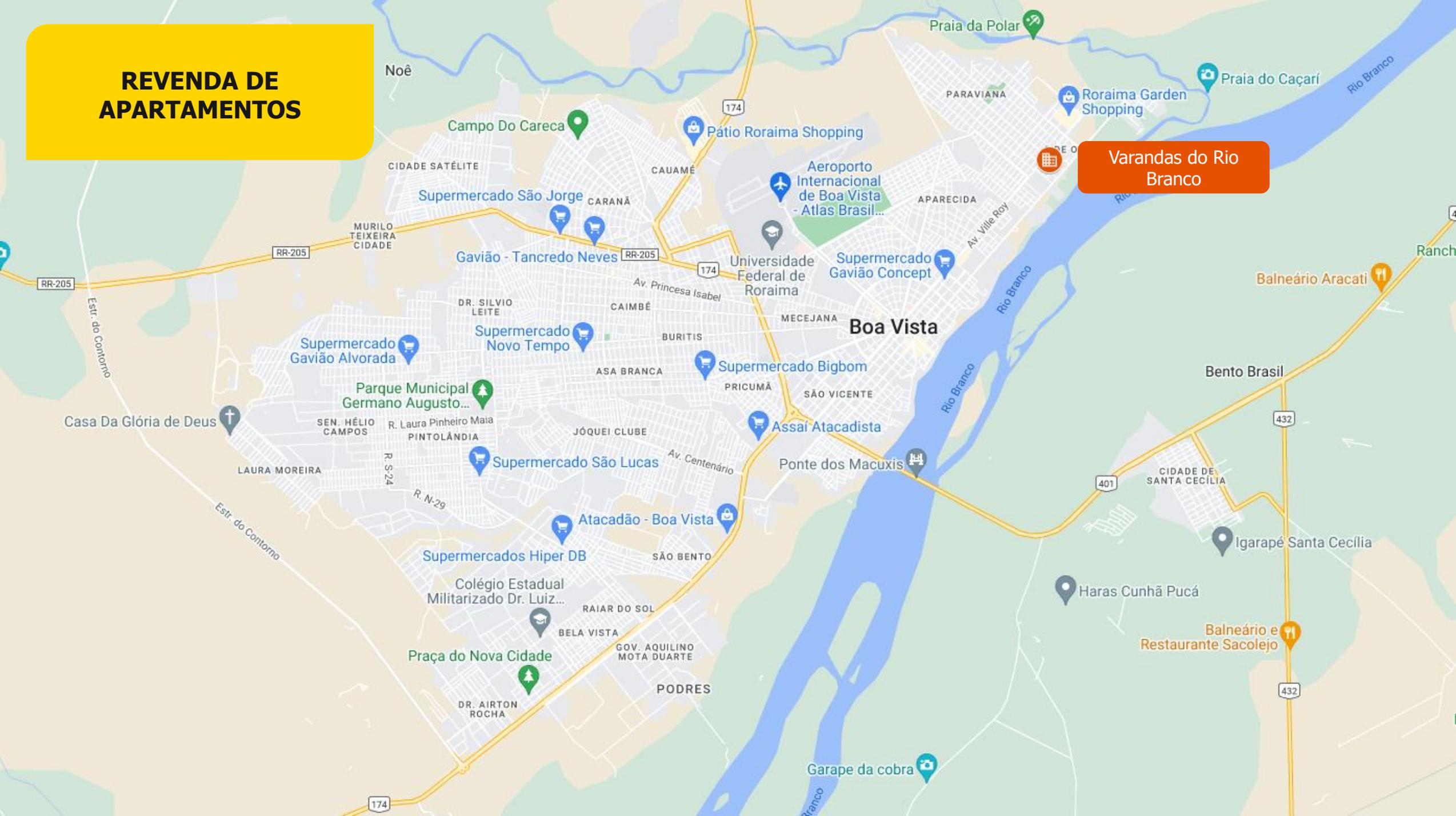
# APARTAMENTOS DE REVENDA- MÉDIA POR BAIRRO

Bairro	Preço	M <sup>2</sup> Privativo	R\$/M <sup>2</sup>	Nº de Apartamentos
Caçari	R\$2.100.000	158	13.291	2
Canaã	R\$170.000	49	3.469	1
<b>MÉDIA</b>	<b>1.456.667</b>	<b>122</b>	<b>11.973</b>	<b>3</b>

FONTE: IMOBILIÁRIAS | ELABORAÇÃO: BRAIN

# REVENDA DE APARTAMENTOS

Varandas do Rio Branco





# ANÁLISE DO VGV GERAL



# VGW OFERTADO E DISPONÍVEL NO MERCADO

Padrão	Empreendimentos	Ticket Médio	UNIDADES EM OFERTA			OFERTA EM R\$		
			Oferta Lançada	Oferta Final	Vendidas	Lançada (R\$ MILHÕES)	Final (R\$ MILHÕES)	Vendidas (R\$ MILHÕES)
Especial	0	0	0	0	0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Econômico	0	0	0	0	0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Standard	0	0	0	0	0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Médio	1	890.000	8	7	1	R\$ 7	R\$ 6	R\$ 1
Alto	0	0	0	0	0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Luxo	0	0	0	0	0	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
Super Luxo	1	3.869.272	28	20	8	R\$ 108	R\$ 77	R\$ 31
<b>Sub-Total Residenciais</b>	<b>2</b>	<b>3.023.537</b>	<b>36</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>R\$ 109</b>	<b>R\$ 82</b>	<b>R\$ 27</b>
Horizontal - Lot. Fechado	5	341.735	854	77	777	R\$ 292	R\$ 26	R\$ 266
Horizontal - Cond. de casas	3	364.605	76	34	42	R\$ 28	R\$ 12	R\$ 15
Horizontal - Lot. Aberto	10	132.739	8.425	748	7.677	R\$ 1.118	R\$ 99	R\$ 1.019
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>9.391</b>	<b>886</b>	<b>8.505</b>	<b>R\$ 1.547</b>	<b>R\$ 220</b>	<b>R\$ 1.327</b>

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN



# PESQUISA INTENSÃO DE COMPRA 2T24

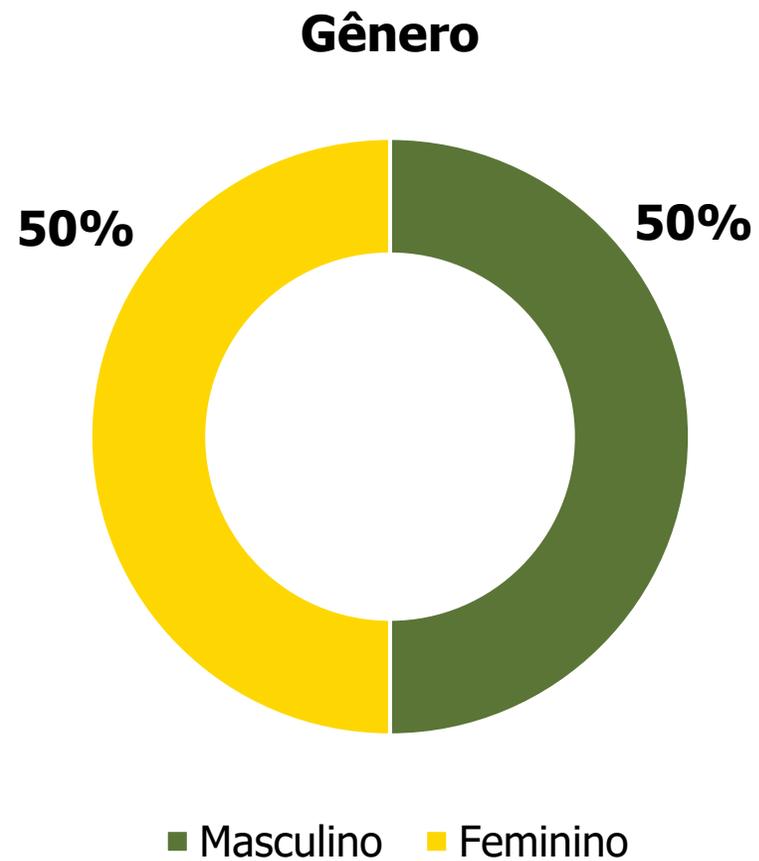


# PERFIL DOS ENTREVISTADOS

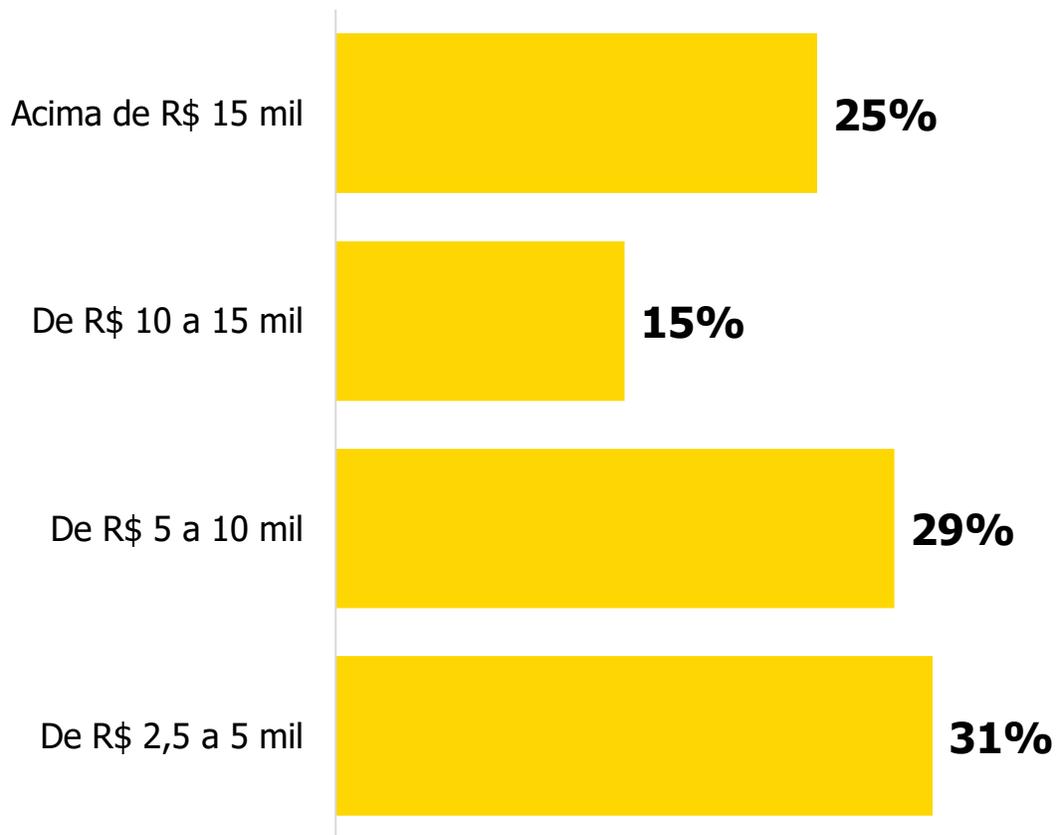
**BRA!N**  
Inteligência Estratégica



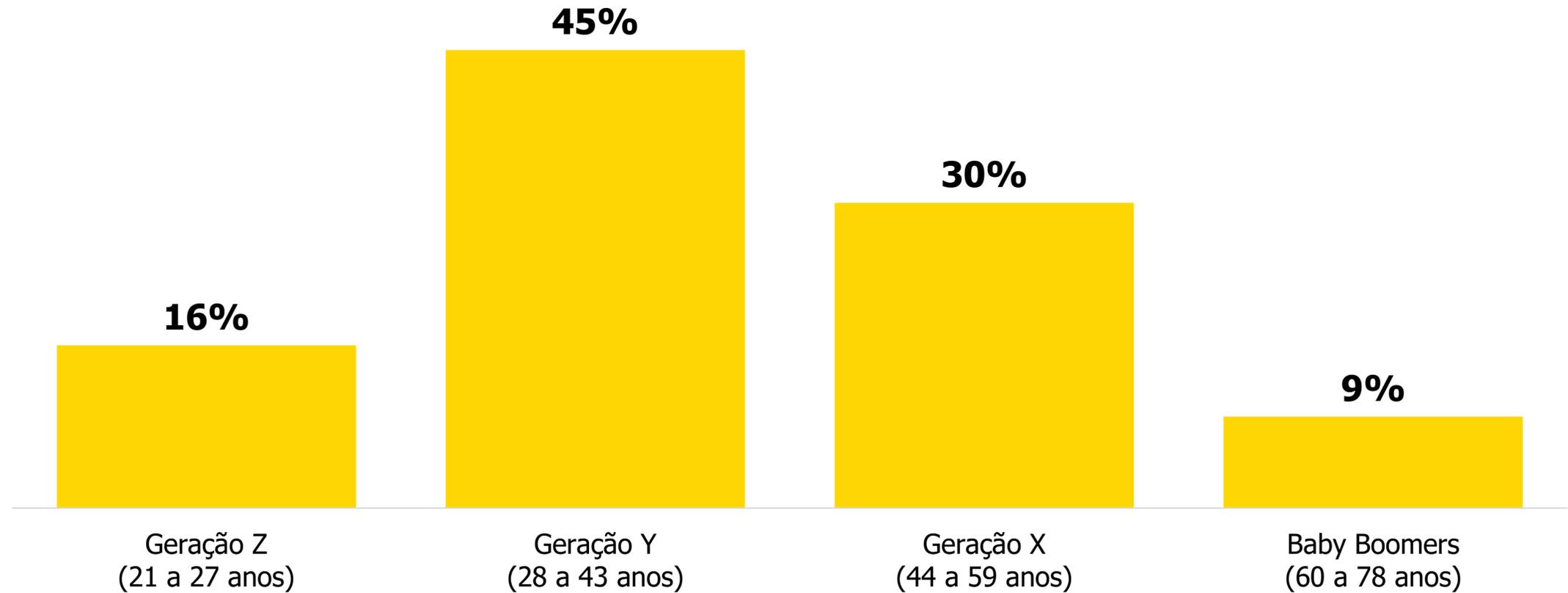
# PERFIL DOS ENTREVISTADOS



### Renda Familiar Mensal

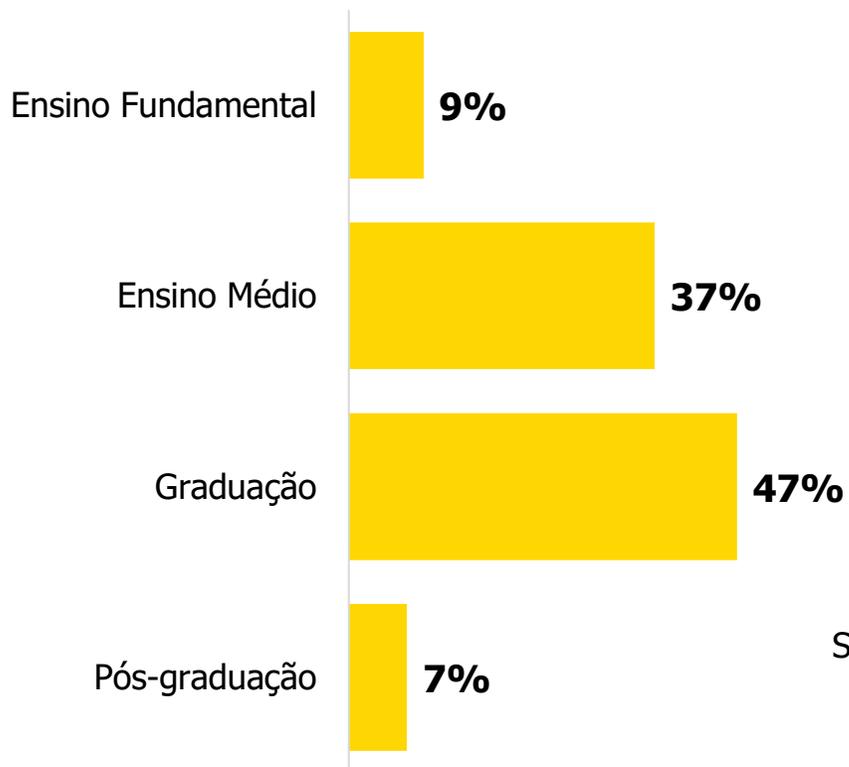


# REPRESENTATIVIDADE GERACIONAL

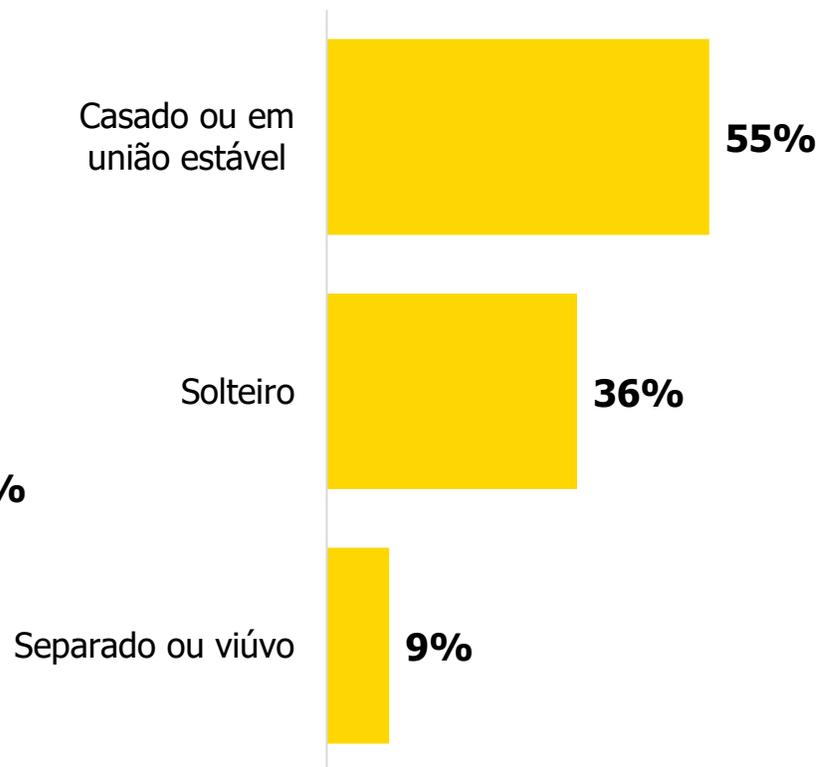


# ENTREVISTADOS

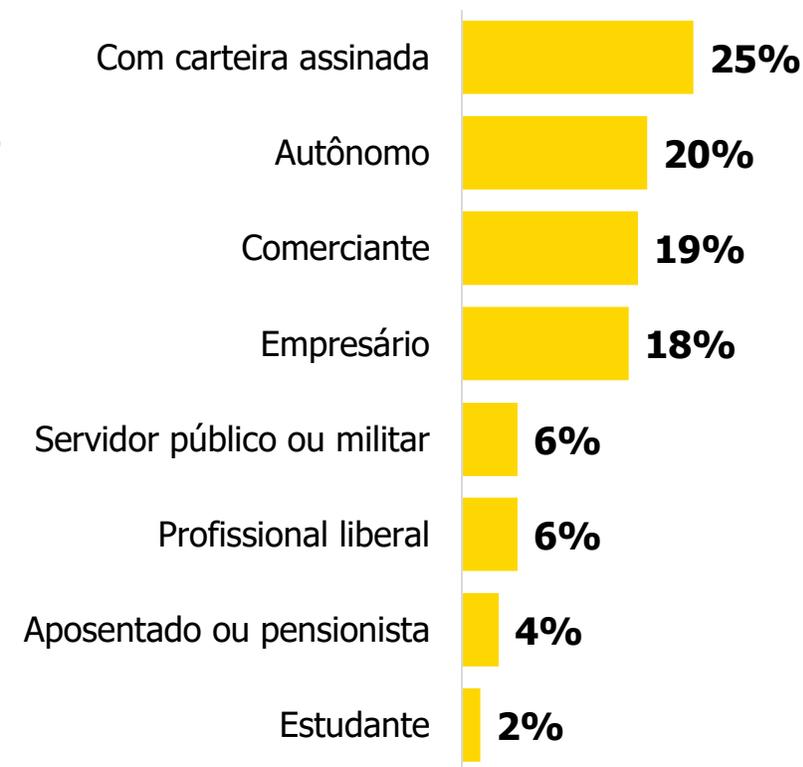
## Escolaridade



## Estado Civil



## Profissão



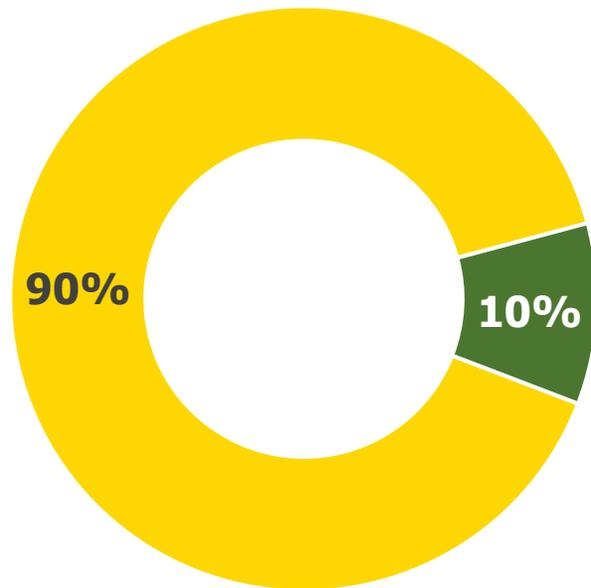
**COMPRA NOS  
ÚLTIMOS 12 MESES**

**BRAIN**  
Inteligência Estratégica



# TIPO DE IMÓVEL COMPRADO

Comprou imóvel nos últimos 12 meses



● Não ● Sim

Residencial - Moradia



**80%**

Residencial - Lazer



**10%**

Comercial

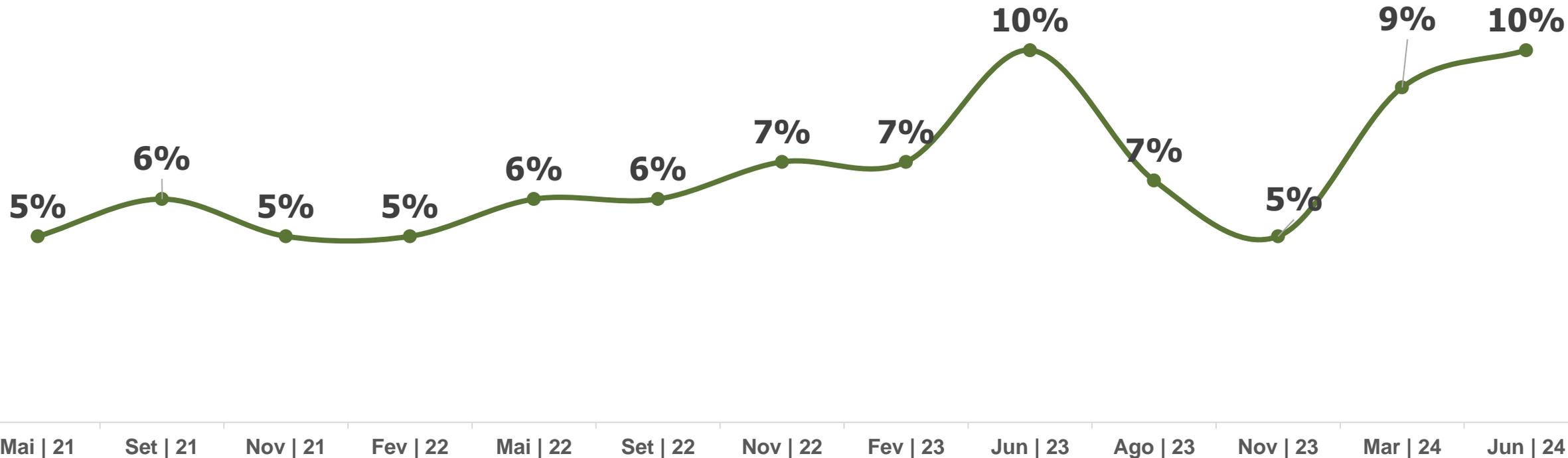


**11%**

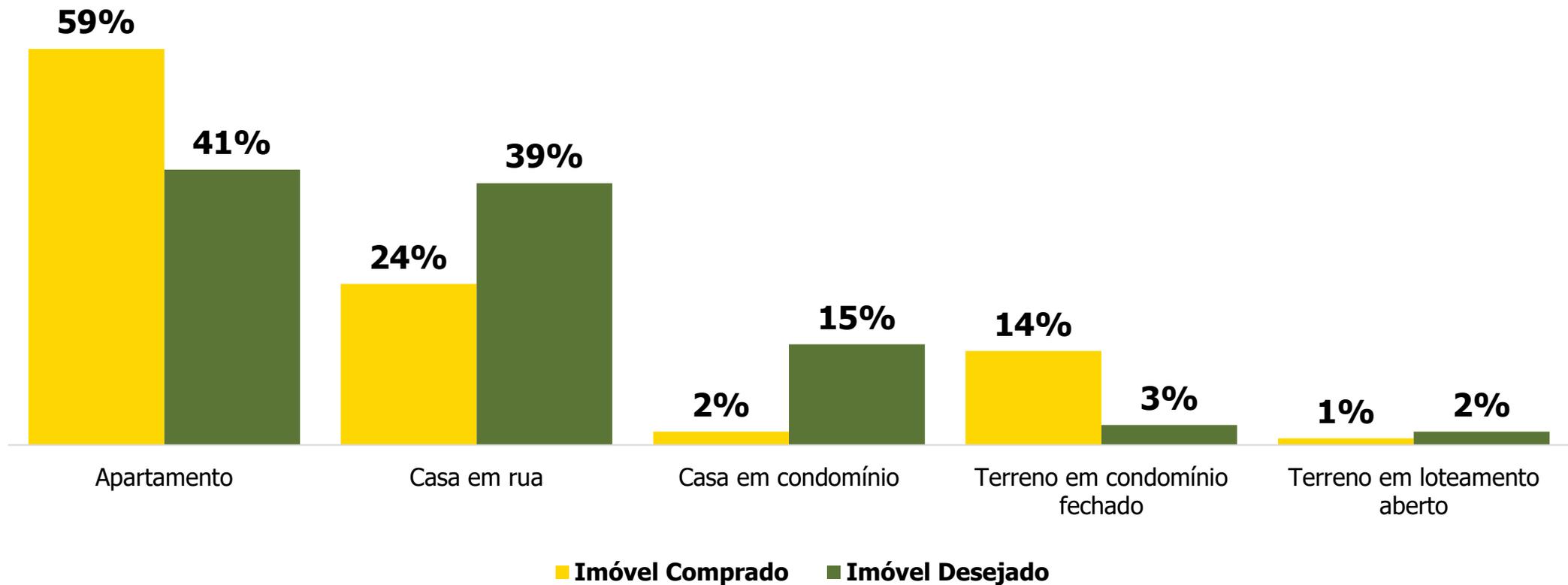
Resposta múltipla, total superior a 100%

# EVOLUÇÃO DA COMPRA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

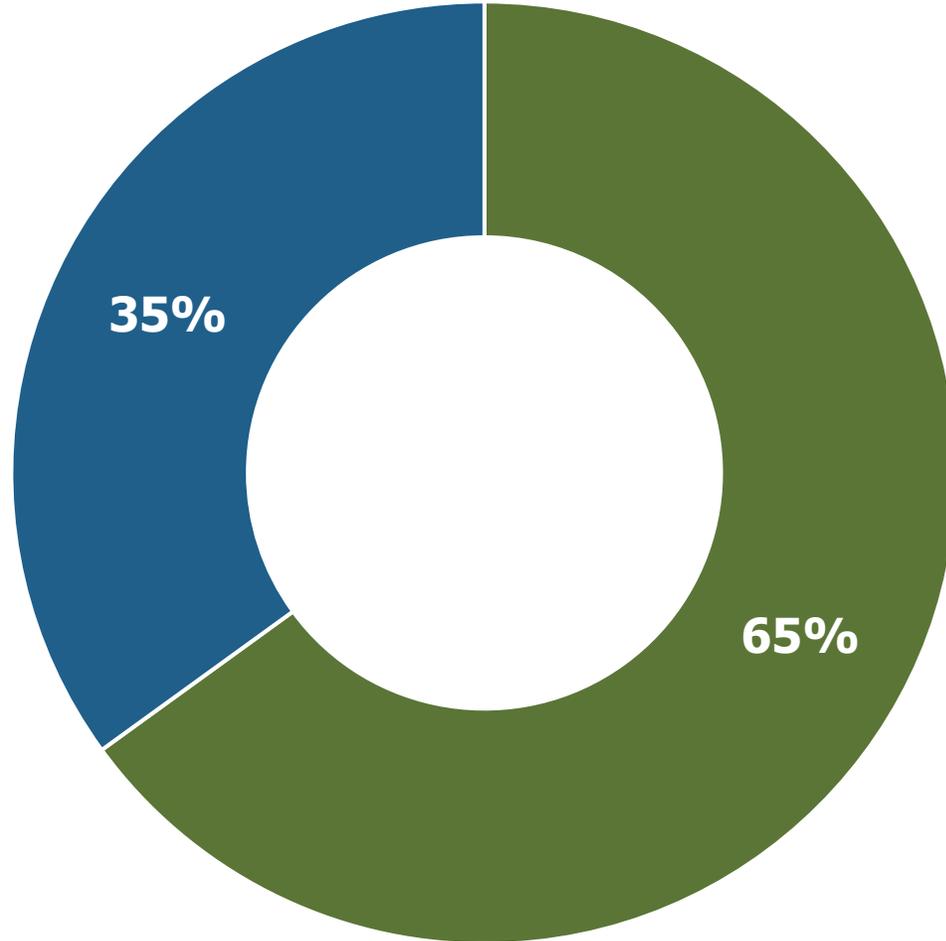
2º Trimestre 2021 – 2º Trimestre 2024



# TIPO DE IMÓVEL RESIDENCIAL | COMPRADO X DESEJO



# MOTIVO DA COMPRA DO IMÓVEL



■ Uso próprio

■ Investimento para alugar ou revender

# VALOR DO IMÓVEL COMPRADO

2º TRIMESTRE DE 2024



1º TRIMESTRE DE 2024

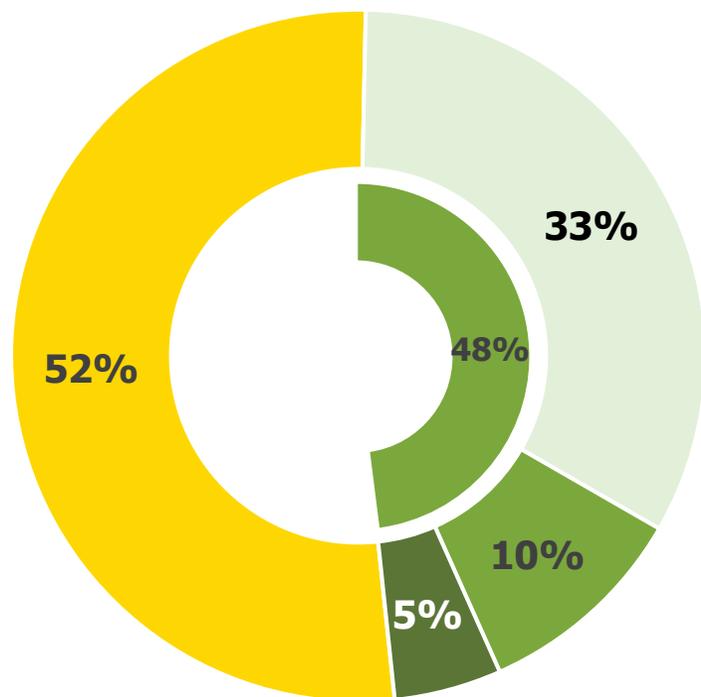


# INTENÇÃO DE COMPRA

**BRA!N**  
Inteligência Estratégica

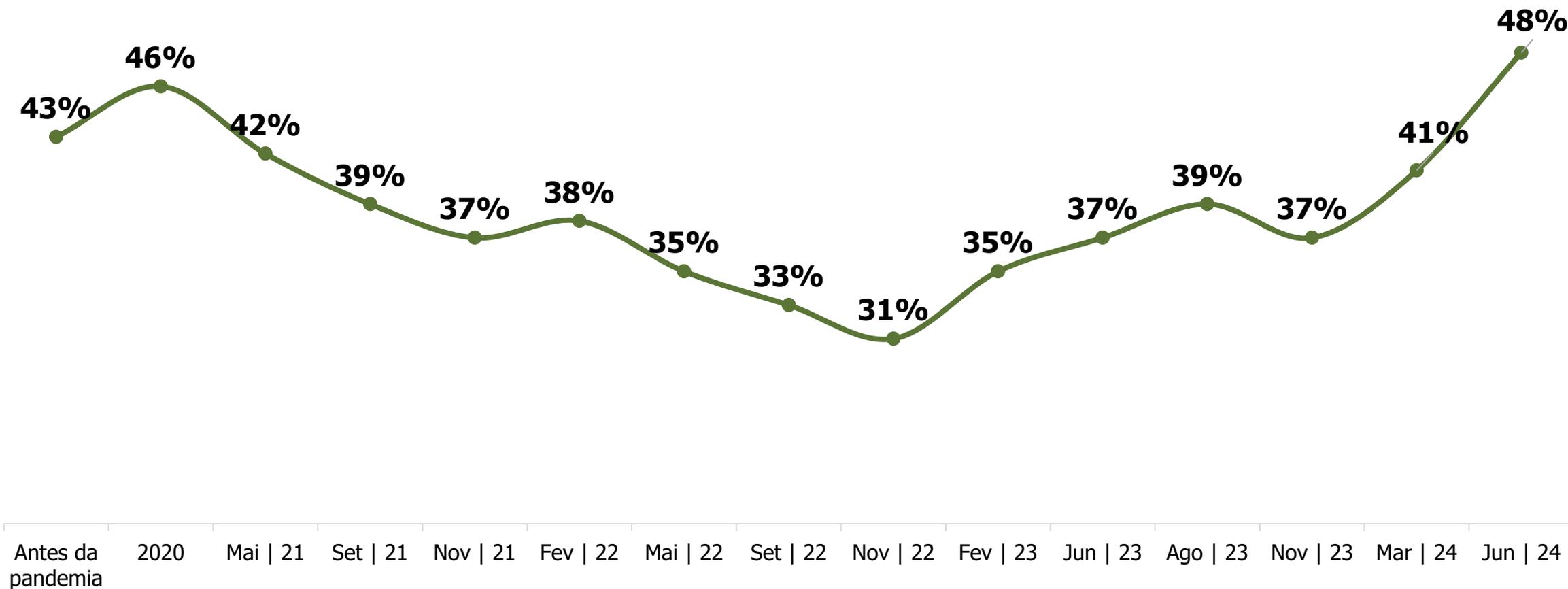


# INTENÇÃO DE COMPRA

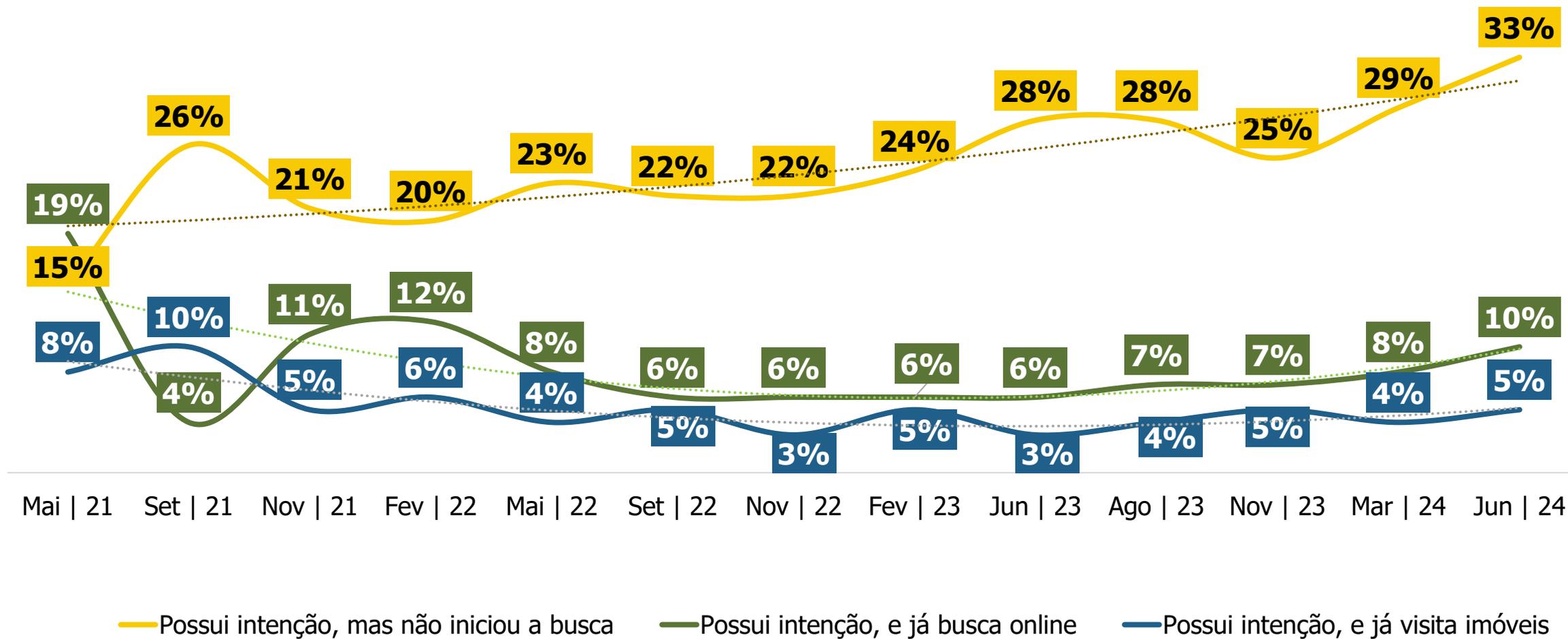


- Não pretende comprar imóvel neste período
- Pretende comprar, mas ainda não começou a procurar
- Pretende comprar e já está procurando na internet
- Pretende comprar e já começou a visitar imobiliárias, stands de vendas e imóveis

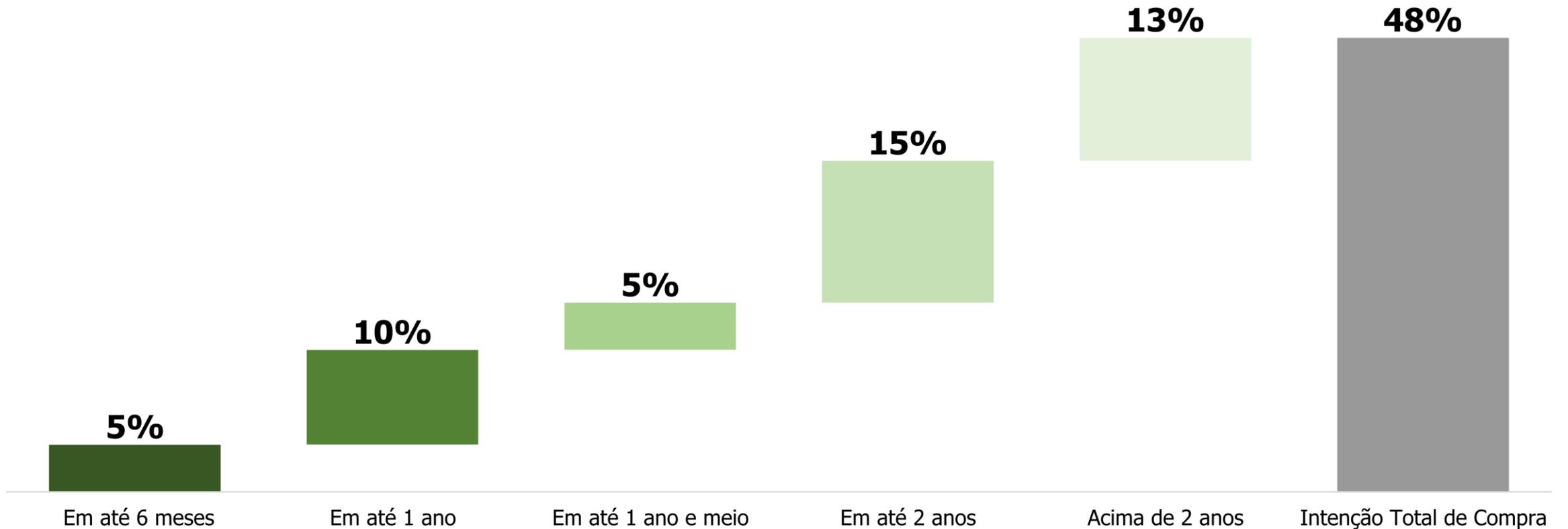
# INTENÇÃO DE COMPRA



# INTENÇÃO DE COMPRA

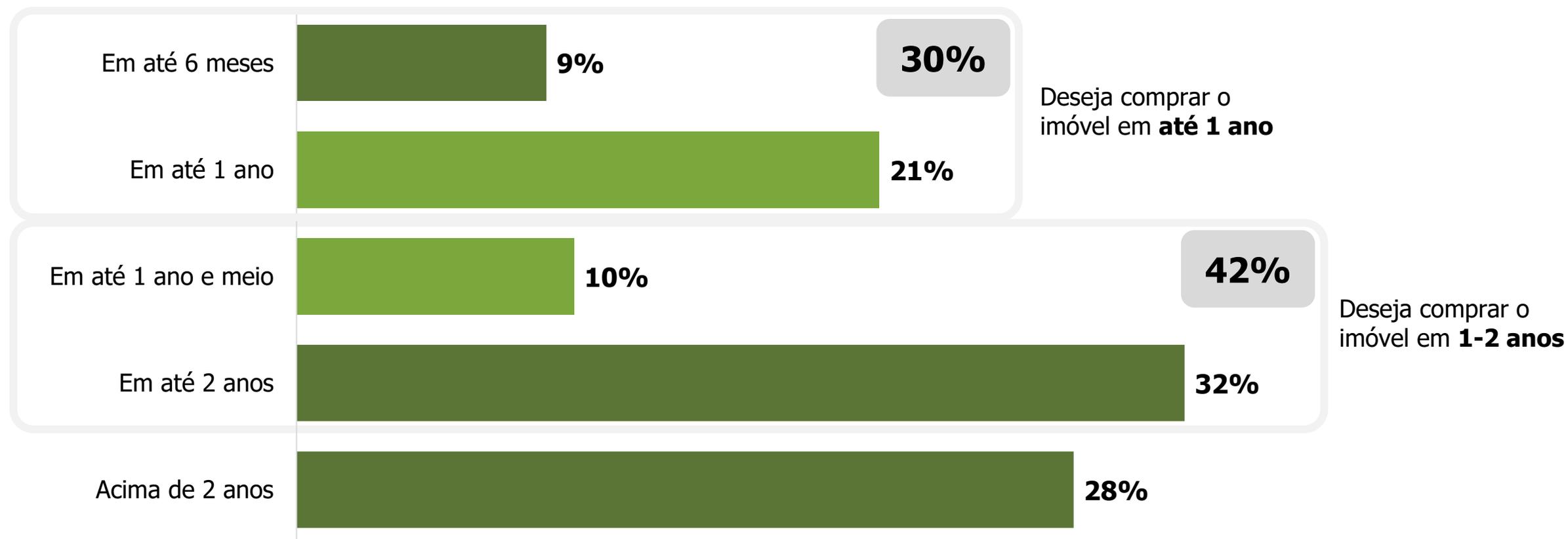


# TEMPO PARA INTENÇÃO DE COMPRA

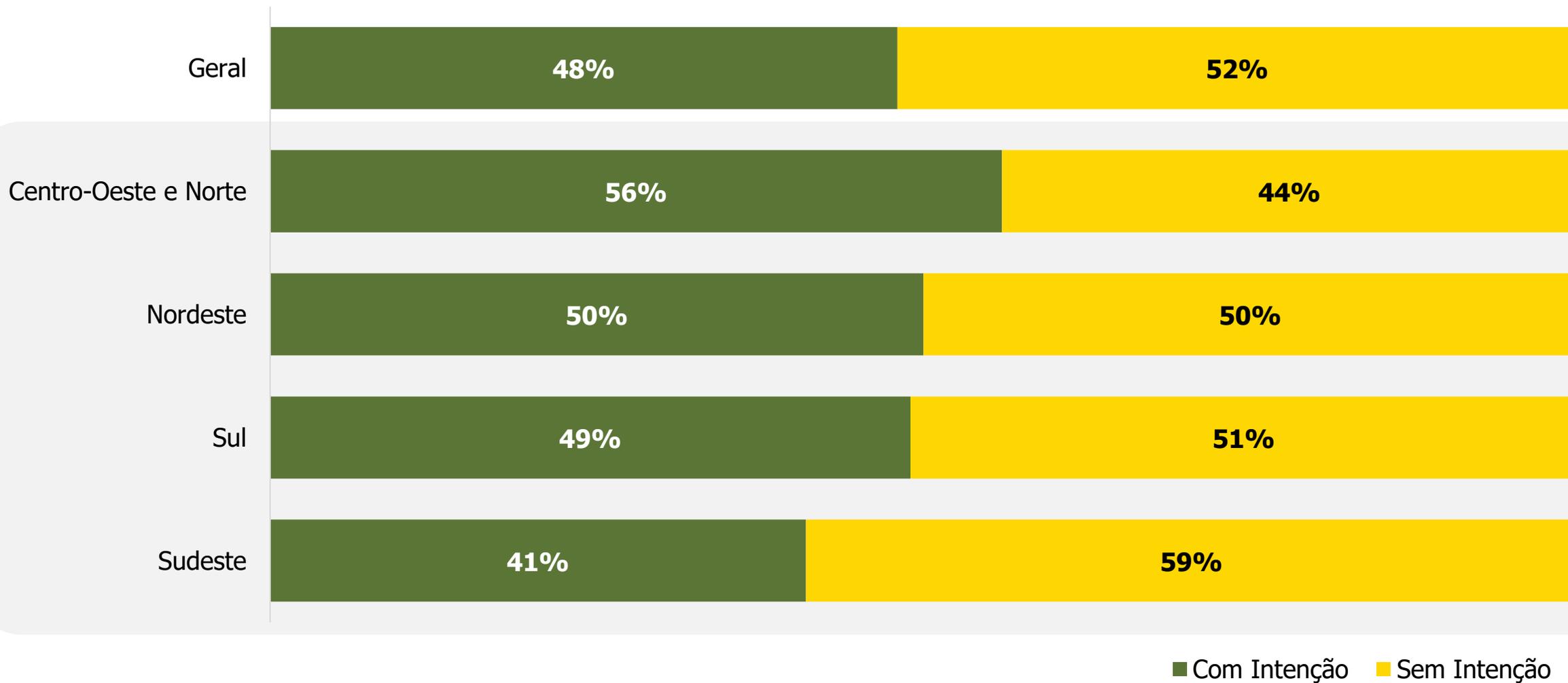


# TEMPO PARA INTENÇÃO DE COMPRA

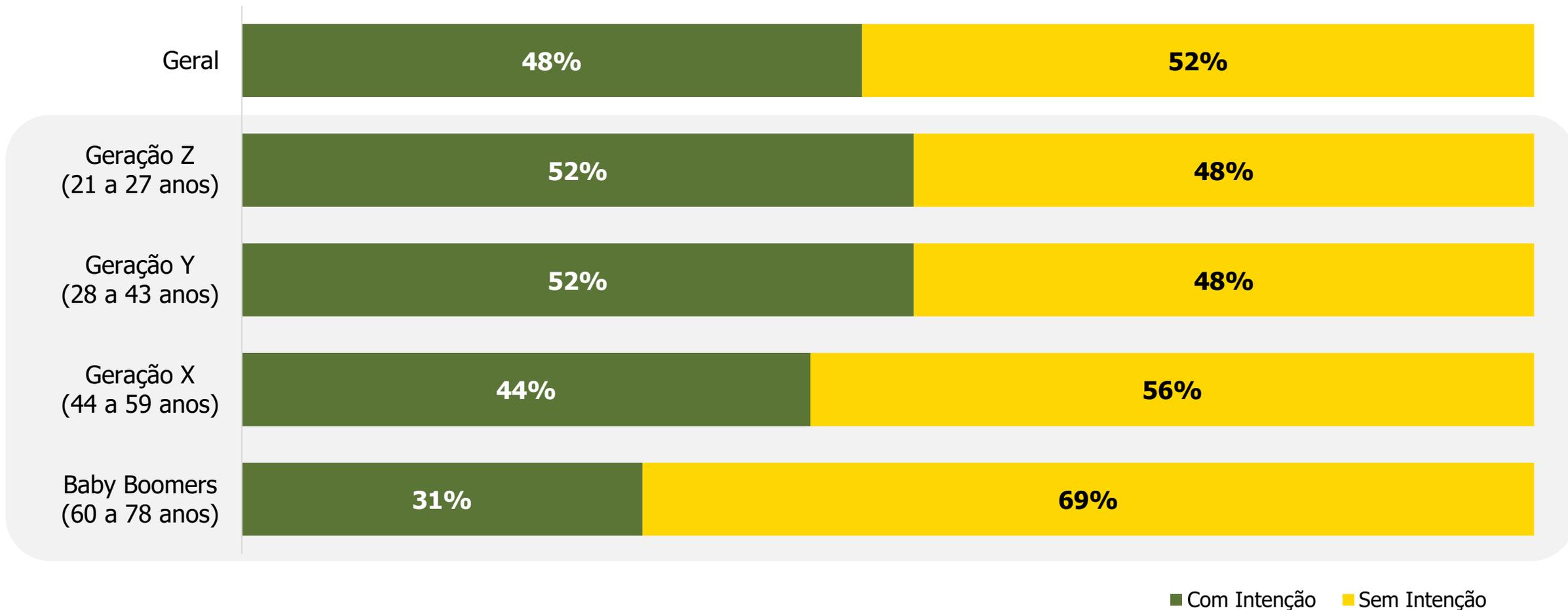
\*distribuição ponderada do tempo de intenção de compra entre aqueles **com intenção até 24 meses**



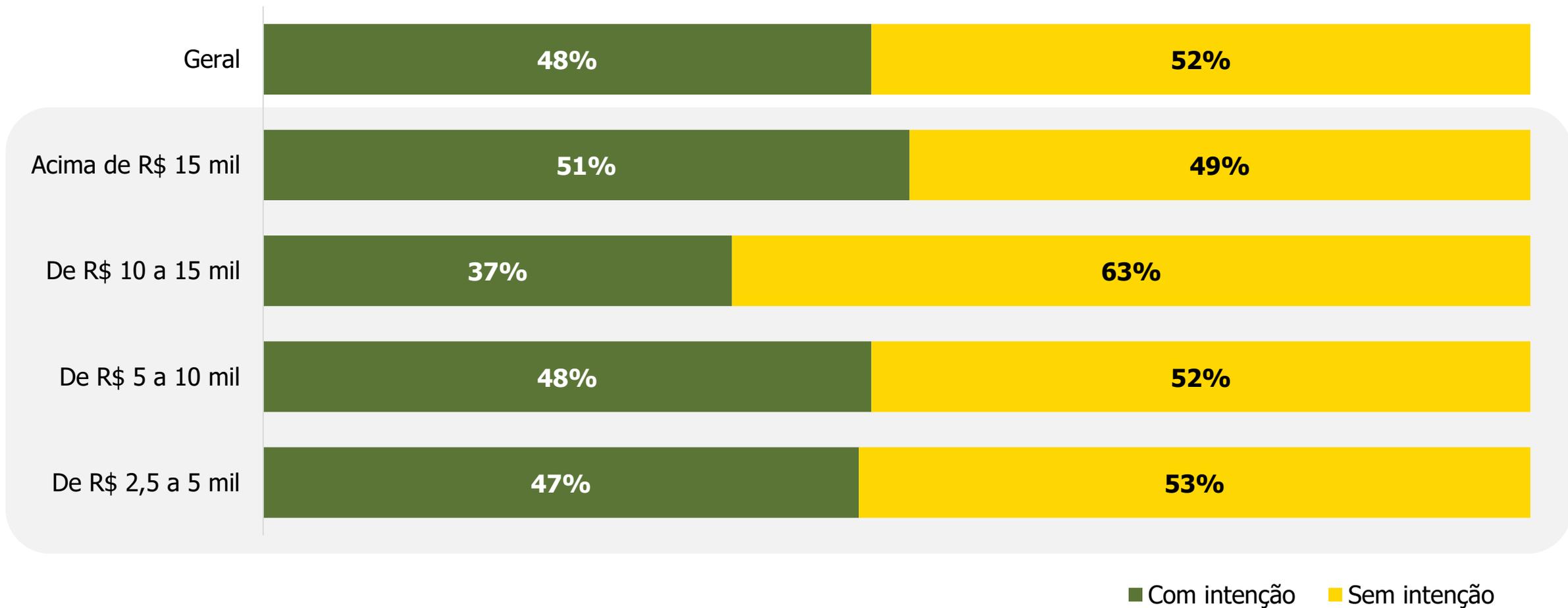
# INTENÇÃO DE COMPRA POR REGIÃO



# INTENÇÃO DE COMPRA POR GERAÇÃO



# INTENÇÃO DE COMPRA POR RENDA

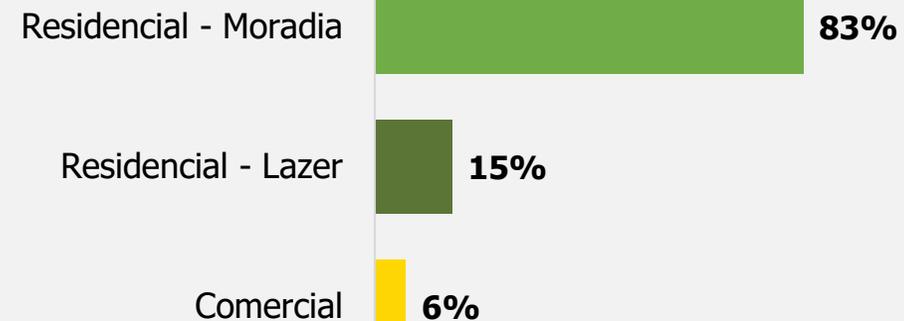


# CARACTERÍSTICAS DO DESEJO DE COMPRA

**BRAIN**  
Inteligência Estratégica



# TIPO DE IMÓVEL DESEJADO

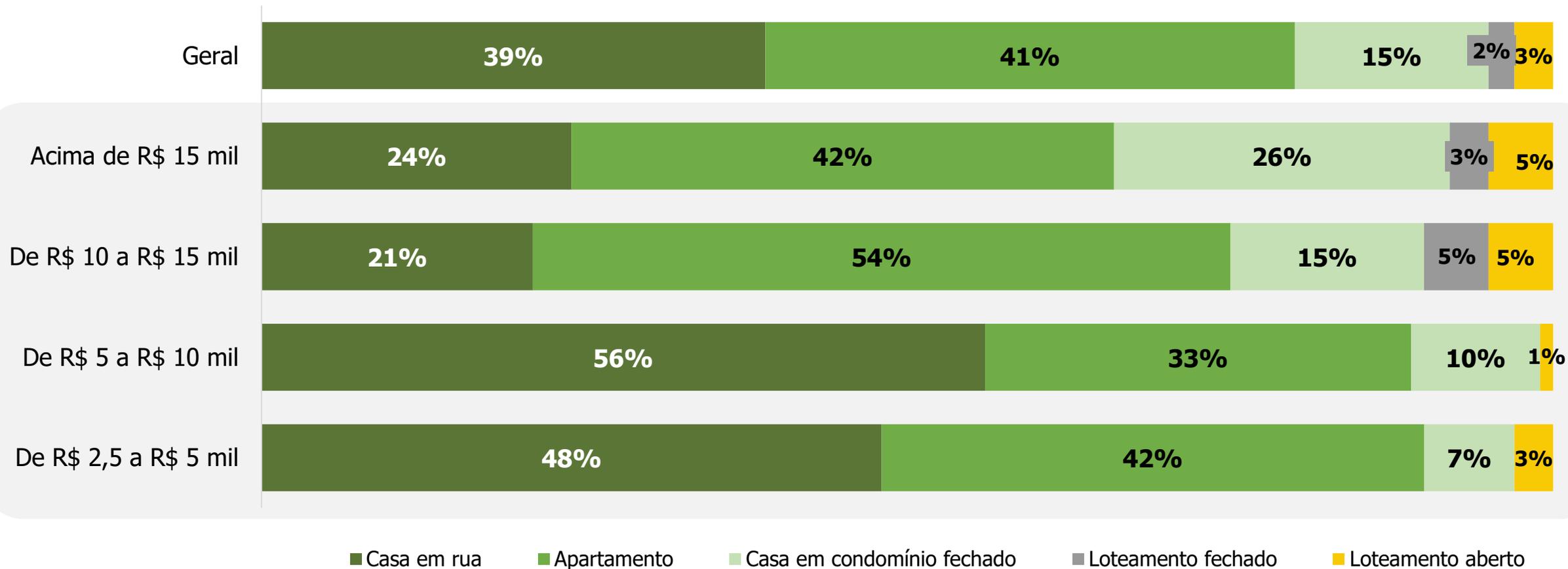


## RESIDENCIAL



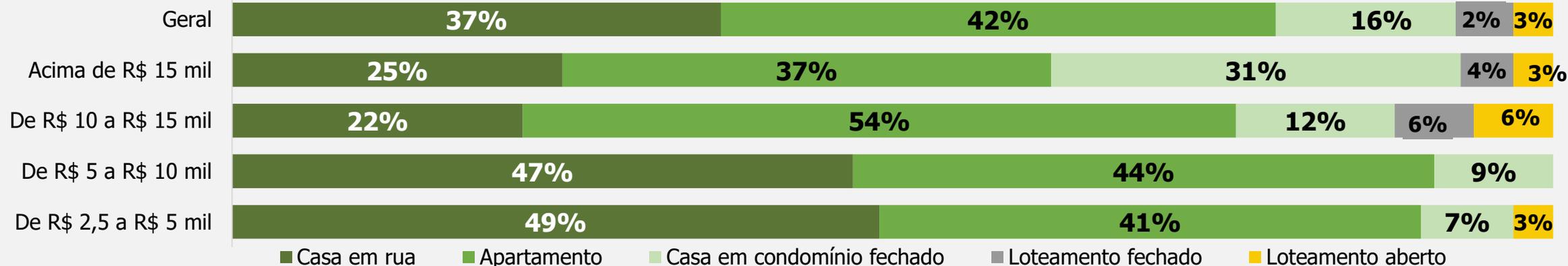
RESPOSTAS MÚLTIPLAS, TOTAL SUPERIOR A 100%

# TIPO DE IMÓVEL DESEJADO POR RENDA

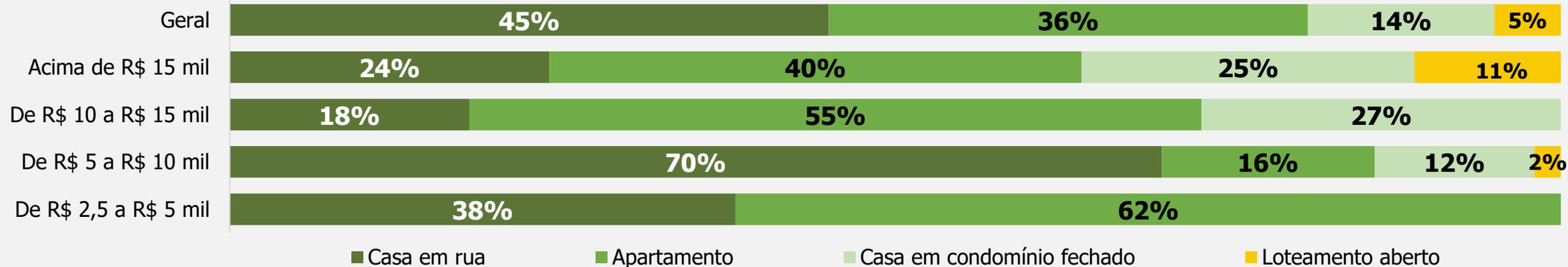


# TIPO DE IMÓVEL DESEJADO POR RENDA

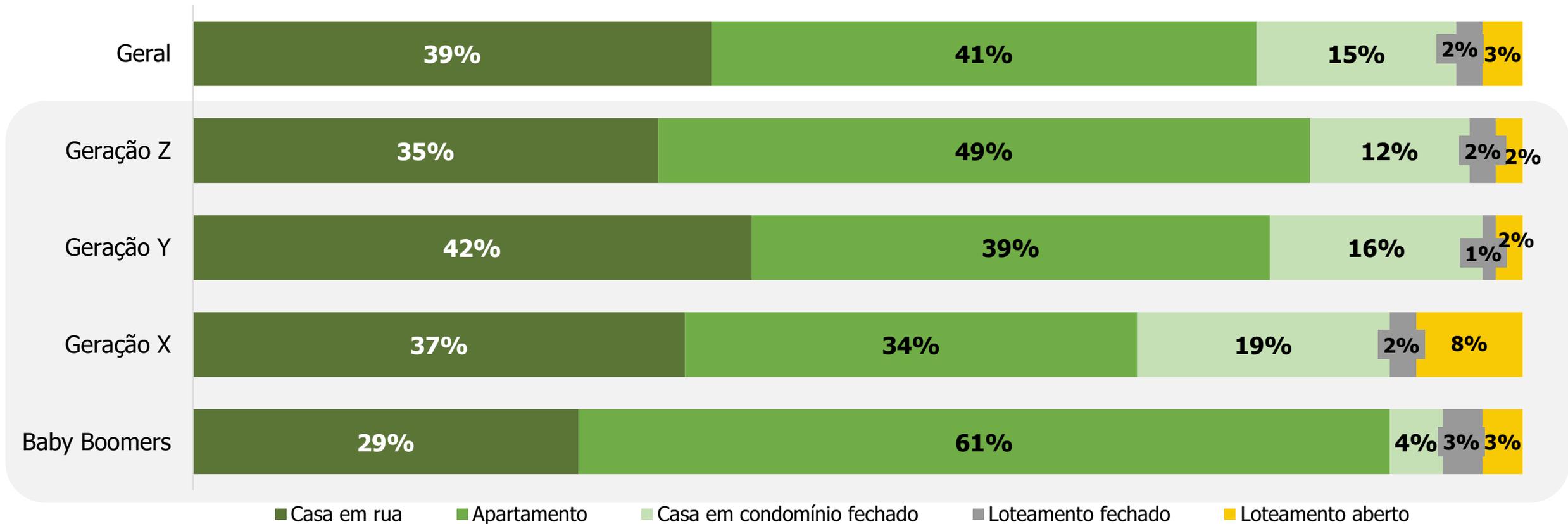
## CAPITAIS



## INTERIOR



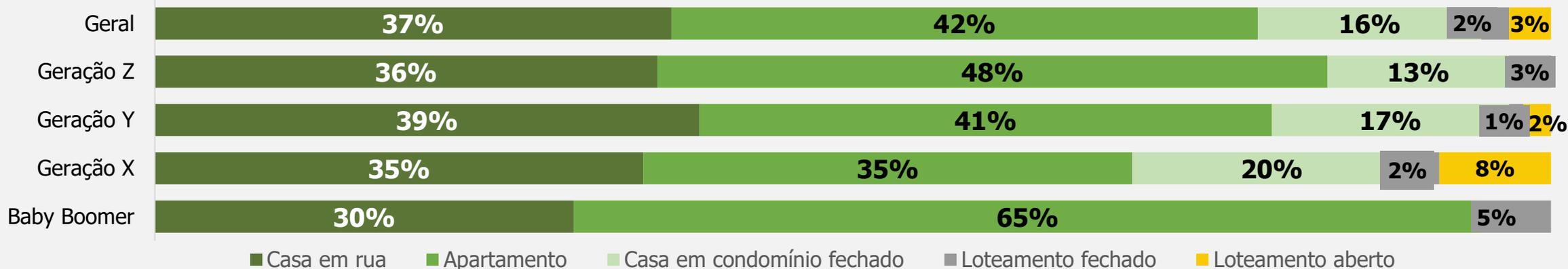
# TIPO DE IMÓVEL DESEJADO POR GERAÇÃO



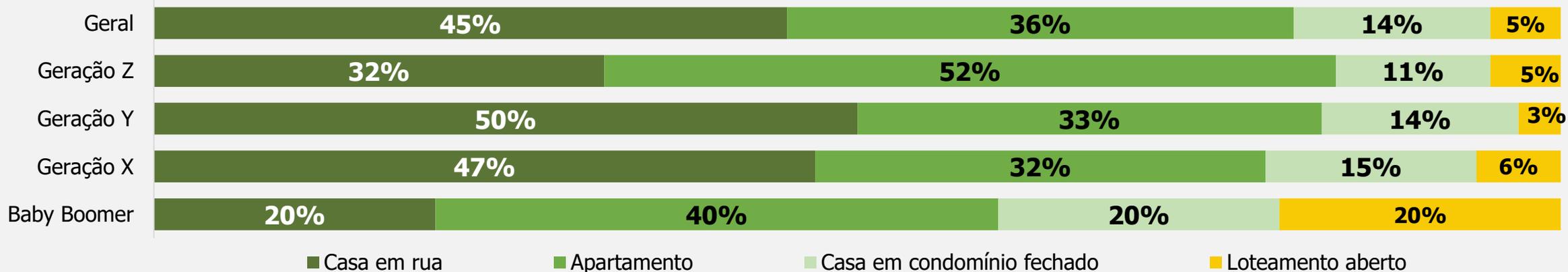
**Geração Z:** 21 a 27 anos | **Geração Y:** 28 a 43 anos | **Geração X:** 44 a 59 anos | **Baby Boomers:** 60 a 78 anos

# TIPO DE IMÓVEL DESEJADO POR GERAÇÃO

## CAPITAIS



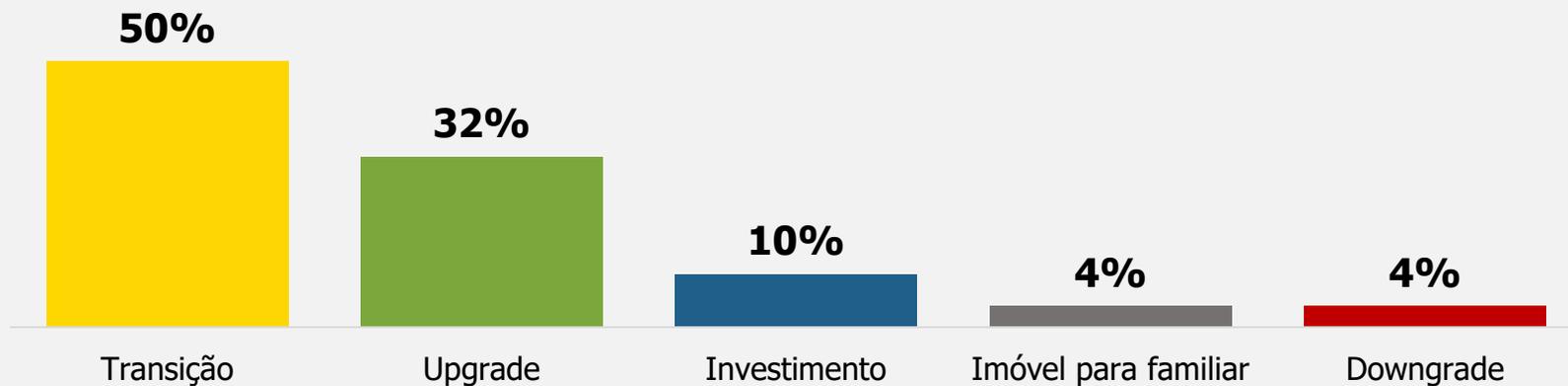
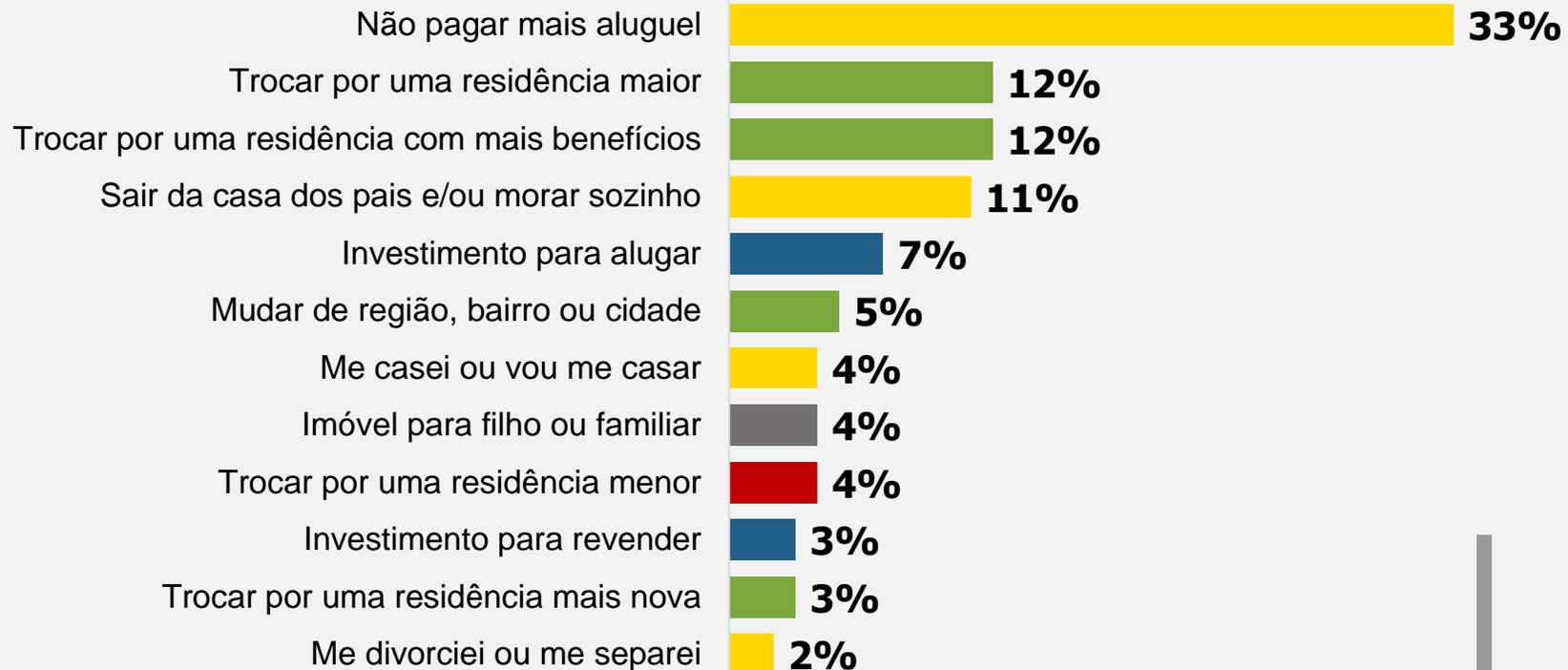
## INTERIOR



**Geração Z:** 21 a 27 anos | **Geração Y:** 28 a 43 anos | **Geração X:** 44 a 59 anos | **Baby Boomers:** 60 a 78 anos

# MOTIVO DA COMPRA

## Geral





# CONSULTORES DO ESTUDO



## EQUIPE TÉCNICA



**Fábio Tadeu Araújo**

CEO



**Marcos Kahtalian**

Sócio-Fundador



**Teresa Cristina**

Sócia e Gestora  
de Projetos



**Anderson Gonçalves**

Head Nort e Centro-  
Oeste



**Luiza Araújo**

Inteligência  
de Mercado



**Érica Sobreira**

Inteligência  
de Mercado





# APÊNDICE



# Metodologia

**Universo Pesquisado:** CENSO, ou seja, todos os empreendimentos imobiliários verticais, residenciais e comerciais, com unidades ainda em oferta pela incorporadora ou construtora responsável (ciclo primário de venda).

**Fontes de Dados:** Incorporadoras, Construtoras e Imobiliárias, ou seja, não se restringe aos associados do Sinduscon.

**Forma de Coleta:** Envio direto das informações solicitadas, à fonte de dados pesquisada, pela fonte responsável pelas tabelas de comercialização dos empreendimentos. Quando não for possível de forma direta, utiliza-se de cliente oculto, ou seja, indo no plantão ou por meio telefônico.

# Metodologia

**Cobertura:** Embora a pesquisa busque ser censitária, sempre há pequenos empreendimentos comercializados apenas pelo incorporador ou imobiliária de bairro que não é facilmente localizável. Desta forma, a atual pesquisa atingiu cerca de 90% dos empreendimentos em comercialização no município e provavelmente correspondem por mais de 95% das unidades comercializadas.

# Metodologia

**Abordagem:** **a) Presencial**, com visita in loco por sócio e funcionários da BRAIN, que percorrem a cidade em busca de empreendimentos em obras; **b) Eletrônica e telefônica**, realizada em parceria com o Secovi no caso de associados e diretamente pela BRAIN no caso de não associados.

**Checagem de dados:** 100% das informações encaminhadas por não associados são checadas de maneira telefônica por funcionários da BRAIN.

**Análise Imobiliária:** BRAIN Inteligência Estratégica e conferência pelo Secovi SP.

# Metodologia

**Base de dados:** Composta exclusivamente por empreendimentos verticais e horizontais residenciais, que possuam venda ativa diretamente do incorporador. As unidades em permuta são consideradas na análise, independente de já estarem à venda ou no aguardo de esgotarem as unidades do incorporador.

**Tempo de Permanência dos Empreendimentos na Base de Dados:** Independente de se em obras ou entregue, o empreendimento permanece na base de dados. Ele é retirado após permanecer com a oferta final (estoque) zerado por três meses seguidos. Eventualmente, se um empreendimento que tenha ficado fora da base de dados pode retornar, caso o volume de distratos tenha sido significativo na entrega do mesmo.

# Metodologia

**Estruturação dos Dados para Análise:** São realizadas análises considerando: **a)** tipologias segundo **número de quartos**. Neste caso estúdios são agrupados com apartamentos de 1Dorm, e 5 ou mais quartos com os de 4Dorm.; **b)** segundo **padrão** (faixa de valor), são 7 faixas, do Econômico (até o teto do CVA) ao Super Luxo, ticket médio acima de R\$ 2 milhões. Ou seja, o critério para estratificação é o ticket médio do empreendimento. Dessa forma, pode ocorrer de existirem unidades no empreendimento acima ou abaixo do mínimo e máximo para pertencer a determinado padrão, pois o que importa é o ticket MÉDIO do empreendimento; **c)** por **região**.

# Metodologia

**Preço ou Ticket Médio:** Determinado pelo VGV total estimado dividido pelo total de unidades do empreendimento.

**Preço por Metro Quadrado (privativo e total):** Determinado pela média do preço por empreendimento com vendas ativas e não por unidade do estoque.

**VGV Estimado:** total de unidades de cada tipologia multiplicado preço médio das tipologias, ou seja,  $VGV \text{ Total} = \text{unidades por tipologia} \times \text{preço por tipologia}$ . O mesmo é estimado, pois o total de vagas de garagem, por exemplo, pode ser diferente para cada unidade habitacional, porém para o cálculo considera-se a unidade com maior ocorrência, ou seja, se a maioria delas possuir apenas 1 vaga, para o cálculo do VGV estimado todas as unidades serão consideradas com apenas 1 vaga.

# Metodologia

**Determinação da Oferta Final:** Calculada diretamente na tabela de vendas dos empreendimentos no mês referência da pesquisa.

**Determinação do Total de Unidades Vendidas:** Calculada a partir do estoque imediatamente anterior menos o estoque final, portanto consideram-se apenas as vendas líquidas de distratos. Obs.: Os distratos serão calculados num segundo momento, quando a base pesquisada estiver consolidada.

**Trato de Empreendimentos Faseados:** Os empreendimentos faseados, se estiverem num mesmo RI, serão considerados na base de dados integralmente, mesmo que nem todas as torres tenham sido abertas para vendas. No caso de serem RI diferentes, serão considerados como 2 ou mais lançamentos distintos.

# Metodologia

**Mês Referência para Determinação da Data de Lançamento:** Considerado a partir da abertura das vendas, em geral após obtenção do RI. É possível que ocorra pequena variação temporal, entre a divulgação e o registro, não deve ser superior a 1 mês e, certamente, NUNCA superior a 2 meses de diferença para os futuros lançamentos. Para os empreendimentos coletados neste primeiro momento, e que foram lançados há muito tempo, esta informação não possui a mesma precisão decorrente da perda de histórico na empresa pesquisada.

**Participação do CVA:** São considerados para análise apenas empreendimentos faixas 2 e 3, pois estes são comercializados.

# GLOSSÁRIO

---



# Glossário

**Empreendimento Vertical em Comercialização:** Consideram-se empreendimentos verticais em comercialização todos os empreendimentos de incorporação imobiliária em um dado mercado que, com 4 ou mais pavimentos, mantinham no mês de referência da pesquisa, unidades ainda em comercialização no seu ciclo primário. Não são considerados os número de torres. O faseamento apenas muda o total de empreendimentos quando ocorre mais de 1 RI.

Desta forma, empreendimentos que, independentemente do seu ano de lançamento, ainda possuíam estoques de venda pelo incorporador (e não por revendas de terceiros adquirentes) são mapeados e georeferenciados.

# Glossário

**Oferta Lançada:** Total de unidades (ou de VGV) de um empreendimento no momento do lançamento. Este número não se altera ao longo do tempo.

**Oferta Final:** Mede o número de unidades e de valor em dinheiro que estava disponível para ser comercializado ao final do mês de referência da pesquisa. **Ou seja, a oferta final de um empreendimento ou de um mercado mede o tamanho efetivo do estoque em mãos dos incorporadores no período de referência.**

**Disponibilidade Sobre a Oferta:** Fórmula que avalia a relação entre a Oferta Final e a Oferta lançada, podendo ser expressa em percentuais pela seguinte expressão: Oferta Final/Oferta Lançada X 100. Retrata, portanto, quanto falta vender em relação ao volume lançado. Pode ser expressa em unidades e em VGV.

# Glossário

**Padrão do Imóvel:** Classificação do padrão de valor de um empreendimento conforme o preço final de vendas de suas unidades em termos de faixas de valor. As classificações de faixas de valor seguem referências de preço comumente reconhecidas por entidades do setor e empresas privadas, respaldando-se em uma lógica de associação de padrões de preço com produtos típicos. As faixas de valor seguem descritas no trabalho, mas ressalte-se a especificidade da assim chamada faixa “Especial” que contempla ao menos 50% de suas unidades com imóveis pequenos de estúdios, lofts e 1 dormitórios, não tendo uma classificação prévia de preço, mas sim de tipologia. Isolou-se essa tipologia por compreender que sua lógica de preço deve ser avaliada em particular por ser um produto residencial porém com “menor” característica familiar e mais de investimento. O padrão Super Econômico terá como limite superior o teto do programa Casa Verde e Amarela de cada cidade na ocasião da pesquisa.

# Glossário

**Preço:** Sempre por metro privativo da unidade avaliada por tipologia em um andar médio, e, sempre que possível, considerando o preço médio de venda das unidades na oferta final de cada empreendimento.

**Tipologia:** divisão por número de dormitórios, separadas em 4 grupos: 1, 2, 3 e 4 ou mais quartos. Tipologias especiais como loft e estúdios (estes últimos agrupados com a tipologia de 1 dormitório).

**Uso:** Mercados Residencial e Comercial (este, de salas de escritórios e de lajes corporativas quando estas são vendidas e não locadas). Empreendimento mistos são registrados separadamente nos 2 critérios acima.

**VGL:** Sigla para Valor Global de Lançamento, isto é, o valor total colocado à venda a preços do mês de referência da pesquisa das unidades lançadas

**VG VENDIDO:** Sigla para Valor Geral de Vendas, isto é, o valor total vendido a preços do mês de referência da pesquisa

# Glossário

**Lançamentos:** lançamentos imobiliários verticais com data de lançamento com até 6 meses de comercialização.

**Em Obras:** Considerados os empreendimentos em comercialização entre o 7º e o 36º de comercialização.

**Entregues:** Para efeito de análise geral, considerados a partir do 37º mês de comercialização. Eventuais ajustes podem ser realizados quando o prazo de obra for mais longo.

# Glossário

**Vendas Brutas:** Total de vendas de unidades no período analisado.

**Vendas Líquidas:** Vendas Brutas menos os distratos. Obs.: Neste primeiro momento, são analisados apenas as vendas líquidas.

**Vendas Sobre a Oferta (Velocidade de vendas mensal):** é a relação em unidades das VENDAS no mês sobre a OFERTA TOTAL do mês, ou seja, mede o percentual (%) do estoque vendido no mês de referência da pesquisa.

**Vendas Sobre a Oferta (Velocidade de vendas 12 meses):** mede o percentual (%) vendido acumulado nos últimos 12 meses.

## FIQUE POR DENTRO

O conhecimento de grandes nomes do mercado a um clique de distância.

Baixe agora mesmo nosso aplicativo.



Aponte a câmera do seu celular para acessar as nossas redes sociais

Android

Download the  
**App Now**

iOS

Download the  
**App Now**

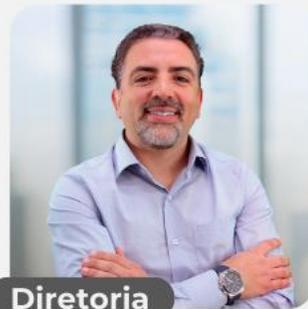


**CONSULTORIA**



**Diretoria**

**Marcos Kahtalian**  
Fundador



**Diretoria**

**Fábio Tadeu Araújo**  
CEO



**Diretoria**

**Leticia Tiboni**  
Vice-Presidente



**Anderson Gonçalves**  
Head Centro-Oeste



**Andressa Bergamo**  
Sócia e Gestora de  
Comunicação



**Angela Negrão**  
Gestora de Pesquisas  
Quantitativas



**Claubert Barreto**  
Head Norte e  
Nordeste



**Fábio Farias**  
Head Geobrain



**Guilherme Werner**  
Sócio-Consultor



**Hamilton Leite**  
Head São Paulo



**Marcella Cardoso**  
Gestora de Pesquisas  
Qualitativas



**Marcelo Gonçalves**  
Sócio-Consultor



**Teresa Cristina**  
Sócia e Gestora de  
Projetos

# BRA!N

Inteligência Estratégica

Rua Coronel Airton Plaisant, 307  
Curitiba, PR - 80310-160  
(41) 3243-2880