

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 stylized with a small brain icon integrated into its vertical stroke.

Inteligência
estratégica para
organizações

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

The logo for GEO BRAIN, featuring a stylized white icon of a location pin or map marker on the left, followed by the words "GEO" and "BRAIN" stacked vertically in a white, sans-serif font.

Plataforma de
georreferenciamento
imobiliário

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

The logo for Global Talent, featuring a stylized white icon of a person or figure on the left, followed by the words "Global" and "Talent" stacked vertically in a white, sans-serif font.

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.



21

anos de
empresa



900

idades
brasileiras



8.500

estudos de
mercado



50.000

entrevistas
anualmente



R\$ **200bi**

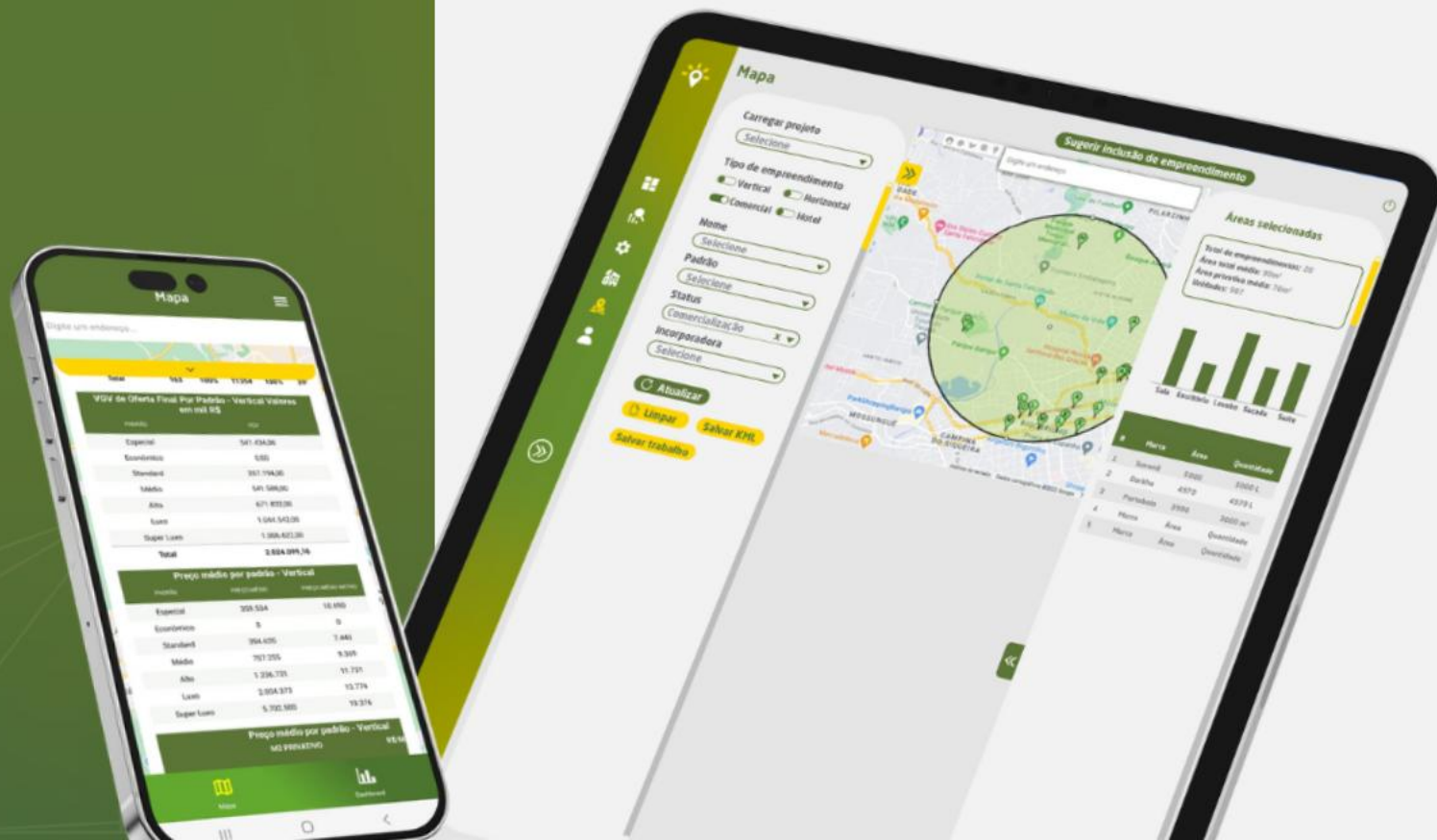
em VGV
pesquisados



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

✓
+700
usuários
ativos

✓
+300
cidades
brasileiras





Tenha acesso a base de dados imobiliários mais qualificada e completa do país.



+10.500

empresas pesquisadas a cada 3 meses



+17.000

empreendimentos em vendas ativas



+560.000

unidades em comercialização



1,4M

de unidades no histórico



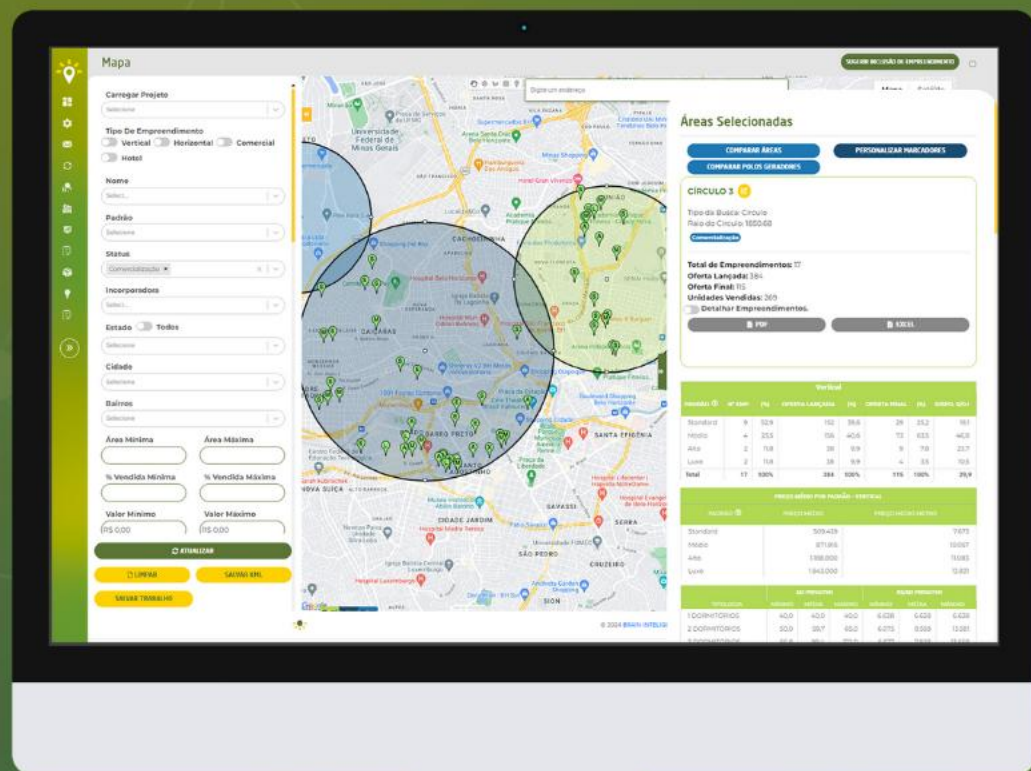
+40.500

empreendimentos no histórico



R\$ 305 Bi

em estoque de comercialização



COMO ESTÁ A INTENÇÃO DE COMPRA DE IMÓVEIS?

4º trimestre | 2024

METODOLOGIA



- ✓ 1.200 entrevistas
- ✓ Faixa etária: entre 21 e 70 anos
- ✓ Renda: acima de R\$ 2.500,00
- ✓ Amostragem realizada de maneira proporcional às regiões do Brasil com seleção aleatória de participantes
- ✓ Data de realização: Novembro | 2024

PRINCIPAIS DESTAQUES

BRAIN
Inteligência Estratégica



INTENÇÃO DE COMPRA



- **46% dos entrevistados, afirmam que tem intenção de comprar um imóvel nos próximos 24 meses.**
- Este percentual é igual ao identificado em Setembro de 2024 e 9 pontos percentuais maior do que o identificado em Novembro de 2023.
- 13% dos brasileiros começaram a buscar o novo imóvel desejado, de maneira online (8%) e presencial (5%).
- Entre aqueles que apresentam intenção de compra, **26% afirmam que devem concretizar a compra em até, no máximo, 1 ano.**

INTENÇÃO DE COMPRA



- A maior intenção de compra do Brasil está entre os moradores da região **Nordeste**: **55%** apresentam intenção de compra nos próximos 2 anos, a média nacional é de **46%**. Por sua vez, a menor intenção é na região **Sul**, onde **41%** apresentam intenção de compra.
- A principal razão da intenção de compra é para **não precisar mais pagar aluguel**, motivação entre **37%** dos respondentes, seguido pelo desejo de **trocar por uma residência maior (17%)**.
- De forma agregada, temos que **54%** dos respondentes tem intenção de adquirir um imóvel pelos motivos de **Transição de vida**, seguido pelos motivos categorizados como **Upgrade da residência** para **32%** dos respondentes.

INTENÇÃO DE LOCAÇÃO




- **17% dos entrevistados**, afirmam que tem intenção de alugar um imóvel nos próximos 24 meses.
- Dos brasileiros com intenção de locação, cerca de 5% já começaram a buscar o imóvel desejado, de maneira online (3%) e presencial (2%).
- Entre aqueles que apresentam intenção de locação, 51% afirmam que devem realizar essa em até, no máximo, 1 ano.

INTENÇÃO DE LOCAÇÃO



- **Cerca de 23% dos entrevistados, declararam preferir morar de aluguel** mesmo tendo condições de possuir um imóvel próprio, para esses a principal motivação citada, com 50% das citações, foi condições econômicas favoráveis, no caso a relação entre o valor do aluguel e o rendimento de aplicações financeiras.
- A principal razão apontada pelos entrevistados para buscar um novo imóvel de aluguel foi a localização. Isso inclui a busca por uma localização mais conveniente, com maior proximidade ao local de trabalho por exemplo.
- **Destaca-se que apenas 8% dos entrevistados citaram como motivação para busca de um imóvel de aluguel, a falta de interesse em possuir um imóvel próprio.**

INTENÇÃO DE COMPRA X INTENÇÃO DE LOCAÇÃO



- A pesquisa revelou que a população, **em sua maioria (77%)**, tendo condições moraria em imóvel próprio, também observamos que **75% desses citam que optariam por imóvel próprio mesmo financiado.**
- **A falta de condições financeiras para adquirir um imóvel foi um fator destacado como motivador para locação de um imóvel por 44%** dos que entrevistados em busca de um imóvel para alugar, confirmando que a restrição econômica ainda é uma barreira significativa para muitos que desejam sair do aluguel.
- Destacamos, também que **residir em imóvel próprio é considerado extremamente ou muito importante para cerca de 89%** dos entrevistados, sendo que a geração Z, com 82%, é a que considera o tema menos importante e a geração X, com 91% é a que dá maior importância ao tema.

AS DIFERENTES GERAÇÕES



- Os representantes da **Geração Y**, com idades entre **28 e 43 anos**, são os que apresentam a maior intenção de compra (**49%**) entre os respondentes, seguida da **Geração Z**, com idades de **21 a 27 anos (46%)**. Na sequência, está a **Geração X**, com idades de **44 a 59 anos (43%)**.
- Já os **Baby Boomers**, geração com idades de sua **60 a 78** anos, representam a menor intenção de compra - **39%** afirmam que devem comprar um novo imóvel nos próximos 2 anos.
- Quanto a intenção de locação de um imóvel, nota-se que os representantes da **Geração Z**, com idades entre **21 a 27 anos**, são os que apresentam a maior intenção de locação (**26%**), enquanto os **Baby Boomers**, geração com idades de sua **60 a 78** anos, representam a menor intenção de locação, apenas **10% desses afirmar pretender locar um imóvel**.

AS DIFERENTES RENDAS



- Os entrevistados com renda **acima de R\$ 15 mil** são os que têm a maior intenção de compra para os próximos 24 meses, chegando a **55%**.
- A renda entre **R\$ 2,5 mil e R\$ 5 mil** é a faixa com a **menor intenção**, com **39%**.
- O tipo de imóvel de desejo para as rendas acima de R\$ 15 mil é o apartamento (64%) enquanto Casa em rua é a preferência das famílias de renda mensal abaixo de R\$ 15 mil.
- No interior, o imóvel de desejo para todas as faixas é a Casa em rua. Este tipo de imóvel é ainda mais desejado pelos entrevistados com renda entre R\$ 2,5 e R\$ 5 mil, 61%.
-

AS DIFERENTES RENDAS



- Analisando a intenção de locação, observa-se que os entrevistados com renda **entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil**, são os que têm a maior intenção de locação para os próximos 24 meses, chegando a **19%**
- Que a renda entre **R\$ 10 mil e R\$ 15 mil** é a faixa com a **menor intenção de locação**, com **15%**.
- Nota-se, que o público com renda entre **R\$ 2,5 mil e R\$ 5 mil**, apresenta uma intenção de locação coincidente com a intenção de locação geral observada, sendo ambas de **17%**.



SOCIODEMOGRAFIA



PROJEÇÃO DE POPULAÇÃO E DOMICÍLIOS

2025 A 2030



BRA!N

POPULAÇÃO

LOCALIDADE	População			Variação Anual	
	2000	2010	2024*	2000-2010	2010-2024
Boa Vista	200.383	284.313	426.594	3,6%	2,9%
Roraima	324.152	450.479	658.122	3,3%	2,7%
Brasil	169.590.693	190.755.794	204.765.482	1,2%	0,5%

CRESCIMENTO ANUAL DA POPULAÇÃO: 2025 A 2030

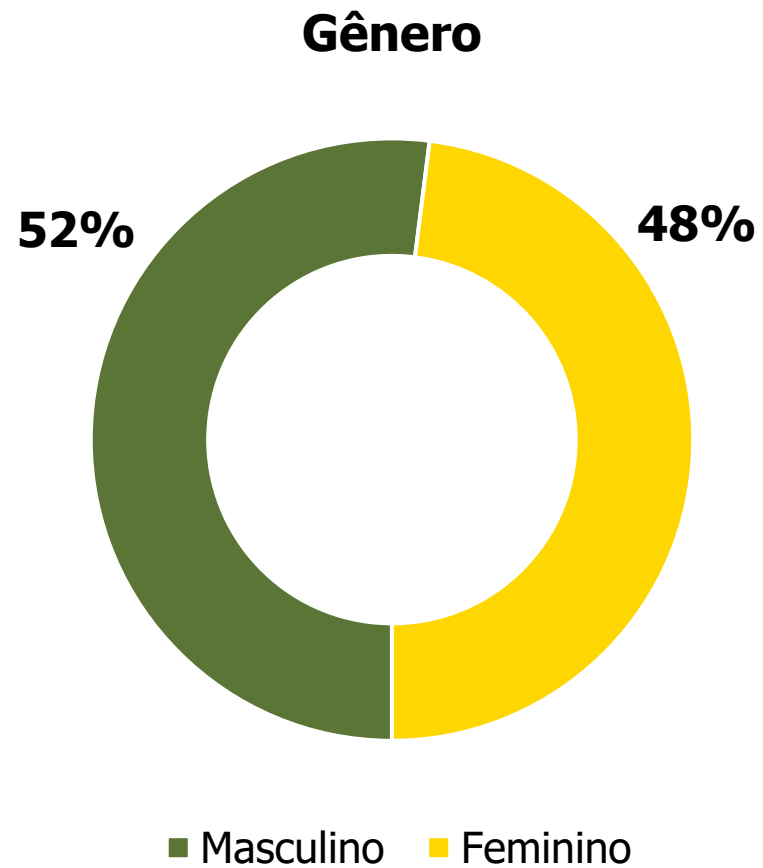
Localidade	Boa Vista	Roraima	Brasil
2025	12.545	18.063	1.039.199
2026	12.914	18.559	1.044.473
2027	13.293	19.069	1.049.774
2028	13.684	19.592	1.055.102
2029	14.087	20.130	1.060.456
2030	14.501	20.682	1.065.838
Média	13.504	19.349	1.052.474
Total	81.023	116.095	6.314.842

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

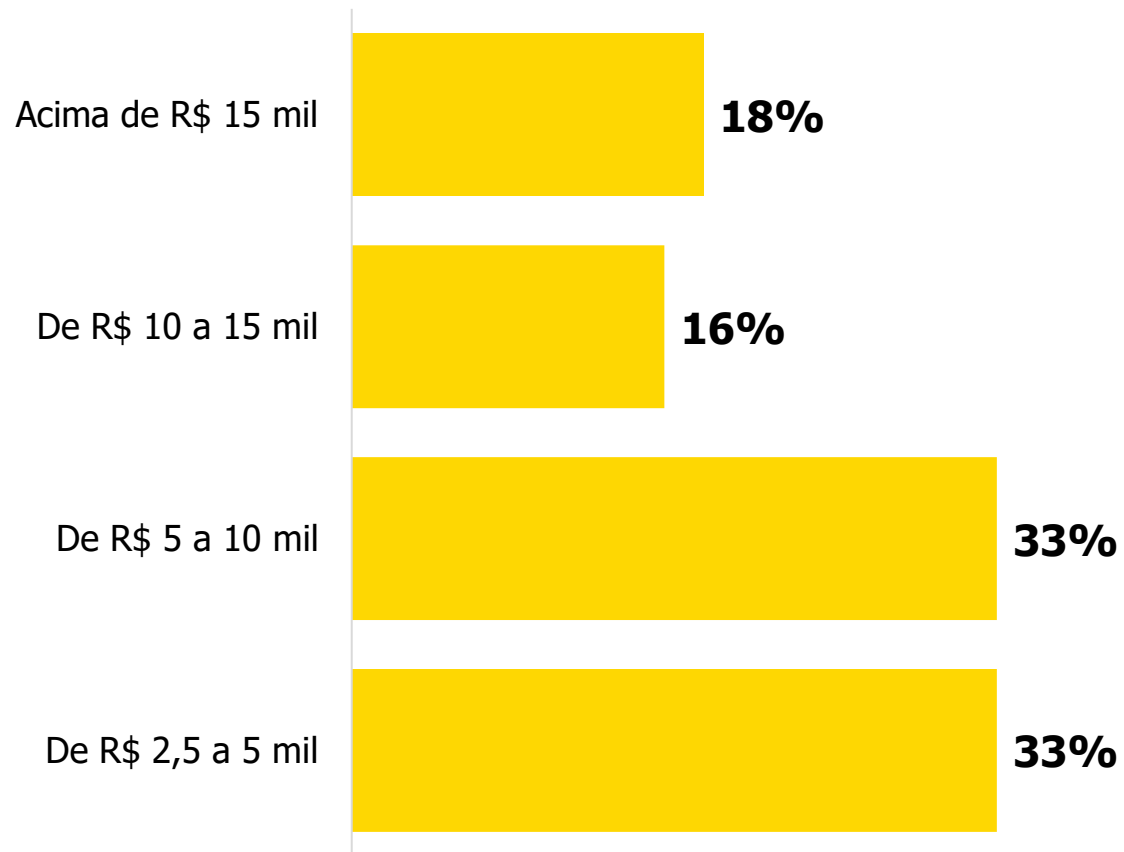
BRA!N
Inteligência Estratégica



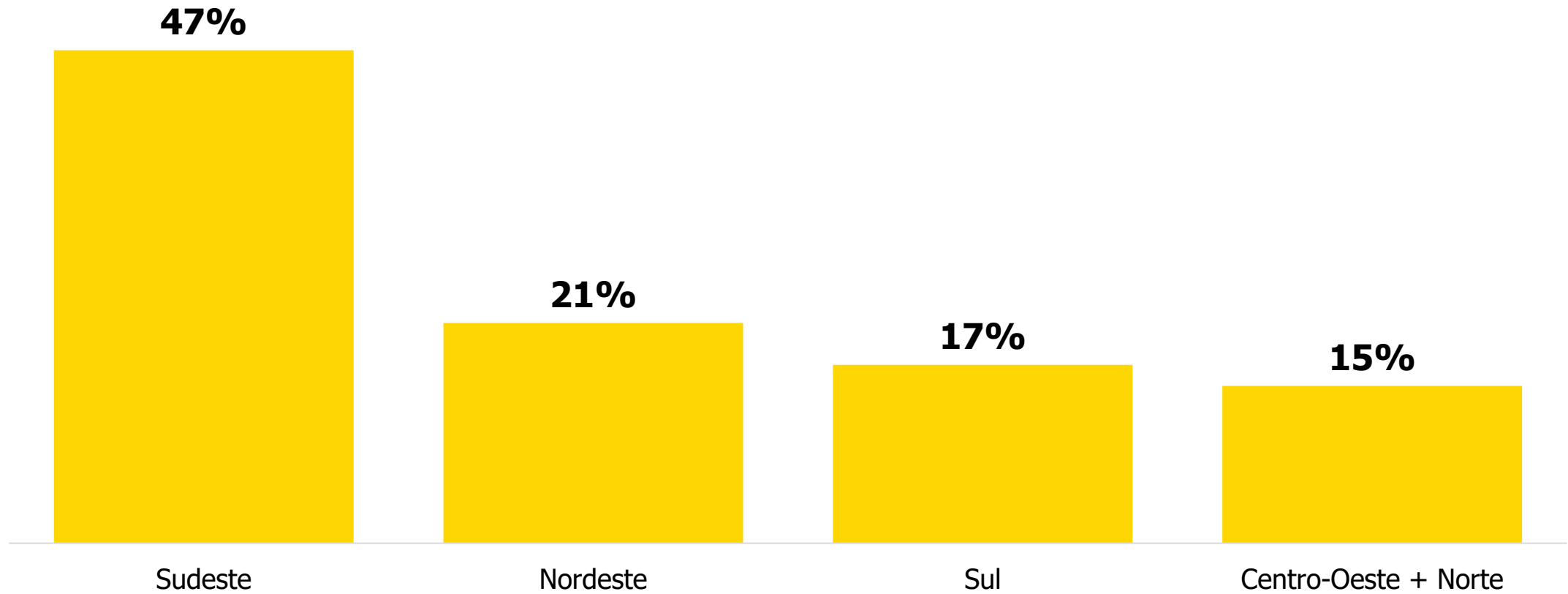
PERFIL DOS ENTREVISTADOS



Renda Familiar Mensal

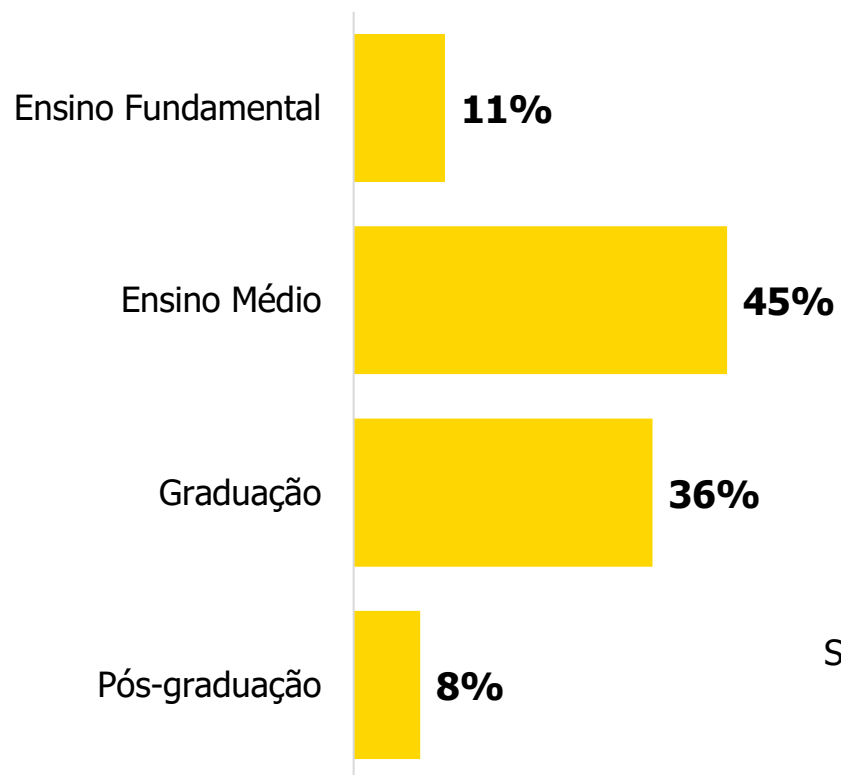


REPRESENTATIVIDADE REGIONAL

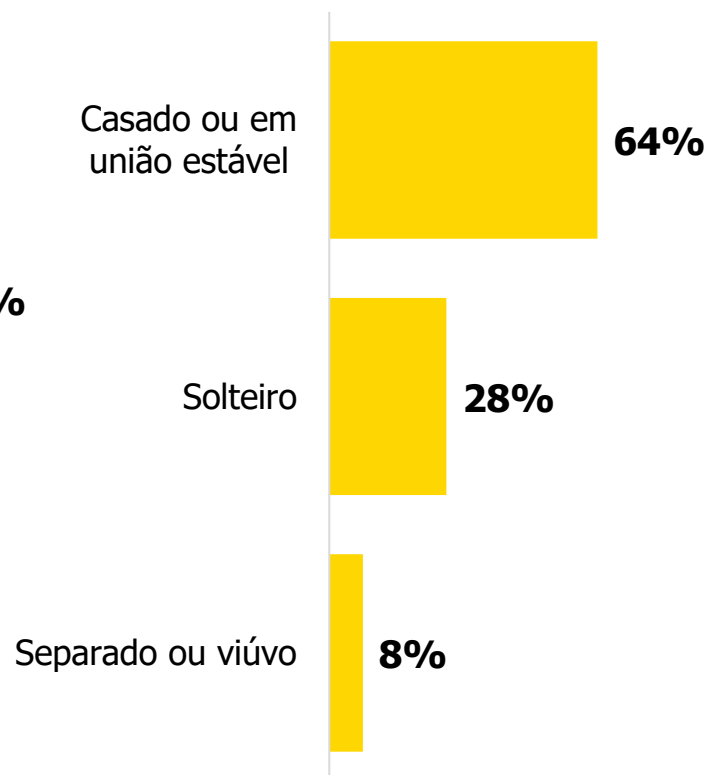


ENTREVISTADOS

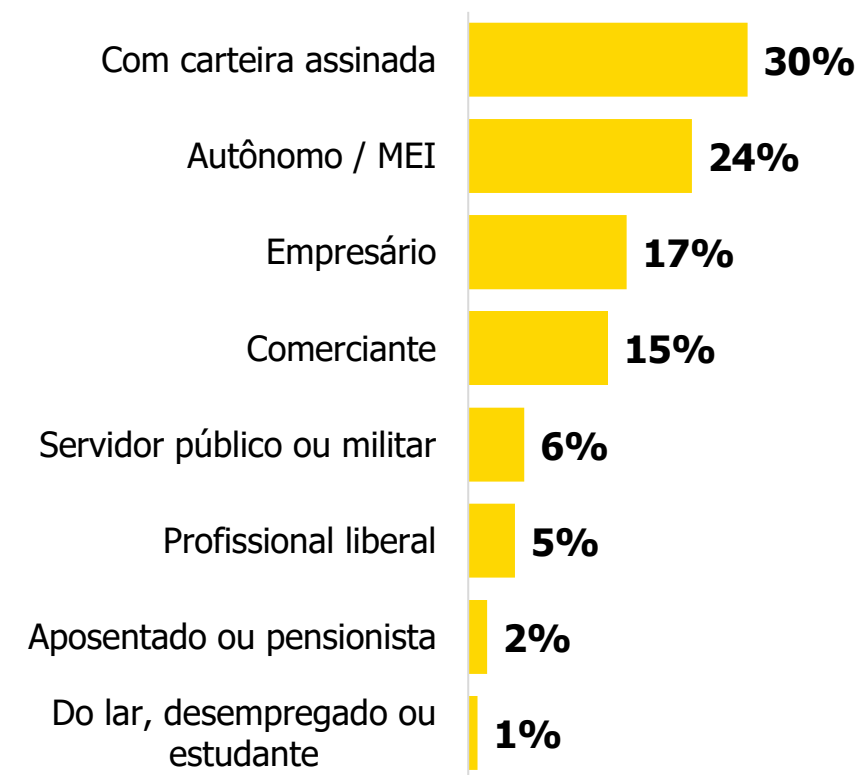
Escolaridade



Estado Civil



Profissão



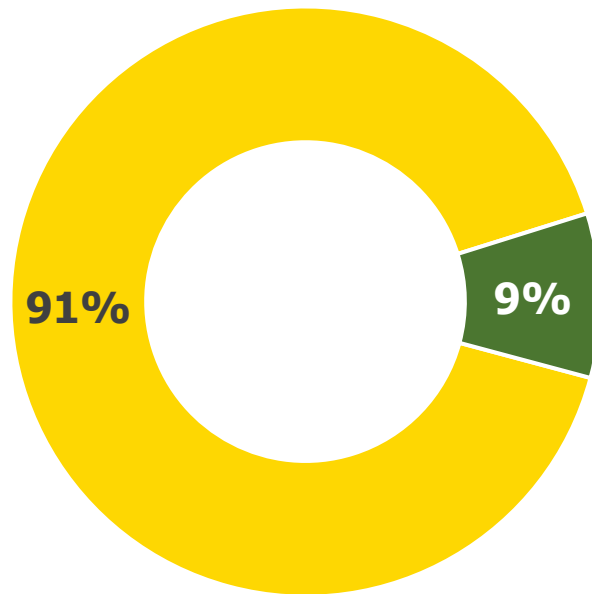
**COMPRA NOS
ÚLTIMOS 12 MESES**

BRAIN
Inteligência Estratégica



TIPO DE IMÓVEL COMPRADO

Comprou imóvel nos últimos 12 meses



● Não ● Sim

Residencial - Moradia

90%

Residencial - Lazer

7%

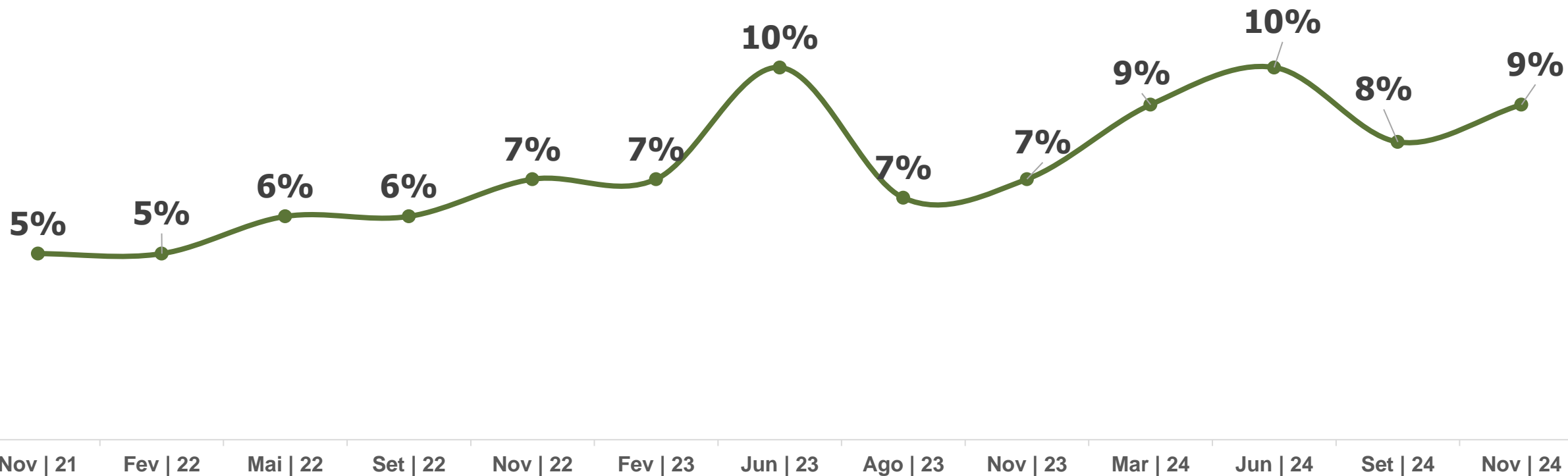
Comercial

9%

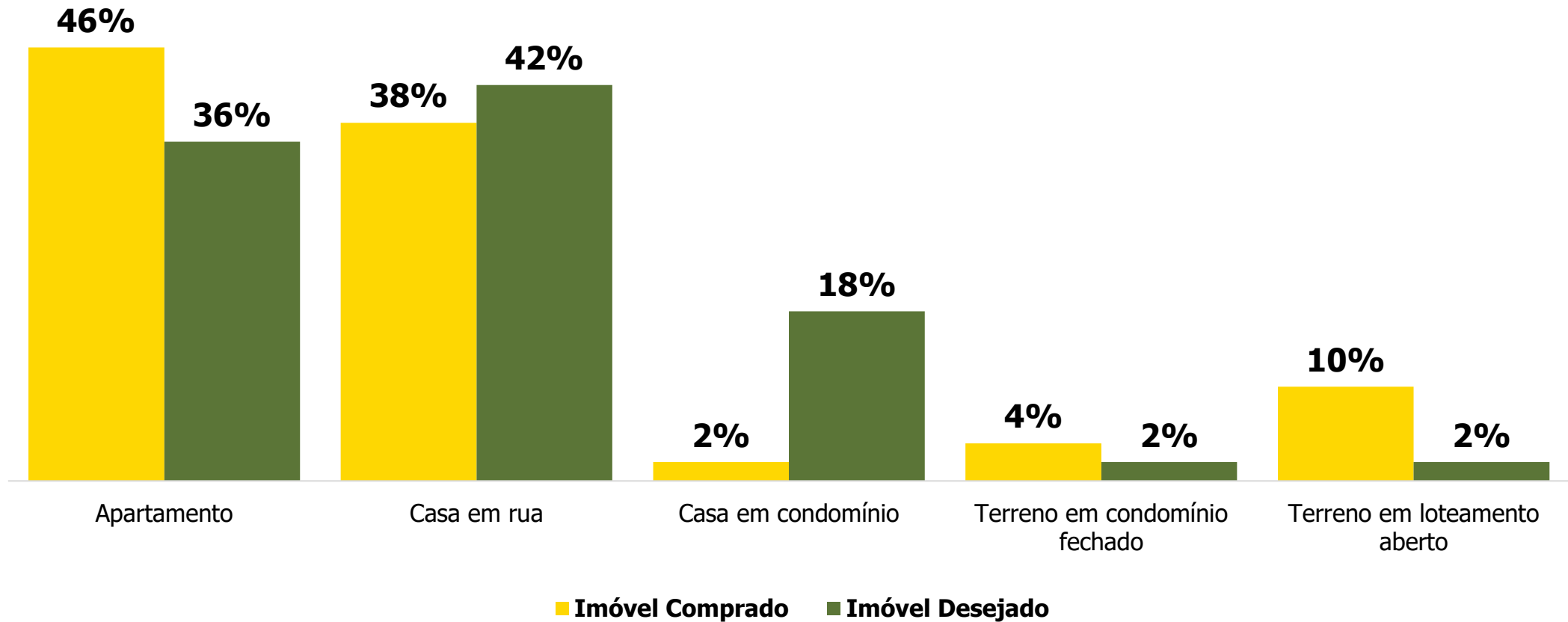
Resposta múltipla, total superior a 100%

EVOLUÇÃO DA COMPRA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

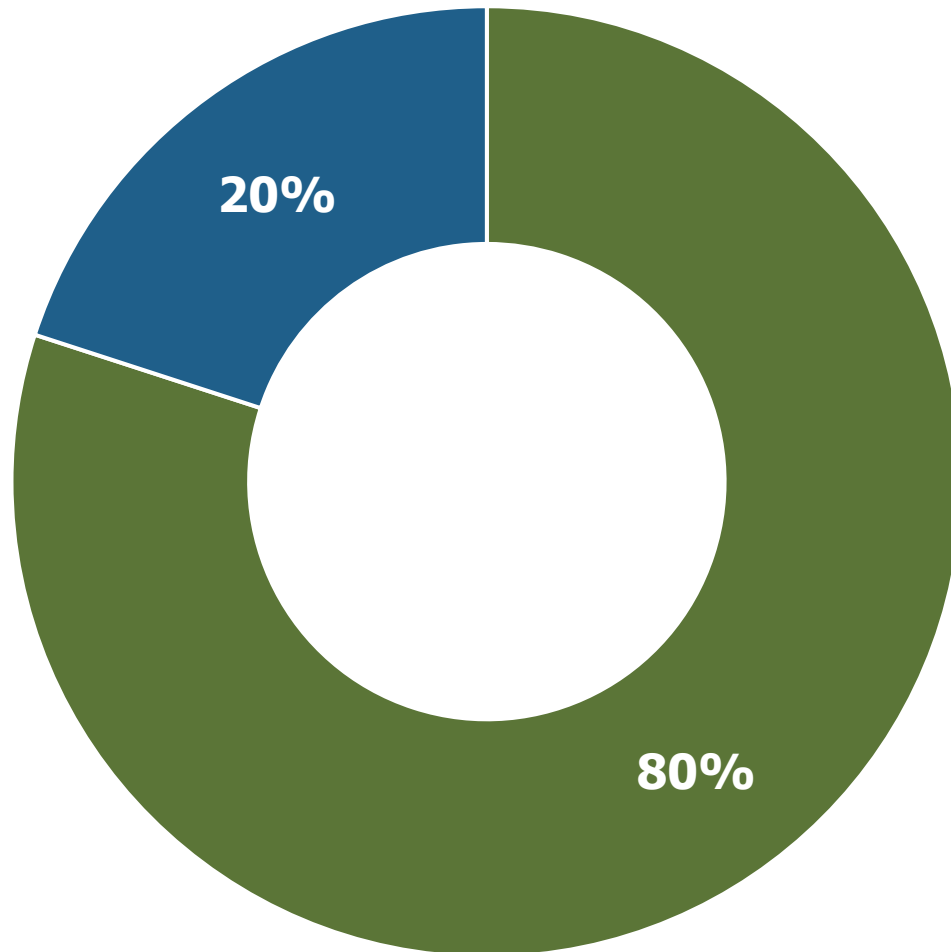
2º Trimestre 2021 – 4º Trimestre 2024



TIPO DE IMÓVEL RESIDENCIAL | COMPRADO X DESEJO



MOTIVO DA COMPRA DO IMÓVEL

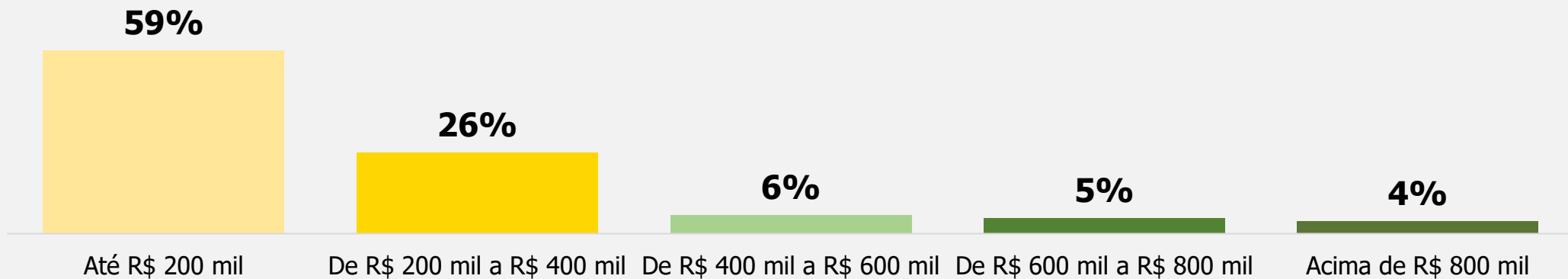


■ Uso próprio

■ Investimento para alugar ou revender

VALOR DO IMÓVEL COMPRADO

4º TRIMESTRE DE 2024



3º TRIMESTRE DE 2024

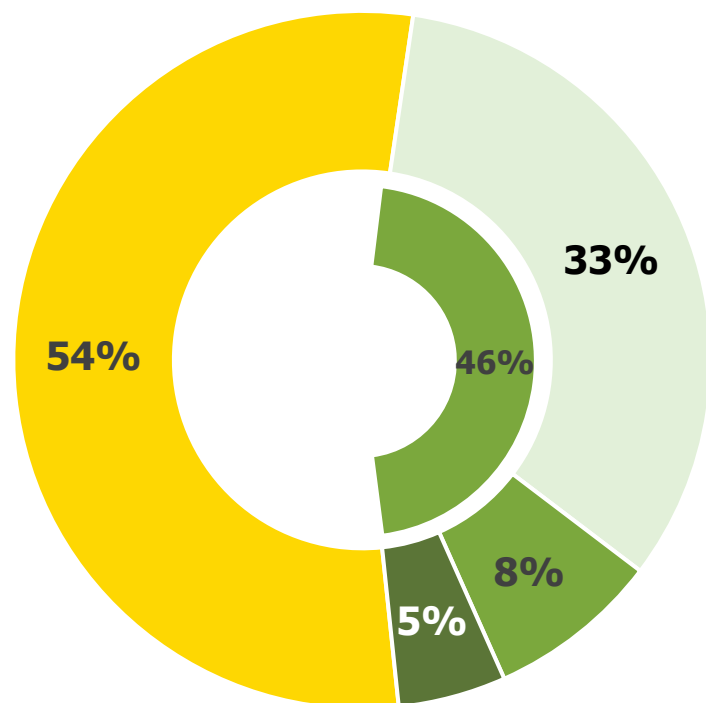


INTENÇÃO DE COMPRA

BRA!N
Inteligência Estratégica

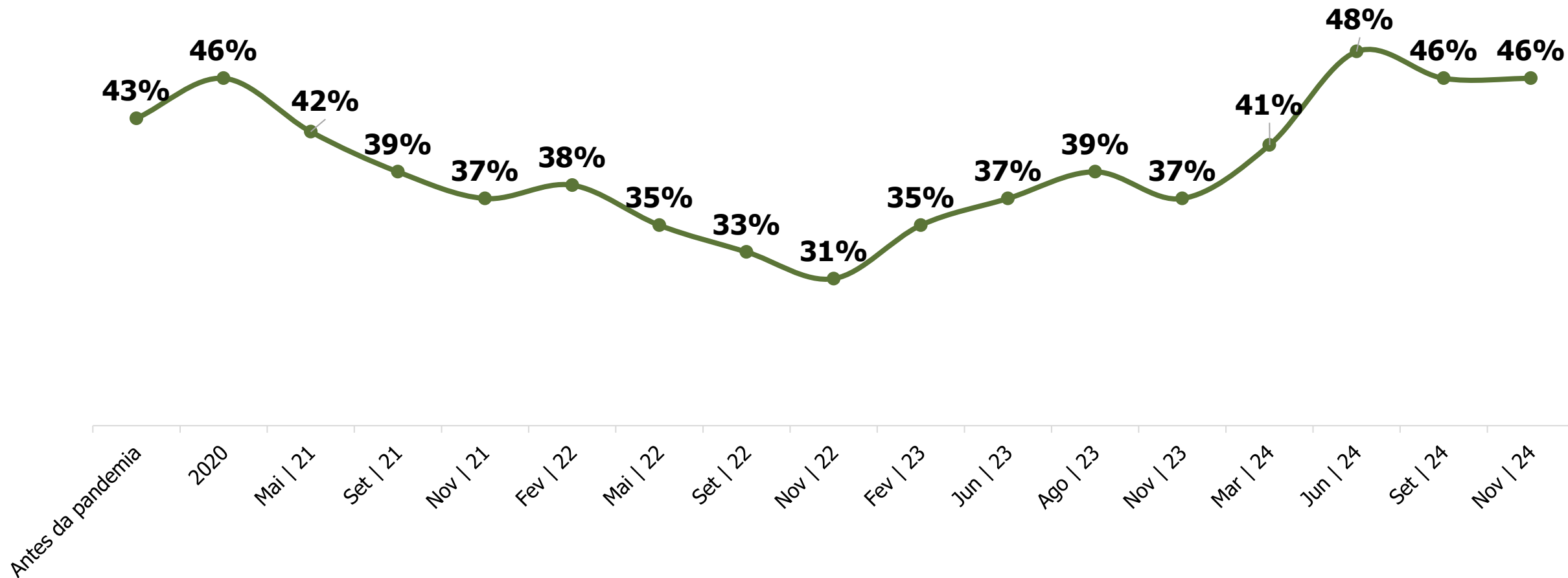


INTENÇÃO DE COMPRA

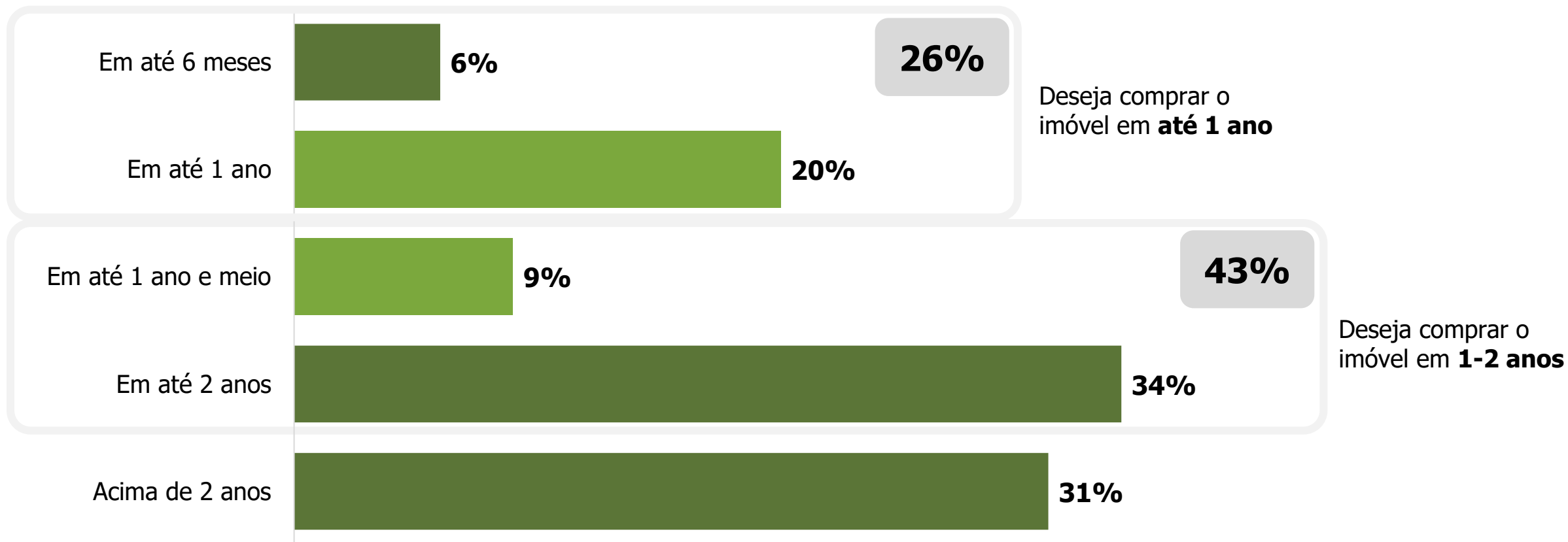


- Não pretende comprar imóvel neste período
- Pretende comprar, mas ainda não começou a procurar
- Pretende comprar e já está procurando na internet
- Pretende comprar e já começou a visitar imobiliárias, stands de vendas e imóveis

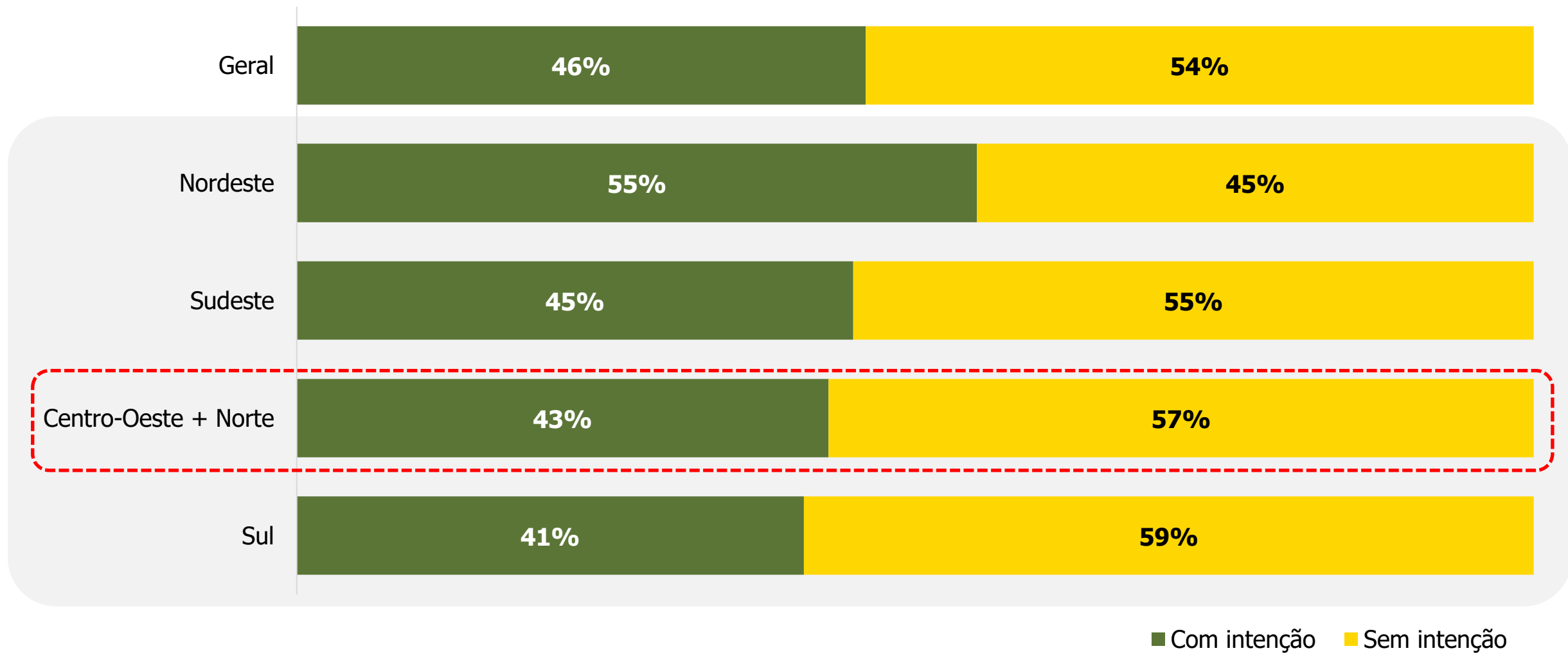
INTENÇÃO DE COMPRA



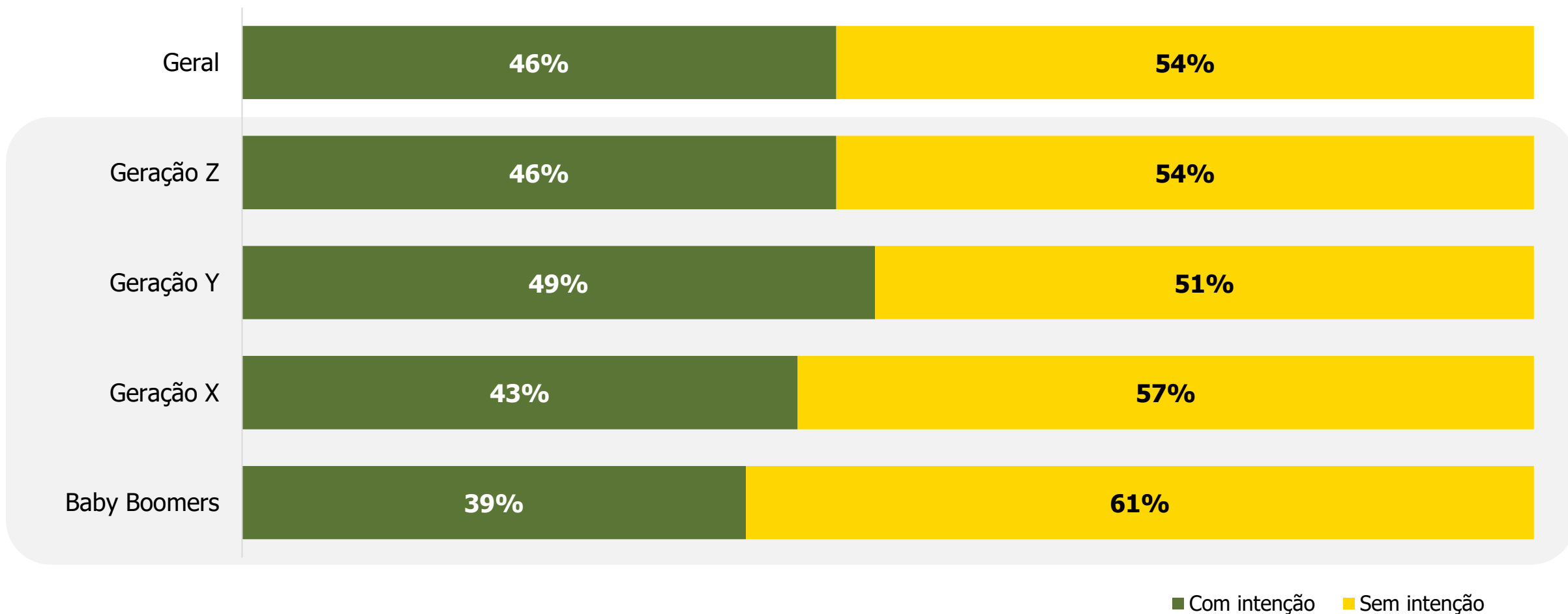
TEMPO PARA INTENÇÃO DE COMPRA



INTENÇÃO DE COMPRA POR REGIÃO

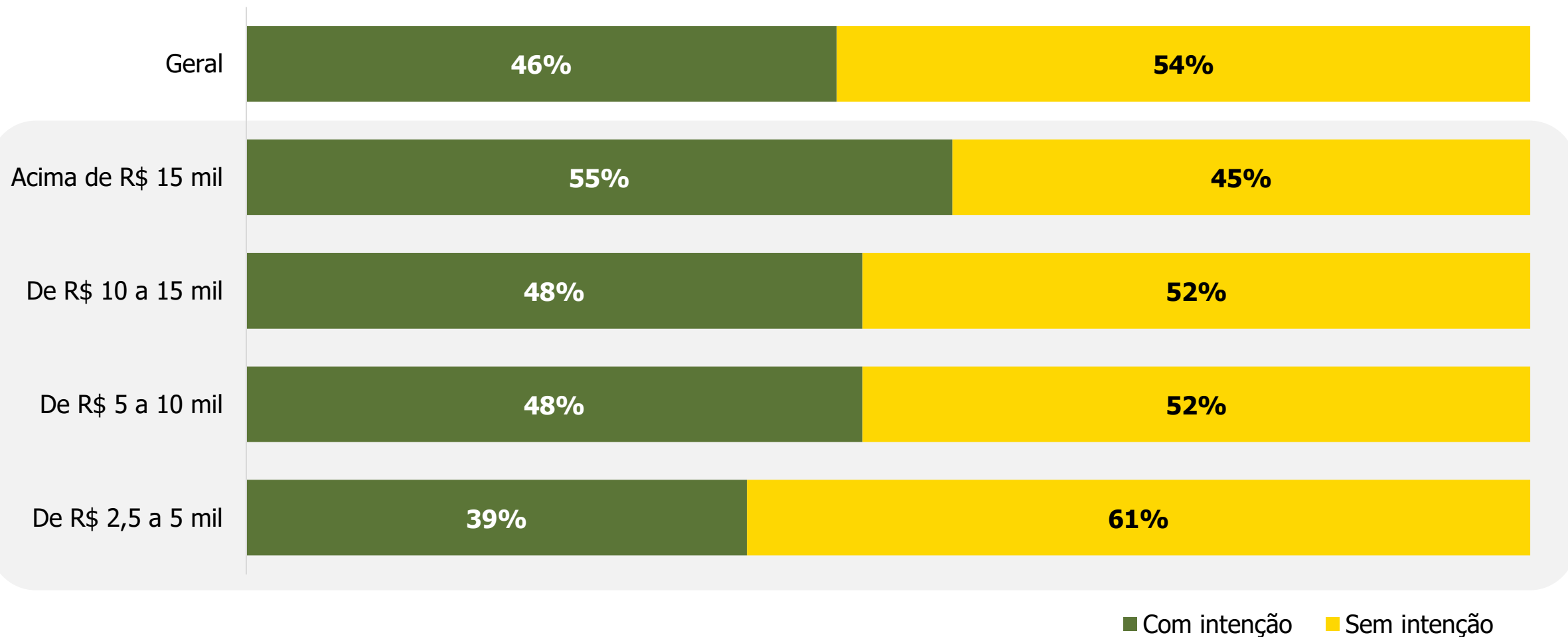


INTENÇÃO DE COMPRA POR GERAÇÃO



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

INTENÇÃO DE COMPRA POR RENDA

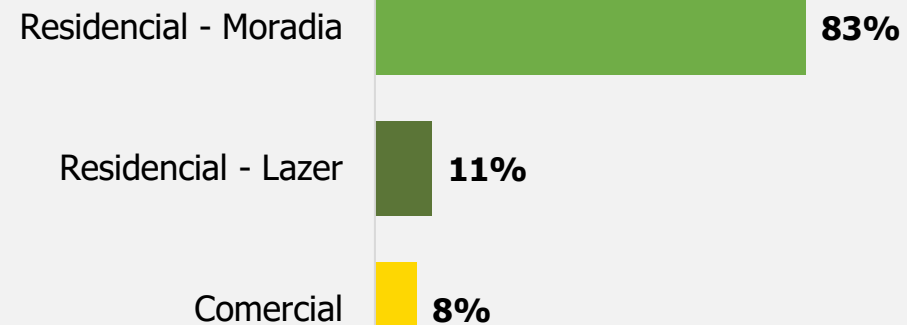


CARACTERÍSTICAS DO DESEJO DE COMPRA

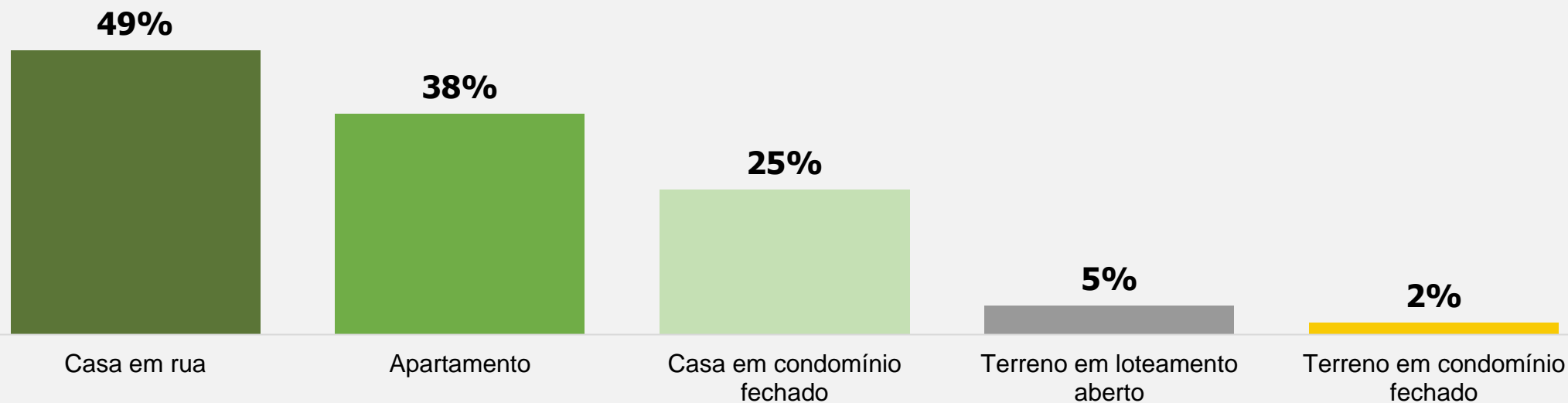
BRAIN
Inteligência Estratégica



TIPO DE IMÓVEL DESEJADO

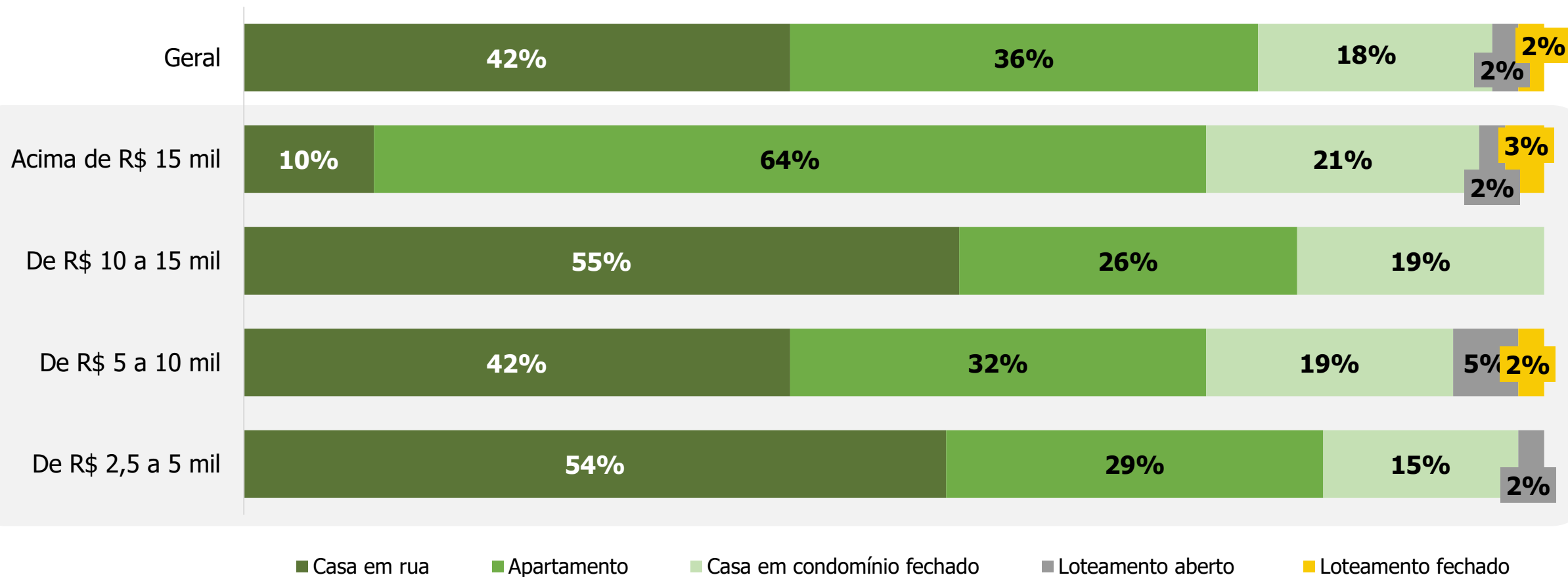


RESIDENCIAL



RESPOSTAS MÚLTIPLAS, TOTAL SUPERIOR A 100%

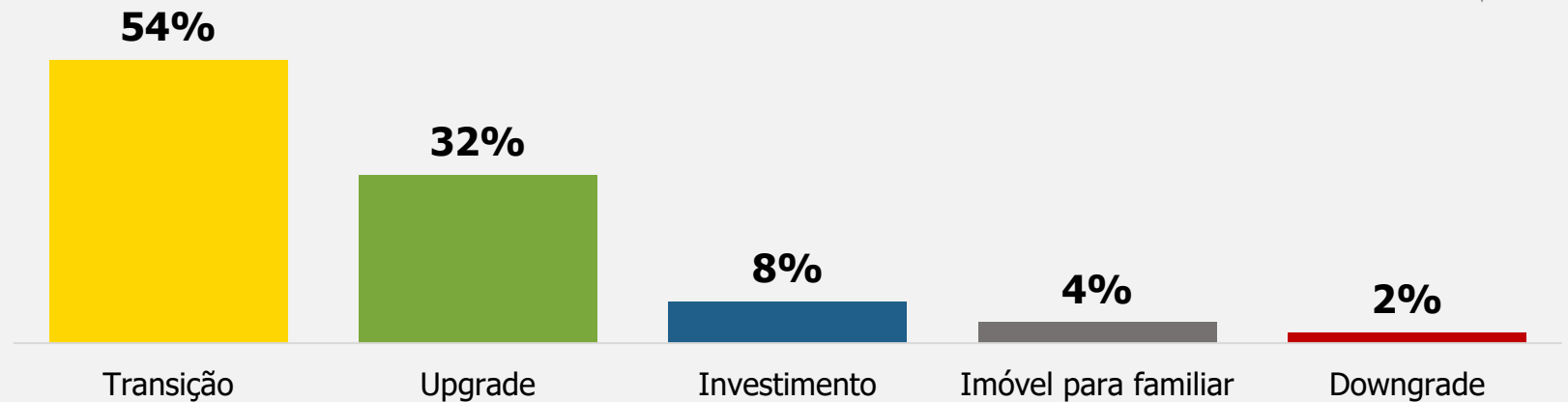
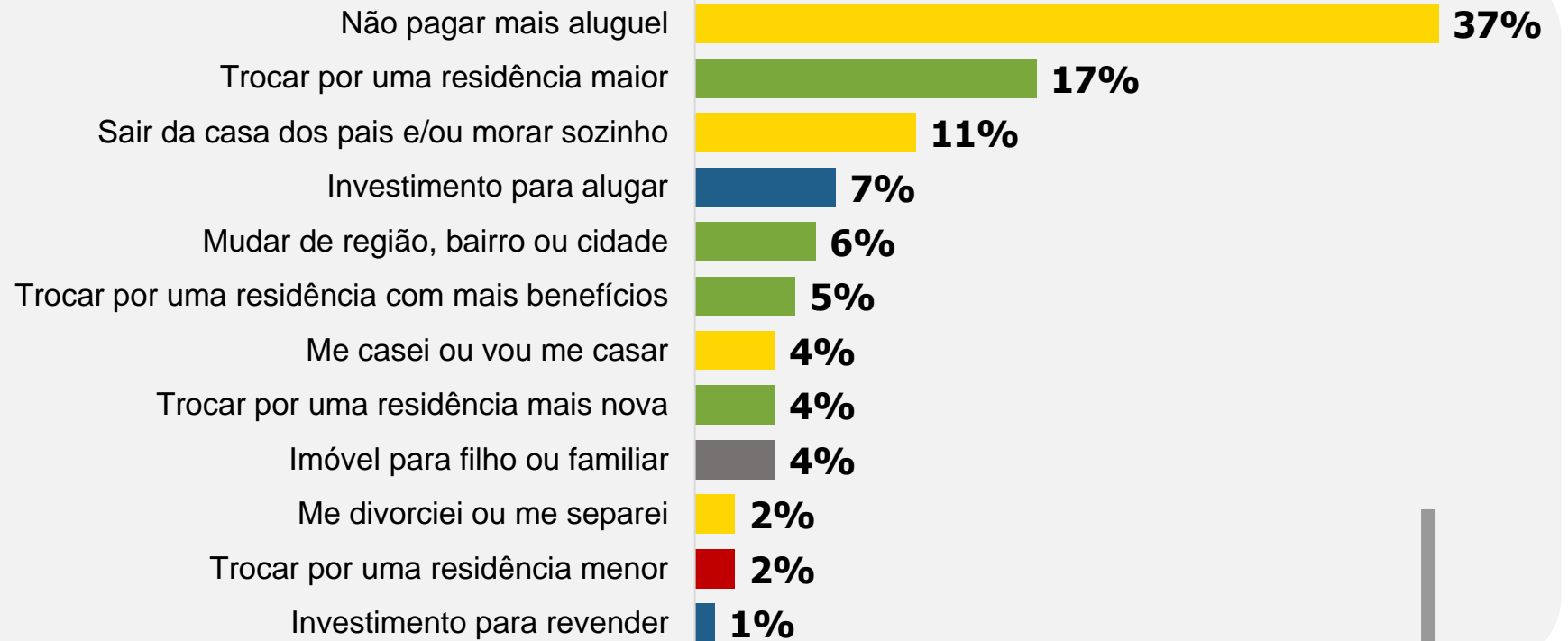
TIPO DE IMÓVEL DESEJADO POR RENDA



APENAS 1ª RESPOSTA, TOTAL DE 100%

MOTIVO DA COMPRA

Geral



SOBRE ESTE RELATÓRIO

Tipo de estudo:

PANORAMA MERCADO IMOBILIÁRIO



Local do estudo:

BOA VISTA

Período de realização:

4º TRIMESTRE 2024





COMPARATIVO LANÇAMENTOS E VENDAS POR TRIMESTRE E ANO



EMPREENDIMENTOS LANÇADOS E VENDIDOS

HORIZONTAL E VERTICAL

	Lançamentos	Vendas	Oferta Final
3T 2024 - 4T 2024	124,0%	453,0%	19,5%
4T 2023 - 4T 2024		242,0%	192,0%
12M 2023 - 12M 2024	80,0%	75,0%	110,0%


FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN



COMPARATIVO NORTE x NORDESTE




COMPARATIVO - NORTE



Capitais	Norte				
	Lançamentos	Vendas	Oferta Final	V.G.V	
Boa Vista	80%	75%	110%	26%	3º
Manaus	63%	62%	-15%	34%	2º
Palmas	-60%	-58%	9%	20%	
Belém	-17%	22%	14%	56%	1º
Porto Velho	0%	21%	-37%	18%	
Rio Branco	-67%	-58%	-41%	9%	

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

COMPARATIVO - NORDESTE



	Nordeste			
Capitais	Lançamentos	Vendas	Oferta Final	V.G.V
Boa Vista	80%	75%	110%	26%
Fortaleza	-4%	23%	-11%	4%
Recife	13%	64%	7%	24%
Maceió	104%	141%	15%	18%
São Luís	70%	60%	17%	18%
Teresina	-16%	-32%	-27%	21%
Salvador	63%	84%	10%	14%

1º

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN



LANÇAMENTOS E VENDAS POR TRIMESTRE



LANÇAMENTOS POR TRIMESTRE



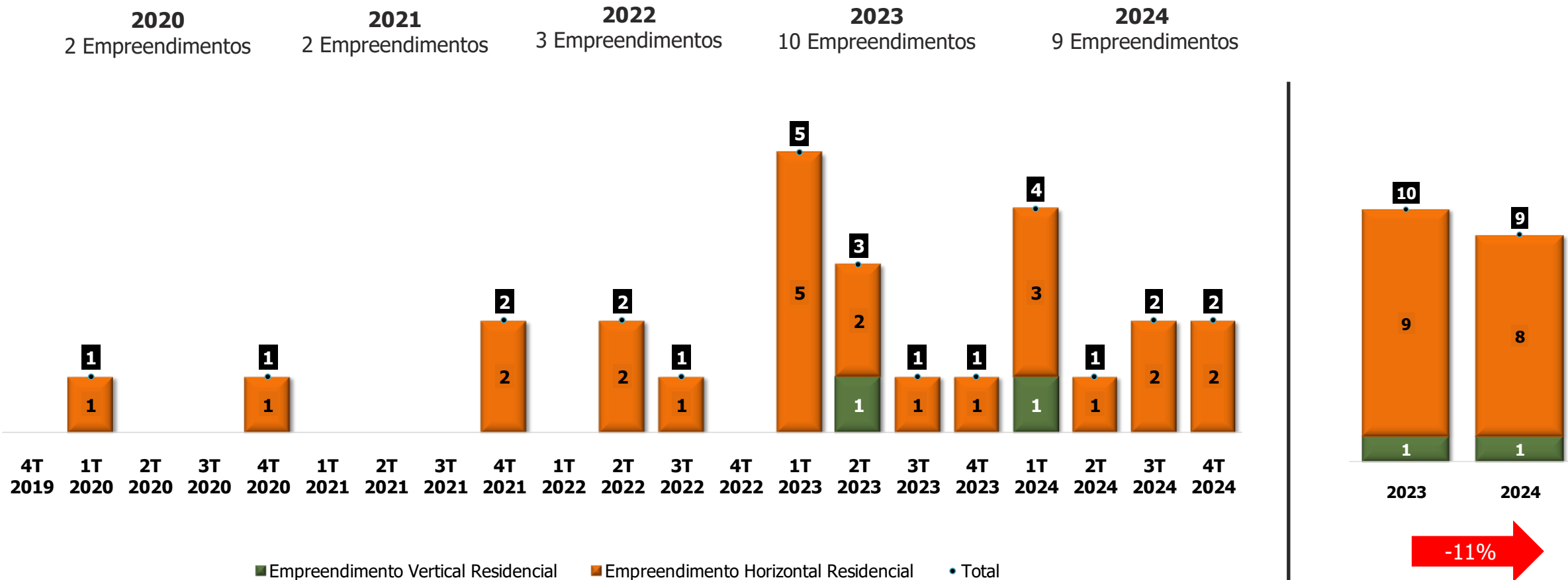
BRA!N



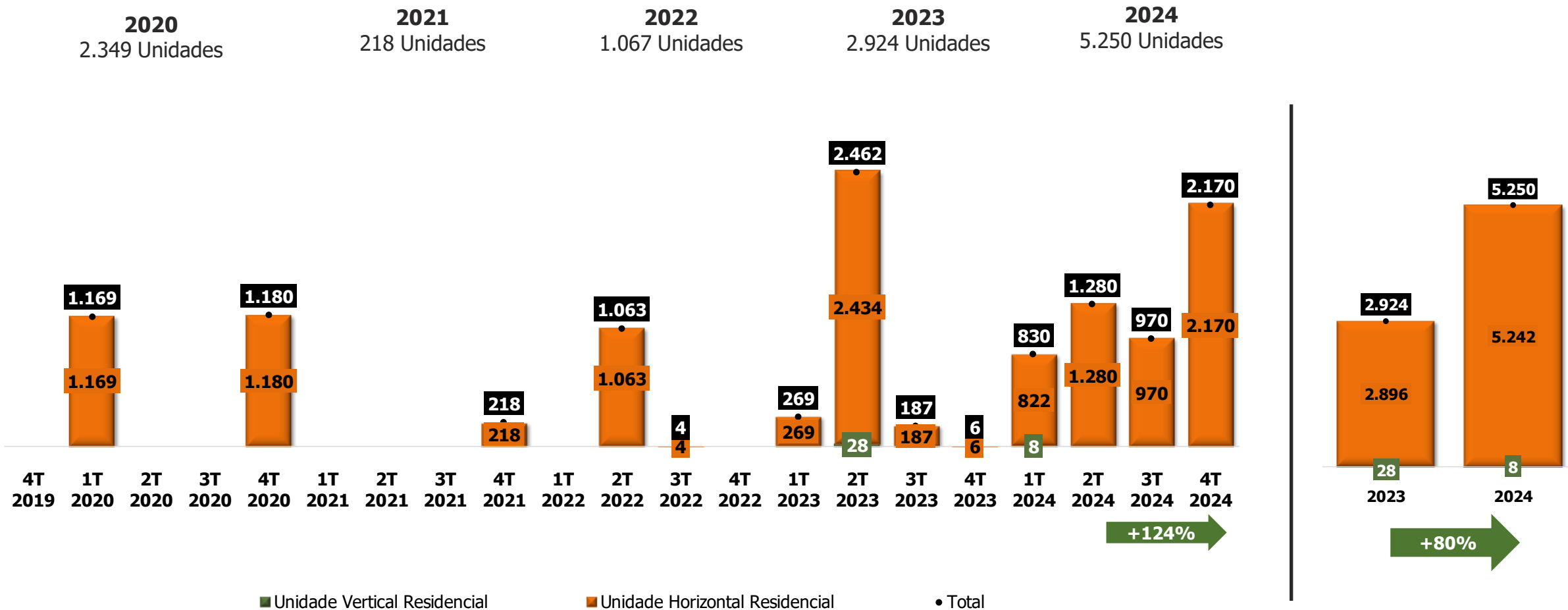
DADOS DE LANÇAMENTOS POR TRIMESTRE

	Tipo do Imóvel	POR TRIMESTRE				POR ANO		
		4T 2022	4T 2023	4T 2024	4T 2023 - 4T 2024	2023	2024	2023 x 2024
EMPREENDIMENTOS	Residencial Vertical	0	0	0	-	1	1	0,0%
	Residencial Horizontal	0	1	2	100,0%	9	8	-11,1%
	Total Mercado	0	1	2	100,0%	10	9	-10,0%
UNIDADES	Residencial Vertical	0	0	0	-	28	8	-71,4%
	Residencial Horizontal	0	6	2.170		2.896	5.242	81,0%
	Total Mercado	0	6	2.170	36066,7%	2.924	5.250	79,5%
VGV LANÇADO (R\$ milhões)	Residencial Vertical	0	0	0,0	-	99,4	7,1	-92,9%
	Residencial Horizontal	0,0	9,6	179,7		563,2	873,8	55,2%
	Total Mercado	0,0	9,6	179,7	1771,4%	663	881	33,0%

EMPREENDIMENTOS LANÇADOS | POR TRIMESTRE

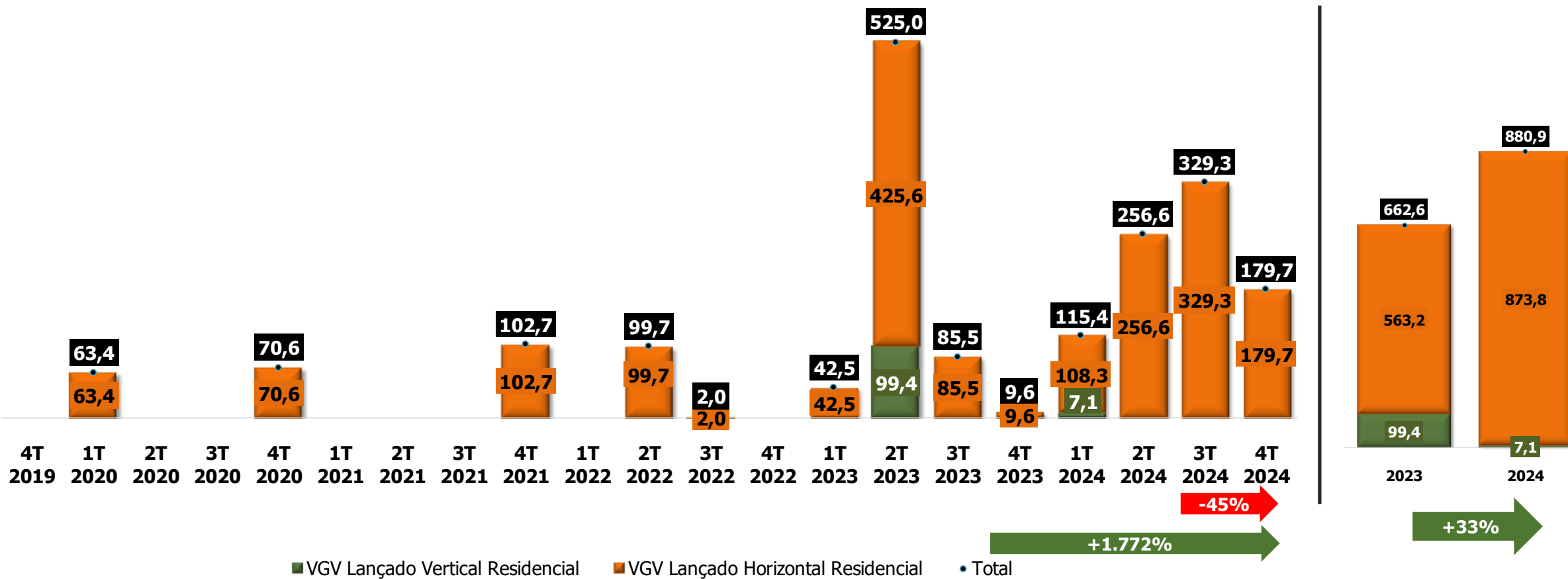


UNIDADES LANÇADAS | POR TRIMESTRE



VGV LANÇADO (milhões) | POR TRIMESTRE

2020 R\$ 134 VGV LANÇ.
2021 R\$ 102,7 VGV LANÇ.
2022 R\$ 101,7 VGV LANÇ.
2023 R\$ 662,6 VGV LANÇ.
2024 R\$ 880,9 VGV LANÇ.



VENDAS POR TRIMESTRE



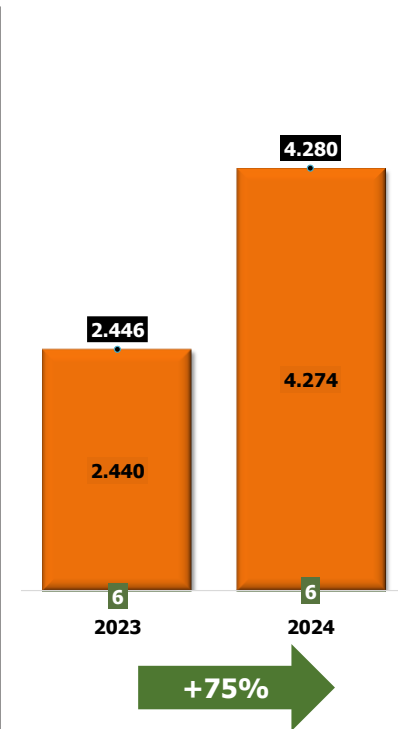
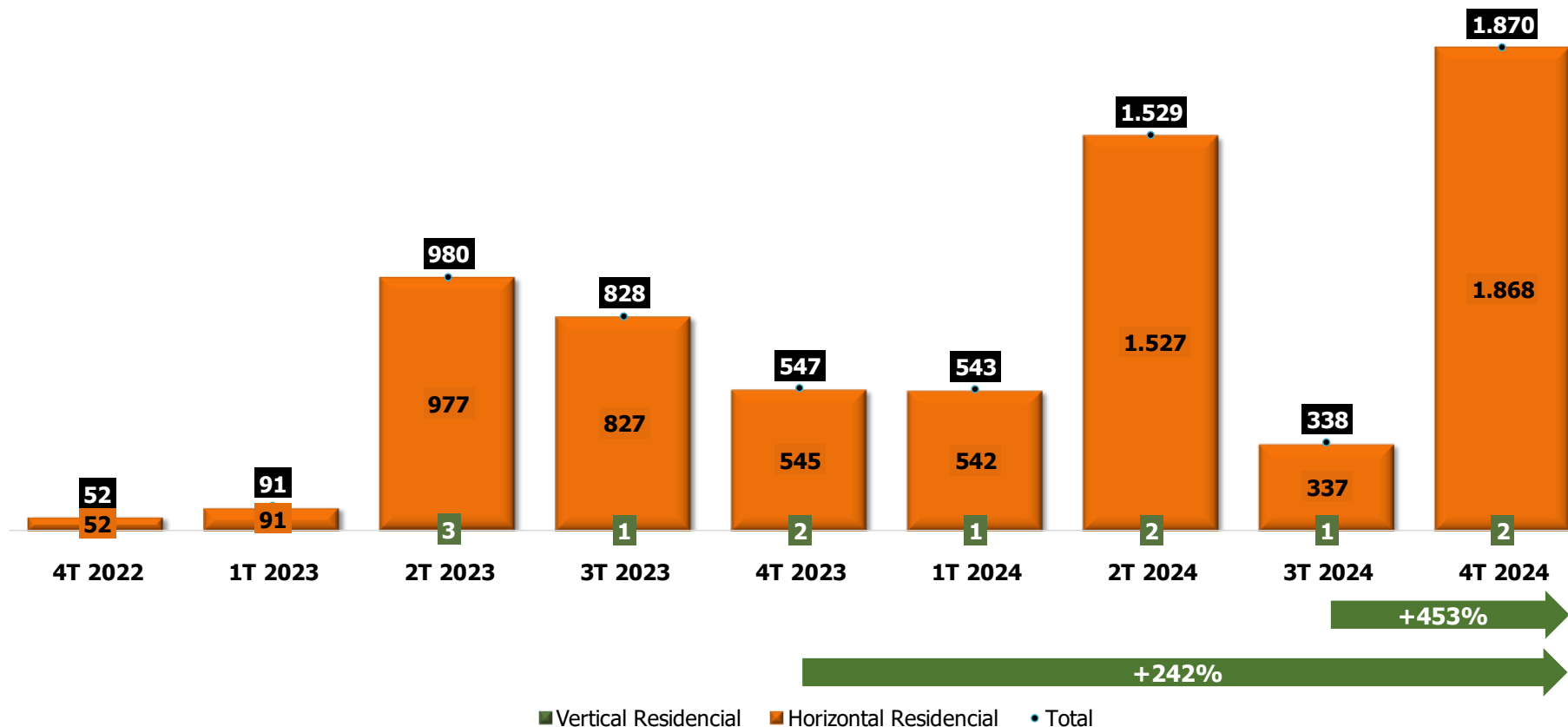
BRA!N



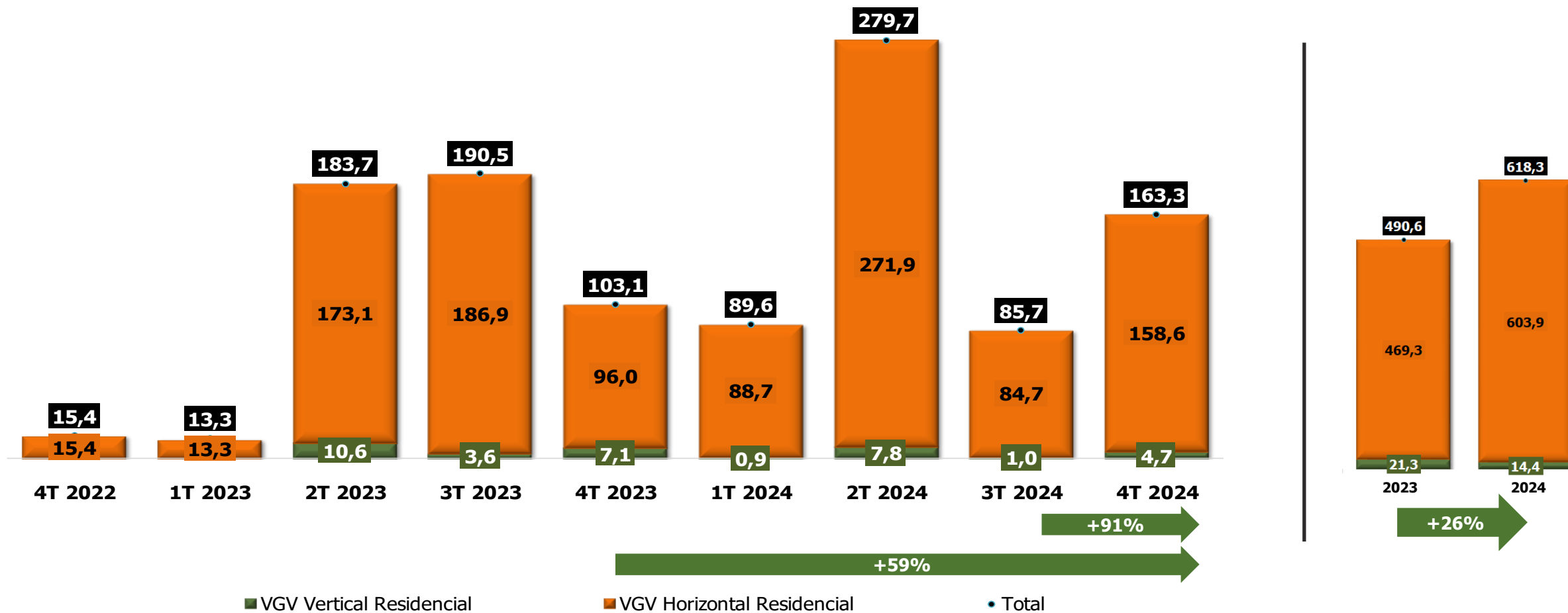
DADOS DE VENDAS POR TRIMESTRE


		POR TRIMESTRE				POR ANO		
UNDADES	Tipo do Imóvel	4T 2022	4T 2023	4T 2024	4T 2023 - 4T 2024	2023	2024	2023 x 2024
		Residencial Vertical	0	2	2	0,0%	6	6
	Residencial Horizontal	52	545	1.868	242,8%	2.440	4.274	75,2%
	Total Mercado	52	547	1.870	241,9%	2.446	4.280	75,0%
VGV (R\$ milhões)	Residencial Vertical	0	7,1	4,7	-34,1%	21,2	14,4	-32,2%
	Residencial Horizontal	15,4	95,9	158,6	65,4%	469,2	603,9	28,7%
	Total Mercado	15,4	103,0	163,3	58,5%	490,4	618,3	26,1%

UNIDADES VENDIDAS | POR TRIMESTRE



VGV VENDIDO (milhões) | POR TRIMESTRE



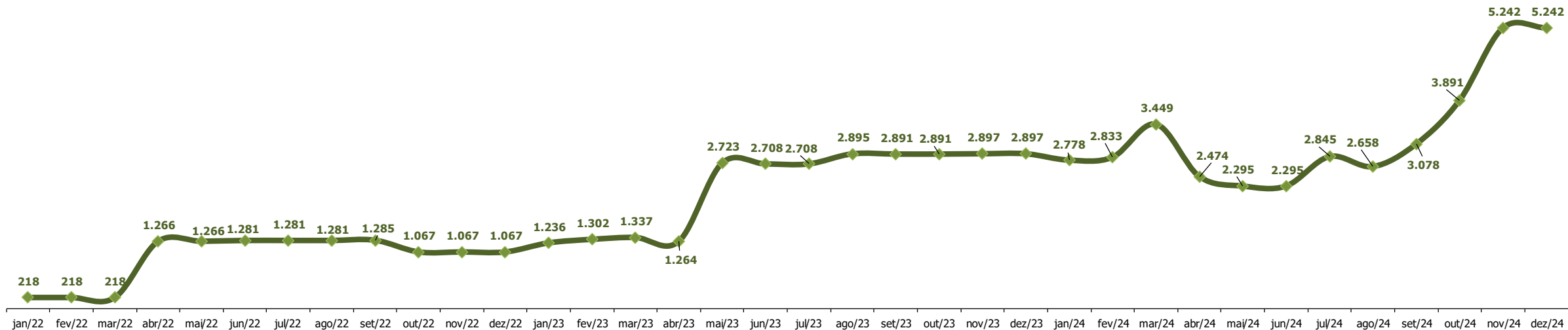
A cluster of five yellow, pill-shaped decorative dots arranged in a semi-circle on the left side of the slide.

ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL HORIZONTAL



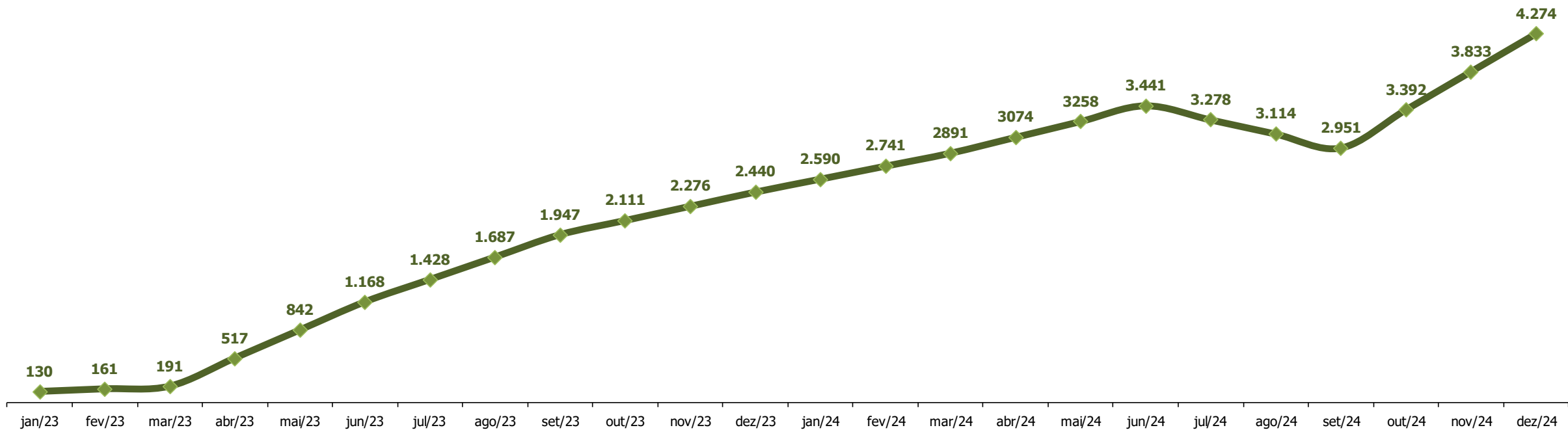
UNIDADES LANÇADAS HORIZONTAIS

ACUMULADO ÚLTIMO 12 MESES



UNIDADES VENDIDAS HORIZONTAIS

ACUMULADO ÚLTIMO 12 MESES





COMPARATIVO UNIDADES LANÇADAS E UNIDADES VENDIDAS



BRA!N



ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL HORIZONTAL



BRA!N

OFERTA LANÇADA E FINAL | POR TIPOLOGIA

Tipologia	Nº de Empreend.	(%)	Oferta Lançada	(%)	Oferta Final	(%)	Vendas s/O.L.	Disp. s/ O.L
Loteamento Fechado	3	16,7%	1.404	11,4%	490	27,0%	65,1%	34,9%
Casas/Sobrados em Condomínio Fechado	3	16,7%	76	0,6%	32	1,8%	57,9%	42,1%
Loteamento Aberto	12	66,7%	10.846	88,0%	1.294	71,3%	88,1%	11,9%
Total	18	100%	12.326	100%	1.816	100%	85,3%	14,7%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

- A maior oferta lançada dos empreendimentos em comercialização é de loteamento aberto, com 10.846 unidades lançadas (88%);
- A maior absorção em relação a oferta é de lotes em loteamento aberto, uma vez que há somente 11,9% 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 2020	3	16,7%	3.016	24,5%	337	18,6%	88,8%	11,2%
2021	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
2022	1	5,6%	1.407	11,4%	95	5,2%	93,2%	6,8%
2023	6	33,3%	2.662	21,6%	108	5,9%	95,9%	4,1%
2024	8	44,4%	5.241	42,5%	1.276	70,3%	75,7%	24,3%
Após 2021	15	83,3%	9.310	75,5%	1.479	81,4%	84,1%	15,9%
Total	18	100,0%	12.326	100,0%	1.816	100,0%	85,3%	14,7%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

- A maior oferta horizontal lançada, com oferta ativa, ocorreu em 2024, com 5.241 unidades;
- A menor disponibilidade de unidades lançadas são de lançamentos ocorridos em 2023, com 4,1%.

PREÇO E ÁREA MÉDIA | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	m ² Privativo	R\$/m ² privativo
Loteamento Fechado	441.422	362	1.219
Loteamento Aberto	88.461	254	348
Média Loteamentos	135.388	268	505
Casas em Cond. Fechado	389.737	68	5.756

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

O preço médio por metro quadrado dos loteamentos aberto em Boa Vista é 31% inferior a média de loteamento do município.

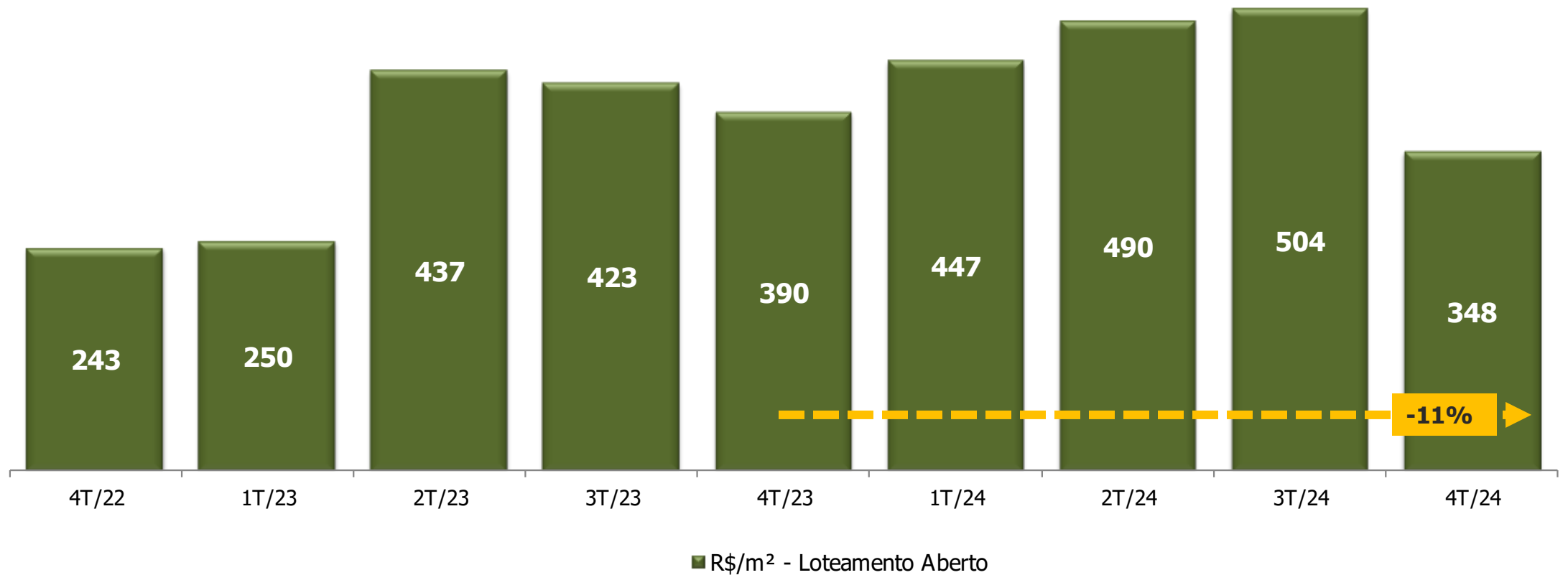


PREÇO

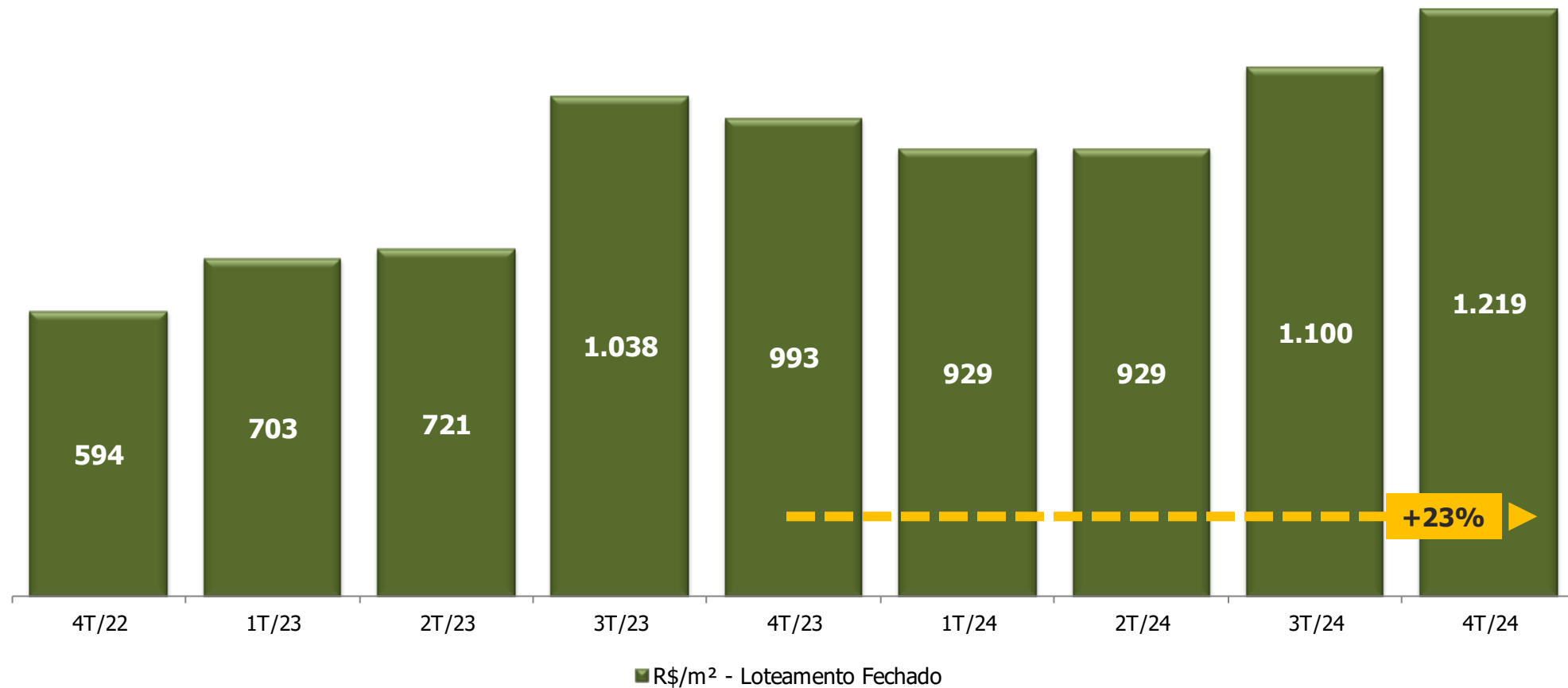


BRA!N

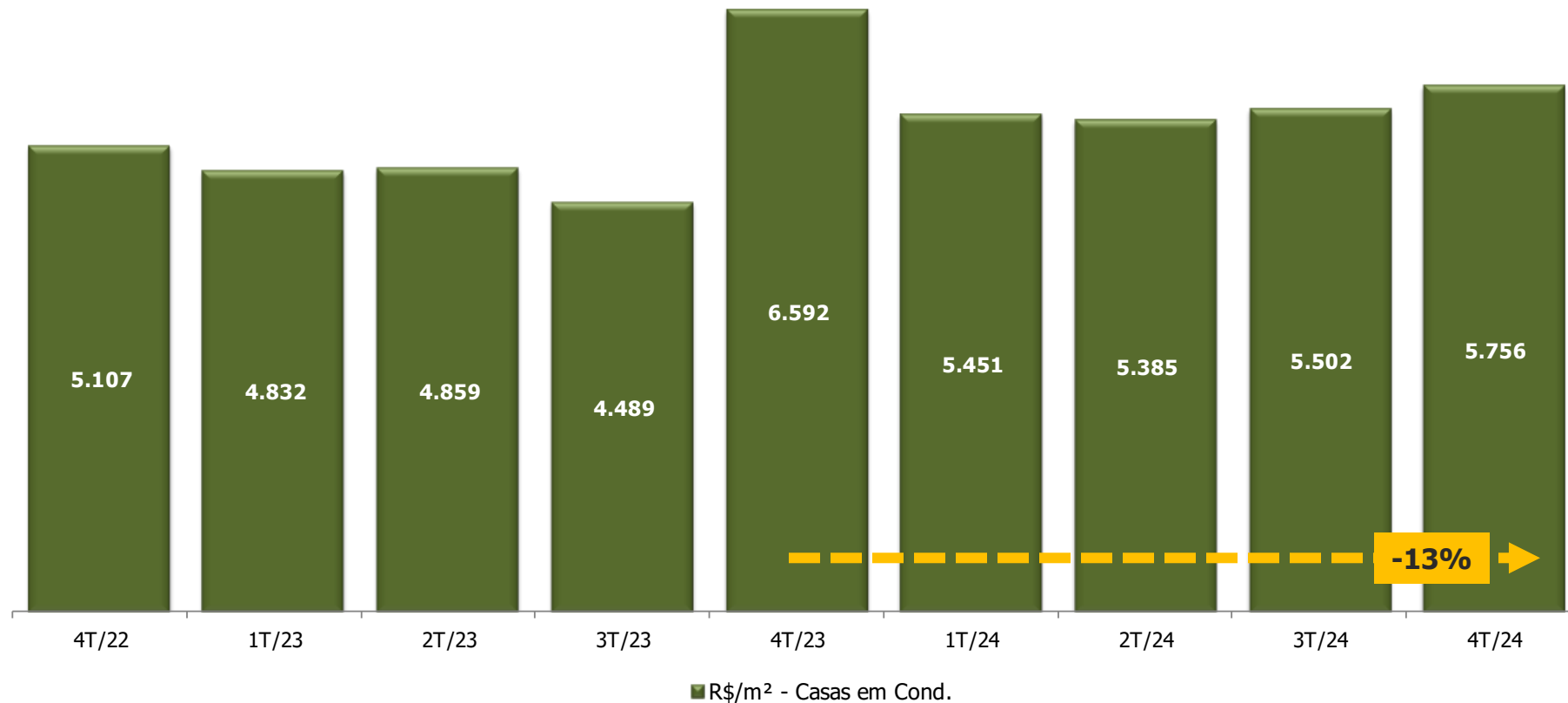
EVOLUÇÃO DO PREÇO/M² - LOT. ABERTO



EVOLUÇÃO DO PREÇO/M² - LOT. FECHADO



EVOLUÇÃO DO PREÇO/M² - CASAS EM COND.



REVENDA HORIZONTALIS



BRA!N

REVENDA DE LOTES ABERTOS

Lote	Bairro	Preço	Área Priv. (m ²)	Preço por m ² (R\$/m ²)
1	Centro	R\$ 620.000	396	1566
2	Paraviana	R\$ 1.560.000	1.200	1300
3	Centro	R\$ 1.290.000	996	1295
4	Caçari	R\$ 438.000	349	1255
5	Cauamé	R\$ 600.000	500	1200
6	Centro	R\$ 1.200.000	1.020	1176
7	Caçari	R\$ 525.000	450	1167
8	Nossa Senhora Aparecida	R\$ 565.000	525	1076
9	Caçari	R\$ 1.160.000	1.100	1055
10	Paraviana	R\$ 470.000	450	1044
11	Centro	R\$ 1.400.000	1.380	1014
12	Caçari	R\$ 1.000.000	1.000	1000
13	Nossa Senhora Aparecida	R\$ 750.000	811	925
14	Centro	R\$ 650.000	722	900
15	Caçari	R\$ 535.000	600	892
16	Nossa Senhora Aparecida	R\$ 550.000	640	859
17	Paraviana	R\$ 395.000	465	849
18	Caçari	R\$ 390.000	468	833
19	Paraviana	R\$ 495.000	600	825
20	Caçari	R\$ 370.000	468	791
21	Paraviana	R\$ 470.000	600	783
22	5 de Outubro	R\$ 330.000	438	753
23	Caçari	R\$ 330.000	438	753

Lote	Bairro	Preço	Área Priv. (m ²)	Preço por m ² (R\$/m ²)
24	Paraviana	R\$ 580.000	786	738
25	Cinturão Verde	R\$ 245.000	360	681
26	Jardim Floresta	R\$ 260.000	400	650
27	Centenário	R\$ 230.000	360	639
28	Tancredo Neves	R\$ 350.000	604	579
29	Jardim Floresta	R\$ 2.000.000	3.680	543
30	Cinturão Verde	R\$ 210.000	400	525
31	Aeroporto	R\$ 230.000	450	511
32	Cauamé	R\$ 180.000	360	500
33	Paraviana	R\$ 350.000	700	500
34	Centenário	R\$ 1.150.000	2.400	479
35	Cidade Satélite	R\$ 150.000	324	463
36	Aeroporto	R\$ 550.000	1.200	458
37	Cinturão Verde	R\$ 320.000	712	449
38	Cidade Satélite	R\$ 110.000	250	440
39	Monte Cristo	R\$ 120.000	275	436
40	Jardim Tropical	R\$ 170.000	426	399
41	Aeroporto	R\$ 1.100.000	2.880	382
42	Cidade Satélite	R\$ 135.000	375	360
43	Murilo Teixeira Cidade	R\$ 700.000	2.052	341
44	Aeroporto	R\$ 520.000	1.569	331
45	Santa Cecília	R\$ 100.000	463	216
Média		574.511	814	706

REVENDA DE LOTES FECHADOS

Lote	Condomínio	Preço	Área Priv. (m ²)	Preço por m ² (R\$/m ²)
1	Cidade Jardim	R\$ 415.000	357	1.162
2	Santos Dumont	R\$ 250.000	375	667
	Média	332.500	366	915

REVENDA DE CASAS EM COND.

Casa	Bairro	Preço	Área Priv. (m ²)	Preço por m ² (R\$/m ²)
1	Caçari	R\$ 1.200.000	169	7.101
2	Caçari	R\$ 1.200.000	171	7.018
3	Jardim Floresta	R\$ 683.000	108	6.324
4	Centenário	R\$ 450.000	72	6.250
5	Paranaviana	R\$ 890.000	158	5.633
6	Centenário	R\$ 385.000	72	5.347
7	Cidade Satélite	R\$ 850.000	170	5.000
8	Jóquei Clube	R\$ 268.000	58	4.621
9	Cidade Satélite	R\$ 450.000	116	3.879
10	Centro	R\$ 500.000	165	3.030
11	Equatorial	R\$ 245.000	180	1.361
Média		647.364	131	5.051

FONTE: IMOBILIÁRIAS | ELABORAÇÃO: BRAIN



ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL VERTICAL



PREÇO MÉDIO DO M² PRIVATIVO | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	Área Priv. Média	R\$/m ² Privativa
1 Dormitório	-	-	-
2 Dormitórios	-	-	-
3 Dormitórios	990.000	91	10.828
4 Dormitórios	3.687.797	252	14.634
Média Geral	3.088.287	216	14.277

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

REVENDA DE APARTAMENTOS



BRA!N



APARTAMENTOS DE REVENDA

Apartamento	Condomínio	Bairro	Preço	Área Priv. (m ²)	Preço por m ² (R\$/m ²)	Tipologia
1	Varandas do Rio Branco	Caçari	R\$ 2.000.000	147	13.605	3 Quartos
2	Varandas do Rio Branco	Caçari	R\$ 2.200.000	169	13.018	3 Quartos
3	Jardim Floresta	Caranã	R\$ 280.000	44	6.364	2 Quartos
4	-	São Vicente	R\$ 460.000	90	5.111	2 Quartos
5	-	Canaã	R\$ 170.000	49	3.469	2 Quartos
Média Apartamento 2 quartos			303.333	61	4.973	-
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 ² Privativo	R\$/M ²	Nº de Apartamentos
Caçari	R\$2.100.000	158	13.291	2
Canaã	R\$170.000	49	3.469	1
Caraná	R\$280.000	44	6.364	1
São Vicente	R\$460.000	90	5.111	1
MÉDIA	1.022.000	100	10.240	5

FONTE: IMOBILIÁRIAS | ELABORAÇÃO: BRAIN



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	990.000	8	5	3	R\$ 8	R\$ 5	R\$ 3
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	3.687.797	28	19	9	R\$ 103	R\$ 70	R\$ 33
Sub-Total Residenciais	2	3.088.287	36	24	12	R\$ 111	R\$ 74	R\$ 37
Horizontal - Lot. Fechado	3	441.422	1.404	490	914	R\$ 620	R\$ 216	R\$ 403
Horizontal - Cond. de casas	3	389.737	76	32	44	R\$ 30	R\$ 12	R\$ 17
Horizontal - Lot. Aberto	12	88.461	10.846	1.294	9.552	R\$ 959	R\$ 114	R\$ 845
Total	20	-	12.362	1.840	10.522	R\$ 1.720	R\$ 417	R\$ 1.303

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

ESSA ANÁLISE CONSIDERA SOMENTE EMPREENDIMENTOS COM VENDA ATIVA NO MERCADO, SENDO O MAIS ANTIGO LANÇADO EM 2017.



CONSULTORES DO ESTUDO



EQUIPE TÉCNICA



Fábio Tadeu Araújo

CEO



Marcos Kahtalian

Sócio-Fundador



Teresa Cristina

Sócia e Gestora
de Projetos



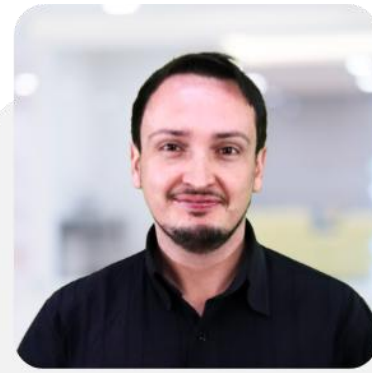
Anderson Gonçalves

Head Nort e Centro-
Oeste



Luiza Araújo

Inteligência
de Mercado



Rafael Budach

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, $VGV\ Total = unidades\ por\ tipologia \times preço\ por\ tipologia$. 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

VGW 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.



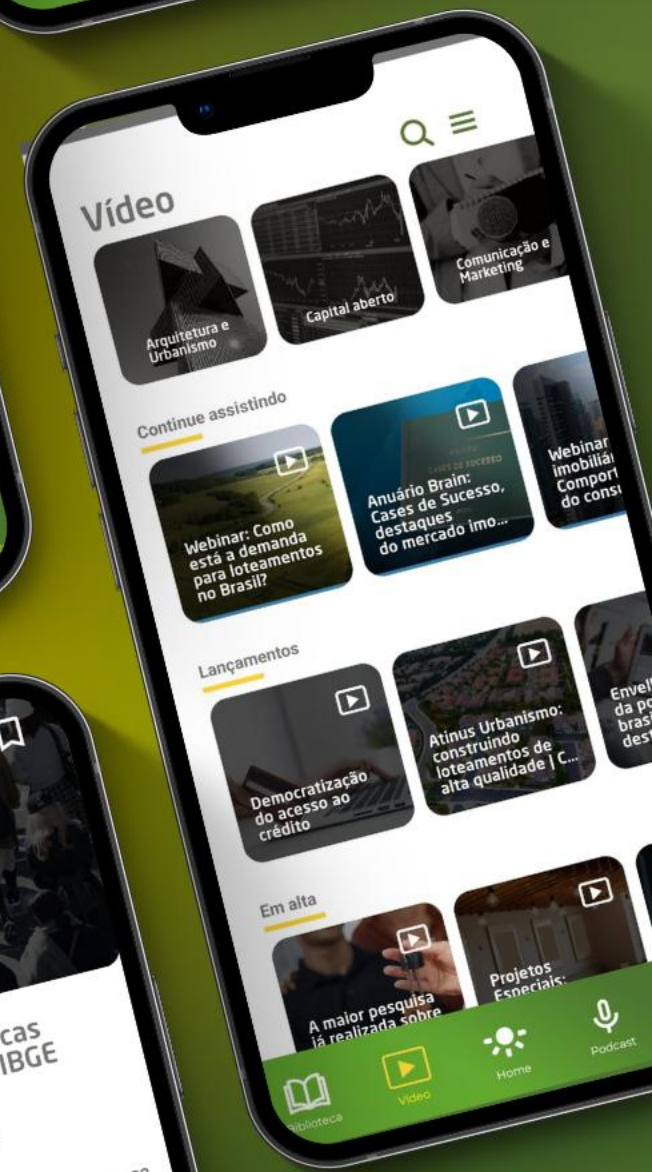
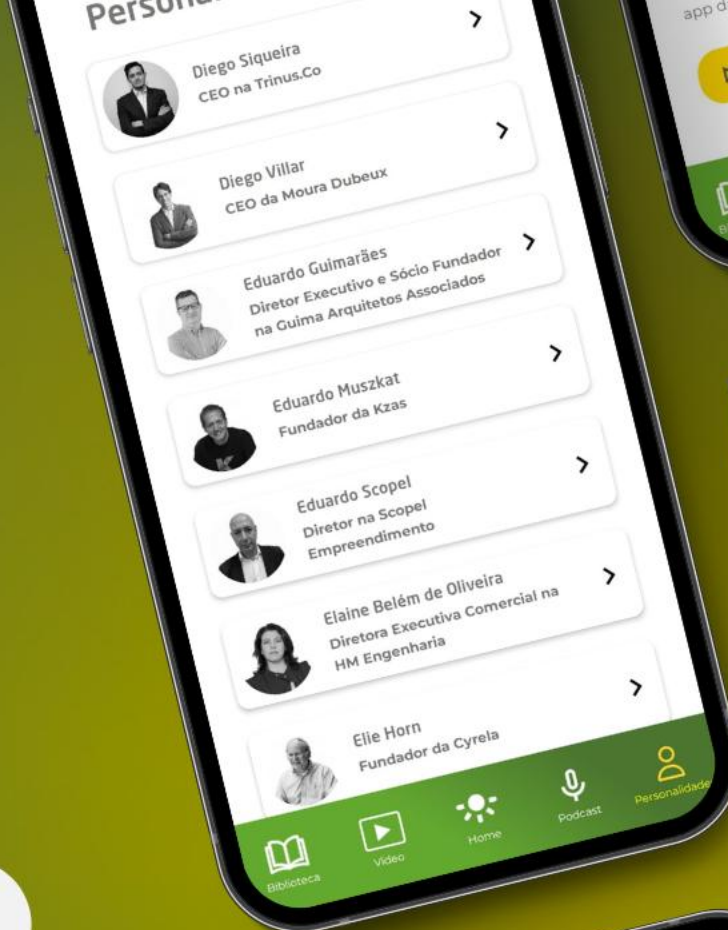
Aponte a câmera do seu celular para acessar as nossas **redes sociais**

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