

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

The logo for GEO BRAIN, featuring a stylized white location pin icon 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

The logo for TREE, featuring a stylized white tree icon on the left, followed by the word "TREE" in a white, sans-serif font.

**Conexão do
mercado imobiliário
com outros setores**

 (11) 96467-2557

PAUTA



- Indicadores Imobiliários Nacionais – 4º TRI 2025
- Pesquisa de Intenção de Compras – Nacional
- 10º Censo Imobiliário de Boa Vista/RR



MERCADO IMOBILIÁRIO NACIONAL

4º Trimestre 2025

BRA!N
Inteligência Estratégica



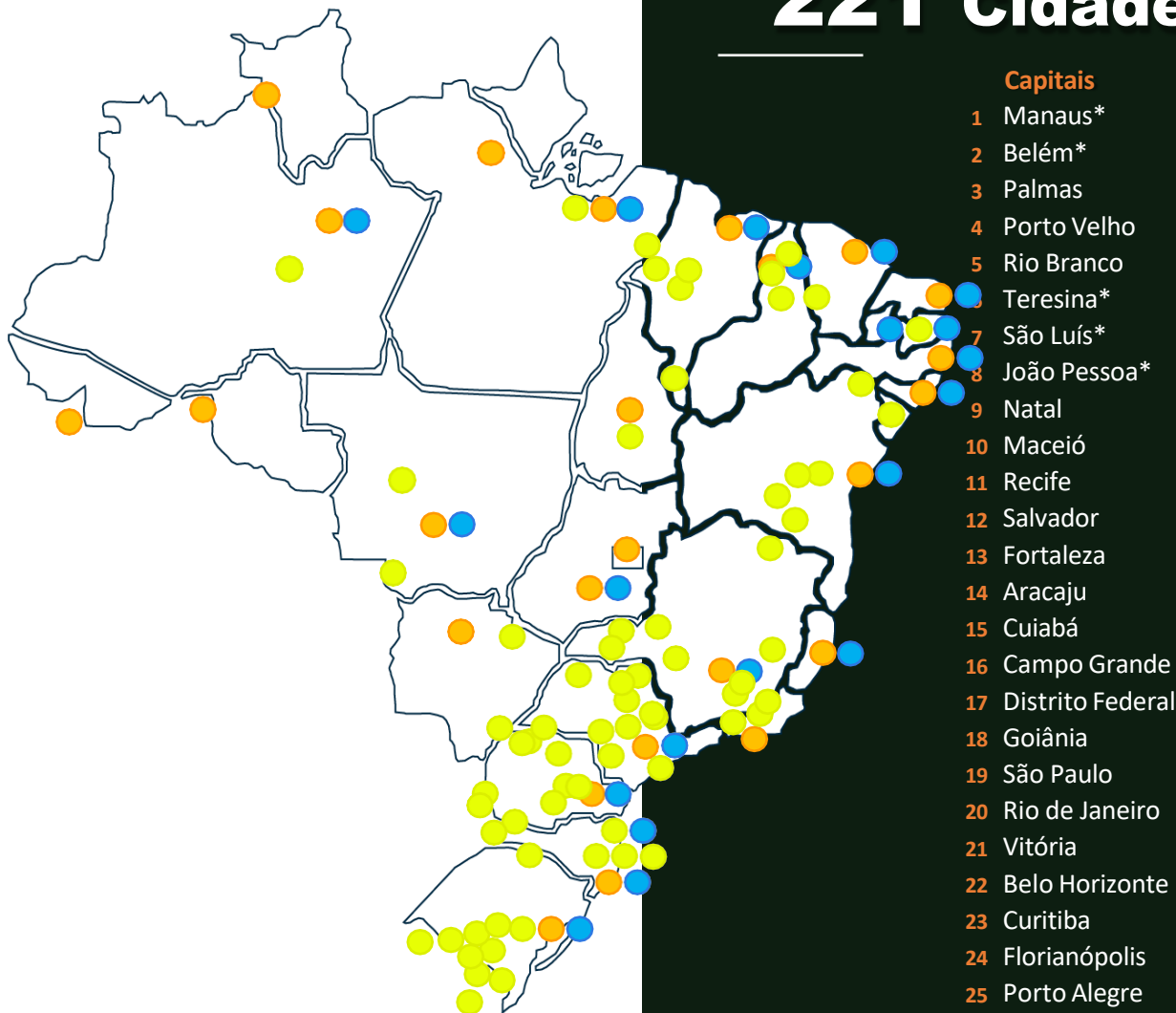
INDICADORES IMOBILIÁRIOS NACIONAIS

4º TRIMESTRE DE 2025

221 Cidades Pesquisadas

Indicadores Imobiliários Nacionais 4T 2025

Fonte: CBIC/CII / Elaboração: CBIC/BraIn



Capitais

- 1 Manaus*
- 2 Belém*
- 3 Palmas
- 4 Porto Velho
- 5 Rio Branco
- 6 Teresina*
- 7 São Luís*
- 8 João Pessoa*
- 9 Natal
- 10 Maceió
- 11 Recife
- 12 Salvador
- 13 Fortaleza
- 14 Aracaju
- 15 Cuiabá
- 16 Campo Grande
- 17 Distrito Federal
- 18 Goiânia
- 19 São Paulo
- 20 Rio de Janeiro
- 21 Vitória
- 22 Belo Horizonte
- 23 Curitiba
- 24 Florianópolis
- 25 Porto Alegre
- 26 Macapá
- 27 Boa Vista

Demais Cidades

- 1 Porto Nacional
- 2 Campina Grande*
- 3 Vitória da Conquista
- 4 Feira de Santana
- 5 Sinop
- 6 Indaiatuba
- 7 Taubaté
- 8 Uberaba
- 9 Americana
- 10 Limeira
- 11 Nova Lima*
- 12 Uberlândia
- 13 Duque de Caxias
- 14 Nova Iguaçu
- 15 Campinas
- 16 Bauru
- 17 Jundiaí
- 18 Piracicaba
- 19 São José dos Campos
- 20 Baixada Santista*
- 21 Sorocaba
- 22 São José do Rio Preto
- 23 Ponta Grossa
- 24 Londrina
- 25 Maringá
- 26 Foz do Iguaçu
- 27 Cascavel
- 28 Joinville*
- 29 Blumenau
- 30 Balneário Camboriú
- 31 Itajaí
- 32 Santa Maria
- 33 Jaraguá do Sul
- 34 Itapema
- 35 Paranaguá
- 36 Guarapuava
- 37 Toledo
- 38 Cambé
- 39 Francisco Beltrão
- 40 Santa Barbara d'oeste
- 41 Caruaru
- 42 Petrolina
- 43 Niterói
- 44 Resende
- 45 Volta Redonda
- 46 Camboriú

47 Caxias do Sul

- 47 Caxias do Sul
- 48 Alvorada
- 49 Rio Grande
- 50 Anápolis
- 51 Tijucas
- 52 Juiz de Fora
- 53 Sumaré
- 54 Bombinhas
- 55 Porto Belo

Região Metropolitana

- 1 RM Manaus*
- 2 RM Belém*
- 3 RM de São Luís
- 4 RM de Fortaleza
- 5 RM Natal
- 6 RM de João Pessoa
- 7 RM de Maceió
- 8 RM de Recife
- 9 RM de Salvador
- 10 RM Teresina*
- 11 RM Campina Grande
- 12 RM de Goiânia
- 13 RM Cuiabá
- 14 RM de BH
- 15 RM de Vitória
- 16 RM de São Paulo
- 17 RM de Curitiba
- 18 RM Joinville*
- 19 RM de Florianópolis
- 20 RM de Porto Alegre

* RM e capital divulgadas e agregadas

132 Cidades/RM: RM Manaus 1 | Iranduba; RM Belém 1 | Ananindeua; RM de São Luís 3 | São Luís, São José de Ribamar, Paço do Lumiar, Raposa; RM de Fortaleza 7 | Aquiraz, Barbalhas, Caucaia, Eusébio, Itaitinga, Juazeiro do Norte e Maracanau; RM de João Pessoa 4 | João Pessoa, Bayeux, Cabedelo, Conde e Santa Rita; RM de Maceió 6 | Barra de São Miguel, Coqueiro Seco, Marechal Deodoro, Paripurira, Pilar e Rio Largo; RM de Recife 9 | Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, Igarassu, Ipojuca, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, São Lourenço da Mata, Tamandaré; RM de Salvador 4 | Mata de São João, Lauro de Freitas, Simões Filho e Camaçari; RM Teresina 4 | Altos, Demerval Lobão, José de Freitas e União; RM Campina Grande 4 | Fagundes, Lagos Seca, Massaranduba e Queimadas; RM de Goiânia 1 | Aparecida de Goiânia; RM Cuiabá 1 | Várzea Grande; RM de BH 10 | Betim, Contagem, Ibirité, Lagoa Santa, Ribeirão das Neves, Santa Luzia, São José da Lapa, Sarzedo, Vespasiano, Raposos, Araquari, Igarapé, Mateus Leme, Matozinhos e Pedro Leopoldo; RM de São Paulo | 38 municípios da Região Metropolitana; RM de Vitória 4 | Vila Velha, Serra, Cariacica e Viana; RM de Curitiba 10 | Almirante Tamandaré, Araucária, Campo Largo, Colombo, Fazenda Rio Grande, Pinhais e São José dos Pinhais, Campina Grande do Sul, Campo Magro, Piraquara; RM de Florianópolis 3 | Biguaçu, Palhoça e São José; RM de Porto Alegre 11 | Cachoeirinha, Canoas, Eldorado do Sul, Esteio, Gravataí, Guaíba, Novo Hamburgo, Passo Fundo, Pelotas, São Leopoldo e Viamão; RM Joinville 1 | Araquari; RM Baixada Santista 4 | Guarujá, Santos, Praia Grande e São Vicente; RM Natal 4 | Macaíba, São Gonçalo do Amarante, Parnamirim e Extremoz.

DESTAQUES: LANÇAMENTOS, VENDAS E OFERTA FINAL

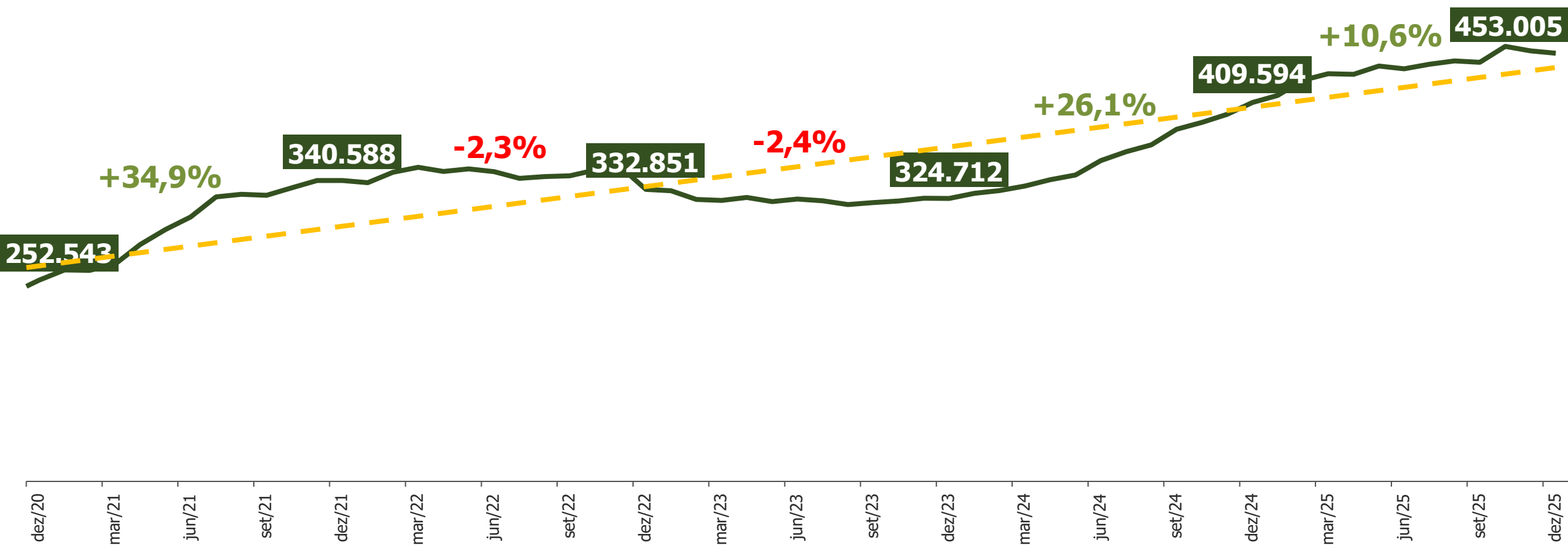
	LANÇAMENTOS	VENDAS	OFERTA FINAL
3T 2025 x 4T 2025	18,6% ↑	4,7% ↑	7,2% ↑
4T 2024 x 4T 2025	6,4% ↑	1,9% ↑	8% ↑
2024 x 2025	10,6% ↑	5,4% ↑	6,2% ↑

Na comparação com o quarto trimestre de 2024, houve **aumento de 6,4% dos lançamentos**. **As vendas aumentaram em 1,9%** e a oferta final teve **aumento de 8%**.

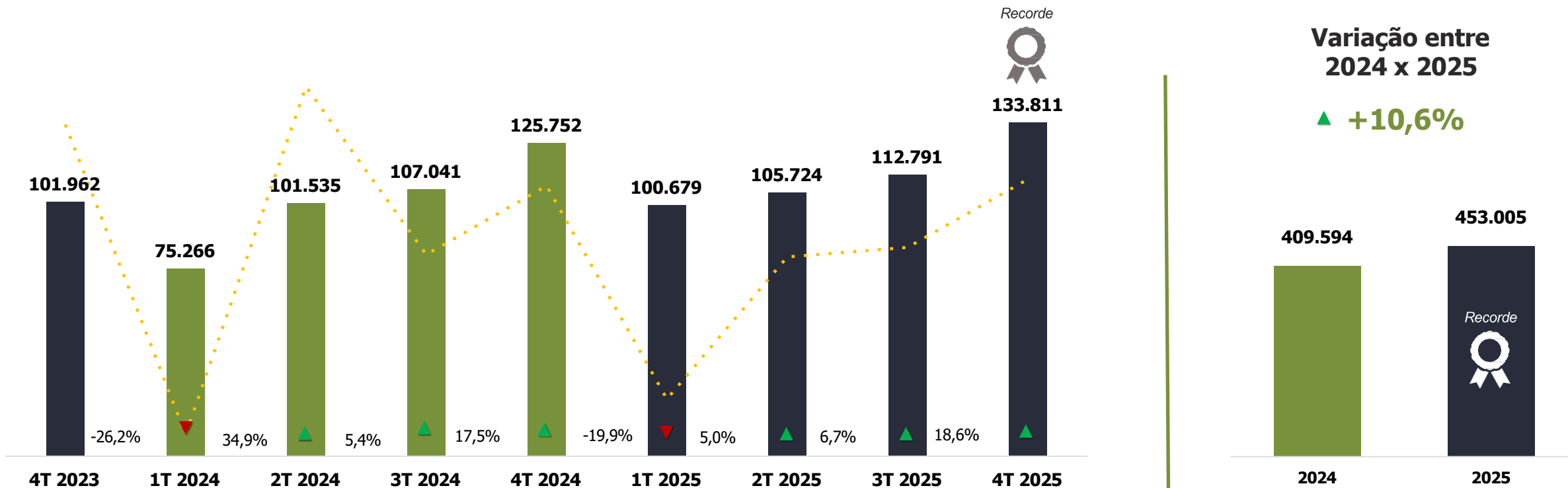
LANÇAMENTOS



UNIDADES RESIDENCIAIS LANÇADAS ACUMULADO 12 MESES



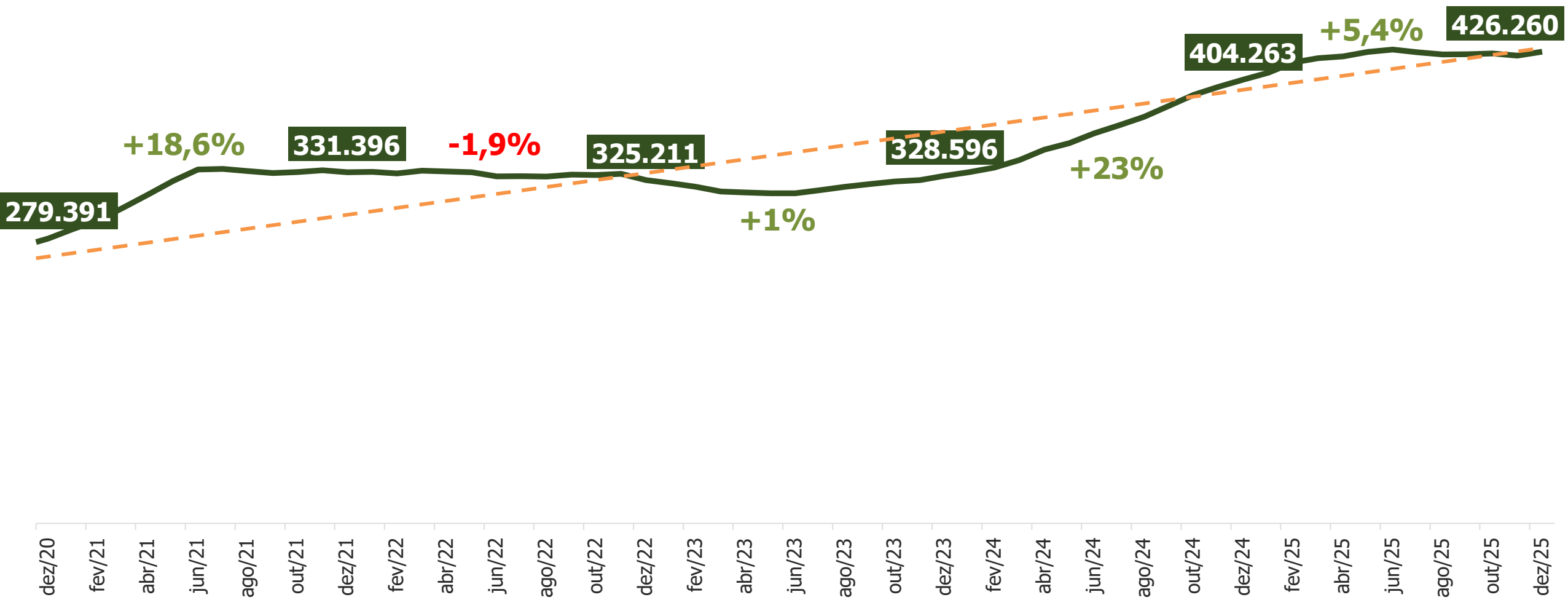
UNIDADES RESIDENCIAIS LANÇADAS



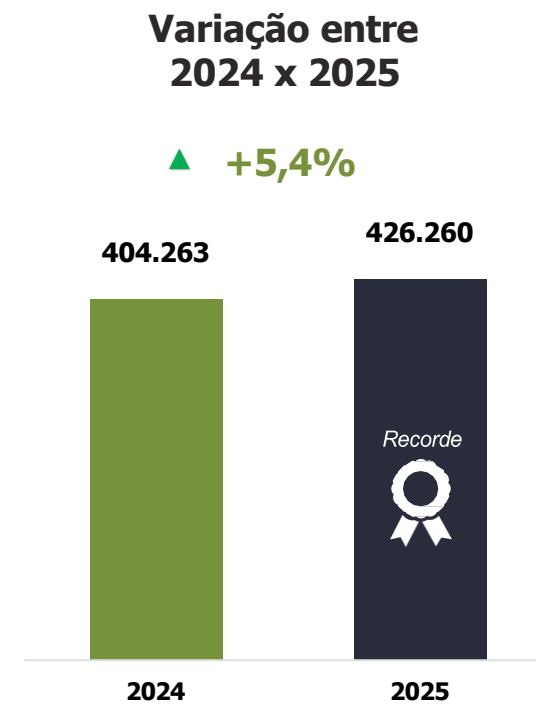
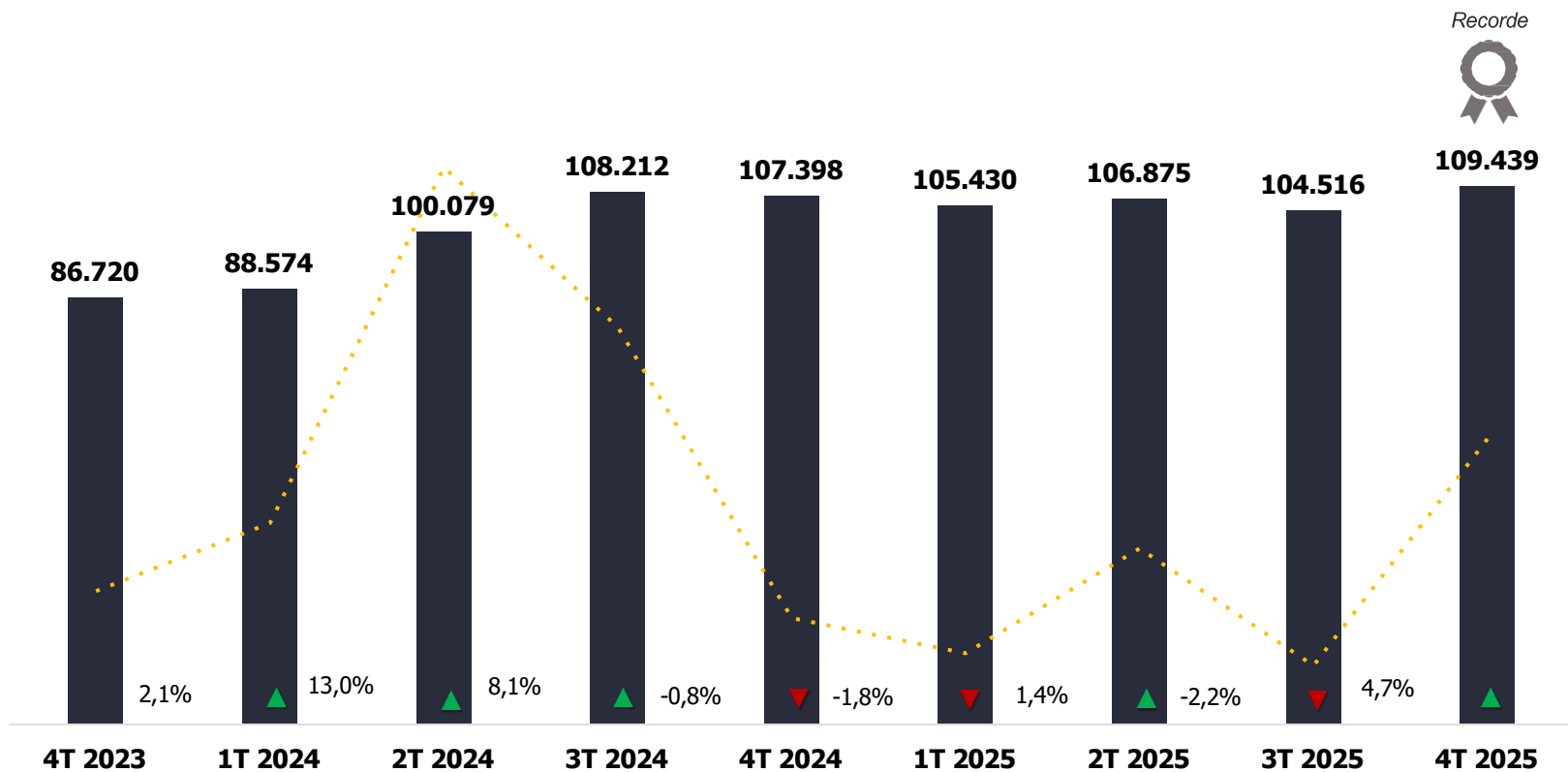
VENDAS



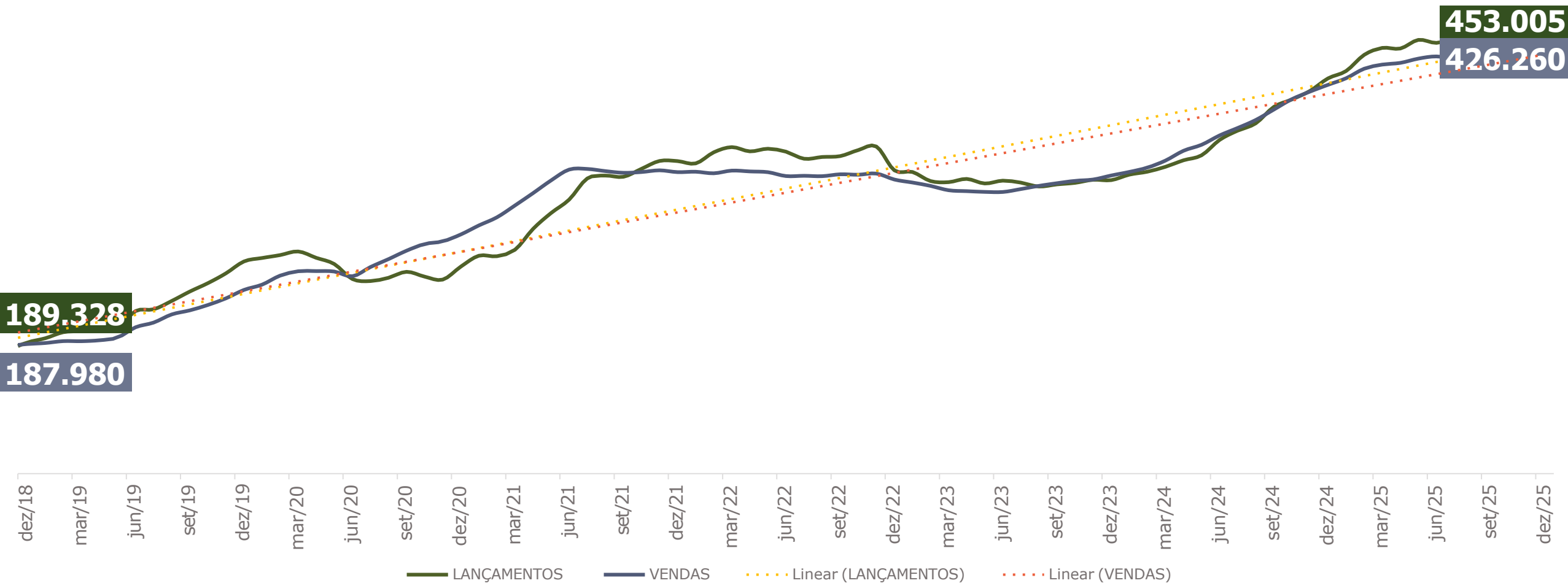
UNIDADES RESIDENCIAIS VENDIDAS ACUMULADO 12 MESES



UNIDADES RESIDENCIAIS VENDIDAS



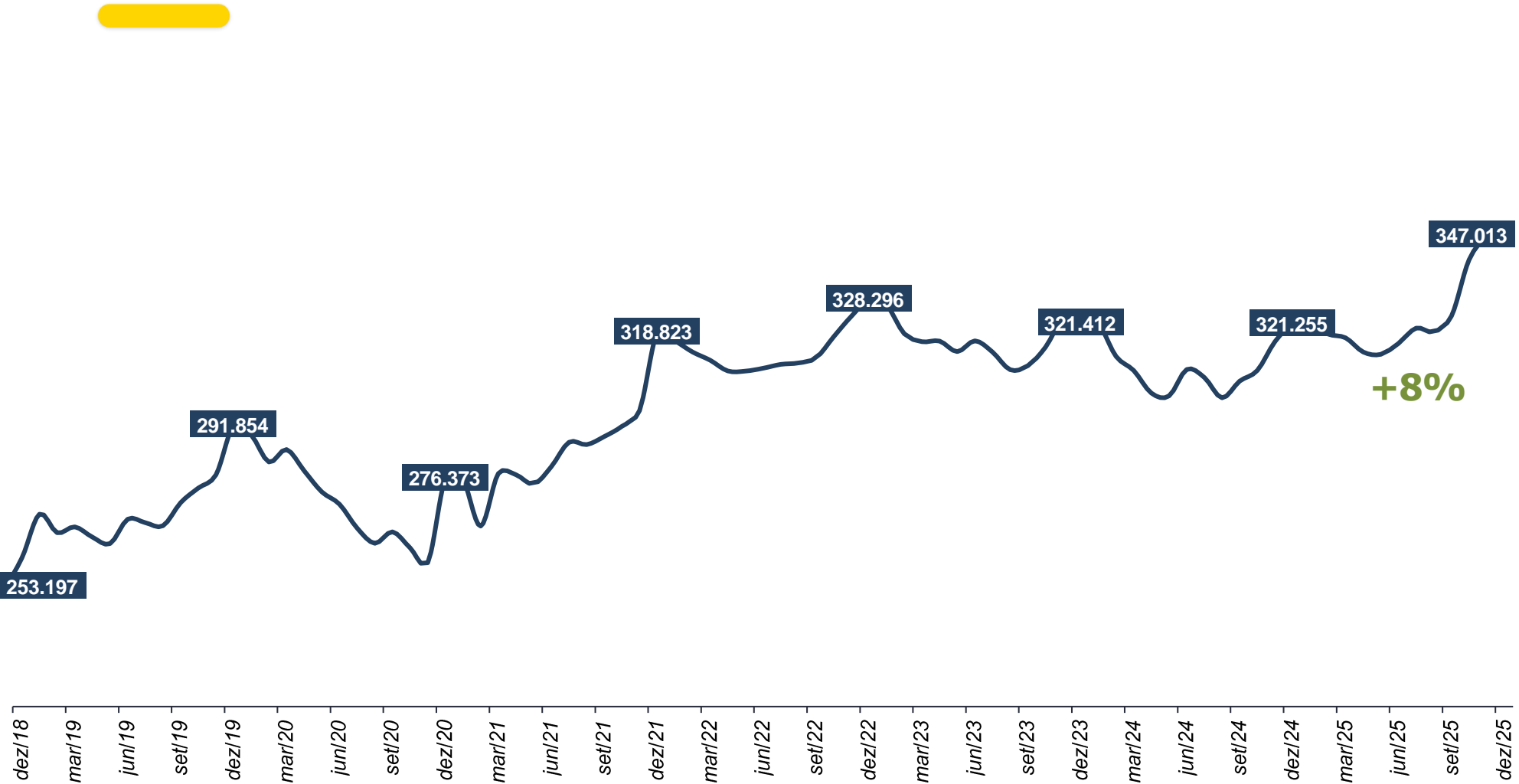
UNIDADES RESIDENCIAIS LANÇADAS E VENDIDAS ACUMULADO 12 MESES



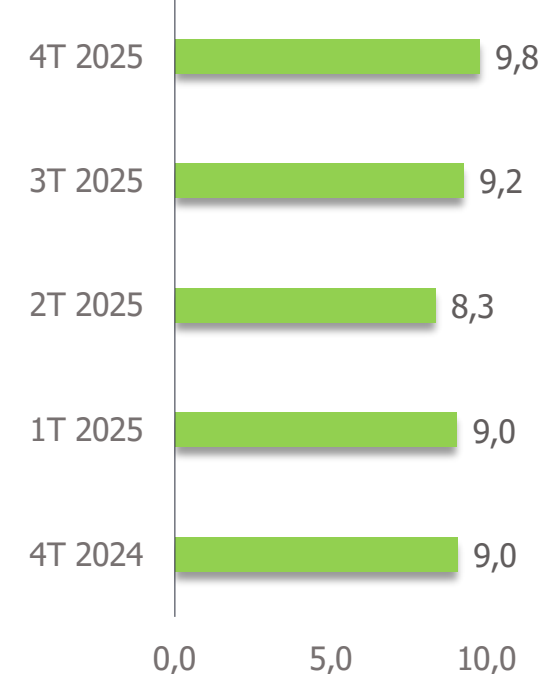
OFERTA



OFERTA FINAL



Escoamento do Estoque



+8%

Considerando a média de vendas dos últimos 12 meses, se não houver novos lançamentos, a oferta final se esgotaria em **10 meses**.

MINHA CASA MINHA VIDA



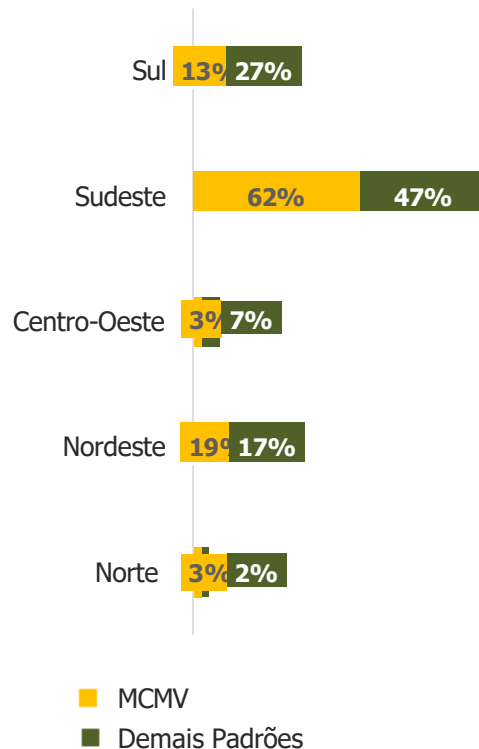
Vendas por região

Total de Vendas 4T 2025
109.439 unidades

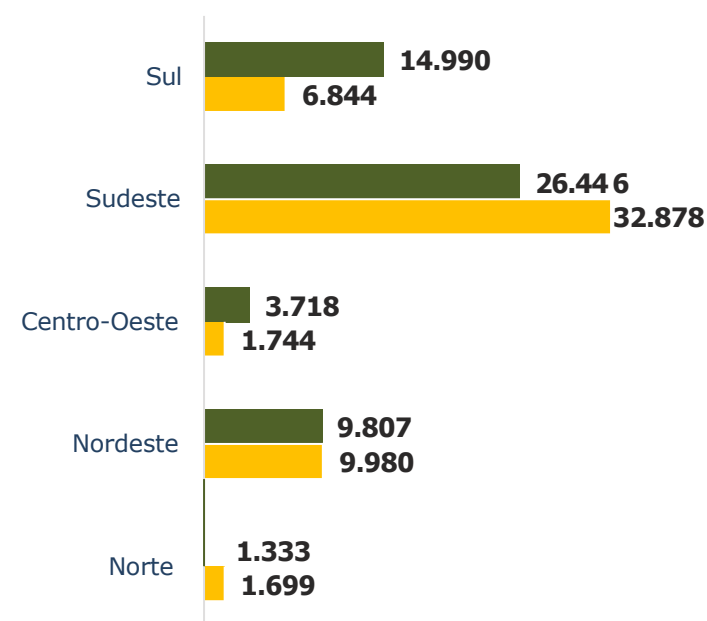
Demais padrões
51% | 56.294 unidades

MCMV
49% | 53.145 unidades

Participação por Região 4T/25



Unidades Vendidas 4T/25



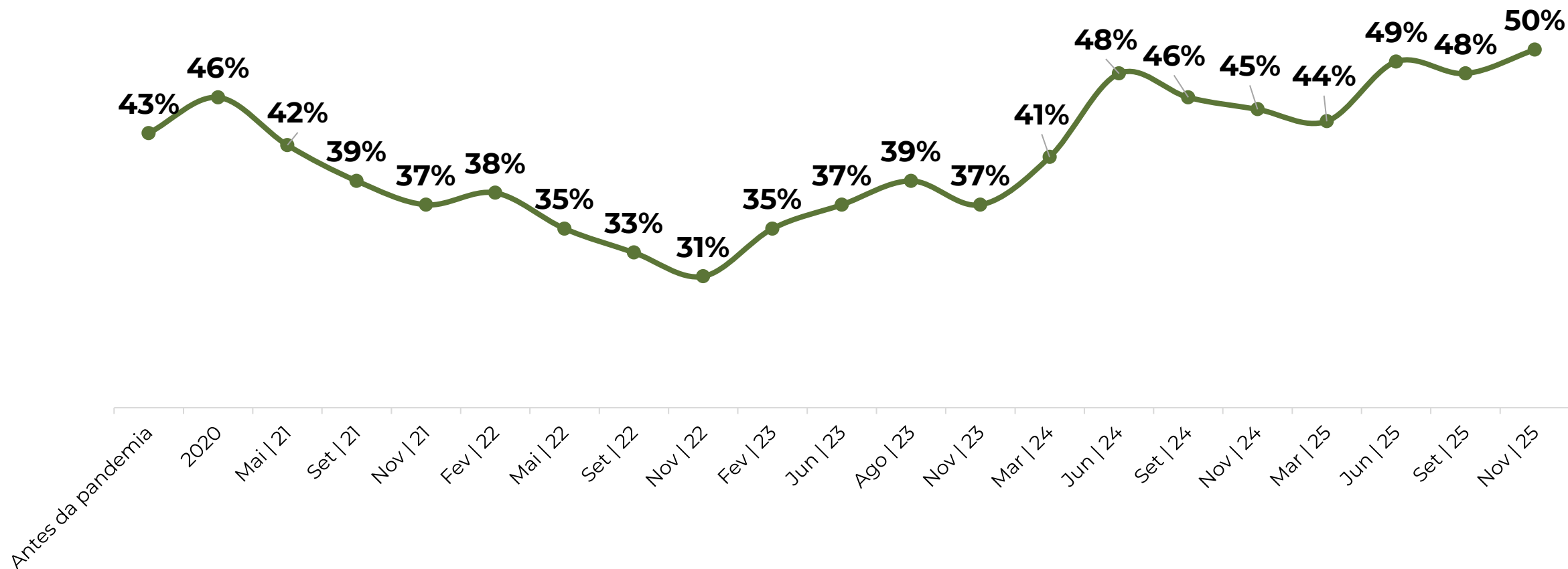
COMO ESTÁ A INTENÇÃO DE COMPRA DE IMÓVEIS?

4º trimestre | 2025

A intenção de compra de imóveis ao longo do tempo

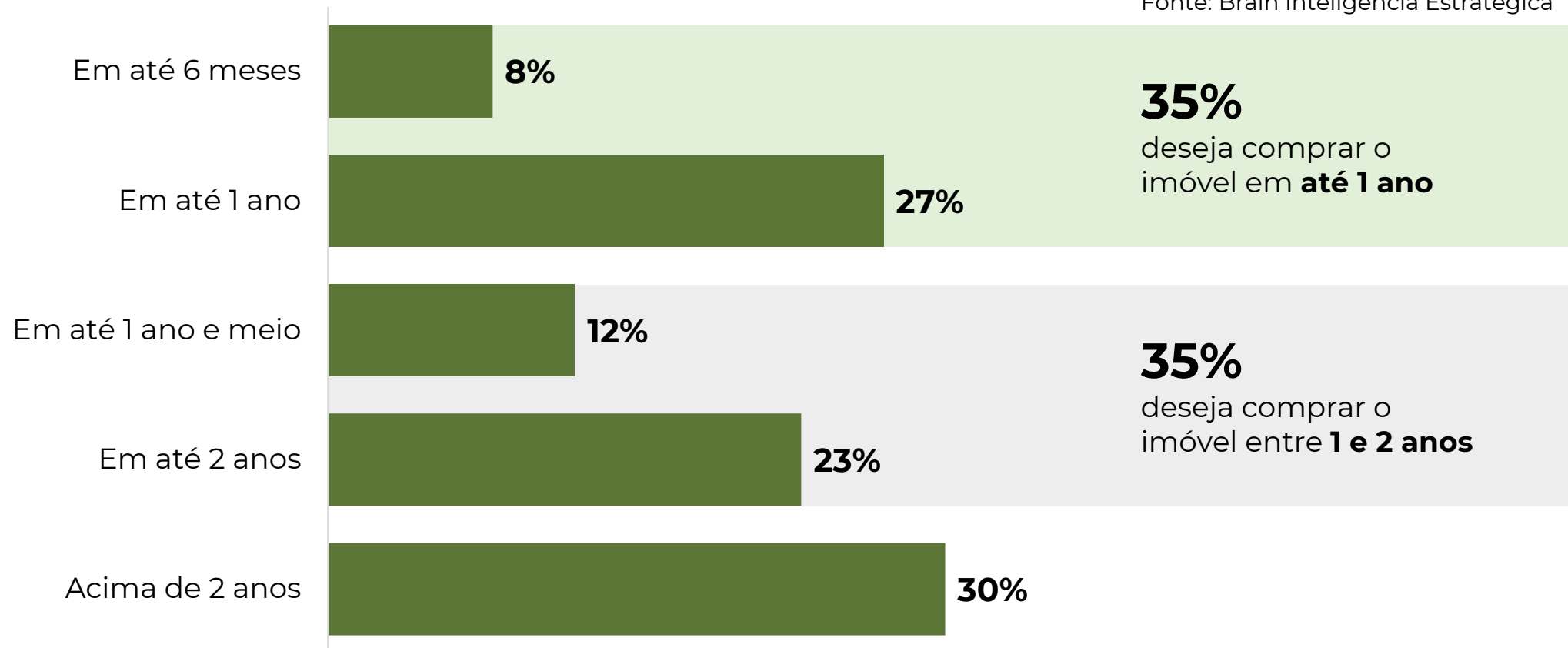
A intenção de compra de imóveis registra 50%, mantendo-se em nível elevado. O indicador aponta alta de 5 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2024 (45%) e se consolida à máxima histórica.

Fonte: Brain Inteligência Estratégica



Em quanto tempo pretendem concretizar a compra?

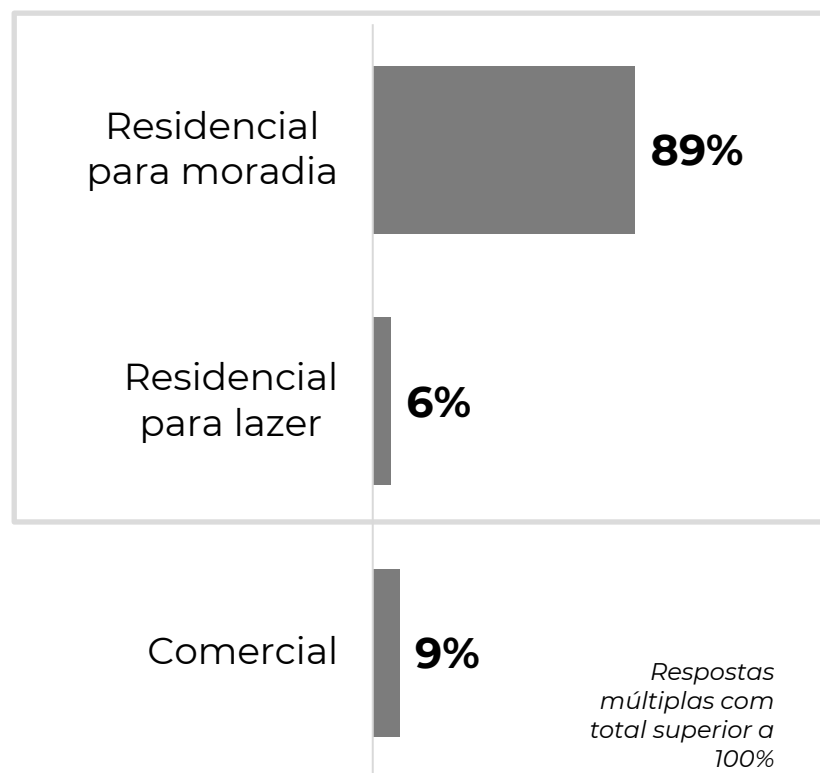
Fonte: Brain Inteligência Estratégica



Imóvel de desejo dos brasileiros

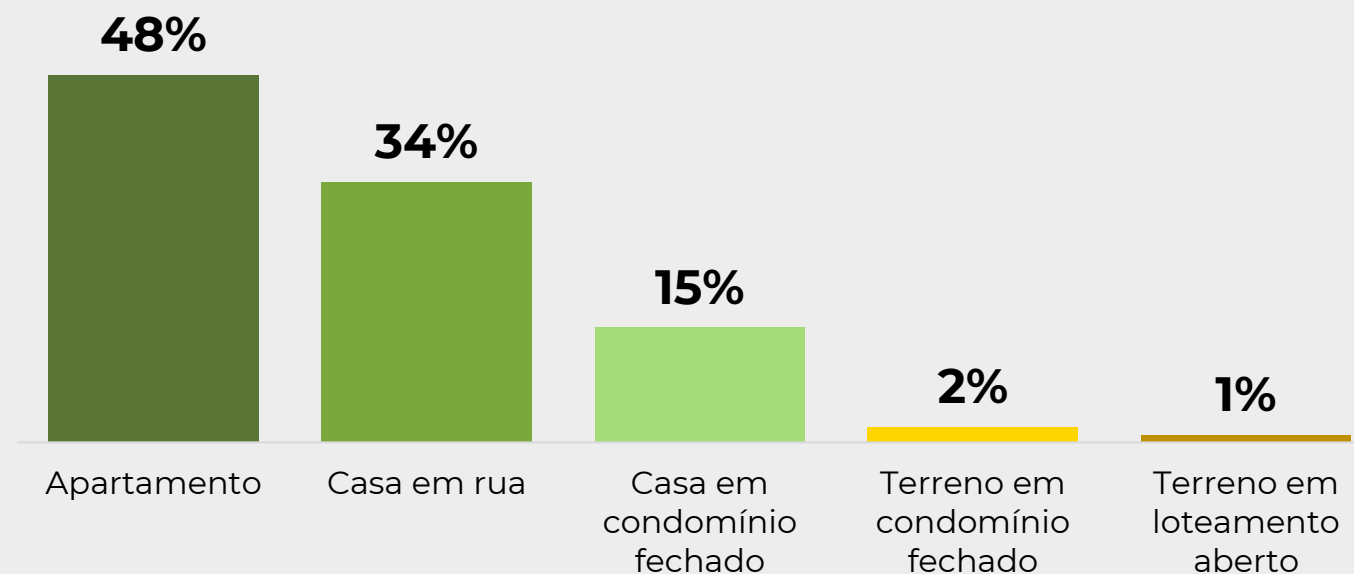
Fonte: Brain Inteligência Estratégica

Afinal, qual tipo de imóvel os brasileiros desejam comprar?



Entre os **imóveis residenciais**, qual é o tipo mais desejado?

Considera-se apenas a primeira escolha de cada entrevistado

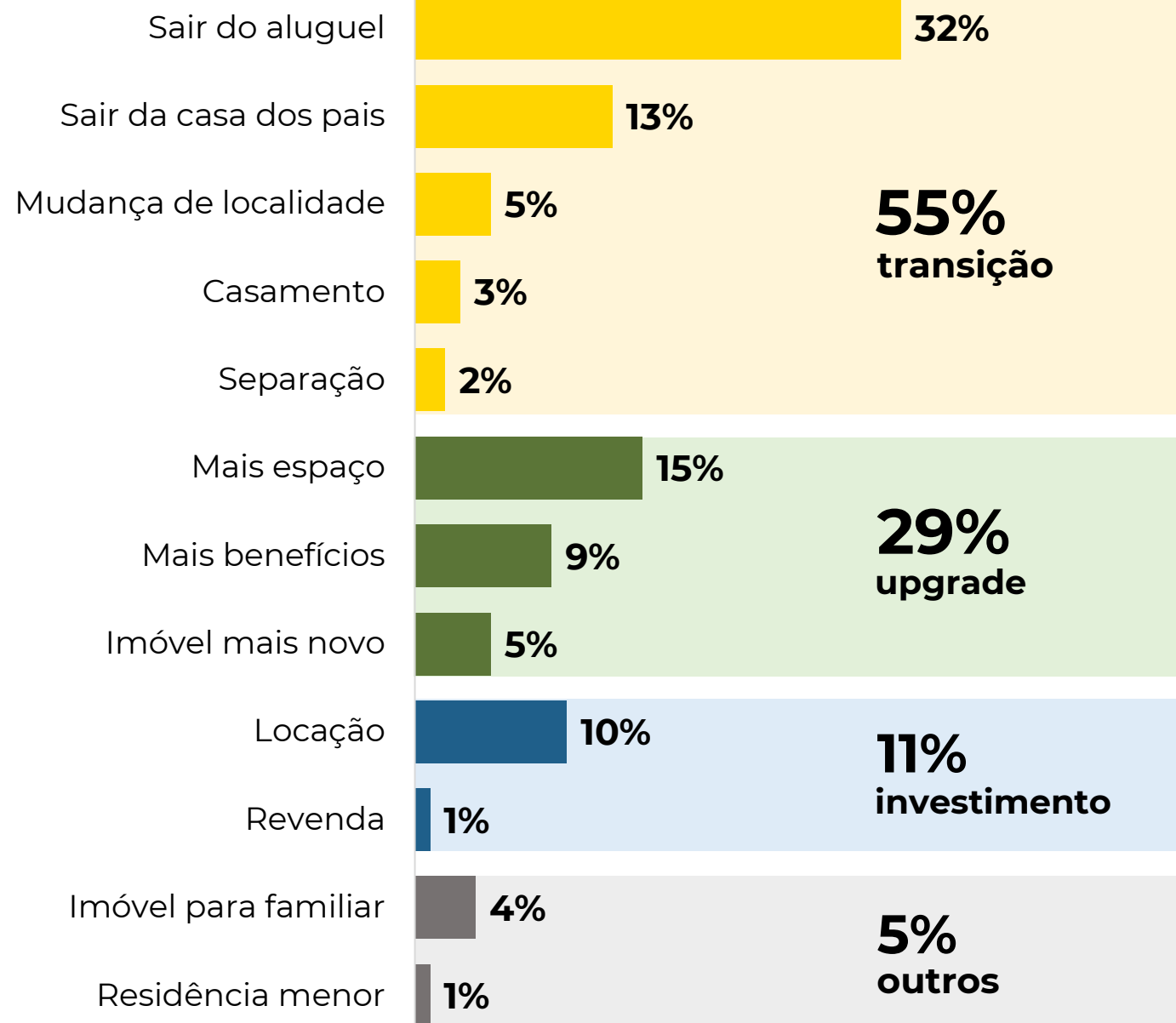


Motivações para compra

As principais motivações para a intenção de compra de imóveis estão fortemente ligadas a transições de vida. Casamento, independência ou necessidade de morar sozinho, mudança de localidade são exemplos de momentos que naturalmente desencadeiam a busca por um novo espaço que acompanhe essa fase.

Logo atrás, surge o desejo de upgrade do imóvel, impulsionado pela busca por mais conforto, mais espaço, modernização ou a vontade de trocar uma moradia que já não atende mais às necessidades da família.

Esses dois grupos de motivos, juntos, explicam a maior parte das decisões de compra no mercado atual.





BOA VISTA RORAIMA





BOA VISTA RORAIMA

4º TRIMESTRE DE 2025

A cidade analisada nesse estudo representa:

65% da população

89% do potencial de consumo do estado

PROJEÇÃO DE POPULAÇÃO E DOMICÍLIOS



BRA!N



POPULAÇÃO

LOCALIDADE	População 2000 a 2022			Variação Anual	
	2000	2010	2025	2000-2010	2010-2025
Boa Vista	200.383	284.313	439.138	3,6%	2,9%
Roraima	324.152	450.479	676.185	3,3%	2,7%
Brasil	169.590.693	190.755.794	205.804.681	1,2%	0,5%

Obs.: Os dados de 2025 foram projetados, com base na variação anual do censo do IBGE .

FONTE: IBGE | ELABORAÇÃO: BRAIN

PROJEÇÃO DO AUMENTO POPULACIONAL | 2026 A 2031

Localidade	Boa Vista	Roraima	Brasil
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
2031	14.927	21.250	1.071.247
Média	13.901	19.880	1.057.815
Total	83.406	119.282	6.346.890

Obs.: Os dados de 2025 foram projetados, com base na variação anual do censo do IBGE .
FONTE: IBGE | ELABORAÇÃO: BRAIN

DOMICÍLIOS

LOCALIDADE	Domicílios Ocupados			Variação Anual	
	2000	2010	2025	2000-2010	2010-2025
Boa Vista	48.913	76.250	127.804	4,5%	3,5%
Roraima	75.503	115.844	190.200	4,4%	3,4%
Brasil	45.021.478	57.324.167	75.298.796	2,4%	1,8%

Obs.: Os dados de 2025 foram projetados, com base na variação anual do censo do IBGE .

FONTE: IBGE | ELABORAÇÃO: BRAIN

PROJEÇÃO DO AUMENTO DOMICILIAR | 2026 A 2031

Localidade	Boa Vista	Roraima	Brasil
2026	4.477	6.392	1.381.665
2027	4.634	6.607	1.407.018
2028	4.796	6.829	1.432.835
2029	4.964	7.059	1.459.126
2030	5.138	7.296	1.485.900
2031	5.318	7.541	1.513.165
Média	4.888	6.954	1.446.618
Total	29.329	41.724	8.679.710

Obs.: Os dados de 2025 foram projetados, com base na variação anual do censo do IBGE .
FONTE: IBGE | ELABORAÇÃO: BRAIN

POPULAÇÃO POR FAIXA ETÁRIA

FAIXAS ETÁRIAS	RR		Boa Vista	
	Absoluto	%	Absoluto	%
de 0-19 anos	242.773	35,9%	145.390	33,1%
de 20-24	47.693	7,1%	31.461	7,2%
de 25-34	134.441	19,9%	88.667	20,2%
de 35-49	122.334	18,1%	81.173	18,5%
de 50-59	60.246	8,9%	43.170	9,8%
mais 60	68.699	10,2%	49.276	11,2%
TOTAL	676.185	100%	439.138	100%

FONTE: IBGE 2022 | ELABORAÇÃO: BRAIN

Destaca-se a **população jovem com até 19 anos**, que representa **43%** do total de Boa Vista.

DOMICÍLIOS POR FAIXA DE RENDA

FAIXAS DE RENDA	RR		Boa Vista	
	Nº Dom.	%	Nº Dom.	%
Acima de R\$ 20.954	4.461	2,3%	3.913	3,1%
R\$ 16.094,01 a R\$ 20.954,00	2.376	1,2%	1.993	1,6%
R\$ 13.080,01 a R\$ 16.094,00	3.841	2,0%	3.362	2,6%
R\$ 11.071,01 a R\$ 13.080,00	2.761	1,5%	2.274	1,8%
R\$ 8.058,01 a R\$ 11.071,00	8.774	4,6%	7.295	5,7%
R\$ 5.694,01 a R\$ 8.058,00	10.763	5,7%	8.043	6,3%
R\$ 4.515,01 a R\$ 5.694,00	10.733	5,6%	8.252	6,5%
R\$ 2.621,01 a R\$ 4.515,00	32.145	16,9%	22.863	17,9%
R\$ 1.433,01 a R\$ 2.621,00	45.593	24,0%	29.938	23,4%
R\$ 1.320,01 a R\$ 1.433,00	6.344	3,3%	4.208	3,3%
até R\$ 1.320	62.409	32,8%	35.663	27,9%
TOTAL	190.200	100%	127.804	100%

7,5%

Faixa 4
MCMV

85,3%

Faixas 1, 2, e 3
MCMV

FONTE: IBGE 2022 | ELABORAÇÃO: BRAIN

SOBRE ESTE RELATÓRIO

10º CENSO IMOBILIÁRIO



**Local do estudo:
BOA VISTA/RR**

**Período de realização:
4º TRIMESTRE 2025**



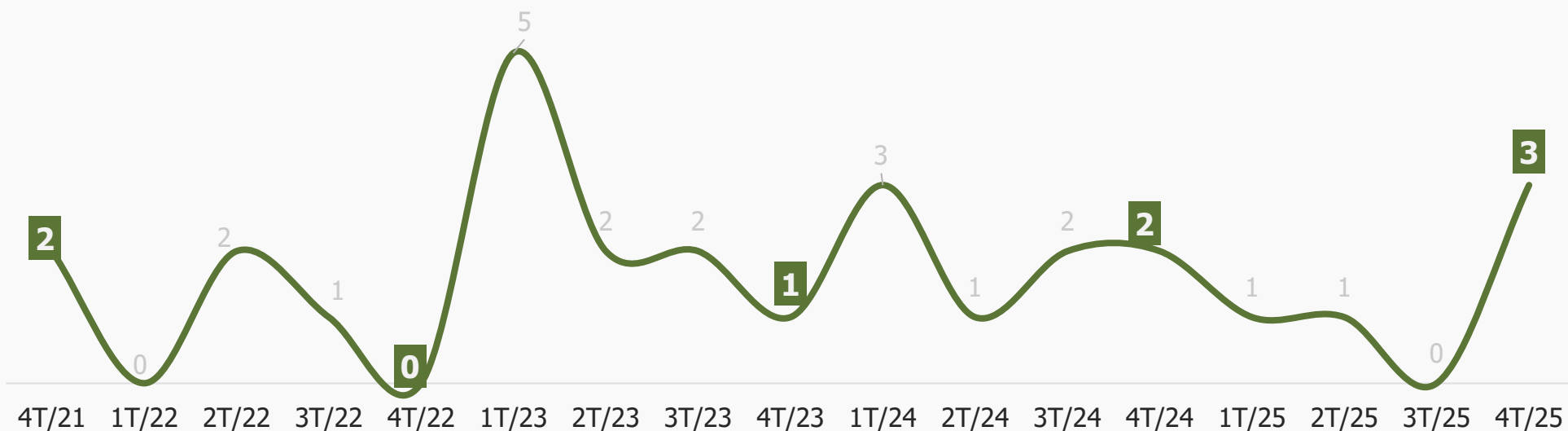


LANÇAMENTOS HORIZONTAIS

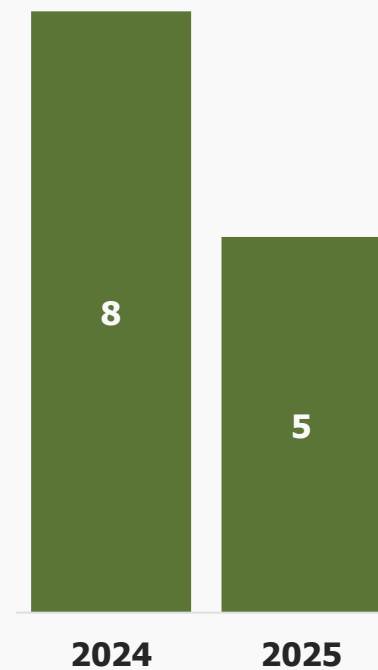


EMPREENDIMENTOS HORIZONTAIS LANÇADOS

VARIÇÕES EMPREENDIMENTOS LANÇADOS			
4T21 x 4T22	4T22 x 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
-	-	-100%	+ 50%



ACUMULADO
JAN. – DEZ.

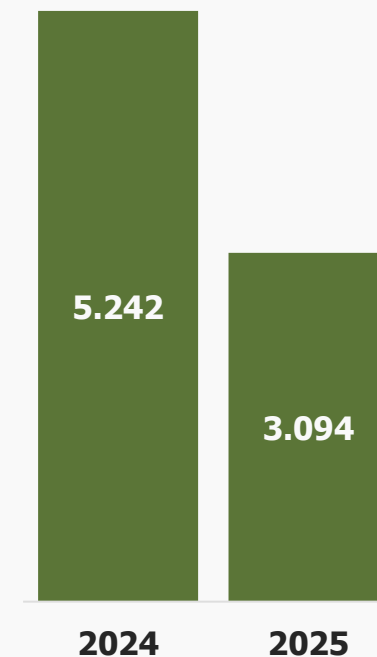


UNIDADES HORIZONTAIS LANÇADAS

VARIÇÕES UNIDADES LANÇADAS			
4T21 x 4T22	4T22 x 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
-	-	+	+9%



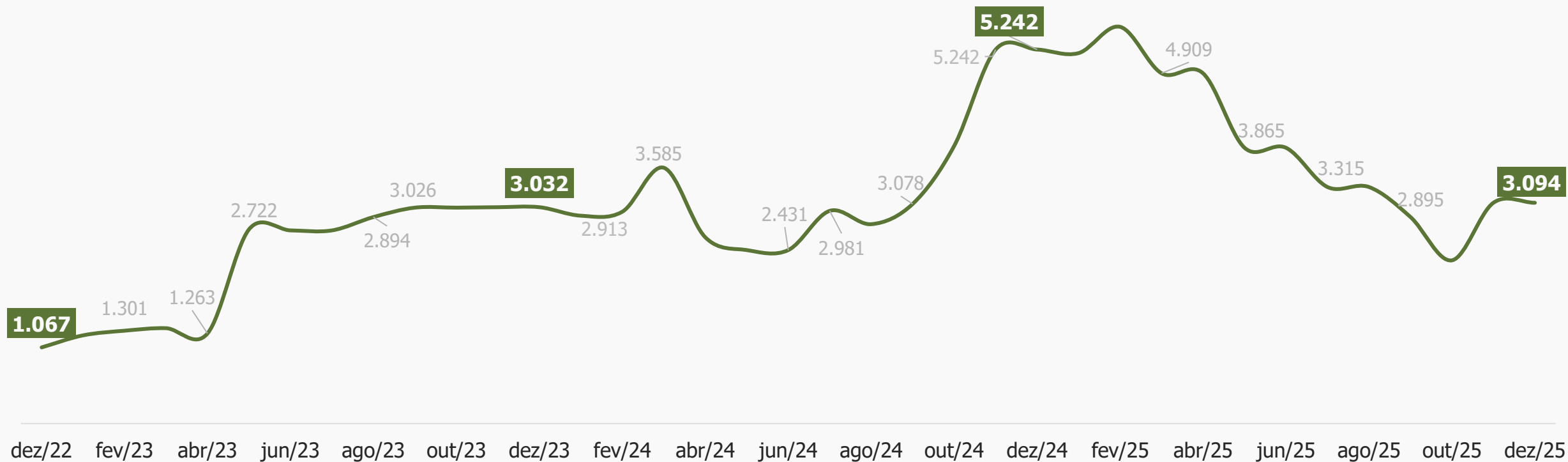
ACUMULADO
JAN. – DEZ.



UNIDADES HORIZONTAIS LANÇADAS

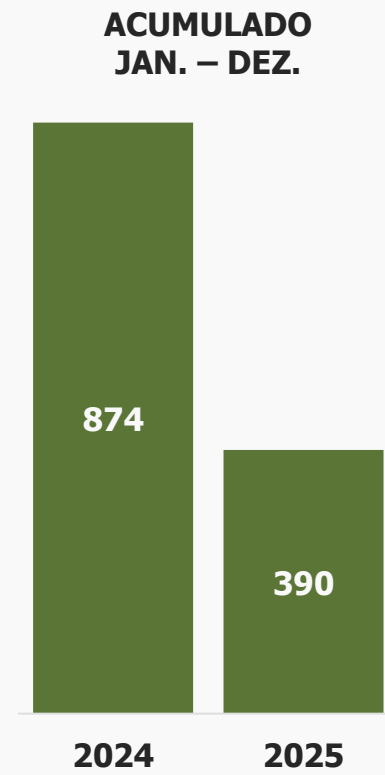
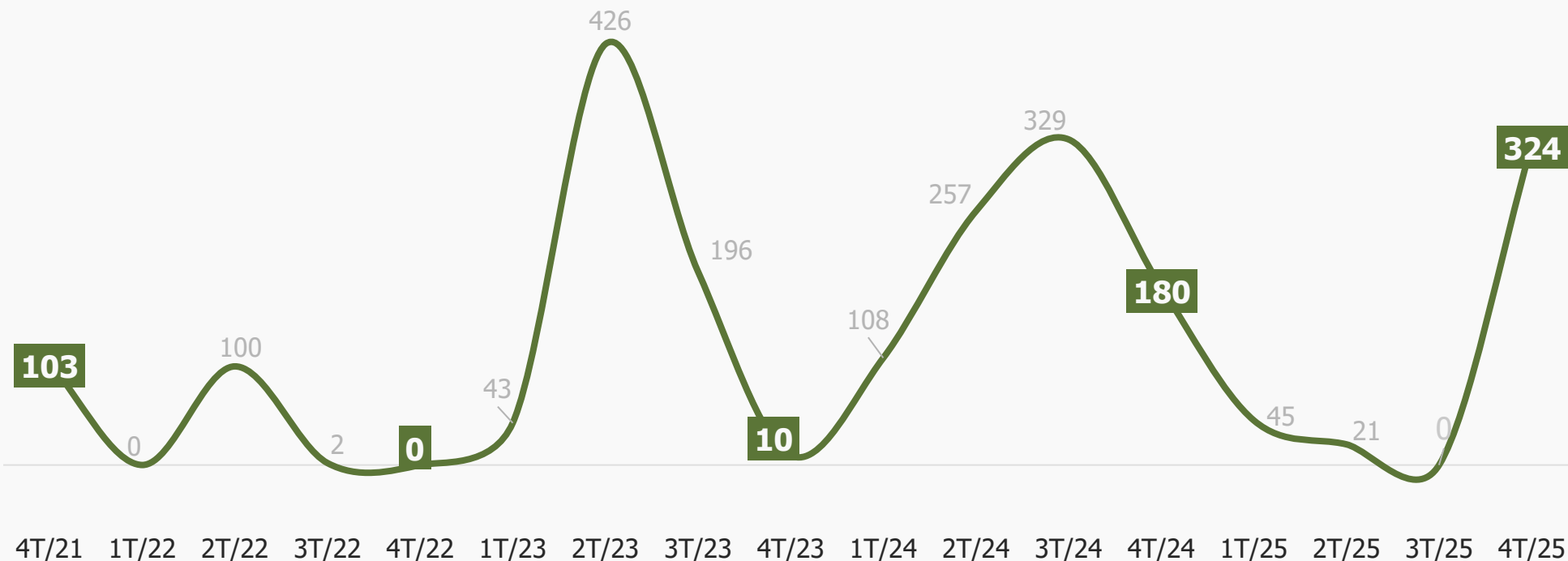
ACUMULADO 12 MESES

VARIAÇÕES UNIDADES LANÇADAS ACUMULADAS		
DEZ22 X DEZ23	DEZ23 X DEZ24	DEZ24 X DEZ25
+184%	+73%	-41%



VGL LANÇADO HORIZONTAL (R\$ MILHÕES)

VARIAÇÕES VGL LANÇADO			
4T21 x 4T22	4T22 x 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
-	-	+%	+80%



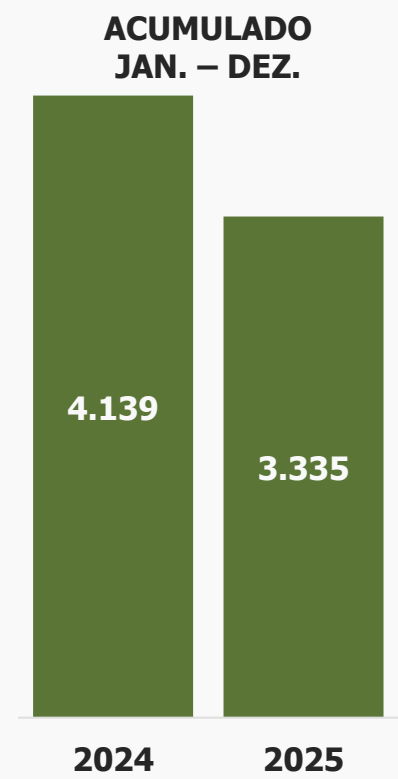
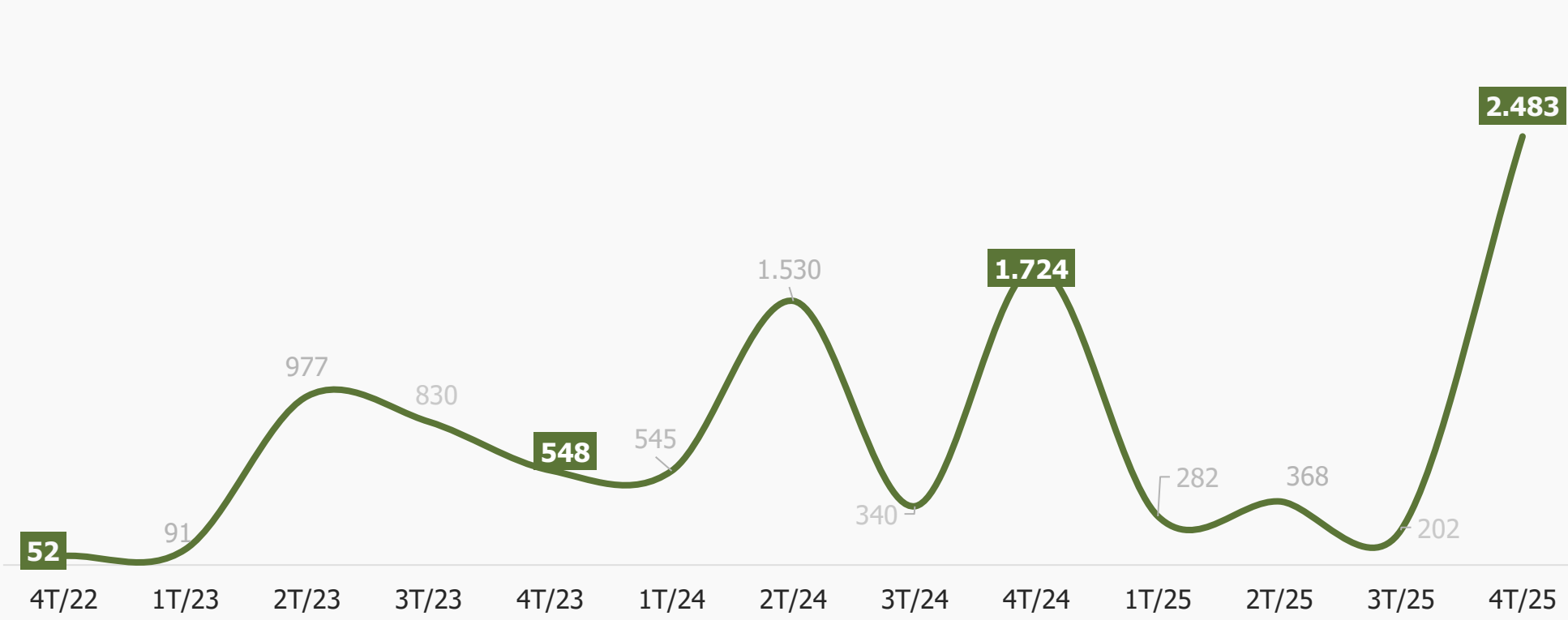


VENDAS HORIZONTAIS



UNIDADES HORIZONTAIS VENDIDAS

VARIAÇÕES UNIDADES VENDIDAS		
4T22 X 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
+	+215%	+44%



Obs: Boa Vista passou a ser monitorada a partir de 09/22 (4T22)

UNIDADES HORIZONTAIS VENDIDAS ACUMULADO 12 MESES

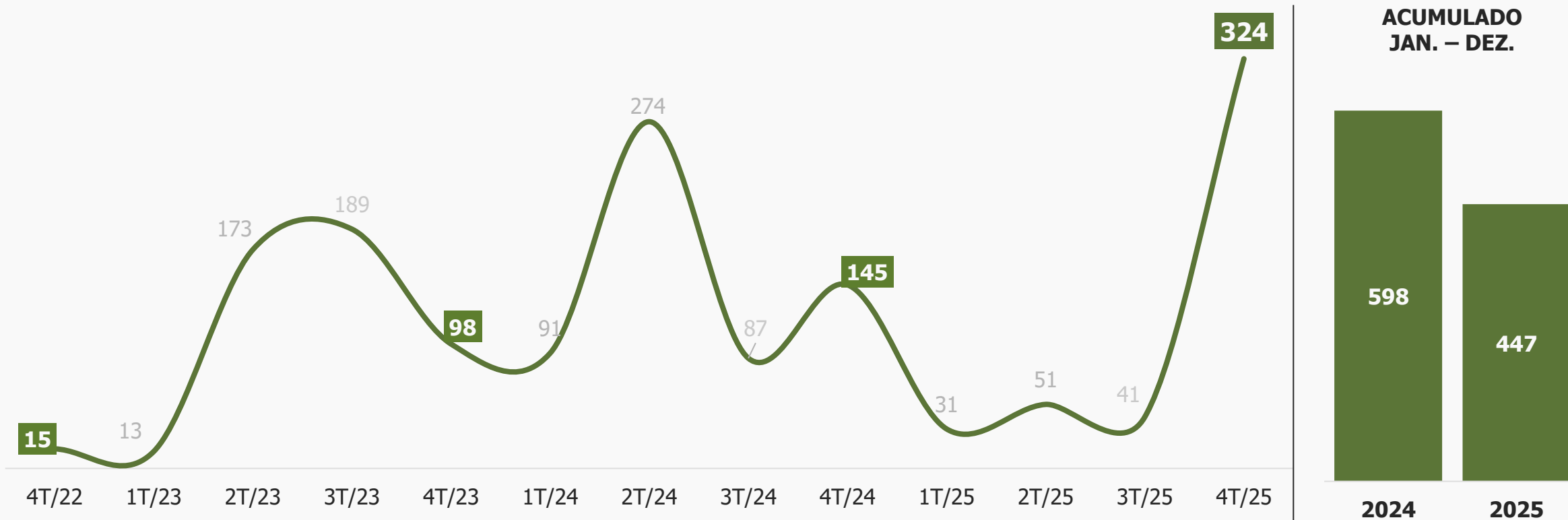
VARIAÇÕES UNIDADES VENDIDAS ACUM.	
4T23 X 4T24	4T24 X 4T25
+69%	-19%



Obs: Boa Vista passou a ser monitorada a partir de 09/22 (4T22)

VGW VENDIDO HORIZONTAL (R\$ MILHÕES)

VARIÇÕES VGW VENDIDO		
4T22 X 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
+	+48%	+123%

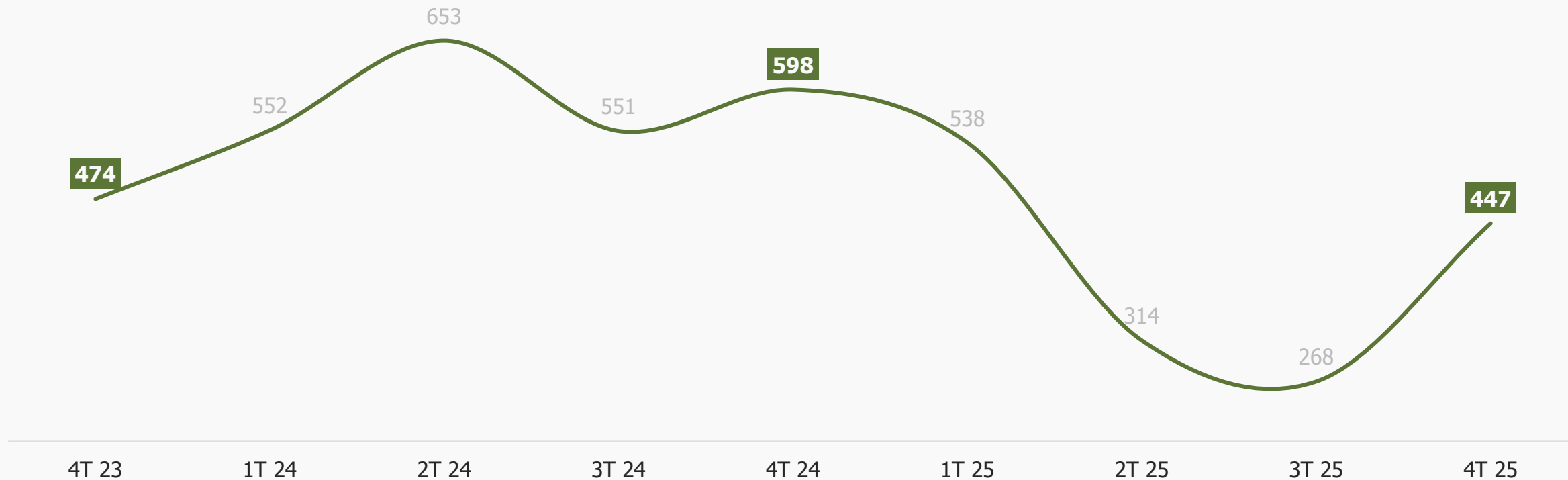


Obs: Boa Vista passou a ser monitorada a partir de 09/22 (4T22)

VGW UNIDADES VENDIDAS HORIZONTAIS

ACUMULADO 12 MESES

VARIAÇÕES VGW VENDIDO ACUMULADO	
4T23 X 4T24	4T24 X 4T25
+26%	-25%





OFERTA



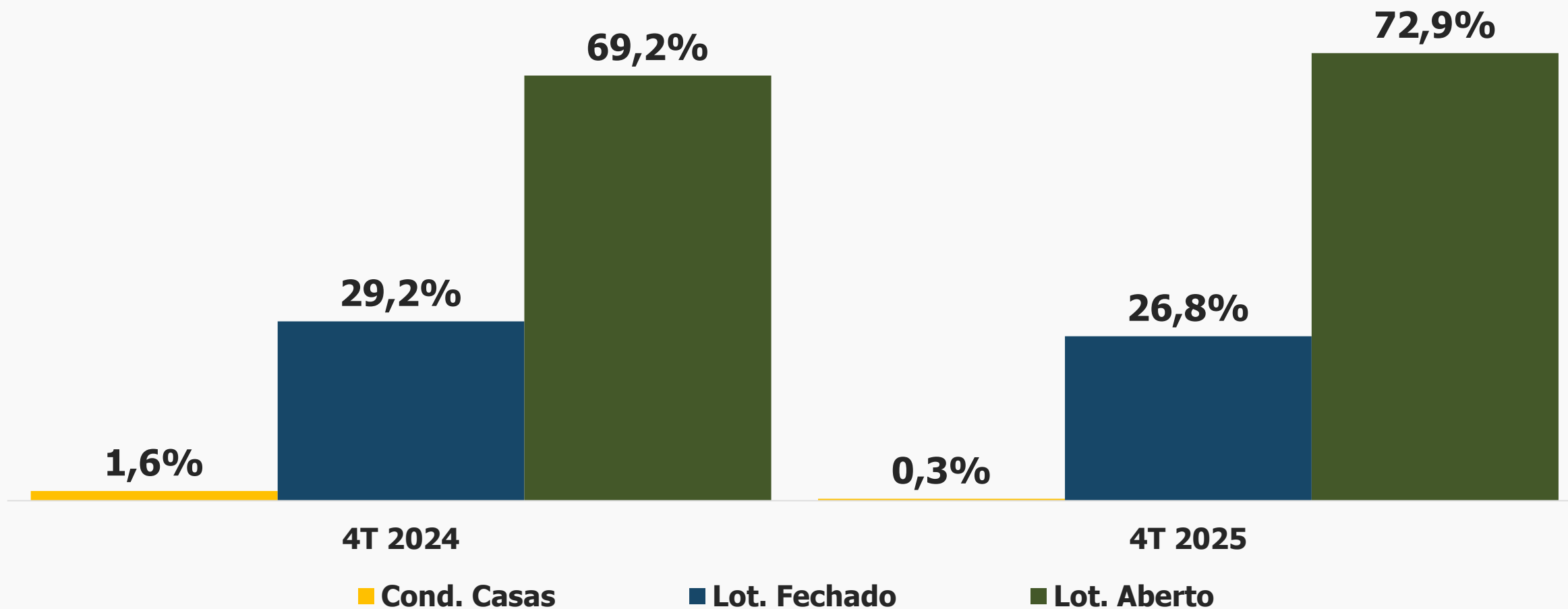
OFERTA FINAL HORIZONTAL

VARIAÇÕES OFERTA FINAL		
4T22 X 4T23	4T23 X 4T24	4T24 x 4T25
+149%	+113%	-12%



Obs: Boa Vista passou a ser monitorada a partir de 09/22 (4T22)

OFERTA FINAL POR TIPO

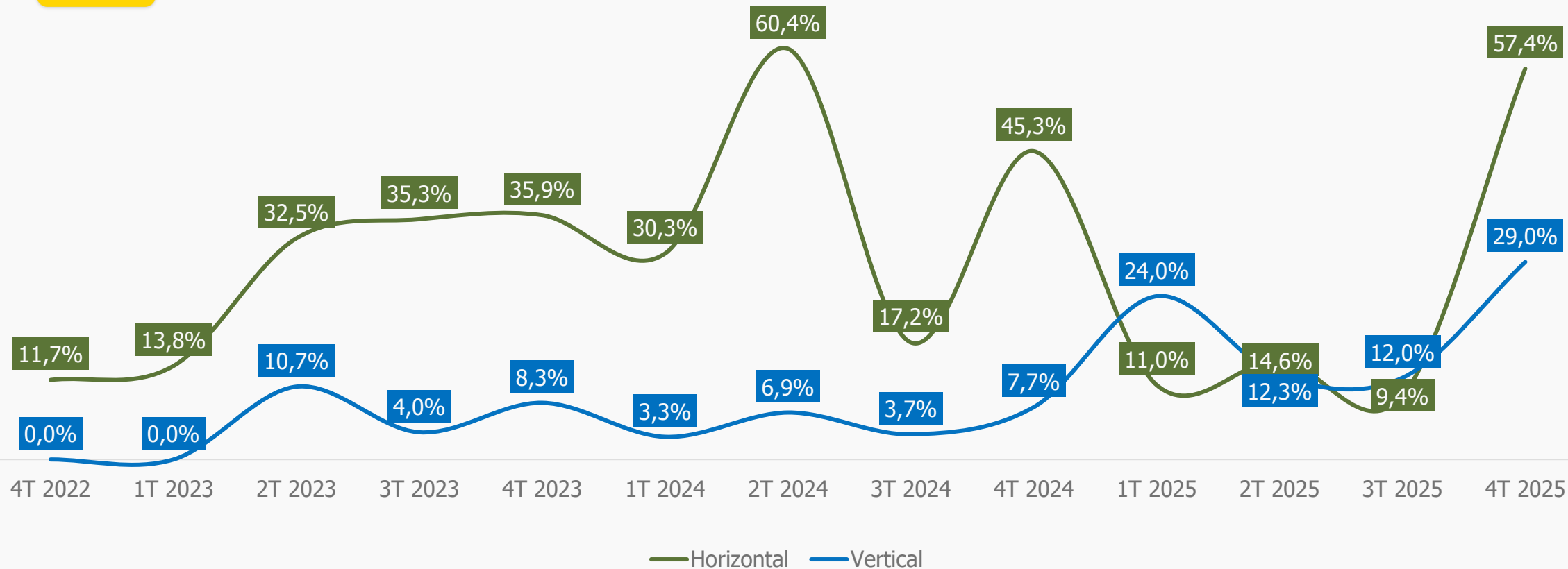




VSO / IVV



IVV (%)



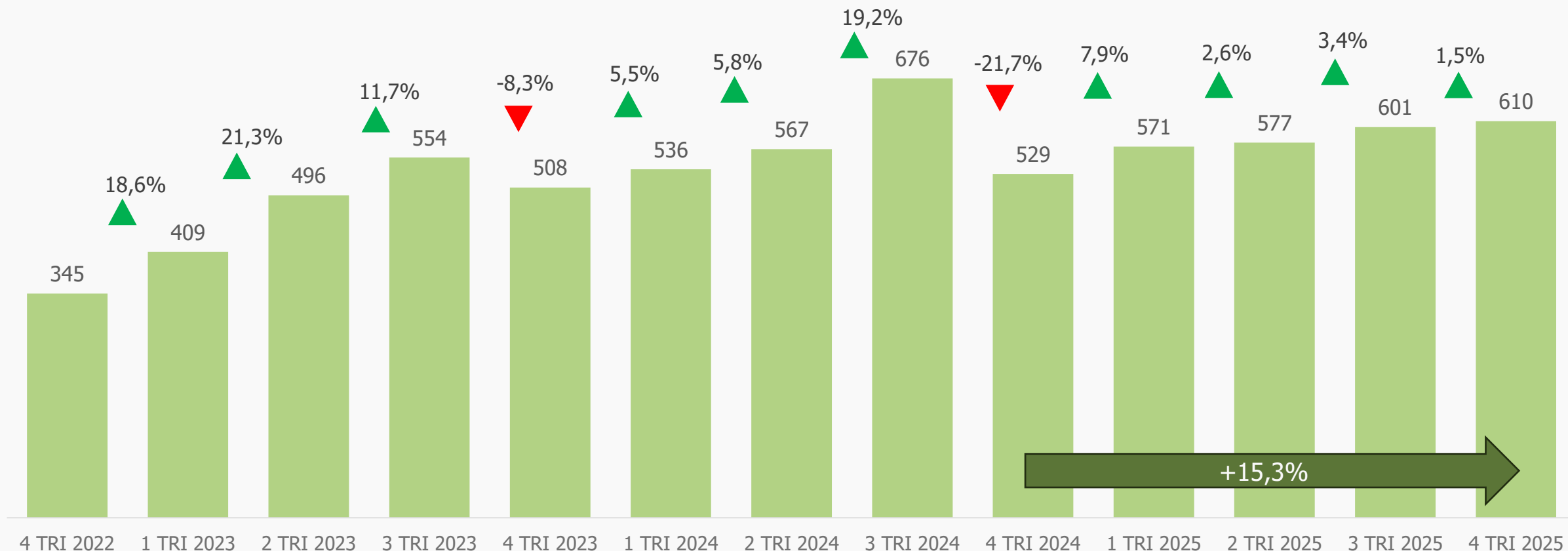
Cálculo do índice de velocidade de vendas: $\frac{\text{vendas líquidas trimestre atual}}{\text{oferta final trimestre anterior} + \text{unidades lançadas trimestre atual}}$



VARIAÇÃO DE PREÇOS



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS – R\$/M² HORIZONTAL





ESTADO ATUAL DO MERCADO RESIDENCIAL HORIZONTAL



OFERTA FINAL POR ANO DE LANÇAMENTO

Ano Lançamento	Oferta Final	(%)
Até 2021	15	0,8%
2022	0	0,0%
2023	98	5,3%
2024	867	47,1%
2025	860	46,7%
Total	1.840	100%

OFERTA FINAL POR TIPOLOGIA

Tipologia	Oferta Final	(%)
Condomínio de Casas	6	0,3%
Loteamento Fechado	493	26,8%
Loteamento Aberto	1.341	72,9%
Total	1.840	100%

OFERTA FINAL POR PADRÃO

CONDOMÍNIO DE CASAS

Padrão	Faixa de Valor	Oferta Final	(%)
Econômico	até 350.000	0	-
Standard	de 350.000 até 700.000	4	66,7%
Médio	de 700.001 até 1.250.000	2	33,3%
Alto	de 1.250.001 até 2.000.000	-	-
Luxo	de 2.000.001 até 4.000.000	-	-
Super Luxo	Acima de 4.000.000	-	-
Total	-	6	100%

VGV OFERTADO E DISPONÍVEL

Tipologia	Ticket Médio	UNIDADES EM OFERTA			OFERTA EM VGV		
		Oferta Lançada	Oferta Final	Vendas	Lançada (R\$ MIL)	Final (R\$ MIL)	Vendas (R\$ MIL)
Loteamento Fechado	415.192	1.540	493	1.047	R\$ 639	R\$ 205	R\$ 435
Casas em Condomínio	483.077	76	6	70	R\$ 37	R\$ 3	R\$ 34
Loteamento Aberto	138.661	13.566	1.341	12.225	R\$ 1.881	R\$ 186	R\$ 1.695
Total Horizontal	-	15.182	1.840	13.342	R\$ 2.557	R\$ 394	R\$ 2.164

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

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



**LANÇAMENTOS E VENDAS
POR TRIMESTRE
MERCADO DE BOA VISTA/RR**



DADOS DE LANÇAMENTOS

		POR TRIMESTRE				ACUMULADO 12 MESES	
	Tipo do Imóvel	4T 2022	4T 2023	4T 2024	4T 2025	2024	2025
EMPREENHIMENTOS	Residencial Vertical	0	0	0	1	1	3
	Residencial Horizontal	0	1	2	3	8	5
	Total Mercado	0	1	2	4	9	8
UNIDADES	Residencial Vertical	0	0	0	96	8	372
	Residencial Horizontal	0	6	2.170	2.369	5.242	3.094
	Total Mercado	0	6	2.170	2.465	5.250	3.466
VGV LANÇADO (R\$ milhões)	Residencial Vertical	0,0	0,0	0,0	31,3	7,1	212,1
	Residencial Horizontal	0,0	9,6	179,7	323,9	873,8	389,8
	Total Mercado	0,0	9,6	179,7	355,2	881	602


FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

DADOS DE VENDAS

		POR TRIMESTRE				ACUMULADO 12 MESES	
UNDADES	Tipo do Imóvel	4T 2022	4T 2023	4T 2024	4T 2025	2024	2025
	Residencial Vertical	0	2	2	79	6	203
	Residencial Horizontal	52	548	1.724	2.483	4.139	3.335
	Total Mercado	52	550	1.726	2.562	4.145	3.538
VGV (R\$ milhões)	Residencial Vertical	0	7,1	4,7	40,0	14,3	148,1
	Residencial Horizontal	15,4	98,4	145,2	324,2	598,0	446,7
	Total Mercado	15,4	105,5	149,9	364,2	612,3	594,8

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN.

Obs: Boa Vista passou a ser monitorada a partir de 09/22 (4T22)

A yellow decorative shape consisting of four curved segments, resembling a stylized sun or a cluster of dots, located to the left of the title box.

ANÁLISE DO MERCADO RESIDENCIAL HORIZONTAL



OFERTA LANÇADA E FINAL | POR TIPOLOGIA

Tipologia	Nº de Empreend.	(%)	Oferta Lançada	(%)	Oferta Final	(%)	Vendas s/O.L.	Disponibilidade sobre O.L
Loteamento Fechado	4	17,4%	1.540	10,1%	493	26,8%	68,0%	32,0%
Loteamento Aberto	16	69,6%	13.566	89,4%	1.341	72,9%	90,1%	9,9%
Casas em Condomínio Fechado	3	13,0%	76	0,5%	6	0,3%	92,1%	7,9%
Total	23	100%	15.182	100%	1.840	100%	87,9%	12,1%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

- A maior oferta lançada dos empreendimentos em comercialização é de loteamento aberto, com 13.566 unidades lançadas (89,4%);
- A maior absorção em relação a oferta é de casas em cond. fechado, uma vez que há somente 7,9% de unidades disponíveis em comercialização.

OFERTA LANÇADA E FINAL | POR ANO

Ano Lançamento	Nº de Empreend.	GERAL						
		Em %	Oferta Lançada	Em %	Oferta Final	Em %	Vendas s/O.L.	Disp. s/ O.L.
Até 2021	3	13,0%	3.016	19,9%	15	0,8%	99,5%	0,5%
2022	1	4,3%	1.047	6,9%	0	0,0%	100,0%	0,0%
2023	6	26,1%	2.783	18,3%	98	5,3%	96,5%	3,5%
2024	8	34,8%	5.242	34,5%	867	47,1%	83,5%	16,5%
2025	5	21,7%	3.094	20,4%	860	46,7%	72,2%	27,8%
Após 2022	19	82,6%	11.119	73,2%	1.825	99,2%	83,6%	16,4%
Total	23	100,0%	15.182	100,0%	1.840	100,0%	87,9%	12,1%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

- A maior oferta horizontal lançada, com oferta ativa, ocorreu em 2024, com 5.242 unidades;
- A menor disponibilidade de unidades lançadas são de lançamentos ocorridos em 2022, com a oferta esgotada.

ANÁLISE DE PREÇO



BRA!N



PREÇO E ÁREA MÉDIA | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	m ² Privativo	R\$/m ² privativo
Loteamento Fechado	415.192	437	951
Loteamento Aberto	138.661	264	525
Média Loteamentos	188.089	295	638
Casas em Condomínio Fechado	483.077	73	6.650

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

O preço médio por metro quadrado dos loteamentos aberto em Boa Vista é 21% inferior a média de loteamento do município.



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.
Compacto	Studio - Loft - 1 quarto	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Econômico	até 350.000	1	20,0%	96	23,5%	51	26,4%	46,9%	53,1%
Standard	de 350.000 até 700.000	1	20,0%	240	58,8%	114	59,1%	52,5%	47,5%
Médio	de 700.001 até 1.250.000	2	40,0%	44	10,8%	17	8,8%	61,4%	38,6%
Alto	de 1.250.001 até 2.000.000	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Luxo	de 2.000.001 até 4.000.000	1	20,0%	28	6,9%	11	5,7%	60,7%	39,3%
Super Luxo	Acima de 4.000.001	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-	-
Total		5	100%	408	100%	193	100%	52,7%	47,3%

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

PREÇO MÉDIO DO M² PRIVATIVO | POR TIPOLOGIA

Tipo Imóvel	Preço Médio	Área Priv. Média	R\$/m ² Privativa
1 Dormitório	-	-	-
2 Dormitórios	576.196	73	7.850
3 Dormitórios	979.159	86	11.330
4 Dormitórios	3.616.790	252	14.355
Média Geral	810.544	86	9.372

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN



Obrigado
pela atenção!

Anderson Gonçalves
Head Centro-Oeste e Norte

+55 (62) 98138-8036
anderson@brain.srv.br



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 Araujo

Inteligência
de Mercado



Thais Souza

Inteligência
de Mercado





APÊNDICES



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.



APÊNDICE 6

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: $\text{Oferta Final} / \text{Oferta Lançada} \times 100$. 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.

CONSULTORIA



Diretoria

Marcos Kahtalian
Fundador



Diretoria

Fábio Tadeu Araújo
CEO



Diretoria

Leticia Tiboni
Vice-Presidente



Anderson Gonçalves
Head Norte e
Centro-Oeste



Andressa Bergamo
Sócia e Gestora
de Comunicação



Angela Negrão
Gestora de Pesquisas
Quantitativas



Guilherme Werner
Sócio-Consultor



Hamilton Leite
Head São Paulo



Marcelo Gonçalves
Sócio-Consultor



Shirlei Camargo
Gestora de Pesquisas
Qualitativas



Teresa Cristina
Sócia e Gestora
de Projetos

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



BRA!N

Inteligência Estratégica

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