

MERCADO IMOBILIÁRIO

SOROCABA, ITU E VOTORANTIM

FAZEMOS PARTE DE UM GRUPO DE EMPRESAS

GRUPO BRAIN



BRAIN INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA

A empresa de inteligência estratégica mais representativa do mercado imobiliário brasileiro.



(41) 3243-2880



GEOBRAIN

Uma completa plataforma de georreferenciamento e geomarketing imobiliário.



(41) 3243-2880



GLOBAL TALENT

Consultoria em gestão de pessoas e processos especializada no mercado imobiliário.



(19) 9 9905-1902

ENTREGAMOS INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA PARA ORGANIZAÇÕES



Já desenvolvemos

+ de 7.500 estudos de mercado
e, anualmente, realizamos



+ de 50 mil entrevistas.

Temos atuação em



+ de 850 cidades de todos os estados
brasileiros.

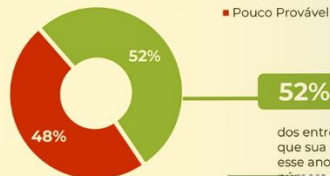


PANORAMA IMOBILIÁRIO NACIONAL

A visão dos empresários para 2023 e as tendências do novo censo para o mercado imobiliário

BRAIN 20 ANOS
ADITBrasil

Probabilidade da empresa aumentar os investimentos em 2023



52%

dos entrevistados dizem que é **muito provável** que sua empresa aumente os investimentos esse ano. Por mais que represente a maioria, o número é bem equilibrado.

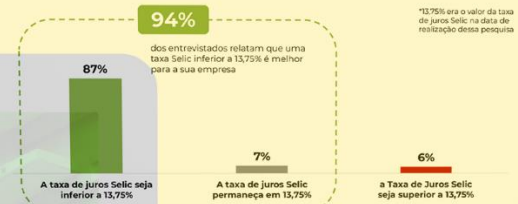
Expectativa de rentabilidade para os próximos anos



83%

dos entrevistados esperam manter ou aumentar o lucro de suas empresas nos próximos anos.

Expectativa em relação à taxa SELIC



94%

dos entrevistados relatam que uma taxa Selic inferior a 13,75% é melhor para a sua empresa

*13,75% era o valor da taxa de juros Selic na data de realização desta pesquisa

CENSO 2022: IMPACTOS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO

BRAIN 20 ANOS

ADITBrasil



Escaneie o QR Code e tenha acesso ao e-book com as tendências e os impactos do novo censo do mercado imobiliário.





SECOVI SP
O SINDICATO DA HABITAÇÃO
Desde 1946

MERCADO IMOBILIÁRIO SOROCABA, ITU E VOTORANTIM

2023

BRA!N





LANÇAMENTOS E VENDAS POR TRIMESTRE



DADOS DE LANÇAMENTOS

	Tipo do Imóvel	1S 2021	1S2022	1S2023	2021 - 2022 Var. (%)	2022-2023 Var. (%)
EMPREENDIMENTOS	Residencial Vertical	27	20	9	-25,9%	-55,0%
	Residencial Horizontal	1	2	3	100,0%	50,0%
	Total Mercado	28	22	12	-21,4%	-45,5%
UNIDADES	Residencial Vertical	4.092	2.284	1.282	-44,2%	-43,9%
	Residencial Horizontal	28	254	35	807,1%	-86,2%
	Total Mercado	4.120	2.538	1.317	-38,4%	-48,1%
VGL (R\$ milhões)	Residencial Vertical	1.300,8	635,6	463,5	-51,1%	-27,1%
	Residencial Horizontal	11,3	52,9	26,2	368,3%	-50,5%
	Total Mercado	1.312,1	688,5	489,7	-47,5%	-28,9%

DADOS DE VENDAS

	Tipo do Imóvel	1S 2021	1S2022	1S2023	2021-2022 Var. (%)	2022- 2023 Var. (%)
UNIDADES	Residencial Vertical	4.766	2.429	2.984	-49,0%	22,8%
	Residencial Horizontal	300	483	137	61,0%	-71,6%
	Total Mercado	5.066	2.912	3.121	-42,5%	7,2%
VGV (milhões)	Residencial Vertical	1.585,2	688,5	1.080,8	-56,6%	57,0%
	Residencial Horizontal	60,8	100,8	54,1	65,8%	-46,3%
	Total Mercado	1.646,0	789,3	1.134,9	-52,0%	43,8%



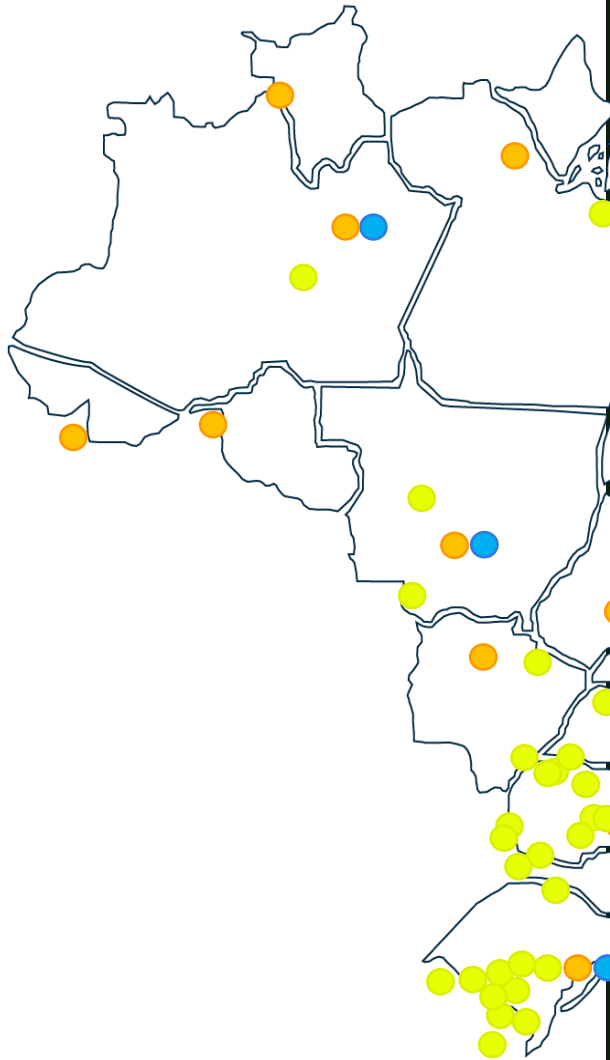
INDICADORES IMOBILIÁRIOS NACIONAIS

2º TRIMESTRE DE 2023

217 Cidades Pesquisadas

Indicadores Imobiliários Nacionais 2T 2023

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
- 48 Alvorada
- 49 Rio Grande
- 50 Anápolis
- 51 Tijucas
- 52 Juiz de Fora

- 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 José de Ribamar, Paço do Lumiar, Raposa; RM de Fortaleza 7 | Aquiraz, Barbalhas, Caucaia, Eusébio, Itaitinga, Juazeiro do Norte e Maracanaú; 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, Paripirira, 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 2 | Palhoça e São José; RM de Porto Alegre 15 | Balneário do Pinhal, Cachoeirinha, Canoas, Eldorado do Sul, Esteio, Gravataí, Guaiíba, Novo Hamburgo, Passo Fundo, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, São Leopoldo, Sapucaia do Sul, Viamão e Pelotas; 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
1T2023 X 2T2023	15,7% ↑	0,5% ↑	-3,8% ↓
2T2022 X 2T2023	-15,8% ↓	-5,3% ↓	-6,3% ↓
1S2022 X 1S2023	-19,1% ↓	-7,5% ↓	-6,3% ↓

Em comparação com o primeiro trimestre do ano, destaque, principalmente, para o significativo **incremento de lançamentos**.

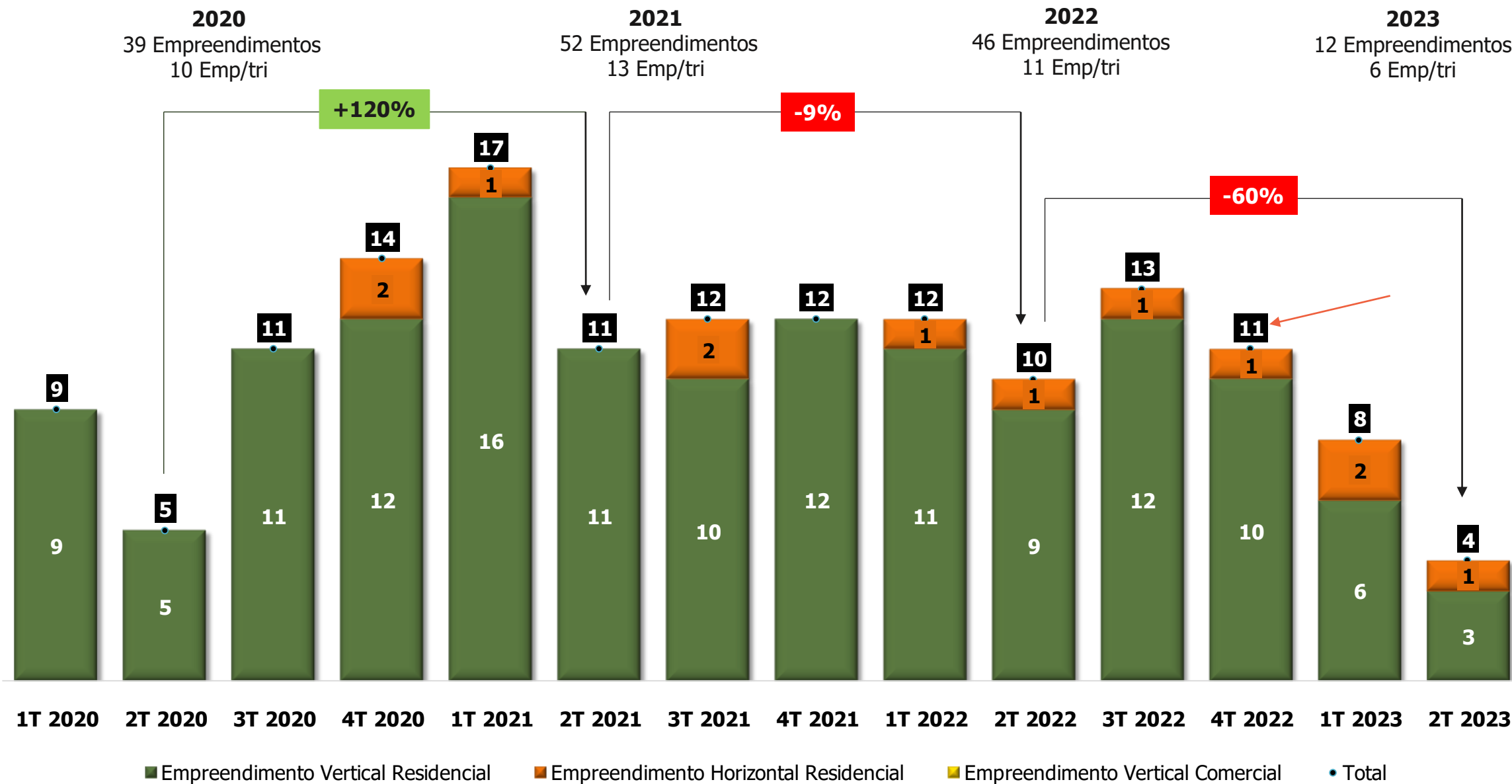
LANÇAMENTOS POR TRIMESTRE



BRA!N



EMPREENDIMENTOS LANÇADOS POR TRIMESTRE

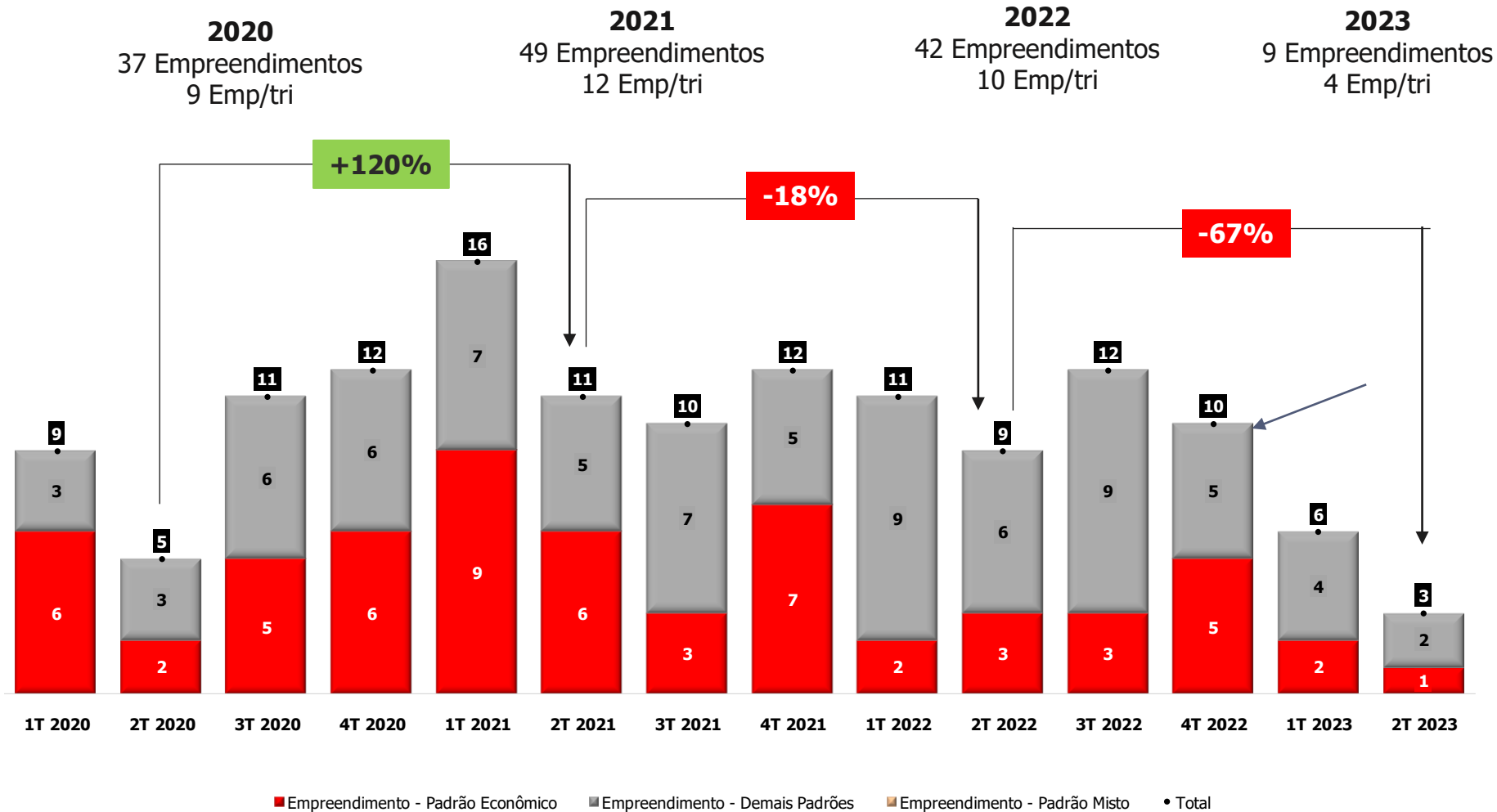


■ Empreendimento Vertical Residencial ■ Empreendimento Horizontal Residencial ■ Empreendimento Vertical Comercial ● Total

FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN Obs.:¹ Foram incluídos empreendimentos retroativos.

Obs.:² Os empreendimentos horizontais estão sendo considerados apenas condomínios de casas.

EMPREENDIMENTOS LANÇADOS POR PADRÃO POR TRIMESTRE



RESIDENCIAL VERTICAL

Residencial Econômico:
 2T2022: 3 empreendimentos;
 2T2023: 1 empreendimento;

Residencial Demais Padrões:
 2T2022: 6 empreendimentos;
 2T2023: 2 empreendimentos;

- ✓ Dos 3 empreendimentos lançados no 2T2023, 1 é do padrão Econômico (33%);
- ✓ Os empreendimentos do padrão Econômico são de até R\$ 264 mil e os demais padrões acima de R\$ 264 mil.

OBS.: MCMV = Minha Casa Minha Vida.

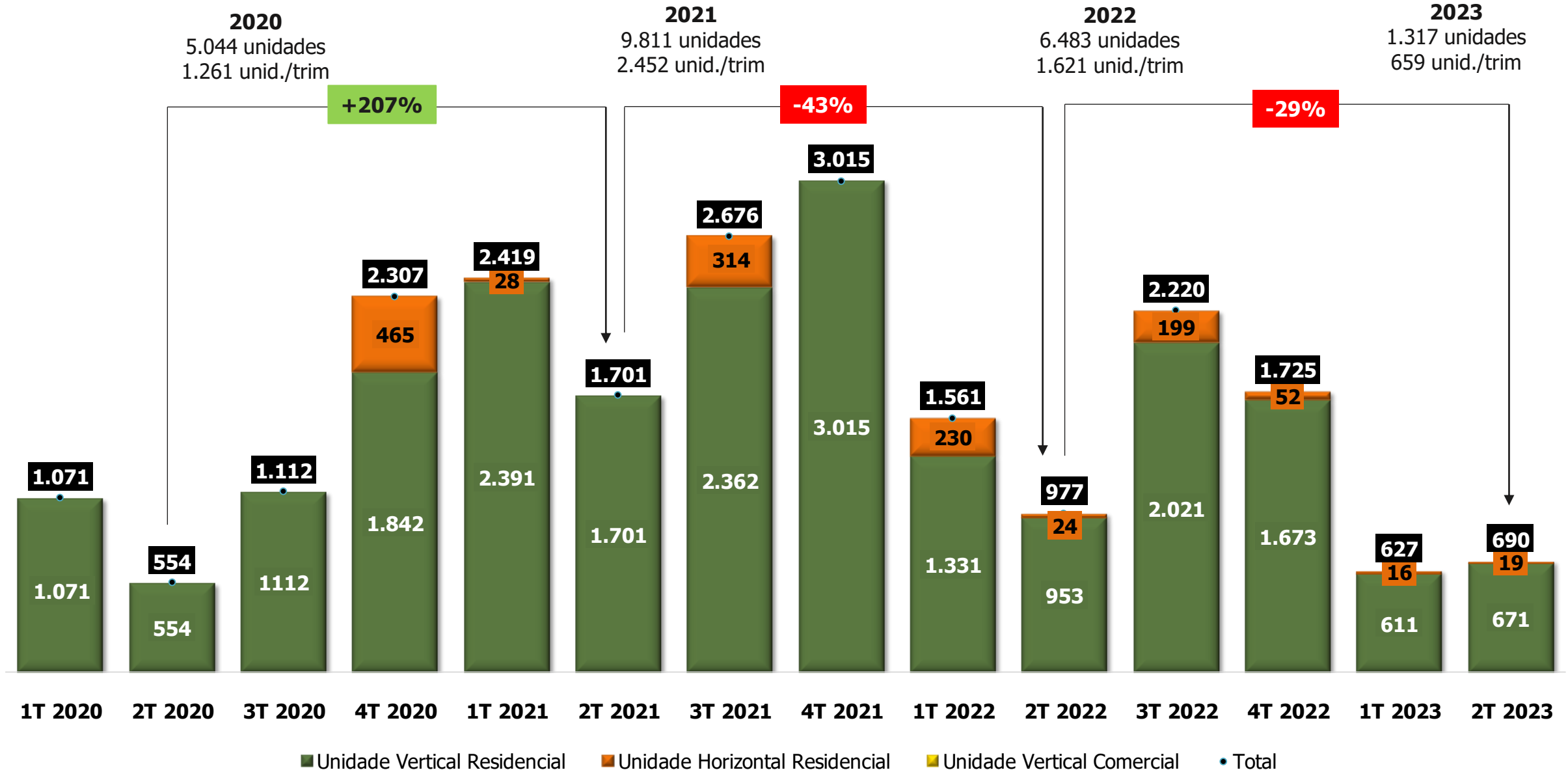
MCMV
 2020 – 51%

MCMV
 2021 – 51%

MCMV
 2022 – 31%

MCMV
 2023 – 33%

UNIDADES LANÇADAS POR TRIMESTRE



UNIDADES LANÇADAS POR PADRÃO POR TRIMESTRE

RESIDENCIAL VERTICAL

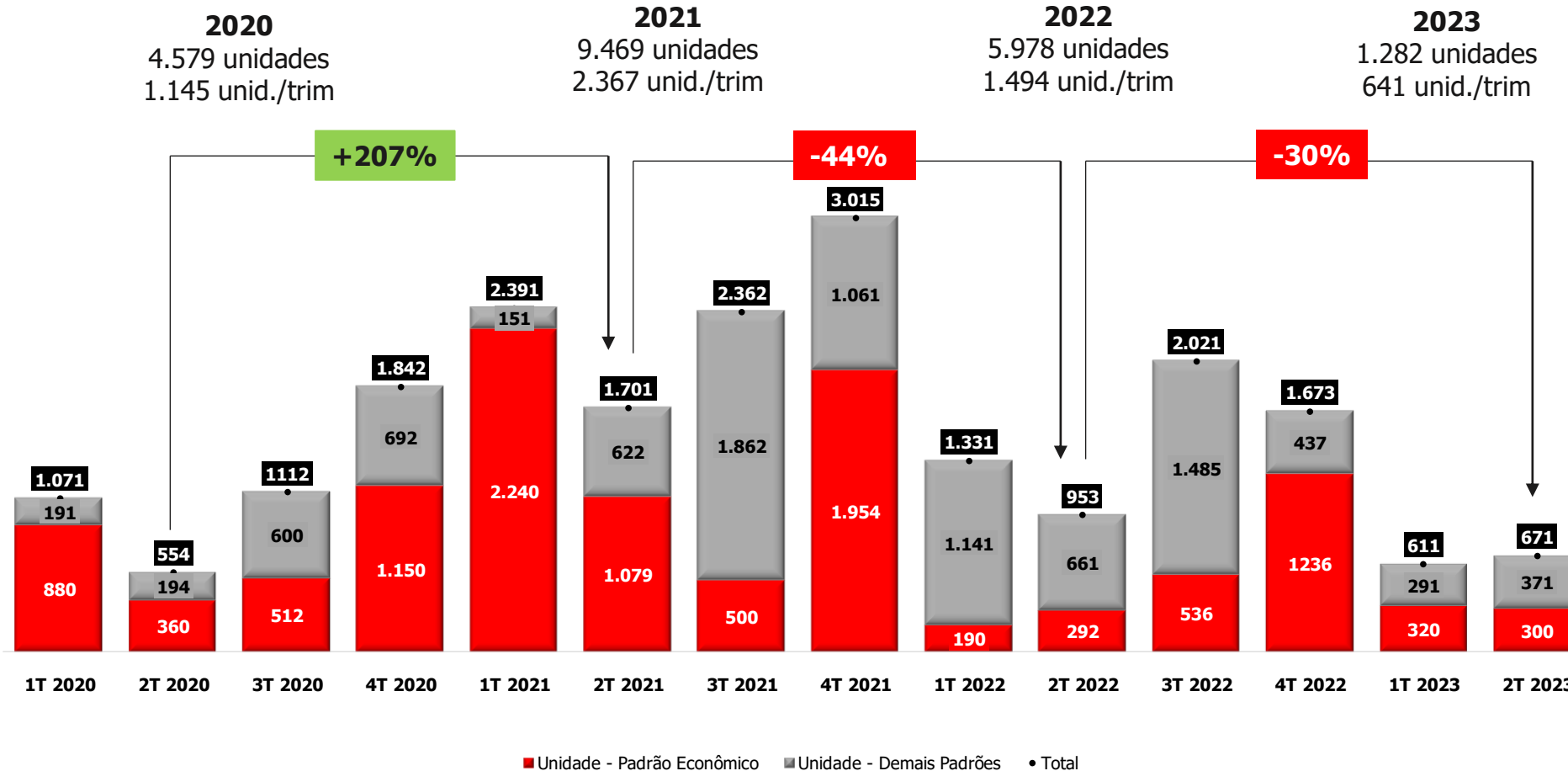
Residencial Econômico:

2T2022: 292 unidades;
2T2023: 300 unidades;

Residencial Demais Padrões:

2T2022: 661 unidades;
2T2023: 371 unidades;

✓ Das 671 unidades lançadas no 2T2023, 300 são do padrão Econômico (45%).



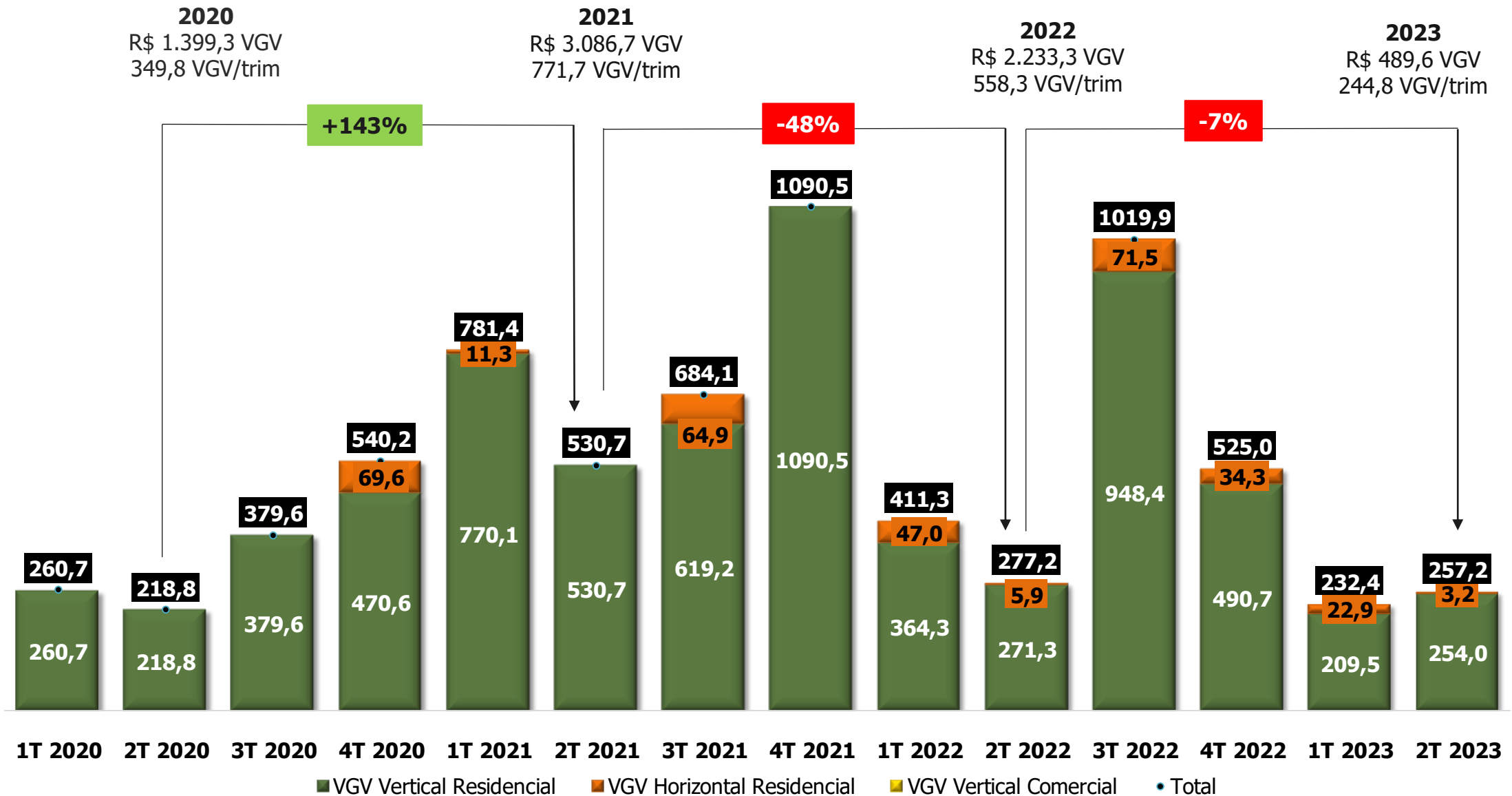
MCMV
2020 – 63%

MCMV
2021 – 61%

MCMV
2022 – 38%

MCMV
2023 – 48%

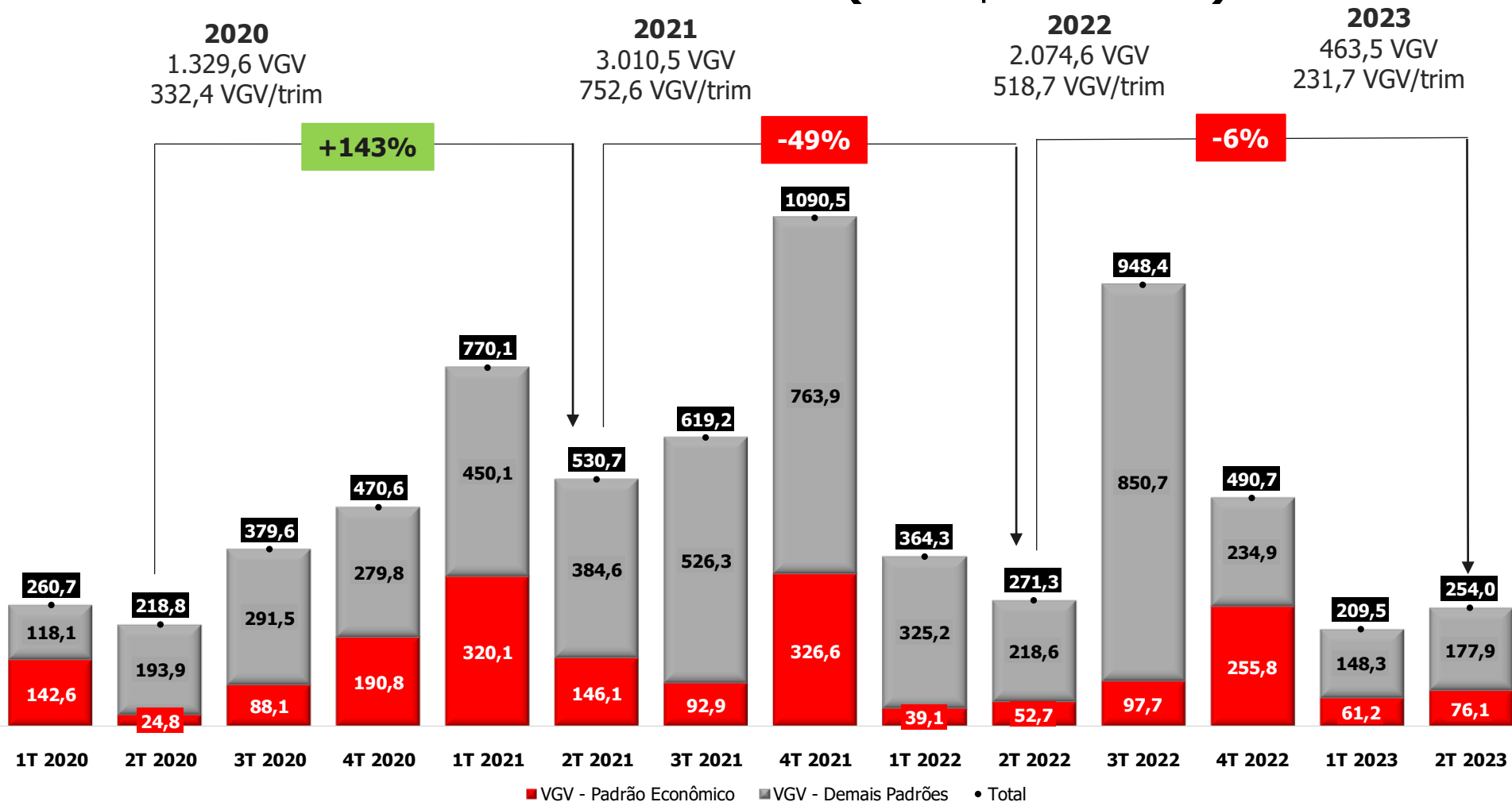
VGL POR TRIMESTRE (EM R\$ MILHÕES)



FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN Obs.:¹ Foram incluídos empreendimentos retroativos.

Obs.:² Os empreendimentos horizontais estão sendo considerados apenas condomínios de casas.

VGL POR PADRÃO POR TRIMESTRE (EM R\$ MILHÕES)



RESIDENCIAL VERTICAL

VGL Econômico:

2T2022: R\$ 52,7 milhões;
2T2023: R\$ 76,1 milhões;

VGL Demais Padrões:

2T2022: R\$ 218,6 milhões;
2T2023: R\$ 177,9 milhões;

✓ No 2T2023 o padrão Econômico totalizou R\$ 76,1 milhões, ou seja, 30% do total lançado nesse trimestre.

MCMV
2020 – 34%

MCMV
2021 – 29%

MCMV
2022 – 21%

MCMV
2023 – 30%

VENDAS POR TRIMESTRE

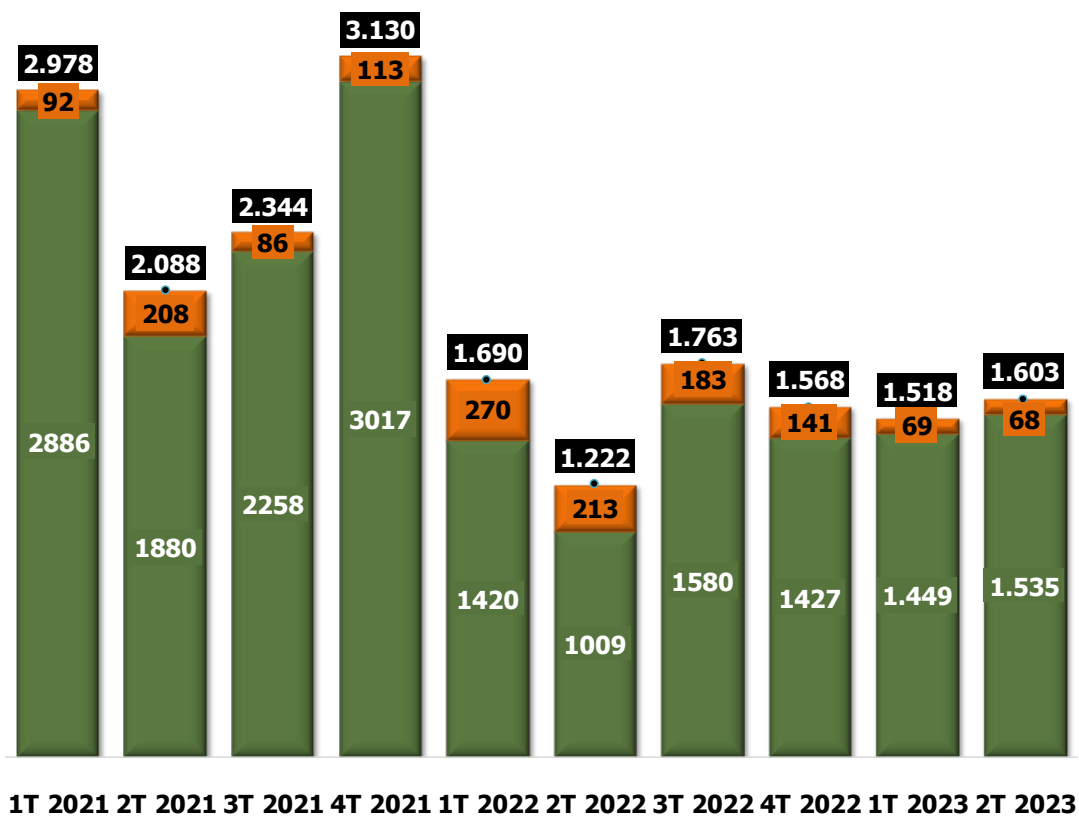


BRA!N

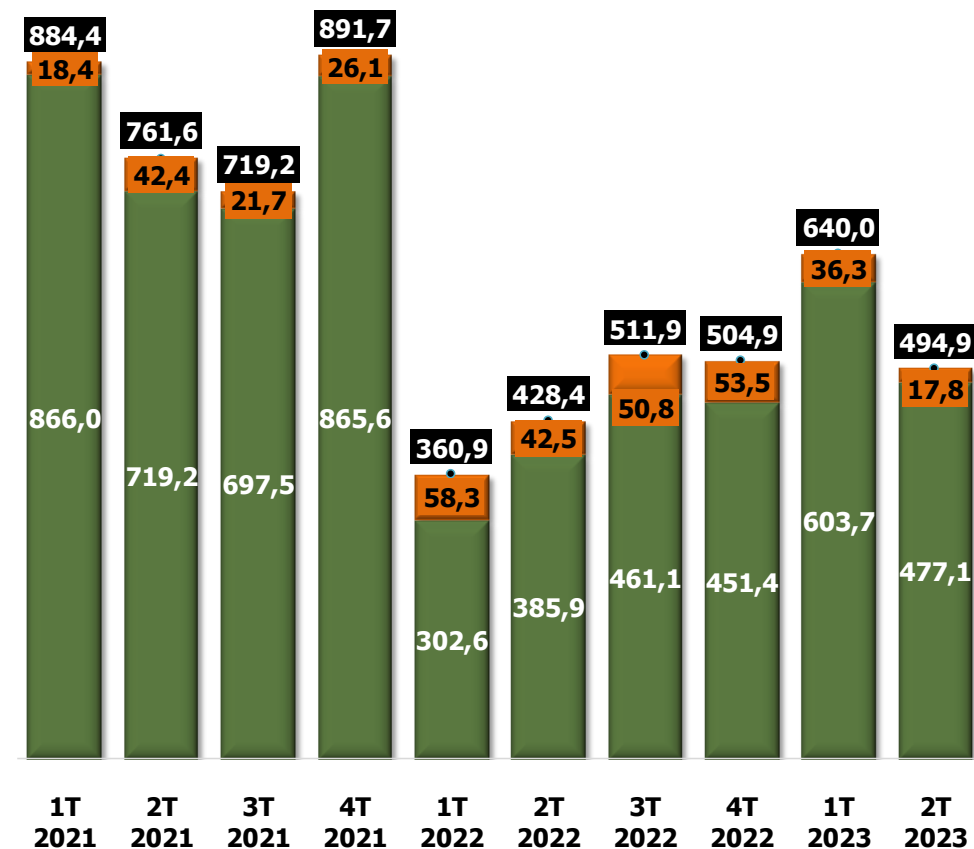


UNIDADES VENDIDAS E VGV VENDIDO POR TRIMESTRE

UNIDADES VENDIDAS



VGV VENDIDO

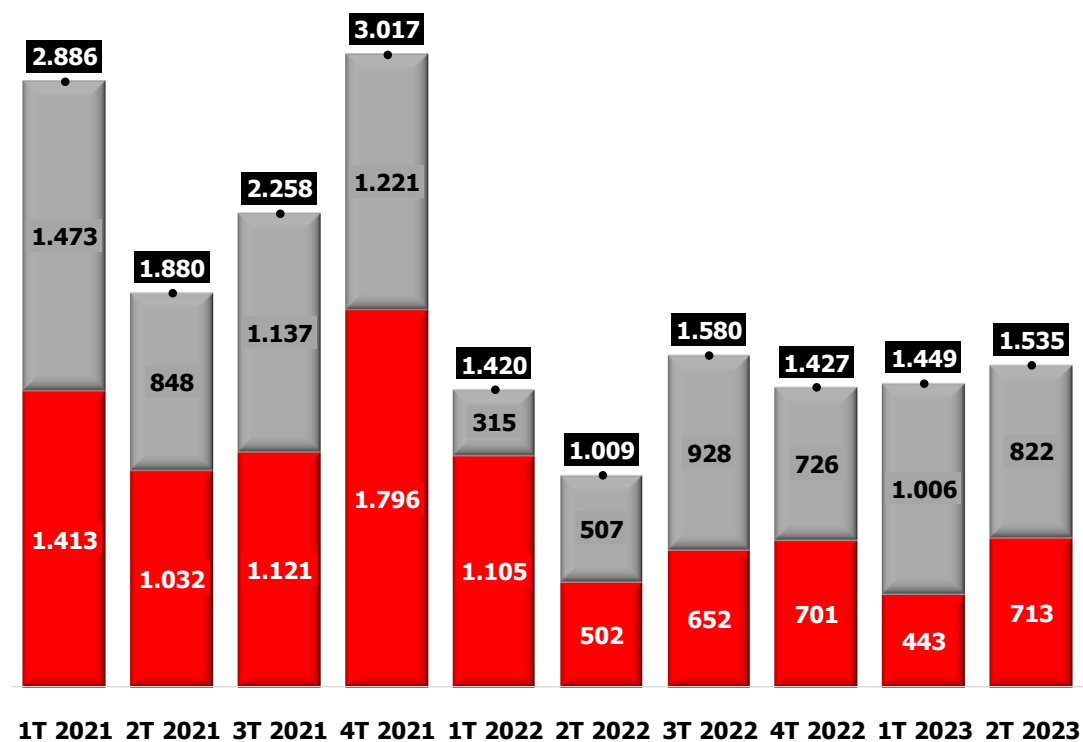


■ Unidade Vertical Residencial ■ Unidade Horizontal Residencial • Total

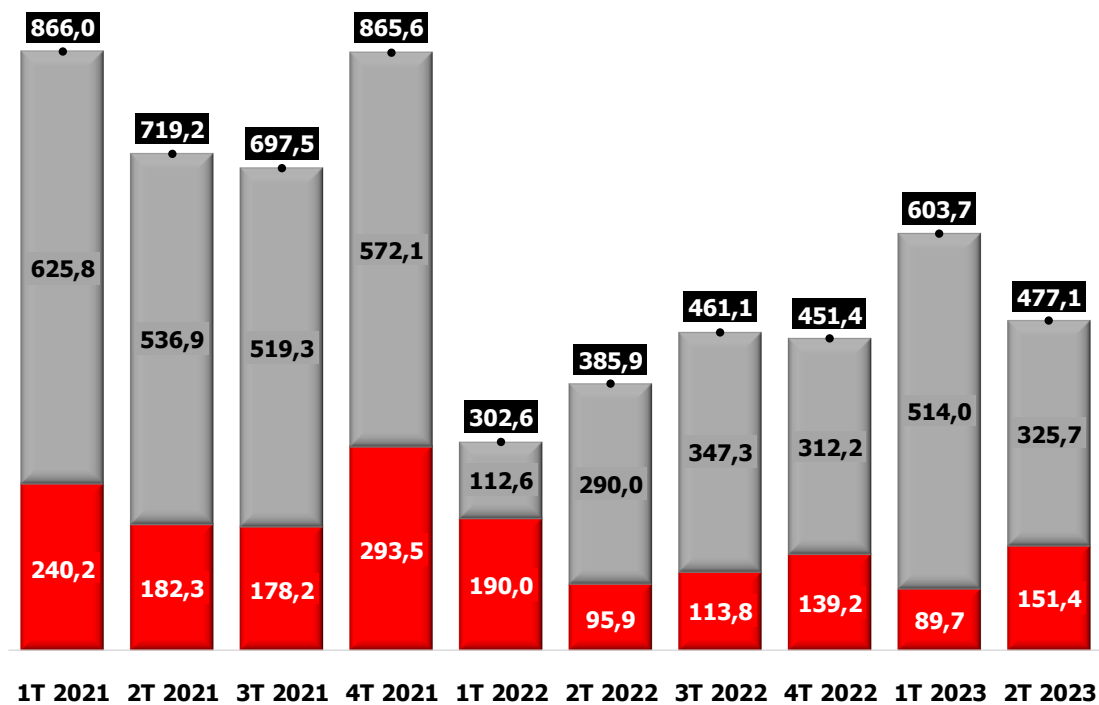
■ VGV Vertical Residencial ■ VGV Horizontal Residencial • Total

UNIDADES VENDIDAS E VGV VENDIDO POR PADRÃO (EM R\$ MILHÕES)

UNIDADES VENDIDAS



VGV VENDIDO



■ Unidade - Padrão Econômico ■ Unidade - Demais Padrões • Total

■ VGV - Padrão Econômico ■ VGV - Demais Padrões • Total

ANÁLISE GERAL RESIDENCIAL VERTICAL E HORIZONTAL



ANÁLISE GERAL DO MERCADO

Tipo do Imóvel	Nº de Empreend.	Oferta Lançada	Oferta Final	Disponibilidade s/ O.L.
Total Mercado Residencial Vertical - Sorocaba	115	18.640	4.105	22,0%
Total Mercado Residencial Horizontal - Sorocaba	9	1.329	60	4,5%
Total Mercado Residencial Vertical - Votorantim	11	2.506	542	21,6%
Total Mercado Residencial Horizontal - Votorantim	4	132	46	34,8%
Total Mercado Residencial Vertical - Itu	15	2.321	507	21,8%
Total Mercado Residencial Horizontal - Itu	1	12	1	8,3%
Total Mercado	155	24.940	5.261	21,1%

Na análise horizontal considerou-se apenas condomínio de casas

MERCADO RESIDENCIAL



BRA!N



Padrão	Sorocaba	Votorantim	Itu	Total	(%)
Especial	363	-	-	363	1,5%
Econômico	9.025	1.304	192	10.521	44,8%
Standard	4.807	774	1.873	7.454	31,8%
Médio	3.723	228	256	4.207	17,9%
Alto	536	200	-	736	3,1%
Luxo	136	-	-	136	0,6%
Super Luxo	50	-	-	50	0,2%
Subtotal Residencial Vertical	18.640	2.506	2.321	23.467	94,1%
Horizontal	1.329	132	12	1.473	5,9%
Total	19.969	2.638	2.333	24.940	100,0%

- Entre os empreendimentos residenciais verticais, identificamos **23.467 unidades lançadas** com oferta ativa. Dessas, **44,8%** correspondem ao padrão econômico para os três municípios analisados (10.521 unidades);
- A cidade com maior oferta lançada é **Sorocaba**, com **19.969** unidades (18.640 vertical e 1.329 horizontal).

OFERTA FINAL POR PADRÃO

Padrão	Sorocaba	Votorantim	Itu	Total	(%)
Especial	67	-	-	67	1,3%
Econômico	1.977	206	116	2.299	44,6%
Standard	1.193	213	360	1.766	34,3%
Médio	676	91	31	798	15,5%
Alto	161	32	-	193	3,7%
Luxo	27	-	-	27	0,5%
Super Luxo	4	-	-	4	0,1%
Subtotal Residencial Vertical	4.105	542	507	5.154	98,0%
Horizontal	60	46	1	107	2,0%
Total	4.165	588	508	5.261	100,0%

- A oferta final disponível nos empreendimentos residenciais verticais corresponde a **5.154 unidades**, sendo **2.299** do padrão econômico (44,6%);
- O maior estoque total (vertical + horizontal) encontra-se em **Sorocaba**, correspondendo a 79,2% da oferta total disponível.

DISPONIBILIDADE SOBRE A OFERTA FINAL

Padrão	Sorocaba	Votorantim	Itu
Especial	18,5%	0,0%	0,0%
Econômico	21,9%	15,8%	60,4%
Standard	24,8%	27,5%	19,2%
Médio	18,2%	39,9%	12,1%
Alto	30,0%	16,0%	0,0%
Luxo	19,9%	0,0%	0,0%
Super Luxo	8,0%	0,0%	0,0%
Subtotal Residencial Vertical	22,0%	21,6%	21,8%
Horizontal	4,5%	34,8%	8,3%

- A **maior disponibilidade** é do padrão econômico em **Itu (60,4%)**;
- Observa-se que **não há unidades em comercialização nos padrões Especial, Luxo e Super Luxo** em Votorantim e Itu.
- No total geral do residencial vertical, a maior absorção em relação à oferta lançada é em Votorantim, com 78,4% do total de unidades absorvidas pelo mercado.

OFERTA LANÇADA POR ANO DE LANÇAMENTO

Ano Lançamento	Sorocaba	Votorantim	Itu	Total	(%)
Até 2017	969	-	144	1.113	4,7%
2018	302	-	44	346	1,5%
2019	2.107	372	352	2.831	12,1%
2020	1.935	120	626	2.681	11,4%
2021	7.170	1.732	470	9.372	39,9%
2022	5.067	282	493	5.842	24,9%
2023	1.090	-	192	1.282	5,5%
Total	18.640	2.506	2.321	23.467	100%

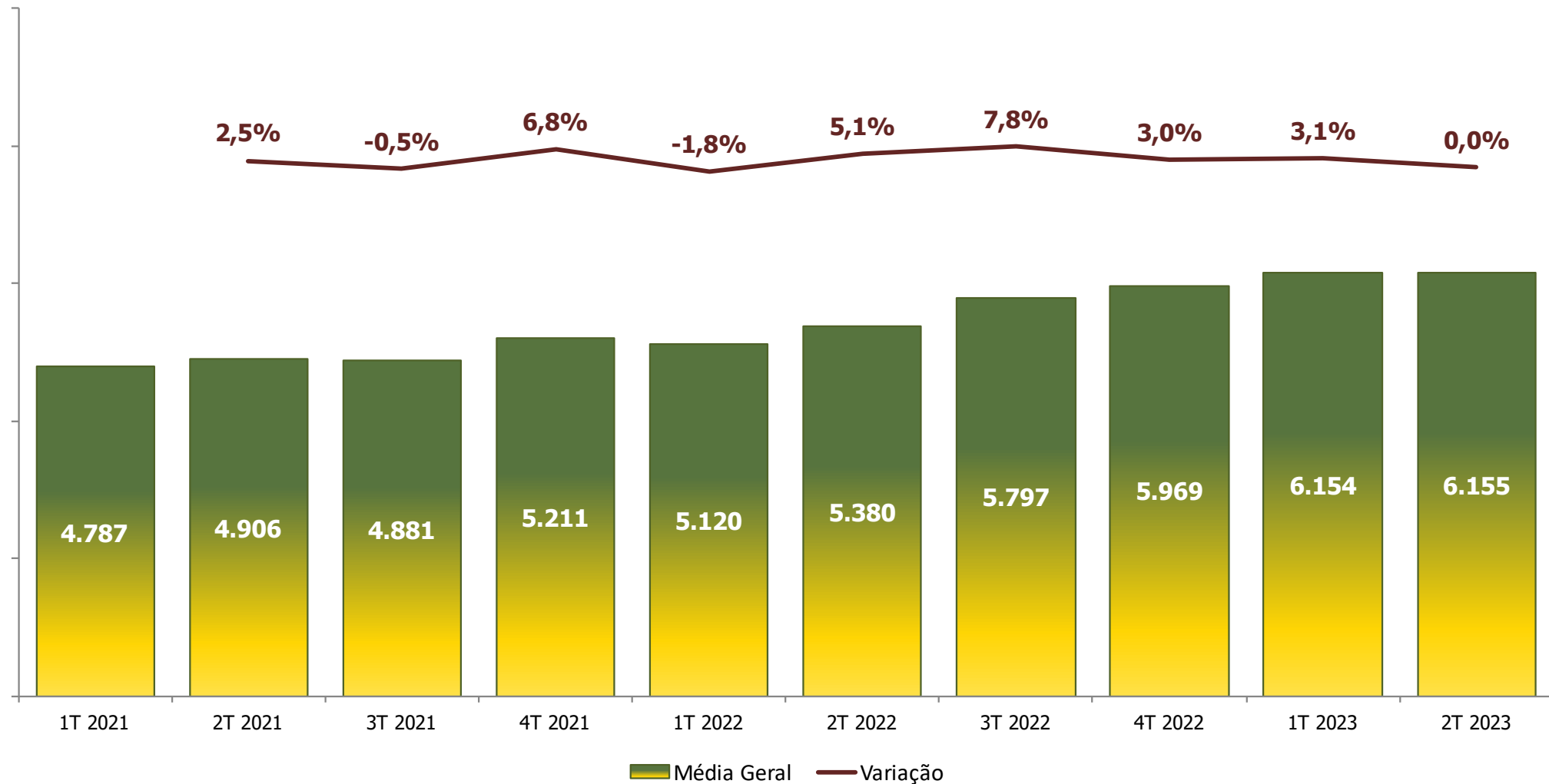
- A **maior oferta lançada** vertical em comercialização ocorreu em **2021**, com **9.372 unidades**.

OFERTA FINAL POR ANO DE LANÇAMENTO

Ano Lançamento	Sorocaba	Votorantim	Itu	Total	(%)
Até 2017	33	-	1	34	0,7%
2018	5	-	8	13	0,3%
2019	199	6	4	209	4,1%
2020	190	5	70	265	5,1%
2021	826	324	153	1.303	25,3%
2022	2.152	207	155	2.514	48,8%
2023*	700	-	116	816	15,8%
Total	4.105	542	507	5.154	100%

- O maior estoque é de unidades lançadas em 2022 (2.514 unidades);
- 79,6% do total de unidades em estoque encontra-se em Sorocaba.

PREÇO POR M² PRIV. MÉDIO | RESIDENCIAL VERTICAL TOTAL



FONTE: BRAIN | ELABORAÇÃO: BRAIN

OBS.: OS PREÇOS A PARTIR DO 1T22 CONTEMPLAM AS CIDADES DE ITU E VOTORANTIM, AS QUAIS POSSUEM PREÇOS POR M² INFERIOR AO DA CIDADE DE SOROCABA.

ANÁLISE VGV GERAL



BRA!N



VGW OFERTADO E DISPONÍVEL NO MERCADO TOTAL

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	5	418.933	363	67	296	R\$ 152	R\$ 28	R\$ 124
Econômico	50	185.064	10.521	2.299	8.222	R\$ 1.947	R\$ 425	R\$ 1.522
Standard	48	311.163	7.453	1.766	5.687	R\$ 2.319	R\$ 550	R\$ 1.770
Médio	30	637.321	4.207	798	3.409	R\$ 2.681	R\$ 509	R\$ 2.173
Alto	5	1.199.968	736	193	543	R\$ 883	R\$ 232	R\$ 652
Luxo	2	1.325.654	136	27	109	R\$ 180	R\$ 36	R\$ 144
Super Luxo	1	3.340.000	50	4	46	R\$ 167	R\$ 13	R\$ 154
Sub-Total Residenciais	141	362.994	23.466	5.154	18.312	R\$ 8.518	R\$ 1.871	R\$ 6.647
Horizontal - Cond. de casas	14	329.025	1.473	107	1.366	R\$ 485	R\$ 35	R\$ 449
Total	155	-	24.939	5.261	19.678	R\$ 9.003	R\$ 1.906	R\$ 7.097

MAPAS

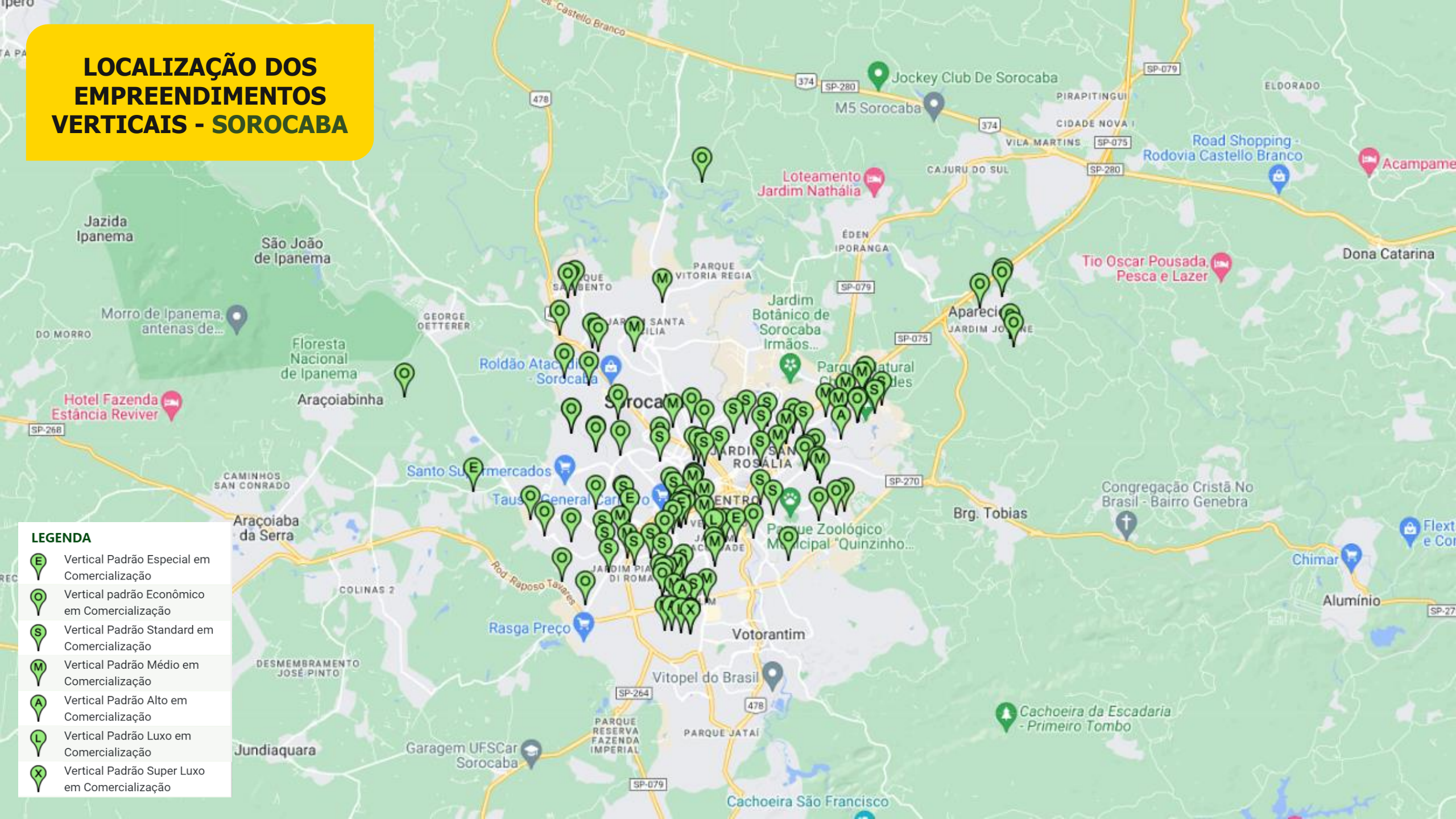


BRA!N

LOCALIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS VERTICAIS - SOROCABA

LEGENDA

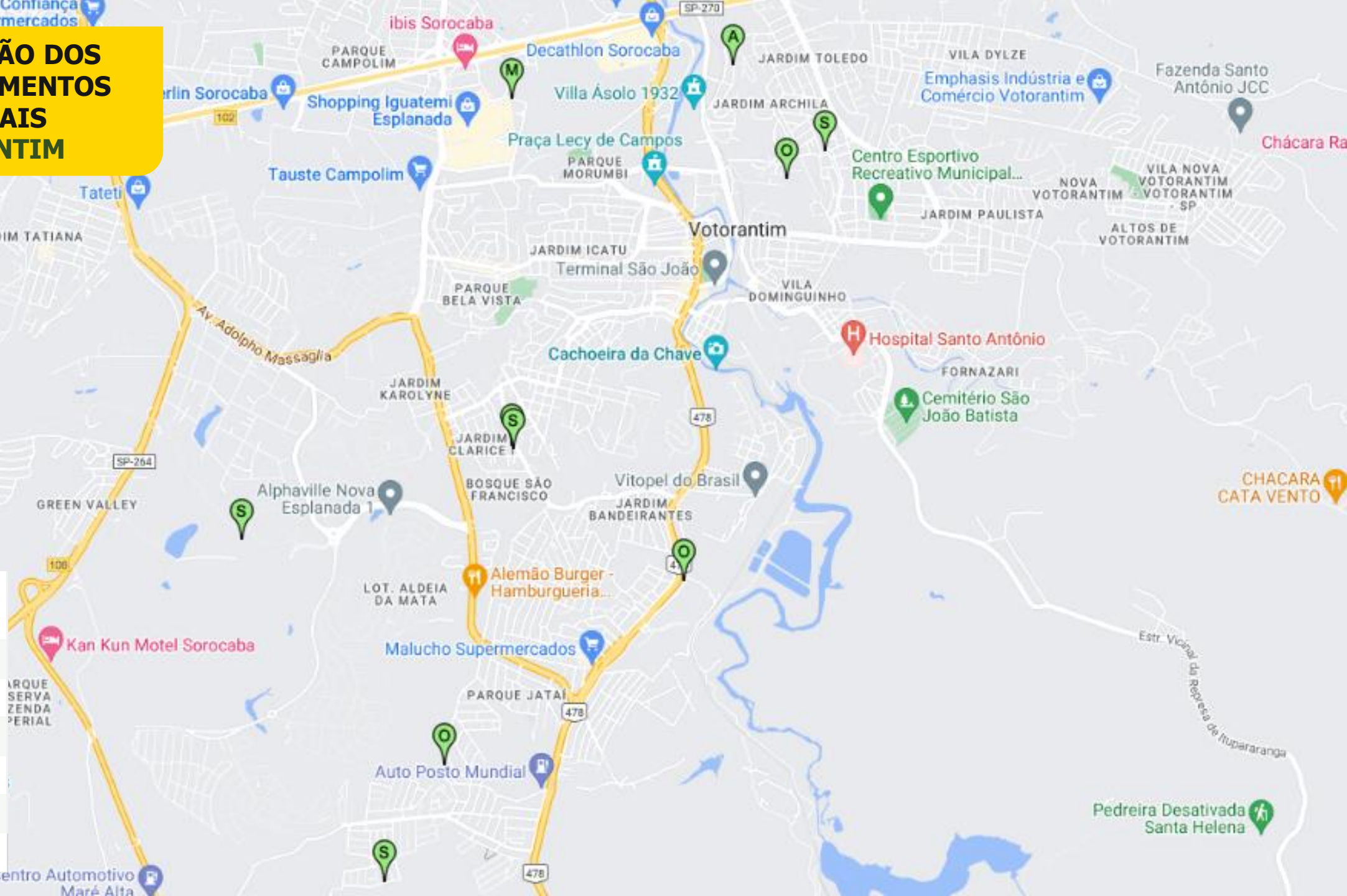
- Vertical Padrão Especial em Comercialização
- Vertical padrão Econômico em Comercialização
- Vertical Padrão Standard em Comercialização
- Vertical Padrão Médio em Comercialização
- Vertical Padrão Alto em Comercialização
- Vertical Padrão Luxo em Comercialização
- Vertical Padrão Super Luxo em Comercialização



LOCALIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS VERTICAIS VOTORANTIM

LEGENDA

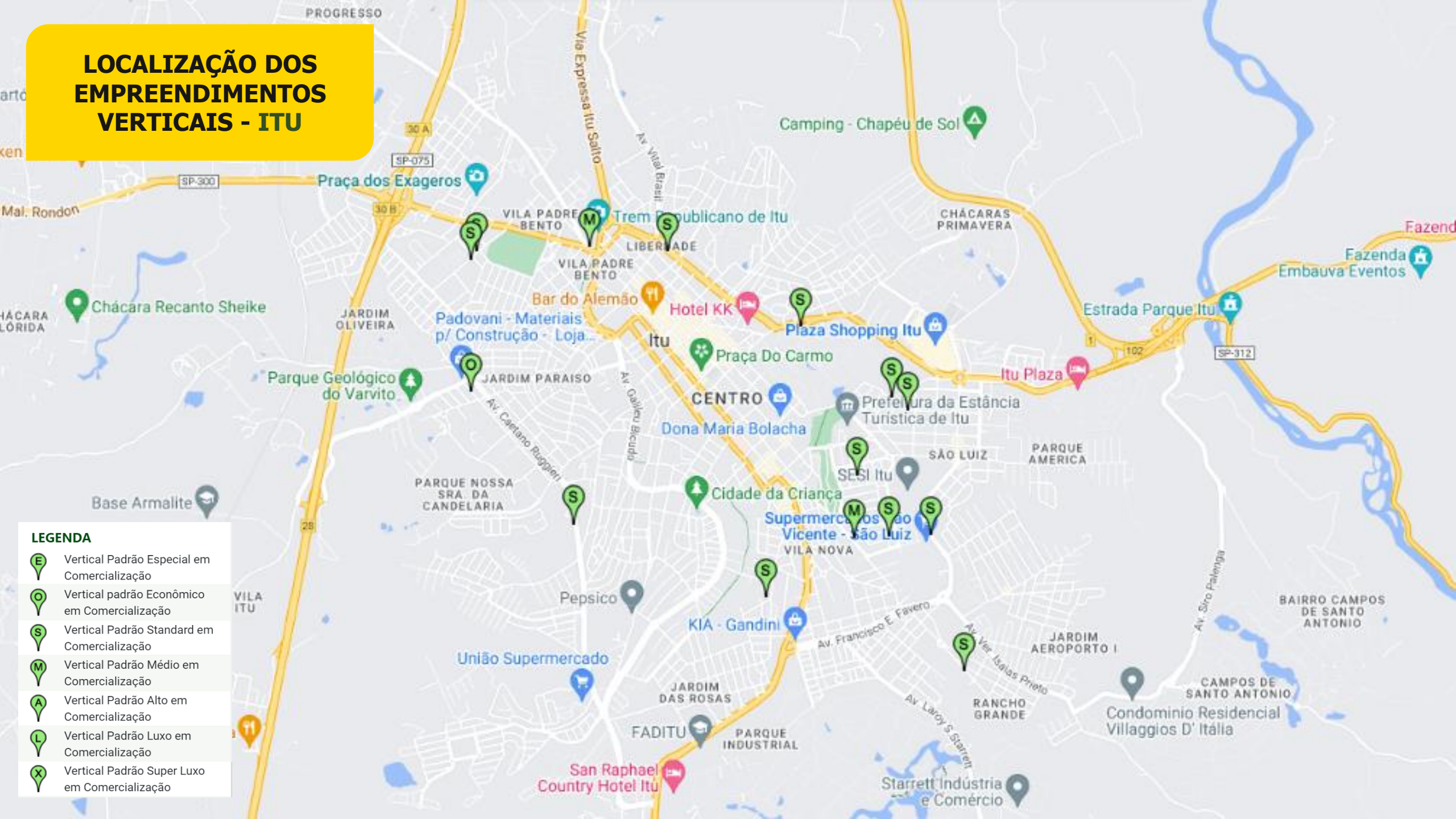
-  Vertical Padrão Especial em Comercialização
-  Vertical padrão Econômico em Comercialização
-  Vertical Padrão Standard em Comercialização
-  Vertical Padrão Médio em Comercialização
-  Vertical Padrão Alto em Comercialização
-  Vertical Padrão Luxo em Comercialização
-  Vertical Padrão Super Luxo em Comercialização



LOCALIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS VERTICAIS - ITU

LEGENDA

- Vertical Padrão Especial em Comercialização
- Vertical padrão Econômico em Comercialização
- Vertical Padrão Standard em Comercialização
- Vertical Padrão Médio em Comercialização
- Vertical Padrão Alto em Comercialização
- Vertical Padrão Luxo em Comercialização
- Vertical Padrão Super Luxo em Comercialização



COMO ESTÁ A INTENÇÃO DE COMPRA DE IMÓVEIS?

3º trimestre | 2023

INTENÇÃO DE COMPRA

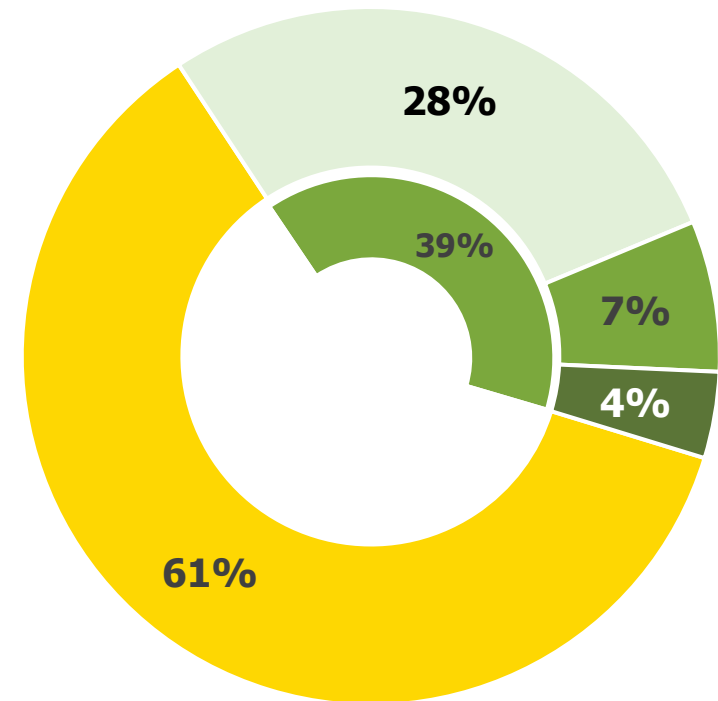
BRA!N
Inteligência Estratégica



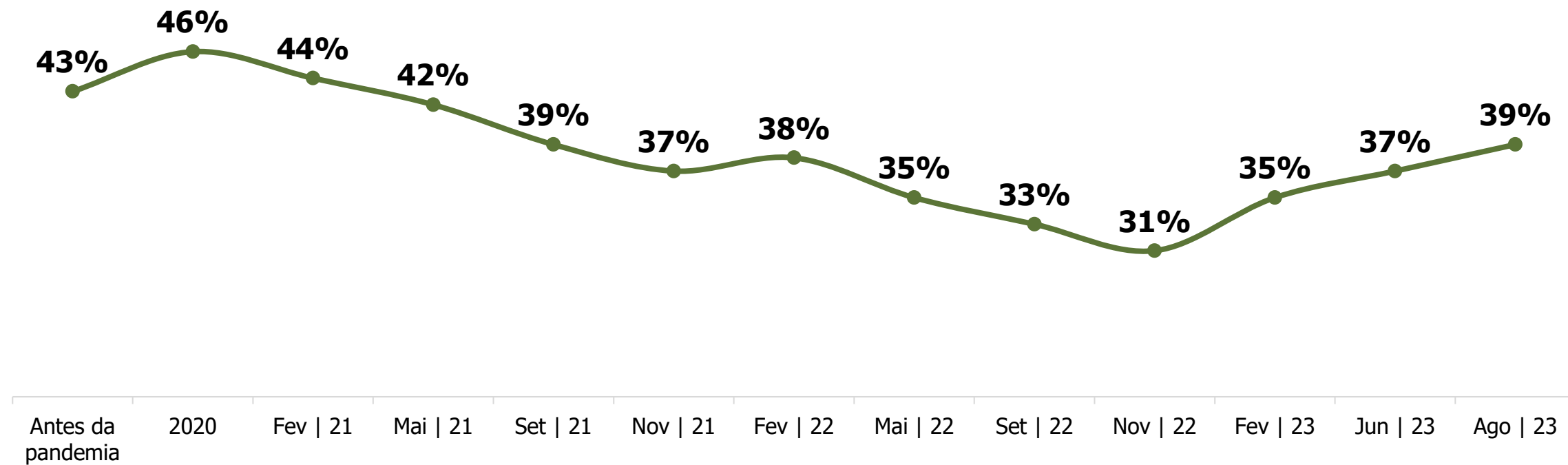
INTENÇÃO DE COMPRA

Intenção de compra nos próximos 24 meses no Brasil: 39%

- 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

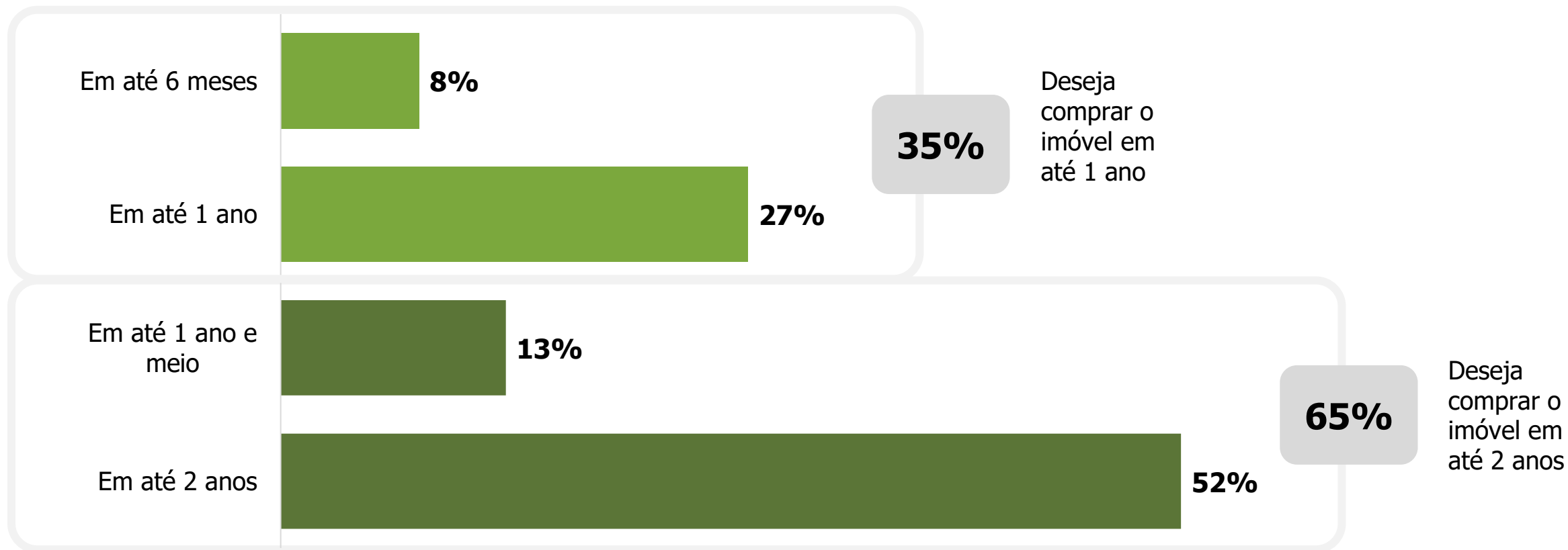


INTENÇÃO DE COMPRA

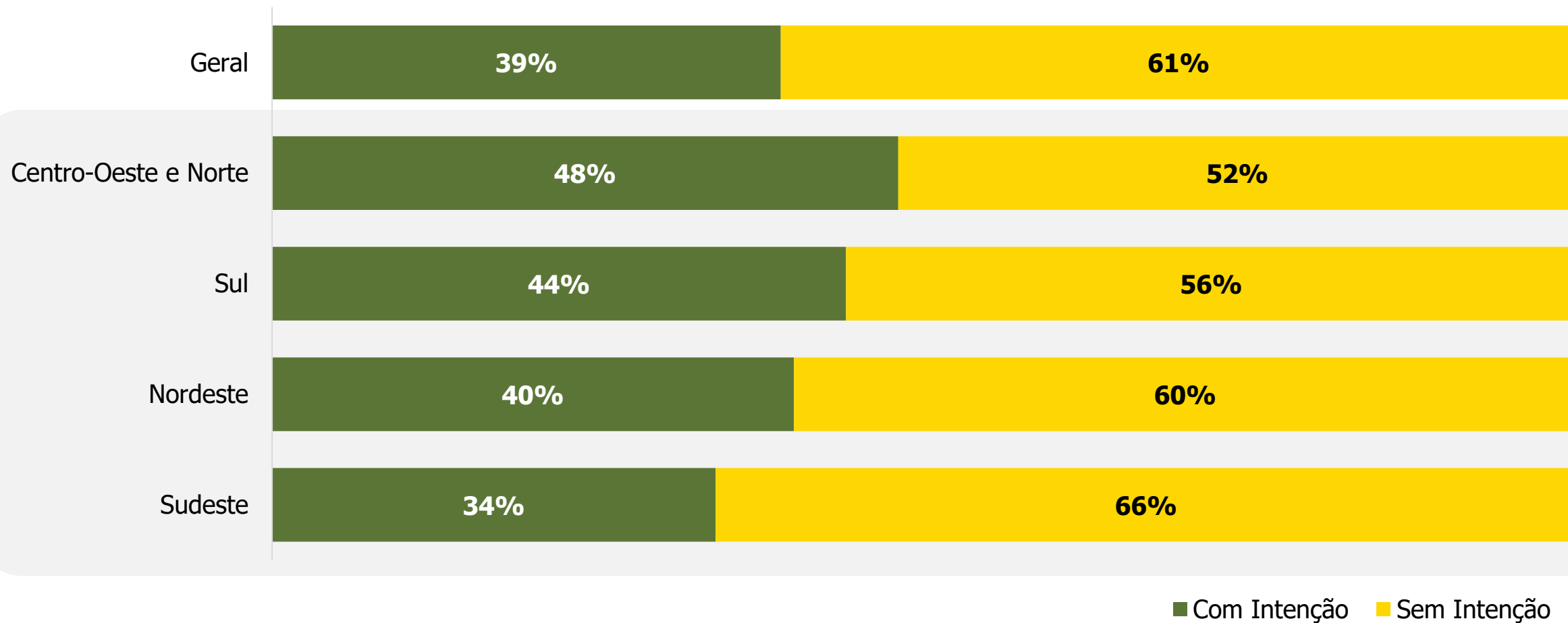


TEMPO PARA INTENÇÃO DE COMPRA

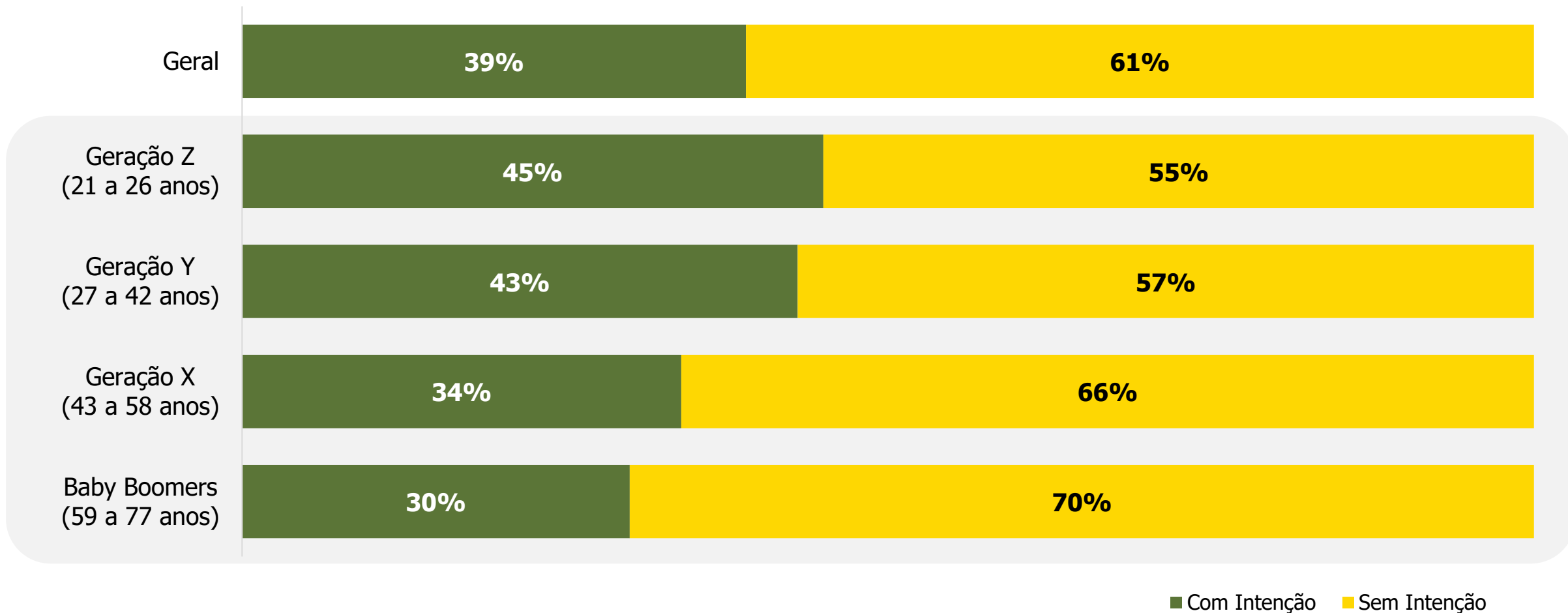
*distribuição do tempo de intenção de compra entre aqueles **com intenção**



INTENÇÃO DE COMPRA POR REGIÃO

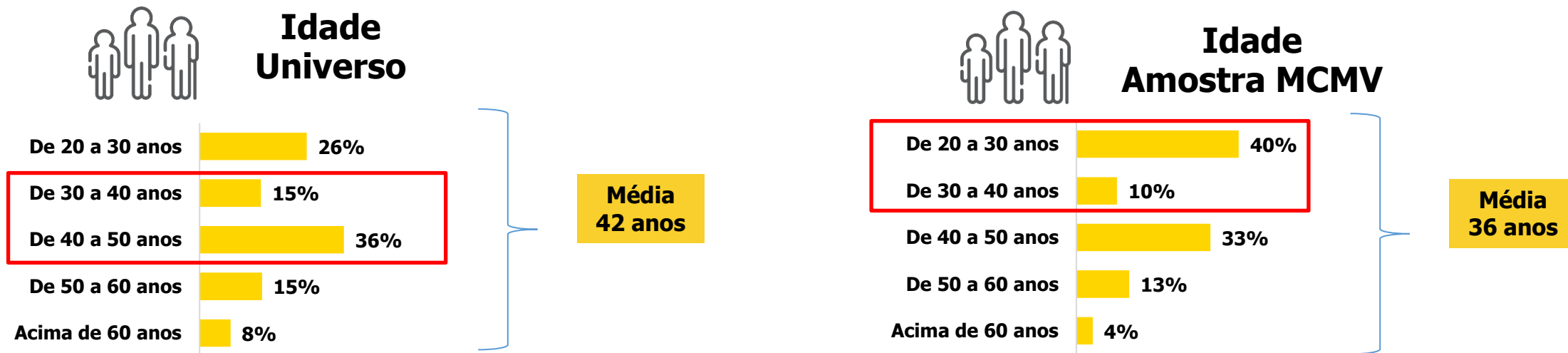


INTENÇÃO DE COMPRA POR GERAÇÃO



PANORAMA DO MERCADO IMOBILIÁRIO – MINHA CASA MINHA VIDA

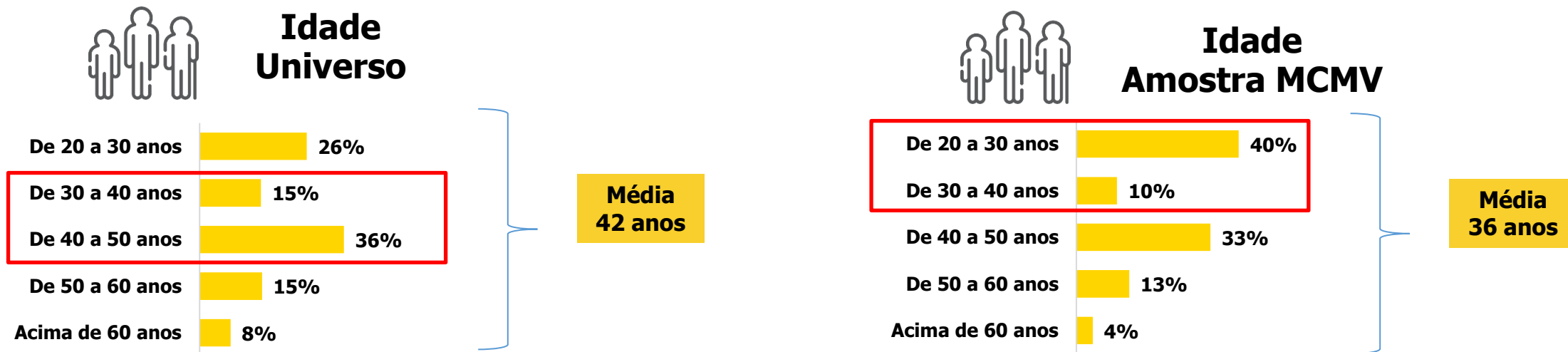
Perfil sociodemográfico



A média de idade de quem comprou imóvel no programa Minha Casa Minha Vida é de **36 anos**, ou seja, a idade média é 14,3% menor do que no Universo pesquisado.

50% de quem comprou imóvel no programa Minha Casa Minha Vida **tem até 40 anos**.

Perfil sociodemográfico



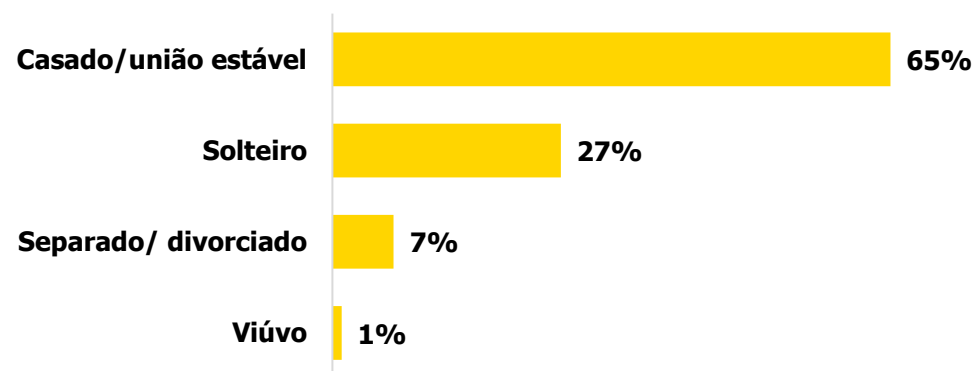
A média de idade de quem comprou imóvel no programa Minha Casa Minha Vida é de **36 anos**, ou seja, a idade média é 14,3% menor do que no Universo pesquisado.

50% de quem comprou imóvel no programa Minha Casa Minha Vida **tem até 40 anos**.

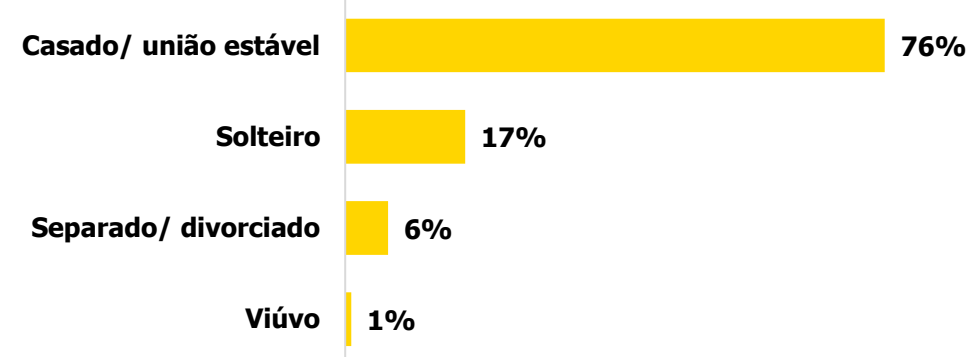
Perfil sociodemográfico



Estado Civil Universo



Estado Civil MCMV

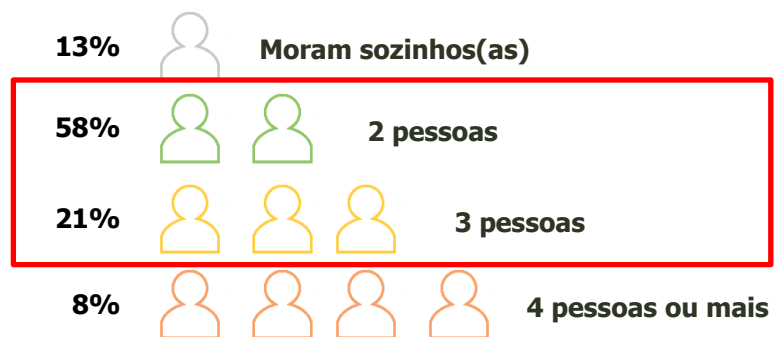


Nota-se diferença entre os percentuais da amostra universo e da amostra **MCMV**, no que se refere ao estado civil. Entre os compradores de imóvel no programa MCMV existe **76% de casados/união estável**. A proporção diminui para 65% na amostra Universo.

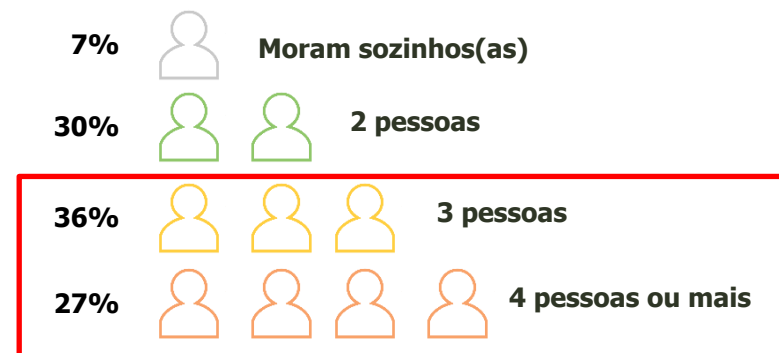
Apenas 17% dos compradores MCMV são solteiros. Na amostra Universo os solteiros representam 27%.

Perfil sociodemográfico

Composição de Renda Universo



Composição de Renda MCMV

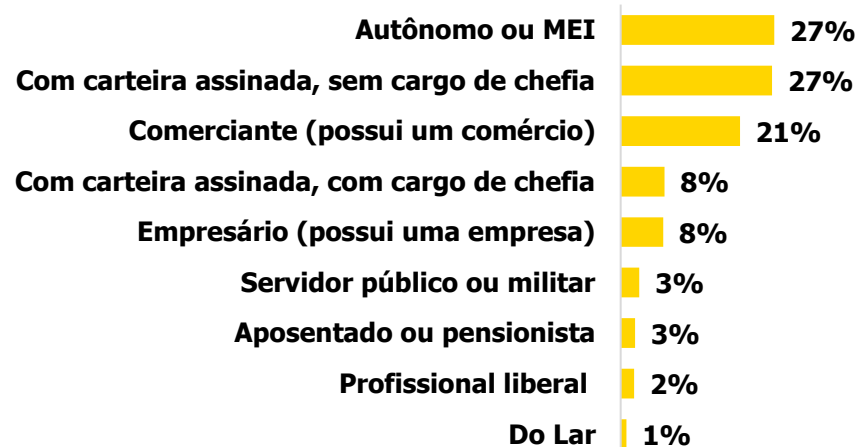


Na amostra MCMV existe maior quantidade de pessoas na composição de renda. 63% dos respondentes tem renda composta com 3 ou 4 pessoas.

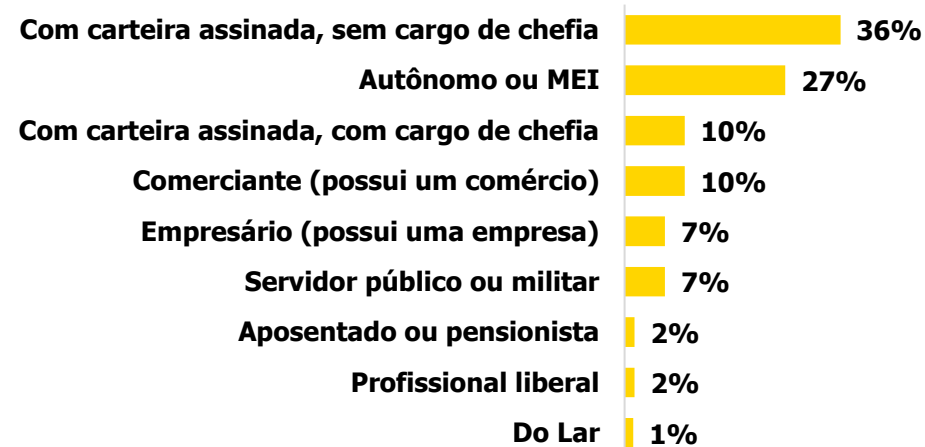
Perfil sociodemográfico



Ocupação Atual Universo



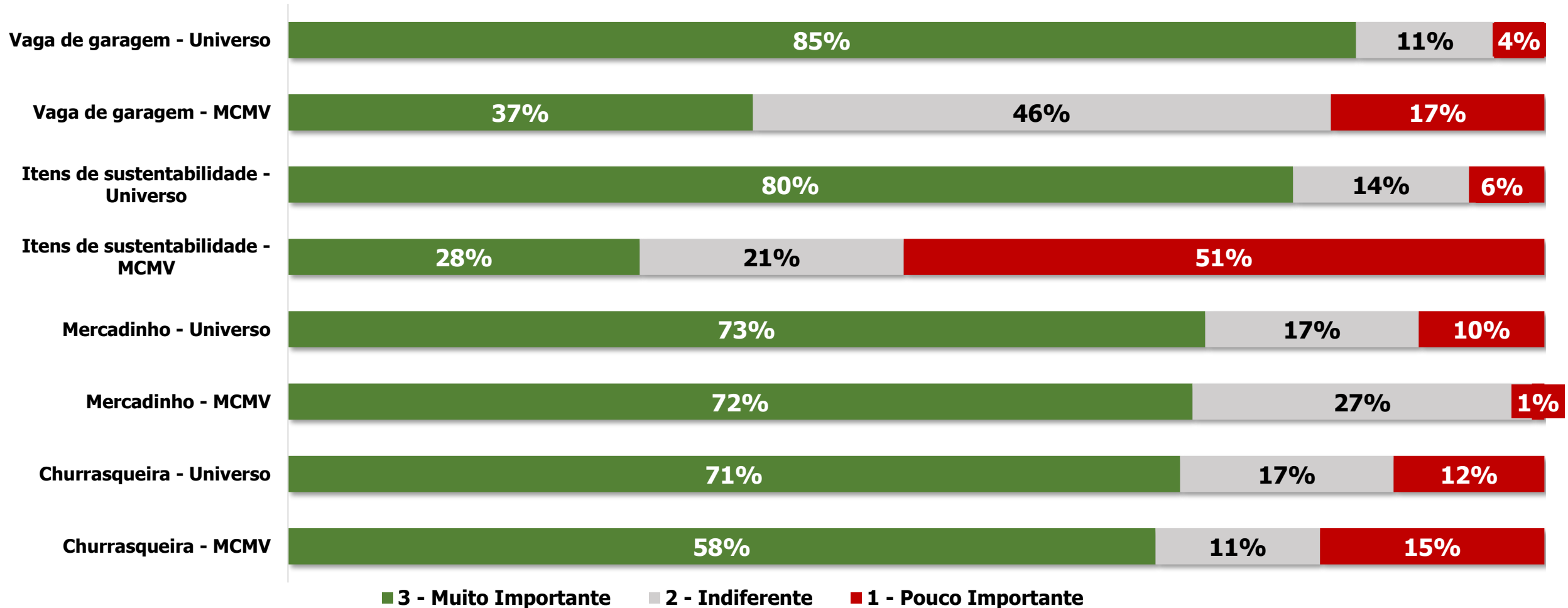
Ocupação Atual MCMV



Vemos que a na amostra de **MCMV**, existe maior percentual de assalariados com carteira assinada (36%). Na amostra Universo existe empate entre autônomos (27%) e assalariados (27%).

PAGARIA A MAIS PARA TER NO IMÓVEL?

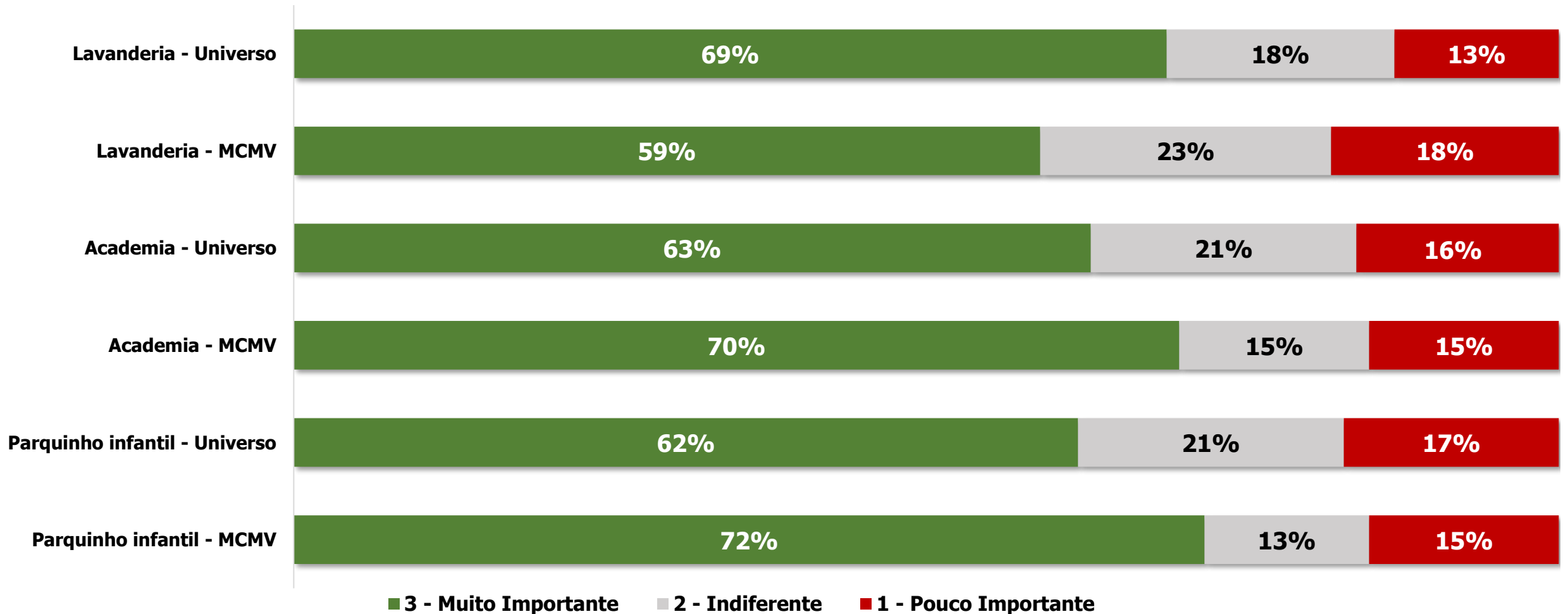
UNIVERSO X AMOSTRA MCMV



PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "pouco importante", 2 "indiferente" e 3 "muito importante", avalie a importância dos seguintes itens no seu futuro imóvel de moradia. Ou seja, **você pagaria a mais pelo imóvel para ter este item.**"

PAGARIA A MAIS PARA TER NO IMÓVEL?

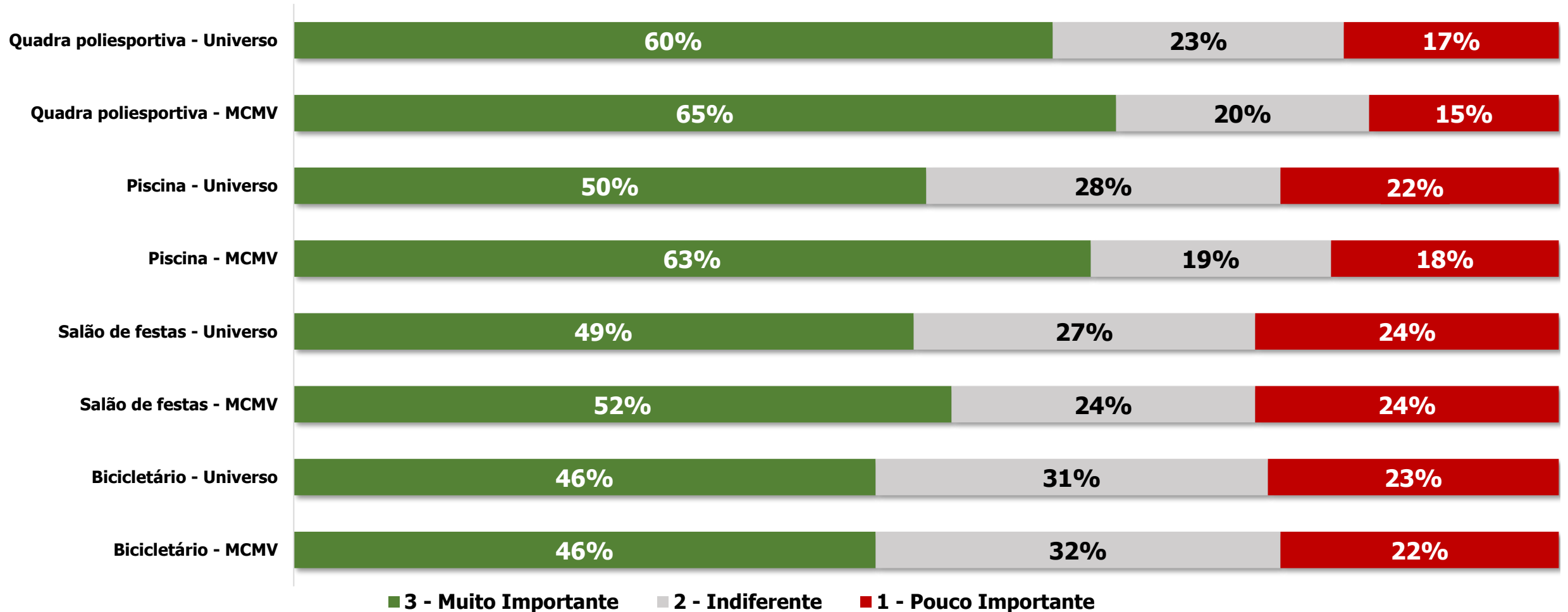
UNIVERSO X AMOSTRA MCMV



PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "pouco importante", 2 "indiferente" e 3 "muito importante", avalie a importância dos seguintes itens no seu futuro imóvel de moradia. Ou seja, **você pagaria a mais pelo imóvel para ter este item.**"

PAGARIA A MAIS PARA TER NO IMÓVEL?

UNIVERSO X AMOSTRA MCMV



PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "pouco importante", 2 "indiferente" e 3 "muito importante", avalie a importância dos seguintes itens no seu futuro imóvel de moradia. Ou seja, **você pagaria a mais pelo imóvel para ter este item.**"

SATISFAÇÃO COM IMÓVEL MCMV

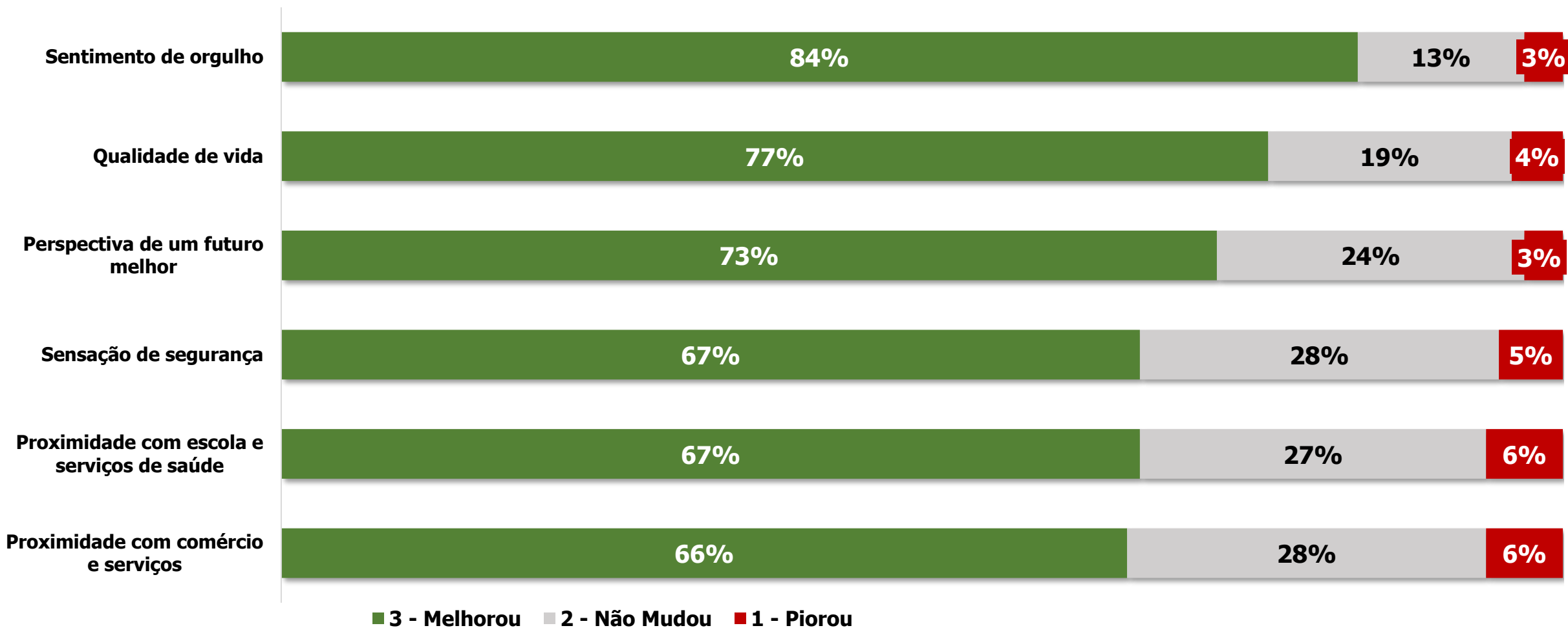
BRA!N



**Minha Casa
Minha Vida**

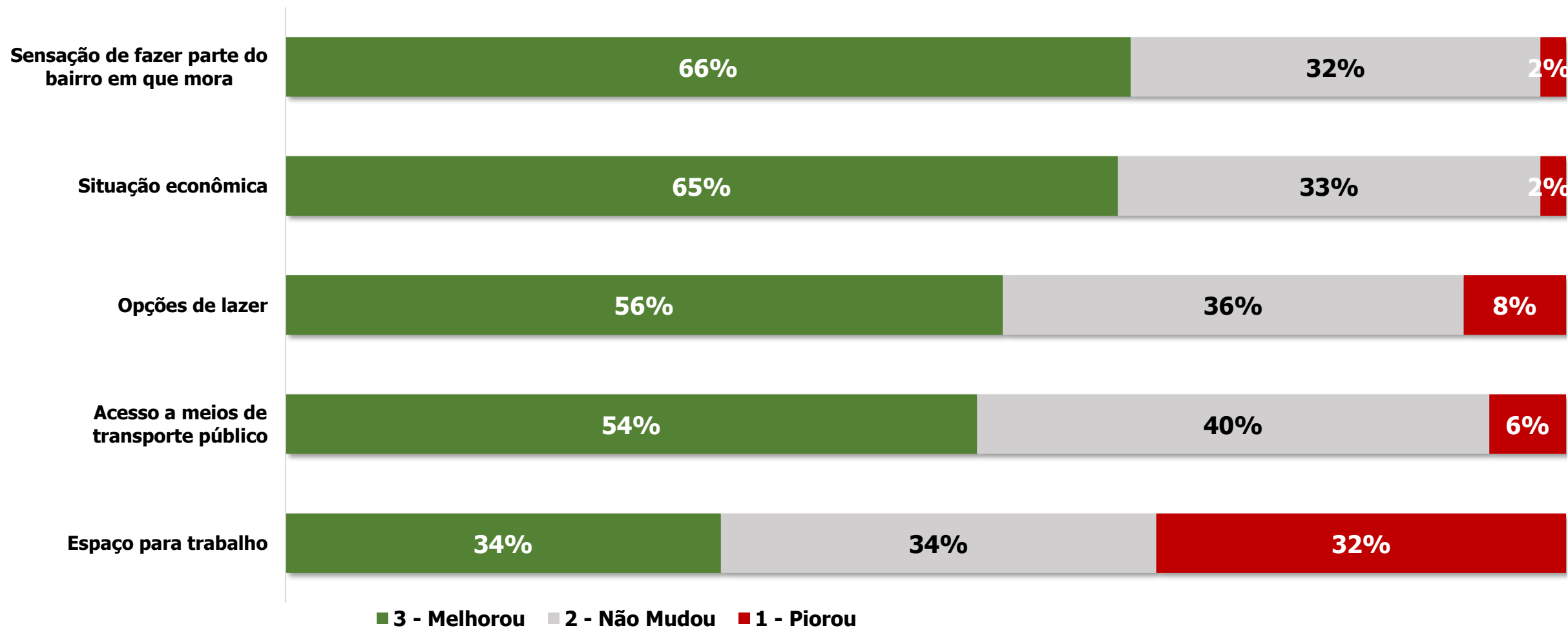


IMPACTO DA COMPRA IMÓVEL MCMV NOS ASPECTOS DA VIDA



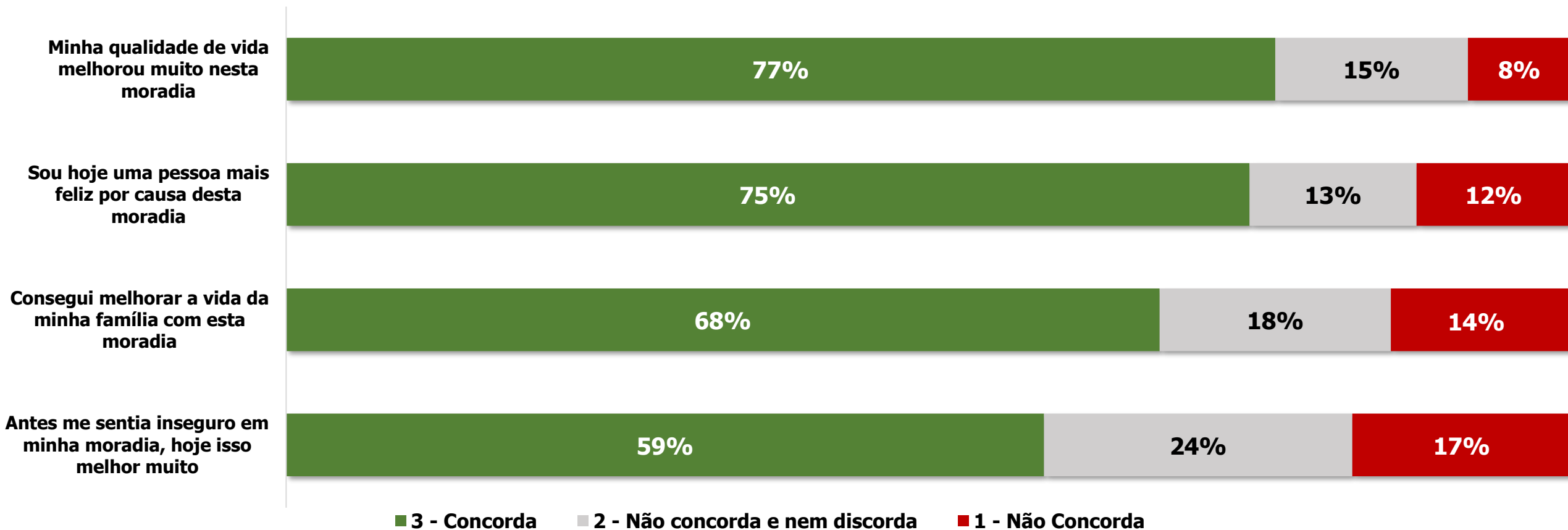
PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "piorou", 2 "não mudou" e 3 "melhorou", indique qual o impacto da aquisição deste imóvel nos seguintes aspectos da sua vida."

IMPACTO DA COMPRA IMÓVEL MCMV NOS ASPECTOS DA VIDA



PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "piorou", 2 "não mudou" e 3 "melhorou", indique qual o impacto da aquisição deste imóvel nos seguintes aspectos da sua vida."

COMPARAÇÃO MORADIA MCMV x MORADIA ANTERIOR

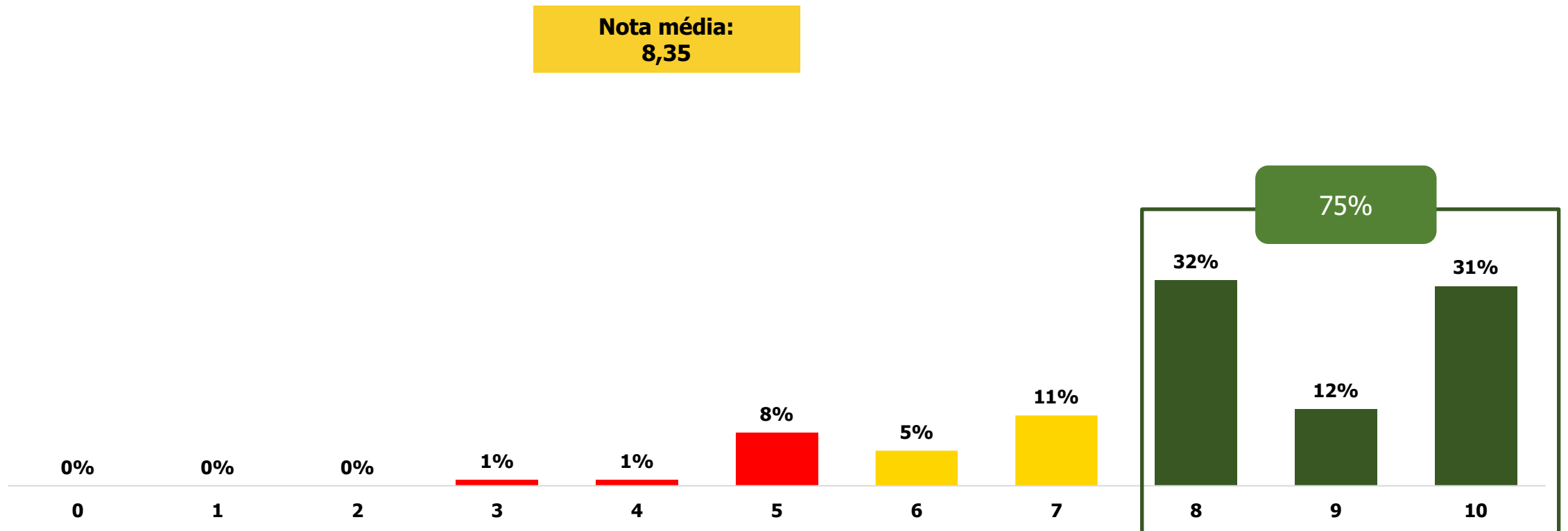


PERGUNTA: "Em uma escala de 1 a 3, sendo 1 "não concorda", 2 "não concorda e nem discorda" e 3 "concorda", avalie as seguintes frases sobre a sua moradia atual em comparação com a moradia anterior."

MELHORIA DE VIDA APÓS COMPRA DO IMÓVEL

AMOSTRA MCMV

Em uma nota de 0 a 10, o quanto você acha que sua vida melhorou em relação a sua antiga moradia?



PERCEPÇÕES POSITIVAS SOBRE O IMÓVEL

AMOSTRA MCMV



77%

da amostra MCMV
respondeu com
palavras positivas

EQUIPE

EDSON KITAMURA;
FABRÍCIO PEREIRA;
LARYSSA BASÍLIO KAKUITI;
JULIA XAVIER LIMA.

**AGRADEÇO SUA ATENÇÃO E
COLOCO-ME À DISPOSIÇÃO
PARA ESCLARECER
QUAISQUER DÚVIDAS**

Marcelo Luis Gonçalves

Sócio-consultor
marcelo@brain.srv.br
(41) 98887-5800



BRAIN

FIQUE POR DENTRO DO MERCADO COM A BRAIN



@brain.inteligencia



Brain Inteligência
Estratégica



Brain Inteligência
Estratégica

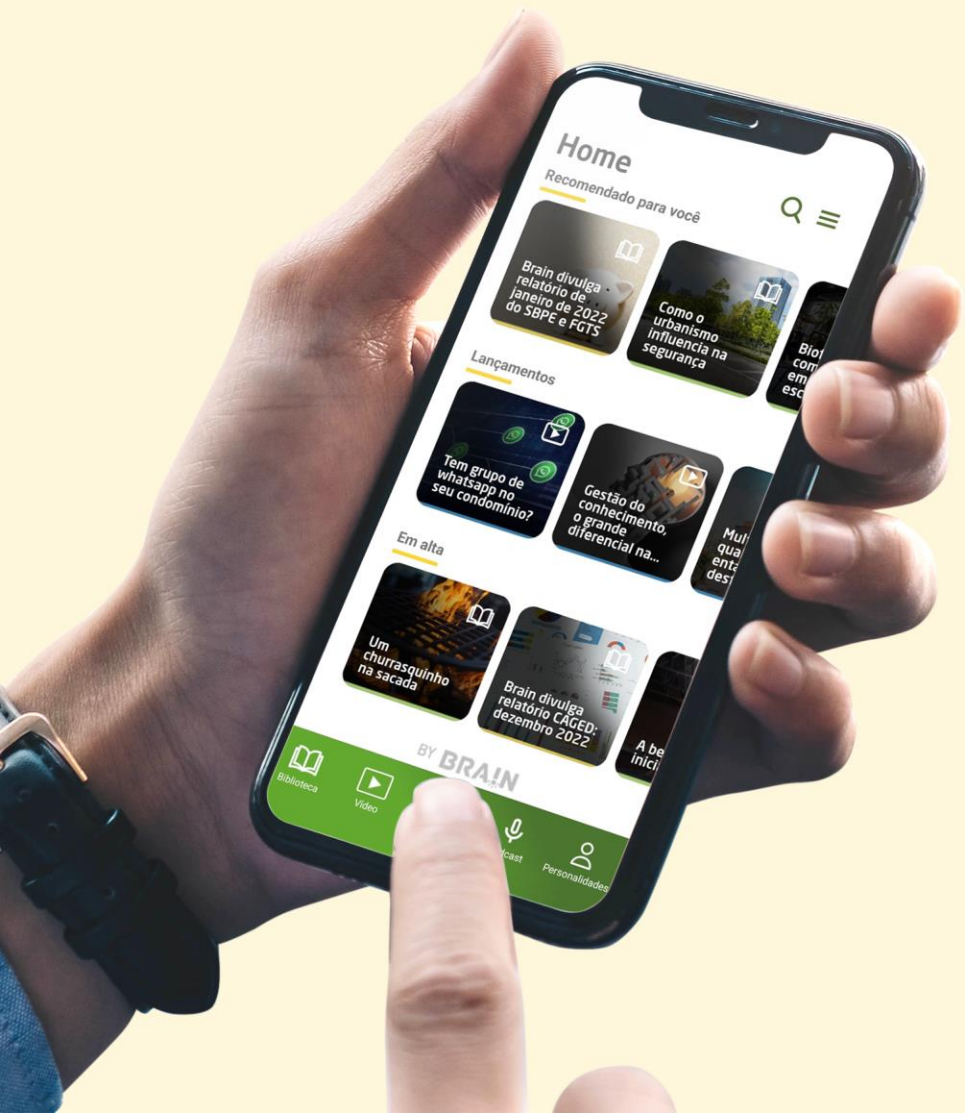


www.brain.srv.br



NOSSA INTELIGÊNCIA AGORA, NA PALMA DA SUA MÃO

Baixe nosso aplicativo



Disponível na Play Store



Disponível na Apple Store



BRA!N

Inteligência Estratégica

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