

## VÉRTICUS - RIGOR E EFICÁCIA

A VÉRTICUS defende a **teoria das informações completas e atualizadas**, o **rigor da avaliação** e na primazia dos **estudos de mercado** de forma a poder dar informações precisas e consistentes nas orientações e aconselhamentos prestados para cada projeto imobiliário.

Os **ESTUDOS DE MERCADO IMOBILIÁRIO** produzidos pela VÉRTICUS seguem a **Metodologia quantitativa** (métodos econométricos) e **Metodologia qualitativa** (entrevistas Focus Group) da procura e da oferta.

Os estudo do mercado imobiliário, permitem mais rapidamente o enquadramento com as tendências do sector e são necessários para a predeterminação de indicadores de mercado que suportam as projeções **para desenvolvimento do melhor uso para qualquer conceito Imobiliário (residencial / industrial / serviços / retail / turístico)**



### SITE VISITE

A análise do **local** e da sua **zona envolvente** > contextualização do projeto.

- **A localização** > factor crucial para o desenvolvimento de qualquer projeto imobiliário. (a análise crítica da localização exata importam para a identificação das oportunidades a maximizar e dos constrangimentos ao desenvolvimento futuro).
- **A envolvente - interna e externa** > características próximas e intrínsecas. (a envolvente interna, importa identificar eventuais infraestruturas existentes e/ou morfologia do terreno).
- **A envolvente externa** > análise da localização face a outros empreendimentos, serviços de apoio a residentes, acessibilidades, eventual proximidade do centro urbano, envolvente urbana.

### ENVOLVENTE SOCIOECONOMICA

O enquadramento **socioeconómico** > envolvente do mercado para a exploração ou promoção de um novo empreendimento imobiliário.

- Enquadramento nos **instrumentos / condicionalismos urbanísticos em vigor**.
- Caracterização **demográfica e social**.
- Caracterização da **atividade económica**.

## ANÁLISE DA OFERTA

Comparação > **oferta de ativos ou empreendimentos** com características semelhantes > direcionados para o mesmo mercado > vantagens comparativas dos diferentes pressupostos de desenvolvimento, > instrumento de suporte à decisão relativamente à promoção do conceito mais adequada para o Ativo/projeto em análise.

- **Oferta** comparável > localização + envolvente exterior, + dimensão/qualidade das áreas + idade/qualidade do stock existente + qualidade dos acabamentos + equipamentos + descrição dos imóveis.
- **Preço** de transação > unidades consideradas de referência para o ativo/projeto + diferença entre preços anunciados e preços efetivamente praticados.

- **Tipologias** > mix da oferta.

- **Projetos futuros** anunciados.

- **Taxas de absorção** > empreendimentos concorrentes.

- Principais **factores críticos de sucesso** associados ao desenvolvimento, de novos empreendimentos.

## ANÁLISE DA PROCURA

Principais indicadores > **procura, atual e prevista, do mercado.**

Principais objetos de análise :

- Evolução Local da procura e **dimensão do Mercado** (novo e usado).

- Evolução da procura > **uso imobiliário.**

- Evolução da procura > **tipologia imobiliária.**

- Principais **indicadores de vendas** de empreendimentos > preço + modelo de comercialização + velocidade de vendas).

- **Perfil da procura** > estrato socioeconómico > canais de distribuição + serviços adicionais procurados.

## TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

As primeiras recomendações para a definição de **conceito de um novo projeto imobiliário** surgem > após tratamento de toda informação > mercado geográfico, + envolvente sócio económica + condicionantes urbanísticas + componentes oferta + procura imobiliária.