

USO DO GEOMARKETING COMO METODOLOGIA ESTRATÉGICA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO IMOBILIÁRIO RESIDENCIAL VERTICAL

RODRIGUES, ANA MARRA DE QUEIROZ ¹. LUZ, MARTA PEREIRA DA²

1 Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, Goiás, Brasil, queiroz.anamarra@hotmail.com

2 Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, Goiás, Brasil, marta.eng@pucgoias.edu.br

RESUMO: O processo de desenvolvimento de produtos imobiliários não se apresenta estruturado por uma sequência rígida de etapas, contudo, dispõe de metodologias que auxiliam a tomada de decisão e realização de estudos mais precisos para a concepção de novos empreendimentos. Nesse contexto, o *geomarketing* destaca-se ao incorporar a análise de dados sob uma perspectiva geográfica, contribuindo para uma compreensão consistente do contexto urbano e mercadológico local. O presente trabalho descreve essa aplicação, abordando formas de acesso, coleta e análise de dados, a partir de um estudo de caso em Goiânia-GO. Como resultado, foi possível direcionar a concepção de um empreendimento residencial vertical de padrão *Standard*, com tipologias de 2 e 3 dormitórios, alinhado às características identificadas na região. Dessa forma, evidencia-se a aplicabilidade da metodologia e sua contribuição para formulações mais assertivas no desenvolvimento de produtos imobiliários.

Palavras-chave: Mercado imobiliário; Incorporação imobiliária; Desenvolvimento de produto; *Geomarketing*; Análise geoespacial; Empreendimento.

ABSTRACT: The real estate product development process is not structured through a rigid sequence of stages; however, it relies on methodologies that support decision-making and enable more precise studies for new developments. In this context, *geomarketing* stands out by incorporating data analysis from a geographical perspective, contributing to a consistent understanding of the local urban and market scenario. This study describes this application, addressing data access, collection and analysis through a case study in Goiânia, Brazil. As a result, it was possible to guide the conception of a Standard-grade vertical residential development, focused on 2- and 3-bedroom typologies, aligned with the characteristics identified in the region. Thus, the methodology's applicability and its contribution to more assertive formulations in real estate product development are demonstrated.

Keywords: Real estate market; Real estate development; Product development; *geomarketing*; Geospatial analysis; Development project.

1 Introdução

O processo de incorporação imobiliária configura-se como um dos segmentos mais relevantes da engenharia civil, pois a partir dele profissionais concebem, viabilizam e estudam um empreendimento muito antes do início das obras, sendo fundamental para a consolidação de um cenário mais seguro e estando cada vez mais apoiado por metodologias que auxiliam na escolha estratégica e aumentam a probabilidade de sucesso do produto [1].

O crescimento das cidades está diretamente relacionado à atuação das incorporadoras no mercado, que ao longo do tempo se consolidaram como agentes decisórios na produção do espaço urbano [2]. Com foco nos empreendimentos residenciais verticais, o projeto concebido pelos profissionais da área não deve se restringir aos aspectos técnicos tradicionais, é importante considerar o local onde está inserido e o público-alvo para desenvolver uma solução imobiliária que, de fato, seja desejada e absorvida pelo mercado, uma vez que a adequada caracterização do produto impacta diretamente na sua viabilidade [3].

Atualmente, é possível contar com abordagens metodológicas que auxiliam de maneira precisa nesse processo decisório. Nesse contexto, destaca-se o *geomarketing*, como um ramo de aplicação do geoprocessamento que integra a organização e manipulação de dados referentes à localização, clientes e pesquisas, a partir de um ponto de vista geográfico [3]. As ferramentas aplicáveis combinam inteligência geográfica, informações socioeconômicas e análises demográficas [4], permitindo a visualização desses dados em um ambiente espacial.

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar a aplicação do *geomarketing* como apoio à decisão no desenvolvimento de empreendimentos residenciais verticais, evidenciando como as informações obtidas por meio das ferramentas que compõem a metodologia podem orientar escolhas estratégicas no mercado imobiliário. Para isso, será apresentado um fluxo estruturado envolvendo: captação do terreno, análise do público-alvo, estudo da demanda, identificação de polos geradores e por fim, a definição do produto. Busca-se, assim, demonstrar como a utilização de dados geográficos, demográficos e socioeconômicos podem contribuir para concepções mais assertivas e alinhadas às características do mercado local.

2 Materiais e Métodos

Na Figura 1 são apresentadas as etapas do trabalho e a sequência de seu desenvolvimento, tendo como macroetapas: a definição da área de estudo; a análise urbanística e territorial; a delimitação da área de influência e por fim a definição do produto.

Na sequência serão apresentados os detalhes metodológicos empenhados em cada uma dessas etapas e seus desdobramentos.

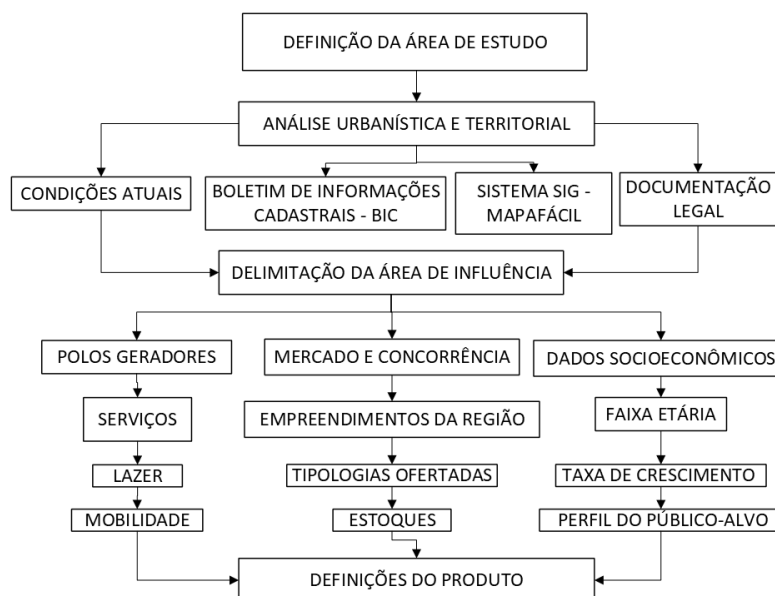


Figura 1: Fluxograma das etapas adotadas no estudo. Fonte: Autores

2.1. Definição da área de estudo

A área captada para o desenvolvimento do presente estudo corresponde a um lote localizado na cidade de Goiânia-GO, no bairro Jardim Atlântico, ao sul do município. O terreno, com metragem aproximada de 1.980,00 m², está localizado em frente ao Parque Cascavel, em uma esquina entre Avenida Copacabana e Avenida Guarujá, e foi escolhido por estar próximo a um importante parque urbano da cidade, fator que agrega valor e atratividade à região.

A procura por um lote com uma metragem quadrada próxima a valores já utilizados no mercado da construção civil foi um guia para tomada de decisão, além de considerar uma área que já estivesse unificada, evitando a necessidade de posterior remembramento. Outro indicador relevante foi a pouca verticalização em empreendimentos residenciais do bairro, apresentando características de uma área em desenvolvimento com grandes oportunidades.

2.1.1. Sistema SIG – Mapa Fácil

O processo de busca e captação das informações básicas do lote foi realizado por meio da plataforma Mapa Fácil [5], um sistema público de consulta geoespacial do município que permite a visualização e análise do território urbano por meio dos dados e imagens organizados em ambiente digital, conforme demonstrado na Figura 2.



Figura 2: Processo de busca do lote na plataforma mencionada. Fonte: Mapa Fácil [5].

Além da apresentação em ortofoto, também é possível utilizar a funcionalidade “Lista de Mapas”, na qual diferentes camadas podem ser ativadas e sobrepostas ao mapa base. Essa funcionalidade permite a visualização simultânea de diversas informações espaciais como redes de água e esgoto presentes, sistemas viários e reservas ambientais, reforçando o conceito central do *geomarketing* ao abranger a consolidação e análise integrada de dados georreferenciados em um único ambiente.

2.1.2. Condições atuais do local

O terreno apresenta configuração de esquina (Figura 3 - A e B) com acesso por duas vias e está situado de frente para uma avenida de mão dupla, a Avenida Guarujá, o que proporciona maior exposição e facilidade de acesso. Atualmente, o lote encontra-se desocupado, sem edificações implantadas e apresenta topografia em declive, conforme verificado em vistoria realizada no mês de março de 2026.

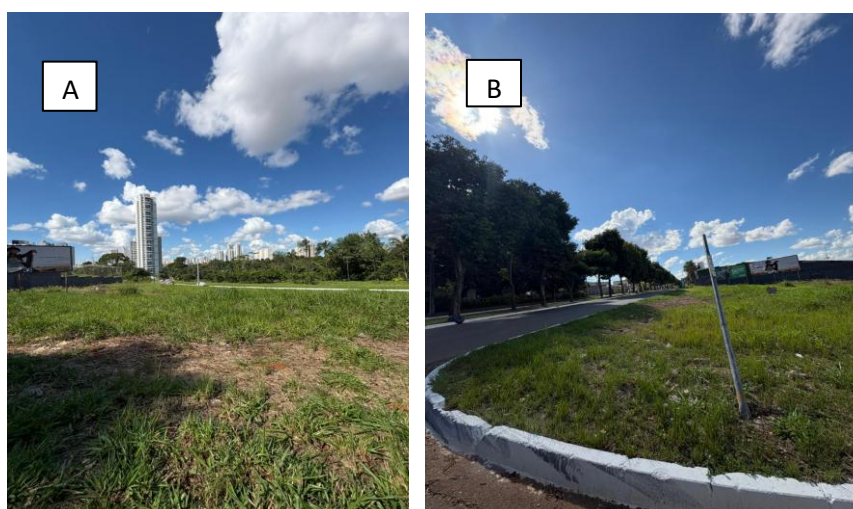


Figura 3: Fotos atuais do terreno. Março/2026. A) Vista frontal; B) Vista lateral. Fonte: Autores.

Ressalta-se que não houve contato com proprietários ou acesso a informações de caráter pessoal, sendo todas as análises fundamentadas exclusivamente em dados públicos, obtidos por meio de plataformas oficiais, garantindo a transparência e a reprodutibilidade do estudo.

2.1.3. Boletim de Informações Cadastrais – BIC

O Boletim de Informações Cadastrais (BIC) consiste em um documento que reúne dados oficiais do cadastro imobiliário municipal, apresentando atributos de caracterização do terreno que contribuem para a validação das informações iniciais da área analisada. O arquivo foi obtido por meio da plataforma Mapa Fácil Goiânia [5], sendo acessado a partir da seleção do lote em estudo e da opção “Análise Espacial”, disponível no menu lateral da ferramenta, conforme demonstrado na Figura 4.



Figura 4: Processo de acesso ao (BIC) na plataforma. Fonte: Mapa Fácil [5].

2.1.4. Documentação legal

Com o número de inscrição fornecido pelo BIC, foi possível obter respaldo quanto à possibilidade de implementação de um empreendimento residencial no lote em estudo, por meio da emissão do Uso do Solo, versão “Aprovação de Projetos”. Trata-se de um documento que reúne os principais parâmetros urbanísticos aplicáveis ao terreno, emitido por meio do Portal de Serviços da Prefeitura de Goiânia [6], site oficial do município (Figura 5).

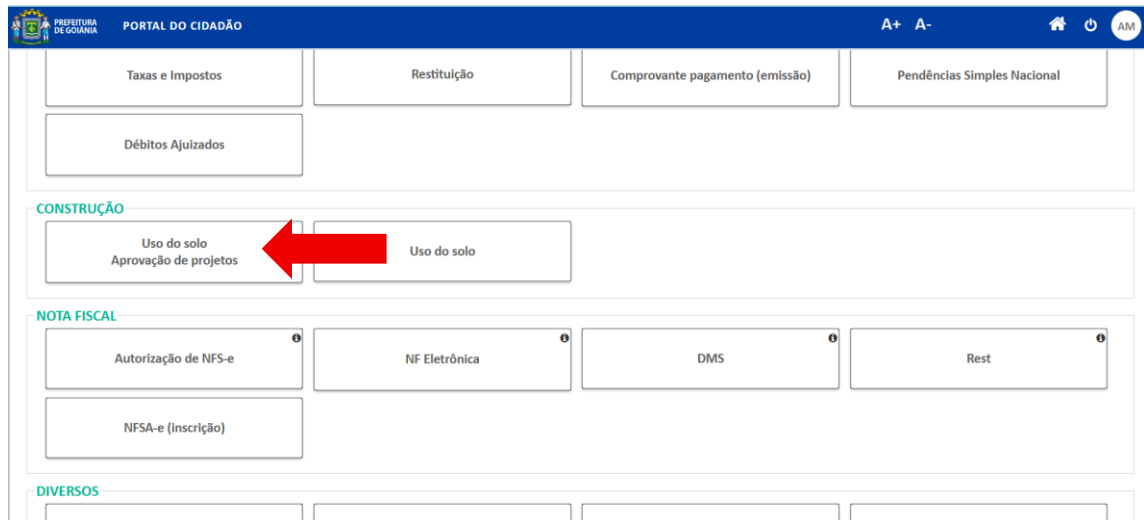


Figura 5: Tela de solicitação do Uso do Solo. Fonte: Portal do Cidadão [6].

Para a emissão do documento, foi necessário um prévio cadastro na plataforma e o preenchimento de dados do terreno: endereço completo, número do IPTU e código da atividade relacionada, sendo adotada a classificação “Construção de edifícios”.

2.2. Delimitação da área de influência

A ferramenta utilizada para a delimitação das áreas de influência foi o Geobrain [7], plataforma reconhecida no mercado da incorporação por oferecer visualização georreferenciada do território, consolidando dados de empreendimentos, características urbanas e referências de localização em um único ambiente, a partir do qual foi possível traçar delimitações espaciais ao redor do terreno em estudo (Figura 6).



Figura 6: Processo de delimitação de áreas próximas ao local de estudo. Fonte: Geobrain [7].

A área de influência corresponde ao entorno do lote escolhido, dentro do qual serão analisados os fatores urbanos e mercadológicos com potencial de impacto sobre o futuro produto. Para isso, foi adotado um polígono com raio de 1.000 m, pois inclui a análise da vizinhança mais próxima ao terreno, possibilitando uma leitura mais direta das influências

imediatas. O período de buscas adotado foi de 2022 a 2026, correspondendo ao histórico dos últimos quatro anos completos de desenvolvimento da região.

2.2.1. Polos Geradores

Um dos fatores que afetam o valor de um imóvel é a proximidade a serviços essenciais [8]. Por meio do Google Maps [9], foi possível captar as principais referências locais classificadas como polos geradores: estabelecimentos como comércios, hospitais, parques, farmácias, entre outros que agregam valorização de moradia à região, proporcionam maior comodidade e geram oportunidades de trabalho (Figura 7).



Figura 7: Filtros disponíveis na plataforma para direcionar aos serviços. Fonte: Google Maps [9]

Além disso, essas informações podem subsidiar a comunicação mercadológica do empreendimento como um diferencial de localização, evidenciando as facilidades e serviços disponíveis no entorno, o que reforça a atratividade e pode influenciar no processo de decisão de compra.

2.2.2. Mercado e Concorrência

O mercado no entorno do lote deve ser analisado com o objetivo de identificar os produtos concorrentes, compreender o comportamento do segmento imobiliário na região, detectar padrões de oferta, tipologias predominantes, unidades em estoque e características que se tornam mais atrativas ao público.

Essa análise foi realizada por meio da plataforma Geobrain [7], que, dentro da área de influência previamente definida de 1.000 m, permite a visualização e exportação de informações detalhadas sobre os empreendimentos existentes.

2.2.3. Dados Socioeconômicos

A partir de uma busca realizada no portal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) [10], por meio do sistema de visualização geoespacial de dados, foi possível acessar informações socioeconômicas da região em estudo, atualizadas pelo Censo de 2022, conforme demonstrado na Figura 8. O ambiente funciona como um repositório de mapas interativos, no qual dados estatísticos são organizados em camadas georreferenciadas.

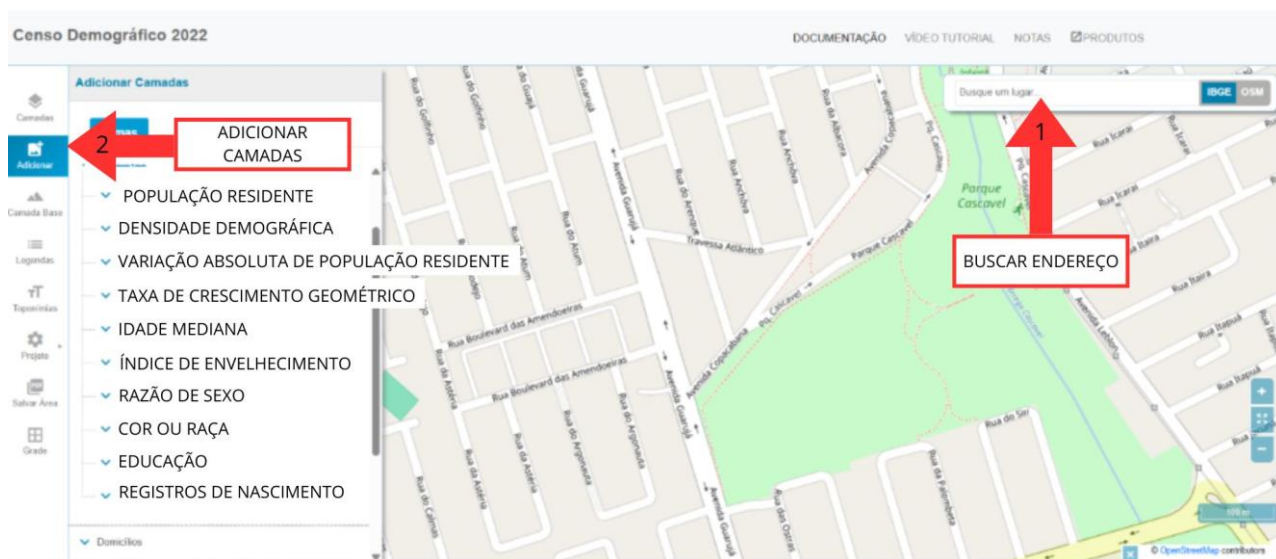


Figura 8: Processo de busca pela localização e camadas disponíveis. Fonte: IBGE [10]

Buscou-se abranger quatro principais tópicos de análise socioeconômica a partir da aplicação das camadas: a) percentual de população urbana; b) idade mediana; c) densidade demográfica e d) taxa de crescimento populacional.

3 Resultados e Discussão

3.1. Análise Urbanística e Territorial

3.1.1. Boletim de Informações Cadastrais – BIC

Dentre as informações disponíveis na visualização do documento emitido, destacam-se a área exata total do lote, o endereço completo conforme registro oficial da prefeitura e a identificação cadastral do imóvel, representada pelo número do IPTU, estruturado pela sequência de setor, quadra, lote e sublote (Quadro 1). Esses dados constituem a base documental para as etapas subsequentes da análise, pois permitem confirmar as dimensões reais da área disponível para implantação e asseguram que as informações utilizadas no estudo estejam respaldadas por registros municipais oficiais, conferindo maior confiabilidade ao processo de captação do terreno.

Quadro 1 - Síntese dos dados emitidos pelo documento. Fonte: Adaptado de Mapa Fácil [5].

Endereço do Imóvel:	AV. Copacabana, Qd. 68, Lote 10, Bairro JD Atlântico		
IPTU:	32.401.600.390.003	Área do Terreno (m²):	1.981
Situação:	Esquina	Propriedade:	Particular
Topografia:	Declive	Subsolo:	Normal

3.1.2. Documentação Legal – Uso do Solo

O documento de Uso do Solo foi emitido em formato rascunho, uma vez que sua versão oficial exige o pagamento de uma taxa municipal. Ainda assim, o conteúdo disponibilizado apresenta as mesmas diretrizes urbanísticas aplicáveis ao lote, sintetizadas no Quadro 2, sendo suficiente para a compreensão dos parâmetros legais.

Quadro 2: Síntese dos dados emitidos pelo documento. Fonte: Adaptado de Portal do Cidadão [6].

Índice de ocupação:	90% subsolo 100% até 12,00m de altura
Índice paisagístico:	Mínimo de 15%, sendo 10% em cobertura vegetal permeável
Índice de controle e captação de água pluvial:	1m³ para cada 200m² de área impermeabilizada do terreno
Quantidade de vagas:	1 vaga para cada 60m²

A partir da análise, foi possível verificar que o lote está inserido em uma área de adensamento básico, confirmando que há respaldo legal para a implantação de uma construção vertical no local, desde que atendidos os parâmetros urbanísticos estabelecidos como o índice de ocupação, exigências de vagas de estacionamento proporcionais à área construída, diretrizes de permeabilidade do solo e controle de águas pluviais. Essas informações orientam diretamente a concepção do projeto arquitetônico, garantindo que o desenvolvimento do empreendimento esteja em conformidade com a legislação vigente.

Dessa forma, o documento de Uso do Solo aprova tecnicamente a viabilidade legal do terreno para a construção de um edifício residencial, reforçando que o terreno selecionado atende critérios para o desenvolvimento do produto proposto.

3.1.3. Polos geradores

A partir da metodologia exposta, foi possível mapear e organizar os principais estabelecimentos presentes na área de influência do lote abrangendo as categorias: comércios, serviços, educação, lazer e conveniências, apresentados no Quadro 3.

Quadro 3: Referências de desenvolvimento do entorno: categorias, distâncias e tempos de acesso estimados.

Fonte: Próprio Autor

Categoria	Nome	Distância (km)	Tempo (min)
Supermercado	Pró Brazilian – Jardim Atlântico	2,1	4
Supermercado	Assaí	3,3	8
Farmácia	Drogaria São Miguel	1,3	3
Farmácia	Farmamix Drogaria	1,6	2
Posto de Combustível	Posto Jardim Atlântico	1,3	3
Posto de Combustível	Ipiranga	2,6	5
Panificadora	Panificadora Dom Centeio	2,6	4
Panificadora	Armazém Panificadora	0,6	2
Academia	V3 FIT	1,7	3
Academia	Academia Atlon	1,8	3
Lazer	Buriti Shopping	3,8	8
Lazer	Golden Bowl	1,8	3
Escola	Colégio Atlântico Park	0,16	1
Escola	Colégio WRJ	2,6	6
Restaurante	Pizza Gyn Delivery & Buffet	1,8	3
Restaurante	Buteko do Chaguinha	1,6	3

Esses resultados expressam a conveniência e boa oferta de serviços e estabelecimentos no entorno da área em estudo, com alta e fácil acessibilidade, uma vez que a maioria das atividades essenciais e de apoio ao cotidiano estão localizadas a curtas distâncias. Esse conjunto torna-se um dos fatores determinantes no momento de atração do consumidor e permite orientar decisões projetuais e estratégias de posicionamento.

3.1.4. Mercado e concorrência

A partir da busca realizada na plataforma Geobrain, com o objetivo de compreender o perfil dos empreendimentos inseridos na área de influência, foram construídos quadros síntese (Quadros 4 a 6) que reúnem os principais dados de mercado, possibilitando a análise dos padrões de oferta, disponibilidade e comportamento de preços.

Quadro 4: Resultados da busca realizada pela plataforma. Fonte: Adaptado de Geobrain [7].

Padrão	Quantidade	Porcentagem Empreendimentos	Oferta* Lançada	Oferta* Lançada Porcentagem	Porcentagem Disponibilidade Sob Oferta* Lançada
Standard	05	71,4%	643	62,6%	24,4%
Médio	02	28,6%	384	37,4%	68,2%

Quadro 5: Resultados da busca realizada pela plataforma. Fonte: Adaptado de Geobrain [7].

Padrão	Preço Médio	Preço Médio / m²
Standard	R\$511.648,00	R\$8.801,00
Médio	R\$945.195,00	R\$9.736,00

Quadro 6: Resultados da busca realizada pela plataforma. Fonte: Adaptado de Geobrain [7].

Tipologia	Área Mínima (m²)	Área Máxima (m²)	Preço Médio (m²)	Oferta Lançada*	Oferta Final*
1 dormitório	29,5	29,5	R\$8.638,00	05	01
2 dormitórios	53,0	70,0	R\$8.108,00	530	155
3 dormitórios	77,1	85,0	R\$9.465,00	300	127
4 dormitórios	110,8	110,8	R\$9.743,00	192	136

*Oferta: termo para se referir a quantidade de unidades privativas

Standard: classificação de empreendimento com acabamento intermediário, voltado ao segmento econômico.

Os dados apresentados indicam a predominância de empreendimentos do padrão *Standard*, representando 71,4% do total (Quadro 4), sem presença de produtos de alto padrão. Esse segmento também apresenta maior absorção de mercado, com apenas 24,4% das unidades ainda disponíveis, evidenciando demanda contínua.

Já os empreendimentos de padrão Médio, apesar de menor participação, possuem maior estoque disponível (68,2%), indicando menor velocidade de vendas. Em termos de valores, o preço médio por m² entre os dois padrões é próximo (Quadro 5), sugerindo que a diferenciação ocorre principalmente em função das características do produto e da metragem dos apartamentos. Por fim, as unidades de 2 dormitórios, com áreas entre 53 m² e 70 m², destacam-se como as mais representativas e com maior aceitação de vendas no mercado local (Quadro 6).

Para aprofundamentos de análise, a plataforma também lista com detalhes os empreendimentos localizados no entorno (Quadro 7). Essa síntese apoia uma visão do cenário de concorrência mais minuciosa, de modo a facilitar a busca por materiais complementares como memorial descritivo de acabamentos, estratégias de vendas utilizadas dentre outras referências.

Quadro 7: Listagem dos empreendimentos encontrados. Fonte: Adaptado de Geobrain [7].

Empreendimento	Bairro	Incorporadora	Padrão	Data de Lançamento	Total Unidades	Valor Medio	Valor Medio/M2	Estoque
Liv Up	Vila Rosa	UP	Standard	10/2024	52	R\$ 505.559,00	R\$ 7.659,98	5
Natura Lourenzzo	Vila Rosa	LIC	Standard	10/2025	102	R\$ 492.841,27	R\$ 7.781,29	76
Paradizzo Pq. Cascavel	Pq. Amazônia	MZN	Médio	08/2025	192	R\$ 925.472,00	R\$ 9.532,60	112
Primus Parque	Vila Rosa	NMC	Standard	03/2023	214	R\$ 545.503,62	R\$ 8.884,42	37
Queen Sylvia Rodrigues	Vila Rosa	OPEL	Standard	01/2024	19	R\$ 467.209,71	R\$ 7.668,44	4
Residencial Art Haus	Vila Rosa	TRINUS	Standard	04/2022	256	R\$ 509.875,00	R\$ 9.620,28	35

3.1.5. Dados Socioeconômicos

Após aplicação das camadas de interesse no site do IBGE, foi possível obter informações socioeconômicas disponibilizadas pela plataforma em representações gráficas com cores acompanhadas de legendas e resultados quantitativos (Figura 9 – A, B, C e D).

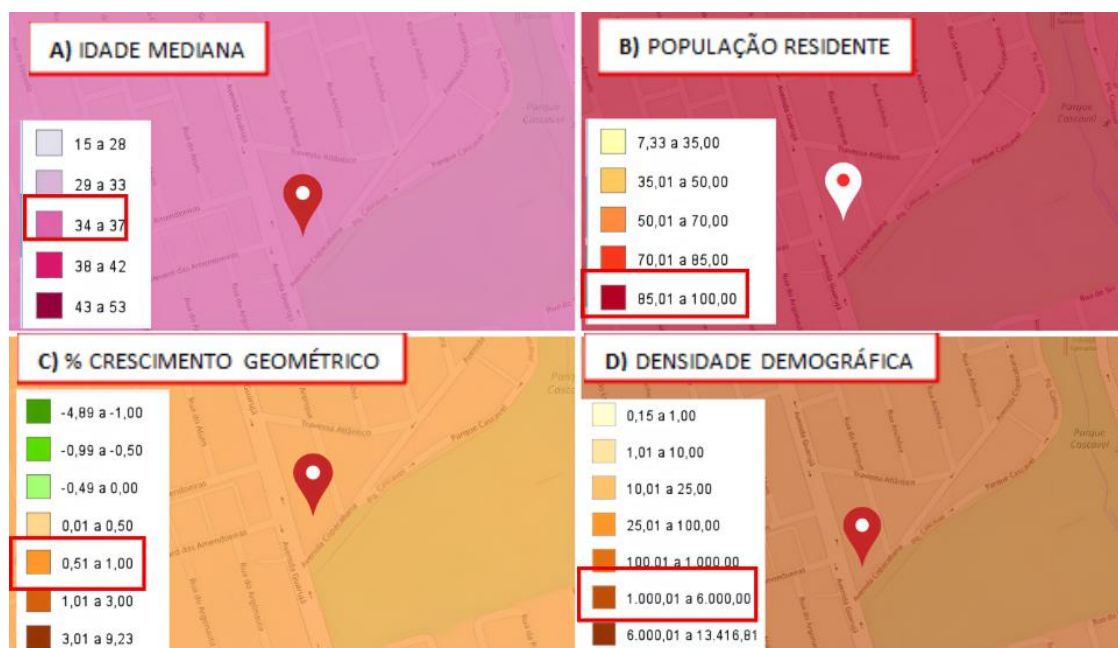


Figura 9 - A, B, C e D: Resultados obtidos dos dados socioeconômicos. Fonte: IBGE [10].

A idade mediana da população na região é de 35 anos (Figura 9-A), indicando um perfil predominantemente adulto e em fase economicamente ativa, o que sugere um público com potencial de aquisição imobiliária, que tende a ser composto por jovens adultos e pequenas famílias, reforçando a adequação de empreendimentos com tipologias compactas, como unidades de 2 dormitórios.

Em relação à porcentagem de população urbana descrita na área de estudo (99,85%), apresentada na Figura 9-B, pode-se observar um contexto fortemente urbanizado, indicando uma demanda contínua por habitação.

A taxa de crescimento da região de 0,83% ao ano (Figura 9-C) indica um crescimento populacional moderado e constante, demonstrando um cenário estável de expansão urbana. Esse desenvolvimento, ainda que não acelerado, é suficiente para gerar demanda por novos empreendimentos residenciais, e aponta redução nos riscos de saturação imediata do mercado.

Com a densidade demográfica referenciada em 1.970 hab/km² conforme apresentado na Figura 9-D, percebe-se uma área urbana consolidada, com boa concentração populacional e demanda ativa por habitação, cenário compatível com o padrão *Standard* e tipologias mais compactas, pois abrangem uma população numerosa com necessidade de acesso a moradias em áreas urbanizadas.

3.2. Direcionamento final do produto

Consolidando os resultados apresentados, conclui-se que o produto ideal a ser desenvolvido na área de estudo corresponde a um edifício residencial de padrão *Standard*, com tipologias voltadas para unidades de 2 e 3 dormitórios, atendendo às demandas identificadas. Recomenda-se a implantação de áreas comuns bem estruturadas, com foco em comodidades contemporâneas, como espaços de coworking e áreas destinadas a lazer ao ar livre, alinhadas ao perfil etário do público identificado, que valoriza a praticidade, trabalho remoto e espaços de convivência.

Em relação aos acabamentos, observa-se que o mercado local apresenta tendência a padrões mais enxutos em relação ao valor médio. Dessa forma, visando manter o valor do m² competitivo e compatível com a realidade da região, deve-se priorizar soluções funcionais e duráveis, evitando o uso de materiais de alto custo agregado e adotando alternativas que garantam boa estética, desempenho e viabilidade econômica.

Dessa forma, o projeto configura-se como um empreendimento com proposta econômica, mantendo-se funcional e confortável, voltado para famílias que buscam qualidade de vida em uma região urbanizada com boa infraestrutura e acessibilidade, mas que não possuem interesse ou capacidade aquisitiva para adquirir imóveis em regiões de padrão mais elevado.

4 Conclusão

Em relação ao objetivo proposto, o presente trabalho abordou como a metodologia do *geomarketing* pode ser aplicada na prática, por meio do uso de diversas plataformas que permitem a sistematização dos dados em um ambiente geoespacial. Os conceitos e abordagens metodológicas aplicados apresentam caráter abrangente e podem ser reproduzidos em diferentes áreas de estudo.

No que diz respeito ao acesso às ferramentas empregadas, destaca-se que a maior parte delas é de uso gratuito: o Mapa Fácil, o Portal do Cidadão da Prefeitura de Goiânia, o portal do IBGE e o Google Maps são plataformas públicas, dispensando qualquer tipo de licença específica. A exceção é o Geobrain que opera mediante assinatura, com plano de acesso voltado ao mercado profissional, cuja contratação se justifica pela profundidade e pela praticidade dos dados disponibilizados.

Além disso, a utilização integrada das plataformas demonstrou como o acesso facilitado a dados urbanos, territoriais e mercadológicos pode contribuir para uma leitura mais estratégica do espaço urbano, permitindo identificar potencialidades, limitações e oportunidades de desenvolvimento ainda nas etapas iniciais do estudo.

Diante dos resultados obtidos, o presente trabalho permitiu traçar um direcionamento para o empreendimento a ser desenvolvido na região como um edifício residencial vertical de padrão *Standard*, com unidades de 2 dormitórios entre 53 m² e 70 m² e de 3 dormitórios entre 77 m² e 85 m², faixas que concentraram a maior parte da oferta lançada e da absorção na área de influência analisada. O preço médio de referência posiciona o valor médio das unidades em torno de R\$ 500.000,00, valor compatível com o perfil socioeconômico de uma população adulta, urbanizada e em fase economicamente ativa.

A partir dessa metodologia de análise conjunta, os demais aspectos fundamentais de concepção do produto como o desenvolvimento do projeto arquitetônico preliminar, estimativas iniciais de custos e análises de viabilidade econômico-financeira poderão ser discutidos com mais assertividade. Sendo assim, o *geomarketing* consolida-se como uma metodologia estruturante para orientar as etapas iniciais de uma incorporação imobiliária que se inicia com uma abordagem elaborada, fundamentada por resultados reais e alinhada com as expectativas do mercado.

5 Referências Bibliográficas

1. CARMINATO, L. P.; CIARLARIELLO, S.; PAMBOUKIAN, S. V. D.: Uso de geoprocessamento no mercado imobiliário. Artigo científico. São Paulo: Revista Mackenzie de Engenharia e Computação (2018).
2. MEYER, João Fernando Pires.: Adoção de métodos de análise de mercado imobiliário nas decisões de projeto: estudo de caso dos incorporadores residenciais no bairro de Pinheiros (1994–1999). Dissertação de Mestrado em Arquitetura e Urbanismo. São Paulo: Universidade de São Paulo (2000).
3. CANOVA, Gisele Rimoldi Nepomuceno. Geomarketing como ferramenta de análise do mercado imobiliário: estudo de caso Florianópolis (SC). Dissertação de Mestrado em Engenharia Civil. Florianópolis: UFSC, 2007.
4. ORALUNIC. Geomarketing: o que é e como utilizar. Disponível em: <https://blog.oralunic.com.br/geomarketing>. Acesso em: 12 abr. 2026.
5. GOIÂNIA (Município). Mapa Fácil – Sistema de Informação Geográfica de Goiânia. Disponível em: <https://portalmapa.goiania.go.gov.br/mapafacil/>. Acesso em: 12 abr. 2026.
6. GOIÂNIA (Município). Sistema Sicae – Portal de Serviços da Prefeitura de Goiânia. Disponível em: <https://www10.goiania.go.gov.br/sicaeportal/HomePage.aspx>. Acesso em: 15 abr. 2026.
7. GEOBRAIN. Plataforma Geobrain – mapa interativo. Disponível em: <https://geobrain.com.br/mapa>. Acesso em: 15 abr. 2026.
8. NORD EST. Impact of location on property value. Disponível em: <https://www.nordest.ca/blogue/en/impact-location-property/>. Acesso em: 15 abr. 2026.
9. GOOGLE. Localização no Google Maps. Disponível em: <https://maps.app.goo.gl/JqqkoUwf9NNgd7M37>. Acesso em: 12 abr. 2026.
10. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022: mapa interativo. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/apps/pgi/#/mapa/>. Acesso em: 15 abr. 2026.