

Economia

Casa ou hotel 6 estrelas? O que oferecem os prédios de superluxo no Brasil

Maurício Businari Colaboração para o UOL

26/08/2025 05h31

🔗 1



O Le Six Residence oferece conceito de hotel, com serviços exclusivos

Imagem: Reprodução/Le Six



Ouçã agora
Powered by **Trinity Audio**

00:00

🔊 🔊 1.0x

09:30

Ler resumo da notícia ▾

Serviços exclusivos, marcas de grife e experiências personalizadas viram argumento de venda no mercado imobiliário de luxo, onde só a metragem quadrada já não basta.

O que aconteceu

Imóveis de luxo passaram a vender marcas e estilo de vida, e não apenas espaço. Casas e apartamentos batizados de "branded residences" são associados a grifes, redes hoteleiras ou empresas de estilo de vida, que emprestam seus serviços, padrão e identidade aos empreendimentos. A ideia é justificar preços cada vez mais altos com experiências personalizadas.

Um exemplo é o Le Six Residences, que promete "transformar luxo em estilo de vida". Localizado na Rua Cubatão, no bairro do Paraíso, na região central da capital paulista, o projeto oferece serviços inspirados em hotéis seis estrelas, sob gestão da CBRE (Coldwell Banker Richard Ellis), empresa global de administração imobiliária.

CONTINUA APÓS A PUBLICIDADE



Milly Lacombe

Convocação de goleiros de Ancelotti é estapafúrdia



Juca Kfour

A noite histórica para as maiores torcidas do Brasil



Wálter Maierovitch

Trump quer Nobel enquanto Israel mata jornalistas



Josias de Souza

Trump é o protagonista da reunião ministerial de Lula

Empreendimento da Lavvi Incorporadora aposta em lazer e comodidades para reforçar o conceito de luxo. Inclui concierge exclusivo, mensageria, porteiro 24h, atendimento personalizado (customer experience), guarda de bicicletas (bike sharing), assessoria esportiva e monitoria infantil. O concierge atua como assistente pessoal do morador, organizando desde reservas e compras (ele leva o seu delivery até sua porta) até transporte, manutenção e eventos. Entre as áreas comuns estão piscina coberta com raia, quadra de tênis, spa, lareira, sala de pilates, academia assinada e salão gourmet.

Unidades variam de 156 m² a 521 m², com preços a partir de R\$ 3,7 milhões. As plantas têm até quatro suítes, seis banheiros e quatro vagas. As coberturas são duplex. As plantas menores contam com duas vagas, indicando segmentação entre perfis de compradores.

Com mais de 5.000 m², o terreno permite incluir estruturas difíceis de encontrar no bairro. A área abriga quadra de tênis, spa, piscina com deck molhado, saunas, brinquedoteca, salão de festas e solários —diferenciais que elevam o padrão do empreendimento.

Apesar da proposta de exclusividade, 140 das 148 unidades do Le Six serão destinadas à Habitação de Mercado Popular (HMP). A medida cumpre exigência do Plano Diretor de São Paulo, que obriga projetos com construção acima do limite básico a destinar parte dos imóveis a famílias com renda entre R\$ 9.108 e R\$ 15.180, por ao menos 20 anos. Ou seja, apenas 8 unidades serão luxuosíssimas.

Contrapartida é prevista por lei e visa garantir diversidade social em bairros valorizados. Nesses casos, a incorporadora paga uma taxa à prefeitura (outorga onerosa) para viabilizar a construção adicional.

Não há clareza sobre a integração entre os dois perfis de moradia. Questionada, a Lavvi não informou se os apartamentos da HMP terão o mesmo padrão, acesso às áreas comuns ou entradas e garagens separadas. Tampouco informou quais plantas correspondem às 140 unidades populares previstas. No site oficial do empreendimento, são apresentadas plantas a partir de 156 m² — e há uma única opção duplex, com 521 m². Já um segundo lançamento da incorporadora, o Le Six Apartments, com studios de 25 m² e 30 m², aparece no mesmo endereço, mas não há material promocional que relacione diretamente esse projeto à cota de Habitação de Mercado Popular. Procurada, a incorporadora preferiu não comentar.

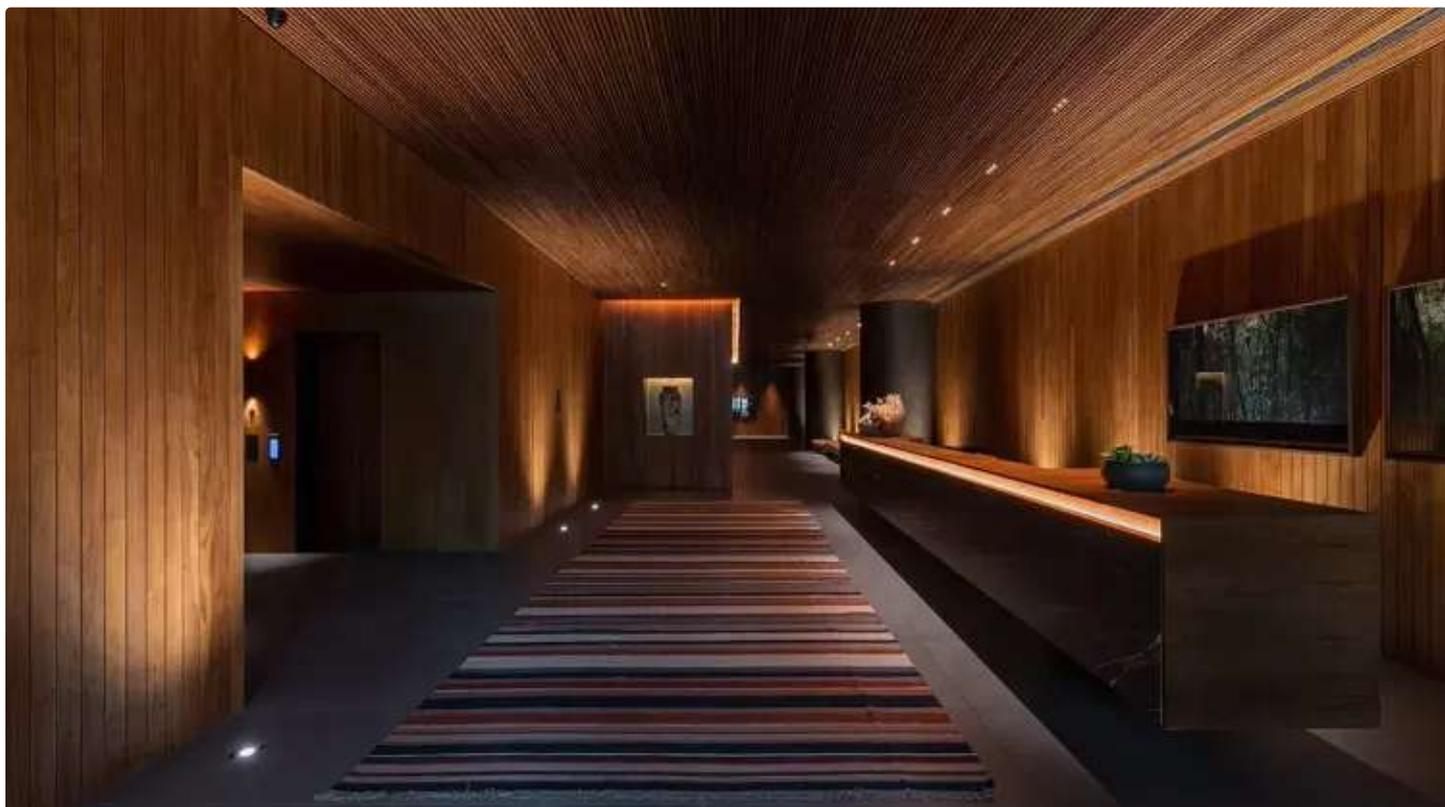
Continua após a publicidade

Relacionadas

[Como são os jatos da Embraer vendidos por R\\$ 21,8 bilhões à Dinamarca?](#)

[Você sabe de onde veio o termo cê-cê? É tudo culpa da publicidade](#)

[Horário de verão pode voltar? Por que o tema voltou a ser debatido?](#)



Saguão de entrada do Residencial Fasano Itaim, onde cada unidade com quatro suítes custa a partir de R\$ 16 milhões

Imagem: Reprodução/APartamentos

Conceito se espalha pelo Brasil

Modelo de branded residences já se consolidou em grandes cidades brasileiras. Em São Paulo, há mais de 20 projetos em diferentes estágios, como o Residencial Fasano Itaim, o Cyrela by Pininfarina, o Faena Residences da Even e o ELLE Residences, lançado em parceria com a Lagardère. Todos apostam em serviços hoteleiros assinados, como concierge, segurança 24 horas, arrumação (housekeeping) e experiências de bem-estar (wellness).

Em Santa Catarina, conceito avança com empreendimentos ultraluxuosos. Um exemplo é o Armani Casa Residences, em Balneário Camboriú: um arranha-céu de 78 andares com piscinas privadas, jardins internos e unidades de até 1.100 m², fruto da

parceria entre a Embraed e a grife italiana. Outro destaque na região é o Tonino Lamborghini Residences, que explora o design da marca automotiva em projetos de alto padrão, com academia de última geração e pista de carrinhos elétricos.



Imagem da academia do Tonino Lamborghini Residences, em Balneário Camboriú (SC)

Imagem: Divulgação/Tonino Lamborghini Embraed

Crescimento do mercado

Segmento de imóveis de luxo e superluxo cresceu 57% no Brasil no 1º trimestre de 2025. Foram mais de 1.600 unidades lançadas no período, segundo Guilherme Werner, sócio da Brain, empresa de consultoria estratégica para o mercado imobiliário.

Newsletter **POR DENTRO DA BOLSA**

O sobe e desce dos ativos, índices e informações sobre o que movimenta os mercados, todo dia no seu email

Informe seu email

Quero receber

Sul e o Sudeste lideram os lançamentos de alto padrão. A região Sul teve alta de 123% nos lançamentos, com 333 unidades e VGV (valor geral de vendas, é o valor total estimado que um empreendimento imobiliário pode gerar com a venda de todas as suas unidades) de R\$ 939 milhões. O Sudeste concentrou 793 unidades, crescimento de 67%, com São Paulo como principal mercado.

Florianópolis superou São Paulo no preço do metro quadrado superluxo. A capital catarinense alcançou R\$ 37.349/m², ligeiramente acima dos R\$ 37.230/m² registrados em São Paulo, segundo a Brain.

Serviços tornaram-se protagonistas no mercado de luxo. "Hoje, o luxo está diretamente ligado a serviço. Parcerias com marcas de academias, spas ou design de interiores agregam valor e são vistas como essenciais", afirma Werner.

Comprador de luxo não busca necessidade, mas desejo. "Localização, projeto arquitetônico, assinatura e acabamentos têm mais peso que o preço por metro quadrado", diz.

Entre os diferenciais mais valorizados estão experiências personalizadas. Academias assinadas, spas internacionais, curadoria de arte e serviços de concierge são considerados indispensáveis.



Cliente pode conferir as instalações e comodidades dos empreendimentos de luxo usando óculos de realidade virtual

Imagem: Divulgação/Barts&Co

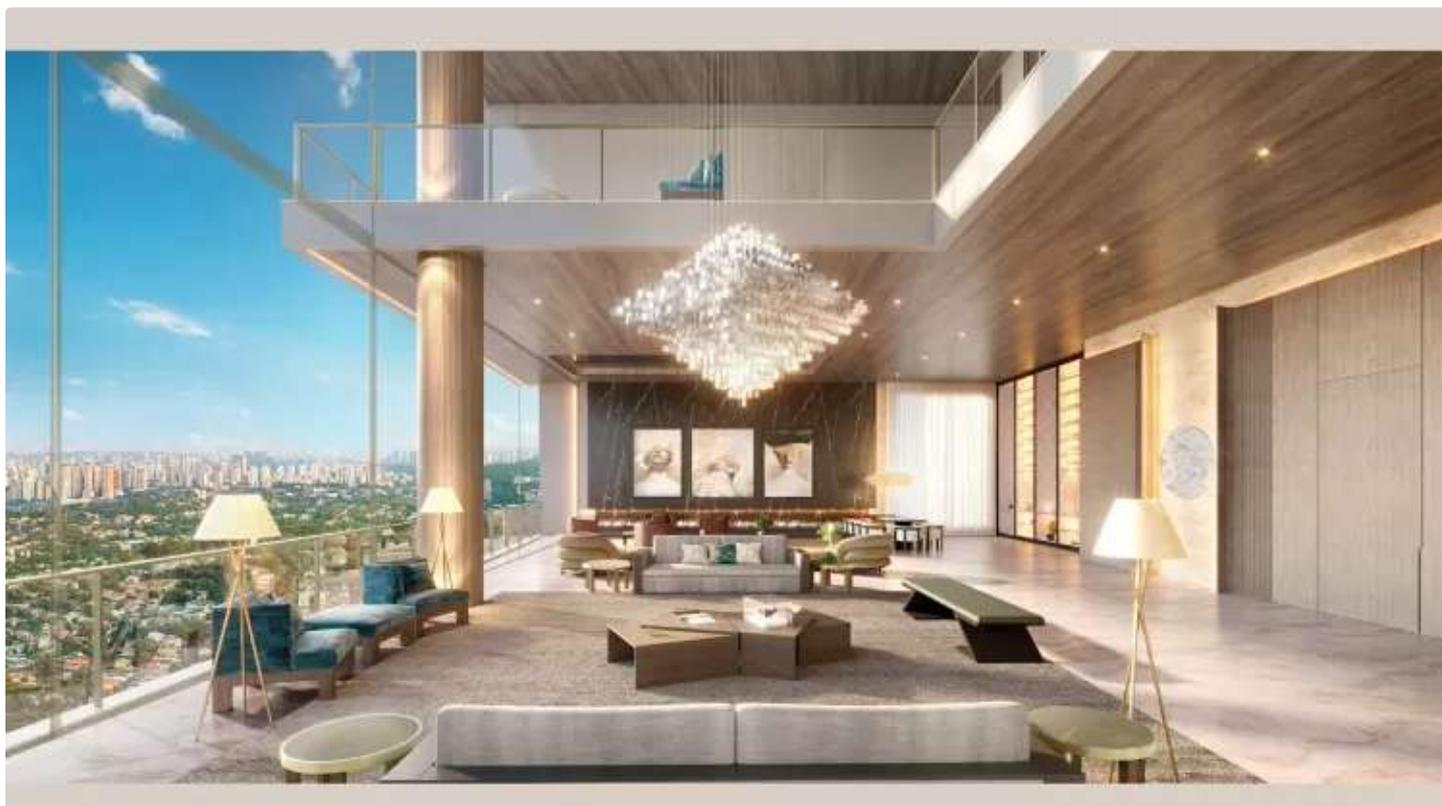
Realidade virtual

Imóveis de altíssimo padrão agora são vendidos com auxílio de óculos de realidade virtual. A tecnologia permite que clientes vivenciem, em resolução 8K, unidades que só ficarão prontas entre dois e cinco anos, segundo Alessandro Bartelle, fundador da Barts&Co. "Não se trata apenas de visualizar o projeto, mas de viver a experiência antes da construção. Isso gera uma conexão emocional imediata com o empreendimento", afirma.

A Barts&Co comercializa projetos como o Vista Armani, da Cyrela, por meio de experiências imersivas. O empreendimento leva a assinatura da grife italiana e exemplifica como tecnologia e exclusividade vêm se unindo no mercado de branded residences —imóveis que vendem identidade e estilo de vida, não apenas metragem.

Experiência é o novo diferencial competitivo, afirma Bartelle. "O público desse segmento é altamente exigente e valoriza exclusividade e personalização. A realidade virtual oferece arte, design e inovação, antecipando ao cliente o estilo de vida prometido por marcas como a Armani."

Vista Armani tem unidades entre 348 m² e 710 m², com preços a partir de R\$ 10,3 milhões. As coberturas contam com até cinco vagas de garagem e serviços como concierge, experiências wellness e design assinado pela marca. Valores das maiores unidades são fornecidos sob consulta, segundo o Apto.vc.



Luxo e ostentação são evidenciados no imponente lobby do Vista Armani

Imagem: Divulgação/Bart&Co

Quando a casa vira experiência

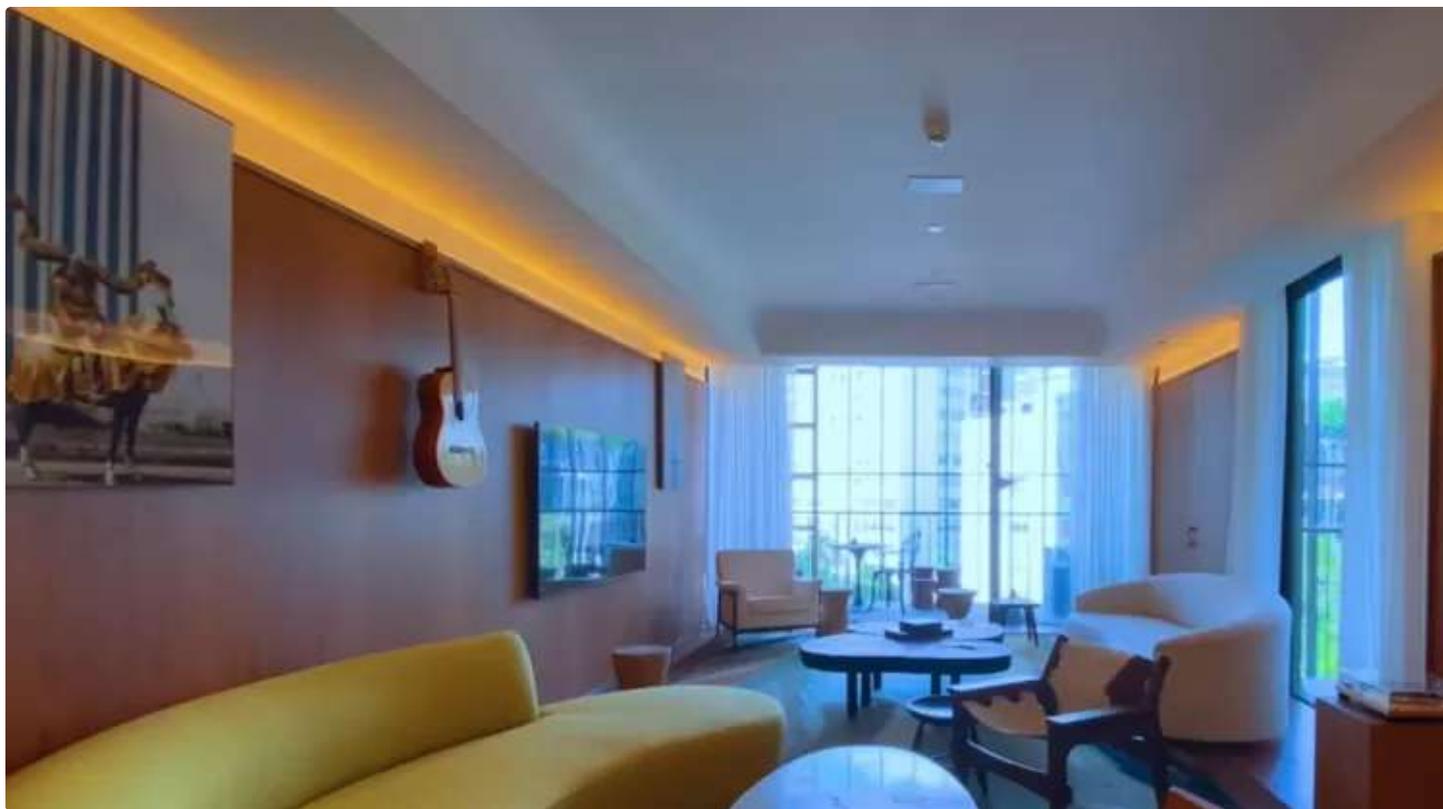
Valor por metro quadrado continua relevante, mas já não é o único argumento de venda no mercado de luxo. Segundo Caio Calfat, vice-presidente de Assuntos Turístico-Imobiliários do Secovi-SP, os preços atingiram patamares tão altos que pararam de subir no mesmo ritmo — e agora são os serviços e as marcas que sustentam os valores. "Esse agregado de valor faz com que o preço continue elevado, mesmo em mercados já saturados", afirma.

Exclusividade é o principal motor do desejo. "Quanto mais exclusivo o empreendimento, mais valorizadas as marcas envolvidas e mais sofisticados os serviços, maior será o diferencial e o preço final", diz Calfat. Um exemplo é o Rosewood Residences São Paulo, que combina apartamentos em um condomínio, hotelaria de luxo, design assinado e operação internacional no complexo Cidade Matarazzo. Segundo ele, esse formato híbrido — no qual o imóvel carrega a marca e os serviços do hotel — eleva o valor do metro quadrado e atrai um perfil de cliente disposto a pagar mais pela experiência.

Projeto com assinatura de estrelas do design já alcança R\$ 100 mil/m². No condomínio, uma unidade de 147 m² pode custar R\$ 11 milhões. O projeto tem assinatura do arquiteto Jean Nouvel, interiores de Philippe Starck e paisagismo de Louis Benech. Segundo Calfat, há revendas por até R\$ 100 mil o metro quadrado. Em Canela (RS), o hotel Kempinski Laje de Pedra segue padrão semelhante — também com unidades de alto padrão em valores equivalentes.

Perfil do comprador varia entre jovens solteiros e famílias de alta renda, com renda mensal acima de R\$ 90 mil. Segundo Fernando Guimarães, diretor da FLG Realty, esse público está disposto a pagar mais para adquirir ou alugar unidades de até 200 m² em condomínios de alto padrão. Em imóveis maiores ou com estrutura mais sofisticada, a exigência sobe, com renda familiar acima de R\$ 100 mil mensais, dependendo dos serviços e diferenciais oferecidos.

Pandemia e a mudança geracional aceleraram a tendência de branded residences. "O conceito de moradia passou a abranger toda a experiência ao redor dela. A casa virou um ecossistema completo — e não apenas um local para dormir", diz Guimarães.



Interior de uma unidade no Rosewood Residence de São Paulo, oferecida no mercado por R\$ 11 milhões

Imagem: Reprodução/Luxury Properties

Veja também

1 comentário

O autor da mensagem, e não o UOL, é o responsável pelo comentário. Leia as [Regras de Uso do UOL](#).

Fabício Oliveira

Conceito de luxo no Brasil: colocar inglês em todos os nome e não fazer qualquer referência ao Brasil.

🕒 há uma hora

👍 0 ↩ Responder 🚩 Denunciar