

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA
CATARINA - CAMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CONSTRUÇÃO CIVIL
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ENGENHARIA CIVIL**

FILIFE BIESEK

**ANÁLISE DE VENDAS DE UM EMPREENDIMENTO DE ALTO
PADRÃO EM FLORIANÓPOLIS**

**FLORIANÓPOLIS
2021**

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA
CATARINA - CAMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CONSTRUÇÃO CIVIL
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ENGENHARIA CIVIL**

FILIPE BIESEK

**ANÁLISE DE VENDAS DE UM EMPREENDIMENTO DE ALTO
PADRÃO EM FLORIANÓPOLIS**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina como parte dos requisitos para obtenção do título de Engenheiro Civil.

Professora Orientadora: Juliana
Guarda de Albuquerque.

**FLORIANÓPOLIS
2021**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor.

Biesek, Filipe

**ANÁLISE DE VENDAS DE UM EMPREENDIMENTO DE ALTO PADRÃO
EM FLORIANÓPOLIS / Filipe Biesek; orientação de Juliana
Guarda de Albuquerque . - Florianópolis, SC, 2022.**

70 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Instituto Federal
de Santa Catarina, Câmpus Florianópolis. Bacharelado
em Engenharia Civil. Departamento Acadêmico
de Construção Civil.

Inclui Referências.

1. INDICE DE VELOCIDADE DE VENDAS. 2. MERCADO IMOBILIÁRIO.
3. FLORIANÓPOLIS. I. Guarda de Albuquerque ,
Juliana. II. Instituto Federal de Santa Catarina. III.
**ANÁLISE DE VENDAS DE UM EMPREENDIMENTO DE ALTO PADRÃO
EM FLORIANÓPOLIS.**

ANÁLISE DE VENDAS DE UM EMPREENDIMENTO DE ALTO PADRÃO EM FLORIANÓPOLIS

FILIFE BIESEK

Esse trabalho foi julgado adequado para obtenção do Título de Engenheiro Civil em 18/03/2022 e aprovado na sua forma final pela banca examinadora do Curso de Engenharia Civil do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.

Florianópolis, 18 de março de 2022.

Banca Examinadora:

Juliana Guarda de Albuquerque, Msc.

Orientadora

João Alberto da Costa Ganzo Fernandez, Dr.

Instituto Federal de Santa Catarina

Juliana Bonacorso Dorneles, Msc.

Instituto Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por estar sempre presente ao longo desta caminhada e sem ele tudo seria mais difícil para realizar. Aos meus familiares, meus pais, meus avós, meus irmãos, minha namorada, minha sobrinha e cunhada. Aos colegas do curso, pois passamos bons momentos durante essa fase e mesmo em momentos difíceis sempre estiveram ao meu lado. Aos membros da banca a toda ajuda que me foi passada para a realização deste trabalho, e principalmente a minha orientadora, Prof. Juliana, por todas as reuniões e conhecimentos transmitidos.

RESUMO

A composição dos preços das unidades de um empreendimento envolve os custos com projetos e consultorias, custos diretos de obras civis, despesas indiretas, remuneração da construtora e ainda impostos e taxas. Assim, com a avaliação desses custos junto de outros fatores, pode-se chegar a um valor de cada apartamento do empreendimento, para que depois seja realizada a sua venda. Entretanto, no mercado imobiliário encontram-se adversidades que, muitas vezes, dificultam a venda dos imóveis das empresas, seja por motivos econômicos enfrentados pelo país ou por impactos inesperados. Este trabalho teve como propósito verificar a velocidade de vendas de um empreendimento de alto padrão com possíveis quedas de rentabilidade para sua liquidação, de maneira a identificar os fatores que determinam a velocidade de vendas e comparar sua velocidade entre os períodos.

Palavras-chave: Índice de velocidade de vendas, Mercado imobiliário, Florianópolis.

ABSTRACT

The composition of the unit prices of a project involves the costs of projects and consulting, direct costs of civil works, indirect expenses, remuneration of the construction company, and also taxes and fees. Thus, with the evaluation of these costs with other factors, it is possible to arrive at a unit value of each apartment in the enterprise, so that's sale can be done. However, in the real estate market we encounter adversities that often end up hindering the sale of the properties of a particular company. Be it due to economic reasons faced by the country or unexpected impacts. The purpose of this work is to verify the sales velocity of a high-standard development with possible drops of profitability for its liquidation, in order to identify the factors that determine the speed of sales and comparing its velocity between the periods.

Keywords: Sales velocity index, Real estate market, Florianópolis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura do Trabalho	14
Figura 2 - Mapa Agronômica.....	16
Figura 3 - Variação do Índice FIPEZAP em Florianópolis - 3 Dormitórios	22
Figura 4 - Índice de Confiança do Consumidor	23
Figura 5 - Implantação do Empreendimento A Planta Padrão.....	26
Figura 6 - Localização do Empreendimento A.....	27
Figura 7a - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos	28
Figura 7b - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos	29
Figura 7c - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos.....	30
Figura 8a - Questionário 2 - destinado aos corretores da região.....	31
Figura 8b - Questionário 2 - destinado aos corretores da região.....	32
Figura 9 - Foto da Rua.....	41
Figura 10 - Foto Muro	41
Figura 11 - Foto Vizinhos da Rua.....	42
Figura 12 - Foto Calçada Empreendimento	42
Figura 13 - Foto Prédio ao Lado	43
Figura 14 - Buracos na rua (1)	43
Figura 15 - Buracos na rua (2)	43
Figura 16 - Praça Governador Celso Ramos	44
Figura 17 - Fachada do prédio (1).....	45
Figura 18 - Fachada do prédio (2).....	45
Figura 19 - Parte interna hall de entrada.....	46
Figura 20 - Piso dos andares	47
Figura 21 - Foto Salão de Festas.....	47
Figura 22 - Foto Maçaneta de Leitura Biométrica	48
Figura 23 - Piso de porcelanato	48
Figura 24 - Quadro durante a obra.....	49
Figura 25 - Quadro após a obra.....	50
Figura 26 - Fotos das instalações hidrossanitárias	51
Figura 27 - Instalação de pisos aquecidos	52
Figura 28 - Interruptor Pisos aquecidos	53
Figura 29 - Espera Motor Aspiração Central	53
Figura 30 - Dutos para mangueiras.....	54
Figura 31 - Esquadrias	54

Figura 32 - Persianas automatizadas nos quartos	55
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Pergunta - Você comprou este apartamento para:	34
Gráfico 2 - Pergunta - Dentre os seguintes fatores, quais influenciaram mais para sua escolha	35
Gráfico 3 - Pergunta - Em relação a arquitetura interna do apartamento, o que ajudou em sua escolha final.....	36
Gráfico 4 - Pergunta - Caso você tenha visto outro apartamento na mesma época, o que era melhor no outro imóvel.....	36
Gráfico 5 - Pergunta - De 2015 a 2022 realizou alguma venda no Empreendimento A?	38
Gráfico 6 - Pergunta - Se respondeu sim na pergunta anterior, em média levou quanto tempo?	38
Gráfico 7 - Pergunta - Em relação ao Empreendimento A na sua opinião, o que mais ajudou para concretizar a venda?	39
Gráfico 8 - Vendas Apartamentos	56
Gráfico 9 - Velocidade de Vendas Empreendimento A	57
Gráfico 10 - Índice FipeZap	58
Gráfico 11 - Índice de confiança.....	59
Gráfico 12 - Vendas Frente x Fundos	61
Gráfico 13 - Vendas pavimento	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Contextualização	12
1.2 Justificativa	12
1.3 Definição do Problema	13
1.4 Objetivo Geral	13
1.5 Objetivos Específicos	13
1.6 Estrutura do Trabalho	14
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	15
2.1 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais em Florianópolis	15
2.2 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais na Agrônômica	16
2.3 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais em frente a Covid-19	17
2.4 Empreendimentos imobiliários	17
2.5 Fatores que contribuem para um bom resultado de vendas de um empreendimento imobiliário	18
2.6 Incorporações imobiliárias	19
2.7 Índice de Velocidade de Vendas	20
2.8 Índice Fipezap	21
2.9 Índice de Confiança do Consumidor	22
2.10 Determinação do preço de um produto	23
3 METODOLOGIA	25
3.1 Delimitação da pesquisa	25
3.2 Estudo de caso	26
3.2.1 Descrição do Empreendimento	26
3.2.2 Localização	27
3.3 Pesquisa de campo	27
3.4 A Construtora	32
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	34
4.1 Análise e Discussão dos Resultados	34
4.1.1 Respostas Questionário 1 - Moradores	34
4.1.2 Respostas Questionário 2 - Corretores	37
4.1.3 Fatores Positivos e Negativos do Empreendimento na Análise de Vendas	40
4.1.3.1 Localização	40
4.1.3.2 Acabamento	44

4.1.3.3 <i>Acabamento Durante a Obra</i>	49
4.1.3.4 <i>Elementos Diferenciais no Empreendimento</i>	52
4.1.4 Análise das vendas nos períodos em que foram concretizadas	55
4.1.5 Velocidade de Vendas	57
4.1.6 Índice de Confiança do Consumidor FGV	58
4.1.7 Possíveis Problemas Enfrentados para as Vendas da Cobertura	59
4.1.8 Vantagens que podem contribuir na velocidade de velocidade de vendas	60
4.1.8.1 <i>Gráfico Vendas Planta Tipo Frente x Planta Tipo Fundos</i>	60
4.1.8.2 <i>Gráfico Vendas de Acordo com o Pavimento</i>	61
5 CONCLUSÃO	63
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Durante a construção de um empreendimento imobiliário, existem muitas vantagens para compradores que desejam investir em imóveis na planta, visto que, ao adquirir um imóvel novo, o comprador garante maior valorização de seu imóvel e melhores preços. Porém, quando se compra imóveis na planta existem muitos riscos nesse tipo de estratégia, visto que às vezes o acabamento entregue pela construtora pode não refletir a expectativa do cliente. O cliente pode ter dificuldade para visualizar e identificar deficiências no projeto, que poderiam ser mais facilmente percebidas quando a obra estivesse pronta (INVEST NEWS).

Outra desvantagem da compra do imóvel na planta é a impossibilidade de posse imediata dos imóveis. Para muitos clientes isso pode ser inviável, uma vez que precisam arcar com o custo de eventual aluguel normalmente somado às parcelas da aquisição do imóvel novo. Isso pode se estender além das expectativas, pois nem sempre as construtoras cumprem com seus prazos de entrega. Assim, embora muitos clientes comprem na planta, e obtenham benefícios financeiros a partir desta opção, outros optam por esperar até a sua conclusão para realizar a aquisição, e dessa forma sentem-se mais seguros. A decisão final do cliente depende de muitos fatores que ele certamente irá avaliar para fechar o negócio. Cabe às incorporadoras estarem atentas a estes fatores para conseguir oferecer um bom negócio aos seus clientes com o menor risco possível (INVEST NEWS).

Além desses fatores observados pelos clientes, a decisão final pode ser afetada pelo momento do mercado. Para concretizar as vendas de um empreendimento, é importante que a economia do país se encontre crescente, de forma gradual (JANSSEN, 2014). Ou seja, quando se tem um baixo índice de confiança do consumidor devido a momentos econômicos ruins, acaba que o consumidor consome menos, o que prejudica a venda dos imóveis imobiliários (REIS, 2019).

1.2 Justificativa

Em um momento em que problemas econômicos associados a uma crise sanitária global influenciam nosso dia a dia, verifica-se que essa realidade se reflete

nas vendas de apartamentos, o que atrapalha a negociação de venda de uma empresa imobiliária. Assim, mesmo que se reduza significativamente os preços para efetivar o consumo dos apartamentos, o que na teoria é dado como certo, na prática acaba não se realizando. Pois quando se trata de momentos econômicos em que se tem uma baixa no mercado imobiliário, nem mesmo com valores abaixo do valor real de mercado, é possível concretizar as vendas. Desse modo, muitas empresas podem até mesmo chegar à falência.

Assim, em momentos econômicos ruins empresas enfrentam dificuldades em seus negócios. Desse modo, o trabalho se justifica uma vez que é possível entender os fatores que podem ter ajudado ou atrapalhado as vendas do Empreendimento analisado neste trabalho. O resultado dessa análise pode auxiliar empresas do setor imobiliário na realização de seus empreendimentos. Além disso, pode beneficiar a análise de outros trabalhos que necessitem dos dados para fim de comparação ou complementação da análise de velocidades de vendas neste período, uma vez que a aquisição de dados através das construtoras não é facilmente acessível.

1.3 Definição do Problema

De acordo com as características presentes no empreendimento que será apresentado e analisando o mercado imobiliário na região no mesmo período, quais motivos podem ter ajudado ou atrapalhado a velocidade de vendas do empreendimento?

1.4 Objetivo Geral

Apresentar e analisar os fatores críticos que interferem na velocidade de vendas de um empreendimento residencial multifamiliar em Florianópolis - SC.

1.5 Objetivos Específicos

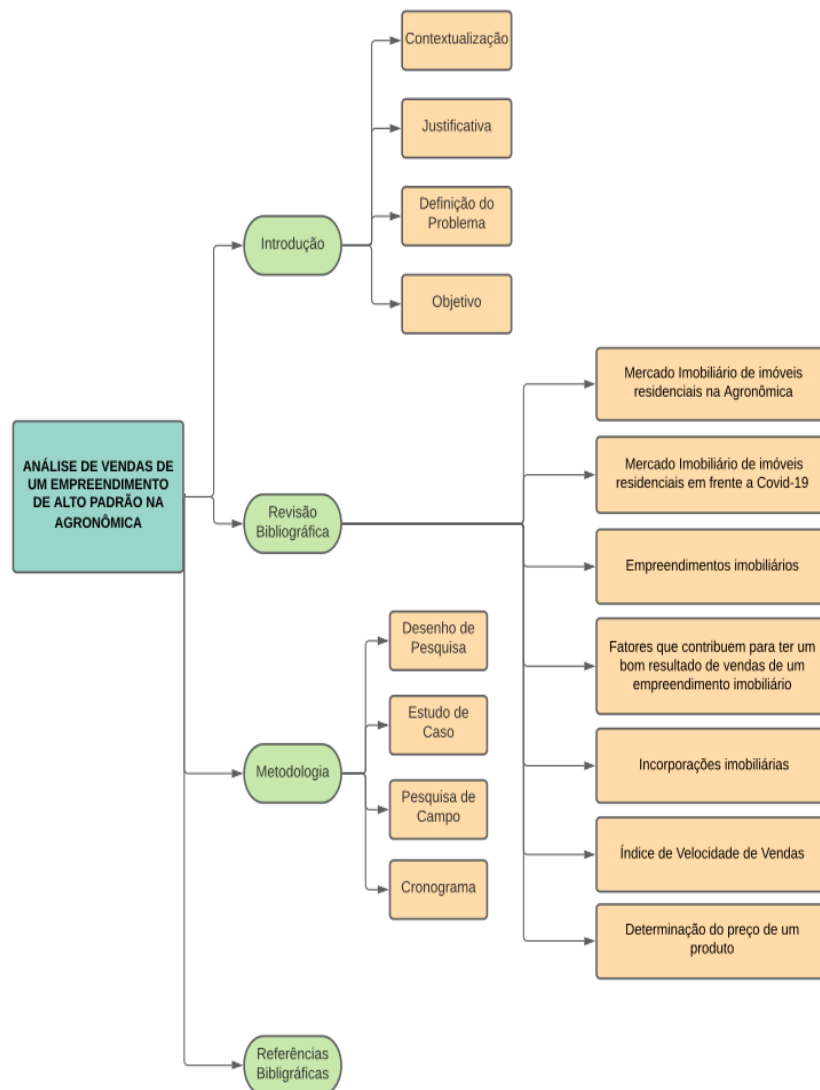
- Descrever as principais dificuldades encontradas para a venda de imóveis de um empreendimento de alto padrão no bairro da Agrônômica em Florianópolis.

- Avaliar a velocidade de vendas do empreendimento através dos períodos em que se concretizaram as vendas dos imóveis.
- Identificar o perfil dos clientes do empreendimento residencial multifamiliar de alto padrão no bairro da Agrônômica em Florianópolis.

1.6 Estrutura do Trabalho

Na figura 01, a seguir, apresenta-se a estrutura do trabalho:

Figura 1 - Estrutura do Trabalho



Fonte: elaborada pelo autor

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Nesta pesquisa serão incluídas referências teóricas de maneira a ampliar e embasar as informações sobre o tema.

2.1 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais em Florianópolis

De acordo com a NBR 14653-1/2019 - Avaliação de bens parte 1: Procedimentos Gerais (ABNT, 2019), o mercado imobiliário se dará por um ambiente no qual os bens frutos e direitos são ofertados e transacionados entre compradores e vendedores, diante de um mecanismo de preços. Esses bens se caracterizam por sua estrutura, conjuntura, conduta e desempenho, uma vez que a estrutura do mercado para um determinado tipo de bem fruto e direito está ligada aos ciclos econômicos de longo prazo. A norma cita ainda que é igualmente importante destacar que a conjuntura do mercado está voltada de acordo com as variações de curto prazo na oferta e demanda, e com consequências sobre os preços em função das circunstâncias econômicas, sociais e ambientais (ABNT, 2019).

Villaça (1977), acredita que a localização pode ser definida como os atributos de um ponto de um território que definem suas possibilidades de relacionamento com os demais pontos desse mesmo território. Ou seja, quando alguém adquire um imóvel, o comprador está comprando a localização da moradia, além do imóvel propriamente dito. Essas diferenças tendem a qualificar as localizações, atuando tanto nas demandas como em seus preços praticados, o que altera os diferentes níveis de interesse por parte de empreendedores, investidores e potenciais compradores destes produtos.

Segundo Sartori (2008), o mercado imobiliário de Florianópolis tem como base a atuação dos seguintes agentes: imobiliárias, empresas de construção civil, corretores de imóveis autônomos e empreiteiras de mão de obra.

Ilha (1998), apresenta trabalhos a partir de pesquisas no Salão do Imóvel, que ocorre anualmente em Florianópolis, e afirma que a oferta de novas habitações na cidade é liderada por um pequeno grupo de empresas, sugerindo que grandes

empresas têm maior influência sobre as outras empresas. Ainda observa que cerca de 7 construtores na capital detêm em torno de 50% da oferta de imóveis.

Outro ponto comentado por Ilha (1998) é que em Florianópolis existem zonas de valor por competência do bairro, qualidade de vida, acesso a serviços, distância ou tempo de acesso a áreas de lazer, ocasionando uma variabilidade maior nos preços do centro devido às grandes distâncias. Porém, alguns bairros como a Agronômica, Lagoa da Conceição e João Paulo, possuem empreendimentos de padrão elevado. Além disso, há estudos que comprovam o predomínio de tipologias únicas em relação à quantidade de dormitórios na cidade, com prevalência em dormitórios de 3 quartos.

2.2 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais na Agronômica

O bairro da Agronômica está localizado entre os bairros do Centro e da Trindade na cidade de Florianópolis, Santa Catarina. Trata-se de um bairro caracterizado por empreendimentos residenciais em que predominam áreas nobres.

Figura 2 - Mapa Agronômica



Fonte: Google Maps.

A Agronômica dispõe de muitos espaços públicos para lazer, sendo o principal deles a Orla da Beira Mar Norte, com ciclovia, academias ao ar livre junto ao calçadão. O bairro possui a sede da Federação Catarinense de Tênis e o Hospital Infantil Joana de Gusmão. É um bairro bastante estruturado e planejado, sede de muitos órgãos

públicos e atende integralmente às necessidades da população, seja por farmácias, mercados, clínicas médicas, entre outros empreendimentos.

Segundo dados levantados pelo Fipezap (2020), o preço médio do metro quadrado do bairro está por volta de R\$9.694/m², estando atrás, somente, do metro quadrado do bairro de Jurerê Internacional, que atinge R\$10.389/m². Logo, o bairro apresenta boa valorização.

2.3 Mercado Imobiliário de imóveis residenciais em frente a Covid-19

Conforme explica Carvalho (2020), era esperado que no ano de 2020, frente às crises que estavam presentes no país em meados de 2019, seria um ano com aumento de vendas no mercado imobiliário. Porém ocorreu que, de forma inesperada, o mundo enfrentou uma crise relacionada à Pandemia de Covid-19. Comenta também que a pesquisa realizada pela Brain, em abril de 2020, demonstrou que 45% dos interessados por aquisição de imóveis naquele ano desistiram da compra, pelos momentos de incertezas que ocorreram. Já os 55% restantes mantiveram sua intenção de compra, trazendo otimismo para o setor, uma vez que a desistência é menor que a intenção de aquisição do imóvel.

2.4 Empreendimentos imobiliários

A NBR 14653-4 (ABNT, 2002) classifica, segundo o item 3.32, que o empreendimento imobiliário será o empreendimento em imóvel destinado ao parcelamento do solo ou construção de benfeitorias com o objetivo de venda das unidades geradas.

Segundo a NBR 14653-4 (ABNT, 2002), os empreendimentos imobiliários podem ser classificados em duas generalidades, conforme seu estágio. Logo, classifica-se em sua concepção ou anteprojeto, projeto, implantação ou execução, pré-operação, operação, paralisado ou embargado, desativado e desmonte. E também conforme sua base, classificado em Imobiliários (residenciais, comerciais, de serviços, industriais rurais e mistos), de base imobiliária (com objetivo de realizar exploração comercial), de serviços, de base industrial, de base rural, de base

comercial e serviços, de base mineral e com base em concessões de serviços públicos.

Conforme Limmer (1997), um empreendimento pode se estabelecer como um conjunto de atividades necessárias, ordenadas logicamente e inter-relacionadas que conduzem a um objetivo pré-determinado, atendendo as condições de prazo, custo, qualidade e risco. O autor enfatiza ainda que o conceito de empreendimento se caracteriza como um projeto com um conjunto de realizações físicas, compreendendo desde as concepções iniciais de uma ideia até a sua concretização.

2.5 Fatores que contribuem para um bom resultado de vendas de um empreendimento imobiliário

Segundo Pereira (1995), muitas das características da personalidade que retratam o perfil de um empreendedor podem ser essenciais para que se tenha qualidade em um empreendimento, pois ambas se completam.

Para Tachizawa e Faria (2004), para uma empresa ser bem-sucedida deve ter basicamente 3 pilares:

- a) bom conhecimento do mercado onde atua;
- b) um bom administrador;
- c) fazer uso do capital próprio;

Outros fatores importantes comentados por Pereira (1995), é que para se atingir o sucesso empresarial é preciso dominar duas bases: uma na área mercadológica, com uma estratégia de marketing bem definida, conquistar a fidelidade de sua clientela e uma comunicação eficaz no mercado, que irá melhorar a imagem da empresa; a outra base é a área técnico-operacional, que deve contar com tecnologia atualizada, localização adequada e boa relação estabelecida com os fornecedores.

O empreendimento imobiliário nada mais é do que um produto, assim Tognetti e Lapo (2020) apontam. É essencial que o produto imobiliário seja melhor que os concorrentes da mesma categoria. O foco principal é sobre os produtos que têm vantagens muito claras em relação aos concorrentes, tanto em relação aos imóveis novos, quanto aos usados, porque quando ocorrer o desinvestimento, todas as vantagens serão demonstradas para convencer o próximo comprador de que ele está

fazendo um bom negócio. Ou seja, bons imóveis possuem maior liquidez, o que contribui para a sua rentabilidade, tanto na compra como na venda. Essas vantagens vão desde a localização, acabamentos, planta/layout, andares mais altos e com orientações solares norte/leste, o que agrega maiores valores ao empreendimento.

Segundo a NBR ISO 9000 (ABNT, 2015), para ter qualidade dos produtos e serviços, é necessário satisfazer os clientes junto do impacto pretendido e não pretendido nas partes interessadas pertinentes. Ressalta ainda que a qualidade dos produtos e serviços, além de incluir a função e desempenho pretendidos, deverá também agregar seu valor percebido e o benefício para o cliente.

Para ter uma boa qualidade habitacional, Pedro (2000), acredita que a qualidade habitacional deve estar relacionada com as necessidades básicas dos moradores em relação ao que desejam para sua residência. De modo que suas necessidades futuras sejam mais amplamente atendidas, permitindo então efetuar as alterações necessárias dos moradores enquanto residirem no empreendimento.

Barbosa e Camargo (2015) acreditam que o mercado imobiliário está alinhado diretamente com a conjuntura econômica do país. Uma vez que, economicamente falando, se tem um maior crédito, a quantidade de realizações de empreendimentos aumenta e conseqüentemente se tem um maior número de vendas. Entretanto, em casos de crise no país, ocorre o contrário. Assim, o contexto macroeconômico influencia no mercado de imóveis. Os autores citam também o contexto microeconômico, que também deve interferir no mercado, já que corresponde aos agentes e produtores de imóveis, fornecedores de insumos e mão de obra.

2.6 Incorporações imobiliárias

A lei de incorporação traz a seguinte concepção: “Para efeito desta Lei, considera-se incorporação imobiliária a atividade exercida com o intuito de promover e realizar a construção, para a alienação total ou parcial, de edificações ou conjunto de edificações compostas de unidades autônomas” (BRASIL, Lei nº4.591 16 dez. 1964).

Logo, para Tognetti e Lapo (2020), há a lei das incorporações (4.591/1964) que afirma existir o Incorporador, o qual é responsável por organizar e vender o lançamento, e a construtora, que é quem organizará a obra. O Incorporador/Empresa

Incorporadora é o responsável legal pelo empreendimento. Em muitos casos, a Construtora e Incorporadora tratam-se da mesma empresa. Entretanto, um caso citado por Tognetti e Lapo (2020), indica que na prática, no caso de uma construtora ser desonesta (ex. atraso de obra, má qualidade), a incorporadora pode substituir a construtora e reparar o prejuízo.

Segundo Tognetti e Lapo (2020), uma incorporação imobiliária é um processo registrado em cartório que permite a venda de apartamentos, casas ou salas comerciais antes de a obra terminar. Então, torna-se viável a alienação de futuras unidades autônomas antes que finalize a obra.

Ainda dentro do significado de incorporação imobiliária, segundo Chalhub (2017), presume que cabe à incorporação mobilizar fatores de produção para construir e vender. Ou seja, deverá, durante a construção, cuidar das unidades imobiliárias em edificações coletivas, envolvendo a reunião de pessoas e a articulação de uma série de fatores no sentido de levar a cabo a construção até a sua conclusão com individualização e discriminação das unidades imobiliárias no Registro de Imóveis.

2.7 Índice de Velocidade de Vendas

O Índice de Velocidade de Vendas é um indicador utilizado para mensurar a velocidade em que novos produtos ou empreendimentos imobiliários são adquiridos pelo mercado. Logo, é através do índice que verificamos a qualidade da empresa e assim verificamos a capacidade de liquidez dos produtos. Possui como base de cálculo, o número de oportunidades, o tamanho do ciclo de vendas, o valor médio de contrato e a taxa de conversão de oportunidades. De modo que, com o uso do valor médio e o tamanho do ciclo de vendas, trará o resultado do Índice de Velocidade de Vendas com maior exatidão. Ao contrário de análises mais rasas, onde produtos com valores de mercado mais altos acabam muitas vezes se beneficiando ao serem analisados. Como exemplo, um vendedor X que vende um produto de 100 mil reais em um prazo de 6 meses, enquanto um vendedor Y vende um produto de 25 mil reais em 1 mês em um ciclo de vendas. Logo, o vendedor Y acaba por ter um desempenho melhor, mesmo com um valor médio inferior (THE CAPITAL ADVISOR, 2019).

Para Tognetti e Lapo (2020), ao analisar o grau de liquidez que nada mais é do que a velocidade e facilidade que um ativo (bens e direitos) tem em se transformar em

caixas sem perdas. Logo, se o ativo tem uma maior liquidez, ele será transformado em caixa com uma maior facilidade. Ou seja, dependendo do padrão construtivo do imóvel, com custos mais elevados, por exemplo, a liquidez junto da velocidade de venda acaba por ser mais lenta.

Muitas vezes, em casos onde o produto comercializado acaba por atrasar suas vendas no cronograma da empresa e acaba ficando em longos períodos sem vendas. Lima Junior (1993) explica que devido a esses longos prazos sem ofertas no mercado acaba que o empreendimento deixa de competir somente com os concorrentes presentes, mas também dos que surgiram para competir durante o período em que os estoques não forem liquidados.

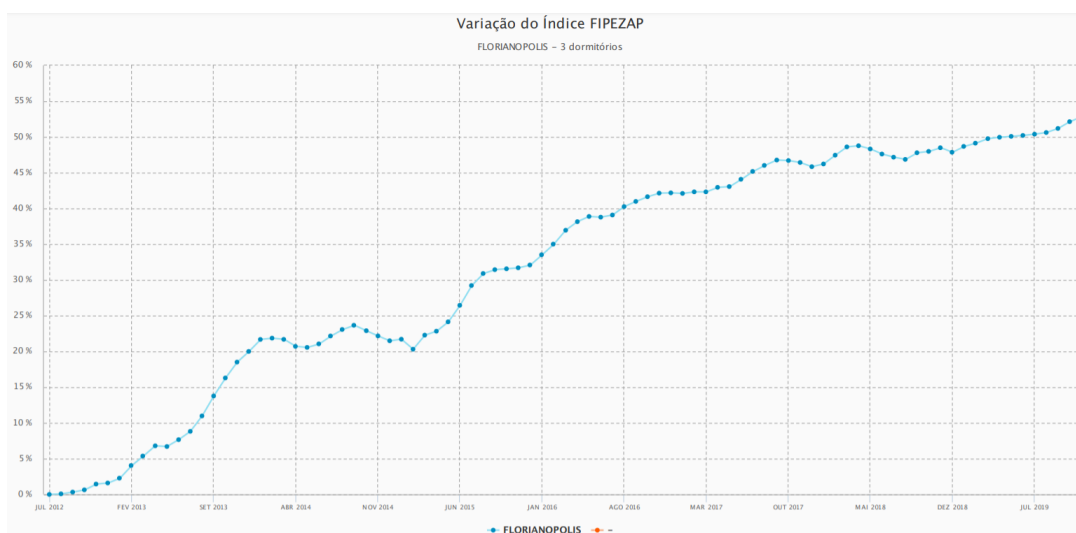
Por outro lado, Lima Junior (1993) explica também que em casos onde não se tem um bom planejamento do produto para atender o público alvo, é necessário para que se tenha uma recuperação, de maneira que se adotem medidas com maiores esforços de promoção, maiores prazos de pagamentos do produto e quebras de preço expressivas.

2.8 Índice Fipezap

O Índice Fipezap é um indicador que tem como característica acompanhar sistematicamente a evolução dos preços do mercado brasileiro. Utiliza uma grande base de dados confiáveis e é referência como fonte de informações da construção civil, funcionando como fonte de informações de mercado, tanto para famílias, como para agentes do mercado e analistas (FIPEZAP, 2021).

O índice é calculado através de uma coleta mensal de milhões de anúncios de venda e locação para imóveis residenciais e comerciais, de forma que, após um controle estatístico rigoroso, são consideradas apenas as informações adequadas. Assim, são calculados os preços representativos de cada uma das cidades contempladas. Seguem então ponderações específicas, agrupadas e acompanhadas ao longo do tempo. Dessa forma, a evolução dos preços é mensurada pelo Índice FipeZap (FIPEZAP, 2021).

Figura 3 - Variação do Índice FIPEZAP em Florianópolis - 3 Dormitórios



Fonte: FIPEZAP (2021)

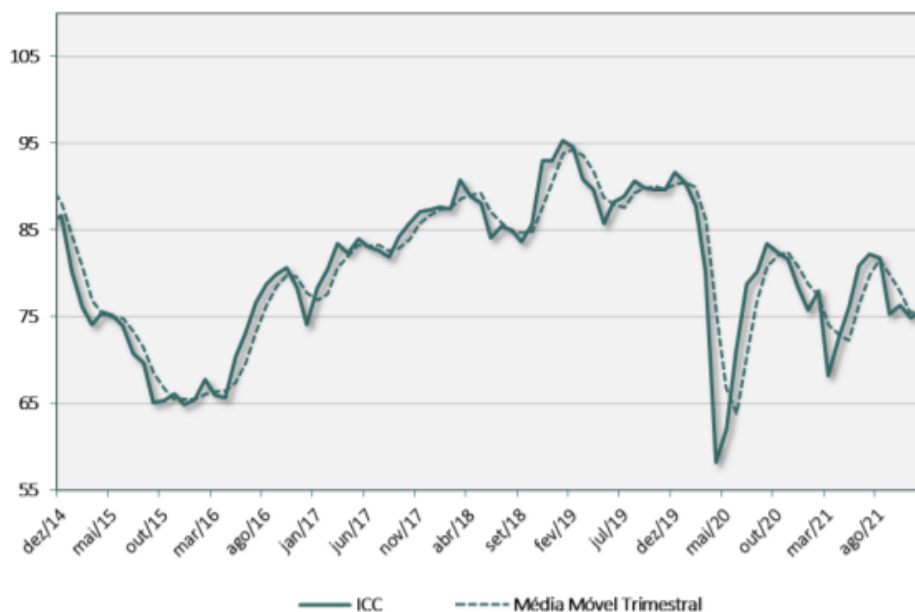
2.9 Índice de Confiança do Consumidor

A Sondagem de Expectativas do Consumidor do FGV IBRE é uma pesquisa mensal que procura captar o sentimento do consumidor em relação à situação geral da economia e de suas finanças pessoais. A confiança do consumidor atua como fator redutor ou indutor do crescimento econômico, sendo um indicador útil na antecipação dos rumos da economia no curto prazo (BRASIL, 2021).

É importante ressaltar também, que a pesquisa obtém avaliações e previsões dos consumidores a respeito da situação econômica local e da própria família no momento da pesquisa e nos seis meses seguintes (BRASIL, 2021).

Assim, na pesquisa realizada para compor o índice, o consumidor é questionado sobre a sua percepção em relação à economia, sobre suas finanças pessoais e sobre suas expectativas em relação ao futuro. E, finalmente, é perguntado se tende a gastar mais, uma vez que essa questão se torna muito importante, pois o consumo será o fator que moverá o PIB, ou seja, o consumidor consumindo mais indica altas chances de crescimento econômico (REIS, 2019).

Figura 4 - Índice de Confiança do Consumidor



Fonte: FGV IBRE

2.10 Determinação do preço de um produto

Segundo Rozenbaum e Macedo-Soares (2007), a precificação de um produto tende a atender os interesses tanto do empreendedor como também do comprador, simultaneamente, visto que devem ser satisfeitas as expectativas do empreendedor relacionadas à taxa de retorno e velocidade de vendas. Enquanto isso, para o adquirente, serão atendidas suas expectativas da utilidade do imóvel como investimento e moradia.

De acordo com Passos e Nogami (2012), quando existe um mercado competitivo com muitos empreendimentos, este se adequa em um único preço, chamado de preço de mercado. Já para mercados não competitivos, pode acontecer de se encontrar diversos preços diferentes para o mesmo produto. E em um caso mais específico, a empresa pode abaixar muito o preço do seu produto a fim de conquistar os clientes de seu concorrente.

Junckes (2018) acredita que a composição dos preços é definida a partir do custo direto e do BDI (benefícios e despesas indiretas). Ou seja, define o BDI como o somatório dos custos indiretos, com os tributos e lucro desejado. Assim, a empresa então define um preço alvo.

Ainda acrescenta que, para empresa ser mais competitiva, é necessário ter um preço alvo menor ou igual ao preço de mercado, ou a empresa acaba por não conseguir concorrer no mercado, mesmo que tenha um diferencial em seus produtos. Logo, a empresa deve gerar menores custos e despesas para ter um preço alvo menor e mais competitivo que o preço de mercado.

3 METODOLOGIA

3.1 Delimitação da pesquisa

O presente trabalho será realizado a partir de uma pesquisa com caráter exploratório. Conforme explicam Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa exploratória tem por base proporcionar maiores informações sobre o assunto a ser investigado, o que possibilita uma definição e um delineamento do tema, de modo a orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir uma nova visão sobre o assunto, que poderá ser dada tanto por pesquisas bibliográficas como estudos de caso.

No primeiro momento, será elaborado um estudo de caso com seu principal foco em um edifício residencial multifamiliar, no bairro da Agrônômica, em Florianópolis - SC. Seu período de construção foi realizado no período de março de 2014 a julho de 2016, com comercialização de vendas até 2021. Serão coletados 20 apartamentos como amostra para este estudo, em que será analisado o momento da venda ao longo deste período. Dessa forma, será analisada a velocidade de vendas neste período.

Os resultados obtidos para realização do trabalho foram coletados através da metodologia de estudo de caso, dados esses apurados do contato do autor com a construtora. Diante do fato de se tratar de características próprias deste empreendimento, convém a realização deste estudo de caso.

Na segunda parte deste trabalho, será executada uma pesquisa diante dos compradores dos imóveis, para entender os motivos de sua escolha final para este empreendimento. O contato com estes clientes foi realizado via telefone e esses contatos disponibilizados pela construtora.

Por fim, a terceira parte será realizada por meio de uma pesquisa diante de corretores da região, para saber como enfrentaram as vendas neste período e quais foram as características marcantes que ajudaram ou prejudicaram a realização de vendas na região. O contato com os corretores também foi realizado via telefone e esses contatos disponibilizados pela construtora.

3.2 Estudo de caso

Por questões éticas e por preservar os dados da empresa, o nome da construtora e incorporadora não serão revelados.

3.2.1 Descrição do Empreendimento

De agora em diante, será utilizado o pseudônimo “Empreendimento A” para se referir ao edifício residencial. O Empreendimento A é composto por 1 torre, com 18 apartamentos tipos e mais 2 coberturas duplex. Os apartamentos tipos possuem uma área privativa de 122,16m² e uma área total de 157,47m², já as duas coberturas têm uma área privativa de 244,32m² e uma área total de 304,03m². Todos os apartamentos têm no mínimo duas vagas de garagem e alguns com três vagas de garagem. O Empreendimento A é de alto padrão, com bons níveis de acabamento interno, cuja planta padrão é indicada na figura 5. Ainda possui salão de festas, academia e área de lazer com piscina adulto e infantil.

Figura 5 - Implantação do Empreendimento A Planta Padrão

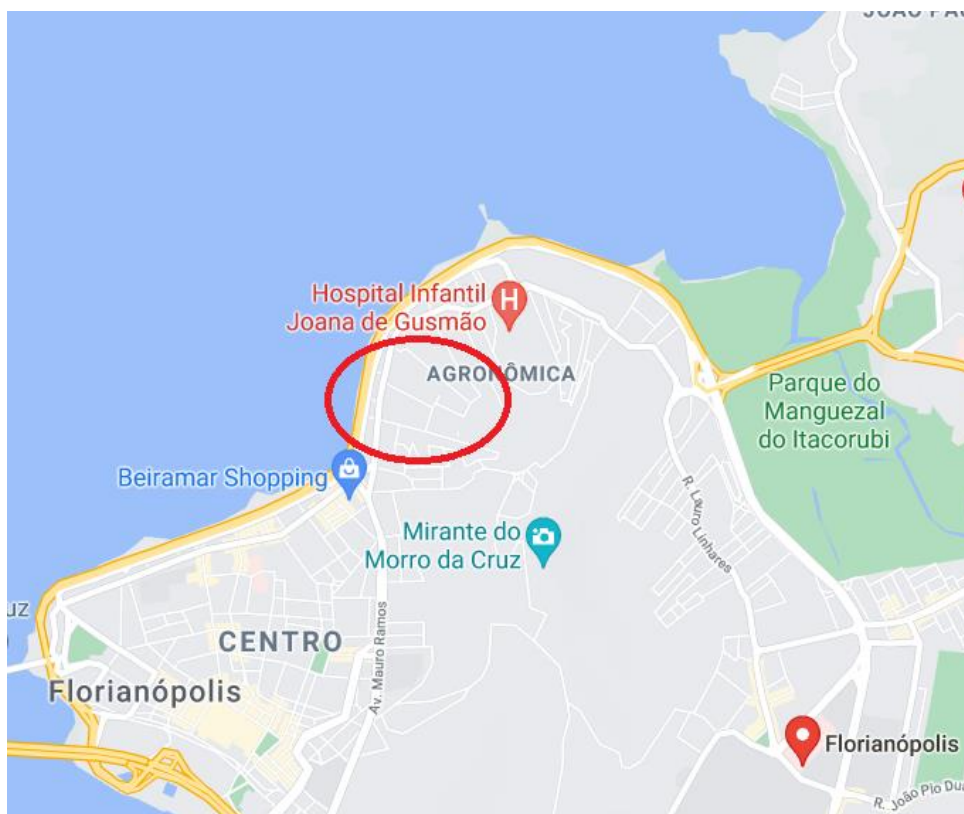


Fonte: Construtora (2021).

3.2.2 Localização

O Empreendimento A está localizado no bairro Agrônômica, em Florianópolis. A seguir, na figura 6, será ilustrada sua localização aproximada:

Figura 6 - Localização do Empreendimento A



Fonte: Google Maps (2021).

3.3 Pesquisa de campo

Para este trabalho foi realizado um questionário com os compradores dos apartamentos do empreendimento. O seguinte questionário tem como objetivo constatar os reais motivos e preferências que levaram à aquisição das unidades vendidas no Empreendimento A pelos compradores. Além disso, também foi aplicado um questionário com os corretores do empreendimento, buscando analisar o mercado da venda de imóveis na região nos últimos anos. Ambos os questionários foram realizados pelo Google Forms e são apresentados nas figuras 7 e 8.

Figura 7a - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos

QUESTIONÁRIO DE PREFERÊNCIA DE ESCOLHA DAS UNIDADES VENDIDAS

O questionário a seguir tem como intenção ajudar na produção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do aluno Filipe Biesek pelo Instituto Federal de Santa Catarina. Nele será atribuído perguntas relacionadas a compra do apartamento.

***Obrigatório**

Nome *

Sua resposta _____

Você comprou este apartamento para *

Morar

Investimento

Ambos

Fonte: do autor

Figura 7b - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos

Número do apartamento adquirido

Sua resposta _____

Dentre os seguintes fatores, quais influenciaram mais para sua escolha *

- Localização
- Acabamento
- Confiança na Construtora
- Arquitetura da Planta
- Condomínio e Áreas comuns
- Preço
- Orientação Solar
- Outro: _____

Em relação a arquitetura interna do apartamento, o que ajudou em sua escolha final

- Acabamento de Alto Padrão
- Quartos do tipo Suíte
- Sacada com churrasqueira
- Tamanho do Apartamento
- Vista da sacada
- Outro: _____

Fonte: do autor

Figura 7c - Questionário 1 - destinado aos compradores dos apartamentos

Caso você tenha visto outro apartamento na mesma época, o que era melhor no outro imóvel?

- Projeto Arquitetônico
- Acabamento Interno
- Localização
- Preço
- Orientação Solar
- Outro: _____

[Enviar](#) [Limpar formulário](#)

Fonte: do autor

Figura 8a - Questionário 2 - destinado aos corretores da região

Questionário para Corretores de Imóveis em Relação ao Mercado Imobiliário no Bairro da Agronômica

O questionário a seguir tem como intenção ajudar na produção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do aluno Filipe Biesek pelo Instituto Federal de Santa Catarina. Nele será atribuído perguntas relacionadas ao mercado imobiliário no bairro agronômica.

Nome *

Texto de resposta curta
.....

Nome da Imobiliária em que trabalha *

Texto de resposta curta
.....

De 2015 a 2022 realizou alguma venda no Empreendimento A? *

Sim

Não

Fonte: do autor

Figura 8b - Questionário 2 - destinado aos corretores da região

Se respondeu sim na pergunta anterior, em média levou quanto tempo?

1 a 3 meses

4 a 6 meses

7 a 9 meses

9 meses a 1 ano

Nenhuma das opções

Em relação ao Empreendimento A na sua opinião, o que mais ajudou para concretizar a venda?

Acabamento do Empreendimento

Localização

Preço

Planta

Outro: _____

Na sua opinião o que você acha que pode ter atrapalhado a velocidade de vendas do Empreendimento A?

Sua resposta _____

Enviar [Limpar formulário](#)

Fonte: do autor

3.4 A Construtora

De acordo com as informações divulgadas pela empresa no site oficial, cujo o estudo foi desenvolvido, é uma empresa familiar com mais de 20 anos no mercado. Atuou muito tempo em Porto Alegre, onde cresceu com um trabalho diferenciado. Sempre teve muita atenção em cada detalhe da obra e assim entregando o produto final com o acabamento reconhecidamente superior, logo rapidamente conquistaram

seus clientes. Preza por fazer tudo bem feito, desde suas fundações, da concepção de projeto ao seu acabamento.

Com a recente entrada no mercado catarinense, tem como missão oferecer empreendimentos com qualidade superior através da dedicação ao desenvolvimento dos projetos e da atenção a cada etapa do processo construtivo, sempre com foco na satisfação do cliente. Além disso, pretende se consolidar no mercado catarinense com o reconhecimento em construção e a qualidade no acabamento, de maneira que sempre se tenha atenção aos detalhes, inovação e tecnologia, qualidade, honestidade e satisfação do cliente, desde a concepção do projeto.

É importante ressaltar que segundo o diretor, a empresa foca em realizar poucos empreendimentos, já que utiliza apenas recursos próprios e também para conseguir gerenciar com o acompanhamento dos proprietários da empresa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Análise e Discussão dos Resultados

Através dos dados disponibilizados, foram analisados e discutidos a seguir.

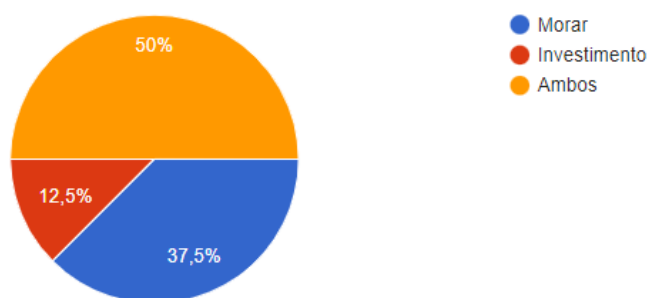
4.1.1 Respostas Questionário 1 - Moradores

O questionário 1 realizado com uma amostra de 8 moradores do Empreendimento A, o restante dos moradores não respondeu o questionário. O contato com os moradores foi realizado via telefone, contatos estes disponibilizados pela construtora. Este questionário tem como finalidade melhorar o entendimento dos motivos pelos quais os moradores da região optaram por escolher realizar a compra do seu apartamento, seja por questões econômicas ou sociais da região da Agrônômica, foi realizado conforme demonstrado nos gráficos a seguir.

A primeira questão e suas repostas são mostradas no gráfico 1.

Gráfico 1 - Pergunta - Você comprou este apartamento para:

Você comprou este apartamento para



Fonte: Autor

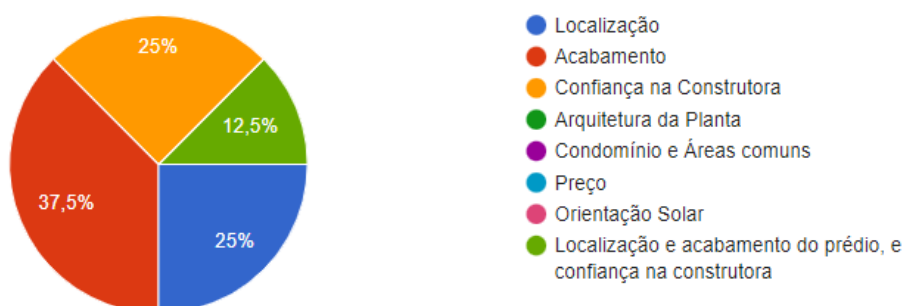
Pôde-se verificar que ampla maioria dos adquirentes, além de ter objetivo de moradia, considerou que sua aquisição foi parte de um investimento com possível retorno do capital investido no futuro. Outro fator importante é que pessoas que optaram apenas por investimento foram minoria, uma vez que o aporte para um empreendimento de alto padrão tem um custo bastante elevado. Além disso,

constatou-se, junto ao diretor da empresa, que esses adquirentes são investidores de outras cidades.

As respostas à segunda questão são ilustradas no gráfico 2, a seguir:

Gráfico 2 - Pergunta - Dentre os seguintes fatores, quais influenciaram mais para sua escolha

Dentre os seguintes fatores, quais influenciaram mais para sua escolha



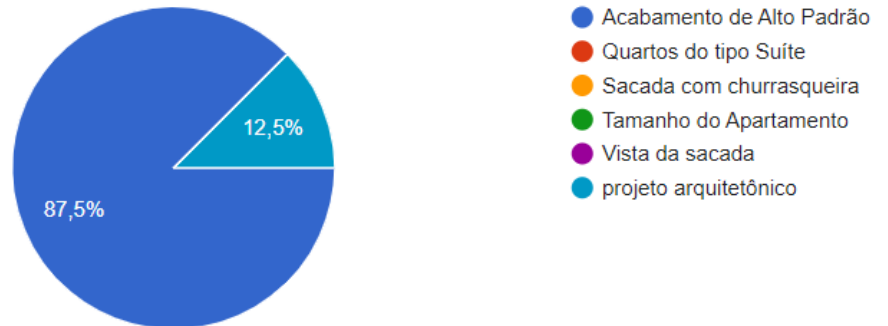
Fonte: Autor

Como uma forma de sucesso da construtora, o acabamento e a localização do empreendimento foram fatores importantes para a escolha final dos compradores. A boa localização do edifício no bairro com a proximidade de parques, a orla da beira mar, shopping e restaurantes do bairro colaboram para a venda do apartamento, já que o morador, além de escolher e pensar na parte interna do produto, seja acabamento ou até mesmo áreas de lazer, considera também a parte externa do bairro. Por isso, o entorno e a localização são importantes para a escolha de um terreno por parte da incorporadora para realizar uma edificação. Outro ponto que foi bastante salientado é o acabamento do empreendimento. Notou-se que mesmo realizando esta pesquisa depois de muito tempo de sua aquisição, o alto padrão de acabamento neste edifício, quando comparado com algumas construtoras, é levado em consideração na escolha final. Visto que, embora se tenha muitas construtoras com um bom nível de acabamento, há ainda no mercado uma carência. E esta falta de preocupação no produto final, às vezes pode ser preponderante para a escolha final do seu cliente.

Já na terceira questão trata da parte interna do produto, como pode ser visto no gráfico 3.

Gráfico 3 - Pergunta - Em relação a arquitetura interna do apartamento, o que ajudou em sua escolha final

Em relação a arquitetura interna do apartamento, o que ajudou em sua escolha final



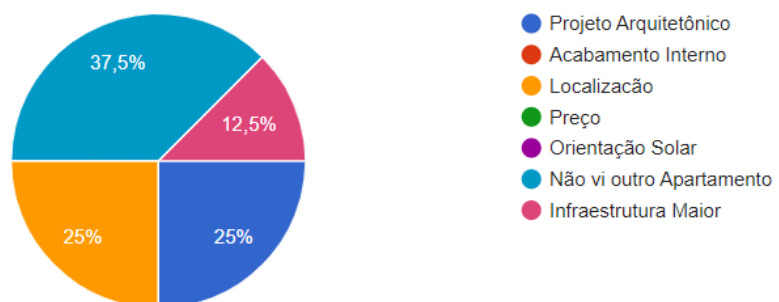
Fonte: Autor

Mais uma vez, o acabamento interno do apartamento é algo que chama muito a atenção dos compradores, e aliado a isso um bom projeto arquitetônico são agentes facilitadores na hora de concretizar uma venda do empreendimento.

E para finalizar o questionamento e a fim de comparar com os outros empreendimentos do bairro, foi questionado pelo olhar dos clientes que buscavam os mesmos padrões de edifício, por questões qualitativas ou monetárias, foi realizada a seguinte pergunta, cujas respostas estão representadas no gráfico 4.

Gráfico 4 - Pergunta - Caso você tenha visto outro apartamento na mesma época, o que era melhor no outro imóvel

Caso você tenha visto outro apartamento na mesma época, o que era melhor no outro imóvel?



Fonte: Autor

Nota-se então que, embora a localização do edifício seja um dos fatores importantes nos outros questionários, na visão dos clientes, ela ainda não é a ideal. Nesse aspecto, os concorrentes poderiam ter condições melhores, por não se tratar de um fator muito fácil para ser adaptado pela construtora devido ao fato de que os terrenos estão cada vez mais escassos na região e nem sempre a negociação é ideal. Porém, é visto que fatores de acabamentos do empreendimento, assim como a confiança na construtora, tornaram-se aliados para a realização da venda final.

Outro ponto que se evidencia nas respostas ao questionário se refere ao projeto arquitetônico encontrado em comparação a outros apartamentos rivais, embora tenha sido elogiado nas questões anteriores, muitas vezes por diferentes tipos de clientes. Cada qual terá uma necessidade diferente para sua vida, optando por apartamentos que tenham uma área de lazer maior ou a suíte principal maior, por exemplo. O que nunca será dado como padrão para uma construção, mas sim cada construtora deverá pesquisar é a demanda dos clientes, buscando melhorar ao máximo o padrão para os clientes da região. Alguns clientes informaram que não teriam procurado nenhuma outra opção e que em outros empreendimentos sua infraestrutura era maior.

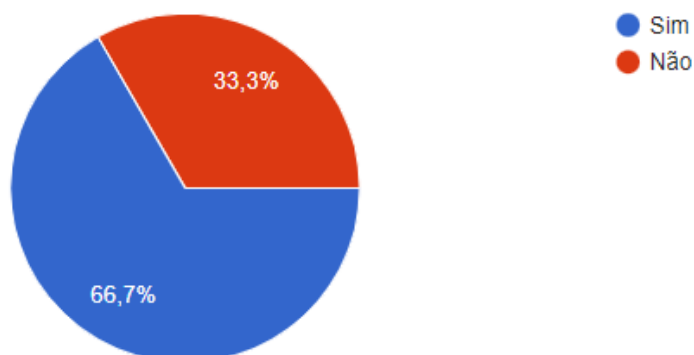
Conclui-se, então, que de acordo com o questionário, há alguns pontos positivos e negativos no edifício, segundo os moradores. Às vezes, embora sejam questões discretas para alguns, muitas vezes são fatores preponderantes para clientes que não realizaram a compra do apartamento.

4.1.2 Respostas Questionário 2 - Corretores

Em relação aos corretores que trabalharam com as vendas do Empreendimento A no período indicado, foi realizada uma pesquisa com o total de 9 corretores da região, abordando questões pertinentes para a venda dos imóveis do Empreendimento A. Para o início do desenvolvimento deste questionário, iniciou-se interrogando os corretores da imobiliária ligada ao empreendimento. Porém, grande parte dos corretores estava trabalhando em imobiliárias distintas e alguns destes corretores são autônomos. Inicialmente, foi questionado se nos anos de 2015 a 2022 o corretor realizou alguma venda no empreendimento. Chega-se então aos seguintes resultados demonstrados no gráfico 5.

Gráfico 5 - Pergunta - De 2015 a 2022 realizou alguma venda no Empreendimento A?

De 2015 a 2022 realizou alguma venda no Empreendimento A?



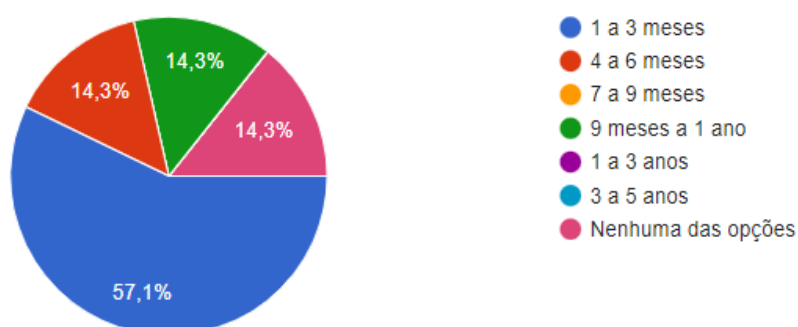
Fonte: Autor

Verifica-se que 66,7 % responderam que sim, ponto importante para a realização das demais perguntas do questionário.

Já na seguinte pergunta, caso tivesse respondido que sim anteriormente, foi questionado quanto tempo estaria trabalhando para concretizar uma venda de um apartamento no empreendimento A. O gráfico 6 indica as seguintes respostas para este questionamento:

Gráfico 6 - Pergunta - Se respondeu sim na pergunta anterior, em média levou quanto tempo?

Se respondeu sim na pergunta anterior, em média levou quanto tempo?



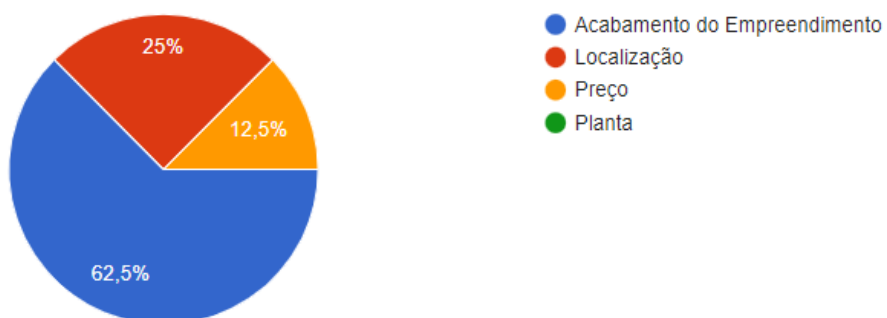
Fonte: Autor

Nas respostas a essa pergunta, foi possível observar que ampla maioria teve períodos curtos para a realização da venda. Cerca de 57,1% dos que venderam os apartamentos tiveram um curto período (1 a 3 meses) para concretizar a venda do apartamento de alto padrão. E já para a venda de 4 a 6 meses, temos um resultado abaixo, com cerca de 14,3% dos entrevistados. Alguns ainda levaram quase um ano para concretizar a venda. É bom salientar que todo este período de vendas vai desde a visita do cliente e corretor de imóveis ao empreendimento à negociação com a construtora, para então poder finalizar a venda do mesmo.

Posteriormente, foi questionado os pontos positivos que podem ter ajudado os corretores a concretizarem sua venda, como demonstrado no gráfico 7.

Gráfico 7 - Pergunta - Em relação ao Empreendimento A na sua opinião, o que mais ajudou para concretizar a venda?

Em relação ao Empreendimento A na sua opinião, o que mais ajudou para concretizar a venda?



Fonte: Autor

É destacado também pela visão dos corretores o acabamento do empreendimento, item apontado por 62,5% dos entrevistados como possível vantagem que influenciou positivamente na venda. A localização, embora tenha seus pontos desfavoráveis, ainda é vista como um ponto de valência para a realização das vendas, segundo a visão de alguns corretores, com 25% das respostas obtidas. E o preço do produto, embora tenha uma porcentagem mais baixa, ainda é um fator importante para a venda, contribuindo a favor na concorrência do mercado, com seus 12,5%. As questões de planta acabaram não sendo apontadas em nenhuma resposta.

Dessa forma, pode-se concluir que, de fato, nem todos os clientes terão as mesmas prioridades ao escolherem apartamentos, sendo assim é algo muito pessoal.

Para finalizar o questionário, apresentou-se uma questão mais aberta em relação ao o que poderia ter atrapalhado a velocidade de vendas do Empreendimento A, na visão do corretor de imóveis.

Alguns pontos foram semelhantes, quando a questão tratava da localização/rua. Mesmo por ser um bairro nobre, percebeu-se que o início da rua para o empreendimento era estreita e que isso atrapalhava as vendas. Outro tópico destacado se refere à inclinação da rua. Logo, por ser uma rua íngreme, não se mostra ideal para moradores mais idosos. Outro ponto citado foi o valor de mercado. Um dos corretores aponta que muitos clientes vindos de outros estados têm perspectivas de valores de mercado abaixo do praticado. Contudo, alguns corretores demonstravam acreditar que caso ocorresse uma diminuição no valor, isso poderia ter ajudado na venda.

Percebe-se que, apesar de o empreendimento estar em um bom nível como um todo, alguns detalhes, seja relacionado aos negócios ou à parte física, possam ter atrapalhado a melhoria na velocidade de vendas do empreendimento, e caso esses itens fossem melhorados poderiam ter acelerado as vendas, mesmo com um cenário econômico ruim no momento das vendas.

4.1.3 Fatores Positivos e Negativos do Empreendimento na Análise de Vendas

4.1.3.1 Localização

Através das duas pesquisas de campo realizadas, percebe-se que a localização foi ao mesmo tempo um ponto positivo, mas também negativo para as vendas. Embora muitos gostassem da região em que o prédio se encontrava na região da Agrônômica, algumas questões foram apontadas por moradores e corretores. Iniciando pela rua em que o prédio se encontra, por se tratar de uma servidão com construções antigas, existem muitos problemas nesse acesso. Uma questão que pode ser citada é relacionada ao afastamento do Plano Diretor de Florianópolis, o qual aponta que para edificações com mais de dois pavimentos ficará condicionada ao alargamento da pista de rolamento frontal do terreno para cinco metros a partir do eixo da via. Mas como se pode observar nas figuras 9 e 10, o edifício de acesso à rua não

respeita os limites exigidos pelo plano diretor, que seria de dois metros e cinquenta centímetros, o que acaba por estreitar o eixo da via, assim como as calçadas para os pedestres.

Figura 9 - Foto da Rua



Fonte: Autor

Figura 10 - Foto Muro



Fonte: Autor

Isso faz com que a rua se torne mais fechada, e, embora na região não se tenha relatos de ser uma região perigosa, para o cliente que está comprando pode parecer um entrave.

Da mesma forma acontece com outros vizinhos do empreendimento, porém já são casas com moradores mais antigos, como podemos observar na figura 11.

Figura 11 - Foto Vizinhos da Rua



Fonte: Autor

Outro ponto importante da rua está relacionado à inclinação do acesso, o que pode dificultar a acessibilidade. Entretanto, nada dificulta o acesso do veículo.

Figura 12 - Foto Calçada Empreendimento



Fonte: Autor

A figura 12 demonstra como deveria ser feito o alargamento da via no primeiro prédio, tendo sido exigido no empreendimento e ocorreu em outro prédio da mesma rua.

Figura 13 - Foto Prédio ao Lado



Fonte: Autor

Vale ressaltar também a falta de manutenção da prefeitura com os buracos na rua, o que pode ser um dos fatores a prejudicar as vendas, juntamente dos bueiros mal projetados, conforme demonstrado nas figuras 14 e 15.

Figura 14 - Buracos na rua (1)



Fonte: Autor

Figura 15 - Buracos na rua (2)



Fonte: Autor

Como vantagem, pode ser citado um acesso secundário por uma servidão estreita na rua ao lado, para fins de praticidade de moradores em seu dia a dia. Além disso, a região conta com a praça Governador Celso Ramos, que há pouco tempo foi totalmente revitalizada, com praça infantil, academias ao ar livre, parada de ônibus para os moradores do bairro e espaço pet, dando maior qualidade ao bairro. A praça é retratada na figura 16.

Figura 16 - Praça Governador Celso Ramos



Fonte: Autor

4.1.3.2 Acabamento

Outro ponto muito retratado nos questionários, refere-se ao acabamento do empreendimento. Não somente os corretores, como também os clientes acreditam ser um ponto positivo nas vendas do Empreendimento.

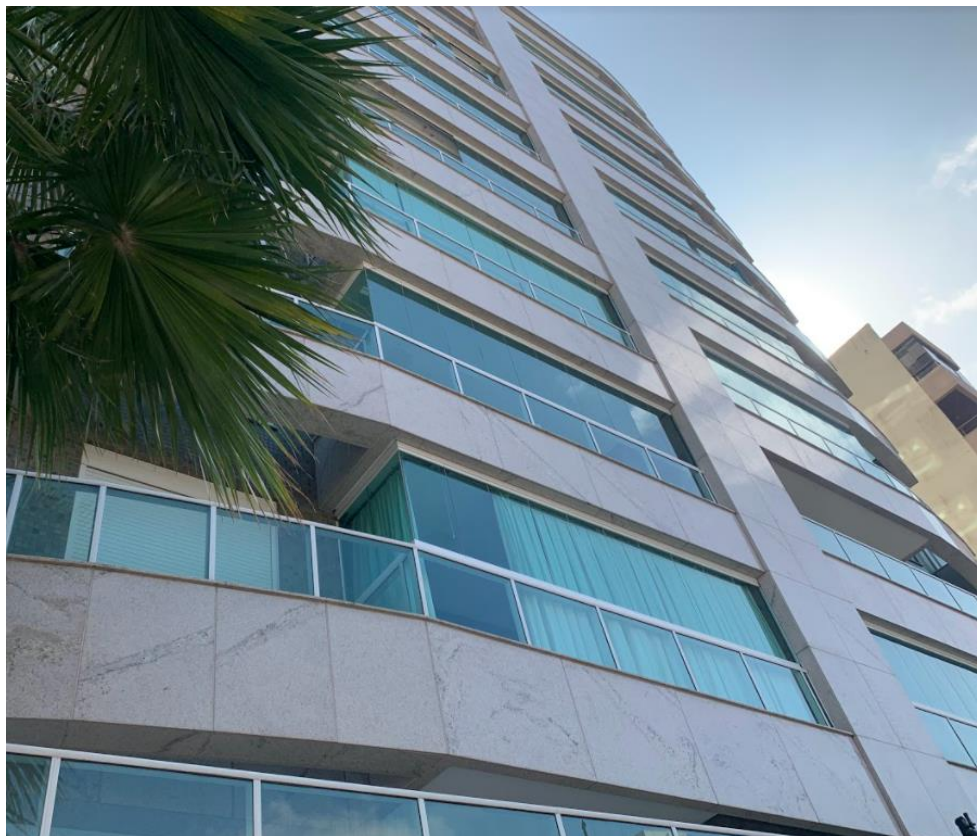
Começando pela fachada do prédio, é possível constatar a aplicação das pastilhas em toda sua extensão, junto de um acabamento em granito nas sacadas, assim como na grande maioria do hall de entrada, de acordo com as figuras 17 e 18.

Figura 17 - Fachada do prédio (1)



Fonte: Autor

Figura 18 - Fachada do prédio (2)



Fonte: Autor

Na parte interna, ao entrar pelo hall, conforme figura 19, todo o piso é revestido em mármore com detalhes em desenho em torno do elevador. Do mesmo modo ocorre em todos os andares dos apartamentos, de acordo com a figura 20.

Figura 19 - Parte interna hall de entrada



Fonte: Autor

Figura 20 - Piso dos andares



Fonte: Autor

Toda a parte social do prédio também apresenta um bom acabamento e vai desde os móveis do salão, conforme, figura 24, até as piscinas e a academia.

Figura 21 - Foto Salão de Festas



Fonte: Construtora

Para o acesso ao apartamento, foram utilizadas as maçanetas DL 3500 com leitura biométrica do morador, retratada na figura 25, não precisando de chave para acesso ao apartamento, o que traz, além da tecnologia, muita comodidade e satisfação para o cliente.

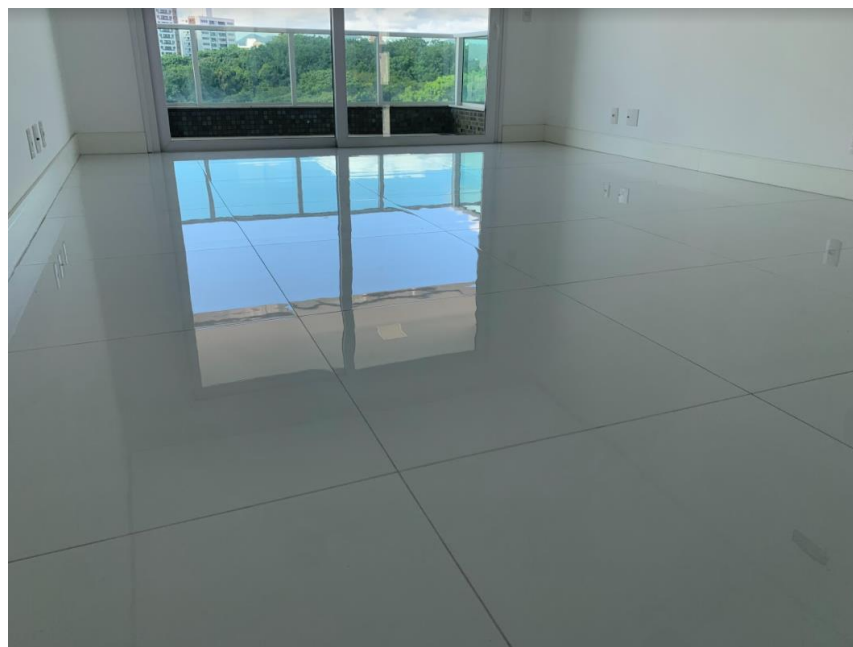
Figura 22 - Foto Maçaneta de Leitura Biométrica



Fonte: Autor

Dentro do apartamento, é possível avistar toda a parte de porcelanato, junto aos rodapés revestidos em laca.

Figura 23 - Piso de porcelanato



Fonte: Autor

4.1.3.3 Acabamento Durante a Obra

É importante salientar que não somente o pós-obra se deu com o acabamento de boa qualidade. Durante a fase da obra também ocorreu uma boa infraestrutura de acabamento, o que, de certa forma, dá uma visibilidade qualitativa da construtora e ajuda nas questões de vendas, uma vez que transmite valores de uma empresa séria e competente.

Há alguns pontos dessa fase que podem ser comentadas. Destaca-se, inicialmente, o quadro de energia dos apartamentos, cujo bom acabamento junto de um projeto bem elaborado, traz maior segurança ao cliente na hora da compra, seja por questões de segurança a riscos elétricos como também a confiança de quem compra, uma vez que se tem qualidade. Podemos observar nas figuras 27 e 28 o antes e o pós-obra, mantendo o mesmo padrão.

Figura 24 - Quadro durante a obra



Fonte: Autor

Figura 25 - Quadro após a obra



Fonte: Autor

Outro ponto importante está relacionado à boa colocação e à locação da tubulação predial, já que a construtora procurou seguir adequadamente o projeto hidrossanitário, realizando fotografias de cada cômodo do apartamento, de acordo com a figura 29. Assim, ao entregar o manual do proprietário, além de ter o projeto em mãos, o comprador terá também a real situação do que foi realizado pela construtora. Tendo-se assim um maior controle diante do que foi realizado no apartamento e caso ocorra algum problema pós-obra, facilita-se a realização de um parecer técnico, por exemplo.

Figura 26 - Fotos das instalações hidrossanitárias



Fonte: Autor

Outro tópico é relacionado à colocação dos pisos aquecidos, em que, mesmo com uma empresa terceirizada, teve-se o cuidado desde buscar quem realizasse o melhor serviço, de maneira que não acarretasse problemas posteriores, até a atenção em sua instalação e limpeza da obra.

Figura 27 - Instalação de pisos aquecidos



Fonte: Autor

A organização dos almoxarifados e limpeza da obra se mostraram outros dois pontos importantes, visto que ajuda na boa execução da obra e diminui possíveis erros, bem como ajuda no controle de materiais da obra e aumenta a confiança do cliente em uma empresa organizada.

4.1.3.4 Elementos Diferenciais no Empreendimento

Na sequência, são apresentados os pontos positivos destacados pela empresa no site oficial, que também foram observados nas visitas.

a) HOT FLOOR

Um dos elementos instalados nos apartamentos são os pisos aquecidos da Hot Floor. Foram inseridos em todos os banheiros das suítes, garantindo um aquecimento do ambiente e impedindo o excesso de umidade.

Figura 28 – Interruptor Pisos aquecidos

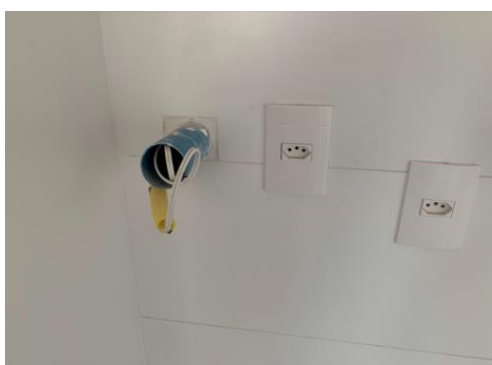


Fonte: Autor

b) ESPERA PARA ASPIRAÇÃO CENTRAL

A empresa teve todo um cuidado também para garantir o conforto dos moradores, com a instalação das esperas para aspiração central. Assim, caso o morador adote o sistema, o cliente teria unicamente que comprar o motor e a mangueira de aspiração central. Desta forma, toda a tubulação já está alocada. O morador, após sua instalação efetuada, tem um maior conforto na hora da limpeza de sua residência, não precisando levar equipamentos muitas vezes grandes e pesados, para realizar a higienização de cada cômodo. Portanto, unindo a tecnologia com a praticidade.

Figura 29 - Espera Motor Aspiração Central



Fonte: Autor

Figura 30 - Dutos para mangueiras



Fonte: Autor

c) ESQUADRIAS EM PVC

As esquadrias utilizadas foram de um renomado fornecedor de esquadras. Embora tenha um custo mais elevado do que as concorrentes, a confiança na empresa foi um dos fatores definitivos para escolha do produto final, segundo o diretor da empresa. O que de certa forma ajuda para a escolha final do cliente da mesma forma.

Figura 31 – Esquadrias

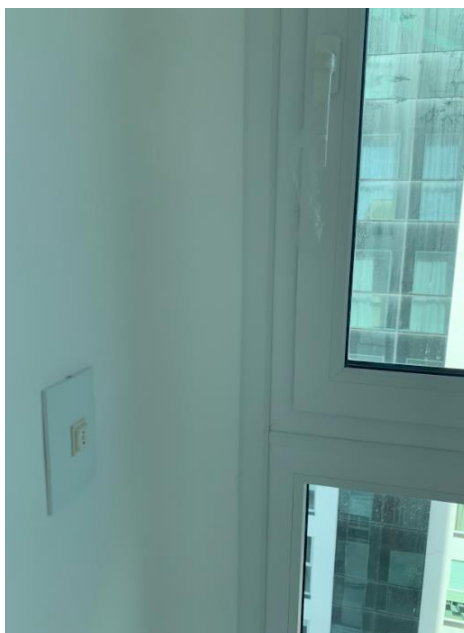


Fonte: Autor

d) FECHAMENTO DAS PERSIANAS AUTOMATIZADAS

Outro diferencial importante é a utilização de persianas automatizadas, que trazem um bom vedamento da luz externa aliado ao uso da tecnologia, garantindo o conforto do cliente. A empresa colocou esse item em todos os quartos do empreendimento.

Figura 32 - Persianas automatizadas nos quartos



Fonte: Autor

4.1.4 Análise das vendas nos períodos em que foram concretizadas

Através dos dados fornecidos pela empresa e encontrados nos contratos, identificamos a data real de venda do imóvel junto do seu valor comercializado. Nesse período, que inclui os anos entre 2015 e 2022, observou-se um grande salto de vendas iniciando no ano de 2015.

Uma das justificativas para esse salto se dá pelo fato de o empreendimento se encontrar em fase de planta. Além disso, o imóvel novo sempre será um bem mais atrativo para comercialização, o que faz com que parte das negociações com os compradores se torne mais facilitada, uma vez que para o comprador o custo é mais acessível. Paralelamente a isso, muitas empresas acabam usufruindo deste capital investido para girar com os custos das obras nessa fase inicial. Assim, nesses

momentos, como a construtora necessita de maior investimento, os valores de mercado acabam se tornando mais baixos, uma vez comparado com outras fases da obra.

E apesar de uma boa fase de vendas em 2015, quando o empreendimento entrou em 2016 para 2017, verifica-se apenas um apartamento vendido nesta época. Ainda não se tinha um ano do empreendimento e é constatado uma queda bem elevada e não mantendo-se a constância de vendas de 2015, como pode ser observado no Gráfico 8 a seguir:

Gráfico 8 - Vendas Apartamentos



Fonte: do autor

Ocorre então uma queda no número de vendas neste período e um dos fatores que podem ter influenciado essa mudança é que o mercado imobiliário no Brasil inteiro se encontrava de maneira instável. Uma vez que, através de dados levantados do Produto Interno Bruto no Brasil, em 2016, confirmava a pior recessão da história do país, segundo dados divulgados pelo IBGE, a retração foi de 3,6% em relação ao ano anterior.

Porém, em 2017, as atividades acabam retomando mesmo que de forma vagarosa, com vendas de 3 apartamentos, mas logo em seguida se tem um bom espaço de tempo com pouco investimento da população. No ano de 2018 não é comercializada nenhuma unidade do Empreendimento A. Vale ressaltar que a economia ainda se recuperava desde a queda de 2016, o PIB já tinha um crescimento

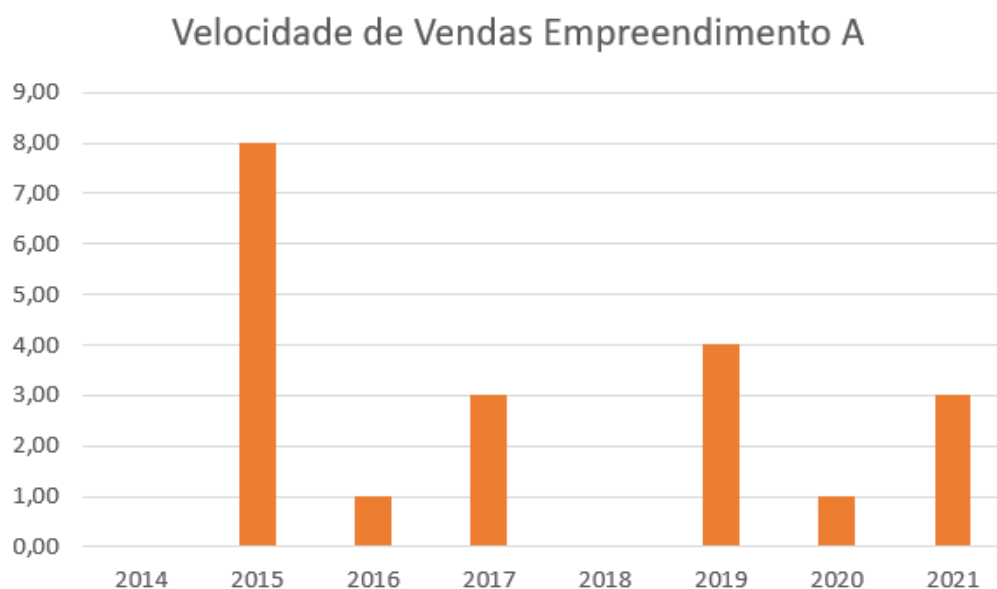
de 1,1% no início de 2018. Paralelo a isso, as negociações já ocorriam no final de 2018 e então retoma-se de forma ascendente no início de 2019 (ALVARENGA; SILVEIRA, 2019).

Já em 2020 e 2021, o empreendimento desacelera por conta de serem as últimas unidades comercializadas no local. Visto que até como abordado por Lima Junior (1993) conforme o tempo passa, novos empreendimentos são lançados e essas unidades acabam por estacionar, levando maior tempo que o previsto.

4.1.5 Velocidade de Vendas

Sabe-se que 2014 foi o ano em que começou a construção efetivamente. Porém, já se realizavam as vendas do imóvel através da planta. Assim, com os dados disponibilizados pela construtora das vendas no período de 2014 a 2021, obteve-se o Gráfico 9.

Gráfico 9 - Velocidade de Vendas Empreendimento A

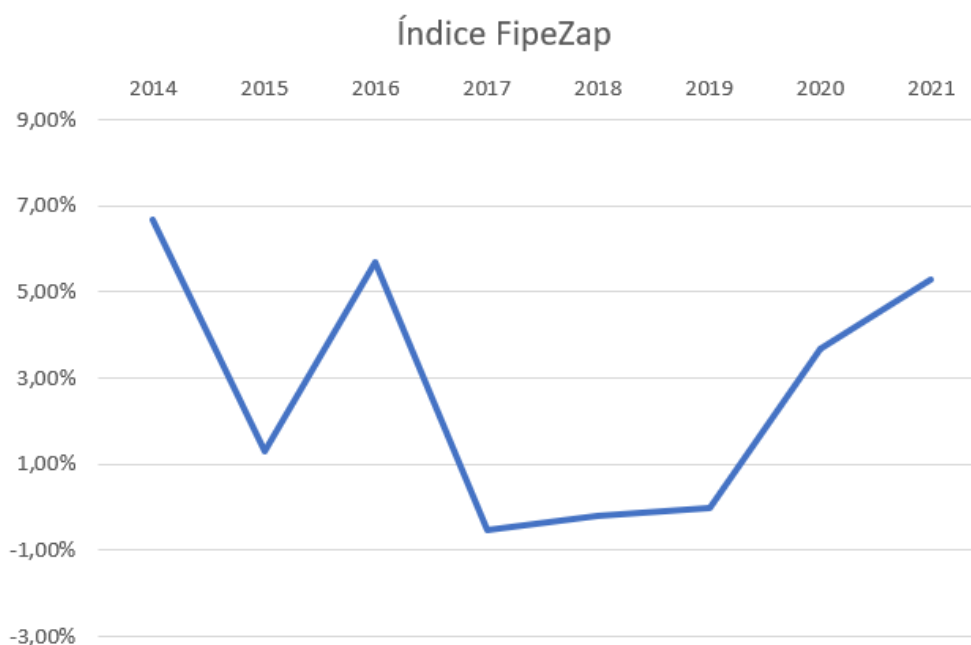


Fonte: do autor

Quando comparados os dados obtidos com o Índice Fipezap do Gráfico 10, nota-se que em 2015, como era o início do empreendimento, identificou-se alta velocidade de vendas. Assim, existe uma associação negativa entre os gráficos. Porém, de 2016 a 2018, já verificamos uma associação positiva, pois ambos os

gráficos estão em queda, já que a variação do FipeZap se encontra negativa. Já em 2019 a 2021, o Índice FipeZap se encontrava com uma variação positiva. Deste modo, obteve-se uma associação positiva entre ambos.

Gráfico 10 - Índice FipeZap



Fonte: do autor

4.1.6 Índice de Confiança do Consumidor FGV

Analisando o gráfico do Índice de Confiança do Consumidor, obtido em site gratuito e que apresenta um levantamento do índice de mercado de 2014 a 2022, verifica-se muitas oscilações no mercado, e que também vinha sofrendo uma variação bastante negativa a partir de 2014. Porém, de 2014 a 2015, ainda se tinha boas médias no mercado. Entretanto, sofreu uma boa queda no ano de 2016 e a partir desse momento o índice demora a reagir e se mantém estável. Sendo assim, ao comparar com o índice de velocidade de vendas do Empreendimento A, obtemos uma associação positiva.

Gráfico 11 - Índice de confiança



Fonte: Investing (2021).

4.1.7 Possíveis Problemas Enfrentados para as Vendas da Cobertura

As coberturas, por se localizarem em patamares mais elevados do prédio, terem uma maior área privativa e terem a vista mais desejada por clientes, acabam sendo mais valorizadas e, conseqüentemente, mais caras. E assim, ao analisar a velocidade de vendas do empreendimento, as coberturas passam a ser objetos discrepantes quando se analisa o todo. Deste modo, pode-se apontar um ponto que levou ao atraso de suas vendas.

1) Preço

O fator preço é de fato um dos maiores empecilhos para sua venda, uma vez que para esse patamar de venda existe uma menor demanda de clientes. Quanto maior for o valor do apartamento ou casa, maior será seu tempo de venda. Dependendo do valor do imóvel, pode-se chegar a 4 ou 5 anos para concretizar sua venda. Assim, embora se tenha uma demora na venda, é possível considerar essa demora como algo dentro de uma normalidade.

4.1.8 Vantagens que podem contribuir na velocidade de velocidade de vendas

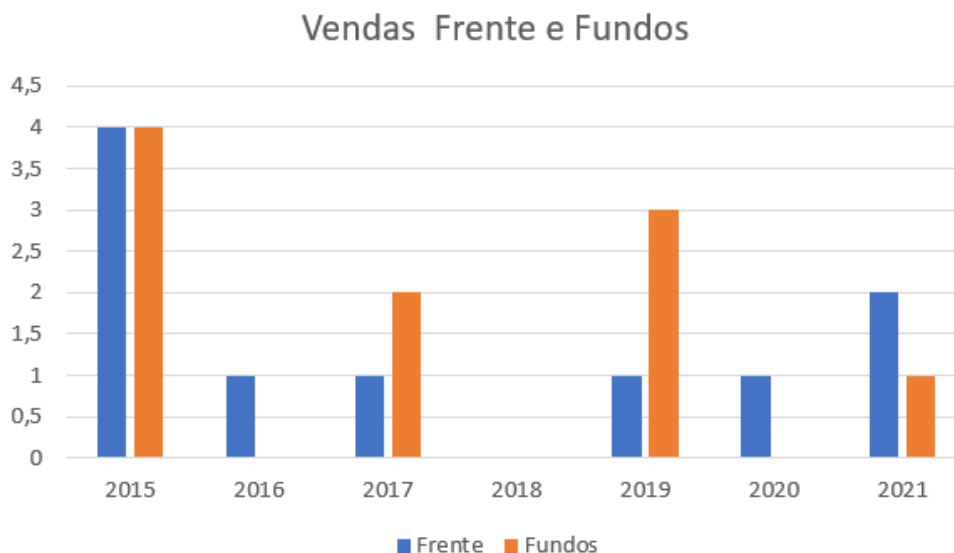
Para comercializar a venda de um produto, existem algumas vantagens e desvantagens entre os apartamentos do mesmo empreendimento. Por isso, uma boa tabela de vendas irá contribuir para que ocorram de maneira uniforme as vendas das unidades. Como citado por Tognetti e Lapo (2020), as plantas, andares mais elevados e com melhores orientações solares agregam maiores valores ao empreendimento. Assim, caso a construtora adeque esses elementos na hora de precificar seu produto, contribuirá na velocidade de vendas homogênea.

Dessa forma, através dos dados disponibilizados pela construtora, foram realizados gráficos a fim de verificar se a precificação do produto poderia ter atrapalhado na velocidade de vendas do empreendimento no período.

4.1.8.1 Gráfico Vendas Planta Tipo Frente x Planta Tipo Fundos

Neste gráfico foram utilizados dois parâmetros. O primeiro em relação aos apartamentos voltados para a Beira-mar Norte (frente), que acaba abrangendo uma vista maior para o mar em todos os patamares e melhorando sua vista ao passo que aumenta sua elevação. Já no segundo parâmetro, voltado para os fundos do edifício. Sua vista acaba sendo menor, porém tem uma melhor orientação solar em dias mais quentes. Analisando o gráfico 12, verifica-se que, de 2015 a 2018, as vendas estão na mesma proporção, embora um ano ou outro tenha um ou outro apartamento a mais, logo ocorre sua equivalência. E de 2018 a 2021, o apartamento de fundos teve poder mais atrativo no início do período. Porém, em 2020 já é retomada a venda das outras unidades.

Gráfico 12 - Vendas Frente x Fundos



Fonte: Autor

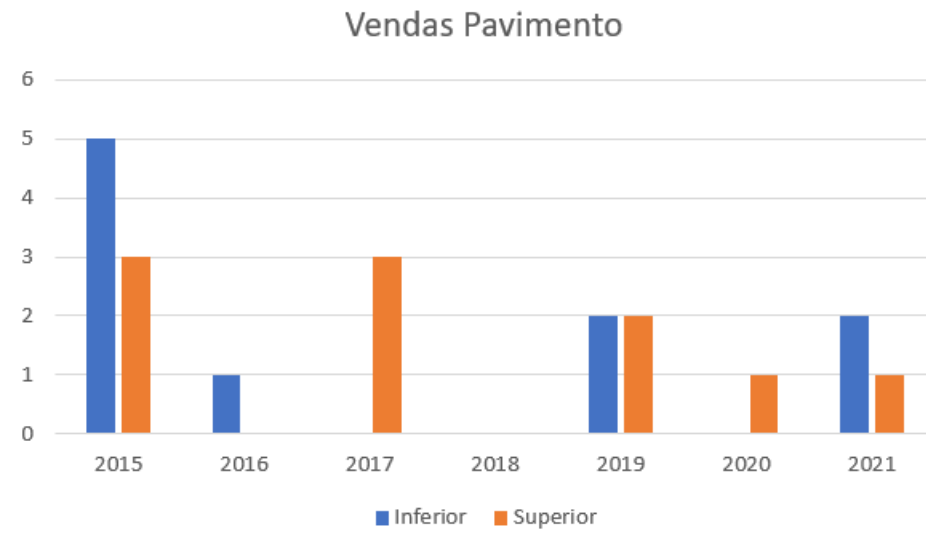
4.1.8.2 Gráfico Vendas de Acordo com o Pavimento

Já o gráfico 13 tem o objetivo de verificar a relação da velocidade de vendas com a altura. Assim, apartamentos em andares inferiores tendem a vender mais rapidamente devido ao custo inferior. Porém, com uma boa precificação da tabela de vendas, pode ocorrer uma boa distribuição.

Para poder gerar uma comparação para este empreendimento, denominou-se os apartamentos do 2º andar até o 6º andar como apartamentos inferiores. Já do 7º andar em diante são os apartamentos superiores.

Assim, analisando o gráfico, percebe-se que no primeiro ano as vendas dos andares inferiores foram um pouco mais atrativas, já que os valores são consequentemente mais baixos na fase de obra. Porém, logo a tabela acabou igualando até 2018. No restante do período, comportaram-se de maneira equivalente.

Gráfico 13 - Vendas pavimento



Fonte: Autor

5 CONCLUSÃO

Quanto aos resultados da pesquisa em relação ao Empreendimento A, foi encontrada uma velocidade de vendas, de 2015 até metade de 2018, um valor de 1,66% dos apartamentos vendidos por mês. Em relação ao período englobado da metade de 2018 a 2021 encontrou-se uma velocidade de 1,11% dos apartamentos vendidos por mês. O segundo período mostrou-se com uma velocidade inferior de vendas já que se tem as coberturas entre esses 8 apartamentos também, com os valores mais elevados. Além disso, à medida que o tempo passa, aumenta a dificuldade de venda das unidades restantes. Conforme exposto por Lima Junior (1993), empreendimentos expostos a longos prazos sem ofertas no mercado deixam de competir somente com os concorrentes presentes, e passam a competir também com novos empreendimentos que estão surgindo. Outro ponto a ser considerado em relação aos valores mais elevados dos apartamentos, seja pelo tamanho ou por padrão construtivo, é que a liquidez, junto com a velocidade de venda, acaba por ser mais lenta (TOGNETTI; LAPO; 2020). Não se pode deixar de citar um fator conclusivo abordado nos questionários aplicados, que é a localização, já que a rua de acesso ao imóvel acabou implicando na velocidade de vendas. Conforme exposto até por Villaça (1977), quando um cliente adquire o imóvel, ele também está comprando sua localização. Ou seja, vai atuar tanto na demanda como nos preços praticados. E assim, pode alterar o interesse por parte dos potenciais compradores.

Outro fato é relacionado ao alargamento das ruas exigido para os edifícios novos. Após as pesquisas realizadas neste trabalho, constatou-se que esse ponto atrapalhou as vendas do empreendimento. Entretanto, do que adianta exigir o alargamento viário para edifícios novos, se os antigos acabam não sendo alterados. Desta forma a rua acaba ficando com recortes e prejudicando a estética da via. Nesse caso, seria mais sensato exigir o recuo viário dos edifícios somente quando de fato se alargasse a via. Ou outra opção seria impedir a execução de edificação sobre o recuo viário, mas poderia ser permitido a execução de jardim ou estacionamento para poder manter o passeio dos pedestres alinhado.

Relativo às referências quanto à velocidade de vendas aplicada no trabalho, pôde-se utilizar bons fundamentos de Lima Junior (1993), que embora afirme existirem

os novos concorrentes a longo prazo que podem atrapalhar a venda de empreendimentos estagnados, acaba não ampliando a análise neste viés. Dessa forma, não se constatou uma conclusão definitiva que indique se realmente esse fator prejudica a velocidade de vendas. Os resultados do autor refletem a realidade de outra época, já que foram obtidos há muito tempo. Logo, muitos fatores econômicos e até mesmo a pandemia acabam não entrando em suas análises. O autor aponta existirem diversos fatores de risco e que o mercado está em constante movimento. Ou seja, há atualizações arquitetônicas a todo momento. Desse modo, acaba sendo muito difícil analisar os movimentos de mercado, isto é, nunca se sabe ao certo quando o mercado esgota. Outra referência muito importante e aliada à velocidade de vendas foi Tognetti e Lapo (2020). Através de vários parâmetros encontrados em seus escritos, foi possível relacionar as vantagens e desvantagens do Empreendimento quanto a sua liquidez. A partir desse embasamento, através dos questionários realizados, encontrou-se um resultado diante dos parâmetros apresentados. Porém, em relação à altura e orientação solar, a pesquisa não apresentou resultados expressivos capazes de levar a uma análise mais específica, uma vez que o empreendimento se mostrou de maneira uniforme e com uma boa tabela de venda.

A metodologia utilizada para este trabalho, através dos questionários com os proprietários dos imóveis e junto aos corretores que trabalharam os imóveis, auxiliou muito ao ampliar as informações a serem trabalhadas acerca do empreendimento. A colaboração da empresa, fornecendo os dados do empreendimento, também possibilitou o avanço deste trabalho. O maior obstáculo que ocorreu para realizar este trabalho foi o de encontrar empreendimentos com valores similares para que se estabelecesse uma comparação entre aquele abordado neste estudo e outros realizados na mesma época e com localizações próximas. Logo, para trabalhos futuros sugere-se fazer outras avaliações com outros empreendimentos no mesmo bairro e estabelecer comparação com este trabalho, possibilitando uma conclusão com mais de um empreendimento. Outra sugestão para trabalhos futuro seria a releitura Tognetti e Lapo (2020), em que são abordados muitos conceitos financeiros sobre os quais se deve dar maior ênfase, além de buscar outras referências que embasem esse aspecto de análise.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALLA, Sharon. **Pesquisa aponta os impactos do coronavírus sobre o mercado de imóveis.** 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/haus/mercado-imobiliario/brain-aponta-impactos-coronavirus-mercado-imoveis> Acesso em: 10 ago. 2021

ALVARENGA, Darlan; SILVEIRA, Daniel. **PIB do Brasil cresce 1,1% em 2018 e ainda está no patamar de 2012.** 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/02/28/pib-do-brasil-cresce-11-em-2018.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14653-1:** Avaliação de bens parte 1: Procedimentos Gerais. Rio de Janeiro, 2019

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14653-4:** Avaliação de bens parte 4: Empreendimentos. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 9000:** Sistema de gestão de qualidade - Fundamentos e vocabulário. Rio de Janeiro, 2015.

BARBOSA, Lucas Magalhães; CAMARGO, Pedro Henrique Santos Bouhid de. **Análise dos Segmentos de Maior Velocidade de Vendas do Mercado Imobiliário Goianiense.** 2015. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Civil, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2015.

BRASIL. GOVERNO. **Índice de Confiança do Consumidor tem alta em outubro.** 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2021/10/indice-de-confianca-do-consumidor-tem-alta-em-outubro>. Acesso em: 22 fev. 2022.

CARVALHO, Carla de. **Estratégias de Marketing Digital Utilizadas por Construtoras e Incorporadoras durante a Pandemia da COVID-19.** 2020. 78 f. TCC

(Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2020.

CHALHUB, Melhim Namem. **Incorporação Imobiliária**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

CURY, Anay; SILVEIRA, Daniel. **PIB recua 3,6% em 2016, e Brasil tem pior recessão da história**. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/pib-brasileiro-recua-36-em-2016-e-tem-pior-recessao-da-historia.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2021.

FGV IBRE. Fundação Getulio Vargas - Instituto Brasileiro de Economia. **Sondagem do Consumidor**. Disponível em: https://portalibre.fgv.br/sites/default/files/2021-12/sondagem-do-consumidor-fgv_press-release_dez21.pdf Acesso: 7 dez. 2021.

FIPEZAP. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **FipeZap**. Disponível em: <https://fipezap.zapimoveis.com.br/#:~:text=O%20%C3%ADndice%20fipezap%20%C3%A9,pre%20do%20mercado%20imobili%C3%A1rio%20brasileiro>. Acesso em: 11 dez. 2021.

FLORIANÓPOLIS. Plano Diretor nº 482, de 17 de janeiro de 2014. INSTITUI O PLANO DIRETOR DE URBANISMO DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS QUE DISPÕE SOBRE A POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO URBANO, O PLANO DE USO E OCUPAÇÃO, OS INSTRUMENTOS URBANÍSTICOS E O SISTEMA DE GESTÃO. **Lei Complementar Nº 482**. Florianópolis, 17 jan. 2014. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/plano-diretor-florianopolis-sc>. Acesso em: 25 nov. 2021.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS - FIPE. **Índice FipeZap de Venda Residencial**. 2020. Disponível em: <https://fipezap.zapimoveis.com.br/wp-content/uploads/2021/01/fipezap-202012-residencial-venda.pdf> Acesso em: 26 jul. 2021.

GUIA FLORIPA. **Agronômica.** Disponível em: <https://guiafloripa.com.br/cidade/regiao-central/agronomica> Acesso em: 21 jun. 2021.

ILHA, J. C. **Análise do mercado da oferta e velocidade de vendas de imóveis novos em Florianópolis.** 1998. 183 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998.

INVEST NEWS. **Ainda vale a pena comprar um imóvel na planta?.** São Paulo. 2021. Disponível em: <https://investnews.com.br/colunistas/sos-financas/ainda-vale-a-pena-comprar-um-imovel-na-planta/#:~:text=%C3%A9%20bem%20poss%C3%ADvel.-,Desvantagens,%C3%A9%20com%20o%20resultado%20final>. Acesso em: 13 dez. 2021

INVESTING. **Brasil - Confiança do Consumidor FGV.** Disponível em: <https://br.investing.com/economic-calendar/fgv-consumer-confidence-860>. Acesso em: 25 nov. 2021.

JANSSEN, D. O descumprimento do prazo de entrega de obra. **phmpadvogados**, 4 mar. 2014. Disponível em: <https://phmp.com.br/o-descumprimento-do-prazo-de-entrega-de-obra/>. Acesso em: 02 jun 2021.

JUNCKES, Maiara. **Análise de Opção Tributária de Construtora: Caso Minha Casa, Minha Vida.** 2018. 56 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2018.

LIMA JÚNIOR, João da Rocha- **Planejamento do produto no mercado habitacional-** São Paulo : EPUSP, 1993. - (Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP. Departamento de Engenharia de Construção Civil, BT/PCC/110)]

LIMMER, Carl Vicent. **Planejamento, Orçamento e Controle de Projetos e Obras.** Rio de Janeiro: Ltc, 1997.

LOHN ESQUADRIAS E VIDROS. **Solução PVC**. s.d. Disponível em: <https://www.lohnesquadrias.com.br/solucao-pvc/>. Acesso em: 25 nov. 2021.

MAIA, Andréia Mara da Silveira. **Os fatores críticos de sucesso nos projetos arquitetônicos de habitação de interesse social através do método qualihabita**. 2016. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

OLIVEIRA, Juliana Caroline Cintia de. **Incorporação Imobiliária - Estudo De Caso De Uma Incorporadora De Pequeno Porte Atuante em Belo Horizonte/MG**. 2019. 45 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Materiais e Construção, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

PASCALE, Andrea. **Atributos que Configuram Qualidade às Localizações Residenciais**: uma matriz para clientes de mercado na cidade de São Paulo. 2005. 17 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Civil, Escola Politécnica da USP, São Paulo, 2005.

PASSOS, Carlos Roberto Martins; NOGAMI, Otto. **Princípios de Economia**. 6. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PEDRO, J. A. C. B. O. **Definição e Avaliação da Qualidade Arquitectónica Habitacional**. 2000. 392 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura, Universidade do Porto, Lisboa, 2000.

PEREIRA, Heitor José. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995. 316p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p

REIS, Tiago. Confiança do consumidor: saiba como interpretar esse indicador econômico. **Economia**, 24 jan. 2019. Disponível em: <https://www.sunoo.com.br/artigos/confianca-do-consumidor/>. Acesso em: 16 dez. 2021.

ROZENBAUM, Sérgio; MACEDO-SOARES, Diana. **Proposta para construção de um índice local de preços de imóveis a partir dos lançamentos imobiliários de condomínios residenciais**. Revista de administração pública. Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1069-1094, nov./dez. 2007.

SARTORI, Viviana Inácio. **Análise de Investimento no Mercado Imobiliário: Um Estudo de Caso**. 2008. 69 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SILVEIRA, Otávio Bessa. **Fatores Críticos de Sucessos: A Experiência De Uma Franquia No Segmento do Vestuário Feminino Em Joinville/SC**. 2006. 68 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

STROHHECKER, Fernando Maders. **Análise da viabilidade econômica de um empreendimento imobiliário**. 2010. 62 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Civil, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2010.

TACHIZAWA, Takeshy; FARIA, Marília de Sant'Anna. **Criação de Novos Negócios: Gestão de micro e pequenas empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fgv, 2004. 288 p.

THE CAPITAL ADVISOR. **IVV - Índice de Velocidade de Vendas**. Porto Alegre. 2019. Disponível em: <https://comoinvestir.thecap.com.br/ivv-indice-de-velocidade-de-vendas/> Acesso em: 09 ago. 2021.

TOGNETTI, Giuliano Cadaval; LAPO, Guilherme Nunes. **Real estate no Brasil: Guia completo para investimento imobiliários**. São Paulo: Rexperts Consultoria e Educação, 2020.S.A., 2002.

VILLAÇA, F. **A localização como mercadoria.** São Paulo: Studio Nobel, 1977.