

Instituto Federal de Santa Catarina IFSC

ORLEI FERNANDO WIGGERS
LUCIANO ROGERIO COLOMBO SOUSA

**ANÁLISE DAS PREFERÊNCIAS DE POTENCIAIS
CONSUMIDORES DO SETOR IMOBILIÁRIO DE LAGES-SC**

Lages SC 2023

ANÁLISE DAS PREFERÊNCIAS DE POTENCIAIS CONSUMIDORES DO SETOR IMOBILIÁRIO DE LAGES-SC

Orlei Fernando Wiggers¹

Luciano Rogerio Colombo²

Orientadora: Joelma Kremer, Dra.³

RESUMO

Este trabalho abrange um estudo do mercado imobiliário na cidade de Lages, SC, com foco na análise do perfil e das necessidades dos clientes dos corretores de imóveis durante o segundo semestre de 2023. Considerando-se a importância dessas informações para empreendedores do setor, evidenciou-se as diversas características dos consumidores, as altas taxas de juros de financiamento habitacional devido à taxa Selic, o aumento nos preços dos imóveis e seu impacto no poder aquisitivo dos compradores. A pesquisa foi conduzida com corretores de imóveis locais para entender o comportamento de seus potenciais clientes, com o objetivo de fornecer informações às empresas construtoras para melhorar suas estratégias e produtos. O problema central deste estudo foi identificar as características habitacionais que os compradores consideram relevantes ao procurar imóveis em Lages, SC, no segundo semestre de 2023. O trabalho está dividido em seis capítulos, abrangendo introdução, revisão de literatura, objetivos, metodologia, pesquisa direta, conclusões e referências bibliográficas.

Palavras-chave: mercado imobiliário; comportamento do consumidor; corretores de imóveis.

ABSTRACT

This work encompasses a study of the real estate market in the city of Lages, SC, focusing on the analysis of the profile and needs of real estate customers during the second half of 2023. Given the importance of this information for entrepreneurs in the sector, it highlighted the different characteristics of consumers, the high interest rates for housing financing due to the Selic rate, the increase in property prices, and their impact on buyers' purchasing power. The research was conducted with local real estate agents to understand the behavior of their potential clients, aiming to provide information to construction companies to improve their strategies and products. The central problem of this study was to identify

¹ Bacharel em administração – orleiw@yahoo.com.br

² Bacharel em Administração, – lucianorogeriocolombo@gmail.com

³ Professora Orientadora - joelma.kremer@ifsc.edu.br

the housing characteristics that buyers consider relevant when searching for properties in Lages, SC, in the second half of 2023. The work is divided into six chapters, covering introduction, literature review, objectives, methodology, direct research, conclusions, and bibliographic references.

Keywords: real estate market; consumer behavior; real estate brokers.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho compreende um estudo do mercado imobiliário da cidade de Lages/SC e foi delimitado à análise e identificação do perfil e as necessidades dos clientes dos corretores de imóveis na cidade de Lages – SC, considerando o segundo semestre de 2023.

Acredita-se que esta pesquisa é fonte de dados importantes para empreendedores que trabalham nessa área, proporcionando informações que trazem mais conhecimento sobre o mercado imobiliário de Lages.

Atualmente, com a grande quantidade de novas ofertas de produtos, as empresas têm buscado, diariamente, se diferenciar no mercado, seja ele nacional ou internacional. No mercado imobiliário não é diferente, já que existem diversos tipos de consumidores: os de alta e baixa renda, os solteiros, os recém-casados, os que procuram imóveis com mais cômodos, entre outras características.

Considerando essas e outras particularidades as empresas devem procurar conhecer para que tipo de clientes estão desenvolvendo seus produtos, ou seja, elas devem determinar qual é o seu público-alvo ou para qual tipo de público vão elaborar algum novo projeto; devem saber e entender quem são essas pessoas e o que elas estão procurando nos imóveis.

Outra questão importante a ser observada é que, no início do segundo semestre de 2023, segundo o Banco Central do Brasil (BCB, 2023), a taxa Selic estava no patamar de 13.75% ao ano, acarretando um aumento significativo nos juros para a aquisição de imóveis. De acordo com a Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip, 2022), no Brasil, uma grande parte da venda de imóveis ocorre via financiamento e o aumento na Selic impacta em uma forte elevação da taxa para empréstimo habitacional, saindo de 6.5% para 9.5% ao ano, levando a uma

elevação no valor das prestações e inibindo muitos potenciais compradores de imóveis a realizarem a aquisição.

Cabe salientar que os valores dos imóveis também tiveram uma forte elevação. Dados da associação brasileira das entidades de crédito mobiliário e poupança (Abecip, 2022), baseados nos laudos de avaliação de imóveis que utilizaram o financiamento bancário, mostraram uma alta de, em média, 14.7% em 2022, no Brasil. Em contrapartida, os reajustes dos salários não acompanharam esse percentual, diminuindo o poder aquisitivo e, naturalmente, a quantidade de pessoas procurando imóveis para compra.

A pesquisa deste trabalho foi aplicada, por meio de questionário, aos corretores de imóveis da cidade de Lages SC, buscando levantar dados que evidenciam o comportamento de seus potenciais clientes e de quais são suas necessidades e dificuldades na escolha de um futuro imóvel.

O resultado deste trabalho será apresentado para as empresas construtoras de imóveis da cidade de Lages-SC para que avaliem o que podem melhorar na sua atuação e no desenvolvimento de produtos mais direcionados para as demandas do seu público.

Tem-se como formulação do problema: quais as características habitacionais que os potenciais compradores consideram relevantes durante a sua procura por imóveis no município de Lages- SC, considerando-se o segundo semestre de 2023?

Este trabalho será dividido em 6 capítulos, que serão resumidos pelos seguintes itens:

1º capítulo: a introdução;

2º capítulo: referencial teórico;

3º capítulo; fundamentos metodológicos;

4º capítulo: resultado da pesquisa;

5º capítulo: Conclusão da pesquisa;

6º capítulo: referência bibliográfica;

2. REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico, são abordadas as questões inerentes a mercado imobiliário brasileiro, as mudanças no perfil da população do país, o papel dos corretores de imóveis, as estratégias de marketing e o marketing digital imobiliário.

Uma breve análise do panorama no setor de habitação brasileiro mostra que ele desempenha um papel muito importante para a economia do país, contribuindo com a

geração de empregos, com a expansão do setor financeiro e bancário e, assim, para crescimento do PIB brasileiro. Segundo Alves (2022), no Brasil, os setores da habitação e financiamento encontram-se pouco explorados e deficitários comparados ao tamanho da economia do país.

Em 2022, conforme dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor imobiliário brasileiro correspondeu a apenas 6,2% do produto interno brasileiro (PIB) enquanto comparado a outros países como Chile e Estados Unidos, onde esse percentual chega a 15% e 55%, respectivamente.

Existe uma certa euforia com os resultados obtidos no ano de 2022. Segundo o Instituto Brasileiro de Educação de São Paulo (Ibresp, 2022) - espaço do corretor - somente nos dez primeiros meses de 2022, no período de janeiro a outubro, o número de novos imóveis comercializados no Brasil aumentou em 11,9%, quando comparado com o mesmo período de 2021.

Ainda segundo a Ibresp (2022), foi um ano animador e trouxe muito otimismo nas tendências do mercado imobiliário para 2023, que apresenta uma previsão de crescimento superior ao que está sendo projetado para a economia nacional, com um aumento de geração de negócios e a criação de novas oportunidades. Assim, acredita-se que se deve levar em conta alguns pontos estratégicos para orientar o trabalho das construtoras, tendo em vista que está se remetendo a mais um ano promissor, mas com alguns desafios nas esferas econômica e política, já que se trata do primeiro ano de um novo governo na administração do país.

Conforme Cavenaghi e Alves (2012), “a quantidade de pessoas residentes nas cidades passou de 19 milhões em 1950, para 161 milhões em 2020. Isto é de 36% para 84% respectivamente”. Houve, ainda, uma mudança na estrutura etária, passando-se de uma maioria de jovens para uma estrutura etária mais envelhecida. Os dados apontam que, no final do ano de 2030, o número de habitantes com mais de 65 anos será maior do que os de 0 a 14 anos.

Segundo o Censo Demográfico divulgado pelo Instituto Brasileiro Geografia e Estatística (IBGE, 2022), havia, no Brasil, cerca de 90,7 milhões de imóveis considerados particulares, sendo que há dez anos, esse número era de 79,4 milhões, ou seja, ocorreu um aumento de 11,3 milhões de residências, o que representa 14,4% no aumento no número de habitações. No mesmo período, a população brasileira aumentou de 190,7 milhões para 214,2 milhões, ou seja, um aumento de 11,2%.

Essa mudança do perfil dos brasileiros deve sempre ser observada e analisada pelas construtoras, pois ocasionou transformações nas características dos imóveis que, antigamente, eram formados por casas grandes, com quartos de visitas e com terrenos enormes. Atualmente, têm-se casas cada vez menores e terrenos em condomínios com pouco espaço.

Em relação aos corretores de imóveis, esses devem reunir características técnicas e comportamentais sugeridas pelo marketing.

Para Angelim (2007), “com seus conhecimentos de mercado e sensibilidade humana, os corretores, devidamente preparados, auxiliam os clientes na análise e identificação das melhores soluções em imóveis para as necessidades da família”.

Quando um consumidor procura um corretor de imóvel, ele deve ter em mente que todo profissional deve dispor do título de Técnico em Transações Imobiliárias, registrado no Conselho Regional de Corretores de Imóveis - Creci.

O corretor deve sempre ser um aliado de confiança de seus clientes, pois este profissional atua mais como um consultor do que como vendedor, mostrando as principais características do imóvel, seu estado de conservação, a vizinhança, potencial de valorização, entre outros aspectos.

Os corretores devem conhecer profundamente a legislação de imóveis, necessidades de certidões e credenciais, auxiliando seu cliente no momento de levantamento da documentação, dele e do imóvel, tornando esse processo ágil e poupando o cliente dos inconvenientes causados pelos trâmites legais.

Para o mercado imobiliário, ter estratégias bem definidas para atingir um resultado estabelecido é de extrema importância, porque será através delas que as empresas conseguirão atingir com mais facilidade os seus objetivos.

As estratégias devem estar sempre relacionadas aos produtos, ao estabelecimento dos preços, à propaganda, à comunicação e à distribuição. De acordo com Kotler (2000, p. 70), “tradicionalmente, a ênfase tem sido na realização da venda, em vez da construção de relacionamento.” Ou seja, Kotler defende que devemos ir além da venda. Os corretores de imóveis devem desenvolver um marketing de relacionamento visando o aumento do grau de satisfação na busca da fidelização dos clientes.

Toda empresa enfrenta um grande desafio quando deseja melhorar seu desempenho nas suas atividades ou serviços em um mercado competitivo. Nesse

contexto, as estratégias de marketing são importantes ferramentas que auxiliam nas tomadas de decisões.

Para Kotler (1999, p 47). “A pesquisa é o ponto inicial para o marketing. Sem ela, uma empresa entra em um mercado às cegas”. Sendo assim, observa-se o quanto é importante conhecer o mercado para desenhar uma estratégia bem elaborada.

Pensando-se na necessidade do cliente e na melhor maneira de atender a ele com produtos ou serviços de qualidade, a empresa deve ter bem elaboradas as suas estratégias.

Para Kotler (1999, p.33):

Marketing não pode ser o mesmo que vender porque começa muito antes de a empresa ter o produto. Marketing é a tarefa, assumida pelos gerentes de avaliar necessidades, medir sua extensão e intensidade e determinar se existe oportunidade para os lucros. A venda ocorre somente depois que o produto é fabricado. O marketing continua por toda a vida do produto, tentando encontrar novos clientes melhorar o poder de atração e o desempenho do produto, tirar lições dos resultados das vendas dos produtos e gerenciar as vendas repetitivas aos mesmos clientes.

Quando qualquer empresa elabora uma estratégia, o marketing assume um papel importante e fundamental na ligação entre a empresa e o mercado, fortalecendo assim o autoconhecimento e o de seu público-alvo, e de como conseguir atingi-lo por meio da criatividade e da inovação.

O marketing está se tornando mais uma batalha pela propriedade da informação que pela propriedade de outros recursos. É possível copiar os equipamentos, produtos e procedimentos dos concorrentes mas não pode copiar as informações nem seu papel intelectual. As informações que uma empresa possui pode ser sua principal vantagem competitiva (Kotler, 2010).

O marketing imobiliário está se revelando fundamental para promover e vender imóveis. Os corretores estão atuando em um mercado altamente competitivo e, por esse motivo, as estratégias de marketing estão desempenhando um papel crucial em evidenciar uma propriedade específica e atrair potenciais compradores. Há alguns aspectos importantes que se deve observar para se ter sucesso nesse campo dinâmico. Entre eles, estão:

- **Identificação do Público-Alvo:** antes de qualquer campanha de marketing, é essencial entender quem são os compradores em potencial. Isso inclui analisar dados demográficos, comportamentais e econômicos para criar uma estratégia direcionada;

- **Estratégias Online:** com a crescente presença digital, as estratégias online são importantes: “o marketing digital consiste em utilizar efetivamente a internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias” (Torres, 2009, p. 593). Isso envolve a criação de um site imobiliário atraente, bem como o uso eficaz das redes sociais;
- **Fotografia e Conteúdo Visual:** imagens atraentes são cruciais no marketing imobiliário. Fotografias e vídeos dos imóveis com qualidade podem destacar os pontos fortes do imóvel, criando uma primeira impressão positiva nos potenciais compradores;
- **Parcerias Estratégicas:** possuir parcerias com corretores, empresas de design de interiores, agentes de financiamento ou até mesmo empresas de mudanças pode ser benéfico. Essas parcerias estratégicas tendem a ampliar o alcance e proporcionar uma experiência e confiança aos compradores;
- **Utilização de Dados e Análises:** o marketing eficaz sempre está baseado em dados. A análise de métricas, como taxa de conversão, origem do tráfego e preferências do cliente, deve ajudar a refinar as estratégias de marketing para melhor atender às necessidades dos compradores;
- **Marketing de Conteúdo:** criar conteúdo relevante, como blogs sobre o mercado imobiliário local, dicas para compradores pela primeira vez e informações sobre financiamento imobiliário, pode posicionar uma empresa como uma autoridade no setor que atua e atrair tráfego orgânico;
- **Eventos e Experiências:** organizar eventos, como visitas abertas ou seminários sobre investimento imobiliário, pode envolver a comunidade local e criar uma conexão mais pessoal com potenciais compradores; e
- **Atenção à Experiência do Cliente:** uma boa experiência do cliente sempre é fundamental. Isso vai desde a primeira visita até o fechamento do negócio. O bom atendimento ao cliente deve resultar em referências valiosas e na construção de uma reputação positiva.

O marketing imobiliário eficaz requer uma abordagem holística, ou seja, uma visão total do sistema. Ele deve sempre estar combinando estratégias online e offline. O entendimento profundo do público-alvo é importantíssimo, pois é através disso que se

vai conseguir ter acesso ao público com menos esforços e recursos. A capacidade de se destacar em um mercado competitivo depende da habilidade de criar uma presença marcante e oferecer uma experiência única aos compradores.

3. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

Apresenta-se, a seguir, os objetivos da pesquisa e os seus procedimentos metodológicos.

O objetivo geral deste estudo é identificar o perfil e as necessidades dos clientes dos corretores de imóveis na cidade de Lages – SC, considerando o segundo semestre de 2023.

Como objetivos específicos, têm-se:

- Avaliar o perfil dos corretores de imóveis da cidade de Lages SC;
- Identificar, junto aos corretores, o perfil dos compradores de imóveis.
- Reconhecer qual a principal dificuldade dos compradores de imóveis na hora de fechar a compra, pela percepção dos corretores; e
- Levantar os itens mais importantes e valorizados pelos consumidores na hora da escolha e definição da compra do imóvel, na visão dos corretores.

Partiu-se de uma ideia de que o método é um caminho ou uma fórmula a ser trilhada para alcançar um objetivo, e que a ciência sempre está na busca de novos conhecimentos. Com isso, pode-se afirmar que o método científico é um conjunto de procedimentos ou regras adotados para atingir um propósito, que é o conhecimento.

De acordo com Gil (2008, p. 26), a pesquisa “é um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos.”

Lakatos e Marconi (2001) corroboram a ideia de que a pesquisa é um processo formal e sistemático, destacando sua importância na descoberta e investigação de fenômenos. Nesse sentido, a classificação desta pesquisa quanto à natureza é aplicada, pois se busca gerar conhecimentos para o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de serviços, produtos, processos e/ou sistemas e, no caso, para as construtoras que atuam no mercado imobiliário de Lages/SC.

Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa quantitativa, pois analisam-se os dados obtidos e definem-se as quantidades traduzindo-as em números e porcentagens.

Hair Jr. et al. (2005) esclarecem que a abordagem quantitativa, ao se focar em dados numéricos e estatísticos, fornece uma visão objetiva dos fenômenos investigados. Foi utilizada a técnica de amostragem não-probabilística por conveniência.

Malhotra (2001) define pesquisa descritiva como aquela que busca detalhar características de um fenômeno ou a relação entre variáveis, enquanto a pesquisa exploratória busca proporcionar uma visão geral sobre determinado tema, geralmente em áreas em que há pouco conhecimento acumulado.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é classificada como descritiva, porque se busca compreender o perfil dos compradores de imóveis na cidade de Lages e, inicialmente, exploratória, visando o aprofundamento dos pesquisadores, por meio de bibliografia e documentos – físicos e digitais -, no tema em estudo.

No que se refere à coleta de dados, a pesquisa é de campo, realizada por meio de um instrumento de coleta de dados estruturado e não disfarçado, comumente denominado questionário.

Com o objetivo de entender a quantidade e distribuição de corretores imobiliários que atuam na cidade de Lages - SC, recorreu-se ao portal oficial do Conselho Regional de Corretores de Imóveis de Santa Catarina (Creci-SC). O Creci-SC é o órgão regulador responsável pela formação, capacitação e monitoramento da atividade de corretagem imobiliária no estado.

A pesquisa foi conduzida no período de 11 de agosto de 2023 a 11 de Setembro de 2023, através do portal online do Creci-SC. Seguiu-se os seguintes passos:

1. Acessou-se ao site oficial do Creci-SC;
2. Navegou-se até a seção de serviços “Consulta seu corretor” selecionamos a cidade “Lages”;
3. Foi constatado no site que existe um total de 710 corretores cadastrados, sendo que destes, 379 estavam inativos ou indisponíveis, sobrando 331 corretores disponíveis;
4. Destes 331 corretores pessoas físicas ativos, somente 125 possuíam telefone cadastrado no site;
5. Com a coleta dos dados relevantes, contabilizou-se 125 corretores que poderiam fazer parte da pesquisa, para os quais foi enviado o questionário;

6. Do total de 125 questionários enviados, obteve-se a resposta de 40 corretores de imóveis, nos quais se basearam os resultados da pesquisa apresentados neste trabalho.

É importante ressaltar que os números obtidos representam a contagem de corretores registrados e ativos no site do Creci-SC na data de 01 a 15 de junho de 2023. Portanto, eles podem não refletir corretores inativos, suspensos ou aqueles que não estão listados no portal por qualquer motivo.

Como em toda pesquisa, essa também possui suas limitações. O site do Creci-SC pode não listar todos os corretores em determinados contextos e há uma possibilidade de pequenas variações nos números devido aos novos registros ou às desativações, que ocorrem regularmente.

Antes de conduzir a pesquisa de campo, foi realizado um pré-teste para avaliar a eficácia e compreensibilidade do instrumento de coleta de dados, tendo sido selecionados, junto ao site do Creci-SC, dois corretores para responderem a primeira versão do questionário. Essa fase preliminar teve o objetivo de identificar possíveis falhas, ambiguidades ou desafios que poderiam surgir durante a coleta de dados em escala maior.

Através do pré-teste, foi possível fazer ajustes na estrutura do instrumento de coleta de dados e garantir que o processo de coleta de informações junto aos corretores registrados fosse o mais preciso e eficaz possível. As modificações realizadas a partir dos retornos dados pelos corretores que participaram do pré-teste foram incorporadas na versão final do instrumento, permitindo, assim, uma coleta de dados mais robusta e confiável na etapa subsequente.

O processo de coleta e análise de dados desempenha um papel central na compreensão das preferências dos consumidores no setor imobiliário de Lages, SC, considerando-se a percepção dos corretores de imóveis, que são o público-alvo da pesquisa. Para realizá-lo, adota-se uma abordagem que se utiliza da plataforma Google Forms visando interagir com corretores de imóveis credenciados junto ao conselho profissional, levando a uma amostra qualificada e representativa. As principais etapas da coleta de dados seguem descritas.

Assim, com o questionário pré-testado e adicionado à plataforma supracitada, foram enviados e-mails e mensagens via WhatsApp com o *link* de acesso a ele para os corretores de imóveis locais, lembrando-se que esse público-alvo são os corretores de

imóveis credenciados e que atuam no ramo imobiliário da cidade de Lages e que representam um elo importante entre os compradores e o mercado imobiliário.

As informações coletadas desses profissionais incluíram a finalidade das vendas de imóveis residenciais para seus potenciais clientes, a renda mensal familiar dos clientes, a faixa de preço que os clientes mais buscam na compra de um imóvel e os três tipos de imóveis mais procurados.

O questionário também apresentou questões específicas sobre preferências e características desejadas em imóveis, relacionadas ao número de quartos mais comercializados, vagas de garagem mais procuradas, a importância atribuída a certas características dos imóveis e os três bairros com mais procura também foram incluídas na pesquisa.

A pesquisa também teve como objetivo capturar informações sobre o gênero, idade e experiência dos corretores de imóveis que atuam no setor. O instrumento de coleta de dados pode ser visualizado no Apêndice 1.

Após a coleta de dados, os processos de análise dos dados incluíram:

- **Pré-processamento dos dados:** todos os dados coletados foram organizados, verificados quanto à precisão e completude, e preparados para análise;
- **Análise descritiva:** foram utilizadas técnicas de estatística descritiva para resumir os dados, como médias, medianas e gráficos, para entender as tendências gerais nas respostas; e
- **Análise de Frequência:** para questões que envolviam escolhas múltiplas, como as duas opções mais comercializadas em relação ao número de quartos e os três bairros mais procurados, foram calculadas as frequências relativas com o objetivo de identificar as preferências predominantes.

4 RESULTADO DA PESQUISA

Como já descrito nos procedimentos metodológicos, o questionário foi enviado para 125 corretores de imóveis na cidade de Lages, registrados no Creci-SC, e se obteve o retorno de 40 respondidos.

Os resultados apurados apontam que os corretores são, em sua maioria, homens na faixa de 36 a 50 anos e que atuam entre 01 a 03 anos no mercado de imóveis. Seus principais clientes procuram uma casa que possua 02 quartos, possuem renda familiar entre R\$ 2.401,00 a R\$ 4.500,00 e as localizações mais desejadas são as dos bairros Centro e Coral.

4.1 PERFIL DOS CORRETORES DE IMÓVEIS

Foram elaboradas três perguntas para identificar qual o perfil dos corretores de imóveis na cidade de Lages e as figuras apresentadas na sequência ilustram as respostas obtidas. Na Figura 01 está a distribuição de gênero dos respondentes.

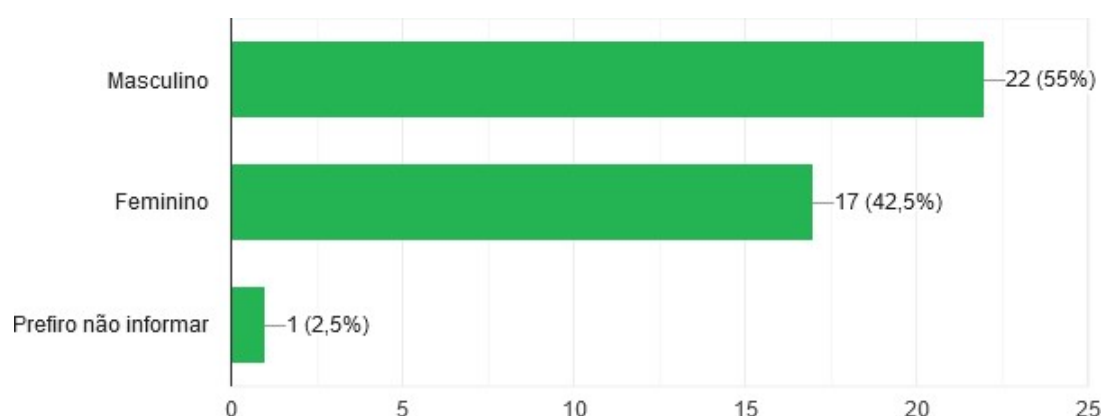


Figura 01 Gênero dos pesquisados

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A maioria dos entrevistados (55%) são do sexo masculino; 42,5 % são do sexo feminino; e apenas 2,5% não informou o gênero.

Foi procurado saber qual a idade dos entrevistados e as respostas estão ilustradas na Figura 02.

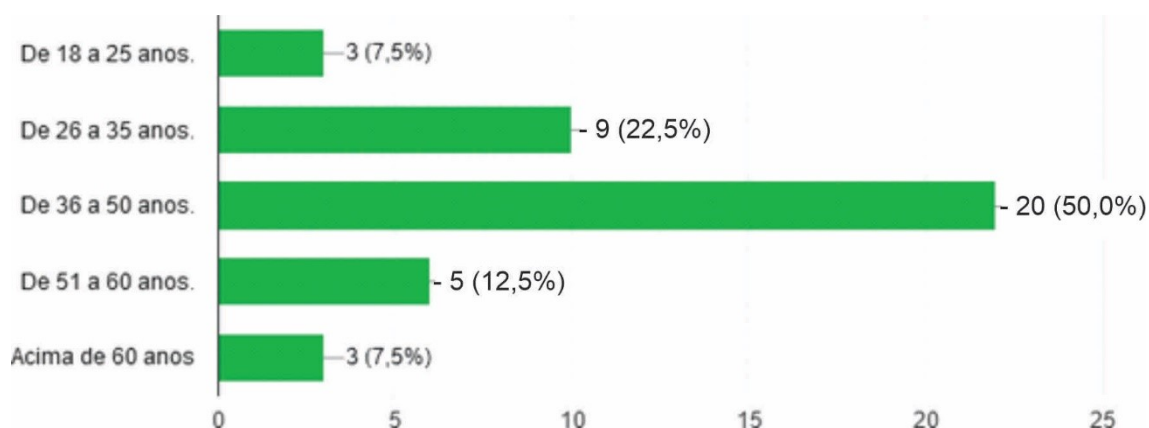


Figura 02 Idade dos corretores

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A grande maioria dos entrevistados - 50% - estão na faixa etária entre 36 e 50 anos; depois aparecem, com 22,5% de frequência, os que possuem de 26 a 35 anos. Já os que têm idade de 51 a 60 anos representam uma porcentagem de 12,5% e, por fim, aqueles que possuem mais de 60 anos são 7,5%.

Outro dado importante buscado foi quanto tempo de atuação estes corretores possuem no mercado de imóveis. As respostas aparecem na Figura 03.

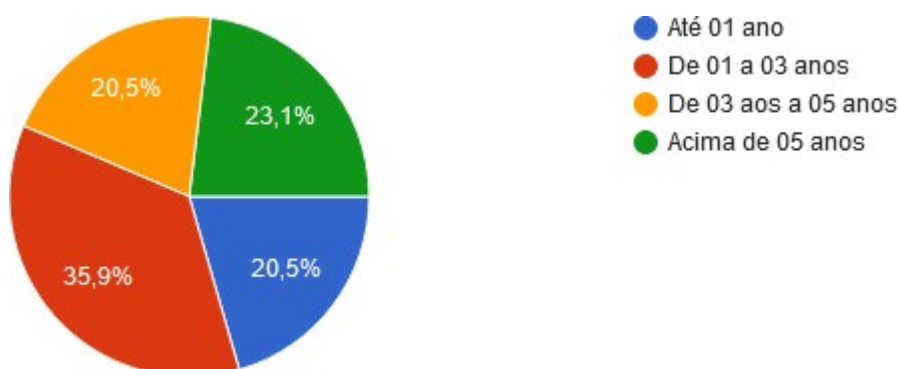


Figura 03 Tempo de atuação do corretor.

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

Quanto ao tempo de atuação no mercado imobiliário, a grande parte dos entrevistados - 35,9% - ficaram na faixa de 01 a 03 anos, seguido com 23,1% dos que estão trabalhando há mais de cinco anos e, por fim, houve um resultado semelhante de

20,5% de que tem até 01 ano e de que tem de 3 a 5 anos de atuação no mercado imobiliário.

Assim pode-se definir uma persona dos corretores de imóveis com os resultados obtidos, ficando caracterizada como um homem com idade entre 36 e 50 anos e que está trabalhando no mercado imobiliário entre 01 e 03 anos.

4.2 PERFIL DOS CLIENTES DOS CORRETORES DE IMÓVEIS

Depois de reconhecer o perfil dos corretores, buscou-se identificar o perfil dos clientes desses corretores, qual a finalidade, as características e as dificuldades na compra ou na procura de um imóvel na cidade de Lages/SC.

Foi investigada a finalidade para a qual os últimos 10 clientes estão procurando imóveis. Os resultados estão ilustrados na Figura 04.

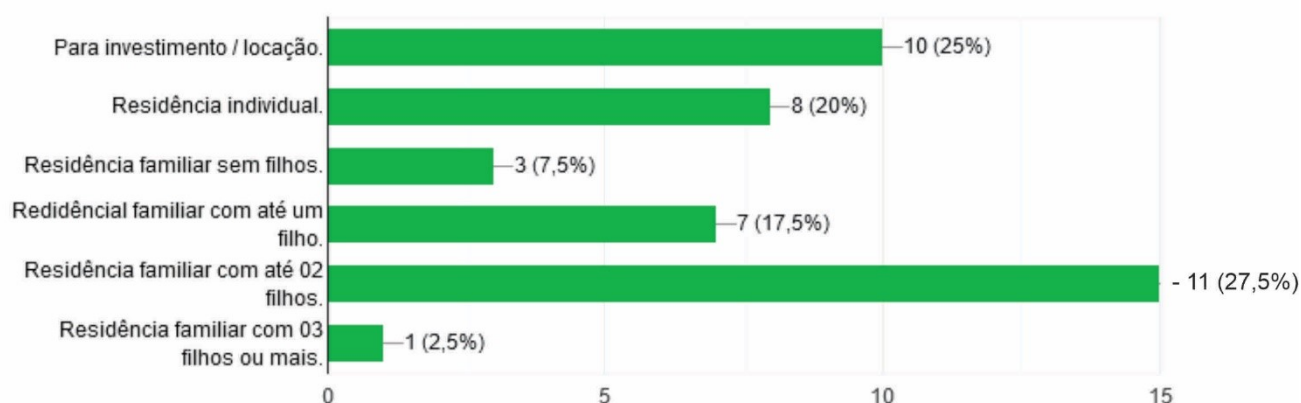


Figura 04 Finalidade da procura

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

O gráfico da figura 04 revela que a finalidade predominante para a procura de imóveis residenciais, para os últimos 10 clientes em Lages SC, foi de residência familiar com até 02 filhos, com 27,5% dos entrevistados escolhendo essa opção. Em segundo lugar, "Para investimento/locação" foi a escolha de 25,0% dos participantes.

Esses resultados indicam uma demanda considerável por imóveis familiares de tamanho médio, seguido por uma parcela significativa de investidores interessados no mercado imobiliário local.

As outras finalidades, como "Residência individual", "Residência familiar até 01 filho" e "Residência Familiar sem filhos," também foram mencionadas, refletindo a diversidade de preferências dos consumidores e destacando a importância de se adaptar estratégias de marketing e vendas para atender a essas necessidades variadas.

Em relação à renda mensal familiar dos clientes que realizaram a procura de imóveis, as respostas estão ilustradas na Figura 05.

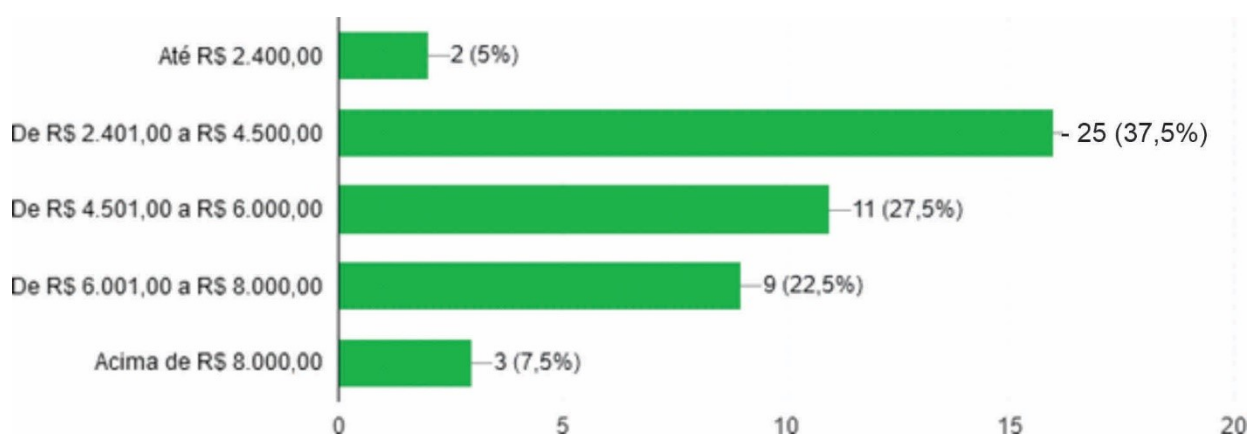


Figura 05 Renda mensal familiar

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A análise dos dados sobre a renda dos potenciais compradores de imóveis revela que:

- A maioria dos potenciais compradores de imóveis em Lages/SC (37,5%), possuem uma renda mensal familiar na faixa de R\$ 2.401,00 a R\$ 4.500,00;
- Uma parcela significativa (27,5%) tem renda entre R\$ 4.501,00 e R\$ 6.000,00: e
- Outros grupos incluem compradores com renda de até R\$ 2.400,00 (5,0%), de R\$ 6.001,00 a R\$ 8.000,00 (22,5%), e acima de R\$ 8.000,00 (7,5%).

Esses resultados evidenciam a diversidade de renda entre os compradores de imóveis, sendo uma informação essencial para adaptar estratégias de venda e marketing objetivando atender as diferentes capacidades financeiras dos consumidores.

Agora, parte-se para a análise da faixa de preço buscada pelos clientes na compra de imóveis, cujas respostas dos corretores que responderam à pesquisa estão ilustradas na Figura 06.

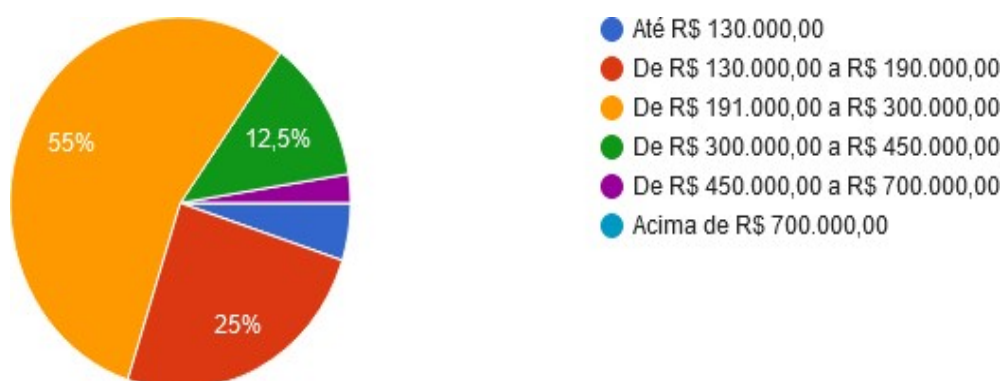


Figura 06 Faixa de preço de imóveis

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A análise dos dados apresentados na Figura 06 revela que:

- A faixa de preço mais procurada pelos clientes na compra de imóveis em Lages, SC, é de R\$ 191.000,00 a R\$ 300.000,00 (55,0%);
- Uma parcela significativa também busca imóveis entre R\$ 130.000,00 e R\$ 190.000,00 (25,0%);
- Outras faixas de preço incluem R\$ 301.000,00 a R\$ 450.000,00 (12,5%), R\$ 451.000,00 a R\$ 700.000,00 (2,5%), e até R\$ 130.000,00 (5,0%); e
- Nenhum dos respondentes indicou interesse em imóveis com valores acima de R\$ 700.000,00 (0%).

Isso aponta para uma demanda significativa por imóveis na faixa de preço entre R\$ 191.000,00 e R\$ 300.000,00, destacando-se a importância de se ajustar a oferta de acordo com essas preferências de preço dos clientes.

No que diz respeito aos dois imóveis mais comercializados em relação ao número de quartos, as respostas obtidas pela pesquisa estão ilustradas na Figura 07.

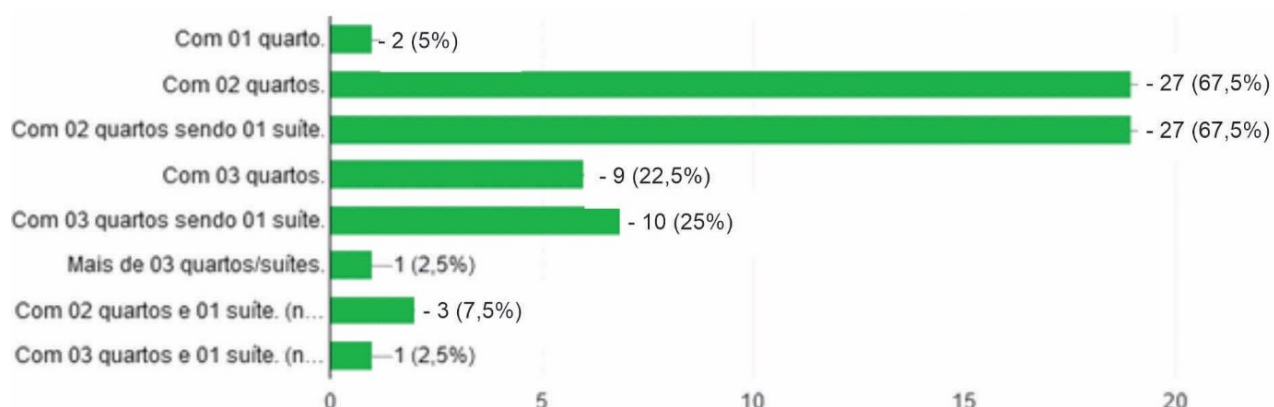


Figura 07 Número de quartos

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A configuração de imóveis com 02 quartos sem suíte, juntamente com a opção de 02 quartos com suíte, foram as mais populares; as duas opções tiveram 67,5% da preferência nas respostas.

Esses resultados mostram claramente a preferência por dois tipos de imóveis, os que possuem dois quartos sem suíte e os que possuem dois quartos com suíte.

A pesquisa mostra que são esses dois modelos os mais atraentes para comercializar no mercado imobiliário de Lages, SC, refletindo a demanda dos compradores por essas configurações específicas de quartos. Essas informações são importantes para orientar a oferta de imóveis e direcionar as estratégias de marketing e vendas no setor imobiliário.

Na sequência buscou-se saber quais são os três tipos de imóveis mais procurados e os resultados aparecem na Figura 08.

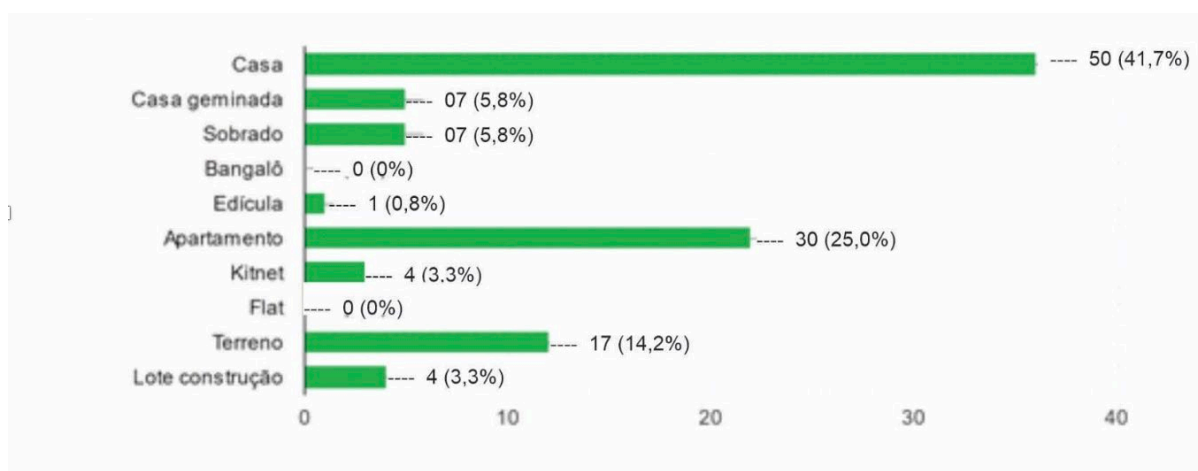


Figura 08 Tipos de imóveis

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

Constata-se que as preferências ficaram nas opções:

1. casa (40,8%);
2. apartamento (25,0%); e
3. terreno (13,3%).

Esses tipos de imóveis se destacam como os mais desejados pelos compradores, com uma clara preferência pela casa, seguida pelo apartamento e pelo terreno. Essa informação é crucial para direcionar as estratégias de marketing e a oferta no mercado imobiliário local.

Procurou-se saber, também, a quantidade de vagas de garagem que o imóvel deve possuir e, de acordo com os resultados, as mais citadas aparecem na Figura 09.

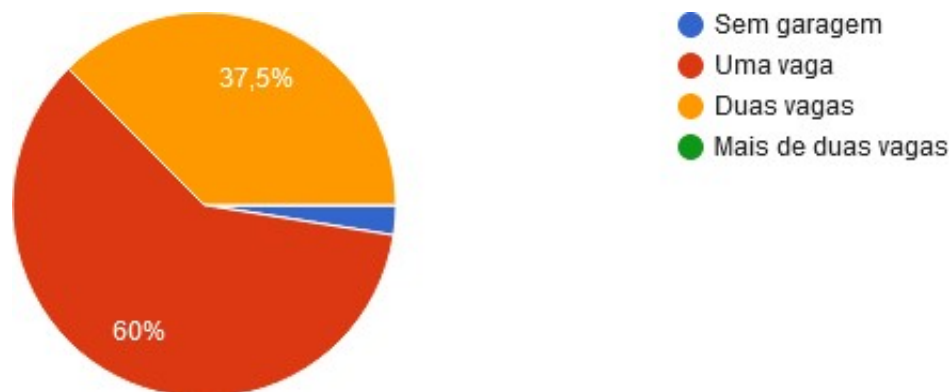


Figura 09 Vagas de garagem

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

As preferências aparecem assim distribuídas:

- 60% preferem uma única vaga de garagem;
- 37,5% optam por duas vagas;
- apenas 2,5% não desejam vaga de garagem; e
- nenhum entrevistado escolheu a opção de mais de duas vagas.

A maioria dos entrevistados evidenciou a preferência dos compradores por imóvel que possua uma vaga de garagem, seguida pela opção de duas vagas.

Partiu-se, então, para as características dos imóveis que os clientes dos corretores dão mais importância na hora da compra e os resultados aparecem na Figura 10.

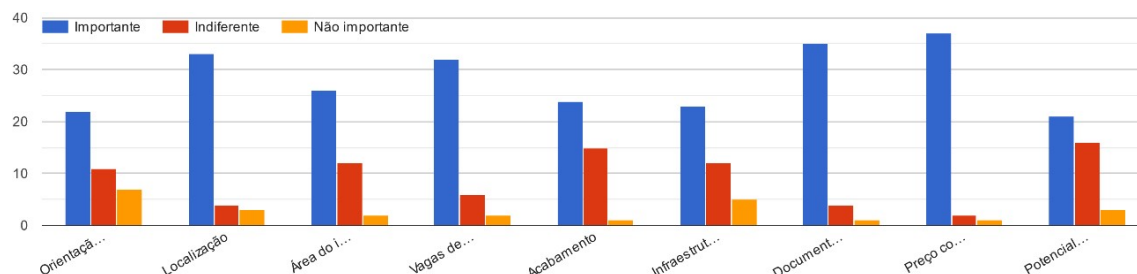


Figura 10 Características dos imóveis
Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A partir da tabulação e análise dos dados, a importância que os clientes dão a cada característica dos imóveis está descrita no Quadro 01.

Quadro 01 Importância das características dos imóveis

Característica	Importante	Indiferente	Não importante
Orientação solar	22	11	17
Localização	33	4	3
Área do imóvel	26	12	2
Vagas de Garagem	36	2	2
Acabamento	24	15	1
Infraestrutura do Empreendimento	23	12	5
Documentação	35	4	1
Preço Incompatível	37	2	1
Potencial de Valorização	21	16	3

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

Ao analisar as respostas, constata-se que o preço incompatível foi o item mais assinalado como importante, com 37 indicações, seguido por vagas de garagem e documentação, com 36 e 35 indicações, respectivamente.

A orientação solar e o potencial de valorização apresentaram os resultados mais equilibrados entre as categorias, evidenciando opiniões variadas entre os clientes.

A localização foi vista como muito importante, com 33 indicações, sendo uma das características mais valorizadas.

A partir desses resultados, percebe-se que, enquanto questões como preço e localização são cruciais para a maioria, outros fatores como orientação solar e potencial de valorização são mais subjetivos e variam conforme as preferências individuais.

Aos participantes foi solicitado assinalar três alternativas de bairros que consideram mais procurados. As respostas estão ilustradas na Figura 11.

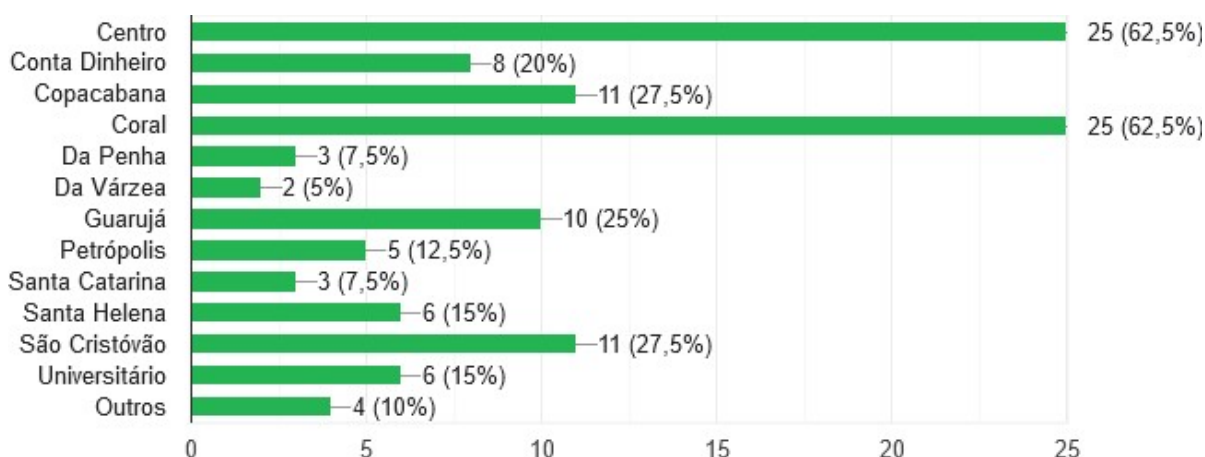


Figura 11 Bairros mais procurados

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

De acordo com a pesquisa realizada sobre a preferência de bairros, observa-se um claro destaque para dois bairros: Centro e Coral.

Estes bairros foram escolhidos por 62,5% dos respondentes, indicando uma considerável concentração de interesse nessas áreas.

Outros bairros também foram mencionados, porém, com menor frequência: os bairros São Cristóvão e Copacabana que ficaram com um percentual de 27.5%, seguido do Guarujá com 25%.

Bairros como Várzea 5%, Santa Catarina 7.5% e da Penha, também com 7.5%, tiveram menor destaque na pesquisa.

Em uma análise geral, é evidente que os bairros Centro e Coral são os mais procurados, o que pode indicar que essas áreas são consideradas mais atrativas. Portanto, para empreendimentos ou iniciativas imobiliárias, é válido considerar um foco maior nestas regiões.

Um dos grandes objetivos dos corretores é a finalização das vendas, depois de todo o trabalho de busca de clientes. Por isso, procurou-se saber qual o nível de

difficuldade sobre temas específicos para que possa ocorrer a venda do imóvel e as respostas estão ilustradas na Figura 12.

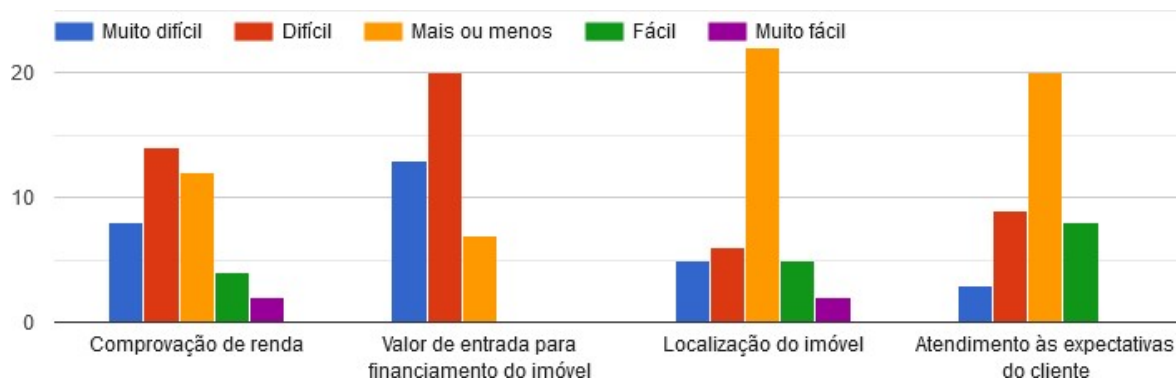


Figura 12 Nível de dificuldade em relação a temas específicos

Fonte: dados da pesquisa realizada pelos autores.

A comprovação de renda é percebida como um aspecto desafiador, com a maioria considerando-a "Difícil" ou "Muito Difícil", o que indica que ela é uma barreira significativa no processo de venda imobiliária.

O valor de entrada para financiamento é considerado por muitos como um aspecto "Difícil", pois em regra geral, todas as instituições financeiras brasileiras financiam até 80% do valor do imóvel, restando aos compradores possuir o valor de 20% que será dado a título de entrada na compra do imóvel, o que se apresenta como um desafio para muitos clientes.

Quanto à localização do imóvel, as opiniões são variadas, mas muitos veem a localização como moderadamente desafiadora. No entanto, não é o principal obstáculo para a maioria.

Já no aspecto de o imóvel atender às expectativas do cliente, há uma divisão de opiniões, com alguns achando fácil atender às expectativas e outros, considerando moderadamente desafiador. Uma boa comunicação pode ser a chave para superar esse desafio.

Analisando as respostas, conclui-se que, das categorias listadas, a primeira que apresenta a maior dificuldade é a comprovação de renda, seguida do valor de entrada para o financiamento e, assim, representando as maiores barreiras para o fechamento de uma venda imobiliária. Os profissionais do setor imobiliário podem se beneficiar ao

focar em soluções ou estratégias para ajudar os clientes a superar esses desafios específicos.

5 CONCLUSÃO

O estudo realizado forneceu informações sobre o comportamento e preferências dos consumidores no mercado imobiliário de Lages, SC.

Ao se analisar as ilustrações que apresentam os dados levantados, identificaram-se várias tendências.

Primeiramente, ficou evidente a demanda por imóveis residenciais com fins familiares, em especial para famílias com até dois filhos. Esta preferência por espaços que comportem famílias pequenas à médias também se reflete na procura por imóveis com dois quartos, sendo um deles suíte. Isso indica um mercado favorável para imóveis de tamanho médio, sendo uma informação valiosa para construtoras e corretores.

Em relação à capacidade financeira dos compradores, observou-se uma concentração de renda familiar entre R\$ 2.401,00 e R\$ 6.000,00. A maioria busca imóveis na faixa de R\$ 191.000,00 a R\$ 300.000,00. Tais dados ressaltam a importância de disponibilizar imóveis que atendam a essa faixa de preço, evitando assim uma oferta desalinhada com as capacidades financeiras predominantes.

As preferências por tipo de imóvel mostram um mercado com forte inclinação para casas, seguido por apartamentos e terrenos. A necessidade de estacionamento também se destacou, com uma vaga de garagem sendo a mais popular, seguida por duas vagas.

As características mais valorizadas nos imóveis incluem preço, localização e vagas de garagem. Destaca-se que aspectos como a orientação solar e o potencial de valorização são mais subjetivos, variando de cliente para cliente. Entretanto, a localização, especialmente nos bairros Centro e Coral foi um ponto de atenção, indicando áreas potenciais para investimentos e desenvolvimentos imobiliários.

Por último, ao examinar as barreiras para o fechamento de vendas imobiliárias, ficou evidente que comprovação de renda e o valor de entrada para financiamento são desafios consideráveis para muitos compradores. Essa informação sugere uma oportunidade para profissionais do setor imobiliário de Lages, que podem focar em

soluções inovadoras para superar esses obstáculos, beneficiando assim tanto vendedores quanto compradores.

No mercado imobiliário de Lages, SC, é clara a demanda por imóveis residenciais de tamanho médio, principalmente casas com dois quartos, sendo uma suíte e, preferencialmente, localizadas nos bairros Centro e Coral. O preço ideal para esses imóveis situa-se entre R\$ 191.000,00 e R\$ 300.000,00, com ênfase na disponibilidade de ao menos uma vaga de garagem. Para superar barreiras de financiamento enfrentadas por compradores, uma colaboração entre corretores e instituições financeiras podem ajudar a criar soluções de financiamento flexíveis sendo uma estratégia inovadora e eficaz no mercado local.

Em suma, as informações deste estudo fornecem uma compreensão mais profunda do mercado imobiliário de Lages, SC, e podem ser importantes para formular estratégias eficazes de marketing, de vendas e de desenvolvimento do setor imobiliário local.

Por fim acredita-se que se conseguiu responder ou atingir os objetivos principais desta pesquisa, sendo eles:

- O perfil do corretor em sua maioria são homem com idade entre 36 e 50 anos e que está trabalhando no mercado imobiliário entre 03 e 05 anos;
- O perfil dos compradores são famílias com até dois filhos, com renda mensal variando entre R\$ 2.401,00 a R\$ 4.500,00;
- As principais dificuldades encontradas no momento de fechar a compra do imóvel são a comprovação da renda da família e o valor da entrada do financiamento, visto que as principais instituições financeiras brasileiras (Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil) financiam até 80% do valor do imóvel, cabendo ao comprador esse restante de 20%;
- Os itens mais importantes, procurados e valorizados em relação ao imóvel, são que esse seja uma casa que possua 02 quartos (empatado com ou sem suíte) que tenha garagem para 01 carro, de preferência nos bairros Centro e Coral e que o valor do imóvel esteja entre R\$ 191.000,00 mil e 300.000,00 mil reais.

Como limitações, essa pesquisa está restrita aos corretores que a responderam, ou seja, a conclusão alcançada no presente trabalho não representa a totalidade das percepções dos corretores que atuam na cidade de Lages, estando, ainda, limitada ao período em que os dados foram coletados.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABECIP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DE CRÉDITO IMOBILIÁRIO E POUPANÇA. **Estatísticas de Financiamentos Imobiliários no Brasil**: 2022. Disponível em: <https://www.abecip.org.br/>. Acesso em: 25 abr. 2023.

ALVES, J.D.E.; CAVENAGHI, Suzana M. Tendência Demográfica dos Domicílios e Famílias do Brasil. **Revista Aparte Inclusão Social em Debate**, Rio de Janeiro 2022.

ANGELIM, P. E aí, como está o mercado imobiliário? **Gazeta Mercantil**. Out. 2007. Disponível em <http://www.pauloangelim.com.br/artigos1_15.html>. Acesso em: 20 abr. 2023.

BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Política Monetária**: Março de 2023. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/publicacoes/ri/2023>. Acesso em: 25 abr. 2023.

CAVENAGHI, Suzana; ALVES, José Eustáquio. **Demografia Brasileira**. São Paulo: Editora Estudos Populacionais, 2012.

CRECI-SC. Conselho Regional de Corretores de Imóveis de Santa Catarina. Disponível em: <<https://www.creci-sc.gov.br/>>. Acesso em: 10 ago. 2023.

GIL.A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa**. 6. ed . São Paulo: Atlas,2008.

HAIR Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico**. Rio de Janeiro, 2022.

IBRESP - INSTITUTO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO DE SÃO PAULO. **As tendências do mercado imobiliário para 2022**. Disponível em:

<https://www.ibresp.com.br/blogs/2022/as-tendencias-do-mercado-imobiliario-para2022/>. Acesso em: 25 jun. 2023.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, E. M., & Marconi, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2001.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Bookman Editora, 2001.

TORRES, C. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

APÊNDICE 1

QUESTIONÁRIO

01. Para qual finalidade foram realizadas as vendas de imóveis residenciais para seus últimos 10 clientes.

- ☐ Para investimento/locação.
- ☐ Residência individual.
- ☐ Residência familiar sem filhos.
- ☐ Residência familiar com até um filho.
- ☐ Residência familiar com até 02filhos.
- ☐ Residência familiar com 03filhos ou mais

02. Qual a renda mensal familiar dos clientes que realizaram compra de imóveis.

- ☐ Até R\$ 2.400,00
- ☐ De R\$ 2.401,00 a R\$ 4.500,00
- ☐ De R\$ 4.501,00 a R\$ 6.000,00
- ☐ De R\$ 6.001,00 a R\$ 8.000,00
- ☐ Acima de R\$ 8.000,00

03. Qual a faixa de preço que os clientes mais buscam na compra de um imóvel ?

- ☐ Até R\$ 130.000,00
- ☐ De R\$ 130.000,00 a R\$ 190.000,00
- ☐ De R\$ 191.000,00 a R\$ 300.000,00
- ☐ De R\$ 300.000,00 a R\$ 450.000,00
- ☐ De R\$ 450.000,00 a R\$ 700.000,00
- ☐ Acima de R\$ 700.000,00

04. Assinale os três tipos de imóveis mais procurados.

- ☐ Casa
- ☐ Casa geminada
- ☐ Sobrado
- ☐ Bangalô
- ☐ Edícula
- ☐ Apartamento
- ☐ Kitnet
- ☐ Flat
- ☐ Terreno
- ☐ Lote construção

05. Quanto a vagas de garagem, qual a opção mais procurada?

- ☐ Sem garagem
- ☐ Uma vaga
- ☐ Duas vagas
- ☐ Mais de duas vagas

06. Quanto às características dos imóveis, assinale a importância dada pelos clientes.

- ☐ Orientação solar
- ☐ Localização
- ☐ Área do imóvel
- ☐ Vagas de Garagem
- ☐ Acabamento
- ☐ Infraestrutura do Empreendimento
- ☐ Documentação
- ☐ Preço Incompatível
- ☐ Potencial de Valorização

07. Assinale os TRÊS bairros com mais procura: ASSINALE 3 ALTERNATIVAS

- ☐ Centro
- ☐ Conta Dinheiro
- ☐ Copacabana
- ☐ Coral
- ☐ Da Penha
- ☐ Da Várzea
- ☐ Guarujá
- ☐ Petrópolis
- ☐ Santa Catarina
- ☐ Santa Helena
- ☐ São Cristóvão
- ☐ Universitário
- ☐ Outros

08. Assinale para os itens abaixo os níveis de dificuldade para o fechamento de uma venda imobiliária.

- ☐ Comprovação de renda
- ☐ Valor de entrada para financiamento do imóvel
- ☐ Localização do imóvel
- ☐ Atendimento às expectativas do cliente

09. Qual o seu gênero.

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Prefiro não informar

10. Qual a sua idade.

- ☐ De 18 a 25 anos.
- ☐ De 26 a 35 anos.
- ☐ De 36 a 50 anos.
- ☐ De 51 a 60 anos.
- ☐ Acima de 60 anos.

11. Quantos anos você atua como corretor de imóveis?

- ☐ Até 01 ano
- ☐ De 01 a 03 anos
- ☐ De 03 aos a 05 anos
- ☐ Acima de 05 anos