

Melhores Práticas em Planejamento Urbano e Regional

Bianca Camargo Martins
(Organizadora)

Bianca Camargo Martins
(Organizadora)

Melhores Práticas em Planejamento Urbano e Regional

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
M521	Melhores práticas em planejamento urbano e regional [recurso eletrônico] / Organizadora Bianca Camargo Martins. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-558-7 DOI 10.22533/at.ed.587192308 1. Planejamento regional. 2. Planejamento urbano – Brasil. I.Martins, Bianca Camargo. CDD 711.981
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A exclusão socioespacial brasileira é um fato alarmante. O difícil acesso de grande parte da população à plena vida urbana é resultado de uma sucessão de políticas públicas inadequadas e incipientes que, muitas vezes, se distanciam das necessidades e anseios da população. Partindo do pressuposto de que o direito à cidade é um direito básico e significa a garantia a terra urbanizada, o acesso aos serviços e equipamentos públicos, a habitação de qualidade e a inclusão social da população, o presente livro visa apresentar pesquisas que se destacam ao abordar de diferentes formas a crise urbana em que vivemos e apontar boas práticas de planejamento.

Nos vinte e seis capítulos que integram a obra “Melhores práticas em Planejamento Urbano e Regional”, o leitor é convidado a percorrer as mais diversas áreas do território brasileiro a partir do ponto de vista dos autores convidados e conhecer novas perspectivas, mostrando a amplitude da discussão sobre o direito à cidade no contexto nacional.

Acredito que os textos aqui contidos representam grandes avanços para o meio acadêmico. Em um momento crítico para a pesquisa e para as políticas urbanas, a Editora Atena se mostra consoante com a intenção de fomentar o conhecimento científico e cooperar com o diálogo acadêmico na direção da promoção de políticas urbanas cada vez mais justas e inclusivas.

Aproveite a leitura!
Bianca Camargo Martins

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
PROCESOS RECIENTES DE ORDENACIÓN Y PLANIFICACIÓN TERRITORIAL EN ARGENTINA Y EL NORDESTE (2003-2015)	
Miguel Ángel Barreto Roxana Evelyn Abildgaard	
DOI 10.22533/at.ed.5871923081	
CAPÍTULO 2	15
O ÍCONE ARQUITETÔNICO CULTURAL NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE BARCELONA	
Geise Brizotti Pasquotto	
DOI 10.22533/at.ed.5871923082	
CAPÍTULO 3	36
DO TERRITÓRIO À CIDADE, DA POLÍTICA À CRÍTICA: CONTRIBUIÇÕES DIVERSAS DE GERÔNIMO BUENO E EDGAR GRAEFF AO URBANISMO	
Wilton de Araujo Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.5871923083	
CAPÍTULO 4	50
O MODELO DE DESENVOLVIMENTO FIFA-COI E A IMINÊNCIA DO ESPAÇO ERÓTICO	
Amanda de Lisio João Gabriel Rabello Sodré	
DOI 10.22533/at.ed.5871923084	
CAPÍTULO 5	65
APLICAÇÃO DA TEORIA DE GRAFOS E ANÁLISE ESPACIAL PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS GEOGRÁFICOS: UM ESTUDO DA CRIMINALIDADE VIOLENTA NO HIPERCENTRO DE BELO	
Antônio Hot Pereira de Faria Diego Filipe Cordeiro Alves Leônidas Conceição Barroso	
DOI 10.22533/at.ed.5871923085	
CAPÍTULO 6	80
A DINÂMICA ATUAL DO SETOR PRODUTIVO E SUAS CONTEMPORÂNEAS INTERAÇÕES: EXEMPLOS DA REDE URBANA DE FRANCISCO BELTRÃO - PARANÁ	
Carlos Casemiro Casaril	
DOI 10.22533/at.ed.5871923086	
CAPÍTULO 7	98
ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NO ESTADO DE GOIÁS	
Vanessa Marzano Araujo Marisa dos Reis Azevedo Botelho	
DOI 10.22533/at.ed.5871923087	
CAPÍTULO 8	110
DESENVOLVIMENTO REGIONAL CONDUZIDO PELA INDÚSTRIA? OBSERVAÇÕES SOBRE O SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MÉDIO PARAÍBA-RJ	
Bianca Louzada Xavier Vasconcellos	
DOI 10.22533/at.ed.5871923088	

CAPÍTULO 9	124
EXPANSÃO URBANA E ARENA POLÍTICA EM CIDADE HISTÓRICA: A REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE PIRENÓPOLIS-GO	
Neio Campos Benny Schvasberg Ricardo Farret	
DOI 10.22533/at.ed.5871923089	
CAPÍTULO 10	139
O PROGRAMA MINHA CASA MINHA VIDA NA PRODUÇÃO IMOBILIÁRIA EM SÃO PAULO DE 2009 A 2017	
Isabela Baracat de Almeida Roberto Righi	
DOI 10.22533/at.ed.58719230810	
CAPÍTULO 11	153
IDEOLOGIA E PRODUÇÃO HABITACIONAL NO ESTADO CAPITALISTA: MORADIAS POPULARES (VERTICAIS) PRODUZIDAS NO SETOR OESTE DA CIDADE DE UBERLÂNDIA-MG	
Leandro Oliveira Silva Maria Eliza Alves Guerra	
DOI 10.22533/at.ed.58719230811	
CAPÍTULO 12	169
O POTENCIAL DO SELO CASA AZUL NA PRODUÇÃO DE HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL SUSTENTÁVEL	
Henriette da Silva Perbeils Mauro Cesar de Oliveira Santos	
DOI 10.22533/at.ed.58719230812	
CAPÍTULO 13	193
AVALIAÇÃO PÓS OCUPAÇÃO (APO): A QUALIDADE NA HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL (HIS)	
Celina Maria Rodrigues Pinto Anacléa de Araújo Bernardo Arthur Rodrigues Feijão	
DOI 10.22533/at.ed.58719230813	
CAPÍTULO 14	203
QUALIDADE DE VIDA EM EMPREENDIMENTOS HABITACIONAIS DE INTERESSE SOCIAL: UMA ABORDAGEM EXPLORATÓRIA ATRAVÉS DA PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS	
Luciana Inês Gomes Miron Deyvid Aléx de Bitencourt Monteiro	
DOI 10.22533/at.ed.58719230814	
CAPÍTULO 15	220
REGULARIZAÇÃO FUNDIÁRIA DA VILA RESIDENCIAL-UFRJ: OBSERVAÇÕES SOBRE UMA EXPERIÊNCIA	
Maria Julieta Nunes de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.58719230815	

CAPÍTULO 16	232
ZONAS ESPECIAIS DE INTERESSE SOCIAL, ZEIS DE VAZIOS, NA REGIÃO DO GRANDE ABC	
Sandra Teixeira Malvese	
DOI 10.22533/at.ed.58719230816	
CAPÍTULO 17	246
INCLUSÃO TERRITORIAL: EFETIVIDADE DO DIREITO VIA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA	
Elisa Quint de Souza de Oliveira	
Pedro Martins	
DOI 10.22533/at.ed.58719230817	
CAPÍTULO 18	259
AS DINÂMICAS DA RENOVAÇÃO DO ESPAÇO URBANO – REESTRUTURAÇÃO URBANA DO SUL DE SÃO PAULO	
Henrique Dinis	
DOI 10.22533/at.ed.58719230818	
CAPÍTULO 19	271
COMPARTILHAMENTO DE RECURSOS COMO ALTERNATIVA PARA ECONOMIA URBANA	
Henrique Dinis	
DOI 10.22533/at.ed.58719230819	
CAPÍTULO 20	289
ANÁLISE DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA POR MEIO DO ESTUDO DE MACROZONAS DE OFERTA	
Camila Carneiro Canedo Custódio	
Marcos Túlio Campos Cândido	
Maria Carolina Brandstetter	
Pedro Henrique de Moraes Nogueira	
DOI 10.22533/at.ed.58719230820	
CAPÍTULO 21	306
ANÁLISE DO IMPACTO DA CRISE ECONÔMICA NO MERCADO IMOBILIÁRIO DE FORTALEZA UTILIZANDO OS ÍNDICES DE SHARPE E SORTINO	
Pedro Oliveira Otoch	
Marcelo Augusto Farias de Castro	
DOI 10.22533/at.ed.58719230821	
CAPÍTULO 22	315
ANÁLISE COMPARATIVA DE RISCO E RETORNO ENTRE TÍTULOS PÚBLICOS E MERCADO IMOBILIÁRIO DE FORTALEZA	
Pedro Oliveira Otoch	
Marcelo Augusto Farias de Castro	
DOI 10.22533/at.ed.58719230822	
CAPÍTULO 23	326
PROCESSO DE GESTÃO DE PARQUES URBANOS: ESTUDO DE CASO EM PORTO ALEGRE, BRASIL	
Luciana Inês Gomes Miron	
Nathalia Danezi	
Cristiane Cassol Schvarstzhaupt	
DOI 10.22533/at.ed.58719230823	

CAPÍTULO 24	339
INFRAESTRUTURA VERDE: CONTRIBUIÇÃO PARA O PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL	
Daniella do Amaral Mello Bonatto	
DOI 10.22533/at.ed.58719230824	
CAPÍTULO 25	352
PAGAMENTO POR SERVIÇOS AMBIENTAIS, UMA POLÍTICA PÚBLICA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: ESTUDO DE CASO PROJETO CONSERVADOR DAS ÁGUAS – EXTREMA-MG	
Carlos Mello Garcias	
Liz Ehlke Cidreira	
Alessandro Bertolino	
Stephanie Louise Inácio Castro	
DOI 10.22533/at.ed.58719230825	
CAPÍTULO 26	366
O MEIO AMBIENTE COMO DEFINIDOR DE FRONTEIRAS E CENTRALIDADES NO ESTUÁRIO DO RIO MACAÉ	
João Lemos Cordeiro Sayd	
DOI 10.22533/at.ed.58719230826	
SOBRE A ORGANIZADORA	379
ÍNDICE REMISSIVO	380

ANÁLISE DE VIABILIDADE MERCADOLÓGICA POR MEIO DO ESTUDO DE MACROZONAS DE OFERTA

Camila Carneiro Canedo Custódio

Universidade Federal de Goiás, Escola de Engenharia Civil e Ambiental
Goiânia – Goiás

Marcos Túlio Campos Cândido

Universidade Federal de Goiás, Escola de Engenharia Civil e Ambiental
Goiânia – Goiás

Maria Carolina Brandstetter

Universidade Federal de Goiás, Escola de Engenharia Civil e Ambiental
Goiânia – Goiás

Pedro Henrique de Moraes Nogueira

Universidade Federal de Goiás, Escola de Engenharia Civil e Ambiental
Goiânia – Goiás

RESUMO: O dinâmico mercado imobiliário brasileiro tem sofrido mudanças relevantes devido ao contexto de instabilidade econômica e política. Diante de tal cenário, exigem-se estratégias que conduzam a tomadas de decisões mais acertadas quanto ao investimento, baseando-se em dados econômicos, financeiros e mercadológicos confiáveis. Além de planejar de forma criteriosa antes de empreender, também se torna necessário analisar a sensibilidade do investimento perante a variação de fatores que não são totalmente conhecidos

e controlados pelo investidor. Este trabalho justifica-se pela importância dessa análise de viabilidade mercadológica, antes de iniciar um estudo econômico, tendo como objetivo apresentar e analisar indicadores do mercado imobiliário goianiense, relevantes para um futuro estudo de viabilidade econômica, além de buscar identificar quais regiões seriam as mais aquecidas para investimentos futuros. Para tal análise, o mercado inicialmente foi dividido em 10 macrorregiões, chamando-as de macrozonas, contendo bairros com proximidade geográfica, empreendimentos com padrão de acabamento e público semelhantes. Posteriormente, por meio do indicador Vendas sobre a Oferta, chegou-se a 4 regiões mais aquecidas, de maior velocidade de vendas. Uma análise de campo foi realizada, por meio de observação in loco, buscando conhecer a infraestrutura das macrorregiões mais aquecidas. Este novo filtro levou à definição de 3 com a melhor infraestrutura para investimento. Dessas 3 macrorregiões foram analisados os indicadores: estoque, lançamentos, preço por área, vendas sobre a oferta e distratos. O trabalho conclui apontando os fatores de maior importância para balizar uma subsequente tomada de decisão, fornecendo dados de entrada para um estudo de viabilidade econômico-financeiro confiável e assertivo.

MARKET FEASIBILITY ANALYSIS THROUGH THE STUDY OF OFFER MACROZONES

ABSTRACT: The dynamic Brazilian real estate market has undergone relevant changes due to the context of economic and political instability. This scenario requires strategies leading to better investment decisions, based on reliable economic, financial and market data. Besides carefully planning and many prior studies before undertaking, it is also necessary to analyze the sensitivity of the investment with the variation of factors that are not fully known and controlled by the investor. This work is justified by the importance of this market feasibility analysis, before starting an economic study, aiming to present and analyze indicators of Goiania real estate market, relevant to a future economic feasibility study, as well as identifying the most suitable regions for future investments. For this analysis, the market was initially divided into 10 macroregions, the so called macrozones, containing neighborhoods with geographic proximity, projects with similar finishing standards and public. Through the indicator Sales on the Offer, we reached 4 warmer regions, with higher sales speeds. Then a field analysis was carried out, through in situ observation, seeking to know the infrastructure of the most heated macro regions. This new filter led to the definition of 3 with the best infrastructure for investment. Among these 3 macro-regions some performance indicators were analyzed: stock, launches, price per area, Sales on the Offer and distrates. The paper points out the most important factors to support a subsequent decision making, providing inputs to a reliable and assertive economic-financial feasibility study.

KEYWORDS: Real Estate, Feasibility, Indicators, Offer.

1 | INTRODUÇÃO

O dinâmico mercado imobiliário brasileiro tem sofrido mudanças relevantes devido ao contexto de instabilidade econômica e política. É inevitável que surjam maiores necessidades de nortear os empreendimentos a serem lançados. Tem-se observado uma tendência de abertura de capital, além de recorrente criação de fundos de investimento imobiliário. Percebe-se que empresas tendem a carregar a responsabilidade de investir bem seus recursos para atender aos retornos esperados por seus investidores e empreendedores.

O mercado imobiliário, sujeito a incertezas, é balizado entre ações de “pensar” e “fazer”. De acordo com Lima Jr. (1998), essas incertezas exigem etapas que formem estratégias que conduzem a tomadas de decisões mais acertadas antes do “fazer”.

O primeiro passo é testar a capacidade de se fazer o empreendimento. A partir da verificação da capacidade de suprir a obra, é importante analisar o poder de compra da moeda ao transformá-la em insumos e ao transformar o produto final em moeda. A

segurança de se investir em um empreendimento é sentida quando se percebe que os resultados compensam em detrimento a outras opções do mercado, mesmo com os riscos apresentados em empreendimentos imobiliários.

O mercado imobiliário difere substancialmente dos mercados de outros bens (YUNUS, 2017). Essas divergências acontecem porque imóveis e *real estate* possuem características especiais, existindo fontes de divergências e desigualdades entre os imóveis. Por sua localização fixa, qualquer alteração no ambiente provoca modificações nos valores dos imóveis. Como as influências não são homogêneas, as variações provocadas são distintas, progressivamente diferenciando os imóveis. É por isso que a tendência de lançar empreendimentos sem estudos prévios não se respalda nem mesmo pela experiência de se ter empreendido em edifícios similares. Cada empreendimento no mercado imobiliário é único.

Desse modo é primordial entender o mercado antes de realizar qualquer estudo numérico e decidir pelo lançamento. De acordo com Balarine (1995), além da complexidade inerente à realização de projetos compostos por inúmeros elementos, a atividade carrega elevados riscos, em consequência dos investimentos de porte que são exigidos antecipadamente à absorção do produto pelo mercado. Deve-se acrescentar a isso outro fator de risco, associado ao longo tempo de maturação do produto, desde a localização do terreno até a entrega final das unidades, período em que as expectativas da demanda costumam sofrer substanciais modificações.

Portanto identificar qual tipo de empreendimento lançar é um desafio a todas incorporadoras, que devem estar atentas ao mercado, detectando qual segmento mais aquecido e quais as projeções, visando maior lucratividade e segurança no investimento (DEL GIUDICE; DE PAOLA, 2018).

É necessário que o empreendedor tome a decisão da melhor forma de investir baseando-se nos dados econômicos e financeiros que os projetos apresentam, bem como atender a demanda do mercado onde se pretende empreender. Assim, nasce a necessidade de uma pesquisa de mercado antes de uma análise econômico-financeira do empreendimento.

A pesquisa de mercado concentra-se em analisar o mercado em que a companhia opera de uma maneira geral, objetivando prospectar novas oportunidades (FERNANDEZ; ILHA; OLIVEIRA, 2003).

Como forma de estudo inicial, pensando na viabilidade como objetivo final, importantes fatores a serem analisados são oferta, demanda e o ambiente em que se pretende incorporar para saber o quão saturado está o mercado; relação de vendas sobre a oferta, para entender numericamente como está a absorção de produtos semelhantes ao que se deseja lançar; e, por fim, realizar um levantamento de oferta futura, prevendo estoques futuros e o melhor momento para lançamento.

Para Balarine (1995), além das características de mercado e de concorrentes diretos, para definição de preço de venda, velocidade de venda, preço a ser pago pelo terreno, estratégias de *marketing* e demais premissas comerciais para uma

viabilidade concisa, são necessários três elementos básicos para a formação de oferta de unidades habitacionais: terra, estrutura e ofertante.

Pode-se então estruturar um estudo de mercado a partir das análises de oferta e ambiente.

A análise de oferta, assim como qualquer etapa de um estudo de mercado, pode ser feita de maneira quantitativa, trazendo como resultados dados numéricos, como estoque por tipologia, *ticket* médio (preço médio pago pelos clientes por uma unidade do empreendimento), datas de lançamento, taxa de absorção, entre outras; quanto dados qualitativos, como as características de cada empreendimento concorrente.

Para Viana (2008), a análise da oferta fundamenta-se no levantamento de informações, tais como: histórico da oferta de empreendimentos no mercado em estudo; diferenciais e características arquitetônicas ofertadas por empreendimentos concorrentes; preços unitários, preços totais e condições de pagamento oferecidas pelos concorrentes; previsão da oferta futura; estimativa de vendas, taxas de absorção e estoque de unidades concorrentes.

Do histórico de vendas é possível determinar, em cada segmento de produto, a capacidade média de absorção pelo mercado. É possível, também, estimar o estoque atual de cada tipologia. A partir destas informações, consegue-se ter uma noção de quais segmentos de produto apresentarão escassez durante o período de comercialização do empreendimento estudado e sua provável velocidade de vendas.

Um parâmetro muito utilizado na análise de oferta imobiliária é o VSO (vendas sobre oferta), um indicador que demonstra o percentual de unidades comercializadas em relação ao total de unidades disponíveis, ou seja, lançamentos combinados ao estoque. Numericamente define-se VSO líquido como a relação entre a subtração de vendas e distratos e o somatório entre estoque, vendas, lançamentos e distratos.

As análises do entorno e do ambiente do terreno também são cruciais no estudo de viabilidade de mercado, pois determinam os potenciais segmentos de consumidores por produto imobiliário (GOMES, 2013; BARRECA; CURTO; ROLANDO, 2017). Segundo Pascale e Alencar (2006), o mercado pode ser fragmentado em submercados para facilitar sua análise.

Nessa fase identifica-se a presença de instituições e serviços públicos, comércio, bancos, escolas, características topográficas, acessibilidade, acessos viários, perfis sócios culturais e demais que sejam julgadas relevantes tanto para estratégia de venda, quanto para definição do produto.

Essa etapa demanda estudo de campo, e muitas vezes o incorporador não vê necessidade de realizar por julgar conhecer o mercado no qual atua. Entretanto, não é incomum observar empreendimentos construtivamente perfeitos não obterem sucesso de vendas por terem sido construídos em locais não estratégicos. Como afirmam Petersen e Danilevicz (2006), uma localização nobre, às vezes, tolera um produto que não seja totalmente adequado, mas uma localização ruim é fatal para um projeto.

Esse levantamento inicial também serve de apoio para a etapa de venda.

Conhecendo os pontos fortes e pontos fracos do local de implantação é possível ter uma ideia do que o cliente espera do produto e qual a melhor estratégia de propaganda.

Diante deste contexto, este trabalho justifica-se pela importância da análise de viabilidade mercadológica, antes de iniciar um estudo econômico, tendo como objetivo apresentar e analisar indicadores do mercado imobiliário goianiense, relevantes para um futuro estudo de viabilidade econômica.

Para tal análise de indicadores de oferta, o mercado foi dividido em macrorregiões, chamadas de macrozonas, contendo bairros com proximidade geográfica, empreendimentos com padrão de acabamento e público semelhantes.

No município estudado, apesar de apresentar grandes incorporadoras, que realizam análises antes de empreender, ainda apresenta um déficit de incorporadores bem estruturados no setor econômico.

Primeiramente, foi definido o segmento de mercado a ser estudado. Os produtos analisados são empreendimentos econômicos, podendo se enquadrar na faixa 3 do programa Minha Casa Minha Vida, ou estar com o *ticket* um pouco acima do permitido para o programa, sendo possível financiamento por outros tipos de concessão de crédito.

Focou-se no mercado econômico por ainda ser marcado por incorporadores amadores, além de ter maior possibilidade de encontrar lotes com localização e preço que viabilizem o produto. Assim, no presente trabalho, focou-se na estratégia da análise de mercado para encontrar uma localização caracterizada por indicadores mercadológicos atrativos somados a uma infraestrutura que tornasse possível a viabilização e desenvolvimento de futuros empreendimentos imobiliários.

2 | METODOLOGIA

O mercado imobiliário de Goiânia é o objeto desta análise, que foi investigado segundo localizações e tipologias criteriosamente selecionadas dos empreendimentos imobiliários. A Figura 1 relaciona as etapas da pesquisa, descritas na sequência.



Figura 1: Etapas da pesquisa

2.1 Escolha da Tipologia do Objeto de Estudo

Primeiramente foi definido o segmento de mercado em que os empreendimentos em estudo se enquadrariam, os empreendimentos econômicos.

Muitas empresas vêm utilizando os subsídios do programa Minha Casa Minha Vida, uma iniciativa do Governo Federal que oferece condições atrativas para o financiamento de moradias para famílias de baixa e média renda.

A busca do terreno foi direcionada para localizações que aceitam esse tipo de produto, sendo possível viabilizar tanto economicamente quanto mercadologicamente. O produto escolhido enquadra-se na faixa de renda da demanda, sendo competitivo quando comparado aos outros produtos ofertados pela concorrência local.

2.2 Coleta de Dados

A partir de pesquisas que forneceram dados que refletem a realidade do mercado, foi possível reconhecer os padrões de oferta competitiva e pressões da demanda, principalmente a que não é atendida. São essas informações com credibilidade que asseguram resultados concisos.

A coleta de dados foi realizada a partir da ADEMI-GO (Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Goiás) por meio de relatórios de mercado elaborados mensalmente pela entidade.

O relatório é uma síntese do mercado imobiliário da cidade de Goiânia e Aparecida de Goiânia, cujas informações dinâmicas e estáticas dos empreendimentos são passadas voluntariamente pelas construtoras associadas à entidade.

Os dados relevantes para o estudo, retirado do relatório mensal foram:

- Tipos de empreendimentos comercializados (apartamentos, salas comerciais, casas em condomínio, apartamento-hotel);
- Quantidade de unidades disponíveis no empreendimento;

- Área privativa e total;
- Tipologia do empreendimento;
- Preço médio de venda (R\$);
- Bairro localizado por empreendimento (zona de valor);
- Data de lançamento;
- Quantidade de unidades vendidas no mês de lançamento e quantidade total de vendas para cada mês.

2.3 Tratamento dos Dados

Os relatórios foram fornecidos em formato PDF, impossibilitando um tratamento mais refinado e o cruzamento dos dados obtidos em cada relatório mensal.

Nessa etapa foi elaborada uma planilha auxiliar na qual converteu-se os dados em formato PDF, possibilitando juntar 78 relatórios em um só banco de dados.

Foram analisados todos os empreendimentos com alguma movimentação, seja de lançamento, distratos ou vendas, englobando o período de 2015 a 2017 em Goiânia, ignorando os demais anos. Esse limite temporal foi escolhido porque percebeu-se incoerências de dados nos relatórios fornecidos pela ADEMI-GO recorrentes e não-tratáveis nos anos anteriores. Além disso, o mercado imobiliário é cíclico e seriam tratados dados mais otimistas que não refletem a realidade do momento da pesquisa, se fossem considerados os anos anteriores. Por isso, preferiu-se trabalhar com dados mais conservadores.

2.4 Divisão em Macrozonas

Após definido o padrão foco do estudo – econômico – e tendo os dados tratados em planilha Excel, foram filtrados nos dados da ADEMI-GO todos os bairros onde constava alguma movimentação de incorporação de qualquer produto residencial econômico. Depois de ter seus índices avaliados, por meio de visitas realizadas em campo, foram eliminados diversos bairros nos quais o produto não encaixaria, por fatores estruturais, como ausência de infraestrutura básica, liberação do Plano Diretor e altos valores de lotes. Os bairros que passaram pelo filtro da visita em campo foram divididos em 10 macrozonas. Bairros de uma mesma macrozona deveriam ter demanda e ofertas parecidas, bem como semelhança de infra-estrutura oferecida.

Foi adotado esse método objetivando analisar separadamente cada uma das macrozonas para tomar a decisão de qual a região mais aquecida e que produto melhor se encaixaria no mercado e, conseqüentemente, decidir em qual das regiões empreender.

Nesta etapa, ainda englobando todo mercado econômico goianiense dividido em 10 macrozonas, foram calculados os seguintes indicadores:

- Lançamento mensal;

- Estoque mensal;
- Venda bruta mensal;
- Venda líquida mensal;
- Distratos;
- Venda sobre oferta descontando ou não distratos (VSO bruto e líquido, respectivamente).

2.5 Escolha das macrozonas - Filtragem

Por meio da análise dos dados anteriormente descritos nas dez macrozonas, foram escolhidas quatro macrozonas com melhor venda sobre estoque descontando distratos (VSO líquido) nos últimos anos. A partir da análise crítica da visita em campo, uma das macrozonas filtradas foi descartada de análises mais aprofundadas, visto que o produto idealizado não se encaixaria nessa região de Goiânia.

Com posse da localização, a fase de pesquisa de mercado pode ser direcionada para o mercado específico das três macrozonas filtradas.

2.6 Análise de oferta das macrozonas

Tendo as 3 macrozonas mais atraentes, a análise de oferta é feita por meio de indicadores calculados por meio de macros da planilha em Excel.

Foram filtrados os seguintes dados da planilha da ADEMI-GO:

- Tipos de empreendimentos comercializados: apartamento;
- Padrão: econômico;
- Quantidade de unidades disponíveis no empreendimento: estoque;
- Metragem: área privativa por tipologia;
- Tipologia: número de quartos;
- Preço médio de venda: *ticket*;
- Preço da unidade de área privativa: preço/m² privativo;
- Localização: setor;
- Data de lançamento;
- Quantidade de unidades vendidas no mês de lançamento;
- Quantidade mensal de vendas e distratos;
- Nome da incorporadora e nome do empreendimento;
- Características gerais do produto (total de unidades; número de vagas de garagem; unidades por andar; quantidade de blocos).

Por fim, foi feita uma análise mais completa para tomada de decisão:

- Foi obtido o preço por metro quadrado praticado nas macrozonas;

- Foram levantados e caracterizados os últimos empreendimentos lançados nas regiões e foi observado o comportamento de vendas nos lançamentos;
- Foi feita uma análise de distratos sobre vendas em cada macrozona para entender a qualidade de venda em cada uma delas;
- Foi feita uma análise de estoque para entender qual o tipo de abordagem na venda ou diferenciação de produto necessários para aceitação do produto em cada zona.

A oferta futura foi feita por meio de especulação e pesquisa de campo. Foram realizadas entrevistas não estruturadas com consideráveis corretores e donos de incorporadoras para identificar os donos dos lotes limpos no entorno do futuro empreendimento, buscando descobrir qual produto seria lançado no local e a previsão de lançamento. Foi consultado o diário do município de Goiânia de 2016 a 2018, diariamente, buscando possíveis licenças para construção já emitidas no entorno.

2.7 Análise de ambiente direcionada

Por meio de uma visita ao local percebeu-se que a região necessita de investimentos públicos, o adensamento e característica principal dos moradores do entorno, área e valores de lotes. Foi estudado junto à prefeitura e órgãos de planejamento, futuros investimentos no local que poderiam afetar diretamente a viabilidade mercadológica.

Nessa etapa eliminou-se uma das macrozonas, por não apresentar lotes passíveis de viabilizar o produto estudado.

Com a ajuda do Google Earth, mapeou-se toda a região. Foram localizadas as principais vias, comércios, escolas, bancos, serviços públicos e qualquer outro ponto que valorizasse o empreendimento e fosse relevante para estudos futuros.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

Seguem os resultados e discussões de acordo com as etapas descritas no método.

3.1 Escolha da Tipologia

Durante a etapa de pesquisa de mercado, mais especificamente por meio da análise de oferta e ambiente, foi possível confirmar que o melhor produto a ser estudado seria um empreendimento que atenderia ao mercado econômico devido à maior possibilidade de encontrar lotes e demanda reprimida que viabilizem o produto. Percebe-se que este nicho de mercado ainda apresenta uma presença de incorporadores despreocupados com estudos mais estruturados.

Pensando ainda em exposições menores de caixa, foi definido que o produto possuiria cinco pavimentos e deveria ter uma abordagem diferente no mercado econômico. Para compensar seu custo de construção relativamente mais alto quando comparado a empreendimentos com maiores áreas construídas, foi observado em

pesquisas de campo que o padrão de acabamento, a localização estratégica e a possibilidade de se arcar com preços de condomínio menores compensam a ausência de área comum. Assim, no presente trabalho, focou-se na estratégia da análise de mercado para encontrar uma boa localização que tornasse o produto estudado competitivo.

3.2 Divisão e Escolha das Macrozonas

O mercado econômico goianiense em 10 macrozonas, facilitando as análises. Tais macrozonas podem ser observadas pelas diferentes cores de marcadores da Figura 2.

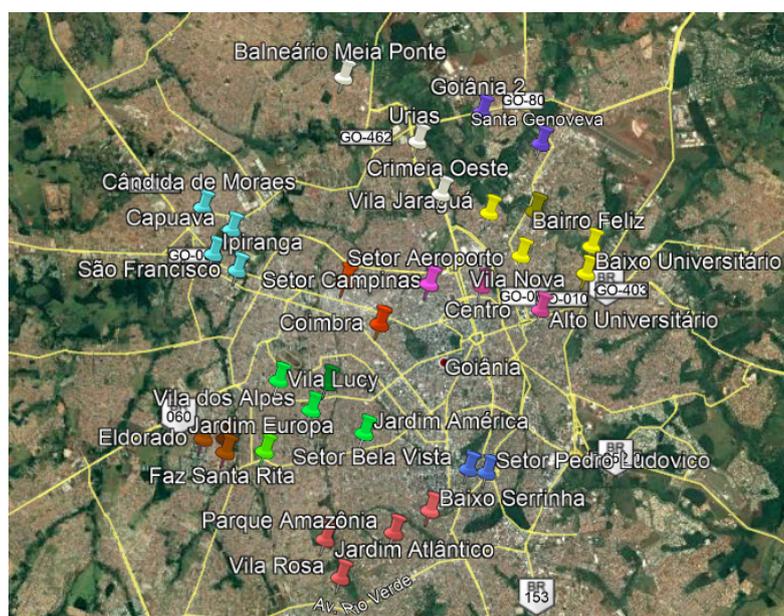


Figura 2: Macrozoneamento do mercado econômico goianiense

Inicialmente, as macrozonas foram filtradas de acordo com sua VSO líquida. A Tabela 1 ilustra os índices de VSO trimestral para cada uma das dez macrozonas.

Macrozona	1ºTRI 15	2ºTRI 15	3ºTRI 15	4ºTRI 15	1ºTRI 16	2ºTRI 16	3ºTRI 16	4ºTRI 16	1ºTRI 17	2ºTRI 17	3ºTRI 17	4ºTRI 17
Macrozona 1	1,96%	8,09%	1,32%	-1,12%	2,90%	1,62%	4,94%	0,99%	0,85%	7,23%	4,28%	1,92%
Macrozona 2	5,35%	5,14%	1,39%	3,51%	1,19%	-0,03%	0,75%	2,18%	2,59%	1,58%	1,28%	4,55%
Macrozona 3	2,46%	8,80%	5,29%	-0,05%	0,84%	-0,65%	1,29%	4,31%	3,25%	3,42%	5,05%	1,80%
Macrozona 4	3,95%	5,13%	6,09%	3,25%	0,89%	-0,50%	-1,00%	0,39%	0,30%	0,10%	0,71%	1,11%
Macrozona 6	23,53%	4,00%	2,14%	0,00%	-0,30%	-3,44%	-1,24%	-1,64%	-0,70%	-0,22%	2,23%	-0,01%
Macrozona 8	4,27%	1,44%	2,68%	0,00%	1,90%	0,97%	0,17%	1,05%	1,27%	0,18%	-0,64%	1,88%
Macrozona 9	5,39%	1,96%	1,59%	0,00%	2,01%	3,98%	1,09%	-0,41%	0,09%	0,88%	0,89%	3,22%
Macrozona 10	0,00%	2,90%	21,59%	0,00%	10,02%	5,68%	3,45%	1,88%	3,13%	4,59%	4,61%	6,93%

Tabela 1: VSO Líquido Trimestral

Os dados das macrozonas 5 e 7 foram insuficientes para qualquer tipo de análise de VSO, descartando-as da análise. Além disso, a participação em audiências públicas de revisão do novo Plano Diretor reforçou a exclusão da macrozona 5, uma vez que não possuirá áreas passíveis de viabilização do produto estudado. Por questões

de VSO abaixo do esperado, para uma boa absorção de algum lançamento, foram descartadas as macrozonas 4, 6 e 8. A macrozona 9 foi descartada porque só poderia viabilizar a localização por PDU (Projeto Diferenciado de Urbanização), não sendo o caso do produto alvo, e VSO também baixa.

Dessa primeira análise, focada em VSO, restaram as macrozonas 1, 2, 3 e 10. Depois de uma visita de campo mais direcionada, a macrozona 10 foi considerada como uma região ainda pouco adensada em Goiânia, que não receberia bem o produto em questão. Logo, as macrozonas a serem analisadas seriam 1, 2 e 3.

3.3 Análise de Oferta das Macrozonas

Devido a incoerências dos dados fornecidos pela ADEMI-GO, antes de realizar a etapa de “Análise de Oferta”, foram analisados os dados a cada mês de estoque, quantidade de unidade vendidas e quantidade de unidades distratadas de cada empreendimento individualmente. Isso possibilitou a correção de incoerências destes dados.

As Figuras 3 e 4 apresentam respectivamente os gráficos de média mensal de VSO bruto e o VSO bruto trimestral de cada macrozona.

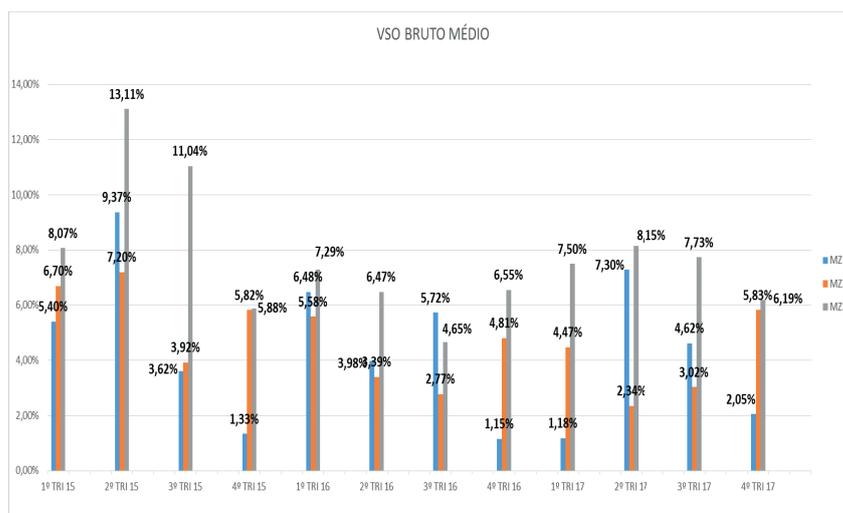


Figura 3: Média mensal de VSO Bruto por Trimestre

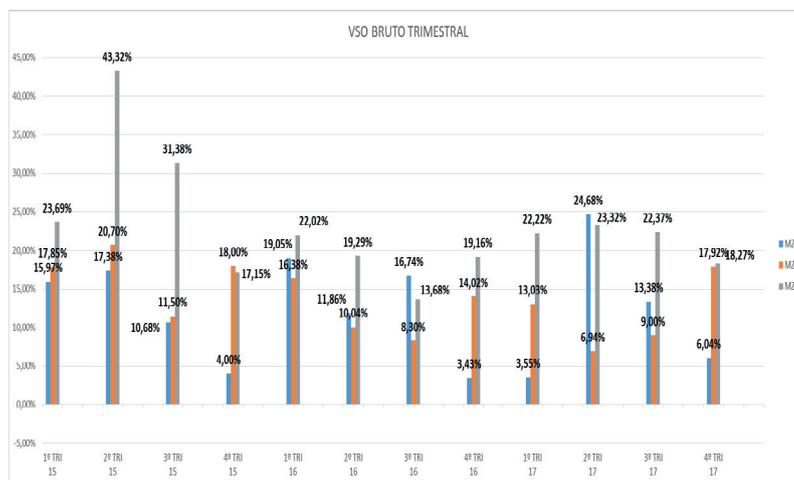


Figura 4: VSO Bruto por Trimestre

Pela análise dos gráficos, percebe-se que a macrozona 3 se destaca das demais, apresentando uma VSO bruta superior em quase todos os trimestres. Entretanto, percebe-se pela análise das Figuras 5 e 6, a seguir, que quando analisado de forma líquida, ou seja, levando em conta os distratos, o resultado difere.

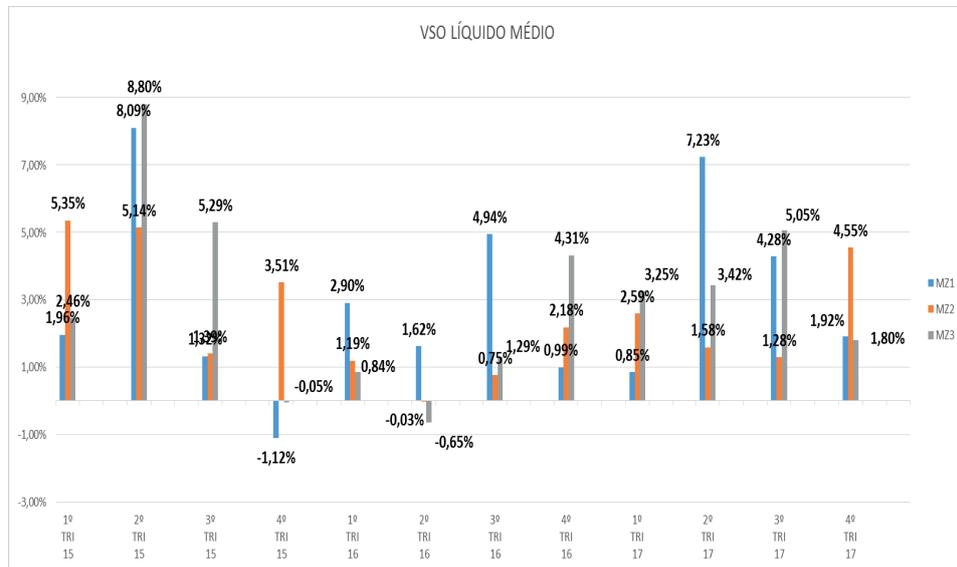


Figura 5: Média mensal de VSO Líquido por Trimestre

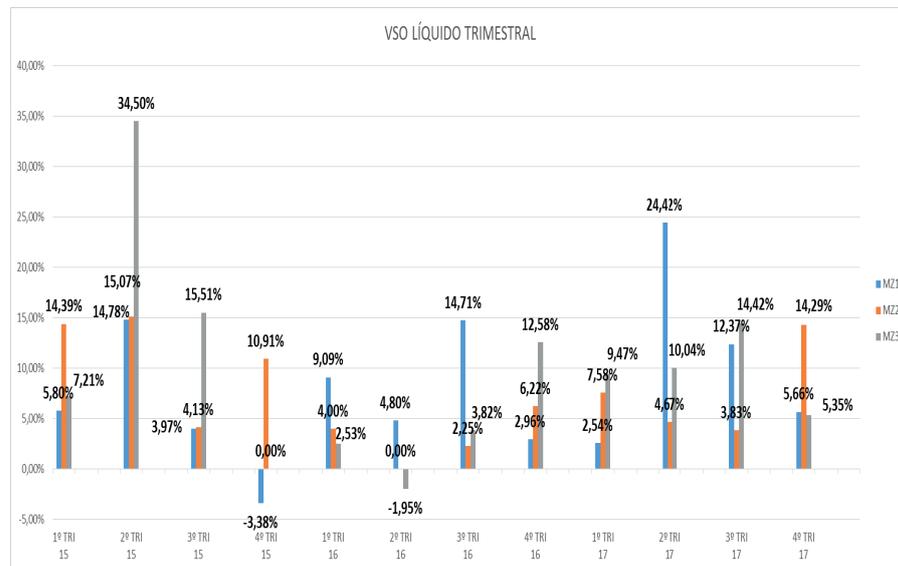


Figura 6: VSO Líquido por Trimestre

Percebe-se, que ao considerar a venda líquida, as macrozonas apresentam comportamentos parecidos, sendo que as macrozonas 1 e 3 apresentam VSO líquido negativo acumulado em pelo menos um ponto na análise trimestral.

Para uma melhor análise comparativa, a Figura 7 traz o comparativo dos valores médios do metro quadrado das 3 macrozonas.

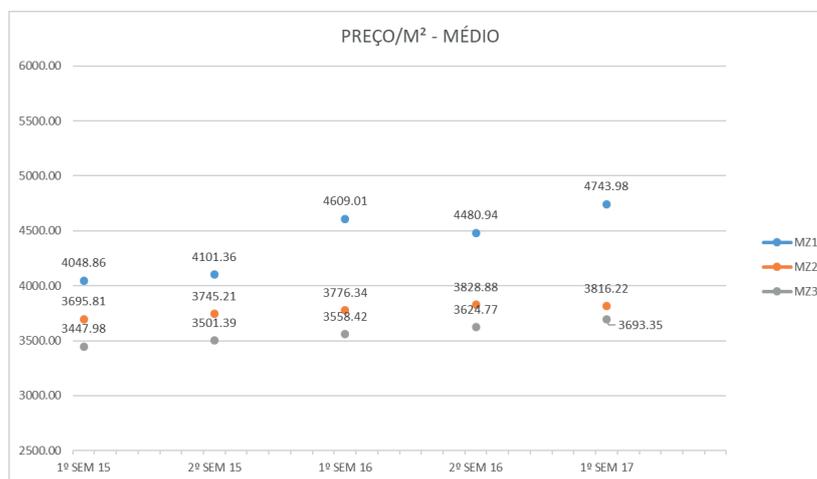


Figura 7: Comparativo do valor de metro quadrado

Ao se fazer uma análise de preços, pode-se perceber que a macrozona 1 tem o melhor preço por área privativa ao longo de todo o histórico analisado. A macrozona 2 apresenta os menores preços mínimos por área privativa e a macrozona 3 tem o pior preço médio por área privativa (não há muita diferença entre os preços máximos e mínimos praticados nessa região quando comparada às outras macrozonas).

Analisando os valores médios, percebe-se que as macrozonas 2 e 3 se assemelham e a macrozona 1 apresenta um valor de venda superior às demais, além de apresentar uma maior valorização do metro quadrado nos últimos 2 anos, período que as outras apresentaram uma estagnação de preços.

Considerando os distratos na análise, a Figura 8 traz o cálculo de um índice que relaciona a quantidade de distratos e a quantidade de unidades vendidas em cada mês. Esse índice foi denominado “qualidade de venda”.

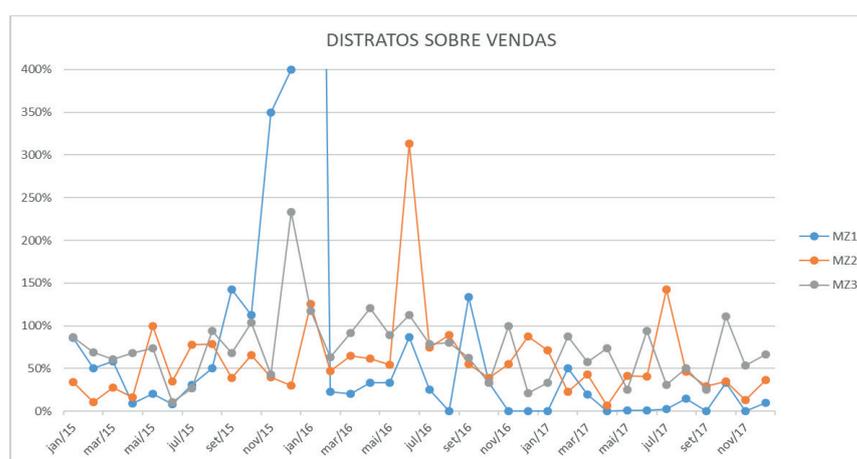


Figura 8: Qualidade de Venda

Sabe-se que quanto menor for esse índice, melhor a qualidade de venda e a macrozona 1 apresentou os menores índices no último ano quando comparada às macrozonas 2 e 3.

Pode-se afirmar que essa macrorregião vem sofrendo menos com os distratos

do que as demais.

Outra análise gráfica foi realizada, representada pela Figura 9, com o estoque de apartamentos em cada macrozona.

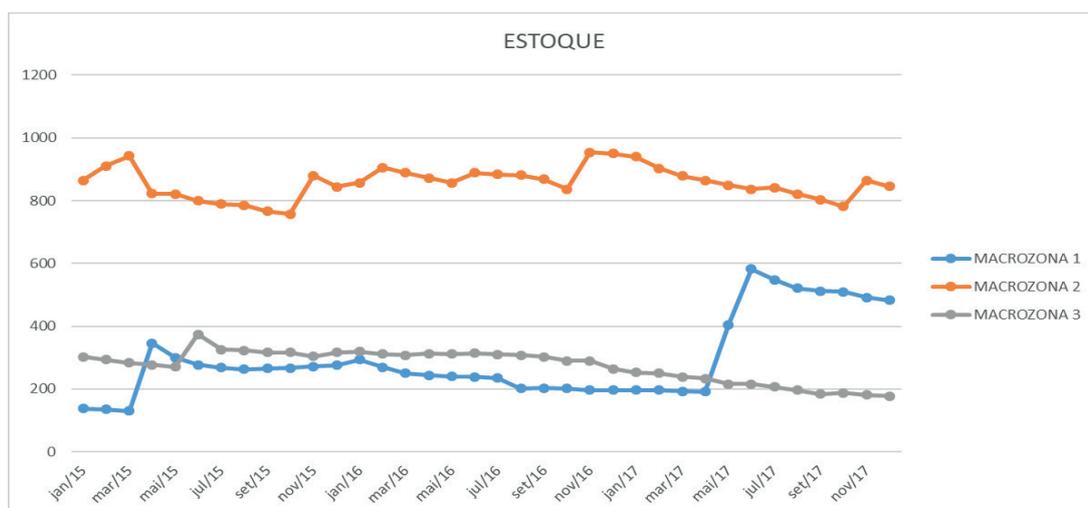


Figura 9: Estoque por Macrozona

A partir da análise do gráfico de estoque foi possível concluir que a macrozona 2 é uma região realmente aquecida e especulada (conforme observado em visita de campo) e, por isso, o seu estoque é consideravelmente maior.

Nas 3 regiões pode-se observar que o estoque vem sendo absorvido. Porém, nota-se poucos lançamentos na macrozona 3, o que dificulta a análise de absorção de estoque nessa região.

Para a escolha da macrozona, ponderou-se que o estoque da macrozona 2 implicasse em maiores concorrências e, para vender bem o produto, precisaria de maiores diferenciais e/ou preço mais barato que os praticados pelo mercado da região. Isso justificaria os preços mínimos praticados na região 2.

O estoque relativamente baixo da macrozona 1 facilita a menor concorrência que consegue cobrar preços maiores, o que aumentaria a margem do negócio.

Observou-se que a macrozona 3 não tinha lançamentos na região que embasassem uma boa análise de estoques, vendas e distratos. Apesar dessa ausência de dados, analisou-se o ambiente das 3 macrozonas.

3.4 Análise de Ambiente Direcionada

Um esboço de um estudo de massa foi realizado para nortear um mapeamento de lotes com dimensões que permitem a construção de um empreendimento com o número de unidades privativas e vagas de garagem exigidas para viabilizar o negócio.

Conforme descrito na metodologia, observou-se que dessas regiões potenciais, apenas as macrozonas 1 e 2 apresentaram áreas ainda não adensadas com valores de terreno passíveis de viabilização, descartando assim a macrozona 3.

Tendo definidas as macrorregiões, foi feita a etapa de análise de ambiente,

mapeando as principais vias e pontos notáveis, conforme Figuras 10 e 11.



Figura 10: Pontos Notáveis Macrozona 1



Figura 11: Pontos Notáveis Macrozona 2

Tais pontos notáveis nortearam a busca pela melhor localização. Na busca por lotes passíveis de viabilização chegou-se nos terrenos listados nas Tabelas 2 e 3.

Terreno	Área (m ²)	Valor (R\$)	Valor/m ² (R\$)
1	481	330.000,00	686,07
2	480	400.000,00	833,33
3	580	400.000,00	689,66
4	507	440.000,00	867,85
5	530	515.000,00	971,70
6	560	425.000,00	758,93
7	494	390.000,00	789,47

Tabela 2: Valores amostrais dos valores de lotes na macrozona 1

Terreno	Área (m ²)	Valor (R\$)	Valor/m ² (R\$)
1	637,00	310.000,00	486,66
2	480,00	280.000,00	583,33
3	540,00	250.000,00	462,96
4	444,50	240.000,00	539,93
5	635,00	280.000,00	440,94

Tabela 3: Valores amostrais dos valores de lotes na macrozona 2

A partir de um estudo de ambiente mais aprofundado e visitas em campo, foram escolhidos para a análise de viabilidade econômico-financeira um lote da macrozona 1 negociado por R\$ 400.000,00 e outro lote da macrozona 2 por R\$ 250.000,00. Estas informações, incluindo os indicadores de oferta e localização, fornecem dados de entrada para um futuro estudo de viabilidade econômica para este segmento de mercado.

4 | CONCLUSÕES

O trabalho permite concluir que a análise mercadológica é de fundamental importância para que a viabilidade econômica seja satisfatória.

Conhecer a oferta e conseguir identificar uma demanda reprimida permite traçar uma inteligência de mercado que cria fundamentos para o desenvolvimento do produto. A análise do ambiente e a preocupação com a localização do empreendimento influenciam diretamente na sua curva de vendas e, conseqüentemente, em poucos desvios em relação ao que foi esperado no traçado da viabilidade.

Pelo que foi estudado, pode-se perceber que um produto a ser desenvolvido em uma região aquecida e com grande volume estocado – como a macrozona 2 – deve ser pensado para competir com grandes diferenciais ou com preços mais baixos que os ofertados pelos concorrentes.

Como os preços de venda são ditados pelo mercado, é interessante buscar regiões que apresentam clara absorção em sua curva de VSO e que tenham maior margem para se trabalhar preços, como é o caso da macrozona 1 que apresenta valor de metro quadrado mais valorizado e que permite a prática de preços mais baratos que o mercado, assumindo postura conservadora sem inviabilizar o empreendimento economicamente.

Além disso, o conservadorismo para evitar imprevistos negativos também compreende conhecer o quanto das vendas realmente é efetivo.

A qualidade de venda deve ser uma preocupação do incorporador que conta com distratos antes de investir.

Para que um empreendimento obtenha resultados positivos e aconteça de forma planejada, verifica-se a necessidade de uma análise criteriosa para uma possível implantação. Desse modo é no mínimo necessário que o empreendedor tome a decisão

de investir baseando-se nos dados econômicos, financeiros e mercadológicos.

O trabalho conclui apontando como os fatores mercadológicos possuem importância para balizar uma subsequente tomada de decisão, fornecendo dados de entrada para um estudo de viabilidade econômico-financeiro confiável e assertivo.

REFERÊNCIAS

- BALARINE, O. *Determinação do impacto de fatores sócio econômicos na formação do estoque habitacional em Porto Alegre*. 1995. Florianópolis. 172 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.
- BARRECA, A.; CURTO, R.; ROLANDO, D. Assessing social and territorial vulnerability on real estate submarkets. *Buildings*, v. 7, n. 4, p. 1-17, 2017.
- DEL GIUDICE, V.; DE PAOLA, P. Real Estate Economics, Management and Investments: New Perspectives and Frontiers. *Buildings*, v. 8, n.3, p. 1-7, 2018.
- FERNANDEZ, J. A. C. G.; ILHA, J. C. G.; OLIVEIRA, R. Análise de mercado para empreendimentos habitacionais multifamiliares. In: Workshop Brasileiro de Gestão do Processo de Projeto na Construção de Edifícios, 3., Belo Horizonte, 2003. *Anais...* Belo Horizonte, 2003.
- GOMES, L. P. *Uma Análise Comparativa entre Estudo de Viabilidade Estática e Dinâmica para Diferentes Produtos Imobiliários*. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.
- LIMA JUNIOR, João da Rocha. *Decidir sobre Investimentos no Setor da Construção Civil*. 1998, 74 p. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP, Departamento de Engenharia de Construção Civil. São Paulo, 1998.
- PASCALE, A., ALENCAR, C. T. *Atributos que configuram qualidade às localizações residenciais: uma matriz para clientes de mercado na cidade de São Paulo*. 2006. São Paulo. Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP. Departamento de Engenharia de construção Civil.
- PETERSEN, F. B.; DANILEVICZ, A. M. F. Análise qualitativa e quantitativa de atributos valorativos de empreendimentos imobiliários em Porto Alegre. *Revista Gestão Industrial*, Porto Alegre, v. 2, n. 4, p.1-12, 1 dez. 2006.
- VIANA, D. *Viabilidade de empreendimentos imobiliários e incorporações*. FGV, 2008.
- YUNUS, N. Dynamic Linkages Among US Real Estate Sectors Before and After the Housing Crisis. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, p. 1-26, 2017.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise Espacial 78
Arranjo Produtivo Local 98, 100

D

Desenvolvimento Sustentável 118, 352
Direito à Cidade 138, 252, 257

E

Economia Compartilhada 271, 287
Expansão Urbana 131, 137

H

Habitação de Interesse Social 152, 171, 193, 235, 236, 244, 245

I

Inclusão Territorial 246
Indústria Automobilística 98, 99, 101, 103, 104, 108
Infraestrutura Verde 350

M

Mercado Imobiliário 152, 271, 290, 294, 306, 315

N

Norma de Desempenho 171, 175, 189, 190, 191

P

Parques Urbanos 327, 328, 330, 335, 337
Patrimônio Cultural 125, 379
Percepção dos Usuários 212
Planejamento Urbano e Regional 2, 5, 3, 203, 326, 330, 348, 349, 366
Políticas de Planejamento Territorial 1
Políticas Públicas 110, 193, 352, 363, 364
Programa Minha Casa Minha Vida 139, 140, 141, 143, 144, 146, 150, 151, 193, 196,
233, 236, 241, 244

Q

Qualidade de Vida 212

R

Redes de Transporte 366

Rede Urbana 80

Regularização Fundiária 223, 231, 246

S

Segurança Pública 79

Sustentabilidade 174, 192, 193, 348, 351

Z

Zonas Especiais de Interesse Social 232, 233, 245

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-558-7

