

Imobiliária



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	10
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	11
Custos.....	12
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	14
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	17
Entidades em Geral.....	17
Normas Técnicas.....	18
Glossário.....	20
Dicas de Negócio.....	20
Características Específicas do Empreendedor.....	21
Bibliografia Complementar.....	22
Fonte de Recurso.....	24
Planejamento Financeiro.....	24
Produtos e Serviços - Sebrae.....	25
Sites Úteis.....	26

1. Apresentação de Negócio

Imobiliária é uma modalidade de empresa que atua no mercado imobiliário, na intermediação de venda ou locação de imóveis, tais como: casas e apartamentos, salas e escritórios, bem como na administração de imóveis locados. Pela venda ou locação de um imóvel a imobiliária ganha uma comissão, a qual é devida pelo dono do imóvel. Uma imobiliária precisa ser credenciada pelo CRECI – Conselho Regional de Corretores de Imóveis, cuja instituição pode ser encontrada nos estados da federação e no distrito federal.

As imobiliárias desempenham um trabalho essencial de aproximação entre o interesse dos proprietários de imóveis em vender ou alugar seu bem e o desejo dos pretendentes a aquisição ou locação de tais bens, tornando-se um elo entre essas duas partes e intermediando a negociação de forma direta ou partilhada, o que torna o negócio de venda e locação de imóveis mais simples e seguro.

O segmento empresarial de imobiliária tornou-se muito importante com o crescimento das cidades, pois comprar o imóvel ideal passou a ser um processo que envolve muita pesquisa, bem como possibilitou o aumento de investimentos na área imobiliária, transformando esse mercado num dos principais componentes da economia nacional.

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração do plano consulte o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

O Brasil tem retomado sua vitalidade financeira após uma situação econômica delicada que atingiu o auge em 2016. Diante disso, o mercado de Imóveis que havia sofrido bastante com a crise econômica, começa a dar seus passos de volta ao crescimento e se remodelar diante o novo perfil de consumo.

Passado os anos de instabilidade econômica, o setor vislumbra um novo cenário para os próximos anos. A expectativa de menores juros, uma maior abertura de financiamentos bancários e um ambiente mais seguro juridicamente, propiciou um aumento da demanda e consequentemente as construtoras e as incorporadoras voltam a lançar novos projetos para todas as classes econômicas e faixas etárias.

Alguns indicadores do comportamento brasileiro mostram uma nova realidade para o desenvolvimento do setor imobiliário, tais como:

- Continuidade do crescimento da população brasileira;
- Aumento do número de jovens na chamada faixa economicamente ativa, incluindo-os no mercado potencial para o segmento;
- Diminuição do número de moradores por residência aliado ao desejo de independência dos brasileiros, que cada vez mais cedo desejam realizar o sonho da casa própria;
- Retorno do crescimento da Renda média do trabalhador;
- Desejo da população por móveis mais compactos, que impacta diretamente na redução dos custos com a construção.
- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado-alvo;

- Pesquisa a guias especializados e revistas sobre o segmento;
- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho;
- Participação em seminários especializados.

O cenário econômico favorável para os próximos anos estimula empresários para ampliar e renovar suas empresas, e a redução da taxa SELIC e novas opções de financiamento de imóveis pela Caixa Econômica Federal, para a pessoa física, ampliam o mercado e cada vez mais as oportunidades para o empreendedor neste setor. Conforme divulgado pela **ABECIP** - Associação Brasileira das Entidades de Crédito, 2018 comparado com 2017, cresceu 30% na compra e construção de imóveis. Somente em dezembro foram mais de 228 mil financiamentos, com R\$ 6,05 bilhões de recursos provenientes da poupança. Segundo o **SBPE** (Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo), mais de R\$ 57 bilhões foram direcionados à compra e construção de imóveis durante 2018, com crescimento de 33% anual. São números que não só constataam uma onda de crescimento. Especialistas da Fundação Getúlio Vargas apontam estabilidade alta e um crescimento contínuo para o setor.

Aliado a esses indicadores, o governo brasileiro tem reduzido a taxa de juros por meio do anúncio do pacote de medidas econômicas e com a implementação de políticas públicas na área habitacional, como é o caso do Programa Minha Casa Minha Vida, que tem proporcionado forte aquecimento no mercado imobiliário.

As mudanças implementadas pela Caixa Econômica Federal a partir de 2017 estão sendo positivas para o mercado. A instituição aumentou o teto do financiamento de imóveis para R\$1,5 milhão com de recursos do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço). No início de 2019 implementou o aumento da faixa para financiamento de imóveis até R\$ 145 mil no programa Minha Casa Minha Vida, além de redução nos juros.

O cenário demonstra que a reação desse mercado já começou e que há boas possibilidades para os empreendimentos desse setor, basta apenas que o empreendedor conheça bem o ramo e esteja antenado à tudo o que nele acontece, seja no campo político, econômico ou social.

O empreendedor deverá ter em mente que seu negócio terá muito maior possibilidade de ser sucesso se for criativo e prestar serviços com diferenciação dos demais prestadores que já estão no mercado

3. Localização

A localização de uma imobiliária deve ser considerada como um fator de alta importância para o sucesso do negócio e deve estar alinhada com a estratégia geral do empreendimento. É importante definir se ela será física (com sede e visita dos clientes e candidatos) ou virtual ou ambas.

Dentre todos os aspectos importantes para a escolha do ponto, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos consumidores locais, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a facilidade de estacionar no local e a segurança e limpeza do local.

Para uma escolha segura, outros detalhes devem ser considerados, como:

- O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet?
- O ponto é de fácil acesso, possui estacionamento para veículos e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas?
- O local está livre de ruídos excessivos, maus odores, poluição do ar, inundações e outros riscos?
- As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
- A legislação local permite o licenciamento das placas de sinalização?

Uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Uma imobiliária deve estar instalada em local de grande frequência de público, próxima a shoppings, centros comerciais, ruas ou avenidas movimentadas, ou outros locais de grande fluxo de pessoas, que favoreça o estacionamento de veículos e possua boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela.

Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), a definição da melhor localização – ponto - é um pouco mais complexa do que aparenta, pois envolve variáveis antagônicas, como alto fluxo de pessoas e custo acessível. O melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim aquele que trará o melhor resultado. Para tanto, deve-se conhecer profundamente as particularidades do negócio em questão.

4. Exigências Legais e Específicas

O empreendedor de uma empresa imobiliária deverá cumprir algumas exigências iniciais, quais sejam:

Registro:

a) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social –

INSS/FGTS”;

- Corpo de Bombeiros Militar;

b) Visita a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua imobiliária para fazer a consulta de local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial.

c) Somente poderá comercializar imóveis após os devidos registros perante o CRECI – Conselho Regional de Corretores de Imóveis -, além desse registro da imobiliária junto ao CRECI deve-se também trabalhar exclusivamente com corretores devidamente registrados junto a esse conselho, e ainda atentar à legislação que segue:

- Lei nº. 6.530, de 12 de maio de 1978. Dá nova regulamentação à profissão de Corretor de Imóveis, disciplina o funcionamento de seus órgãos de fiscalização e dá outras providências.

- Decreto nº. 81.871, de 26 de junho de 1978. Regulamenta a Lei nº. 6.530, de 12 de maio de 1978, que dá nova regulamentação à profissão de Corretor de Imóveis, disciplina o funcionamento de seus órgãos e dá outras providências.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. O CDC regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final.

5. Estrutura

A estrutura varia de acordo com o porte da empresa. Um escritório de aproximadamente 60 m² pode iniciar as atividades organizado da seguinte forma:

1. Área destinada à recepção de clientes;
2. Espaços para atendimento individual dos clientes, pelos corretores;
3. Espaço para instalação da área administrativa.

Todas as áreas indicadas acima devem ser bem estruturadas, com layout previamente definido, buscando respeitar a facilidade de movimentação de pessoas, sem perturbar os atendimentos que estejam em andamento, visando dar ao cliente e ao atendente privacidade e tranquilidade para negociarem.

Indica-se que a área de atendimento aos clientes deverá ocupar em torno de 50% do espaço total.

O empresário deve avaliar se existe necessidade de instalação de sistema de alarmes, instalação de câmeras, bem como a contratação de seguro para os equipamentos, considerando os riscos pertinentes à região ou local em que a loja está instalada.

6. Pessoal

O número de empregados irá variar de acordo com o número de clientes atendidos.

Considerando a estrutura sugerida para a imobiliária entende-se que o quadro de empregados fixos para o início das atividades deve ser da ordem de 05 (cinco) pessoas, distribuídas da seguinte forma:

- 01 Gerente: Este cargo deverá ser ocupado pelo empreendedor, porém, este deverá decidir de acordo com sua estratégia de gestão. Cabe ao gerente estabelecer as políticas e diretrizes de funcionamento da imobiliária, liderar a equipe, firmar contratos, realizar pagamentos, homologar decisões importantes, movimentar valores financeiros, contratar e demitir pessoas, representar a empresa em todas as situações e outras atividades típicas do cargo.
- 01 Recepcionista: Será encarregada da recepção aos clientes que procurarem a imobiliária, bem como do atendimento telefônico.
- 01 Auxiliar administrativo: Deverá atuar no apoio ao gerente, realizando atividades típicas da área administrativa relacionadas com gestão de pessoas, compras, contratações, contas a receber, contas a pagar, bancos, controles financeiros, marketing, relacionamento com o escritório contábil e organização geral do escritório.
- 02 Corretores: Devem ter formação na área imobiliária e registro junto ao CRECI, sendo esses os responsáveis pelas vendas e locações de imóveis, que são as atividades principais de uma imobiliária.
- 01 Captador: Atuará na captação de imóveis para serem intermediados pela imobiliária, tanto nas vendas como nas locações. Esse profissional não necessita obrigatoriamente ser registrado junto ao CRECI.

Perfil profissional dos colaboradores

Recepcionista: Deve ter domínio do pacote Microsoft Office em nível de usuário, habilidade de comunicação e relacionamento interpessoal, facilidade para trabalhar em equipe, senso de organização, noções de qualidade em serviços e responsabilidade.

Auxiliar administrativo: Domínio do pacote Microsoft Office em nível de usuário, experiência em atividades administrativas relacionadas com controles financeiros, controles de contas a pagar e a receber, compras e outras. Deve ter facilidade de comunicação e relacionamento interpessoal, facilidade para trabalhar em equipe, senso de organização, noções de qualidade em serviços, interesse e responsabilidade.

Corretores: Devem estar habilitados e registrados no CRECI, terem habilidade de negociação e vendas, conhecimento do mercado local e regional, facilidade de comunicação, bom relacionamento interpessoal na área de atuação, facilidade para trabalhar em equipe,

energia e disposição, desejo de prosperidade, persistência, tenacidade e resiliência.

Captador: Deve conhecer bem o mercado imobiliário local e regional, ter bom relacionamento na área, ser bom negociador, boa comunicação e capacidade de articulação, ser persistente e ter vontade de crescer profissionalmente.

Ressalte-se que o empreendedor deverá, de preferência, ser registrado junto ao CRECI, visando evitar vários transtornos para seu empreendimento empresarial, e também, deve estar presente em tempo integral na empresa, em especial no momento dos fechamentos de negócios.

Para providenciar o registro como corretor de imóveis é necessário ter:

- No mínimo o Ensino Médio completo;
- Habilidade em negociações;
- Uma boa noção prática e teórica do mercado financeiro e ter habilidade em cálculos financeiros;
- Conhecimento do mercado imobiliário e capacidade de relacionar as tendências deste mercado com as demais opções de investimentos financeiros, pelo menos em nível teórico;
- Ter feito o TTI - Curso Técnico em Transações Imobiliárias. Esse curso é o que possibilita ao profissional realizar o exame de proficiência junto ao CRECI para obter o seu respectivo registro profissional. Atualmente existe oferta de curso superior Tecnólogo em Gestão Imobiliária, sendo que, para quem tem esse nível de escolaridade específico não necessita do curso técnico.

Além disso a Imobiliária deve contar com um auxiliar de serviços gerais, para a limpeza do ambiente e serviços de copa.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários para a montagem de uma imobiliária de pequeno porte são os seguintes:

Equipamento

Valor

- 10 cadeiras estofadas – interlocutor
R\$2.100,00
- 06 cadeiras giratórias com braço
R\$1.800,00
- 06 cadeiras para mesa de reuniões
R\$1.800,00
- 01 impressora a laser
R\$699,00
- 01 impressora multifuncional
R\$920,00
- 04 máquinas calculadoras financeiras

R\$1.240,00
- 01 máquina fotográfica
R\$540,00
- 01 mesa de reunião
R\$1.840,00
- 06 mesas em L - estações de trabalho
R\$4.860,00
- 06 microcomputadores completos
R\$8.400,00
- 01 sofá 02 lugares para sala de espera
R\$1.240,00
- 01 poltrona individual
R\$740,00
- 01 mesa de centro
R\$540,00
- 01 filtro de água
R\$640,00
- 01 suporte para copos plásticos
R\$120,00
- 01 arquivo para pastas suspensas
R\$370,00
- 04 armários duas portas
R\$1.640,00
- 01 estante para a área administrativa
R\$740,00
- 02 telefones celular
R\$1.400,00
- 06 aparelhos de telefone
R\$371,00
- 02 aparelhos de ar condicionado 12.000 BTUs
R\$3.900,00
Software de gestão de imobiliária + instalação
R\$7.400,00

TOTAL _____
R\$43.300,00

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

- Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

- Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Nesse segmento, que é de imobiliária, o produto ofertado será a prestação de serviço na intermediação de negócios envolvendo imóveis. Como exemplo, pode-se citar a intermediação de negócios envolvendo os seguintes itens imobiliários, tanto na venda quanto na locação:

- Prédios;
- Apartamentos;
- Salas comerciais;
- Lojas;
- Casas em condomínios fechados;
- Casas;
- Chácaras;
- Fazendas;
- Galpões;
- Lotes;
- Terrenos em geral.

9. Organização do Processo Produtivo

Na organização do processo produtivo de uma imobiliária deve-se atentar aos seguintes pontos:

CAPTAÇÃO E VINCULAÇÃO DO IMÓVEL JUNTO A IMOBILIÁRIA

- 1) Levantar junto aos proprietários de imóveis o interesse em vender ou alugar seu imóvel;
- 2) Uma vez levantada a disponibilidade do imóvel para venda ou locação, deve-se então efetivar um contrato entre o proprietário do imóvel e a imobiliária, visando resguardar as partes, mas em especial a imobiliária, pois essa terá custos para colocar o imóvel no mercado;

3) No contrato indicado no item dois acima, deve-se definir o valor de comercialização do imóvel, seja para locação ou para venda. Esse procedimento visa definir todas as regras inerentes ao interesse e expectativa do proprietário do imóvel e também segundo a aceitabilidade do mercado.

LOCAÇÃO E VENDA DE IMÓVEL

1) Transcorrida a etapa de captação de imóvel e do seu cadastramento na imobiliária, passa-se então para o trabalho específico sobre cada imóvel, seja para locação ou venda;

2) Nesse trabalho sobre cada imóvel é, então, necessário que se afixem placas com a indicação de locação ou venda do imóvel, trazendo a indicação de como se faz contato com a imobiliária; telefone é o principal meio de contato;

3) Na placa citada no item anterior, deve ser indicada qual a finalidade de tal imóvel, ou seja, residencial, comercial ou outras. Isto simplifica e direciona os contatos de interessados, evitando assim especulações e ligações de pretensos interessados, mas com finalidade diferente da qual o imóvel está direcionado;

4) O valor de cada imóvel deverá ser definido segundo algumas formas já consolidadas no mercado, visando trabalhar dentro de realidade possível para cada um deles:

- Valor venal;
- Valor de mercado;
- Valor locativo;
- Valor patrimonial tributário;
- Outros.

5) Para se processar a adequada avaliação do imóvel, segundo sua finalidade, deve-se então utilizar preferencialmente um dos métodos citados abaixo:

- Método comparativo;
- Método da renda;
- Método do custo do imóvel;
- Método do valor residual.

6) A partir do momento em que o imóvel for considerado pronto para as devidas transações, deve-se iniciar a fase de anúncios e demais procedimentos mercadológicos, com vistas ao alcance dos interessados.

É fundamental que todo o processo seja gerenciado através de software específico para gerenciamento de imobiliária, pois este processo deve ser bem estruturado.

10. Automação

A automação para esse tipo de empreendimento empresarial é fundamental, já que sem um processo automatizado a imobiliária estará fadada ao insucesso, isto porque a falta de um software que possibilite rápida consulta ao banco de dados de imóveis será um grande limitador de tempo e principalmente de qualidade.

O processo de automação de uma imobiliária deve abranger todas as etapas da cadeia produtiva desse empreendimento; que vai desde a informação de imóveis passíveis de captação, contratação e cadastro dos imóveis captados em seu banco de dados, às principais descrições de cada um, além de inserção de interesse de clientes por um determinado tipo de imóvel, de forma que seja possível identificar aquele que atende as expectativas de cada cliente.

A imobiliária que inicia pode utilizar uma planilha Excel para controle de sua carteira de clientes (vencimentos, renovações, baixa automática, etc.). Com o crescimento dos negócios, é recomendável o uso de um sistema para gerenciamento de controle imóveis/condomínios.

Diante disto o empreendedor deverá buscar no mercado um software de automação de imobiliária, se possível, que consiga aliar as atividades específicas desse segmento, bem como atuar como facilitador na execução das atividades administrativo-financeiras.

Nesse empreendimento, não basta apenas atuar de forma proativa atendendo as demandas de seus clientes. É fundamental ficar atento também às atividades operacionais e de gestão da empresa, pois estando ela bem administrada e controlada será uma ótima referência para os clientes que buscam o serviço da imobiliária, seja na condição de proprietário de imóvel, ou aquele que busca uma unidade para comprar ou alugar.

O segmento imobiliário tem buscado a atuação de forma integrada em nível nacional, pois há clientes com interesses em estados distintos daquele em que reside ou trabalha. Assim, o empreendedor do ramo imobiliário deverá procurar participar de fóruns de discussões ou Bolsa Imobiliária nas localidades em que estiver instalado, visando estabelecer acordos e parcerias com imobiliárias de maior porte no Brasil, já que os interesses nesse tipo de negócio são mútuos.

Verificar se é importante automação em questão de segurança (câmeras de segurança), automatização elétrica e hidráulica, entre outras.

11. Canais de Distribuição

O principal canal de distribuição é a própria imobiliária, podendo esta, atuar com postos avançados em empreendimentos em construção ou venda de imóveis em prédios acabados. Sites de vendas são fortes aliados, porém, esse processo deve canalizar o interessado para o atendimento de um corretor que dará sequência à venda.

Um novo modelo de atuação é a demanda por imóveis por curto período, com destaque para as grandes cidades, que atraem estudantes e executivos que vão permanecer na cidade por pouco tempo, e para as cidades turísticas que atraem grandes grupos de viajantes.

Integração da loja física e online:

Omnichannel é uma tendência do varejo que se baseia na convergência de todos os canais utilizados por uma empresa. Trata-se da possibilidade de fazer com que o consumidor não veja diferença entre o mundo online e o offline.

O omnichannel integra lojas físicas, virtuais e compradores. Dessa maneira, pode explorar todas as possibilidades de interação.

Essa tendência é uma evolução do conceito de multicanal, pois é completamente focada na experiência do consumidor nos canais existentes de uma determinada marca.

Como exemplo, há os aplicativos móveis, que combinam o layout do site com a temática interna das lojas físicas. De forma prática, isso propicia ao consumidor utilizar todos os canais disponibilizados pela organização e a quebra das barreiras entre o mundo físico e o digital.

Por meio da integração de canais, o consumidor satisfaz suas necessidades onde e quando desejar, no momento mais confortável para ele, não havendo restrições de local, horário ou meio.

12. Investimentos

O investimento inicial para a instalação de uma imobiliária de pequeno porte deverá ficar em torno de R\$ 80.300,00, para cobertura dos itens descritos a seguir:

Valor dos equipamentos e mobiliário (ver capítulo Equipamentos) – R\$ 43.300,00

Despesas com adequação do imóvel – R\$ 15.000,00

Capital de giro – R\$ 22.000,00

Total do investimento estimado – R\$ 80.300,00

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem menores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo

médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- a) Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- b) Despesas financeiras advindas de empréstimos e/ou financiamentos;
- c) Demora na geração de receitas por vendas e intermediação de locação;
- e) Volume de vendas abaixo do previsto.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão.

O empresário deve evitar a retirada de valores além do pró-labore estipulado, pois no início todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. Dessa forma a empresa poderá alcançar mais rapidamente sua auto-sustentação, reduzindo as necessidades de capital de giro e agregando maior valor ao novo negócio.

Ressalte-se que normalmente o tempo de retorno desse segmento empresarial será atingido em médio prazo. Por essa razão deve-se estimar um percentual da ordem de 40% sobre o investimento inicial para capital de giro, no início das atividades, algo em torno de R\$22.000,00 nesta estimativa.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas comerciais, insumos consumidos no processo de prestação e execução de serviços, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, prestação e

venda de serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir uma imobiliária devem ser estimados considerando os itens abaixo:

Item	Valor
1. Salários, comissões e encargos	R\$15.000,00
2. Despesas com alimentação	R\$1.500,00
3. Despesas com transporte	R\$1.000,00
4. Água, luz, telefone e internet	R\$600,00
5. Aluguel, condomínio e taxas	R\$3.500,00
6. Manutenção de software	R\$550,00
7. Manutenção de site e de equipamentos	R\$400,00
8. Higiene e limpeza	R\$350,00
9. Despesas de publicidade	R\$ 1.500,00
TOTAL	R\$ 24.400,00

O maior custo é com o quadro de pessoal (salários e encargos), que se bem administrados podem ser em número reduzido. Mas sempre lembrando que este número depende do tamanho do empreendimento

São raras as empresas que pagam salário a seus corretores, mesmo que ele trabalhe unicamente para uma só imobiliária. Sua remuneração é baseada em comissões sobre a venda e a locação de imóveis. O Conselho Regional de Corretores de Imóveis (Creci) define, em cada estado, uma tabela de honorários de transações imobiliárias e outros serviços prestados por esses profissionais. O que normalmente é praticado é o seguinte:

Compra e Venda:

- Áreas urbanas: 6% sobre o preço da venda
- Áreas rurais: 10% sobre o preço da venda

Locação:

- Recebimento de aluguel e administração do imóvel locado: 10% do valor do aluguel
- Locação por temporada: mínimo de 20% do valor pago por temporada

Administração de condomínios:

- Comissão de 10% sobre todo o valor recebido no mês

15. Diversificação/Agregação de Valor

A diversificação e agregação de valor se dará, principalmente, pelo relacionamento com o cliente e pela qualidade do atendimento prestado pela equipe de profissionais.

Alguns tipos de serviços complementares poderão ser realizados para oferecer maiores benefícios aos clientes, conforme segue:

- Realizar pesquisas de mercado relacionadas a áreas potenciais ou em franco desenvolvimento em sua região, visando oferecer oportunidades imobiliárias para potenciais clientes e investidores;
- Atuar de forma proativa junto ao mercado, visando a manutenção de uma ampla carteira de imóveis, possibilitando oferta diversificada em termos de localização, padrão de acabamento e preços;
- Não cobrar nenhuma taxa antecipada para vincular o imóvel à imobiliária, pois comissão somente existirá nos negócios efetivamente concretizados;
- Trabalhar com equipe devidamente registrada perante o CRECI. Isto se traduz em valor agregado ao seu negócio;
- Manter equipe treinada e capacitada para realizar fechamentos de vendas baseados na competência;
- Reter e fidelizar clientes através de relacionamento permanente e contínuo, mantendo um ativo intangível que possa gerar novos negócios no futuro.
- Agregar ideias com objetivos claros e fáceis de mensurar ao negócio. Buscar ganho de qualidade que logo sejam assimiladas pelos clientes, às vezes com pequenos detalhes, mas que aos olhos do consumidor visualizem.

16. Divulgação

A divulgação de uma imobiliária pode acontecer de diversas formas. Normalmente ocorrerá via anúncio em jornal de grande circulação de sua região, com ofertas de imóveis para venda ou locação, em dias específicos. Desta forma as diversas pessoas que estejam buscando novas oportunidades de negócios, relacionados aos imóveis de locação ou compra tomarão conhecimento de sua imobiliária. A empresa também deverá lançar mão desses anúncios para divulgar sua marca e melhorar a imagem, bem como captar imóveis para compor sua base comercial.

Um site de boa qualidade na internet é fator fundamental para divulgação permanente e de longo alcance é também se fazer presente nas redes sociais com páginas interativas, possibilitando o máximo de visibilidade. Os imóveis deverão compor uma ampla vitrine virtual, possibilitando a visualização através de foto e mapa de localização. A divulgação deverá ocorrer de forma organizada, segmentada por bairro/localidade, por padrão de acabamento, por tamanho de imóvel (nr. quartos, m², nr vagas, etc), por destinação ao uso, por preço e etc. Este é um recurso indispensável para esse segmento de negócio.

Todas as alternativas de marketing digital devem ser exploradas e aproveitadas com competência, incluindo e-mails, post em redes sociais e qualquer material rico de informações que sua imobiliária possa oferecer aos clientes. O sistema deve permitir a integração do site com plataformas de automação de marketing. Dessa forma, a sua estratégia de marketing fica mais completa propiciando agilidade nas ações de captação de clientes.

Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica.

E, para alcançar o sucesso e a prosperidade do negócio, deve-se sempre trabalhar com transparência e apresentar informações reais, que serão cumpridas sem quaisquer "pegadinhas" ou artifícios. Isso fortalece muito a imagem da empresa e ajuda a construir uma boa reputação junto aos envolvidos, melhorando tanto os aspectos institucionais, quanto as chances de vendas. Isso fortalece a melhor forma de divulgação: a propaganda boca-a-boca, isto é, clientes indicando mais clientes.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de IMOBILIÁRIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 6822-6/00 como a atividade de exploração de serviços de intermediação de vendas, locação e administração de imóveis, poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem

optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Outros regimes de tributação

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

- Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de:

- IRPJ - 15%. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL - 9%. Não há adicional de imposto.
- PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS - 7,65% - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- ICMS - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas. - ISS – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- INSS - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos,

observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- FGTS – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

CONAMI - Congresso Nacional do Mercado Imobiliário.

Evento realizado pelo Secovi Rio, que ocorre normalmente na cidade do Rio de Janeiro – RJ.

<http://www.secovirio.com.br/conamieforum/pt/imprensa.asp>

CIMI - Congresso Internacional do Mercado Imobiliário e ENBRACI - Encontro Brasileiro de Corretores de Imóveis.

FEIRAS DE IMÓVEIS DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Realizado anualmente, a Feira de imóveis da Caixa é um evento realizado pela Caixa Econômica Federal com a participação das principais construtoras de imóveis e de grandes imobiliárias que juntos oferecem imóveis para os mais variados perfis de consumidores, desde casas simples até os apartamentos mais luxuosos que se possa imaginar. Essas feiras ocorrem em diversas cidades de acordo com programação própria.

<http://www.feiraocaixaimoveis.com/feira-de-imoveis-da-caixa-como-funciona>

Outra forma de identificar eventos na área imobiliária é manter proximidade com os SECOVI – Sindicato da Habitação, que em cada estado tem sua representatividade. Acessar o site <http://www.secovi.com.br/index.php>

Conecta Imobi - evento de mercado imobiliário da América Latina que vai trazer todas as novidades do segmento.

<https://www.conectaimobi.com.br>

19. Entidades em Geral

ABADI - Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis. <http://www.abadi.com.br/>

ABAMI - Associação Brasileira de Advogados do Mercado Imobiliário. <http://www.abami.org.br/>

ADEMI - Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário. <http://www.ademi.org.br/>

- Conselho Federal dos Corretores de Imóveis. <http://www.cofeci.gov.br/>

CRECI-SP – Conselho Regional de Corretores de Imóveis de São Paulo. <http://www.crecisp.gov.br/index.asp#>. Cada estado tem seu CRECI, portanto, para acessar o site substitua “crecisp” por “cresci e a sigla do estado de interesse.

FENACI - Federação Nacional dos Corretores e Imóveis.

<http://www.fenaci.org.br/>

FIABCI - Federação Internacional das Profissões Imobiliárias.

<http://www.fiabci.com.br/ws2010/index.asp>

SECOVI - Sindicato das Empresas de Compra, Venda, Locação e Administração de Imóveis Comerciais e Residenciais.

<http://www.secovi.com.br/>

SINDIMÓVEIS-RS - Sindicatos dos Corretores de Imóveis do Estado do Rio Grande do Sul. Site: <http://www.sindimoveis-rs.com.br>. Para acessar o site do SINDIMÓVEIS de um determinado estado deve-se alterar a sigla do estado procurado

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Imobiliária

ABNT NBR 12721:2006 Versão Corrigida 2:2007 - Avaliação de custos unitários de construção para incorporação imobiliária e outras disposições para condomínios edifícios – Procedimento.

Esta Norma estabelece os critérios para avaliação de custos unitários, cálculo do rateio de construção e outras disposições correlatas, conforme as disposições fixadas e as exigências estabelecidas na Lei Federal 4.591/64.

ABNT NBR 14037:2011 - Diretrizes para elaboração de manuais de uso, operação e manutenção das edificações — Requisitos para elaboração e apresentação dos conteúdos.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos para elaboração e apresentação dos

conteúdos a serem incluídos no manual de uso, operação e manutenção das edificações elaborado e entregue pelo construtor e/ou incorporador, conforme legislação vigente.

ABNT NBR 14653-1:2001 Versão Corrigida 2:2005 - Avaliação de bens - Parte 1: Procedimento gerais.

Esta Norma da NBR 14653 fixa as diretrizes para avaliação de bens.

ABNT NBR 14653-2:2011 – Avaliação de bens - Parte 2: Imóveis urbanos.

Esta parte da ABNT NBR 14653 fornece os procedimentos para a avaliação de imóveis urbanos.

ABNT NBR 14653-3:2004- Avaliação de bens - Parte 3: Imóveis rurais.

Esta parte da NBR 14653-3 detalha as diretrizes e padrões específicos de procedimentos para a avaliação de imóveis rurais.

ABNT NBR 14653-4:2002 - Avaliação de bens - Parte 4: Empreendimentos.

Esta parte da NBR 14653 fixa as diretrizes para a avaliação de empreendimentos quanto a: classificação da sua natureza, instituição de terminologia, definições, símbolos e abreviaturas, descrições das atividades básicas, definição da metodologia básica, especificação das avaliações, requisitos básicos de laudos e pareceres técnicos de avaliação.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Imobiliária.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do

ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Carência: no caso de área imobiliária, a palavra carência tem o efeito de indicar um período concedido, normalmente em aluguel, sem custo, visando dar possibilidade ao locatário um tempo para se estruturar financeiramente, principalmente quando efetuado alguma reforma que agregará valor ao referido imóvel.

Condomínio: conjunto das partes comuns de um edifício, sendo que normalmente se cobra um valor mensal a título de custeio para essas áreas comuns.

Comissão: gratificação, retribuição, percentagem de lucro, ou remuneração variável paga sobre um determinado desempenho.

CRECI: Conselho Regional de Corretores de Imóveis, presente em todos os estados da federação.

COFECI: Conselho Federal de Corretores de Imóveis, instalado em Brasília/DF e congrega todos os CRECI estaduais.

Expropriação: tirar legalmente de alguém a posse ou a propriedade de um bem.

Indenização: valor pago a título de compensação por perda de algum negócio.

Inquilino: aquele que reside em um imóvel alugado.

Locação: aluguel.

Locatário: aquele que reside em um imóvel alugado.

Locado: alugado.

Locador: proprietário de imóvel que aluga a alguém.

Valor venal: valor declarado do imóvel para venda.

22. Dicas de Negócio

O candidato a empresário no segmento de imobiliária deve entrar nesse negócio consciente de que enfrentará uma forte concorrência, e por isso mesmo terá que estar presente tempo integral; principalmente no início das atividades do novo empreendimento, tanto na parte de contatos comerciais, quanto operacional, tratando da captação de imóvel para sua

imobiliária, fazendo transparecer seriedade e honestidade, visando com isto sedimentar seu negócio junto ao mercado.

Considerando o grande número de empresas desse segmento que já estão em atuação no mercado, o empreendedor deverá atuar de forma altamente profissional e qualificada. Assim, o bom atendimento, tanto para proprietários de imóveis quanto para clientes interessados em comprar ou locar imóveis, precisa ser a tônica de seu negócio.

Essa qualidade no atendimento às partes que se envolvem com o seu empreendimento comercial deve ser muito bem tratada, pois sua imobiliária não viverá sem uma dessas partes. Infelizmente são relativamente comuns alguns profissionais dessa área imobiliária ver os clientes como um número apenas, pois se acredita que existe muita especulação nesse ramo. E realmente existe muita especulação, mas uma vez dentro do segmento faz-se necessário atuar com diferencial perante o mercado e saber tratar as adversidades do ramo.

O empreendedor de uma imobiliária deverá sempre procurar vincular sua empresa a empresas parceiras de renome em sua região e também às de nível nacional, pois isto será uma porta de entrada para atingir os restritos e fechados mercados de grandes corporações empresariais do segmento de imóveis, que são as incorporadoras e construtoras. Atingindo essa meta, as oportunidades socioeconômicas e financeiras, estarão se ampliando e seu projeto empresarial tende a obter crescimentos acentuados.

O novo empresário deverá fazer a gestão de sua empresa de forma profissional e competente, aplicando todos os princípios avançados de gestão financeira, mercadológica, de pessoas e da tecnologia da informação. Não basta abrir apenas mais uma imobiliária. Ela deverá apresentar diferenciais que agreguem valor efetivo aos clientes como:

- guardar absoluto sigilo em razão do exercício profissional, ressalvados os casos previstos em lei ou quando solicitado por autoridades competentes;
- abster-se de dar pareceres ou emitir opiniões, sem estar suficientemente informado, autorizado e devidamente documentado.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor que tender a iniciar uma imobiliária, deve ter algumas características básicas, tais como:

1. Ter conhecimento específico sobre o funcionamento e atividades de uma imobiliária, com forte experiência na área de gestão de recursos humanos. Esse conhecimento poderá ser adquirido por intermédio de serviços prestados em empresas do segmento, ter atuado como corretor em empresas de médio ou grande porte ou ainda via participação em cursos e eventos sobre a área imobiliária;
2. Este conhecimento requer habilidades técnicas suficientes para conseguir o máximo de informações dos proprietários e compradores/locadores de imóveis que buscam ou são conduzidas até sua imobiliária, visando conseguir identificar as reais necessidades e interesse de cada uma das partes, de forma que a imobiliária esteja confortável junto aos dois polos;
3. Estar amparado nas tendências do mercado imobiliário, sendo capaz de elaborar projeto

de captação, venda e locação de imóveis, visando apresentar ao mercado e propor negócios diferenciados;

4. Ser uma pessoa que sempre busca melhorar o nível de seu negócio, com a participação em cursos específicos sobre os mais diversos assuntos e temas relacionados à gestão de recursos imobiliários. Somente assim será possível manter-se atualizado com as mais novas tendências e procedimentos aplicáveis na prestação de serviços de corretagem de imóveis, atendendo as expectativas dos clientes em geral;

5. Ter habilidade no tratamento com pessoas, tanto com seus colaboradores quanto com o público em geral que de forma direta ou indireta tenham ligação com a sua imobiliária;

6. Manter bom relacionamento com seus pares (concorrentes), já que a troca de informação entre profissionais da área imobiliária poderá ensejar em aprendizado contínuo, seja na qualidade de captar quanto na comercialização de imóveis, bem como no intercâmbio de interesse de outros pares para identificar uma determinada opção de imóvel para seu cliente.

Na dimensão comportamental o novo empresário precisa:

- Ter paixão pela atividade imobiliária;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Independência e Autoconfiança.

24. Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

RATTO, LUIZ. Comercio : Um Mundo de Negócios. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

Referências eletrônicas:

AZEVEDO, Jovane M. O papel do corretor de imóveis na indústria da construção civil. In: _____. Identificação das necessidades de formação profissional do corretor de imóveis a partir da percepção dos agentes do mercado imobiliário de Florianópolis. Florianópolis, 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997. Disponível em: <http://www.eps.ufsc.br/disserta98/medina/cap2.htm>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

ABADI - Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis. Disponível em: <http://www.abadi.com.br/>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

ABAMI - Associação Brasileira de Advogados do Mercado Imobiliário. Disponível em: <http://www.abami.org.br/>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

ADEMI - Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário. Disponível em: <http://www.ademi.webtexto.com.br/index.php3>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

COFECI - Conselho Federal dos Corretores de Imóveis. Disponível em: <http://portal.cofeci.gov.br/default.aspx>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

CORRETO - Cooperativa dos Corretores de Imóveis do Brasil. Disponível em: <http://www.correto.com/>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

CRECI-SP – Conselho Regional de Corretores de Imóveis de São Paulo. Disponível em: <http://www.crecisp.gov.br/index.asp#>. Acesso em: 15 abr. 2009.

FENACI - Federação Nacional dos Corretores e Imóveis. Disponível em: <http://www.fenaci.org.br/>. Acesso em 27 de agosto de 2013.

Desempenho do mercado imobiliário. Disponível em:

<http://www.secovi.com.br/files/Arquivos/balancomercado2-2013.pdf>- Acesso em 23 de agosto de 2013.

Desempenho do mercado imobiliário. Disponível em:

<http://revista.penseimoveis.com.br/especial/rs/editorial-imoveis/19,0,2839739,A-Entenda-o-mercado-imobiliario.html>. Acesso em 23 de agosto de 2013.

O que esperar do mercado imobiliário para 2013. Disponível em:

<http://www.guilhermemachado.com/o-que-esperar-do-mercado-imobiliario-em-2013/> . Acesso em 23 de agosto de 2013.

Softwares para imobiliárias. Disponível em:<http://www.i-value.com.br/software-para-imobiliaria/> . Acesso em 26 de agosto de 2013.

Softwares para imobiliárias. Disponível em: <http://vistasoft.com.br/novidades/Vista-desenvolve-v%C3%ADdeo-para-divulgar-servi%C3%A7os/77> . Acesso em 23 de agosto de 2013.

Softwares para imobiliárias. Disponível em:

<http://www.baixaki.com.br/categorias/324-imobiliarias.htm> . Acesso em 26 de agosto de 2013.

25. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

26. Planejamento Financeiro

É de vital importância para qualquer negócio a elaboração de um planejamento financeiro, pois ele é uma das ferramentas para o crescimento do seu negócio.

O primeiro passo do planejamento financeiro é fazer um orçamento anual. Faça uma estimativa do **quanto irá receber e gastar**, com base no seu histórico ou expectativa futura. Seja realista e sempre dê preferência para um cenário mais pessimista. Afinal de contas, o mercado está cercado de mudanças e incertezas.

Mesmo se você já for um empreendedor experiente terá que pensar na organização do fluxo de caixa, na necessidade do capital de giro, os processos das contas a pagar e a receber, entre outros. Comece registrando tudo o que você pretende ganhar ao longo de um período, depois elabore um plano de vendas refletindo quais suas fontes de receita, seu modelo de precificação, seus canais de distribuição, etc.

Após a etapa das receitas, faça a mesma coisa com as despesas. Planeje tudo o que você vai gastar ao longo de um período. Além dos gastos mensais - recorrentes (ex. salários, aluguel, fornecedores, energia), inclua gastos eventuais (ex. manutenção) ou que reflitam a necessidade de novos investimentos que serão necessários uma novo patamar da empresa (ex. ampliação de espaço, aquisição de maquinário, etc). Cada tipo de negócio tem suas características individuais e tudo isso influencia no planejamento.

O acompanhamento e registro das contas a pagar e receber da empresa é importante para o pleno controle do capital e análise da saúde financeira. A atividade não é completa apenas com os lançamentos. Deve-se fazer o acompanhamento constante das entradas e despesas e compará-las com o planejamento realizado. Dessa maneira você pode rapidamente corrigir eventuais falhas e ou reforçar estratégias que estão dando resultados.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são uteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

28. Sites Úteis

Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis (Abadi) - <http://abadi.com.br/>

