

## DESIGN DE INTERIORES NA VENDA DE IMÓVEIS: Por que a venda é mais rápida quando o design de interiores é evidente?

Beatriz Carotta Checchia<sup>1</sup>

### Resumo

Este artigo busca entender a importância do design de interiores e sua influência na venda de imóveis residenciais em uma área específica da Vila Mariana, bairro situado no centro expandido da cidade de São Paulo. Para desenvolver o assunto, o estudo usou o conceito dos cinco pontos de Kevin Lynch para demarcar a área a ser analisada e avançar para uma pesquisa quantitativa com os profissionais atuantes em corretagem, nos empreendimentos localizados nesta área, conseguindo assim embasar os conceitos apresentados e entender o funcionamento e a influência dos apartamentos decorados em relação às vendas para o consumidor final e investidor.

**Palavras-chave:** Design de Interiores. Mercado Imobiliário. Estandes de Venda.

### Abstract

This article seeks to understand the importance of interior design and its influence on the sale of residential properties in a specific area of Vila Mariana, a neighborhood located in the expanded center of the city of São Paulo. To develop the subject, the study used the concept of Kevin Lynch's five points to demarcate the area to be analyzed and advance to a quantitative research with professionals working in brokerage, in enterprises located in this area, thus managing to base the concepts presented and understand the functioning and influence of the decorated apartments in relation to sales to the final consumer and investor.

**Keywords:** Interior Design. Real State Market. Sale Stands.

---

<sup>1</sup> Graduação em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, especialização em Design de Interiores, do espaço e do objeto - Conceito e Criação também pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Atuação profissional atual no escritório próprio IBC Engenharia e Arquitetura em projetos residenciais e comerciais de diversas áreas com enfoque em obras de alto padrão.

## INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa científica de trabalho de conclusão de curso da pós-graduação de design de interiores, do espaço e do objeto – conceito e criação, busca trazer maior conhecimento sobre a importância do design de interiores para a venda de imóveis. Esta é uma área de pesquisa pouco desenvolvida em artigos já existentes. Porém, deve ser considerado de suma importância para o contexto que se vive hoje no design de interiores.

O design de interiores não auxilia apenas na venda de imóveis usados, ele também ajuda na venda de imóveis que os proprietários querem comprar em *planta*, ou seja, quando o prédio ainda não foi construído, uma prática muito comum atualmente. E, por esse motivo, pensa-se em desenvolver uma construção para apenas demonstrar aos interessados na compra do imóvel, quando estiver concluído, e é nesta hora que o design de interiores entra, para impulsionar as vendas dos imóveis.

Além dessa utilização, em apartamentos ou casas antigas que já tiveram um ou mais moradores, o design pode amparar o proprietário a melhorar os ambientes, pensando no melhor aproveitamento dos espaços, ergonomia e a parte estética, que também deve ser pensada de maneira minuciosa, ajudando assim, a valorizar o imóvel e facilitando a venda para terceiros.

Outra questão também relevante para dissertar sobre o tema, observar e destacar o fato desse mercado não ser tão explorado por arquitetos e designer de interiores, sendo que, possui um grande potencial de crescimento, já que no futuro os terrenos disponíveis para construção serão cada vez mais escassos e iremos utilizar e renovar as edificações já existentes.

Como hipóteses para tentar entender melhor o motivo do design de interiores influenciar diretamente nas vendas de imóveis tanto os novos, como antigos revitalizados, pode-se pensar em dois pontos essenciais, sendo eles: questões

relacionadas a sensibilidades psicológicas bem como, percepções estéticas. Refletindo sobre as duas hipóteses levantadas, elas podem ser relacionadas facilmente pois, a estética pode interferir nas questões psicológicas, como será demonstrado neste trabalho.

Do ponto de vista da emoção, pode-se dizer que os espaço e materiais conseguem evocar diferentes tipos de emoções, e que estas emoções são pessoais e por esse mesmo motivo, as pessoas podem apresentar diferentes tipos de respostas a um mesmo espaço. Na maioria das vezes são múltiplas e até mistas as emoções. (PINTO, 2018, pág. 5).

Baseado nos cinco pontos de Kevin Lynch, identificados no livro *A Imagem da Cidade* (1980), a área de estudo demarcada foi distinguida com as principais vias de São Paulo, delimitando um espaço do bairro Vila Mariana.

Para o melhor entendimento sobre o tema, será realizado uma pesquisa descritiva sobre a opinião de pessoas da área e compradores de imóveis recentes para diagnosticar a relação dos estandes de vendas e apartamentos decorados com a velocidade e facilidade nas vendas destes imóveis.

Com o objetivo de ser uma pesquisa qualitativa, será observado os aspectos subjetivos de fenômenos sociais e do comportamento humano. Sendo assim, será usado um questionário de onze perguntas voltadas para o assunto, com as respostas dos entrevistados, os discursos serão analisados e comparados para chegar em um consenso da importância ou desconsideração das construções temporárias usadas nos dias de hoje para venda de apartamentos.

## **O DESIGN DE INTERIORES**

O designer de interiores está ligado ao cliente que busca o profissional da área para melhorar sua moradia com projetos e produtos acessíveis às suas condições, também está conectado aos fornecedores, que devem ser de grande valia para facilitar o andamento da obra e, também, quando falamos de venda e compra de imóveis, temos que considerar os corretores, que auxiliam e entendem o que os

compradores procuram em um determinado empreendimento para torná-lo sua moradia definitiva ou até objeto de investimento no setor imobiliário.

Com o pensamento entre esses três elementos, entende-se que ao juntá-los em um projeto, tem-se todas as condições para agradar o cliente com mais facilidade. O projeto é o meio que o designer tem para apresentar soluções espaciais para que a pessoa interessada consiga imaginar todas as possibilidades que aqueles ambientes podem proporcionar. E com tudo isso pensado, o corretor consegue vender com mais facilidade os empreendimentos.

Além disso, considerando a atual atividade desta autora no setor de design de interiores, tem-se uma oportunidade de discutir e apresentar os motivos pelo qual os estandes de venda e decorados estão sendo de suma importância para a venda de imóveis e como os profissionais da área deveriam estar aproveitando esta ocasião para ampliar os seus espaços de trabalho e desempenhar a atividade de acrescentar valor aos imóveis para ajudar a vendê-los mais facilmente.

O propósito deste artigo, além de entender melhor o mercado imobiliário na Vila Mariana em relação ao design de interiores, é também abordar um tema que deve ser mais bem explorado para todos os profissionais conhecerem uma área que, acredito que ser um bom nicho para atuar nos dias de hoje.

E, para melhor embasar a importância do assunto, o trabalho traz uma pesquisa com corretores imobiliários e compradores de imóveis da Vila Mariana, onde cada um opinou sobre a venda dos apartamentos e como o design de interiores influencia e ajuda os compradores a adquirir um imóvel.

#### **DADOS DE PESQUISA**

A questão estudada neste artigo inicia-se quando uma incorporadora busca realizar um novo lançamento em algum lugar da cidade, sendo São Paulo o estudo de caso. Muitos aspectos devem ser estudados para que gere uma boa

rentabilidade para a empresa.

Tais aspectos refletem as preocupações em um investimento imobiliário, como: a rentabilidade (preocupação central de uma empresa do ramo) e as necessidades dos clientes (prioridades dos compradores dos imóveis), que devem ser atraídos pelo produto. Essas preocupações influenciam na maior, ou menor, rapidez de venda dos imóveis. (FEITOSA, 2007, pág. 232, apud MOTA, 2002).

Em São Paulo, existe o SECOVI – Sindicato das Empresas de Compra, Venda e Administração de Imóveis o, entidade que representa os interesses dos profissionais da área e disponibiliza estudos voltados ao mercado imobiliário. Dentro de suas pesquisas, há inúmeras que envolvem os produtos que cada construtora está lançando no mercado com suas tipologias e até mesmo quão rápidas essas unidades estão sendo vendidas na capital.

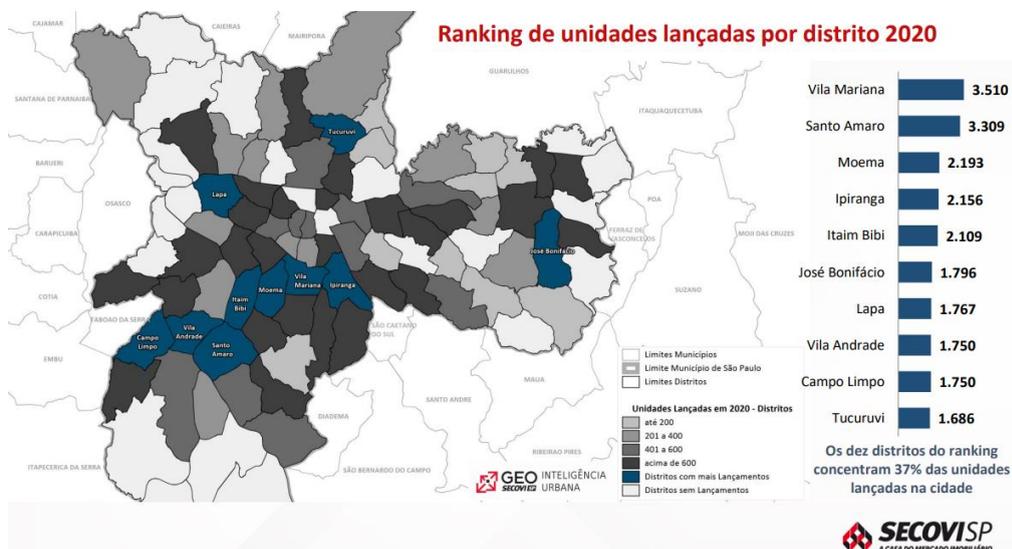


**Figura 1:** Maiores Velocidades de Vendas no Ano 2020.

**Fonte:** Secovi-SP.

Através dos dados apresentados, pode-se perceber que os empreendimentos que tiveram maior velocidade de vendas, focaram na elaboração de produtos que tem como principal objetivo alcançar o público interessado em apartamentos de menores metragens, sendo eles entre 30m<sup>2</sup> e 45m<sup>2</sup>. Já no gráfico abaixo, consegue-se visualizar onde mais houve lançamentos imobiliários no município de São Paulo: Vila Mariana. Porém, não existe a informação de quantos destes imóveis lançados, se encontram com estandes de vendas para apresentarem os

novos empreendimentos ao mercado, ou seja, ao público interessado em adquirir um imóvel.



**Figura 2:** Ranking de Unidades Lançadas por distrito 2020.

**Fonte:** Secovi-SP.

Por não se encontrar dados baseados na venda de imóveis com estandes de vendas, este artigo propõe a realização de uma pesquisa quantitativa para obter dados com profissionais da área que trabalham nestes nichos de mercado específico, além de incorporadoras que desenvolvem o produto para os compradores de imóveis.

Sendo assim, pretende-se também, desenvolver o entendimento do motivo pelo qual é priorizado “as estratégias que levem a uma maior velocidade de vendas, ele decide ou induz as decisões relativas às questões de desenho a área das unidades, os materiais de acabamentos, as áreas comuns” (QUEIROZ, 2008, p.5). Além disso, como a figura dois nos mostra, o primeiro distrito a se destacar no ranking de unidades lançadas em 2020 é o da Vila Mariana, o que leva a autora a crer que é uma área em grande desenvolvimento imobiliário, sendo assim, um ótimo distrito para potencializar o objetivo deste estudo, a constatação comprovada da importância do design de interiores na venda de imóveis.

## DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Kevin Lynch, autor do livro *A Imagem da Cidade* (1980), é considerado um dos grandes urbanistas. Ele fez estudos revolucionários em relação ao olhar em que os profissionais da área e moradores das cidades devem ter quando percebem as cidades, destacando elementos configuradores da paisagem.

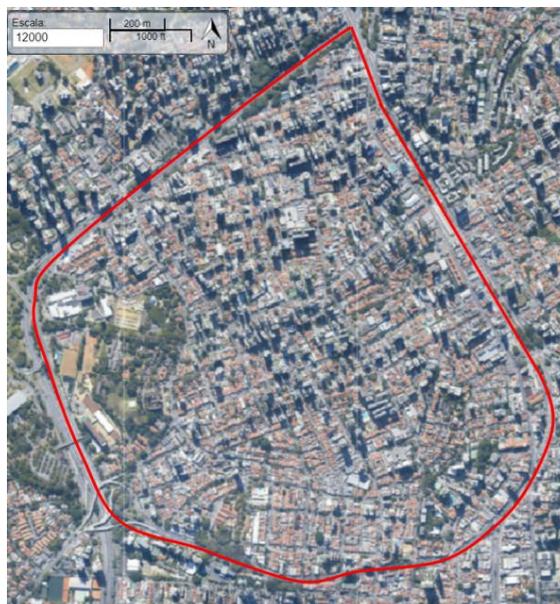
Olhar para a cidade pode dar um prazer especial, por mais comum que possa ser o panorama. Como obra arquitetônica, a cidade é uma construção no espaço, mas uma construção em grande escala; uma coisa só percebida no decorrer de longos períodos de tempo. O design de uma cidade é, portanto, uma arte temporal, mas raramente pode usar as sequências controladas e limitadas das outras artes temporais, como a música, por exemplo. Em ocasiões diferentes e para pessoas diferentes, as consequências são invertidas, interrompidas, abandonadas e atravessadas. A cidade é vista sob todas as luzes e condições atmosféricas possíveis. (LYNCH, 1960, p. 1.)

Para este artigo, os estudos de Kevin Lynch foram de suma importância para destacar uma área da cidade a ser trabalhada. Sendo assim, apresento os cinco pontos indicados na obra de Lynch:

- Caminhos: principais elementos estruturadores da percepção da imagem da cidade.
- Limites: elementos lineares constituídos pelas bordas de duas regiões distintas, delimitando áreas ou até mesmo segregando a cidade. Podendo ser eles: rios, estradas, viadutos, praças lineares, ruas de pedestre, entre outros.
- Bairros: uma área percebida como relativamente homogênea em relação ao resto da cidade, possuindo uma certa característica em comum que permite diferenciá-la do resto do tecido urbano.
- Pontos nodais: pontos estratégicos na cidade e que são importantes focos para onde se vai e de onde se vem. Podendo ser: bairros, praças, esquinas.
- Marcos: elementos pontuais nos quais o observador não entra. Sendo sua

principal característica a singularidade, algum aspecto que é único ou memorável no contexto.

Seguindo os pontos de Kevin Lynch, foi considerado para a delimitação da área de pesquisa o bairro da Vila Mariana. Pensando nos pontos de Lynch, caminhos e limites, a circuncisão da área de pesquisa foi realizada através das avenidas que fazem todo o perímetro. Sendo elas: Avenida 23 de maio, Rua Vergueiro, Avenida professor Noé Azevedo e Rua Sena Madureira. Desta forma, temos um raio de aproximadamente

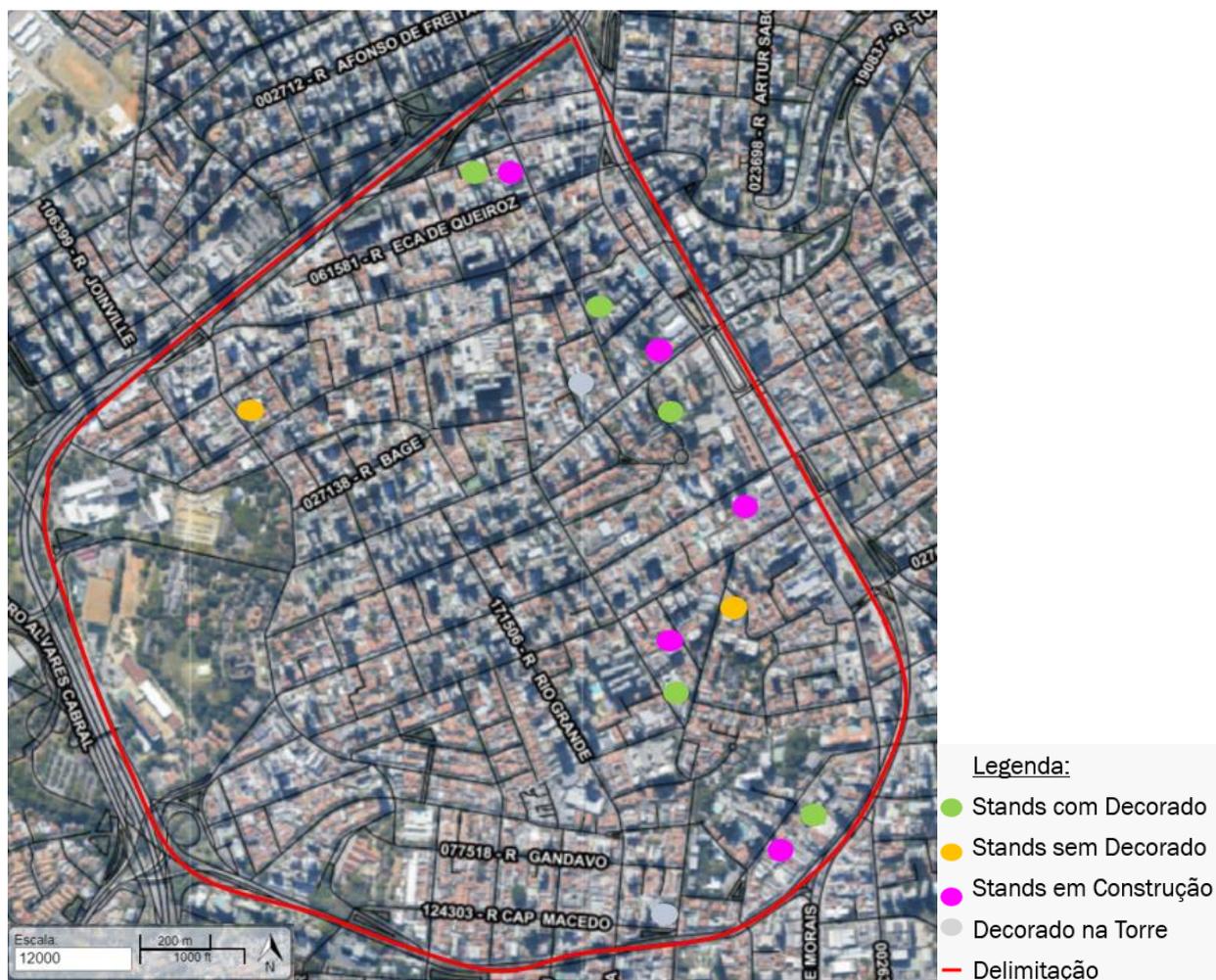


1700m.

**Figura 3:** Área de Estudo.

**Fonte:** Autora.

Com a área delimitada, o próximo passo realizado foi uma pesquisa de campo pelo bairro, resultando em um mapa com a localização dos estandes de vendas atuais da área, sistematizando em quais deles existem apartamentos decorados, através de projetos e execução deles por designer de interiores, quantificando quantos deles possuem este objeto de vendas, não possuem, estão em construção ou foram construídos na torre do edifício.



**Figura 4:** Mapa localização stands de vendas.

**Fonte:** Autora.

Analisando o mapa apresentado, na área de estudos tem-se cinco stands de vendas com o apartamento decorado montado para os visitantes e dois stands sem o decorado, sendo que eles são contêineres pequenos para as vendas das últimas unidades do empreendimento que já está em fase de construção. Também se percebe que a área está em grande desenvolvimento já que além dos stands montados, tem-se mais cinco sendo construídos nas proximidades.

Outra questão importante para ser levantada, é que há dois empreendimentos que a construção já está finalizada, mesmo assim, foi montado o apartamento decorado na própria torre para vender os apartamentos restantes.

Após a consolidação e a análise deste mapa, foram realizadas entrevistas com possíveis clientes e corretores que atuam nesta área por meio de um questionário online, para assim nos munirmos de elementos que venham enriquecer a discussão do design de interiores na venda de imóveis baseado em opiniões de diversos âmbitos.

Além disso, através deste questionário, foi possível entender qual a opinião dos entrevistados em relação a decoração dos stands de vendas e apartamentos decorados, pois, pode-se afirmar que o design influencia em todos os pontos do mercado imobiliário.

O designer de interiores tem como função desenhar projetos para tornar os espaços internos mais agradáveis, harmônicos e funcionais, atendendo às necessidades dos moradores. Sendo assim, o profissional contribui com a confecção de ambientes planejados. (FURLAN, 2020)

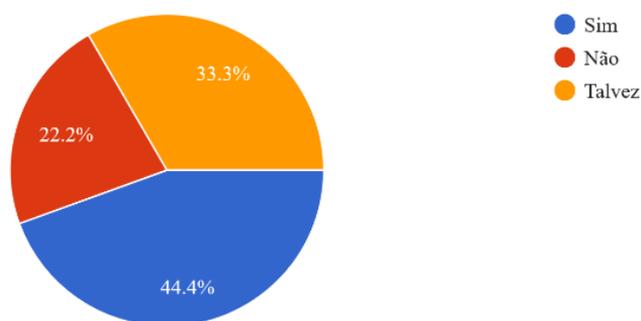
Sendo que assim que os compradores forem visitar os stands de venda, a principal questão a ser analisada é a decoração que o designer realizou no decorado para assim aumentar o interesse no empreendimento.

E também, profissionais como incorporadores, empreendedores, consultores, corretores e profissionais ligados ao marketing imobiliário, dizem que além da decoração do há mais características que contam no momento de o cliente escolher o imóvel:

Os atributos extrínsecos se referem a questões de localização, como características do entorno, a infraestrutura urbana e acessibilidade. Já os intrínsecos dizem respeito às características do edifício propriamente dito, como a oferta de equipamentos e serviços da esfera condominial, desenho de fachadas e padrões de acabamento. Entre esses atributos incluem-se as unidades habitacionais, cujas características parecem se resumir às áreas, dimensões e quantidade de cômodos, e materiais de acabamento. (QUEIROZ, 2010)

## **DISCUSSÃO E RESULTADOS DA PESQUISA**

A pesquisa foi realizada em todos os stands de vendas construídos que foram apontados na figura 4, no mapa de delimitação da área de estudo, adquirindo nove respostas de corretores e oito de compradores de imóveis. Considerando que temos na área nove stands em funcionamento, entendemos que conseguimos dados substanciais para embasar a pesquisa.

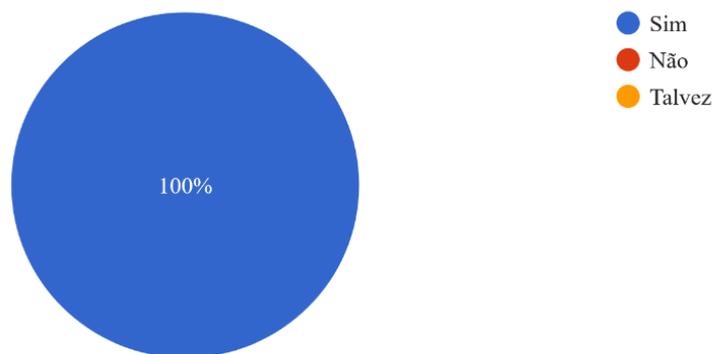


**Figura 5:** Para o correto, o apartamento decorado é o melhor argumento de venda?

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

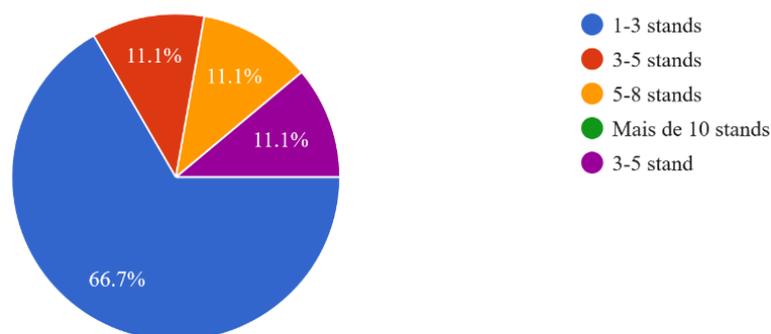
Com os dados adquiridos por meio do questionário, foi possível perceber e afirmar o quanto o design de interiores é importante para a venda de imóveis. Ele serve para melhor exemplificar as possibilidades do que pode ser feito no espaço que os clientes estão adquirindo, estimulando a imaginação e entusiasmo do interessado no imóvel. Entretanto, 22% dos os corretores entrevistados afirmam que os decorados não são o seu melhor argumento, deixando claro que o modo como eles apresentam o imóvel é de muita valia para a decisão final do comprador.

Ao mesmo tempo em que os corretores afirmam que o decorado não é seu maior argumento de venda, 100% dos entrevistados concordam que o modelo facilita a sua venda na maioria das vezes com os clientes, demonstrando o quanto os profissionais acreditam que ele seja muito importante.



**Figura 6:** Para os corretores, o decorado facilita a venda?

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.



**Figura 7:** Quantidade de stands sem decorado que os corretores já trabalharam

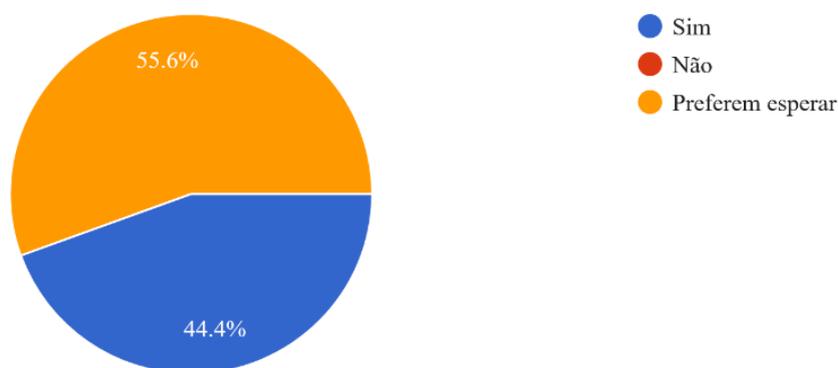
**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

Uma surpresa para esse estudo, contudo, foi a quantidade de profissionais que afirmaram que não trabalharam em stands de vendas sem decorado e suas quantidades. A maioria dos profissionais, sendo eles 55% da pesquisa, trabalham na área entre um a cinco anos, deixando claro com os dados que mesmo na atualidade ainda tem uma quantidade considerável de stand sem decorados. Uma corretora entrevistada, entretanto, afirmou que em um dos stands em que trabalhou no ano passado não tinha o decorado e após as vendas não serem boas, a incorporadora decidiu por fazer uma planta tipo. Após pronto, as vendas começaram a melhorar exponencialmente. Com este depoimento percebe-se que o apartamento modelo, por mais que não seja o principal argumento de venda,

significa muito para todos os compradores, no sentido que os aproxima da real espacialidade e possibilidades de usabilidade do imóvel que está sendo apresentado.

Em relação a decoração do espaço, os corretores acreditam que a grande vantagem de se ter um apartamento decorado é para o cliente ter noção do espaço que está comprando, já que a maioria das pessoas não tem conhecimento tridimensional para conseguir imagem como seria o ambiente apenas com uma planta 2D. Ademais, os compradores também podem já ter ideias do que é possível fazer de decoração dos ambientes, trazendo uma empolgação a mais para a compra do imóvel.

Chamou atenção mais uma afirmação, a que, de acordo com 55% dos profissionais, os clientes não costumam comprar o imóvel sem ver o decorado antes, eles preferem esperar para ter a noção exata do que estão pagando e irão receber.

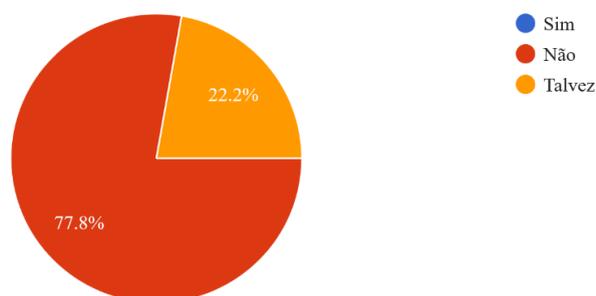


**Figura 8:** Os clientes preferem esperar para visitar o apartamento decorado.

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

Entretanto, uma questão ficou muito clara, os clientes investidores, em sua maioria, não se importam em visitar o decorado. Os entrevistados contaram que quando é o investidor comprando o imóvel, ele apenas gosta de ver as plantas e imagens 3D que completam o catálogo do empreendimento. O decorado, normalmente é a última coisa que eles procuram ver. Sendo essa porcentagem

de 22% em que os profissionais responderam como talvez para se os clientes não se interessam com o decorado

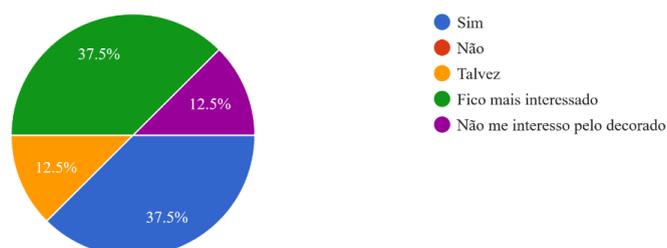


**Figura 9:** Há clientes que não se interessam pelo decorado?

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

Refletindo sobre a importância em relação a decoração dos stands de vendas, os corretores em sua maioria, acreditam que se o ambiente não for agradável e se não trouxer segurança para os clientes, isso também pode atrapalhar as vendas do empreendimento. Esta afirmação, fez-se presente principalmente em relação aos empreendimentos de alto padrão. Os corretores tem plena certeza de que a decoração para locais onde os clientes tem mais poder aquisitivo e a região correspondam a essas pessoas, como a nossa área de pesquisa já sugere, a decoração precisa ser muito sofisticada e formosa, caso contrário já não atrai a atenção do público alvo do *marketing* para aquele empreendimento.

Já em relação ao questionário realizados para clientes, os resultados não foram diferentes do que os corretos já avisam informado em suas respostas. A maioria dos entrevistados eram clientes que iriam morar no empreendimento, por esse motivo, o decorado era muito importante, principalmente para o público

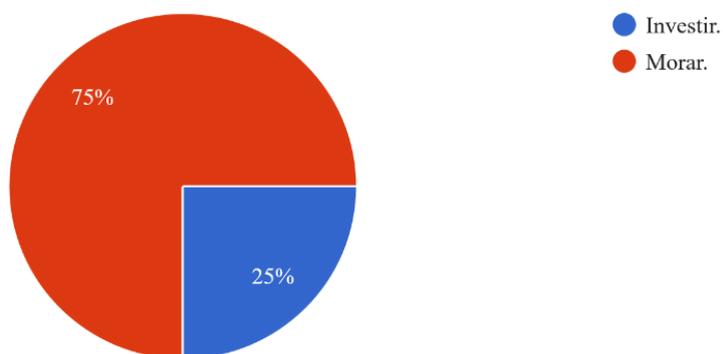


**Figura 10:** Clientes se sentem mais confiantes com o decorado.

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

feminino.

Uma questão importante na análise das respostas, foram em relação a confiança que o decorado passa para o cliente final. 37% dos entrevistados informaram que se sentem mais confiantes e a mesmo porcentagem responderam que ficam mais interessados quando tem um decorado para visitar. Entretanto, 12% responderam que não se interessam pelo decorado, sendo essa porcentagem

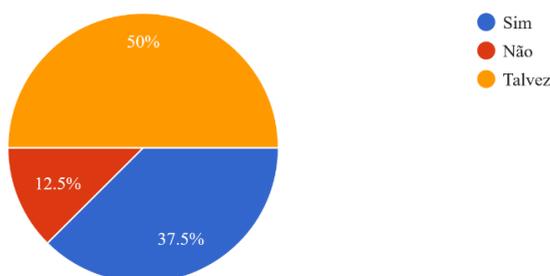


**Figura 11:** Clientes irão comprar o imóvel para morar ou investir.

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

relativa aos 25% que estavam à procura de imóvel para investir e não morar.

Além disso, um dado muito importante obtido seria em relação a importância do decorado na compra do imóvel e, mais uma surpresa para o estudo, 50% dos entrevistados afirmam que talvez não seja importante a visita no decorado. Provavelmente esta porcentagem retrata os 25% de pessoas que estavam buscando apenas um imóvel para investimento.



**Figura 12:** O Decorado facilita a compra do cliente.

**Fonte:** Formulário Google feito pela autora.

Em relação a pergunta quanto a decoração do decorado e do stand de vendas, as respostas de todos retrataram o que os corretores entrevistados informara. O design de interiores precisa trazer segurança e ser de “bom gosto”, conforme uma das respostas dizia. Além disso, a visualização do espaço e ideia de decoração para os apartamentos foram as respostas mais repetidas no questionário.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo traz uma reflexão em relação ao design de interiores e sua influência. Com os resultados apresentados pela pesquisa de campo, ficou claro que a ação de ter um stand de vendas atraente esteticamente e com um apartamento decorado igualmente chamativo, os clientes se sentem mais confortáveis e atraídos para realizar a compra.

Além de sentir conforto, os profissionais da área informaram sobre a facilidade em que o cliente tem quando se possui o decorado. Eles conseguem identificar os pontos positivos e negativos do empreendimento e, principalmente, conseguem ter uma melhor noção do espaço que estão adquirindo.

Então, lembrando as hipóteses levantadas na introdução desta pesquisa, o apartamento decorado atrai o cliente tanto esteticamente quanto por meios psicológicos. Tendo como principal ideal, que os dois recursos são interligados. A estética atrai pelo simples fato de ser bonito aos olhos e ao identificar como será o apartamento e espaço comprado, o cliente se sente mais seguro, o que facilita o trabalho do corretor de vender o empreendimento.

Pensar no que deseja passar para o usuário também é dever de um profissional competente, porque dependendo de como é o resultado final o cliente pode se identificar ou não no design. (PINTO, 2018, pág. 4)

Refletindo ainda sobre os resultados obtidos no andamento deste projeto, cliente e corretores deixaram claro sua opinião sobre como o apartamento decorado ajuda na compra e venda do empreendimento. Entretanto, trazendo o tema para mais próximo das profissões de arquitetos e designers de interiores, o entendimento sobre o estudo é que os responsáveis por montar o decorado e stands de vendas devem ter conhecimentos do mercado atual de decoração, além de saber o que vende em cada área em que as construções serão realizadas.

Esta é um campo de pesquisa de suma importância e atemporal, já que sempre teremos novos empreendimentos ou reformas de apartamentos antigos para realizar. Além de ser um mercado que não para em nenhum país do mundo, sendo assim, os profissionais qualificados devem se atentar para a importância do seu trabalho para a venda e compra de imóveis.

## REFERÊNCIAS

**DESIGN de interiores: qual a importância da sua atuação no imóvel?**, 2019. Disponível em: <<https://portejr.com.br/designer-de-interiores/>>. Acesso em: 13/03/2022

FURLAN, Maira, **Design de interiores: quando contratar um decorador para imóvel?**, 2020. Disponível em: < <http://blog.tropical.imb.br/tenho-imovel-para-alugar/design-de-interiores/>>. Acesso em: 13/03/2022

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

MACEDO, A. C.; ARAUJO, E. M. DE S. **Arquitetura dos stands imobiliários: um estudo de tipos**. Revista Projetar - Projeto e Percepção do Ambiente, v. 1, n. 2, p. 103-11, 12 set. 2017.

MOTA, K. L. **Fatores que influenciam a velocidade de vendas de imóveis residenciais: uma abordagem multicritério**. 2002. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Engenharia Civil, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2002.

PINTO, Horrane Ferreira. **Psicologia do design de interiores: Sua influência sobre o homem e seus espaços**. Revista Especialize On-line IPOG, Goiânia, Ano, v. 9, 2018.

QUEIROZ, F., TRAMONTANO, M. **Uma visão sistêmica do processo de design de edifícios de apartamentos.** In: VIRUS. N. 3. São Carlos: Nomads.usp, 2010. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus03/nomads/layout.php?item=2&lang=pt>. Acesso em: 28/03/2022

QUEIROZ, Fábio Abreu de. **Apartamento modelo: arquitetura, modos de morar e produção imobiliária na cidade de São Paulo.** 2008. Dissertação (Mestrado em Teoria e História da Arquitetura e do Urbanismo) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008. Acesso em: 2022-03-28.

**SECOVI-SP divulga dados de lançamentos e vendas de imóveis residenciais em janeiro de 2022,** 2022. Disponível em: <<https://www.secovi.com.br/pesquisas-e-indices/pesquisa-mensal-do-mercado-imobil>> Acesso em: 13/03/2022

SILVA, J. S. de V.; FECHINE FEITOSA, R. G. **Fatores que influenciam na velocidade de venda dos imóveis: um estudo de caso usando a metodologia AHP.** Revista Tecnologia, [S. l.], v. 28, n. 2, 2009. Disponível em: <https://periodicos.unifor.br/tec/article/view/60>. Acesso em: 28 mar. 2022.

VIEIRA, Marcia Justina Azeredo Do Amaral. **Design de interiores versus situação socioeconômica brasileira.** 2016. 21 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Design de Interiores) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016.