



obras em andamento.

os pilares do mercado
de construção em SC.



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.

alicerces do setor.



Se a construção civil fosse um grande canteiro de obras, Santa Catarina certamente estaria entre as regiões onde os guindastes nunca param. O setor tem sido um dos pilares da economia, movimentando mais de 70 segmentos produtivos e contribuindo com **6,2% do PIB nacional**.

Somente em 2024, o crescimento foi de **4,1%**, segundo a FIESC, impulsionado por projetos imobiliários, infraestrutura e a retomada de programas habitacionais como o **Minha Casa Minha Vida**.



As vigas que sustentam o setor

Em Santa Catarina, a construção civil não apenas segue firme, mas empilha bons números.

Nos primeiros dois meses de 2024, foram **6 mil novas vagas de emprego**, superando as 5,3 mil do mesmo período do ano passado.

O mercado imobiliário está aquecido, e o metro quadrado em algumas cidades catarinenses já supera os valores de metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro. De acordo com um levantamento da **CAM Empreendimentos**, quatro cidades do estado estão entre as cinco mais caras do Brasil:






obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.



 Balneário Camboriú: R\$ 13.259/m²

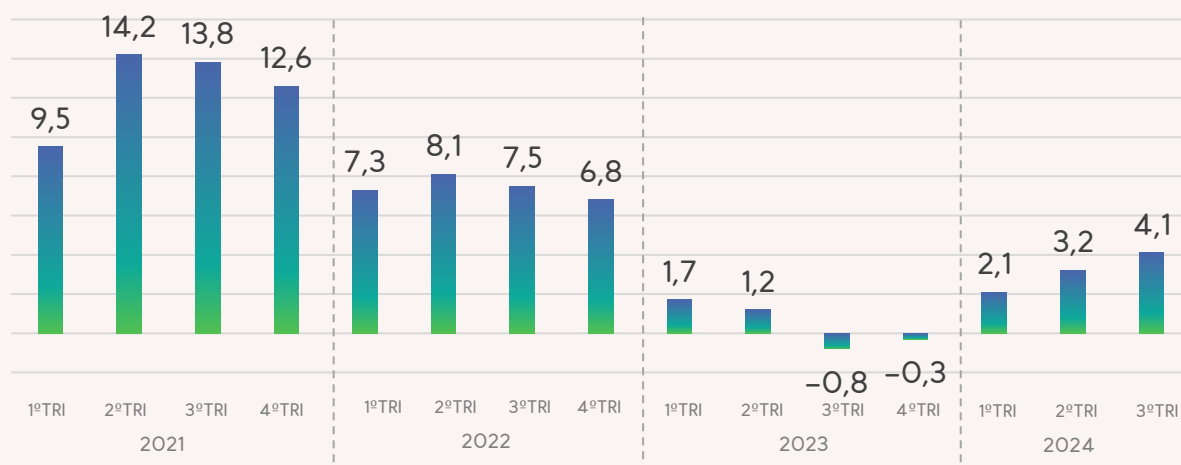
 Itapema: R\$ 12.962/m²

 Florianópolis: R\$ 11.340/m²

 Itajaí: R\$ 11.284/m²

Se o preço do tijolo sobe, é porque a procura continua alta. O estado atrai investidores de todo o país devido à qualidade de vida, segurança e localização estratégica, garantindo um **alto retorno sobre os investimentos**.

PIB Construção Civil – 2021 a 2024 por Trimestres



O concreto das inovações

Mas a construção civil catarinense não é apenas robusta, ela também se reinventa. De acordo com o **Sebrae-SC**, o setor tem apostado cada vez mais em **soluções sustentáveis e tecnologias inovadoras**. Materiais ecológicos, eficiência energética e construções verdes estão no radar das grandes incorporadoras.



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.

E como em qualquer obra bem planejada, a tecnologia já faz parte do canteiro: **drones** para inspeções, **impressão 3D** de estruturas e o uso do **BIM (Building Information Modeling)** ajudam a otimizar tempo e custos, reduzindo desperdícios e aumentando a precisão nos projetos.



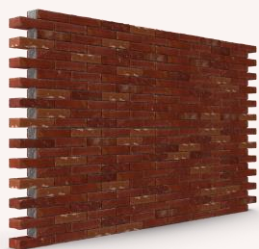
Desafios no meio da reforma

Nem tudo é concreto bem alinhado: o setor ainda enfrenta desafios. O aumento dos custos dos materiais e a **escassez de mão de obra qualificada** são alguns dos principais gargalos, segundo a **Obramax**. Além disso, a instabilidade econômica ainda impacta novos investimentos e pode influenciar a **sazonalidade das obras**.

Mas, como um bom pedreiro que não desiste da obra no primeiro dia de chuva, o setor segue otimista. **A FIESC projeta um crescimento de 2,3% para 2025**, puxado pelo aumento da demanda habitacional e novos investimentos públicos.

Seja levantando arranha-céus de luxo ou viabilizando moradias populares, a construção civil catarinense continua erguendo o futuro – um bloco de cada vez.





levantando as paredes do mercado.

Agora que os alicerces do setor da construção civil em Santa Catarina foram estabelecidos, é hora de levantar as paredes com números que mostram como o mercado está se moldando.

- Quem está comprando imóveis?
- Quais tendências estão ditando o crescimento do setor?
- Onde estão as melhores oportunidades?

Vamos conectar esses blocos de informação para entender o que está por trás do interesse do público em investir no mercado imobiliário e na construção.



O terreno do interesse imobiliário

Se há algo que segue firme como concreto é o desejo de comprar um imóvel. Segundo um estudo da Brain Inteligência Estratégica, **46% dos brasileiros** manifestam a intenção de adquirir um imóvel nos próximos anos, e **26%** querem realizar a compra em até um ano.

Mas e em Santa Catarina?

Os números confirmam que o estado está no radar de quem busca um novo lar ou uma boa oportunidade de investimento.



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.

De acordo com a Reference Home, cerca de **40,8%** dos catarinenses planejam comprar um imóvel nos próximos seis meses.

E o que eles procuram?



20,5% querem comprar casas



7,88% buscam terrenos



6,27% preferem apartamentos



6,19% ainda estão indecisos

O mercado imobiliário no estado segue em alta, com cidades como **Balneário Camboriú, Itapema e Florianópolis** liderando o ranking dos metros quadrados mais valorizados do Brasil. O cenário mostra que a demanda continua aquecida, e os consumidores estão cada vez mais exigentes na escolha do seu imóvel.



Estruturando o perfil dos compradores

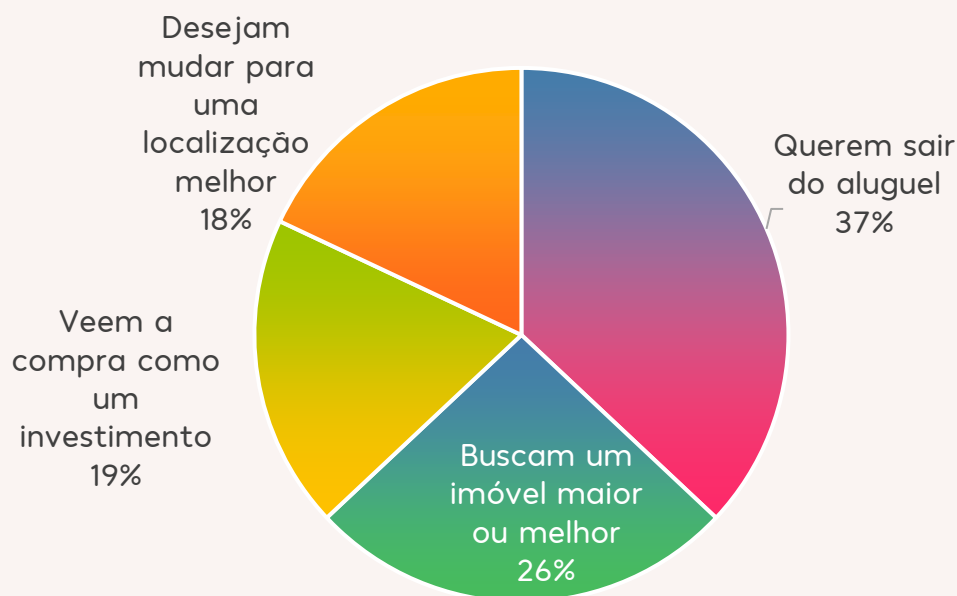
Ao analisar quem está comprando, encontramos um dado interessante: a **Geração Z** (nascidos entre 1995 e 2010) está se tornando um público relevante no mercado imobiliário.

Segundo o CRECI-SC, **37% dos compradores dessa geração já demonstram intenção de adquirir um imóvel**, um reflexo da busca por estabilidade financeira e investimentos mais seguros.

Além disso, uma pesquisa da Brain Inteligência Estratégica revelou que os principais motivos que levam os brasileiros a comprarem imóveis são:



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.



Fonte: Brain Inteligência Estratégica

O acabamento dos detalhes: *preferências do comprador moderno*

Os novos empreendimentos não estão sendo erguidos apenas com cimento e tijolos, mas também com diferenciais que atraem o público.

Uma pesquisa da Revista LIDE mostrou que **63% dos consumidores buscam empreendimentos com infraestrutura completa de lazer e entretenimento**, o chamado conceito "home club". Isso explica o crescimento de condomínios com espaços de coworking, academias equipadas, áreas de lazer amplas e segurança reforçada.

Além disso, cidades como **Florianópolis** aparecem no radar como referência para imóveis de médio e alto padrão, ficando em **3º lugar no Brasil em demanda desse segmento**.



Conectando os dados: a Matriz das Construtoras

Para entender melhor **quem está construindo o mercado catarinense** e como essas empresas são percebidas pelo público, fomos atrás dos números que moldam esse setor.

Tudo começou com uma informação divulgada pela FIESC: **nove construtoras de Santa Catarina estão entre as 100 maiores do Brasil**, segundo o Ranking INTEC. Esse dado nos mostrou que o estado tem um papel de destaque na construção civil nacional e nos motivou a ir além.

Com essa lista em mãos, analisamos os principais players do setor e buscamos entender não apenas o tamanho do mercado de cada construtora, mas também como elas são avaliadas pelos clientes.

Afinal, ser grande não significa ser bem avaliado, e ser bem avaliado não garante uma grande fatia do mercado. Foi assim que estruturamos nossa **Matriz de Presença de Mercado vs. Satisfação**.

Como construímos essa análise?

Presença de Mercado

Para medir o peso de cada construtora no setor, consideramos:

- ✓ Metragem ativa construída – diretamente do Ranking INTEC.
- ✓ Posição no ranking nacional – quanto melhor a posição, maior o peso.
- ✓ Número de avaliações no Google – indicativo de volume de clientes e engajamento digital.
- ✓ Certificações de qualidade (ISO 9001) – um diferencial que mostra compromisso com processos estruturados.



Satisfação do Cliente

A percepção do público sobre cada construtora foi baseada em fontes confiáveis e amplamente utilizadas no mercado:

✓ Nota média no Google Reviews – como os clientes avaliam os serviços e empreendimentos.

✓ Reclame Aqui – índice de solução de problemas e nota do consumidor.

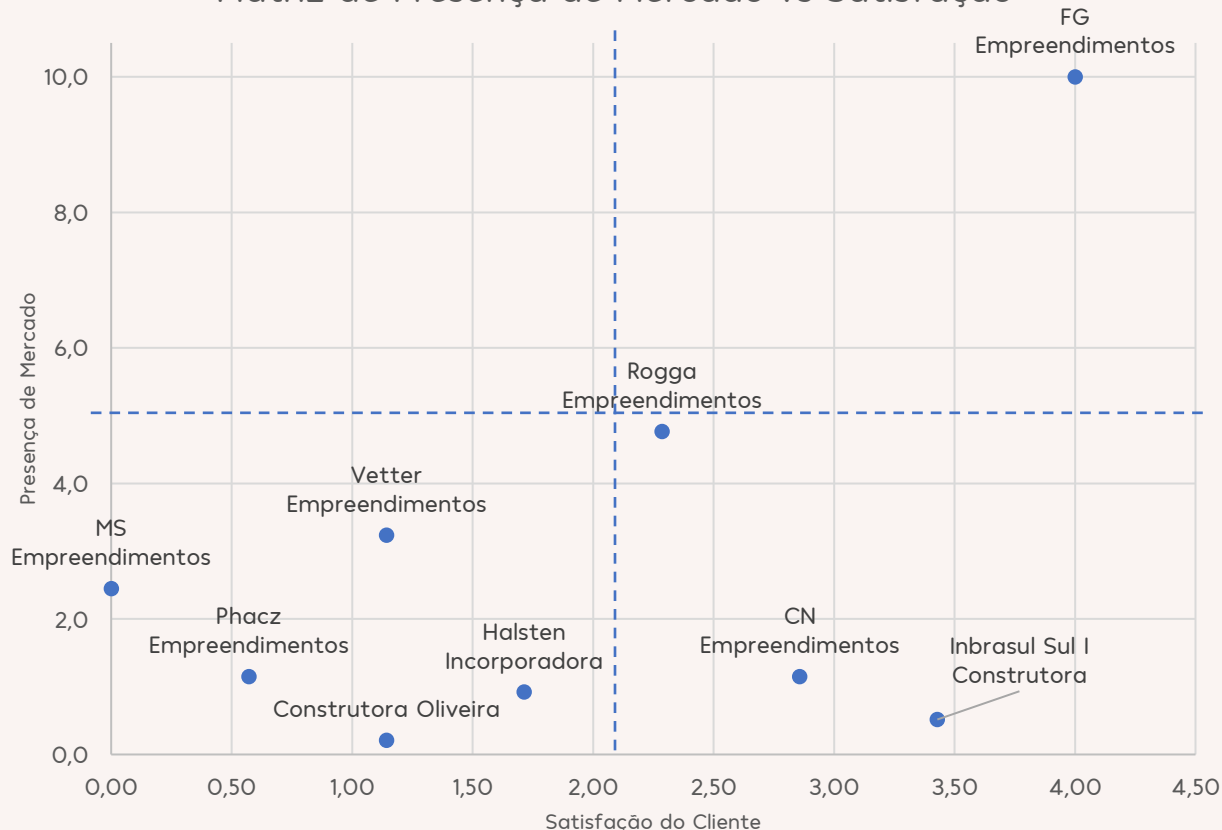
✓ % de clientes que voltariam a fazer negócio – métrica extraída do Reclame Aqui para construtoras que possuem volume de registros.

Com esses critérios, conseguimos plotar cada construtora dentro da matriz, classificando-as em quatro quadrantes:

	Baixa Satisfação	Alta Satisfação
Alta Presença	<p> Contenders</p> <p>Empresas grandes, mas que enfrentam desafios na percepção do público.</p> <ul style="list-style-type: none">  Volume expressivo de obras  Reputação precisa de melhorias  Podem fortalecer imagem e confiança investindo em branding e experiência do cliente 	<p> Líderes</p> <p>Empresas que dominam o mercado e são bem avaliadas pelos clientes.</p> <ul style="list-style-type: none">  Alto volume de obras entregues  Boa reputação com clientes  Fortes na mídia e na lembrança do público
Baixa Presença	<p> Nicho</p> <p>Empresas menores que precisam crescer tanto em presença quanto em reputação.</p> <ul style="list-style-type: none">  Pequena participação no mercado  Avaliações de clientes variam  Oportunidade de expansão e fortalecimento da marca 	<p> Performers</p> <p>Construtoras bem avaliadas, mas ainda conquistando espaço.</p> <ul style="list-style-type: none">  Clientes satisfeitos, mas presença de mercado menor  Potencial de crescimento alto  Marcas que podem ganhar relevância com investimentos estratégicos



Matriz de Presença de Mercado vs Satisfação




Fonte: Solutions | Inteligência de Mercado | SCC SBT



Fechamento da etapa: *as paredes estão erguidas, mas o projeto continua*

Agora que entendemos quem está comprando, o que está impulsionando o setor e como as construtoras estão posicionadas, seguimos para a próxima fase do nosso estudo. Depois de levantar as paredes do mercado, é hora de descobrir quem são os maiores investidores da construção civil na publicidade.

No próximo capítulo, vamos revelar quais empresas estão apostando na TV aberta para se fortalecerem ainda mais. 



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.



iluminando o mercado.

Se uma construção precisa de energia para funcionar, no mercado da construção civil, essa energia vem da comunicação. Assim como um edifício bem projetado se destaca na paisagem, as marcas do setor precisam garantir que sejam vistas pelo público certo.

Investir em publicidade é como instalar um sistema de iluminação eficiente: **garante que a empresa esteja no radar do consumidor no momento certo da decisão de compra.**

Mas quem está realmente investindo para brilhar na TV aberta em Santa Catarina? E quais são as oportunidades que ainda estão na planta?

Quem está colocando cimento na comunicação?

Utilizando o ADEX da Spot Inteligência de Mídia, analisamos quais marcas mais investiram em TV aberta ao longo de 2024 dentro do setor da construção civil.

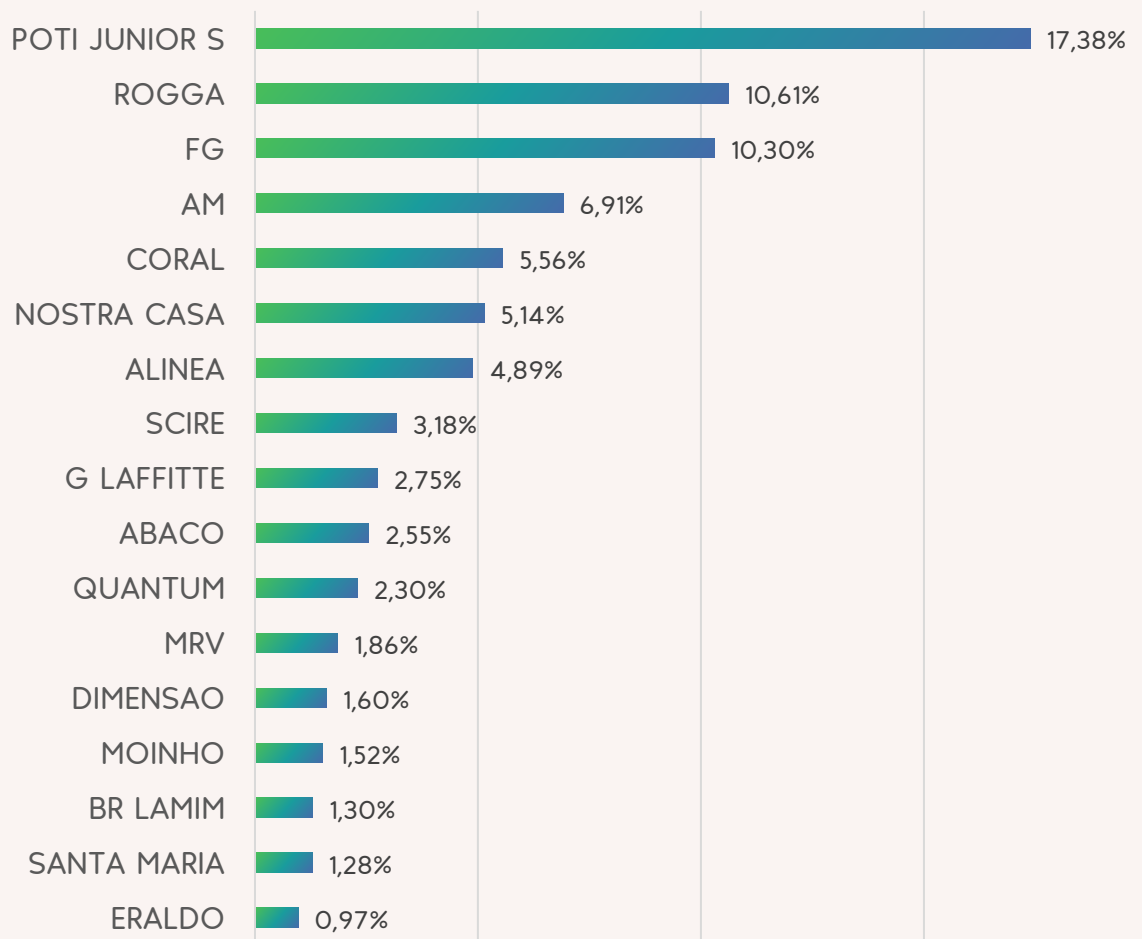
Para isso, aplicamos o critério de Pareto, identificando as empresas que concentraram a maior parte dos investimentos.





O resultado mostra que o setor é aquecido, mas ainda **apresenta oportunidades para crescimento na publicidade televisiva.**

Ranking de investimentos das marcas no setor (% sobre o total investido pelo segmento)



FONTE: ADEX Spot | TV Aberta | SC | Jan a Dez 2024 | Descontos projetados: Globo 15%, Record 75%, SBT 75%, Band 90%.

Embora existam grandes marcas no setor da construção civil em SC, a análise mostra que **a presença na TV aberta está concentrada em algumas empresas**, enquanto muitas outras ainda não utilizam o meio de forma consistente.

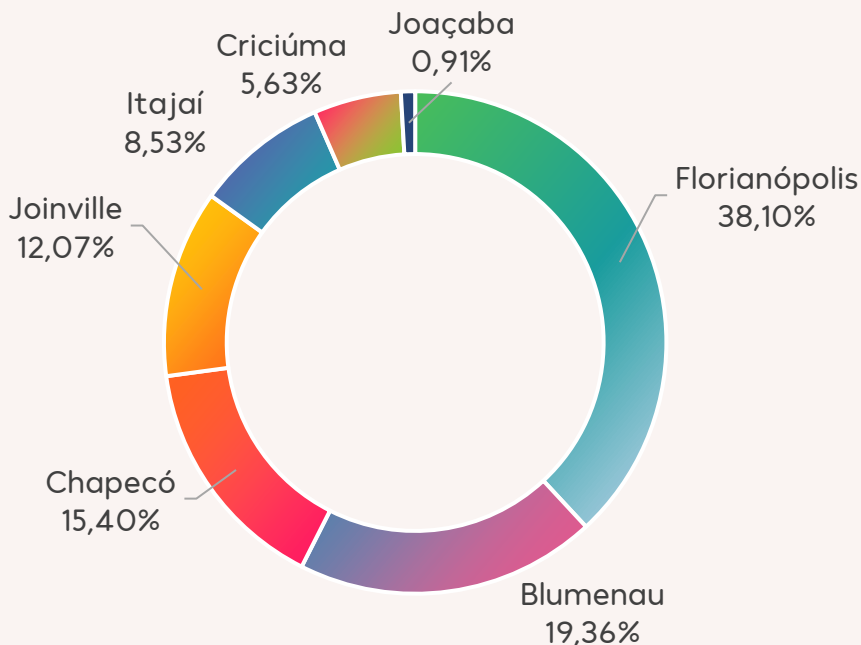
A publicidade, nesse cenário, segue como um recurso estratégico não apenas para gerar vendas, mas para consolidar marca e reputação no setor.



Distribuição regional: onde o investimento acontece?

O mapeamento regional mostra quais praças concentram os maiores investimentos em TV aberta no setor da construção:

Distribuição do investimento por região



FONTE: ADEX Spot | TV Aberta | SC | Jan a Dez 2024 | Descontos projetados: Globo 15%, Record 75%, SBT 75%, Band 90%.



Destaques estratégicos:

Florianópolis lidera os investimentos, confirmando sua posição como um dos mercados mais valiosos do setor.

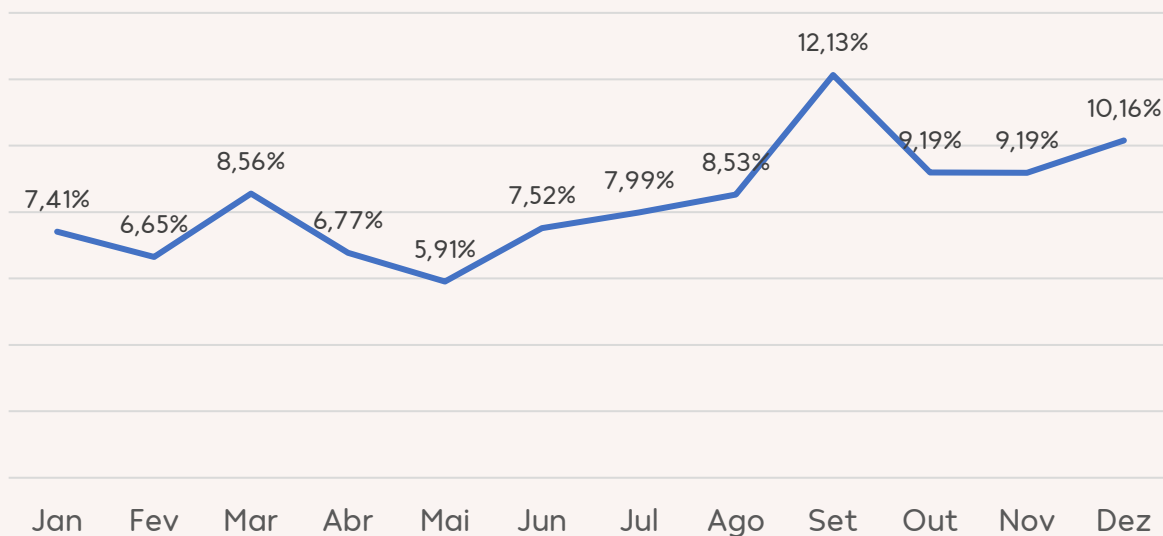
Blumenau e Chapecó aparecem como praças fortes, absorvendo quase 35% do investimento total.

Itajaí chama atenção, pois não aparece entre os mercados mais anunciados, mesmo sendo uma das cidades mais valorizadas do estado no setor imobiliário. Isso sugere uma possível desconexão entre a importância do mercado local e a alocação de mídia das marcas.



Quando o setor mais investe?

Sazonalidade dos investimentos em 2024



FONTE: ADEX Spot | TV Aberta | SC | Jan a Dez 2024 | Descontos projetados: Globo 15%, Record 75%, SBT 75%, Band 90%.



Possíveis influências no comportamento de sazonalidade: :

O pico de investimentos ocorre entre **setembro** e **dezembro**, o que pode estar relacionado a **entrega de empreendimentos, campanhas de vendas e possíveis incentivos fiscais**.

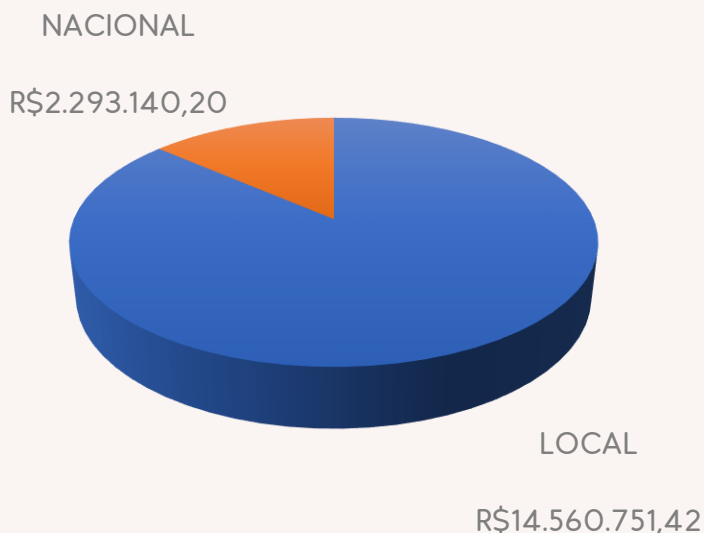
A presença de **março** e **agosto** entre os meses mais fortes sugere outros fatores influenciando o **calendário publicitário do setor**, como eventos imobiliários ou fluxos sazonais de turistas.

Para maximizar os investimentos, pode ser interessante investigar **se há espaço para ampliar campanhas ao longo do ano** e evitar a alta concentração de gastos nos últimos meses.



O DNA do investimento: marcas locais vs. nacionais

Origem dos anunciantes no setor da construção civil



FONTE: ADEX Spot | TV Aberta | SC | Jan a Dez 2024 | Descontos projetados: Globo 15%, Record 75%, SBT 75%, Band 90%.

O que esse dado revela?

O setor de construção civil em Santa Catarina é **altamente local**, com **mais de 86%** dos investimentos publicitários vindos de empresas regionais.

Isso significa que há um **grande volume de dinheiro dentro do estado**, que pode ser potencializado através de estratégias de mídia focadas nesse mercado.

O SCC SBT, como uma emissora regional, tem um posicionamento estratégico para se tornar a **principal vitrine para essas marcas**, conectando-as ao seu público de forma mais assertiva.

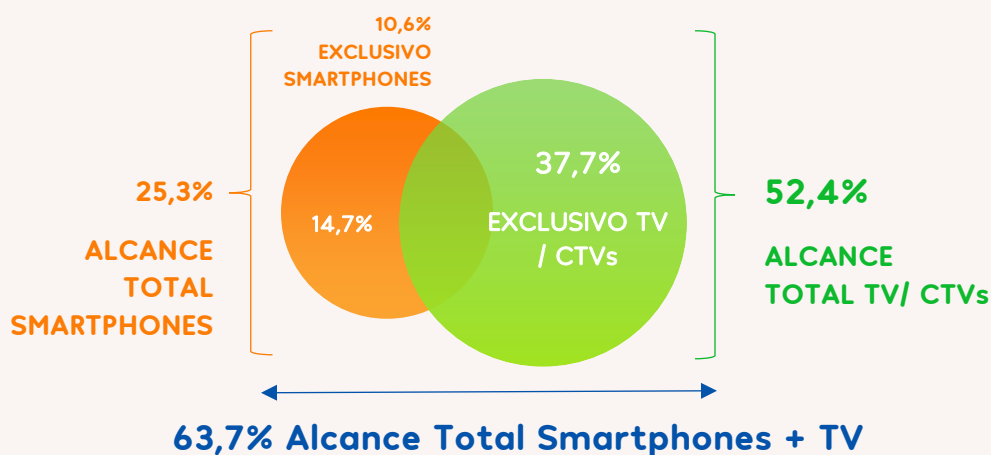


as chaves das oportunidades.

Agora que você já viu como o setor da construção civil está estruturado, como as marcas estão posicionadas e quem está investindo em mídia, é hora de entender por que a TV aberta pode ser uma fundação sólida para construir a visibilidade da sua marca.

Antes de mais nada, vale reforçar: a TV aberta não é mais só o aparelho que fica na parede da sala. Hoje, ela é conteúdo multiplataforma, acessado de diversas formas, seja ao vivo, via streaming, clipes em redes sociais ou on-demand no YouTube.

Os índices de audiência, hoje, refletem não apenas quem assiste no momento em que o programa vai ao ar, mas também quem busca esse conteúdo em outros canais e momentos. Em outras palavras, a TV aberta continua presente – mas de um jeito muito mais conectado aos novos hábitos de consumo de mídia.



Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Plataform View | Total Vídeo | Total Indivíduos | Consumo Domiciliar | Smartphones e TV/CTVs| 14/06/2023 | Rch%

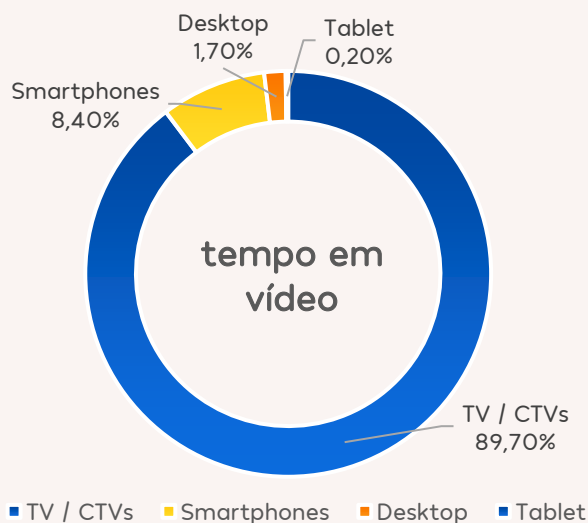
Este jeito de assistir os conteúdos no YouTube, em cortes de Reels no Instagram, no TikTok, em comentários no X ou no grupo do WhatsApp que integra digital e TV, não é só você quem faz. É um



novo jeito de assistir é, também, uma grande oportunidade para as marcas da construção civil.


O consumo combinado de vídeos em TVs e smartphones, em um único dia, pode gerar um alcance acima de 60%, segundo estudos de mídia. Isso representa um aumento de cerca de 10 pontos percentuais em relação ao uso exclusivo da TV (52%). Ou seja, usar as duas telas – TV + digital – é como integrar o projeto arquitetônico da comunicação com a obra da visibilidade de marca.

No SCC SBT, entendemos isso como parte do nosso próprio canteiro de atuação. Nossa programação é retransmitida ao vivo pelo nosso canal no YouTube, que já soma mais de 850 mil seguidores e cerca de 32 milhões de visualizações mensais..



Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Plataform View | Total Indivíduos | Consumo Domiciliar | RM – Completo | 1o Semestre de 2023 | Total Vídeo | Consolidado View | Tot.Plataformas | Total Dispositivos | TMS%

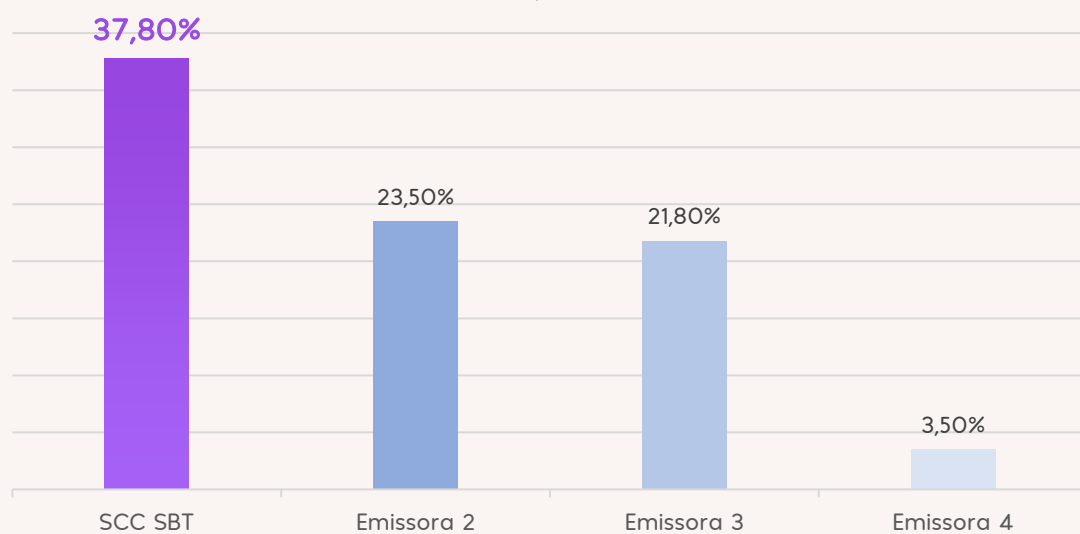
E esse público é exatamente o perfil de quem decide sobre obras, reformas e compras imobiliárias:

 63,9% dos nossos espectadores no YouTube estão entre 25 e 54 anos, faixa etária com forte influência em decisões como trocar de imóvel, investir em novos empreendimentos ou reformar a casa.



E, se olharmos só para o meio TV, o SCC SBT é a emissora que mais se conecta com a família catarinense. Segundo o Instituto Reality de Pesquisas (IRP), em levantamento realizado em 2024, somos líderes em adequação àquilo que a família quer assistir em TV aberta – e é justamente no seio familiar que muitas decisões sobre obras, compra de imóveis e reformas ganham forma.

Qual emissora possui a programação mais adequada?



Fonte: Surveykast IRP – 24 de junho a 08 de julho de 2024, Qual emissora possui a programação mais adequada?

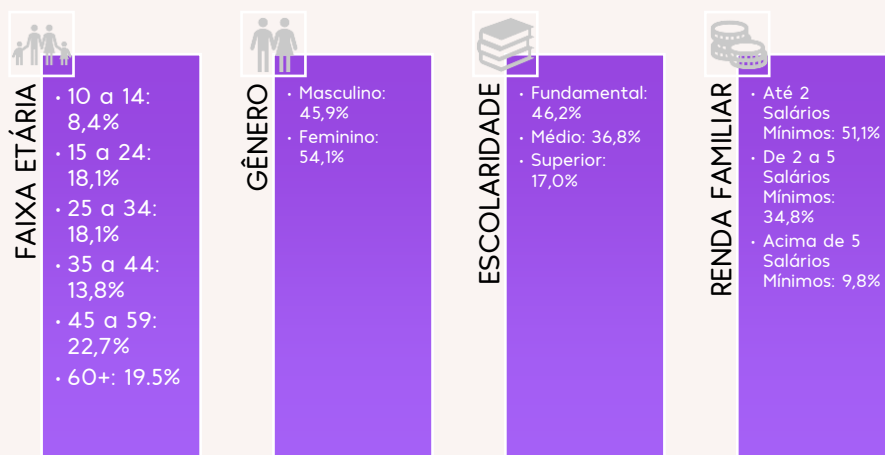
Nas nossas audiências exclusivas da TV aberta, o SCC SBT entrega uma grade de programação variada e popular, que em quase todos os horários ocupa a segunda colocação de audiência em Santa Catarina.

Essa força na programação permite alcançar desde jovens adultos em busca do primeiro imóvel, até famílias consolidadas planejando investir em uma casa maior ou reformar seu lar. Sem falar nos profissionais que influenciam o setor – engenheiros, arquitetos, fornecedores e empresários.



Ao impactar diferentes públicos em momentos distintos do dia, a sua marca ganha força em diversas camadas da sociedade, construindo reconhecimento, familiaridade e preferência – os três pilares que sustentam uma boa reputação de marca no mercado.

Afinal, quando o assunto é construir presença, estar na mente do público é tão importante quanto estar no canteiro de obras.



Fonte: IRP TV Report – Pesquisa audiência Santa Catarina. 24 de junho a 08 de julho de 2024. PS%



obras em andamento. os pilares do mercado de construção em SC.



da fundação à fachada:


vamos construir sua presença?

Construir uma marca forte leva tempo, planejamento e escolhas estratégicas – assim como qualquer grande obra. Ao longo deste estudo, mostramos como o setor da construção civil em Santa Catarina está estruturado, quem são os protagonistas do mercado e como a comunicação pode ser uma aliada para fortalecer ainda mais essa presença.

Se você chegou até aqui, já sabe que existe espaço para crescer. O mercado é competitivo, mas ainda carente de marcas que queiram aparecer com consistência, presença e relevância.

E é justamente aí que a gente pode construir juntos.



 O SCC SBT e o Portal SCC10 oferecem soluções integradas para marcas que querem estar onde o público está: na TV, no digital e no dia a dia dos catarinenses.

Se você acredita que é hora de erguer sua marca com mais visibilidade, fale com a nossa equipe. Vamos projetar essa comunicação juntos – com criatividade, estratégia e a força da mídia regional que mais entende Santa Catarina.