

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SOCIOECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Maiara da Silva  
Regiane de Fátima Perdoncini Balzer

**GESTÃO ESTRATÉGICA FRENTE ÀS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, AOS  
NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E ÀS TENDÊNCIAS PARA O MERCADO  
IMOBILIÁRIO: Um Estudo de Caso do Setor Imobiliário em Florianópolis/SC**

Florianópolis

2020

Maiara da Silva  
Regiane de Fátima Perdoncini Balzer

**GESTÃO ESTRATÉGICA FRENTE ÀS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, AOS  
NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E ÀS TENDÊNCIAS PARA O MERCADO  
IMOBILIÁRIO: Um Estudo de Caso do Setor Imobiliário em Florianópolis/SC**

Trabalho de Curso apresentado à disciplina CAD 7305 como  
requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em  
Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina  
Enfoque: Monográfico  
Área de concentração: Inovação  
Orientador(a): Prof<sup>ª</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Gonçalves Silveira Fiates

Florianópolis

2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Silva, Maiara da; Balzer, Regiane de Fátima Perdoncini  
Gestão Estratégica Frente às Inovações Tecnológicas, aos  
Novos Modelos de Negócios e às Tendências para o Mercado  
Imobiliário : Um Estudo de Caso do Setor Imobiliário em  
Florianópolis/SC / Maiara da Silva, Regiane de Fátima  
Perdoncini Balzer ; orientadora, Gabriela Gonçalves  
Silveira Fiates, 2020.

90 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio  
Econômico, Graduação em Administração, Florianópolis, 2020.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Mercado Imobiliário. 3.  
Florianópolis. 4. Inovações Tecnológicas. I. Balzer, Regiane  
de Fátima Perdoncini. II. Fiates, Gabriela Gonçalves  
Silveira. III. Universidade Federal de Santa Catarina.  
Graduação em Administração. IV. Título.

Maiara da Silva  
Regiane de Fátima Perdoncini Balzer

**GESTÃO ESTRATÉGICA FRENTE ÀS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, AOS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E ÀS TENDÊNCIAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO: Um Estudo de Caso do Setor Imobiliário em Florianópolis/SC**

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 30 de novembro de 2020.

---

Prof<sup>a</sup>. Helena Kuerten de Salles Uglione, Dr.<sup>a</sup>  
Coordenadora de Trabalho de Curso

**Avaliadores:**

---

Prof<sup>a</sup>. Gabriela Gonçalves Silveira Fiates, Dr.<sup>a</sup>  
Orientador.<sup>a</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Mário de Souza Almeida, Dr.  
Avaliador  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Rogério Tadeu de Oliveira Lacerda, Dr.  
Avaliador  
Universidade Federal de Santa Catarina

Maiara: Dedico este  
trabalho aos meus pais,  
Joice e Sérgio.

Regiane: À minha filha  
Luane que em breve virá ao  
mundo.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço toda a minha família por terem sido o meu apoio durante todos esses anos de graduação. Aos meus pais, Sérgio e Joice, que sempre se preocuparam com a minha educação e bem-estar, agradeço o suporte incondicional. Aos meus irmãos, Manoela e Matheus, pelas conversas e momentos de alegria. Agradeço também ao meu tio, Edson Rodrigo, que sempre foi meu maior incentivador e a quem sou profundamente grata.

Agradeço também às amigas que fiz durante o curso: Gisele, Moara, Vanessa e Tays, por todo o apoio, conselhos, conversas e risadas. E aos meus amigos da vida: João e Samara, pela parceria de anos, pelos conselhos e por todo o suporte.

Agradeço minha colega de Pesquisa, Regiane, por toda a paciência e dedicação com o trabalho e comigo. Agradeço nossa orientadora Prof<sup>a</sup> Gabriela Fiates, pela paciência, pelos conhecimentos compartilhados e por sua dedicação durante toda a composição deste trabalho.

Gostaria de agradecer também os Professores Mário Almeida e Rogério Lacerda por terem aceitado o convite de fazer parte de nossa banca e por todas as críticas e sugestões que poderão surgir.

Por fim, gostaria de agradecer a todo o corpo docente do CAD por sua colaboração com minha formação. Enfim, agradeço a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para concretização deste trabalho.

*Maiara da Silva*

\*\*\*

Primeiramente agradeço a Deus por tudo o que Ele me proporciona, por ter me dado forças e criado oportunidades para alcançar meus objetivos, obrigada meu Senhor!

Agradeço aos meus pais, João e Raquel que sempre me incentivaram a estudar e realizar meus sonhos. Agradeço ao meu esposo Luís por todo apoio, incentivo e companheirismo.

Agradeço minha colega de Pesquisa Maiara, por toda a dedicação e comprometimento. Agradeço nossa orientadora Professora Gabriela Fiates por nos conduzir nesta pesquisa, por todas as críticas e sugestões e pelo tempo dedicado em nos orientar.

Agradeço aos Professores Mário Almeida e Rogério Lacerda por aceitarem o convite de fazerem parte de nossa Banca, pela leitura do trabalho e valiosas críticas e sugestões que poderão surgir.

Agradeço a todos os profissionais que aceitaram participar desta Pesquisa contribuindo para a obtenção do resultado, pelo tempo, pela atenção e por compartilhar conosco as experiências vivenciadas no Setor Imobiliário.

Por fim, sou grata a todos os professores do CAD que fizeram parte da minha formação.  
Que Deus abençoe a todos!

***Regiane Balzer***

*“Todas as inovações eficazes são surpreendentemente simples. Na verdade, o maior elogio que uma inovação pode receber é haver quem diga: Isto é óbvio! Por que não pensei nisso antes?”*

(Peter Drucker)



## RESUMO

Com o advento das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para toda a sociedade torna-se inevitável não ser afetado por essas. O Mercado Imobiliário de Florianópolis também tem sofrido diversas mudanças e por conta disso resolveu-se realizar uma pesquisa que procura analisar como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios, e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a atuação dos corretores de imóveis de Florianópolis. Além disso, o presente estudo tem o intuito adicional de descrever tanto as Inovações Tecnológicas, os Novos Modelos Negócio e as Tendências para o setor imobiliário quanto às práticas utilizadas pelos corretores frente a essas questões. Em virtude dessas transformações buscou-se ainda identificar as novas competências que estão sendo requeridas aos profissionais do setor para que se adaptem a ela. Para alcançar esses objetivos utilizou-se uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. Para a coleta de dados usou-se o método de entrevista em profundidade com dez corretores atuantes na cidade de Florianópolis, as mesmas foram gravadas, transcritas e posteriormente analisadas por meio da técnica de análise do discurso, confrontando os dados encontrados com a teoria apresentada no capítulo de fundamentação teórica. Com isso, foi possível identificar as principais competências que tem sido solicitadas aos corretores, tais como o autoconhecimento, conhecimento técnico, habilidade interpessoal e iniciativa. A caracterizar as principais transformações encontradas como os Portais on-line, visitas virtuais e outras que têm influenciado o Mercado Imobiliário de Florianópolis.

**Palavras-chave:** Mercado Imobiliário. Inovações Tecnológicas. Corretores. Florianópolis.

## **ABSTRACT**

With the advent of technological innovations, new business models and trends for the whole society, it becomes inevitable not being affected by them. The Florianópolis Real Estate Market has also undergone several changes and as a result, it was decided to conduct a survey that seeks to analyze how technological innovations, new business models, and trends in the real estate market are influencing the performance of real estate brokers in Florianópolis. In addition, the present study has the additional intention of describing both Technological Innovations, New Business Models and Trends for the real estate sector, as well as the practices used by brokers in relation to these issues. As a result of these transformations, it was also sought to identify the new competencies that are required of professionals in the sector to adapt to it. To achieve these objectives, a descriptive research with a qualitative approach was used. For data collection, the in-depth interview method with ten brokers in the city of Florianópolis was used, they were recorded, transcribed and later analyzed using the discourse analysis technique, comparing the data found with the theory presented in the theoretical foundation chapter. With that, it was possible to identify the main competencies that have been requested from brokers, such as self-knowledge, technical knowledge, interpersonal competencies and initiative. To characterize the main transformations found, such as online portals, other virtual visits that influenced the Real Estate Market in Florianópolis.

**Keywords:** Real Estate Market. Tecnological Innovation. Realtor. Florianópolis.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Seção “Atividades Imobiliárias” .....	25
Figura 2 - Fluxograma Equação do Mercado Imobiliário.....	26
Figura 3 - Representação da Rede Blockchain.....	37
Figura 4 - Gráfico dos Investimentos em PropTechs pelo mundo de 2014 a 2019 (em Bilhões de Dólares) .....	38
Figura 5 - Nicho de atuação dos sujeitos da pesquisa .....	52

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características da Intermediação Digital no Mercado Imobiliário.....	42
Quadro 2 - Resumo dos Novos Modelos de Negócios.....	46
Quadro 3 - Caracterização do grupo estudado.....	51
Quadro 4 - Quadro de Perguntas para Entrevista em Profundidade.....	53
Quadro 5 - Perguntas Elaboradas para as Proposições Teóricas.....	54
Quadro 6 - Percepção sobre o uso das Novas Tecnologias.....	57
Quadro 7 - Descrição das Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócio.....	58
Quadro 8 - Tecnologias utilizadas.....	64
Quadro 9 - Opinião sobre a substituição dos Corretores pelos Aplicativos e Portais.....	67
Quadro 10 - Novos Conhecimentos e Habilidades.....	69
Quadro 11 - Autor x Entrevistado.....	74

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABADI Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis

ABRAINCA Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias

CBIC Câmara Brasileira da Indústria da Construção

CNAE Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CRECI Conselho Regional dos Corretores de Imóveis

CRECI/SC Conselho Regional de Corretores de Imóveis de Santa Catarina

COFECI Conselho Federal dos Corretores de Imóveis

CONCLA Comissão Nacional de Classificação

FENACI Federação Nacional dos Corretores de Imóveis

FIA Fundação Instituto de Administração

FGV Fundação Getúlio Vargas

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PIB Produto Interno Bruto

SBPE Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo

SECOVI/SP Sindicato da Habitação de São Paulo

UFSC Universidade Federal de Santa Catarina

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
1.1 OBJETIVOS.....	19
<b>1.1.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>19</b>
1.2 JUSTIFICATIVA.....	20
1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	21
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>22</b>
2.1 MERCADO IMOBILIÁRIO.....	22
<b>2.1.1 Atividades Imobiliárias.....</b>	<b>24</b>
2.1.1.1 Intermediação e Corretagem Imobiliária.....	25
2.1.1.2 Agentes Imobiliários.....	26
<b>2.1.2 Mercado Imobiliário em Florianópolis (SC) .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2 INOVAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.1 Inovação no Mercado Imobiliário .....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.2 Novos Modelos de Negócios.....</b>	<b>35</b>
2.2.2.1 <i>PropTechs</i> : Oportunidades ou ameaças para Corretores e Imobiliárias?.....	36
2.2.2.1.1 <i>iBuyer</i> .....	39
2.2.2.1.2 Canal de Parcerias.....	39
2.2.2.1.3 Intermediação Digital.....	40
2.2.2.1.4 Desintermediação Digital.....	43
<b>2.2.3 Tendências para o Mercado Imobiliário.....</b>	<b>46</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>49</b>
3.1 A PESQUISA.....	49
<b>3.1.2 Instrumento de Pesquisa .....</b>	<b>52</b>
<b>3.1.3 Procedimentos de Coleta .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1.4 Análise de Dados .....</b>	<b>56</b>
<b>4 ANÁLISE DE RESULTADOS .....</b>	<b>57</b>
4.1 TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS .....	57
4.2 PRÁTICAS UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS .....	63

4.3 OS PROFISSIONAIS E AS NOVAS COMPETÊNCIAS .....	69
4.4 OUTROS RESULTADOS INTERESSANTES .....	71
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>75</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>77</b>
<b>APÊNDICE A - Roteiro de Entrevista Corretores .....</b>	<b>88</b>
<b>APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....</b>	<b>90</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo aborda a problemática da gestão no setor imobiliário, realizada por imobiliárias e corretores de imóveis, tendo em vista os avanços tecnológicos e as novas tendências do setor. Trata-se, em especial, das transformações trazidas pela Economia Digital baseada no comércio eletrônico, sistemas em rede e nas tecnologias da informação (COZER, 2007).

O Mercado Imobiliário possui grande importância para a Economia do País, participando na geração de empregos diretos e indiretos, no desenvolvimento do espaço urbano e na qualidade de vida da população (MATOS; BARTKIW, 2013). Em 2018, o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu 1,3% e o Setor de Serviço (que corresponde 75,8% do PIB) foi o que mais contribuiu com o resultado positivo, com destaque para as Atividades Imobiliárias que, com crescimento de 3,1%, foi o ramo que registrou melhor desempenho. (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE, 2019)

O subsetor de Atividades Imobiliárias contabilizou dez trimestres consecutivos de crescimento – do segundo trimestre de 2017 até o terceiro trimestre de 2019. Este subsetor tem contribuído positivamente no resultado do PIB, destacando a sua importância e influência na economia do País. (ANUÁRIO DO MERCADO IMOBILIÁRIO - SECOVI-SP, p. 15, 2019)

Dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011) revelaram que o Brasil possuía em 2010 pouco mais de 57 milhões de residências. No entanto, um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) estimou que o déficit habitacional no Brasil, registrado em 2017, foi de 7,77 milhões de unidades (ABRAINC, 2018). Portanto, há muito ainda o que explorar no Mercado Imobiliário, seja na construção, compra ou locação de imóveis.

Matos e Bartkiw (2013) apresentam as muitas opções de serviços agregados que compõem o Mercado Imobiliário, sendo formados pelos seguintes agentes:

imobiliárias, corretoras de imóveis autônomas, o profissional corretor, proprietário, empreiteiras de mão de obra, empresas da construção civil e empresas prestadoras de serviços em propaganda e marketing, que atuam nas atividades de administração e comercialização dos empreendimentos imobiliários. (MATOS E BARTKIW, 2013 p. 13)

De acordo com o último relatório Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo - 2017 do IBGE, o número de empresas classificadas como Atividades Imobiliárias na Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0 foi de 89.732, com uma taxa de entrada de empresas no mercado de 20% no ano de 2017. Adicionalmente, do saldo de 360 mil pessoas ocupadas assalariadas em 2017, as Atividades Imobiliárias se



destacaram com variação positiva, sendo o segundo maior resultado: 2,3 pontos percentuais (IBGE, 2019 p.26-28). Em matéria publicada na Folha de São Paulo, Narcizo (2019) afirma que em 2019, dos empregos com carteira assinada registrados no Brasil, 10% foram gerados pelo setor imobiliário.

Cabe esclarecer que os negócios e a gestão do setor imobiliário ocorrem em uma cadeia de valor que compreende a “prospecção de terrenos, análise de viabilidade, financiamento do projeto, projetos comercial e arquitetônico do empreendimento, divulgação e comercialização e mercado de capitais” (FIA, 2018; n.p.).

No âmbito do negócio, os resultados são alcançados por meio da Gestão, uma atividade prevista nesta atividade econômica, segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, como “Gestão e Administração da Propriedade Imobiliária” (IBGE, 2019).

A gestão imobiliária pode ser conceituada como uma série de práticas, técnicas e ferramentas que permite que as empresas retenham bons clientes, assim como conquiste novos consumidores. Além disso, a partir da gestão imobiliária pode-se aumentar o número de produtos oferecidos e qualificar o atendimento final, sendo realizada em áreas financeira, patrimonial, de pessoas e de clientes (DOCUSIGN, 2017).

Apesar das empresas classificadas em atividades administrativas apresentarem altas taxas de sobrevivência (48,8%), segundo dados de 2017 do IBGE (IBGE, 2019, p.34), tendo em vista que o mercado imobiliário é receptivo às mudanças macroeconômicas (DOCUSIGN, 2017), a gestão no setor sofre, como os demais, os impactos das novas demandas, dos novos modelos de negócios, das novas tecnologias, em especial, como inovações disruptivas.

As inovações disruptivas são capazes de formar um novo e completo mercado com a inserção de um novo produto ou serviço (CHRISTENSEN; OVERDORF, 2009). Empresas digitais como Netflix, Uber, Airbnb e outras configuram este ambiente de novos modelos de negócios com a digitalização e inovações digitais disruptivas, percorrendo desde a cadeia de suprimentos, produção e experiência do cliente, motivando oportunidades de criação de valor (CAYLAR, NAIK e NOTERDAEME, 2016), que impactam também no setor imobiliário.

Neste cenário, o trabalho de corretores tradicionais vem sendo substituído ou, pelo menos, ameaçado, por corretores on-line, que “conseguem fechar negócios com mais eficiência, por preço, comodidade e velocidade” (CHARITOU; MARKIDES, 2003, apud RODRIGUES; CIUPAK; RISCAROLLI, 2017, p.5). Outras mudanças vêm acontecendo no setor, com “financiamento de imóveis através de *crowdfunding*, [...] processos e formas de comercialização de imóveis mais diretos, sem intermediários ou por meio de plataformas, e

automação dos imóveis, com uso de aplicativos para controle das funcionalidades” (FECOMÉRCIO, 2019. n.p.). Desta forma, pode-se considerar que:

O comportamento inovador tornou-se um dos principais diferenciais das economias, com impactos no seu nível de desenvolvimento, índices de crescimento e dinamismo, destacando-se como um dos grandes responsáveis pelos ganhos de competitividade. A inovação passa a significar não apenas o desenvolvimento tecnológico, mas também de produtos, processos, modelos de gestão e de negócios. (TADEU; SALUM, 2012. p. 57)

As inovações ocorrem de diferentes formas e normalmente são provocadas pela identificação de problemas, necessidades ou oportunidades, demandando diferentes recursos da organização, podendo ser através de investimentos em novas tecnologias ou não. As organizações buscam “identificar quais formas de inovações são mais apropriadas aos seus objetivos” e “quais formas de inovação podem ser mais úteis para apoiar suas estratégias de negócios.” (RIBAS; FERNANDES, 2015 p. 29)

Em 2019, nos Estados Unidos, a empresa Amazon investiu pela primeira vez no segmento imobiliário com a criação de uma plataforma online, a TurnKay, cujo objetivo é conectar diretamente clientes potenciais e corretores imobiliários, tendo produtos e serviços Amazon associados à compra do imóvel (REDAÇÃO GQ, 2019).

No Brasil, startups como a UpEstate, o Quinto Andar e a Hubbers já atuam no mercado de venda e aluguel reduzindo intermediários na negociação, dispensando fiador e até mesmo comissionamento, oferecendo ao cliente autonomia com uso de imagens do imóvel em vídeos 3D, interação direta entre proprietário e interessado, proposta de venda e locação online e uso de ferramenta de inteligência artificial (RIBAS, 2018; OLIVEIRA, 2019).

Com isto, imobiliárias tradicionais têm ampliado seus serviços. É o caso do Grupo Brasil Brokers, que criou a Desenrola, com atuação inicial na cidade de Goiânia como a primeira plataforma digital de aluguel com o propósito de desburocratizar e acelerar o processo de locação (DESENROLA, 2019), criando soluções e serviços ao invés de focar em ferramentas e produtos (GUTIERREZ, 2019).

O novo modelo de intermediação em contratos imobiliários em plataformas digitais, para o presidente do Conselho Regional de Corretores de Imóveis no Rio de Janeiro (CRECI-RJ), representa “uma concorrência desleal e a insegurança para o cliente”, enquanto para o presidente da Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis (ABADI), “os novos modelos digitais [...] obrigam as empresas tradicionais a se adequarem e a oferecerem um serviço mais aprimorado. Isso é bom para o cliente. Para outros especialistas do setor, isto também pode significar que o trabalho do corretor será substituído pela tecnologia (RIBAS, 2018 n.p.).

Cabe destacar que, o mercado imobiliário “é muito diferente de qualquer outra aplicação financeira”, caracterizando-se como “um mundo bastante complexo [...] envolvendo um grande número de variáveis” (FIA, 2018; n.p.), que englobam:

- a) imóveis novos, usados ou na planta;
- b) compra, venda e aluguel para fins residenciais ou comerciais;
- c) novas soluções tecnológicas (sites, aplicativos para dispositivos móveis e *chatbots* de atendimento, assinatura digital de documentos, novas formas de energia, segurança eletrônica etc.);
- d) necessidade de adaptação a novos perfis de clientes e às mudanças nos modos de vida, de trabalho, estilos e contextos de moradias (FIA, 2018).

Dada a importância do mercado imobiliário para a economia e as transformações que o setor vivencia devido às inovações tecnológicas, aos novos modelos de negócios e as tendências que afetam o comportamento do consumidor e conseqüentemente à gestão das empresas e suas práticas profissionais, o presente trabalho visa contribuir com o entendimento deste fenômeno, respondendo à seguinte pergunta:

***Como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a gestão no setor imobiliário?***

## 1.1 OBJETIVOS

Com o intuito de responder à pergunta de Pesquisa, foram definidos os Objetivos, Geral e Específicos, conforme apresentados a seguir.

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios, e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a atuação dos corretores de imóveis de Florianópolis.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

Tendo em vista o alcance do objetivo geral, foram realizados estudos de casos, cumprindo os objetivos específicos descritos a seguir:

- a) Descrever as Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios que estão provocando transformações no Mercado Imobiliário;

- b) Descrever as práticas utilizadas pelos profissionais e imobiliárias frente às Inovações Tecnológicas, aos Novos Modelos de Negócios e às Tendências para o mercado imobiliário;
- c) Identificar novas competências que estejam sendo requeridas aos profissionais do setor nesse novo contexto;
- d) Sugerir ações alternativas que possam ser utilizadas por profissionais e empresas do Setor Imobiliário para se adaptarem às Inovações Tecnológicas e às Tendências do setor.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O estudo mostra-se relevante por tratar da inovação e da análise dos impactos na gestão, causados pelas inovações da era digital e novas tendências no contexto imobiliário.

Uma pesquisa realizada em outubro de 2019 no banco de dados da SciELO com as palavras-chaves “inovação” e “mercado imobiliário” apresentou apenas três resultados: **“O Marketing Imobiliário à Luz da Estética da Mercadoria”** de Barbosa (2017), **“Parques tecnológicos: entre inovação e renda imobiliária no contexto da cidade do Recife”** de Lacerda e Fernandes (2015) e **“Empresários urbanos e produção do espaço residencial: condomínios-clubes na Zona Sul de Natal”** de Araújo (2015). Já com as categorias “gestão”, “inovação” e “mercado imobiliário”, a SciELO apresentou somente um resultado, o mesmo já citado anteriormente, o artigo de Araújo (2015).

Complementarmente, uma pesquisa no Repositório Institucional da UFSC, com foco no título e no campo da Administração utilizando as mesmas palavras-chaves, revelou inicialmente 43 resultados, mas nenhum trabalho no campo da inovação e gestão no mercado imobiliário. Portanto, nenhum dos estudos encontrados possui proposta similar à que é apresentada no presente trabalho, o que evidencia uma lacuna teórica com a qual esta pesquisa pode contribuir.

Entretanto, nenhum dos estudos encontrados possui proposta similar à que é apresentada no presente trabalho, o que evidencia uma lacuna teórica com a qual esta pesquisa pode contribuir.

A Pesquisa tem relevância econômica e social, pois o setor, de acordo com o Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo (SBPE) movimentou R\$ 57,5 bilhões na compra e construção de imóveis durante todo o ano de 2018 (EXAME, 2019; n.p.), enquanto, a Fundação Getúlio Vargas (FGV) sugere que a demanda habitacional no Brasil é de 14 milhões de

moradias até 2025 (INFOMONEY, 2018; n.p.). Outro dado relevante é que o setor emprega cerca de 350 mil corretores de imóveis em todo o país (FENACI, 2017).

Já o mercado imobiliário da Grande Florianópolis é um mercado que cresce de 10% a 15% ao ano (NSC Total, 2019; n.p.), caracterizado pelo alto poder aquisitivo da população, alta de preço de vendas de imóveis residenciais (Índice FipeZap) e empreendimentos limitados por conta de questões ambientais e crescimento de construções nas cidades próximas.

Finalmente, o trabalho justifica-se em razão do interesse de uma das pesquisadoras, que atua como profissional há 5 anos no mercado imobiliário de Florianópolis. Diante do exposto, o presente pretende cooperar com a ampliação do conhecimento acerca do tema da gestão da inovação no mercado imobiliário.

### 1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi dividido em cinco capítulos: Introdução, Fundamentação Teórica, Procedimentos Metodológicos, Análise de Resultados, Conclusão e Referências. Além desses capítulos há também uma seção contendo os apêndices da pesquisa desenvolvida.

Na Introdução buscou-se trazer dados e informações acerca do Mercado Imobiliário de uma forma geral. Esse capítulo serve para que os leitores sejam inseridos no contexto do setor e obtenham um conhecimento superficial sobre os temas que serão tratados nos capítulos seguintes.

O capítulo de Fundamentação Teórica foi construído com o intuito de que os conceitos apresentados na Introdução fossem aprofundados nesta seção. Portanto, neste há uma subseção contendo informações sobre o que é o Mercado Imobiliário e as atividades que estão inclusas no setor (2.1). Após criou-se uma subseção apenas para fundamentar as Inovações Tecnológicas, os Novos Modelos de Negócios e as Tendências que estão surgindo e podem estar influenciando o setor Imobiliário (2.2).

No capítulo 3 tratou-se dos Procedimentos Metodológicos utilizados durante a pesquisa para a coleta e análise de dados. Aqui também se delimitou e caracterizou-se os sujeitos do estudo realizado.

Já no capítulo 4 demonstrou-se os resultados encontrados com os procedimentos metodológicos que foram apresentado no capítulo anterior. Neste foram apresentados as principais respostas encontradas durante a realização da pesquisa.

O último capítulo trata-se da indicação de todas as referências utilizadas para construir tanto a Fundamentação Teórica como o trabalho como um todo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste Capítulo são discutidos temas relacionados ao Setor Imobiliário, seu funcionamento, processos e os agentes envolvidos, assim como são abordados temas relacionados às novas tecnologias, novos modelos de negócios e tendências para o mercado imobiliário.

### 2.1 MERCADO IMOBILIÁRIO

É comum relacionar o setor imobiliário ao setor da construção civil, no entanto, Botelho (2005 p. 32) afirma que o setor imobiliário “é mais amplo que o *setor da construção*, abrangendo-o.” Para o autor, a construção civil compreende as grandes obras de infraestrutura, que são importantes social e economicamente, pois transformam o espaço urbano. O setor imobiliário é composto pelas atividades de três subsetores: (1) indústria da construção civil; (2) indústria da produção de materiais e (3) atividades terciárias: atividades imobiliárias e manutenção predial (BOTELHO, 2005).

Buscando definir o setor imobiliário, Wissenbach (2008 p. 20) argumenta que os conceitos “não costumam aparecer de forma explícita, frequentemente variam com os objetivos do estudo”. De forma abrangente, o autor conclui que o setor “se forma a partir do conjunto de atividades relacionadas às diversas etapas de trabalho, antes, durante e depois da construção dos imóveis.” (WISSENBACH, 2008 p. 21).

Arraes e Sousa Filho (2008) afirmam que o consumo de habitação é essencial a todo ser humano, isto porque trata-se da necessidade básica relacionada à segurança e adversidades do meio ambiente. Este consumo pode ser segmentado de duas formas: atendendo aos que possuem a intenção de utilizar o bem para atender sua necessidade básica de habitação e para aqueles que adquirem o bem como investimento.

Tais interações de oferta e demanda dos bens imóveis que ocorrem no setor imobiliário formam o chamado Mercado Imobiliário, que Kremer (2008) define como o ambiente em que as transações imobiliárias acontecem. A disposição deste mercado envolve muitas empresas e atores, sendo o produto (imóvel) e os serviços prestados inestimáveis para as pessoas. As muitas variáveis envolvidas fazem com que seja considerado um dos setores mais complexos da economia (KREMER, 2008; KUHN; PEREIRA; NERBAS, 2009).

Adicionalmente, o produto comercializado no mercado imobiliário possui características diferentes dos demais bens de consumo. Os imóveis, entre outros atributos, são formados por diferentes produtos (sistemas, materiais etc.). Somando-se às atividades

requeridas desde o planejamento, construção e comercialização, acabam envolvendo muitos profissionais (KUHN; PEREIRA; NERBAS, 2009).

Silva et.al. (2012) também definem o Mercado Imobiliário evidenciando as atividades envolvidas:

O mercado imobiliário é o centro das atividades relacionadas à construção civil, pois ele é responsável pelas atividades de loteamento, compra, venda, locação, entre outras atividades que norteiam o processo da construção. A combinação destas atividades tem como objetivo comum a construção de um bem imóvel, que é o produto comercializado no mercado imobiliário (SILVA et. al., 2012 p.6).

Law e Kuwabara (2014) consideram o mercado imobiliário residencial o mais tradicional entre as possibilidades de negócios do setor, isto porque abrange questões de moradia, família, vida privada e sonhos que envolvem a casa própria, por exemplo; além disso, o número de famílias e pessoas físicas é superior ao número de empresas e escritórios. “Historicamente, é no mercado residencial onde se concentra a maior parte das incorporações, construções e atividade imobiliária de corretagem de imóveis” (LAW; KUWABARA, 2014, p. 59), que será explorada mais profundamente no presente estudo.

Em Amorim (2015), o mercado imobiliário é definido como o mercado do setor imobiliário, onde acontecem as negociações “com o terreno, bem como com qualquer construção edificada sobre esse terreno”, seja por meio da venda ou locação, ou seja, “comercialização ou administração dos imóveis”, através da intermediação imobiliária (AMORIM, 2015, p. 203).

Para Siqueira (2013), a presença de intermediários capazes de dinamizar os processos no mercado imobiliário se justifica, pois as transações imobiliárias se caracterizam por serem um processo complexo que envolve elevados custos diretos e indiretos associados. Como custos diretos destacam-se os de aquisição e burocráticos; como custos indiretos pode-se apontar o tempo dedicado no processo de pesquisa ou divulgação, referindo-se a todas as partes envolvidas: compradores e vendedores, locatários e locadores.

Neste contexto, percebe-se a importância de que profissionais qualificados atuem no Mercado Imobiliário, a fim de conduzir seus clientes com segurança e objetividade para o fechamento dos negócios. Nos tópicos seguintes, serão apresentadas as Atividades Imobiliárias, identificando as possíveis operações do setor. Também serão discutidas as atividades de Intermediação e Corretagem Imobiliária, além dos agentes que compõem o mercado imobiliário e realizam tais intermediações.

### 2.1.1 Atividades Imobiliárias

A Atividade Imobiliária, para Costa (2010 p.19), “compreende o desmembramento de terrenos, loteamentos, incorporação de imóveis, construção própria ou em condomínio, locação de imóveis próprios ou de terceiros e administração de Centros Comerciais, *Shopping Centers* e Condomínios Residenciais.”.

Para esta Pesquisa será considerada a definição da Comissão Nacional de Classificação (CONCLA), que posiciona as Atividades Imobiliárias na Seção “L” e Divisão “68”, definindo seu ramo de atividade para a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), caracterizando-as da seguinte forma:

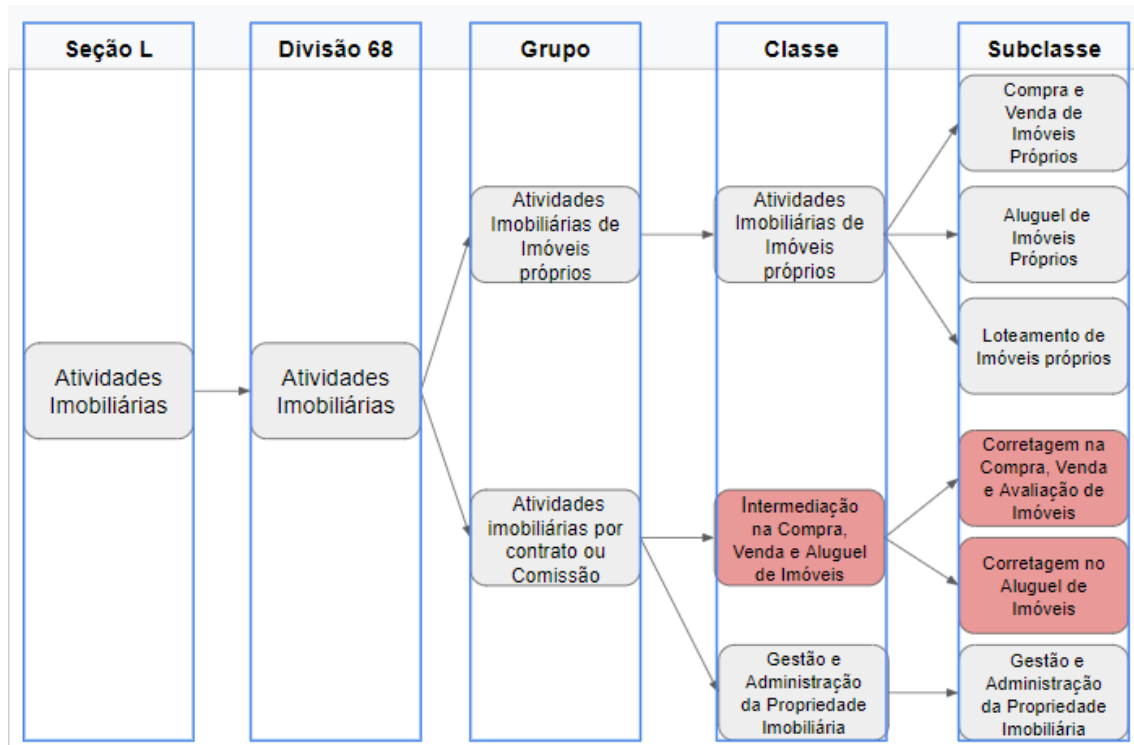
(..) compreende as atividades de gestores de propriedade imobiliária como as de proprietários de imóveis, agentes e corretores imobiliários que atuam nas atividades de compra, venda e aluguel de imóveis e outros serviços relacionados como a avaliação de imóveis para qualquer finalidade. Esta seção compreende também as atividades de administração de condomínios, shopping centers e outros imóveis. As atividades compreendidas nesta seção podem ser desenvolvidas pelo proprietário do imóvel ou por terceiros sob contrato ou corretagem (IBGE. 2019 n.p.).

Este estudo aborda as atividades imobiliárias desenvolvidas por terceiros (agências imobiliárias e profissionais corretores de imóveis), ou seja, intermediadores de transações imobiliárias, categorizadas no “Grupo 68.2 Atividades imobiliárias por contrato ou comissão”, classe que compreende “a intermediação na compra, venda e aluguel de imóveis e terrenos por agentes e corretores imobiliários sob contrato; e os serviços de assessoramento em questões relativas a aluguel de imóveis de terceiros.” (CONCLA, IBGE, 2019 n.p.).

A seguir, na Figura 1, foi elaborado um organograma de todas as Atividades Imobiliárias encontradas na Seção L. Foi colocado em destaque, na cor vermelha, a **Atividade de Intermediação e Corretagem** que é discutida no tópico seguinte.



FIGURA 1: SEÇÃO “ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS”



Fonte: Adaptado de CONCLA - Comissão Nacional de Classificação - IBGE (2019) - Elaborado pelas autoras.

#### 2.1.1.1 Intermediação e Corretagem Imobiliária

Empresas de diferentes portes e profissionais autônomos constituem a indústria da corretagem imobiliária; suas receitas provêm da negociação envolvendo venda e locação de imóveis (SIQUEIRA, 2013). O sucesso da intermediação ocorre quando “o corretor usa de sua capacidade profissional aliada à ética, honestidade e disposição para encontrar o imóvel certo para a pessoa certa.” (RESENDE, 2003 p. 6).

Becker (2016) argumenta em sua pesquisa que a busca por um profissional intermediador ocorre principalmente no cenário urbano; no entanto, os intermediários “podem, sem restrições legais, atuar na comercialização de qualquer tipo de imóvel, urbanos ou rurais, novos ou usados, dependendo para tanto unicamente de sua estrutura e capacidade.” (SIQUEIRA, 2013 p. 8).

O profissional auxilia o interessado na busca pelo imóvel de forma mais objetiva, além de oferecer maior segurança jurídica, pois “vender, comprar ou alugar imóveis por meio do contato direto entre os interessados não apenas é uma tarefa dificultosa, mas também incerta” (BECKER, 2016 p. 11) e os únicos profissionais habilitados a intermediar transações imobiliárias são os corretores de imóveis (GONZAGA; GOMES, 2015).

**Proposição teórica 1. A etapa de intermediação e corretagem tem se transformado em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário.**

#### 2.1.1.2 Agentes Imobiliários

Costa (2003) apresenta os agentes que compõem o mercado imobiliário. São eles: agentes financeiros, proprietários de imóveis, incorporadoras, construtoras, profissionais liberais (corretores), imobiliárias, clientes (compradores, investidores e inquilinos).

Para Bortone (2017), o fluxo do mercado imobiliário se dá em consequência da dinâmica entre a oferta e procura que é motivada pelos agentes imobiliários. No caso dos profissionais, estes buscam e apresentam imóveis que atendam às necessidades dos interessados. A Figura 2 demonstra como ocorre tal processo.

FIGURA 2: FLUXOGRAMA EQUAÇÃO DO MERCADO IMOBILIÁRIO



Fonte: Bortone (2017)

Os agentes de negócios imobiliários surgiram a partir do crescimento e urbanização das cidades (CELANI, 2019) e são considerados, segundo Botelho (2019), agentes de transformação quando se trata do uso e ocupação do solo para fins imobiliários. Isso porque estão empenhados em criar espaços diferenciados a fim de antecipar e garantir a organização e a composição do espaço dentro da estrutura espacial urbana (BOTELHO, 2019).

#### 2.1.1.2.1 Empresas Imobiliárias

Matos e Bartkiw (2013 p. 33) definem empresas imobiliárias, ou apenas imobiliária, “como sendo uma organização empresarial com fins lucrativos de caráter jurídico, responsável por desenvolver o processo de intermediação comercial.”. As principais atividades consistem em:

- a) administrar aluguéis residenciais e comerciais;
  - b) administrar condomínios residenciais;
  - c) intermediar a compra e venda de imóveis residenciais de terceiros e de imóveis comerciais e rurais;
  - d) administrar condomínios não residenciais (flats, apart-hotéis, shoppings, resorts, etc.);
  - e) incorporação em parceria com empresas construtoras, loteamentos com grandes corporações como construtoras e incorporadoras;
  - f) elaborar um planejamento para a captação de imóveis com o objetivo de realizar e propor diferenciais aos clientes na venda e locação de imóveis;
  - g) ter conhecimento do público consumidor para identificar suas reais necessidades e interesses, conquistando e satisfazendo as expectativas de seus clientes.
- (MATOS; BARTKIW, 2013 p. 33)

De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), este segmento empresarial é um dos principais componentes da economia nacional, possibilitando o aumento de investimentos na área imobiliária.

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 à 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 (SEBRAE, 2019).

Uma empresa imobiliária deve cumprir as exigências de registros e alvarás junto aos órgãos governamentais competentes (SEBRAE, 2019), além de atender à regulamentação prevista na Lei 6.530/78:

Art 6º As pessoas jurídicas inscritas no Conselho Regional de Corretores de Imóveis sujeitam-se aos mesmos deveres e têm os mesmos direitos das pessoas físicas nele inscritas.

§ 1º As pessoas jurídicas a que se refere este artigo deverão ter como sócio gerente ou diretor um Corretor de Imóveis individualmente inscrito (BRASIL, 1978).

O CRECI/SC determina que no Contrato Social o corretor de imóveis deve, obrigatoriamente, “fazer parte da sociedade, com no mínimo 31% do capital registrado, bem como deve atuar na gerência da sociedade, sem delegação de poderes através de procuração” (CRECI, 2019 n.p). Com isso, percebe-se a importância do profissional corretor de imóveis, pessoa física, para a gestão de uma empresa imobiliária.

#### 2.1.1.2.2 A Profissão de Corretor de Imóveis

A atividade de corretagem imobiliária está disciplinada em legislação própria através da Lei 6.530/78 e, com a regulamentação feita pelo Decreto 81.871/78, o profissional deve cumprir as exigências dos Conselhos Regionais (CRECI) que, em conformidade com o COFECI (Conselho Federal dos Corretores de Imóveis) organizam condições de trabalho e disciplinam a atuação dos profissionais (RESENDE, 2003).

Embora a profissão de Corretor de Imóveis tenha sido regulamentada no Brasil apenas em 1978, considera-se que a atividade tenha surgido na época de colonização, época em que as algumas pessoas buscavam por uma renda oferecendo-se para encontrar estadia para os desbravadores deste país (CELANI, 2019).

Devido às práticas que valorizam o crescimento, o avanço e as realizações, Celani (2019) afirma que, de maneira figurada, Pero Vaz de Caminha deu início às atividades de corretagem quando escreveu a El-Rei Dom Manuel as novidades sobre o descobrimento do Brasil, em 21 de abril de 1500.

As entidades do setor imobiliário reconhecem a importância do profissional para o setor; de acordo com a ABRAIN (Associação Brasileira de Incorporadora Imobiliárias):

O corretor é fundamental no processo de compra e venda. Levando em conta critérios como a localização, metragem, os serviços do condomínio, um preço que se enquadre à condição financeira do cliente, entre outros, o corretor presta um serviço de consultoria personalizada. (ABRAIN, 2015, p. 22).

Além das questões técnicas do negócio, a presença do profissional é importante também nas relações pessoais, conforme destacado por Lessa (2017) em uma publicação ao Portal VGV:

**O corretor de imóveis** é muito mais do que um agente que atua na intermediação de um negócio envolvendo um imóvel. É um profissional que auxilia pessoas a realizarem sonhos, auxilia empresas a prosperarem e auxilia o país a se desenvolver. [...] tem a capacidade de **humanizar** toda a relação com o cliente, olhar nos seus olhos, compreender suas necessidades, medos e angústias para, assim, poder indicar o melhor caminho e apresentar as melhores soluções. Tem a oportunidade de transmitir segurança, de demonstrar para aquele potencial cliente, de forma sincera, que compreende o quanto aquela compra é importante e que irá se empenhar ao máximo para que ela seja feita com todo o cuidado necessário (LESSA, 2017, n.p.).

Ludwich (2017) aponta em sua pesquisa as principais competências requeridas dos corretores de imóveis atuantes no Mercado Imobiliário de Florianópolis pela ótica de seus gestores. Entre as principais, lista o autor:

1. **Agir sempre de forma ética:** seja por parte do profissional para com seus clientes, seja para a empresa que este é associado;
2. **Conhecer o imóvel que está vendendo:** quando o profissional tem conhecimento sobre o produto que está ofertando, tem mais chances de direcionar ao cliente adequado;
3. **Saber inspirar e transmitir confiança:** para que seja possível conduzir o cliente ao fechamento;
4. **Saber o momento certo de propor o fechamento:** o profissional sendo capaz de contribuir para a decisão do interessado;
5. **Priorizar a qualidade no atendimento ao cliente:** para obter bons resultados e posteriormente indicações do cliente satisfeito;
6. **Atuar com dedicação e perseverança:** pois seus rendimentos dependem de seu entusiasmo e aplicação para com os negócios.

**Proposição teórica 2. Novas competências têm sido requeridas aos corretores de imóveis em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário inseridas no setor.**

### **2.1.2 Mercado Imobiliário em Florianópolis (SC)**

De acordo com dados do IBGE (2019), Florianópolis possui uma população estimada em 500.973 pessoas vivendo em um território de aproximadamente 674.844 quilômetros quadrados. Em comparação aos dados coletados no ano de 2018, em que a população era de 429.977, houve um crescimento de 1,6% no número de pessoas morando em Florianópolis (G1 SC, 2019. n.p).

Em declaração dada ao G1 SC (2019), Roberto Kern Gomes, chefe da unidade estadual do IBGE em Santa Catarina, comenta que esse crescimento populacional em Florianópolis se deve ao fato da migração interna e a atração que a cidade exerce sobre os habitantes de outros estados. "Eles acabam vindo em Florianópolis uma capital com menor índice de criminalidade e maior IDH que outras grandes capitais." (Roberto Kern Gomes em entrevista para o G1 SC, 2019. n.p).

Segundo o Guia do Mercado Imobiliário, publicado pelo Portal VGV, Florianópolis “é uma das capitais brasileiras que apresenta maior dinamismo em relação ao mercado imobiliário, que além do turismo, tem se mostrado cada vez mais atrativo e rentável na cidade.” (PORTAL VGV, 2018 p. 04).

Um fato que reforça esta afirmação do Portal VGV é o resultado de uma pesquisa feita pelo aplicativo de aluguel de imóveis para hospedagem Airbnb com seus usuários no ano de 2019. Essa pesquisa foi feita com base nos dados do próprio aplicativo e levou em consideração as reservas feitas até o dia 27 de novembro de 2019 para os dias de 27 de dezembro de 2019 até o dia primeiro de janeiro de 2020. Como resultado, obteve-se que a maioria dos usuários brasileiros do aplicativo escolheu a cidade de Florianópolis como destino preferido para passar as festas de ano novo (SILVA, 2019. n.p).

Alcauza (2019) defende o investimento em imóveis na Grande Florianópolis. Para o autor, os fatores que estimulam o IDH, a qualidade de vida, segurança, economia e belezas naturais acrescidos à conjuntura de polo tecnológico e turístico da capital catarinense são responsáveis pelo crescimento populacional, que é de 10 mil pessoas ao ano; com isso, a demanda por unidades imobiliárias cresce e conseqüentemente serviços imobiliários de qualidade.

O fato de Florianópolis ser considerado o 4º maior polo de tecnologia em faturamento (ACATE, 2020) facilita na conquista de profissionais a se mudarem para o município, diante do que já foi discutido, sobretudo no que concerne ao que a cidade oferece. Prova disto são as mais de 1000 vagas de emprego abertas no setor na região da Grande Florianópolis (ACATE, 2020). Com o setor de tecnologias e startups cada mais movimentado, a cidade tem trazido cada vez mais mão-de-obra qualificada de outras localidades para suprir o crescimento que vive (PATI, 2017, n.p.). São novos moradores que já utilizam as tecnologias em suas rotinas e estão adaptados às facilidades oferecidas por elas. Imobiliárias e corretores que consigam alinhar suas estratégias a essas funcionalidades, podem oferecer um diferencial para conquistar a preferência desse novo perfil de clientes.

Portanto, as inovações e as novas tecnologias são pontos a serem levados em consideração tanto por imobiliárias quanto por corretores, pois esta pode se tornar um diferencial dentro das práticas realizadas pelo setor na conquista de novos clientes.

**Proposição teórica 3. Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência no país, apresenta um ambiente rico em inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e dita tendências que vem transformando o mercado imobiliário.**

## 2.2 INOVAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS

De acordo com o Manual de Oslo,

uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD, 1997. p.55).

Ainda, segundo este mesmo manual, existem pelo menos quatro tipos de inovações:

- a) de produto: é a inserção de um bem ou serviço totalmente novo, ou consideravelmente melhorado;
- b) de processo: é a introdução de um sistema de produção ou distribuição novo ou expressivamente melhorado;
- c) de marketing: é a elaboração e implementação de novas metodologias de marketing que possuam transformações expressivas na criação do produto, em sua embalagem, no posicionamento, na promoção ou na determinação de preço.
- d) organizacional: é a inserção de novos procedimentos organizacionais nas práticas de negócio da organização, no arranjo da área de trabalho ou na sua relação com os atores do ambiente externo (OECD, 1997).

A inovação ainda pode ser considerada de duas formas: radical ou incremental. A inovação radical é aquela que causa um grande impacto não só nas empresas como no setor econômico como um todo. Dessa forma, a inovação radical normalmente trata-se da criação de produtos, serviços ou processos totalmente novos. A exemplo disso pode-se citar a Internet e a evolução do CD para os streamings de música on-line.

Por ser algo que demanda muita pesquisa e investimento, torna-se inviável que uma empresa baseie seu negócio em produtos, serviços ou processos que estejam totalmente dentro da lógica da inovação radical. Pode ser até danoso para a empresa ficar projetando continuamente inovações radicais, pois estas necessitam de muito investimento, demoram para se transformar em lucro e, além disso, essas inovações costumam ser irremediavelmente uma grande aposta (DAVILA, 2006 *et al apud* KOTLER; TRÍAS DE BES, 2011. p. 18).

Já a inovação do tipo incremental se baseia na melhoria de um processo, produto ou serviço já existentes. Sendo a inovação radical ou incremental, a tecnologia pode ser desenvolvida pela própria empresa, adquirida de outros ou uma combinação desses (BARBIERI, 1997, p. 68). Dessa forma:

...a inovação nem sempre acarreta em saltos gigantes adiante. A inovação gradual, passo a passo, também é inovação - e é tão necessária, ou até mais, que a versão radical. Isso é o que realmente torna um negócio sustentável. A inovação também

deve ser entendida como o desenvolvimento de uma cultura de inovação dentro da empresa, que é aquilo que permite produzir e levar ao mercado um fluxo constante de inovações menores e incrementais (TRÍAS DE BES; KOTLER, 2011. p. 18).

Com base nisto, pode se perceber que mesmo as pequenas mudanças e melhorias podem ser consideradas como forma de inovação, permitindo que as empresas invistam no aperfeiçoamento de seus produtos/serviços sem necessariamente ter que fazer inovações radicais ou criar algo totalmente novo e disruptivo.

Outro ponto de vista pelo qual a inovação é vista é o tecnológico. Tecnologias são parte do dia a dia das empresas, estando presentes em seus produtos e serviços, seja na produção, controle do processo produtivo ou na gestão do negócio. As interações com o mercado e com as novas tecnologias permitem que as empresas aprendam, se capacitem e estabeleçam rotinas dinâmicas (GONÇALVES, 1994; TIGRE, 2006).

Além de aumentar a produtividade e a competitividade, a inovação tecnológica é uma ferramenta essencial para impulsionar o desenvolvimento econômico, não apenas no que diz respeito ao crescimento de tais atividades, mas principalmente no processo qualitativo de transformação da condição produtiva, pois possibilita agregar valor à produção e a incorporação de novos produtos e processos, através da informação e conhecimento (TIGRE, 2006).

No que diz respeito às inovações na prestação de serviços, não apenas a adoção das TICs é necessária, mas se combinada às mudanças organizacionais e em processos podem, segundo Tigre (2006), alcançar os seguintes resultados para a empresa:

1. Flexibilidade no atendimento das necessidades individuais de clientes;
2. Apoio na relação usuário e fornecedor;
3. Tornar serviços mais acessíveis (temporalmente), tornando-os mais confiáveis;
4. Acelerar a produção e entrega de serviços;
5. Atender exigências, normas e padrões;
6. Melhorar o desempenho na prestação dos serviços (TIGRE, 2006).

Desenvolvida pela pesquisa aplicada, a inovação tecnológica tem como propósito impulsionar o conhecimento apropriado às demandas comerciais, contribuindo com a criação de novos produtos e processos (TAKASHI; TAKASHI, 2011). Sendo assim, a inovação tecnológica pode acarretar inovações de produto e de processo, mostrando que um pode ser consequência do outro.

Posto isto, a inovação vai além do desenvolvimento tecnológico; corresponde ainda o desenvolvimento de processos, produtos, modelos de gestão e modelos de negócios (TADEU;



SALUM, 2012). Minzon *et al.* (2018) ampliam o conceito ao defenderem que a inovação consiste no desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias, produtos e serviços, criação de novos modelos de negócios, processos organizacionais e novas maneiras de atender clientes, possibilitando à organização competitividade e cooperação ao ambiente organizacional ao qual está inserida.

Embora as tecnologias digitais estejam disponíveis há alguns anos, recentemente elas atingiram seu ponto máximo, sustentadas pela aproximação de tecnologias múltiplas, que têm transformado vários setores da economia. No entanto, muitas destas tecnologias que estimulam a economia digital estão atingindo setores-chave e até mesmo atrapalhando empresas tradicionais (KOTLER, KARTAJAYA, SETIAWAN, 2017).

Carvalho, Reis e Cavalcante (2011, p. 18) afirmam que, para serem produtivas e obterem vantagem competitiva, as empresas precisam inovar. Sobre este assunto, Tadeu e Salum (2012) admitem que o comportamento inovador causa impacto nos níveis de crescimento e desenvolvimento na dinâmica das empresas, sendo um dos grandes responsáveis pelo ganho de competitividade.

O ambiente gerado pelo Ecosistema Digital cria oportunidades para inovação e novos modelos de negócios, que podem tornar a economia mais dinâmica para responder às mudanças. As tecnologias de informação e comunicação devem ser exploradas como um ativo para vantagem competitiva que permita a otimização de processos, a interconexão de silos de organizações não explorados e a geração de um novo sistema que integre pessoas, negócios e dispositivos, alterando o conceito tradicional da cadeia de valor (MATSUBAYASHI *et al.*, 2018, p. 95).

Logo, a inovação pode afetar não só o andamento de uma empresa como também todo o sistema em que ela está inserida, assim como pode atingir todo um setor, suas características e o seu funcionamento. A seguir, serão apresentadas algumas formas de inovação dentro do Mercado Imobiliário e como essas podem afetar o funcionamento dele.

### **2.2.1 Inovação no Mercado Imobiliário**

Golovanevsky (2017) argumenta que a inovação no Mercado Imobiliário atualmente consiste em se preocupar com métodos sustentáveis na construção (baratos e rápidos); desburocratizar processos de venda ou locação, destacando a transparência para com o cliente; apresentar novas soluções para investidores baseadas em valores justos e boas remunerações. “Também tornar o processo de comercialização mais profissional e transparente.” (GOLOVANEVSKY, 2017, p. 13).

Silva (2019) admite que as ferramentas digitais são importantes facilitadores no processo de compra e venda de um imóvel, exigindo dos profissionais ainda mais formação e

conhecimento. Ainda segundo o autor, a atuação dos corretores não pode ser completamente substituída por máquinas; é necessária a sensibilidade humana e relações de confiança, justamente porque as transações envolvem sonhos pessoais acompanhados de alto investimento financeiro.

O mercado imobiliário é essencialmente presencial. A tecnologia é utilizada para facilitar o processo de busca. Há uma série de detalhes técnicos que só esse profissional consegue resolver, como, por exemplo, questões jurídicas e documentos que envolvem a negociação e que não podem ser solucionadas por aplicativos (SILVA, 2019 p. 10).

Como citado anteriormente por Silva (2019), a tecnologia e as inovações digitais têm sido muito utilizadas no setor Imobiliário para auxiliar os clientes na busca por imóveis que se enquadrem nas especificações desejadas por eles. Prova desse fato são os diversos portais de compra e venda de imóveis existentes atualmente, como por exemplo: Zap Imóveis, OLX, Planeta Imóvel, Chaves na Mão, Viva Real, Imóvel Web, entre outros.

Em uma pesquisa feita pela Revista E-commerce Brasil no ano de 2016, com usuários do Portal de Vendas Viva Real, que possui milhões de acessos e cerca de 4 milhões de imóveis cadastrados em mais de 2 mil cidades do Brasil, constatou-se que cerca de 90% das buscas por imóveis são feitas por meio virtual (FERRONATO, 2016).

Por meio desta pesquisa identificou-se, ainda, que cerca de 98% dos entrevistados fazem contato com corretores de imóveis e imobiliárias por meio dos aplicativos de mensagens (Whatsapp). Isso demonstra certa diferença no comportamento dos clientes, já que anteriormente esses contatos se davam por meio de telefonemas e visitas às imobiliárias e aos próprios imóveis (FERRONATO, 2016).

Ao analisar essas informações, é possível identificar diferenças significativas no comportamento do consumidor ao longo dos anos e a partir da inserção da internet e de inovações tecnológicas no mercado imobiliário. Cabe aos profissionais do mercado adaptarem suas práticas para atender às expectativas de clientes cada vez mais exigentes e informados.

#### **Proposição teórica 4. O comportamento do consumidor é um dos determinantes para as mudanças no setor imobiliário.**

O tópico a seguir discorre sobre as transformações já constatadas no setor imobiliário, atribuídas às transformações no comportamento do consumidor discutidas até aqui. O destaque fica por conta de empresas que surgiram para atender tais demandas, utilizando como base as tecnologias e serviços inovadores para entregar um novo conceito de valor para seu público-alvo.

## 2.2.2 Novos Modelos de Negócios

Osterwalder e Pigncur (2011 p. 14) afirmam que um Modelo de Negócio apresenta a lógica de concepção, entrega e tomada de valor por parte da organização. Albertin (2002) considera que o Modelo de Negócios abrange a relação entre os ambientes internos e externos das empresas, suas estratégias e métodos, pessoas, cultura e procedimentos organizacionais. Ele complementa afirmando que esses elementos e a sua relação é que determinam como a organização concretizará sua participação no mercado.

A inovação em Modelos de Negócios consiste em gerar novas técnicas de geração de valor, atendendo assim os consumidores descontentes, os novos ou até mesmo os consumidores que não haviam sido pensados (OSTERWALDER; PIGNCUR, 2011). A necessidade de inovar parte de um pressuposto, conforme apresentado a seguir:

Em empresas já estabelecidas, os esforços de inovação de Modelos de Negócios tipicamente refletem o modelo e a estrutura organizacional que já existe. O esforço geralmente tem uma das quatro motivações: (1) uma crise com o Modelo de Negócios existente (em alguns casos uma experiência de "quase morte"); (2) ajustar, aprimorar, ou defender o modelo existente para adaptá-lo a um ambiente em mutação; (3) levar novas tecnologias, novos produtos ou serviços ao mercado; ou (4) preparar a organização para o futuro, explorando e testando Modelos de Negócios completamente novos que poderão vir a substituir os existentes (OSTERWALDER; PIGNCUR, 2011, p. 244).

Consideradas um dos itens mais importantes da Era Digital, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) possibilitam a criação de novos serviços, surgimento de empresas e startups com diferentes propostas de prestabilidade, que conseqüentemente transformam o mercado, pois elas trazem uma perspectiva disruptiva para os modelos de negócio e para as atividades rotineiras da organização (MATSUBAYASHI *et al.*, 2018).

Para Albertin (2002), as TICs têm sido muito utilizadas por empresas brasileiras em seus negócios, a fim de oportunizar a integração entre o ambiente interno e o ambiente externo da organização além de proporcionar um processamento rápido de transações e responder os consumidores de forma ágil, segura e até mesmo customizado.

A partir de 2015, o investimento em novas categorias de TICs, como Internet das Coisas, robótica, realidade aumentada e virtual, computação cognitiva e inteligência artificial ganharam importância no mundo desenvolvido, sendo considerados aceleradores da inovação (MATSUBAYASHI *et al.*, 2018 p. 26).

Para o Mercado Imobiliário, os avanços das TICs somados à popularização da internet, dispositivos móveis e uso de novas tecnologias têm contribuído para a transformação na forma de encontrar o imóvel ideal por meio de “imobiliárias virtuais”. Por exemplo, o interessado não precisa mais percorrer por toda a cidade em busca de um imóvel; através de uma pesquisa

detalhada na internet, em qualquer lugar e horário, ele tem acesso a muitas opções, tornando o processo mais fluido e assertivo (GUIMARÃES FILHO, 2019).

Além de atender as demandas dos *stakeholders* e promover soluções eficientes para os processos organizacionais, a crescente utilização e adoção das TICs possibilitaram o surgimento de “novas formas de organização empresarial” conforme já discutido, isto porque “passaram de um mero elemento produtivo para um autêntico motor da estratégia organizacional” (TEIXEIRA, 2006 p. 09). Deste modo, “um dos aspectos mais importantes deste novo contexto é o surgimento do ambiente digital, que passou a permitir, de fato, a realização de Negócios na Era Digital.” (ALBERTIN, 2002, p. 04).

Estes modelos de negócio se compõem de vários componentes, que devem ser integrados aos processos atuais e que permitem o desenvolvimento de novos processos. Estes componentes devem ser assimilados e efetivamente utilizados pelas empresas num processo evolutivo de adequação de modelo de negócio (ALBERTIN, 2002, p. 04).

Como exemplo das transformações ocasionadas pela inovação tecnológica e surgimento dos modelos de negócios inovadores, pode-se destacar o caso do setor de transporte com táxis afetado pela chegada do Uber e a rápida expansão do Airbnb no mercado de hospedagem. Para o Setor Imobiliário, são as PropTechs que estão reformulando o ramo; atualmente, são mais comuns no segmento de imóveis residenciais (PREVOST, 2019).

#### 2.2.2.1 *PropTechs*: Oportunidades ou ameaças para Corretores e Imobiliárias?

O termo é a fusão das palavras em inglês “*Property*” (propriedade) e “*Technology*” (tecnologia), usado para referenciar empresas do mercado imobiliário que utilizam de novas tecnologias (GUIMARÃES FILHO, 2019) e negócios baseados em *blockchain*, realidade virtual e aumentada, IoT (Internet das Coisas) e geolocalização (MEYER, 2020).

Essas empresas são Startups que tornam o mercado imobiliário mais digital, com mudanças contínuas e novos padrões de consumo através dos novos modelos de negócios e inovações tecnológicas (HOMEHUNTING, 2018). São capazes de atender as demandas financeiras, construção e incorporação, corretagem, propriedade e administração de condomínios (MUNARO, 2018).

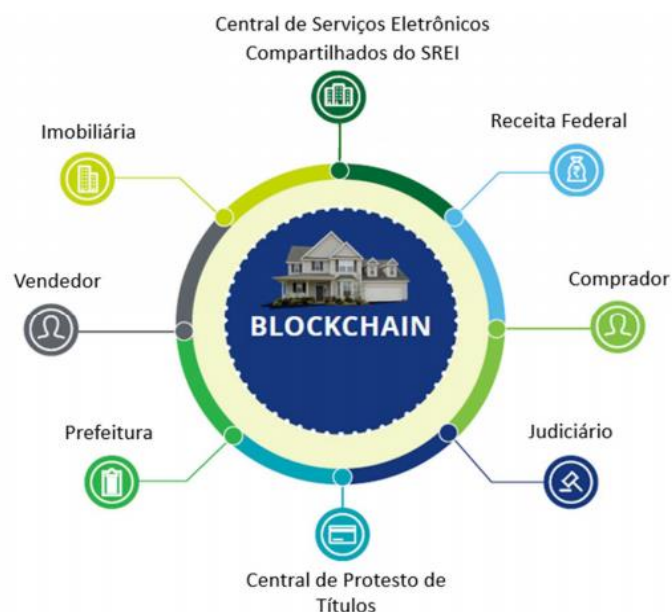
O professor da Universidade de Oxford, Andrew Baum (2017), sustenta o argumento de que as PropTechs já passaram pela versão 1.0 e que no momento estão na versão 2.0, em transição para a versão 3.0. A primeira versão surgiu nos Estados Unidos na década de 80 com a popularização do uso dos computadores e acesso a internet; isso permitiu a globalização de investimentos imobiliários e possibilitou o uso de softwares na gestão de imobiliárias, fase que durou até os anos 2000.

O acesso de dispositivos móveis à internet e a conectividade onipresente é que marcam a versão 2.0 das PropTechs, pois permitiram o comércio eletrônico, utilizando desde sites imobiliários ou redes sociais para aproximação com o cliente que está sempre conectado, o surgimento de Portais Imobiliários e ainda as facilidades de conexão nas buscas por imóveis através de aplicativos (BAUM, 2017).

O futuro do setor imobiliário, para Baum (2017), está nos modelos de PropTech 3.0, baseados na Inteligência Artificial e na *Blockchain*, que podem automatizar os processos do setor em todas as etapas, desde a jornada de compra, o pagamento e até a transferência da propriedade. É um horizonte próximo, inclusive já podem ser encontrados estudos de formas para implementar essas transformações no mercado, a exemplo de Guimarães Filho (2019), que reconhece em sua Pesquisa o quanto as ferramentas tecnológicas facilitam a jornada de busca do interessado por um imóvel; em contrapartida, argumenta o quão burocrática, complexa e arriscada é a formalização do negócio.

Como alternativa para solucionar o que o autor chama de “atritos no processo de negócios de compra e venda”, ele propõe um modelo que consiste na tecnologia *Blockchain* com a utilização de um *Token*, que permite que todos os agentes envolvidos na operação (Proprietário, Governo, Imobiliária, Corretor, Comprador, Cartório de Registro, Judiciário, Receita Federal) conectem-se em uma única plataforma (GUIMARÃES FILHO, 2019), conforme demonstrado na **Figura 3**.

FIGURA 3: REPRESENTAÇÃO DA REDE BLOCKCHAIN

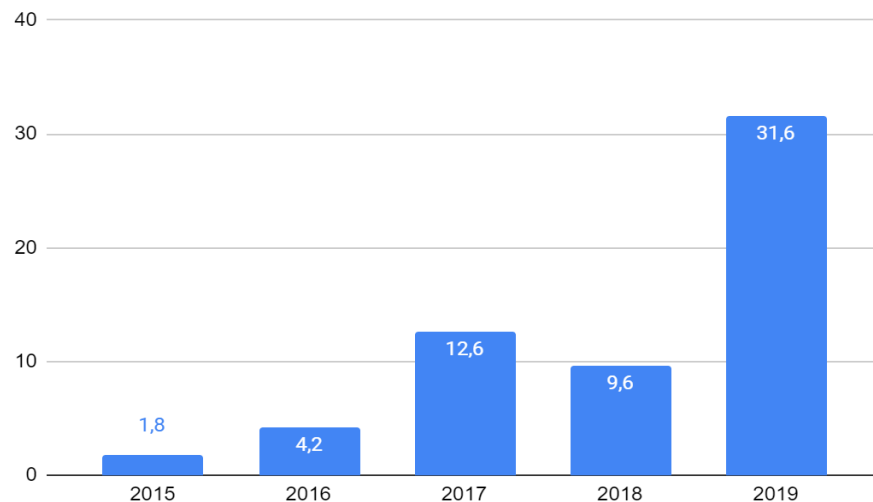


Fonte: Guimarães Filho (2019, p. 81)

No entanto, para que tais tecnologias se tornem realidade de forma mais ampla neste contexto, são necessários investimentos que possibilitem a inclusão dos *stakeholders*. De acordo com Relatório Anual da CRETech (Comunidade internacional de profissionais dedicados à inovação tecnológica no setor imobiliário) - “2019 End-Year Report”, os investimentos globais em tecnologia imobiliária (PropTech) em 2019 foram de 31,6 bilhões de dólares, 227% superior ao ano de 2018 (CRETECH RESEARCH, 2020).

A entidade considera que 2019 foi um ano positivo para o crescimento das empresas PropTech, possibilitando a adoção de novas tecnologias, melhorando a eficiência e acessibilidade desde o gerenciamento de relacionamento com clientes, serviços de corretagem, plataformas de construção e experiência de inquilino (CRETECH RESEARCH, 2020). Foi também um ano que obteve recorde nos investimentos para este modelo de negócio pelo mundo, conforme demonstrado na **Figura 4**.

**FIGURA 4:** GRÁFICO DOS INVESTIMENTOS EM PROPTECHS PELO MUNDO DE 2014 A 2019 (EM BILHÕES DE DÓLARES)



Fonte: CRETech Research (2020), adaptado pelas autoras.

Por meio do gráfico anterior, é possível perceber um crescente nos valores investidos nas PropTechs ao longo dos anos. Enquanto no ano de 2015 os investimentos giravam em torno de \$1,8 bilhões de dólares, em 2019 este investimento teve um aumento para o valor de \$31,6 bilhões de dólares. Este tipo de informação demonstra o quão significativas estão se tornando as empresas PropTechs e o quanto esses novos modelos têm transformado os mais diversos tipos de serviços.

A seguir, são apresentados alguns modelos de negócios que estão influenciando os serviços de intermediação do mercado imobiliário, auxiliando profissionais com dispositivos

que permitam aperfeiçoar seus serviços ou produtividade, além de startups que pretendem substituir tais profissionais (HOMEHUNTING, 2018).

#### 2.2.2.1.1 *iBuyer*

A origem do nome vem do termo em inglês *instant buyer*, que em sua tradução significa “comprador instantâneo” (CONNECTAIMOBI, 2019; SANTOS, 2020). O propósito deste novo modelo de negócio é eliminar transações imobiliárias morosas, complexas e exaustivas, conduzindo maior liquidez ao mercado (CONNECTAIMOBI, 2019).

Trata-se de um modelo, baseado na tecnologia, de compra e venda de imóveis promissores (CONNECTAIMOBI, 2019). A empresa utiliza de algoritmos que incluem algo em torno de setenta variáveis, entre elas “área, andar, idade e estado de conservação do edifício, infraestrutura, índices de violência e desenvolvimento da região” (SANTOS, 2020 n.p.) para embasar as propostas que darão início às negociações. É oferecido ao proprietário do imóvel o pagamento à vista (sem financiamento bancário), já considerando as despesas com reforma (SANTOS, 2020). Após a aquisição, o imóvel passa por reformas e melhorias, valorizando o bem, que retorna para venda, desta vez mais atrativo ao mercado (BEEMOB, 2019).

Os imóveis possuem boa localização, por exemplo, mas muitas vezes as condições internas, seja por serem antigos ou por má conservação, não atraem os compradores; assim os *iBuyers*, nome que são conhecidas estas Startups, se encarregam de torná-los desejáveis, providenciando reformas e decoração (SANTOS, 2020). Isso aumenta a quantidade de transações imobiliárias e liquidez do mercado (CONNECTAIMOBI, 2019).

O modelo permite que corretores e imobiliárias sejam parceiros indicando imóveis disponíveis em sua carteira para os *iBuyers*. Após concretizado o negócio, o imóvel passa pelas melhorias, sendo recolocado para venda no mercado e novamente disponibilizado na pauta de imobiliárias e corretores (BEEMOB, 2019).

#### 2.2.2.1.2 Canal de Parcerias

Corretores de Imóveis podem atuar juntamente com uma ou mais imobiliárias (BRASIL, 2015) ou realizar o trabalho de forma autônoma (JUNQUEIRA, 2019). Para os profissionais que decidem realizar suas atividades de forma independente, um dos desafios fica por conta da gestão de sua carteira de imóveis, pois além do atendimento ao cliente, o corretor precisa angariar imóveis por conta própria para ter opções para apresentar aos interessados, diferentemente de uma imobiliária, que muitas vezes dispõe de uma equipe de corretores que conseguem dividir as tarefas.

Além da carteira limitada, a dificuldade em encontrar um imóvel no perfil desejado pelo cliente e a falta de contato com outros profissionais acabam sendo obstáculos para o profissional autônomo (HUBIMOBILIÁRIO, 2019). Para atender a estas demandas, surgem algumas Startups de parcerias, como por exemplo, o Homer Parcerias Imobiliárias com atuação em todo o Brasil.

A Inteligência Artificial do Homer atua justamente nesse cenário. Por meio da plataforma, as informações publicadas pelo corretor com o cliente se cruzam com aquelas inseridas pelo profissional que tem o imóvel de forma gratuita e automática. Assim, é possível encontrar opções que se encaixam na procura dos clientes, fazendo sugestões mais acertadas e, assim, facilitando o processo de compra ou aluguel de um imóvel (HUBIMOBILIÁRIO, 2019, n.p.).

Mais do que auxiliar um corretor na busca de um imóvel para seu cliente, a plataforma garante mais agilidade, praticidade e segurança nas transações, acrescentando garantia de pagamento para os corretores (CAPITAL ECONÔMICO, 2020). De acordo com o site da instituição, a plataforma oferece ao corretor a formalização de parcerias com valor jurídico, para proteger os negócios realizados, garantindo que o profissional receba a sua comissão mesmo que o parceiro, com quem foi realizado o negócio, receba e não repasse à outra parte (HOMER, 2018).

Em 2018, surgiu a plataforma NewCore com o propósito de remediar os aborrecimentos dos corretores de imóveis. O foco da empresa é atender profissionais que atuam de forma independente, conectando-os a quem deseja comprar. O profissional se concentra em atender uma única região, que a empresa chama de distrito, tornando-se especialista no local. Um algoritmo determina o número de corretores para os distritos, evitando a superlotação de profissionais para não comprometer os ganhos (RIVEIRA, 2019).

O corretor disponibiliza os imóveis de sua carteira na plataforma e a NewCore faz a divulgação em diversos Portais Imobiliários, sites e Redes Sociais; quando surge um Lead (cliente interessado), é direcionado para o APP (Aplicativo) do corretor para dar início ao atendimento. Os associados possuem acesso a todos os imóveis cadastrados na plataforma, formando uma rede. Todas as etapas da negociação são atualizadas pelo APP. Ao associado é oferecido Serviço Jurídico e um Negociador para prestar apoio na concretização da transação (NEWCORE, 2019).

#### 2.2.2.1.3 Intermediação Digital

Algumas plataformas oferecem serviços de Intermediação Imobiliária, seja com vendas ou aluguéis, utilizando ferramentas tecnológicas para facilitar os processos. A imobiliária



digital EmCasa foi criada com o objetivo de “transformar a maneira que o brasileiro compra ou vende imóveis, por meio de uma experiência mais ágil, transparente, segura e barata.” (EMPREENDEDOR, 2018 n.p.).

Por meio de uma experiência digital, pensando nos compradores, a EmCasa oferece um mapeamento de imóveis disponíveis de acordo com características que o cliente busca, atendimento 24h por dia, tour virtual em 3D com planta baixa, agendamento imediato e acompanhamento de visitas. O comprador também conta com assessoria jurídica durante todas as etapas do processo, desde a análise de documentos até escritura de compra e venda e transferência de valores. Já para os que desejam vender, a empresa inclui uma avaliação do imóvel, a produção do tour virtual e anúncios em diversas plataformas, além de todo o apoio legal na intermediação da venda (EMPREENDEDOR, 2018 n.p.).

Seguindo a mesma linha, a startup Facilita “desenvolveu um aplicativo para o mercado imobiliário que consegue agilizar o trâmite do processo de compra e venda, com funcionalidades como reserva de unidades, envio de propostas e geração do contrato.” Ela atende no segmento de venda de imóveis novos, contando com 24 mil corretores e mais de 170 construtoras. Recentemente, recebeu um grande investimento de uma empresa de certificação digital, com isso consegue chegar ao fim da negociação de forma 100% digital, inclusive com a assinatura (DESIDÉRIO, 2020 n.p.).

A empresa Quinto Andar também é considerada um modelo de sucesso no que se refere à intermediação. Foi uma das startups pioneiras a trazer inovação ao mercado imobiliário e em setembro de 2019 “recebeu uma rodada de US\$ 250 milhões liderada pelo SoftBank e se tornou um unicórnio, entrando no seleto grupo de empresas avaliadas acima de US\$ 1 bi.” (SERRANO, 2020 n.p.). Todo o processo ocorre digitalmente, conforme relatado a seguir:

Desde o agendamento das visitas até o fechamento do contrato, todo processo é inteiramente online e o acordo de locação é feito por meio de assinatura eletrônica, dispensando a formalização em cartório. Para tornar essa experiência ainda mais breve, o QuintoAndar oferece fotografias profissionais para catalogar os imóveis, assim o possível morador pode visualizar melhor o local e fazer uma visita mais certa (MILLENIUM, 2018, n.p.).

O conceito da empresa surgiu com as experiências frustrantes de seus fundadores relacionadas às burocracias encontradas em processos de locação. Enquanto “Gabriel Braga gastou dias tentando alugar um apartamento em São Paulo porque as informações online eram insuficientes e ele não tinha um fiador na cidade”, André Penha estava com seu apartamento em Campinas durante meses “encalhado na mão de uma imobiliária e foi alugado em duas semanas quando ele tomou a frente do processo.” (QUINTO ANDAR, 2016 n.p.).

A ideia surgiu quando os dois estudavam na Universidade Stanford, na Califórnia [...]. As discussões evoluíram para projetos acadêmicos que destrincharam os problemas do

setor imobiliário brasileiro e criaram soluções que despertaram o interesse de amigos, investidores e especialistas do setor (QUINTO ANDAR, 2016 n.p.).

Além de todo o diferencial na utilização de ferramentas tecnológicas na jornada de busca pelo imóvel, a empresa “Quinto Andar eliminou a necessidade de fiador, seguro-fiança ou cheque caução. Para fechar negócio, o inquilino precisa enviar pela internet sua comprovação de renda.” (MUNIZ, 2018, n.p.). No caso de não ser suficiente, pode incluir outras pessoas para compor a renda necessária para a aprovação. Para o proprietário do imóvel, garante a locação ainda que o inquilino esteja inadimplente (QUINTO ANDAR, 2016) e “as visitas são acompanhadas por corretores credenciados, os quais também trabalham usando um aplicativo de celular - à semelhança do que faz um motorista Uber.” (CAPELAS, 2018 n.p.).

Em dezembro de 2019, a empresa passou a atuar no segmento de vendas, com o objetivo de “replicar o modelo que utilizou no segmento de aluguéis, eliminando processos burocráticos.” (TOLEDO, 2019, n.p.).

Os modelos de negócios descritos nos tópicos acima são alguns dos exemplos de empresas com propostas inovadoras que buscam entregar ao cliente mais agilidade e flexibilidade concomitante à intermediação imobiliária, algumas inclusive contam com equipes de corretores especializados para auxiliarem o atendimento pessoal, deixando a relação mais humana. No entanto, outras dedicam seus esforços para eliminar totalmente os intermediários dos processos de compra, venda e locação. Este fenômeno é conhecido como desintermediação.

A seguir, o **Quadro 1** apresenta uma síntese do que foi discutido neste tópico sobre Intermediação Digital.

**Quadro 1 - Características da Intermediação Digital no Mercado Imobiliário**

<b>Ambiente</b>	Plataformas Digitais, principalmente Aplicativos para Smartphones
<b>Atividade</b>	Venda e/ou Locação
<b>Essência</b>	Desburocratizar e agilizar processos, com flexibilidade, transparência, segurança e economia de recursos.
<b>Ferramentas Utilizadas</b>	Tour Virtual, Vídeos, Fotos 360°, Assinatura Digital.
<b>Funcionalidades</b>	Agendamento de Visitas Online, Envio de Propostas, Reservas e Negociação Virtual.
<b>Parceiros</b>	São aceitos, podendo ser: Corretores, Construtoras e/ou Imobiliárias.

Fonte: Elaborado pelas Autoras

#### 2.2.2.1.4 Desintermediação

Com uma sociedade cada vez mais conectada e com o avanço da tecnologia, o comportamento de compra da população sofreu diversas mudanças. É neste contexto que surge a desintermediação.

A desintermediação é um reflexo da mudança de um padrão no comportamento das pessoas. Consiste no processo pelo qual a empresa se aproxima do cliente final ao eliminar intermediários em seus negócios [...]. O Uber, o Airbnb, o DocWay e outros são empresas que aproximam profissionais e consumidores, sem intermediação e sem burocracia.” (GIACOMELE, 2016. n.p).

No caso das Imobiliárias, a desintermediação consistiria na “eliminação” dos corretores de imóveis do processo de venda/locação de imóveis. Nesse caso, o proprietário do imóvel faria contato direto com o locatário interessado. Boa parte do avanço desse modelo de negócio se deu por conta do uso das novas tecnologias.

Alguns exemplos de plataformas criadas com princípios da desintermediação são o Hubbers e a Rex.

- i) Hubbers: é uma plataforma de compra e venda sem intermediários criada pelo publicitário Luciano Amado, que trabalhou durante 18 anos em empresas do setor imobiliário. (MARQUES, 2019). O Hubbers funciona da seguinte forma: o cliente paga uma mensalidade e a plataforma se responsabiliza por fazer fotos e um vídeo do imóvel para que o locatário interessado possa conhecê-lo virtualmente. Além disso, a plataforma também sugere preços com base em preços de outros imóveis anunciados na internet; para isso, a Hubbers utiliza uma ferramenta de inteligência artificial. Um dos diferenciais do Hubbers é o fato de não haver o pagamento de uma comissão para plataforma: essa é substituída por uma mensalidade (OLIVEIRA, 2019. n.p).
- ii) Livima: A Livima foi criada no ano de 2017 por Felipe Borigon, que já possuía experiência no mercado imobiliário por ter trabalhado na empresa de sua família. Assim como a Hubbers, a Livima substitui a comissão de vendas por uma mensalidade fixa, independentemente do valor do imóvel, paga pelo dono do imóvel que deseja vender ou alugar o mesmo por meio da startup (MARCOS, 2018). Inicialmente, a startup atuava como uma Imobiliária virtual, com atendimento exclusivo, comissão e um sistema para organizar e automatizar as vendas. Porém, Borigon resolveu alterar o modelo de negócio da Livima e começou a trabalhar sem corretores. Os imóveis são divulgados no site da startup

e em outros sites/plataformas imobiliárias. “Em imobiliárias tradicionais, é o corretor que organiza a visita aos imóveis e a negociação de compra ou aluguel do imóvel. No caso da Livima, não há intermediários – o proprietário marca a visita e a negociação com o interessado.” (Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2018. n.p).

- iii) REX: REX é uma startup criada no ano de 2015 na Califórnia, que trabalha a desintermediação por meio de uma plataforma utilizando big data, inteligência artificial e *machine learning* com o objetivo de tornar o processo de venda e aluguel de imóveis mais ágil e com custo reduzido. Apesar de trabalhar com corretores, não há o pagamento de comissões, já que os mesmos são contratados da REX e recebem um salário fixo. A REX cobra uma taxa de 2%, que é consideravelmente menor à taxa cobrada pelas imobiliárias tradicionais nos Estados Unidos (ARBEX, 2019. n.p).

A menina dos olhos é um algoritmo que conecta as duas pontas do negócio de forma mais assertiva, usando big data e AI para encontrar os compradores que tenham a maior probabilidade de se interessar pelo imóvel à venda. A ferramenta se baseia, por exemplo, em dados geográficos, de renda e estágio de vida (ARBEX, 2019. n.p).

Fora do setor imobiliário, há outros exemplos de empresas que trabalham com desintermediação; pode-se citar: Uber, Ifood, XP Investimentos, entre outras. Algumas vantagens proporcionadas pela desintermediação citadas por AlgarTech (2019) são:

- a) atende a necessidade de ser única: por envolver a comunicação apenas entre o cliente e a empresa, a desintermediação permite um contato mais estreito entre as partes, facilitando na manutenção do mesmo e reduzindo custos com aquisição de novos clientes;
- b) rompe com o habitual: “Um intermediário nessa dinâmica se torna dispensável e obsoleto, o que abre um campo enorme de possibilidades para surpreender seus clientes.” (ALGARTECH, 2019. n.p). De acordo com este argumento, a desintermediação se mostra uma forma vantajosa de reagir às constantes mudanças pelas quais o mundo tem passado;
- c) facilita o acesso ao Produto ou Serviço: o produto/serviço é parte importante do processo de vendas, porém, a conquista do cliente é um ponto essencial dentro desse processo. Por conta disto, estratégias são criadas e executadas a todo momento para alcançar o consumidor. Dessa forma, a desintermediação serve como uma estratégia facilitadora de aproximação do cliente ao produto/serviço desejado. “Com isso, a

empresa consegue manter uma presença direta e marcante na vida do consumidor final. O objetivo é atender ao imediatismo vigente em nosso cotidiano.” (ALGARTECH, 2019. n.p).

Apesar dessas vantagens, Luiz Fernando Gambi (SECOVI SP, 2017), Vice-Presidente de Intermediação Imobiliária e Marketing do Secovi-SP, comenta que é a expertise do corretor de imóveis e o contato entre ele e o possível locatário que faz a diferença no processo de venda/locação de imóveis.

A tecnologia ‘empoderou’ o consumidor. Se antes os corretores eram os detentores das informações (preço de m<sup>2</sup>, valor do aluguel, redondezas dos condomínios, média de preços na região etc.), hoje, elas estão quase que integralmente disponíveis on-line. Prova disso é a importância que os usuários atribuem à internet no processo de compra de imóvel: 61% a utilizam para comparar preços; 58% para estudar a localização; 52% para ver fotos e vídeos do produto; 39% para checar valores de mercado e 38% para comparar opções (SECOVI SP, 2017. n.p).

Com esses dados, têm-se a visão de que a tecnologia, as novas plataformas e aplicativos podem vir a substituir o trabalho do corretor de imóveis. Porém, o Sindicato de Habitação de São Paulo, o SECOVI-SP, afirma que a intermediação faz a diferença no momento em que o cliente consegue encontrar o imóvel perfeito. Para o diretor da vice-presidência de Intermediação Imobiliária e Marketing do Secovi-SP, Luiz Fernando Gambi (2017), o processo de compra e venda de um imóvel envolve segurança e confiabilidade e que, por conta disso, o papel do corretor se torna essencial. Além disso, ele comenta que as vendas sem intermediação desses profissionais muitas vezes são feitas por pessoas que nunca venderam um imóvel, o que pode acarretar dificuldades futuras em relação a documentação e toda a burocracia envolvida na venda de um imóvel (Luiz Fernando Gambi em fala para o SECOVI-SP, 2017).

No entanto, se nessa operação de compra e venda houver a intermediação de uma imobiliária, o risco diminui. Primeiro, porque é feita uma criteriosa análise de documentos e certidões. Segundo, em razão de os corretores e a imobiliária se tornarem corresponsáveis por quaisquer prejuízos decorrentes do negócio (SECOVI, 2017. n.p).

Dessa forma, como em qualquer modelo de negócios, há vantagens e desvantagens. Por fim, elaborou-se a seguir um quadro resumo explicativo sobre cada um desses novos modelos de negócios citados nesse tópico.

**Quadro 2 - Resumo dos Novos Modelos de Negócios**

<b>Ibuyer</b>	É uma forma de estratégia para entregar um serviço de valor para quem está vendendo, no qual a Imobiliária realiza reformas e melhorias no imóvel em troca de poder anunciar o mesmo com exclusividade.
<b>Canal de Parcerias</b>	O Canal de Parcerias tem como principal objetivo atender o corretor de imóveis, principalmente o que atua de forma independente. Através destas plataformas, é possível conectar o profissional que tem o cliente e está em busca do imóvel que atenda suas exigências e o corretor que possui o imóvel com o perfil desejado em sua pauta.
<b>Intermediação Digital</b>	Por meio da Intermediação Digital, é possível agilizar os processos burocráticos envolvidos no processo de compra, venda e aluguel de imóveis. Isso porque as disfunções burocráticas advindas deste são feitas por intermediação de um aplicativo/plataforma que os agiliza e facilita tanto para o Corretor/Imobiliária quanto para o consumidor.
<b>Desintermediação</b>	Ao contrário da Intermediação Digital, a Desintermediação procura eliminar todos os intermediários que se encontram no processo de compra e venda de imóveis. Para as Plataformas, a desintermediação consiste na “eliminação” dos corretores de imóveis do processo de venda/locação de imóveis. Nesse caso, o proprietário do imóvel faria contato direto com o locatário ou responsável pelo uso.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

**Proposição teórica 5: As inovações tecnológicas vêm transformando os novos modelos de negócios e as tendências no setor imobiliário.**

### 2.2.3 Tendências para o Mercado Imobiliário

Apesar de ser considerado um setor tradicional que possui certa resistência a inovações, o Mercado Imobiliário tem buscado fazer o uso de novas tecnologias e suas ferramentas visando facilitar o processo de venda/aluguel de um imóvel e proporcionar as mais diferentes experiências aos clientes.

A exemplo disto pode-se citar as seguintes inovações tecnológicas utilizadas no setor imobiliário:

- a) Aplicativos e Portais de Venda: uma das práticas mais utilizadas atualmente. Essas plataformas servem para expor e apresentar todos os principais dados sobre os imóveis e são facilitadores na busca do imóvel ideal por parte do Cliente;
- b) Realidade Virtual: uma outra tecnologia que têm sido utilizados no Setor Imobiliário. A partir dos óculos de realidade virtual, é possível que o cliente visite todos os cômodos do imóvel desejado sem que precise, de fato, visitar este imóvel.

Imagine um potencial comprador navegando no site de sua imobiliária, selecionando um apartamento e acessando uma versão virtual do ambiente. Ele poderia visitar todos os cômodos com a sensação visual de estar no local. Além disso, um corretor poderia ingressar da imobiliária no mesmo ambiente e acompanhá-lo. Essa tecnologia já está disponível, é só questão de tempo até que se popularize (BARBOSA, 2019).

O principal benefício da Realidade Virtual é o fato de que as Empresas Imobiliárias podem montar o ambiente virtualmente sem que tenha que montar um imóvel decorado e depois desmontá-lo, como normalmente acontece (HENRIQUE, 2017). Sendo assim, essa tecnologia traz praticidade e facilidade tanto para as gestoras de imóveis quanto para seus clientes;

- c) Inteligência Artificial: O uso da inteligência artificial facilita os processos e análises feitas por parte das Imobiliárias e trabalhadores do setor. Desse modo, o compilado de dados se transforma em informação, tornando processos como o de análise de crédito mais práticos e rápidos. “Além de analisar dados diversos em poucos segundos, ela permite automatizar atendimentos, executar tarefas variadas, identificar fraudes e mudar a forma como vendemos.” (BARBOSA, 2019. n.p);
- d) Foto 360°: A foto 360° é um modelo de imagem que permite a visualização total do ambiente fotografado. “Além de gerar economia de tempo e dinheiro, visitas virtuais e imagens não-estáticas permitem que o interessado conheça mais lugares sem a necessidade de se deslocar até eles. Tal conveniência e praticidade faz com que muitos mais potenciais clientes conheçam empreendimentos disponíveis para venda ou locação.” (TCHILIAN, 2019. n.p);
- e) Placa Virtual e QR Code: O QR Code serve como um código de barras que, ao aproximar a câmera do celular, direciona o cliente até uma página que contém informações e imagens do imóvel. Esse QR Code pode ser colocado nas placas colocadas nos imóveis e terrenos (HENRIQUE, 2017).

Por exemplo: se um cliente passa em frente a um imóvel e o mesmo se interessa por ele, ele quer mais informações. Porém, o ato de abrir o navegador do celular para pesquisar a propriedade no local da imobiliária pode ser um pouco demorado. Dessa forma, o QR Code vem como uma alternativa que o ajudará mais rapidamente, gerando um maior engajamento.

Você pode usar o seu computador e abrir o aplicativo de leitor de QR Code. A partir daí, o código será escaneado e redirecionará o cliente para uma página de informações do imóvel. Você pode saber os valores, bem como todos os detalhes do empreendimento. Dessa forma, a chance de entrar em contato com uma imobiliária é muito maior, uma vez que o esforço para saber as informações sobre o imóvel é muito menor do que “parar” o que está fazendo para pesquisar no site (VILLE IMOB, 2019. n.p);

- f) Blockchain: conhecida como tecnologia de bloco, o Blockchain serve como um livro-caixa descentralizado que faz registro de forma distribuída em toda rede de computadores. Inicialmente, essa tecnologia foi utilizada para fazer registros de transações da criptomoeda Bitcoin; hoje em dia o uso dela já se expandiu para outros setores e áreas (FRABASILE, 2019. n.p).

Até recentemente, o blockchain era conhecido mais como a tecnologia que alimenta o Bitcoin. No entanto, os participantes do setor agora percebem que os contratos inteligentes baseados em blockchain podem desempenhar um papel muito maior no SIC (Setor de Imóveis Comerciais), potencialmente transformando operações essenciais do SIC, como transações de propriedades (compra, venda, financiamento, leasing e gerenciamento). Com o tempo, a adoção da blockchain pode ter um impacto mais amplo, pois pode ser vinculada a serviços de utilidade pública, como estacionamento inteligente, desperdício, água e cobrança de energia, além de permitir o gerenciamento da cidade orientado por dados (KEJRIWAL; MAHAJAN, 2017. p. 1).

A partir das tendências aqui apresentadas, é possível perceber que há um grande potencial de inovações que pode ser utilizado pelos profissionais do setor imobiliário para trazer facilidades e boas experiências aos clientes.

**Proposição teórica 6: As inovações tecnológicas vêm definindo as tendências no setor imobiliário**



### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme apresentado no Capítulo 1, o presente trabalho visa atingir o seguinte objetivo: *Analisar como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a atuação dos corretores de imóveis de Florianópolis.* Para isso, a partir da Fundamentação Teórica, foram definidas as seguintes proposições:

- **Proposição teórica 1:** A etapa de intermediação e corretagem tem se transformado em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário.
- **Proposição teórica 2:** Novas competências têm sido requeridas aos corretores de imóveis em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário inseridas no setor.
- **Proposição teórica 3:** Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência no país, apresenta um ambiente rico em inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e dita tendências que vem transformando o mercado imobiliário.
- **Proposição teórica 4:** O comportamento do consumidor é um dos determinantes para as mudanças no setor imobiliário.
- **Proposição teórica 5:** As inovações tecnológicas vêm transformando os novos modelos de negócios e as tendências no setor imobiliário.
- **Proposição teórica 6:** As inovações tecnológicas vêm definindo as tendências no setor imobiliário.

Neste tópico, também são expostas as metodologias utilizadas para realização da pesquisa a fim de alcançar os objetivos geral e específicos dispostos no início do trabalho considerando as proposições apresentadas, assim como serão elucidados os motivos pelos quais escolheu-se trabalhar com estes métodos.

#### 3.1 A PESQUISA

Para Gil (2002), a pesquisa resume-se a um “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.” (GIL, 2002. p.17). Com tal afirmação, pode-se perceber que o que leva a realização de uma pesquisa é um problema/situação da qual não se possui muito conhecimento. Dessa forma, um dos primeiros

passos a ser dado dentro de uma pesquisa é o de definir o problema pesquisa: é através dele que todo o estudo feito é construído.

Gerhardt e Silveira (2009, p.12) vão ao encontro dessa ideia ao afirmarem que “só se inicia uma pesquisa se existir uma pergunta, uma dúvida para a qual se quer buscar a resposta. Pesquisar, portanto, é buscar ou procurar resposta para alguma coisa.”.

No caso da pesquisa aqui realizada, a principal pergunta feita está relacionada aos novos modelos de negócios, às novas tecnologias e as situações e adaptações que elas podem acarretar dentro do Mercado Imobiliário da cidade de Florianópolis (SC). Portanto, assim como proposto por Gil (2002), esta pesquisa surgiu a partir do interesse pelo setor imobiliário e pela forma que ele está agindo diante dos avanços tecnológicos e dos novos modelos de negócio.

Para alcançar os objetivos específicos definidos na parte introdutória deste trabalho, optou-se por trabalhar com uma pesquisa do tipo exploratória, uma vez que, como apresentado na introdução, há ainda poucos trabalhos desenvolvidos sobre o tema, tal que se justifica conhecê-lo de maneira mais aprofundada. Por conta destes fatos é que se optou por uma pesquisa exploratória, já que ela proporciona maior liberdade ao pesquisador quando se trata do processo de coleta e exploração de dados (MALHOTRA, 2004). Porém, a pesquisa também se classifica como descritiva, pois visa descrever o fenômeno de interesse, por meio de seus principais atores. Para tal, optou-se por uma abordagem qualitativa, visto que o objetivo geral do trabalho é o de analisar uma situação e suas categorias por meio da percepção de seus atores e não avaliar a mesma. Sendo assim, a abordagem qualitativa que busca pela qualidade de seu conteúdo é mais adequada para realizar uma análise apropriada.

### **3.1.1 Sujeitos da pesquisa**

Para realização da pesquisa em profundidade, foram selecionados 10 profissionais atuantes no setor imobiliário de Florianópolis, sendo eles corretores autônomos, associados a uma imobiliária formal ou a um aplicativo. Os entrevistados foram escolhidos, principalmente, por serem atuantes no setor e por possuírem experiência com o mesmo, sendo portanto um grupo amostral qualificado, uma vez que podem contribuir para o alcance dos objetivos. Essa adequação dos sujeitos se comprova, pois muitos viveram a transição do Mercado Imobiliário antes e depois das Inovações Tecnológicas, dos Novos Modelos de Negócios e das Tendências. A seguir, o quadro 3 contém informações que caracterizam os sujeitos da pesquisa.

Quadro 3: Caracterização do grupo estudado.

<b>Participantes</b>	<b>Cidade</b>	<b>Nicho</b>	<b>Idade</b>	<b>Tempo de Atuação</b>	<b>Sexo</b>
<b>A</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas</b>	<b>48</b>	<b>27 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>B</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas e Locações</b>	<b>35</b>	<b>14 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>C</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas</b>	<b>58</b>	<b>24 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>D</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas</b>	<b>60</b>	<b>32 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>E</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas e Locações</b>	<b>60</b>	<b>21 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>F</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas e Locações</b>	<b>60</b>	<b>27 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>G</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Locações</b>	<b>31</b>	<b>17 anos</b>	<b>Feminino</b>
<b>H</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas e Locações</b>	<b>41</b>	<b>12 anos</b>	<b>Masculino</b>
<b>I</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas e Locações</b>	<b>55</b>	<b>2 anos</b>	<b>Feminino</b>
<b>J</b>	<b>Florianópolis</b>	<b>Vendas</b>	<b>50</b>	<b>20 anos</b>	<b>Masculino</b>

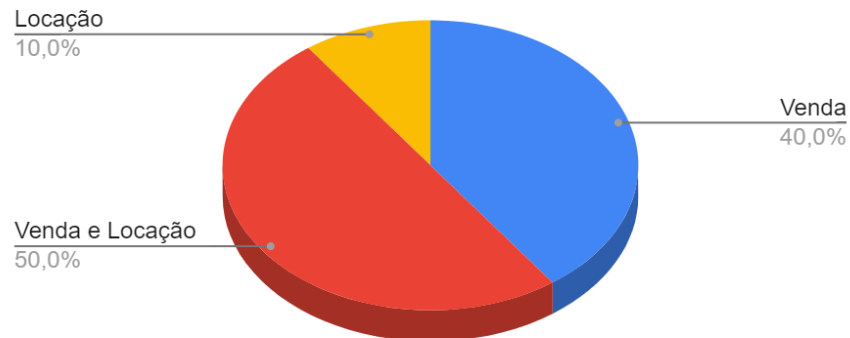
FONTE: Elaborado pelas autoras.

Como pode-se perceber pelas informações do quadro 3, o tempo médio de atuação dos entrevistados no setor Imobiliário de Florianópolis é de 19,6 anos, ou seja, todos possuem uma boa experiência e conhecem profundamente esse setor.

Outro fator identificável é em relação ao nicho de atuação, que neste caso ficou dividido, conforme apresentado na Figura 5: 4 profissionais trabalham apenas com vendas, 5 dos entrevistados com vendas e locações e um entrevistado atua apenas com locações. No entanto, o Entrevistado C e o Entrevistado D admitiram que, embora atualmente trabalhem apenas com vendas, já tiveram experiência anterior com locação, inclusive assumindo a gerência deste segmento em imobiliárias nas quais trabalharam.

Outros elementos que caracterizam os sujeitos da pesquisa são a idade e o gênero. Pelo quadro 3 percebe-se que a idade dos participantes varia entre os 30 e 60 anos. Além disso, 8 dos entrevistados são do gênero masculino e 2 do feminino.

Figura 5: Nicho de atuação dos sujeitos da pesquisa



Fonte: Elaborado pelas autoras

Após a caracterização dos participantes da pesquisa será apresentado o instrumento utilizado para realizar a coleta dos dados.

### 3.1.2 Instrumento de Pesquisa

O instrumento de pesquisa utilizado foi um roteiro de entrevista semi-estruturado que permitiu o surgimento de novas ideias sobre o tema a ser tratado. Um roteiro semi-estruturado pressupõe a construção de um grupo de perguntas acerca do tema de interesse (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Como a intenção é a de extrair informações dos entrevistados, optou-se por um roteiro parcialmente estruturado que fornecesse uma base para os entrevistadores e os ajudasse a guiar a entrevista.

Para elaborar o roteiro de entrevista utilizado na coleta de dados em profundidade com especialistas do Setor Imobiliário da cidade de Florianópolis, foi desenvolvido um quadro de perguntas construído a partir dos objetivos específicos definidos na introdução do trabalho. A partir desses objetivos, constituiu-se três categorias de análise para a pesquisa: Inovações Tecnológicas, Tendências e Novos Modelos de Negócios. Por último, menciona-se os autores que foram citados na Fundamentação Teórica para explicar os temas envolvidos na pesquisa (mercado imobiliário e seus agentes, inovações tecnológicas e novos modelos de negociação no setor imobiliário) relacionados nos objetivos do trabalho. A partir disso, elaborou-se as perguntas utilizadas no roteiro da Entrevista Individual, conforme Quadro 4.

Quadro 4 - Quadro de Perguntas para Entrevista em Profundidade

Objetivos Específicos	Categorias de Análise	Perguntas
Descrever as Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios que estão provocando transformações no Mercado Imobiliário.	Inovações Tecnológicas, Tendências e Novos Modelos de Negócios	O que você entende por Inovação Tecnológica? Como você analisa o uso das novas tecnologias no mercado imobiliário de Florianópolis?
Descrever as práticas utilizadas pelos profissionais e imobiliárias frente às Inovações Tecnológicas, aos Novos Modelos de Negócios e as Tendências para o mercado imobiliário;	Inovações Tecnológicas, Tendências e Novos Modelos de Negócios	Como você vê o uso de novas tecnologias pelas imobiliárias para vender e alugar imóveis? Do seu ponto de vista, isto é algo positivo ou negativo? E por quê? Você faz uso de alguma tecnologia para realizar contato com os clientes? Quais? Você utiliza alguma tecnologia para concretizar suas vendas? Como você percebe o uso de tecnologias no Mercado Imobiliário de Florianópolis (Realidade Virtual; Inteligência Artificial; QRCode)? Você acredita que há algum tipo de resistência por parte do Setor Imobiliário em implementar o uso de novas tecnologias (como aplicativos/portais, realidade virtual, inteligência artificial)?
Identificar novas competências que estejam sendo requeridas aos profissionais do setor nesse novo contexto;	Inovações Tecnológicas	Você acredita que aplicativos ou portais on-line podem vir a substituir os corretores de imóveis? Por quê? Você precisou obter novos conhecimentos e habilidades para se adaptar às novas tecnologias e utilizá-las?
Caracterizar as técnicas utilizadas pelos Corretores de Imóveis diante das Inovações Tecnológicas, dos Novos Modelos de Negócios e das Tendências para o mercado imobiliário;	Inovações Tecnológicas, Tendências e Novos Modelos de Negócios	O que você fez para se adaptar às inovações tecnológicas e aos novos modelos de negócio do setor imobiliário? Utiliza alguma técnica para fazer isso? Quais? Por quê?
Sugerir ações alternativas que possam ser utilizadas por profissionais e empresas do Setor Imobiliário para se adaptarem às Inovações Tecnológicas e às Tendências do setor.		Você utilizou/utiliza de ferramentas alternativas para se adaptar às Inovações Tecnológicas e aos Novos Modelos de Negócio?

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Para responder e analisar as proposições teóricas definidas no Referencial Teórico e citadas no início dessa seção de metodologia, elaborou-se adicionalmente as seguintes perguntas:

Quadro 5 - Perguntas Elaboradas para as Proposições Teóricas

Proposições	Perguntas
<b>Proposição teórica 1:</b> A etapa de intermediação e corretagem tem se transformado em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário.	Você percebeu mudanças no comportamento de clientes, na intermediação e corretagem imobiliária, que foram ocasionadas pelas inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e tendências para o mercado imobiliário? Quais, por exemplo?
<b>Proposição teórica 2:</b> Novas competências têm sido requeridas aos corretores de imóveis em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócio, e das tendências para o mercado imobiliário inseridas no setor.	Você sente que precisou adquirir novas competências por conta da inserção das novas tecnologias, dos novos modelos de negócio e das tendências do mercado? Por quê? Como?
<b>Proposição teórica 3:</b> Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência no país, apresenta um ambiente rico em inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e dita tendências que vem transformando o mercado imobiliário.	Você acredita que Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência, tem ditado tendências transformadoras para o mercado imobiliário da região? Por quê? Como você percebe essa influência?
<b>Proposição teórica 4:</b> O comportamento do consumidor é um dos determinantes para as mudanças no setor imobiliário.	Sobre as mudanças que acontecem no setor imobiliário: quem é o maior responsável por determinar essas mudanças?
<b>Proposição teórica 5:</b> As inovações tecnológicas vêm transformando os novos modelos de negócios e as tendências no setor imobiliário.	Com a inserção de novas tecnologias você sente que elas estão proporcionando alguma transformação? Quais?
<b>Proposição teórica 6:</b> As inovações tecnológicas vêm definindo as tendências no setor imobiliário.	Você acredita que as inovações tecnológicas podem estar definindo tendências para o Mercado Imobiliário? Por quê? Como?

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Outras perguntas realizadas durante a Entrevista Individual são referentes ao perfil dos entrevistados, tais como a região em que atua, o tempo de atuação dentro do setor imobiliário, entre outras. Após as entrevistas, foram realizadas as transcrições e a análise delas. A seguir será explicado como estas informações foram coletadas.

### 3.1.3 Procedimentos de Coleta

A coleta de dados de uma pesquisa trata-se, necessariamente, do momento em que se começa por em prática os métodos escolhidos e os instrumentos desenvolvidos para a busca de

dados (MARCONI; LAKATOS, 2003). Desta forma, os procedimentos de coleta devem estar bem claros e objetivos para se obter êxito nos materiais e conhecimentos encontrados.

Sendo assim, o principal objetivo deste tópico é o de apresentar e explicar o procedimento de coleta escolhido para esta pesquisa. Como comentou-se no tópico anterior (3.1.2), o método de coleta escolhido para coleta de dados foi a entrevista em profundidade. De acordo com Gil (2008), a entrevista é uma técnica em que o pesquisador realiza perguntas frente a frente ao entrevistado com o objetivo de adquirir conhecimentos que sejam pertinentes ao que está se investigando.

Escolheu-se trabalhar com entrevistas por acreditar que esta técnica seria a mais adequada, levando em conta o tempo disposto para realização da pesquisa, do que outros métodos de coleta como a observação, por exemplo; também por considerar este um método flexível e que pode ser adaptado às diversas situações, pois esta pode ser realizada com base ou não em um roteiro (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A modalidade de entrevista a ser utilizada é a individual em profundidade. Para Malhotra (2011), esse tipo de pesquisa se caracteriza por ser mais direta e pouco estruturada de se obter informações acerca do tema pesquisado.

Das 10 entrevistas, três ocorreram de forma virtual por se tratar de um meio de fácil uso e por proporcionar maior flexibilidade e facilidade quanto trata-se de horários para realização das mesmas e por preferência dos entrevistados. A maioria, sete delas, foram realizadas de forma presencial. Em ambos os casos, foram realizadas as gravações de áudio para que fosse possível a transcrição das respostas e posterior análise dos dados obtidos.

Ainda, cabe ressaltar que os princípios éticos aplicados às pesquisas científicas foram observados na coleta de dados feita por meio de entrevistas. A Resolução nº 510 de 07 de abril de 2016 visa sobre as normas aplicáveis a pesquisas feitas na área de Ciências Humanas Sociais quando essas possuem procedimentos metodológicos que envolvem a coleta de dados diretamente com participantes da pesquisa. Essa resolução permite que a “pesquisa que objetiva o aprofundamento teórico de situações que emergem espontânea e contingencialmente na prática profissional, desde que não revelem dados que possam identificar o sujeito” (BRASIL, 2016), não precisem ser registradas ou avaliadas pelo sistema CEP/CONEP.

Apesar disto, elaborou-se um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo I) que pudesse garantir a ética da pesquisa, a privacidade dos entrevistados, assim como os direitos deles. Dessa forma, não serão apresentados nem o nome dos entrevistados, tampouco o nome das empresas em que eles atuam durante a análise de dados.

### **3.1.4 Análise de Dados**

A análise dos dados coletados foi desenvolvida a partir da transcrição dos áudios das entrevistas realizadas. Na sequência foi utilizada a técnica de análise de discurso com análise interpretativista das respostas fornecidas pelos entrevistados. O discurso nada mais é que a “palavra em movimento” (ORLANDI, 2005. p. 15). O autor ainda complementa que, “na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história” (ORLANDI, 2005. p. 15). Por conta disso, ela se torna uma forma eficaz de realizar análises de pesquisas qualitativas. Sendo assim, o uso nesse trabalho da análise do discurso buscou entender o que o entrevistado tentou demonstrar por meio de suas palavras.



## 4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Neste tópico são apresentados os resultados encontrados por meio das entrevistas realizadas. Como comentou-se anteriormente, para desvelar os resultados utilizou-se a técnica de análise de discurso. A partir do uso dela foi possível encontrar os seguintes resultados.

### 4.1 TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS

A inovação tecnológica é parte essencial desta pesquisa e para tanto foram elaborados objetivos específicos que ajudassem a responder o quanto esta tem afetado os corretores de imóveis de Florianópolis. Para isso, também foram elaboradas algumas questões cujas respostas serão agora apresentadas.

Quando perguntados sobre o uso das Inovações Tecnológicas no setor imobiliário, grande parte dos respondentes informaram que passaram pela transição do setor, saindo de uma fase em que as inovações eram pouco significativas para um novo momento em que o setor começou a utilizar essas inovações. O Quadro 6 apresenta algumas evidências desse processo de transição.

Quadro 6 - Percepção sobre o uso das Novas Tecnologias

Dimensão	Evidências
<p><b>Percepção quanto ao uso das novas tecnologias no Mercado Imobiliário de Florianópolis.</b></p>	<p><b>A:</b> “Eu <b>peguei bem essa transição</b>, em 93. Na década de 90 não tinha internet, o celular também estava começando e tudo era impresso.”</p> <p><b>C:</b> “...Fazia um <b>anúncio no jornal</b> que dizia: “Vendo ap 2 q”, porque tinha que diminuir o texto.”</p> <p><b>D:</b> “nós temos assinado muitos contratos de forma virtual. Isso facilita também pelo fato de que... então, você imagina, você tem um cliente que mora no Rio de Janeiro... antes, a gente fazia um contrato, <b>mandava por Sedex</b>, pro Rio, ele assinava, reconhecia firma, mandava pra nós, o comprador assinava... Hoje não, hoje, a gente faz o contrato, se a pessoa tiver o certificado digital né?”</p> <p><b>E:</b> “Olha, na verdade é o seguinte, a gente começou a muito tempo atrás, né. Eu comecei com pauta de livro, depois a gente tinha a... os computadores só tinham o Word. Então eu acompanhei uma evolução, nós tivemos uma evolução muito grande e muito inconstante, né? ”; “Então, eu te digo o seguinte: quando nós éramos só jornal e telefone, tinha gente que pegava o telefone e tentava vender por telefone, <b>a tecnologia na época era o telefone.</b>”</p> <p><b>F:</b> “Quando eu comecei a trabalhar a gente tinha <b>pauta de papel</b>. Pesquisava no <b>jornal e ficava com telefone</b>, não tinha celular. A gente tinha que tá na loja atendendo e mostrando o imóvel.”</p> <p><b>G:</b> “Eu lembro que nós <b>mandávamos o contrato por SEDEX</b>, a gente não tinha e-mail e não fazia o uso de e-mail ... daí a gente mandava pelo SEDEX a pessoa assinava lá e devolvia por SEDEX.”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Pela fala dos entrevistados, é possível confirmar a experiência obtida por eles na transição do Mercado Imobiliário tradicional, que divulgava seus produtos em jornais e placas

e enviava contratos pelos Correios, para um Mercado Imobiliário em que muitas atividades do setor já são realizadas por meios digitais.

Dessa forma, os participantes conseguem caracterizar bem as Inovações Tecnológicas e os Novos Modelos de Negócios que estão provocando essas transformações no Mercado Imobiliário, conforme mostram as evidências dispostas no Quadro 7.

Quadro 7 - Descrição das Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios

Dimensão	Evidências
<p><b>Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios</b></p>	<p><b>A:</b> “Agora, claro, as coisas mudaram, então agora tem os <b>Portais</b>, o jornal praticamente não existe mais, tem <b>os celulares com todos seus aplicativos</b>, que facilita demais, <b>a gente tem bússola, calculadora, câmera fotográfica, tem agenda, tem aplicativo de Photoshop, de produção de vídeo</b>, enfim... o celular realmente se tornou um equipamento fundamental para a profissão do corretor de imóveis.”</p> <p><b>B:</b> “Com relação a inovação tecnológica a gente tem hoje toda a visita... dessas <b>visitas virtuais</b> do mês passado uma locação... o cara veio de Brasília, alugou o imóvel inteiro, ele chegou aqui pegou a chave do apartamento. Ele fez todo o processo de <b>locação virtual, a visita virtual</b>, ele fez o contrato, assinou o contrato com <b>assinatura digital</b>, não teve nada, absolutamente nenhum contato com papel.”; “Por <b>vídeo chamada</b> atendido pelo corretor.”</p> <p><b>C:</b> “...a questão da internet, no início, as imobiliárias maiores é que podiam investir em <b>sites</b>, digamos assim, as imobiliárias maiores tinham mais fluxo nos sites e tinham uma maior capacidade de divulgação e de atração até de proprietários porque sabiam o que aquela imobiliária tinha. Com os <b>sites de divulgação</b>, a partir do momento que entra <b>Zap</b>, o que aconteceu, todas as imobiliárias e até corretores autônomos têm este recurso do anúncio. Então isso também homogeneizou a capacidade do corretor de divulgar, não precisa ser uma imobiliária grande.”</p> <p><b>D:</b> “Hoje não, hoje a gente faz <b>lançamento todo de uma forma virtual</b>. E... e... isso tem trazido um resultado fantástico. Tem facilitado muito... porque... quando tu faz um... um... evento presencial... tu te limita as pessoas que estão próximas, num... num... evento virtual... tu acaba tendo... nós temos, normalmente, nos nossos eventos, nós temos pessoas do Brasil inteiro e até do exterior.”</p> <p><b>E:</b> “Como a tecnologia é muito abrangente, hoje a gente vê aí “Ah as imobiliárias digitais”, tem gente que fala que tem uma <b>imobiliária digital</b>, eu penso o seguinte: nós trabalhamos com gente, né, então nós fomos umas das primeira imobiliárias 100% digital, mas eu nunca divulguei isso, porque nós somos digital mas a gente tem retaguarda de pessoas.”; “Hoje a tecnologia você tem o <b>WhatsApp</b>, o telefone, na época era só o fixo, hoje tem o <b>celular</b>, tem centenas de formas de comunicação. A gente pode fazer uma <b>reunião virtual</b>.”</p> <p><b>F:</b> “É... hoje até... tô tentando até comprar uma <b>câmera</b> daquela que tu consegue entrar dentro dos imóveis”; “É uma caixa quadrada. Tu bota na porta... na porta da entrada do quarto. Ela faz tudo sozinho. Bota no corredor ela mapeia: 1, 2, 3, 4... depois tu só junta as posições... tu fica andando... Ajuda um monte a vender né??”</p> <p><b>G:</b> “A gente utilizava muito de procuração, a procuração do cartório, procuração pública e hoje com a <b>assinatura digital</b> isso não se faz tão... tão necessário, até porque independente do lugar que tu estejas no mundo tu consegue alugar um imóvel.”; “...pra poder te mensurar... a gente vai desde uma <b>visita de imóvel por vídeo</b>... né... até um <b>360 no site</b>... até num aluguel de imóveis comerciais <b>vídeo comercial</b> de um prédio. Hoje aluga muito imóvel por vídeo.”</p> <p><b>H:</b> “Sim, realizo o uso de algumas <b>plataformas</b> que me ajudam a fazer o funil de vendas para poder concretizar meus negócios. São <b>sites</b>, eu uso também <b>aplicativos de gestão</b>. É uma boa relação que eu tenho com essas ferramentas hoje e elas me ajudam muito a fazer este meu trabalho.”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Quadro 7 - Descrição das Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios

Dimensão	Evidências
<b>Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de Negócios</b>	<p><b>I:</b> “que incluiu a melhor utilização, melhor aproveitamento da <b>realidade virtual</b>, com tudo o que inclui, com tudo o que faz com que isso aconteça, através de <b>aplicativos que realizam visitas virtuais</b>, no setor imobiliário se tornou bastante comum as visitas virtuais e <b>vídeos também de 360°</b>, são bem melhor aproveitados e melhor aceitos pelos clientes e inclusive até o fechamento do negócios por intermédio da <b>assinatura digital</b>, também se tornou algo mais aceitável pelos cliente.”</p> <p><b>J:</b> “[...] eu faço uso de toda a tecnologia que está à minha disposição e que eu tenho acesso, para fazer contato com os clientes, até mesmo porque os próprios clientes hoje me solicitam um <b>contato da melhor e mais rápida maneira possível.</b>”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Fazendo-se uma análise das observações feitas pelos entrevistados, pode-se concluir que todos eles fazem o uso de novas tecnologias para realizarem contato com seus clientes, assim como para divulgar os imóveis que estão vendendo/alugando.

As principais inovações mais comentadas durante as entrevistas são as visitas virtuais por meio de vídeo-chamadas ou pelo uso dos óculos 360° e a possibilidade de assinar um contrato por meio da assinatura digital.

O uso de sites também foi mencionado pelos entrevistados, mas por meio da fala do participante C, pode-se perceber que estes já não são mais um fator de diferenciação para competitividade no setor. Isso ocorre pela existência de outra inovação mais recente e mais significativa atualmente: os Portais on-line. Por meio destes, qualquer pessoa interessada em vender ou locar um imóvel pode divulgá-lo. Esses portais servem como uma forma de anunciar os imóveis que estão sendo oferecidos por uma imobiliária, por um corretor de imóveis ou, ainda, diretamente pelo proprietário de um imóvel.

Os Aplicativos também têm sido usados como principal meio de comunicação entre os corretores e seus clientes. O mais comentado pelos participantes foi o WhatsApp, que segundo os pesquisados facilita o contato, pois é de fácil uso e acessibilidade, já que grande parte da população o utiliza. Porém, muitos dos entrevistados afirmam que apenas o uso desse aplicativo não é suficiente e que é recomendável utilizá-lo com cuidado.

Com todos os relatos aqui apresentados, pode se confirmar o alcance de alguns dos resultados citados por Tigre (2006) como os que podem ser proporcionados pelo uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Entre os resultados comentados por Tigre (2006), estão presentes na fala dos entrevistados os seguintes: flexibilidade no atendimento das necessidades individuais de clientes, tornar serviços mais acessíveis (temporalmente), e aceleração da produção e entrega de serviços.

Esses resultados estão evidenciados nas falas de todos os entrevistados, pois todos afirmam que o uso de tecnologias como o WhatsApp e as visitas virtuais são facilitadores por fazer com que os atendimentos sejam realizados rapidamente de forma personalizada e acessível para os clientes. Esses resultados vão ao encontro da afirmação de Silva (2019), que admite que as ferramentas digitais favorecem a compra e venda de um imóvel.

Ainda, sobre as principais ferramentas citadas (portais, visitas virtuais, foto 360°) todas são comentadas como tendências para o Mercado Imobiliário no tópico 2.2.3 da Fundamentação Teórica, mas pode-se perceber que elas não são mais apenas tendências, pois já estão bem inseridas no dia a dia dos corretores e das imobiliárias.

Com essas transformações provocadas pelas Inovações Tecnológicas e Novos Modelos de negócio dentro do Setor Imobiliário de Florianópolis, houve também uma mudança no comportamento dos clientes desse mercado. Partindo-se dessa premissa, analisou-se a proposição teórica 1: **A etapa de Intermediação e corretagem tem se transformado em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário.**

Por meio das falas apresentadas a seguir foi possível indicar se esta situação se mostrou verdadeira ou não no campo estudado. O principal aspecto citado pelos entrevistados quando perguntados sobre as transformações causadas pela tecnologia na intermediação e na corretagem foi o fato de que, no momento atual, os clientes são os maiores detentores da informação. Isso fica evidente na fala do respondente A, C e D:

[...] Houve bastante. Antigamente, 10 ou 15 anos atrás, o corretor detinha o poder do mercado, digamos assim, então ele sabia quanto estava dando a inflação, quanto estava dando o CUB, o valor do metro quadrado, ele sabia qual era melhor construtora, qual a melhor região, qual o melhor bairro para o cliente comprar. E agora não! Agora realmente **o cliente está muito mais preparado**, às vezes ele está muito **mais preparado que o próprio corretor**. (Entrevistado A)

[...] A grande vantagem, claro que o corretor naquela época a imobiliária retinha a informação. Fazia um anúncio no jornal que dizia: “Vendo ap 2 q”, porque tinha que diminuir o texto. O cliente dependia da imobiliária. Então, na época, o cliente vinha na imobiliária para ter a informação, porque a informação estava com o corretor. Hoje muitas vezes **o cliente sabe mais do imóvel do que o próprio corretor**. Têm muitos recursos hoje neste sentido que ajuda, então **o cliente já vem com mais informação**. (Entrevistado C)

[...] Sem dúvida a tecnologia mudou muito, porque como eu tenho uma experiência de muitos anos, lá no passado, o corretor era responsável por tudo: pelas informações todas que trazia pro cliente. O cliente não tinha noção nenhuma de coisa nenhuma. A gente que tinha que trazer. Hoje não, hoje quando ele senta na nossa frente **ele tá preparado**, quando ele vai te procurar pra comprar o imóvel, **ele já conhece o mercado**, ele já sabe o preço do metro quadrado na região, ele sabe a velocidade que tá vendendo, enfim, ele **tem muita informação hoje** e isso fez com que mudasse né?!. (Entrevistado D)

Há alguns anos, o corretor é quem detinha todas as informações sobre os imóveis e isso poderia ser usado como um fator de competitividade no momento de efetuar a venda. Atualmente os clientes conseguem obter essas informações sem ao menos consultar o corretor. Guimarães Filho (2019) concorda com esse resultado ao afirmar que a popularização das Tecnologias de Informação e Comunicação e o uso das novas tecnologias têm colaborado para causar mudanças na forma de procurar pelo imóvel ideal por meio de uma pesquisa detalhada na internet.

Outro fator comentado é o fato de que nos dias atuais ficou mais complexo fidelizar um cliente. Essa afirmação está presente de forma explícita na fala do entrevistado F e de forma implícita na do entrevistado B, quando este comenta sobre os clientes que possuem contratos de trabalho com data de validade e que por isso estes acabam se mudando constantemente. A pessoa não cria raízes e, portanto, torna-se difícil fidelizar esse cliente.

[...] **mudou o perfil de compra do cliente** que tá comprando. [...]era construir a casa e hoje, hoje não, ninguém se fixa mais em casa, é mais fácil tu manter um carro 5/6 anos do que tu manter uma casa por 5/6 anos. O cara do aluguel principalmente, ele mora aqui... **ele tem um contrato de três anos**, ele sabe quando ele vai embora, **ele tá aqui hoje, amanhã ele tá em São Paulo** (Entrevistado B)

É...tem bastante o **meu cliente não ficou mais fiel**. Ele tem esse problema da fidelidade. Nós, aqui em Florianópolis, não temos exclusividade. (Entrevistado F)

Como comentado anteriormente, uma vez que os clientes podem encontrar o imóvel para si por meio de uma pesquisa em portais de anúncios, por conta disso torna-se dificultoso fazer com que o cliente seja totalmente fiel ao corretor ou a imobiliária.

Ainda, uma outra alteração que ocorreu na relação cliente-corretor é referente às visitas aos imóveis que se pretende comprar/locar:

[...] Sim. A gente assina com bastante proprietários que trazem o imóvel pra empresa porque tão de olho né... tão de olho no que tá acontecendo e... dão esse feedback. E assim tem o locatário né... assim... Quando a gente abriu a possibilidade de marcar visita pelo site, na primeira semana teve um sucesso de agendamento né. (Entrevistado G)

Aconteceram mudanças no comportamento, nas negociações em função das novas tecnologias, como por exemplo, **as visitas virtuais são muito mais comuns agora**. Os clientes que antes apresentavam alguma **resistência** bastante forte para utilizar as tecnologias, inclusive para as visitas aos imóveis hoje já aceitam muito mais essa opção e inclusive alguns já até **demonstram preferência**. (Entrevistado G)

De acordo com os participantes I e G, o uso de visitas virtuais tem se tornado algo comum e bem aceito pelos clientes. Isso tem facilitado as vendas e agilizando processos, pois o cliente não precisa se deslocar até o imóvel, podendo fazer a visita de qualquer lugar. Ainda que para alguns clientes o contrato só seja finalizado após uma visita presencial, pode-se evitar,

por exemplo, visitar imóveis que o cliente já se sente confortável em descartar já pela visita virtual.

Apesar disso, a maior parte dos corretores entrevistados não concorda que o comportamento do cliente seja o principal fator determinante para as mudanças do setor imobiliário de Florianópolis (contrariando a Proposição Teórica 4). Quando perguntados sobre quem seria o responsável por determinar as mudanças no mercado imobiliário, os entrevistados citaram os seguintes:

[...] Eu vejo que assim, é um conjunto de situações, **o governo** com certeza é peça fundamental disso para ajudar a equilibrar a inflação, inflação mais baixa possível. [...]. O Mercado Imobiliário de uma forma está sempre se reinventando, então **o corretor é uma peça ativa** (ENTREVISTADO A).

[...] **As imobiliárias**. Ainda assim, dentro daquela ânsia de ter tecnologia. Hoje assim o processo de vendas, quando envolver terceiros...eu tô com um negócio travado desde o dia 8, se eu tivesse tudo automático, digital, era na hora. Uma certidão, aí tu demora uns 20 dias para certidão do Estado e tal. Tudo que tem de tecnologia é muito lobby de imobiliária para poder aplicar. [...] (ENTREVISTADO B)

[...] O avanço tecnológico foi provocando mudanças, então **as mudanças decorrem deste avanço tecnológico**. Eu acho que houve uma mudança em função do avanço tecnológico, da época do papel, do jornal, era uma situação. Hoje, é outra. [...] (ENTREVISTADO C)

[...] Eu acho... eu acho... que a tecnologia que está surgindo, as novas tecnologias que estão surgindo... **As novas tecnologias que estão surgindo** com o pessoal jovem, que têm uma mente mais aberta, isso **é o que proporciona a mudança**. [...] (ENTREVISTADO D)

[...] Olha, **o próprio mercado acho que é responsável pela mudança**, né? Se você olhar agora essa Pandemia que nós tivemos houve uma mudança violenta também. Eu acho que nunca se viu tanto a casa como nosso verdadeiro habitat, porque muitas pessoas não davam muito valor a casa. [...] (ENTREVISTADO E)

[...] Na verdade **o principal é a tecnológica** né... acho que pro mundo né..., não só pro mercado imobiliário. A... gente não tem mais como voltar né... é fato. É... cada dia é uma tecnologia nova e... eu brinco que antes era 50 anos em 10, agora, já é 100 em 5 e já é 200 em 2... e... mas a gente não consegue acompanhar né. [...] (ENTREVISTADO G)

[...] Bom, a parte imobiliária é muito dinâmica, então temos aí vários pontos que podemos citar. Uma delas é o próprio cliente, então **a gente sabe que os clientes estão mudando** a forma de procurar imóveis, a forma de pesquisar. [...] (ENTREVISTADO H)

[...] Bom, eu acredito que **o principal responsável pelas alterações no setor imobiliário seja a economia**, no sentido macro, a economia do mundo, no sentido, gradativamente, vamos até o ponto de vista mais micro, que seria a cidade neste comparativo do mundo, então seria a economia da cidade, do país, do estado, da cidade, assim. [...] (ENTREVISTADO I)

[...] mas eu acho que a mudança é um conjunto, ela é um contexto geral. O próprio mercado é responsável por essa mudança, automaticamente ele obriga profissionais e as imobiliárias a estarem também inseridos nesta mudança, de novas tecnologias, aplicativos, melhorando a divulgação junto aos portais, **o cliente também tem participação disso, tanto o cliente comprador como o cliente vendedor**, porque ele

vê essa modernização, ele gosta, isso traz, como já citei, rapidez, otimização, tranquilidade na compra e na venda de um imóvel. (ENTREVISTADO J)

Os clientes só aparecem como determinantes na fala do entrevistado H; este é o único que cita o comportamento dos clientes como principal causa de mudanças no Mercado Imobiliário de Florianópolis. O entrevistado J também cita os clientes, porém os colocou dentro de um conjunto de fatores e não como o principal determinante de mudanças no setor.

Nesse sentido, a própria aplicação da tecnologia é o que mais foi citado como responsável pelas transformações que ocorrem no setor, citado pelos respondentes C, D e G.

Essas afirmações demonstram que, quando perguntados sobre a causa das mudanças no setor, poucos corretores citam o cliente e seu comportamento como fator propulsor ou determinante para a mudança. Os dados refutam a Pesquisa realizada pela Revista E-commerce em 2016 de como a mudança no comportamento dos clientes tem grande efeitos no mercado imobiliário, porém destaca-se que a pesquisa em questão analisou uma amostra maior de corretores; apesar disso, nas entrevistas realizadas pode-se refletir sobre outros aspectos não mencionados na pesquisa citada.

Com isso, entende-se que, na verdade, trata-se de um efeito em cadeia: as inovações tecnológicas afetam o mercado, que afetam o comportamento do consumidor, que afetam as práticas utilizadas pelos corretores de imóveis e imobiliárias.

#### 4.2 PRÁTICAS UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS

Conforme o Dicionário Priberam (2020 n.p.), uma das definições de prática é “maneira habitual de proceder”. Para que fosse possível identificar a maneira que os profissionais atuam, foram elaboradas duas questões no roteiro de entrevista, em que os entrevistados falaram a respeito de suas principais práticas, atreladas às tecnologias e inovações.

Quando questionados sobre o uso das tecnologias para o contato com o cliente e para a concretização dos negócios, todos os respondentes citaram algum aplicativo, mídia social, site, plataforma ou portal imobiliário, conforme respostas demonstradas no Quadro 8, corroborando o que já havia sido apontado na seção 4.1.

Quadro 8: Tecnologias utilizadas

Dimensão	Evidências
<p><b>Uso de alguma tecnologia para realizar contato com os clientes.</b></p>	<p><b>A:</b> “As principais são <b>WhatsApp, e-mails</b> que ainda funcionam como se fosse um documento que fica arquivado, pois consegue mandar bastante informações também. [...] E o WhatsApp que realmente é importante, uma peça fundamental no nosso dia-a-dia.”</p> <p><b>B:</b> “[...] a gente tem hoje toda a visita... dessas <b>visitas virtuais</b> do mês passado uma locação [...] Ele fez todo o processo de <b>locação virtual</b>, a visita virtual, ele fez o contrato, assinou o <b>contrato com assinatura digital</b>, não teve nada, absolutamente nenhum contato com papel.”</p> <p><b>C:</b> “Olha, tem a questão de <b>mídias digitais</b>, [...] essa parte, divulgação no <b>Instagram, Face...</b> [...] a gente faz divulgação do <b>VivaReal, anúncios, divulgação</b>. No <b>WhatsApp</b> hoje em dia assim, o que acontece, tem muitos clientes que a gente vai ligar e ele nem atende, né?! A minha prática é sempre mandar um WhatsApp para o cliente me apresentando e tal e depois ligar. Tem corretores que ligam, vê se o cliente atende, em hora inconveniente... mas eu, particularmente, prefiro o WhatsApp.”</p> <p><b>D:</b> “A gente usa muito a tecnologia pra... pra prospecção, né.. então! Nós não prospectamos apenas com os <b>portais imobiliários</b> como <b>Zap, Viva Real, OLX</b> e outros né [...] nós utilizamos <b>Instagram</b>, nós utilizamos o <b>Facebook</b>, é... o... <b>Google Ads</b> e inclusive o <b>YouTube</b>.”</p> <p><b>E:</b> “Sim, todos os tipos. A gente tem os <b>principais portais</b>, a gente tem <b>anúncio</b> de Google, a gente tem uma empresa de <b>tecnologia digital</b> que nos ajuda bastante, ou seja, o que tem de ferramenta a gente está usando.”</p> <p><b>F:</b> “Isso! Tô com um rapaz que trabalha pra mim em Joinville que faz toda essa tecnologia de busca e manda cartinha e manda foto, faz o trabalho...”; “E tem os corretores que fazem o trabalho individual e a gente tá anunciando em <b>site de busca</b>.”</p> <p><b>G:</b> “Na verdade, a gente faz investimento diário né... <b>com produtos, aplicativos</b>. A gente deve ter hoje mais de 10 empresas que entregam tecnologia pra gente né... desde quem entrega internet [...] mais rápida, porque a gente precisa... é... tem empresa de <b>aplicativo</b>. [...] E daí falando de tecnologia[...] a gente usa vários sistemas e aplicativos né. [...] a gente vai desde uma <b>visita de imóvel por vídeo</b>... né... até um <b>360 no site</b>... até num aluguel de imóveis comerciais vídeo comercial de um prédio. Hoje aluga muito imóvel por vídeo...”</p> <p><b>H:</b> “Sim, realizo o uso de algumas <b>plataformas</b> que me ajudam a fazer o funil de vendas para poder concretizar meus negócios. São <b>sites</b>, eu uso também <b>aplicativos de gestão</b>. É uma boa relação que eu tenho com essas ferramentas hoje e elas me ajudam muito a fazer este meu trabalho.”</p> <p><b>I:</b> “Sim, eu utilizo para contato com clientes [...] <b>WhatsApp, Telegram</b>, alguns <b>Canais com YouTube</b> e utilizamos também muitos <b>Portais Imobiliários</b>, que também esses Portais fazem comunicação do cliente com a gente, inclusive de uma maneira mais ampla porque os sites, os portais imobiliários são como um grande catálogo de produtos e também tem ali o espaço para comunicação direta com os corretores. <b>Instagram</b> também...”</p> <p><b>J:</b> “Sim, eu faço uso de <b>toda a tecnologia</b> que está à minha disposição e que eu tenho acesso, para fazer contato com os clientes, até mesmo porque os próprios clientes hoje me solicitam um contato da melhor e mais rápida maneira possível.”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

As justificativas são diversas, como por exemplo, a comodidade na comunicação com o cliente através de aplicativos de mensagens, pois o cliente pode responder a hora que lhe for conveniente, conforme relata o entrevistado I.

O WhatsApp se tornou uma ferramenta de comunicação, assim, primordial com o cliente. Não apenas no sentido digital, uma comunicação digitada, mas também uma comunicação verbal, muitas vezes por áudio, que registra e tem a comodidade do cliente escutar no momento em que estiver mais tranquilo, mais a vontade ou também o áudio proporciona ao cliente a oportunidade de poder escutar mais de uma vez aquela mensagem e também o WhatsApp inclusive para ligação, que utiliza a internet, também



utilizar o WhatsApp para ligações por vídeo, que são também bastante interessantes (ENTREVISTADO I).

Os portais, por sua vez, aparecem como ferramenta de divulgação para a captação e início do relacionamento com o interessado, da mesma forma que as mídias e redes sociais.

No que diz respeito à concretização dos negócios, percebe-se, a partir de alguns relatos, que as visitas por vídeo chamada estão sendo cada vez mais demandadas pelos clientes. O atual momento de Pandemia do COVID-19 foi citado como um dos motivos para essa adaptação na hora do atendimento ao cliente, assim como o fato do interessado estar fora da cidade e precisar definir pelo imóvel sem ter tempo hábil para uma visita presencial. Os relatos a seguir corroboram essa análise.

[...] dessas visitas virtuais do mês passado uma locação... o cara veio de Brasília, alugou o imóvel inteiro, ele chegou aqui pegou a chave do apartamento. Ele fez todo o processo de locação virtual, a visita virtual. [...] (ENTREVISTADO B)

[...] eu acho que... que... a pandemia, inclusive, ela fez com que isso se... alavancasse mais, crescesse muito mais, se expandisse muito mais. Pela necessidade que as pessoas têm de usar tecnologia. Então... hoje... a gente faz muita... reunião com o cliente. Muita reunião virtual. (ENTREVISTADO D)

[...] a gente vai desde uma visita de imóvel por vídeo... né... até um 360 no site... até num aluguel de imóveis comerciais, vídeo comercial de um prédio. Hoje aluga muito imóvel por vídeo... né... o que a gente acaba fazendo que é mais impactante pra gente é o fato de a gente alugar por vídeo né... é que as pessoas querem ver, querem sentir né [...] ou a gente faz o vídeo e encaminha pro cliente. Né... o cliente é que escolhe, ou a gente agenda um horário que ele tenha disponibilidade de estar no imóvel por vídeo e a gente faz uma vídeo-chamada com ele né... geralmente é videochamada o que eles mais utilizam. A gente marca o horário igual... numa visita presencial, a mesma situação... e a gente faz uma visita no imóvel: tudo que ele precisa saber, conhecer... vai pedindo... a gente mostra o imóvel, explica como que é desde a entrada do condomínio, se for prédio, ou da casa e... os pontos de dúvida e divergência... tão logo ele queira ver a gente vai mostrando[...]. A gente tá utilizando bastante com o pessoal que tá vindo de fora que às vezes não tem tempo pra visitar o imóvel né... E... principalmente o pessoal da área de tecnologia. [...] (ENTREVISTADO G)

Ao analisar as respostas, levando em consideração o nicho de atuação dos respondentes, é possível notar que aqueles que trabalham apenas com vendas utilizam as ferramentas tecnológicas muito mais para o contato com o cliente e troca de informações, isto é, apenas como apoio, enquanto os que trabalham com locação relatam que toda a jornada do cliente na busca pelo imóvel pode acontecer de forma 100% digital.

Ele fez todo o processo de locação virtual, a visita virtual, ele fez o contrato, assinou o contrato com assinatura digital. (ENTREVISTADO B)

A gente fala da experiência do cliente ao longo da vida dele com a *Imobiliária Y*. Então não tem tecnologia só na hora de mostrar o imóvel. A gente tem que ter a jornada dele desde... ele pegar um boleto... aí ele rescindir o contrato de ele fazer uma vistoria... (ENTREVISTADO G)

Em um episódio mencionado pelo respondente A, que atua apenas com vendas, ao exemplificar as mudanças que estão ocorrendo no Mercado, ele comenta sobre uma Escritura Pública de Compra e Venda que foi assinada à distância, por meio de uma videoconferência, entre dois Cartórios de diferentes Estados. Enquanto o vendedor assinava no Cartório em Florianópolis, o comprador assinava em um Cartório no Mato Grosso ao mesmo tempo.

E agora por conta da pandemia, ficou muito evidente, agora a assinatura de contratos digitais, então eu, particularmente, na semana passada, assinamos uma Escritura por videoconferência. A pessoa estava em outro Estado e a gente conseguiu fazer a assinatura por videoconferência, então realmente, a tecnologia veio pra ficar e para o corretor de imóveis, para nosso setor imobiliário ela é fundamental. (ENTREVISTADO A)

A assimetria entre as práticas realizadas pelos profissionais na locação e nas vendas pode ser justificada pelo valor agregado dos bens e tempo que os interessados terão com o imóvel. Isso fica evidente na resposta do entrevistado C, ao ser questionado sobre as mudanças no mercado.

Sim, mais visível na parte do aluguel. Porque o aluguel, o que acontece, é uma relação temporária até pode ser por mais de um ano, os Contratos residenciais continuam sendo de 30 meses, na maioria, em função da Lei do Inquilinato, a pessoa tem que permanecer por no mínimo 1 ano, mas há um sentimento de que o aluguel é temporário. A venda não, o sujeito vendeu, vendeu! [...] a flexibilidade do proprietário é sempre maior em relação à locação. É mais fácil um proprietário, vamos supor, ele está entre uma situação de venda e locação: ah, o que acontecer primeiro. Mas a tendência é que ele vai ter uma flexibilização maior numa proposta de aluguel do que numa proposta de venda. Então, por isso que eu acho que toda esta questão da tecnologia repercute de maneira mais forte na locação, por este aspecto de ser uma coisa mais temporária. (ENTREVISTADO C)

Com as narrativas apresentadas até aqui, é possível afirmar a Proposição Teórica 5: As inovações tecnológicas vêm transformando os novos modelos de negócios e as tendências no setor imobiliário. Sobre esta questão, o respondente G faz a seguinte reflexão:

[...] está mais rápido né... tá mais rápido... tá mais competitivo né... isso agregou mais serviço pro cliente né... agregou você atender melhor o cliente né... porque... antes tu dependia muito do humano né... e hoje a ferramenta ela faz muitas coisas que o humano fazia, então... hoje como o cliente já tem essa experiência antes de chegar pra gente [...] O fato de eu conseguir entregar um imóvel em 10 minutos pro cliente é justamente porque eu tenho ferramentas que me possibilitam né... Então, o que que eu tenho de melhor pro cliente... qual o valor que eu agrego né... (ENTREVISTADO G)

Conforme apresentado no tópico 2.2.2, foi possível constatar que as TICs estão facilitando as negociações e criando novos serviços, como por exemplo, as visitas virtuais citadas pelos respondentes. Assim, o interessado pode, em qualquer horário ou lugar, agendar

uma visita virtual com o corretor e tirar suas dúvidas, o que converge com a afirmação de Guimarães Filho (2019) que torna o processo mais fluido e assertivo.

No Capítulo 2.2 foram percorridos alguns tipos de Inovações e Novos Modelos de Negócios que embasaram a construção da Proposição Teórica 5. Dentre eles, foi tratada a Desintermediação (tópico 2.2.2 - iv) através de plataformas online que cogitam a eliminação de intermediários no Mercado Imobiliário. Sobre esta temática, elaborou-se a seguinte questão, apresentada no Quadro 9, a fim de verificar a opinião dos entrevistados:

O(a) senhor (a) acredita que aplicativos ou portais on-line podem substituir os corretores de imóveis? Por quê?

Quadro 9: Opinião sobre a substituição dos Corretores pelos Aplicativos e Portais

Resposta	Justificativa
SIM	<p><b>A:</b> “Eles <b>podem em parte</b>, porque hoje tem estes aplicativos robotizados, então num primeiro momento ele vai identificar o perfil do cliente, ele vai dar os <b>primeiros atendimentos</b> vai trocar algumas informações com o cliente, mas o <b>atendimento ainda é o pessoal</b>. [...] eu penso que no futuro sim, no futuro com certeza a tendência é essa, mas neste momento e quem sabe na próxima década ainda vai ser o atendimento pessoal.”</p>
NÃO	<p><b>B:</b> “Por essa questão de ainda o <b>físico</b> tem...talvez não, não tão cedo, não vejo. Tem se comentado muito disso em reuniões do Sicoob, que o digital vai superar. Eu tenho um robô atendendo, [...] <b>o robô vai até certo ponto</b>, o robô não vai até o final. [...] Ele tem automação bastante, bastante... faz grande parte do processo mas o atendimento final, o fechamento do negócio, mas a substituição integral de tecnologia por um corretor de imóveis, eu não acredito, não tão cedo e até <b>pelo tipo do serviço</b>.”</p> <p><b>C:</b> “[...] comprar um sapato, uma camisa pela internet é uma situação, né?! [...] tenho uns 3 ou 4 clientes assim, que compraram imóvel estando lá nos Estados Unidos, mas algum familiar, algum conhecido, mesmo tendo relação de <b>confiança com corretor</b>, sempre iam lá (no imóvel) dar uma olhadinha, então eu desconheço assim, da pessoa comprar imóvel, sem ter um corretor, aproxima a <b>relação</b>, [...] essa parte da tecnologia, mudou muito, mas mudou a dinâmica na divulgação, mas ainda vejo a intermediação via imobiliária, via corretor, como uma questão de <b>aspecto de segurança</b>. As pessoas se sentem mais <b>confiantes</b>, [...] nesse sentido eu acho que a demanda pelo serviço de corretagem continua.”</p> <p><b>D:</b> “[...] eu acho que o <b>elemento humano</b>, ele é fundamental. [...] Então, eu acho que essa questão <b>presencial</b> ela é importante, sim! Precisa que tenha o corretor. [...]. nós somos... os <b>seres sociais</b>, nós gostamos desse <b>contato</b>, nós precisamos disso! Não é? Então, eu acredito que tem que... nada vai substituir o corretor. Não é como tu comprar..., eu, por exemplo, compro muito livro pela internet, mas isso é uma coisa, agora, tu comprar um imóvel... porque a grande maioria das vezes... é uma <b>economia de toda uma vida</b>. É uma vida toda de uma pessoa que tá ali... Então tem que ser <b>mais humano</b>. Por isso que eu não acredito que a tecnologia, a máquina vai substituir o corretor.”</p> <p><b>E:</b> “Eu acho que é uma profissão pré-histórica e que não vai acabar tão cedo, porque enquanto o homem for um <b>ser social</b>, a tecnologia não vai tomar conta. [...] Eu digo que toda essa tecnologia que nós temos ajuda a nos aproximar das pessoas, mas não efetivar o negócio, salvo exceções, né? A regra é tėti a tėti, homem a homem.”</p> <p><b>F:</b> “[...] tu alugava o teu apartamento <b>sem ver</b>? [...] Então, eu não acredito que vai substituir o corretor, não.”</p> <p><b>G:</b> “acho que a gente (corretores) vai ter que se tornar <b>mais especialista</b> né [...] É uma <b>questão social</b> que daí... eu acho que quando a gente vai pra um atendimento ao público a gente tem que tentar entender um pouquinho até a história do mundo em que a gente vive: a gente vive num</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Quadro 9: Opinião sobre a substituição dos Corretores pelos Aplicativos e Portais

Resposta	JUSTIFICATIVA
<b>NÃO</b>	<p>mundo muito acelerado... com pessoas muito diferentes, onde o <b>papel do vendedor mudou</b>. Hoje eu digo que antes a gente abria a porta e dizia: esse é o imóvel, ele tá aqui o imóvel é teu. Hoje até pra concluir um trabalho a gente trabalha até um pouco como psicólogo. [...] muitas vezes o cliente vem até a empresa até muito mais pelo desabafo, até porque quando as pessoas alugam um imóvel... é uma situação: ou é uma separação ou perdeu um parente e tem que se mudar... né ou é um casamento... a vinda de um filho ou a vinda pra uma nova cidade. E geralmente as pessoas elas têm essa <b>necessidade de compartilhar</b> né... a sua vida.[...] Então o papel do corretor ele vai <b>se adequar</b>. Ele vai ter que ter outras <b>habilidades</b>”</p> <p><b>H:</b> “Eu acredito que os aplicativos podem substituir as imobiliárias, isso pode. Com o tempo vão ganhando força e o corretor vai ficando mais autônomo, não necessitando de uma sede, de alguma coisa para ele trabalhar. Os aplicativos com toda certeza estão ganhando o mercado, tanto é que eu trabalho com alguns, vejo que ganha mas ainda o cliente vê uma <b>necessidade de tratar com alguém</b>, uma pessoa. [...] É o corretor que <b>auxilia todo o processo</b>, numa parte de locação, na parte de vendas, é o corretor que faz o detalhamento do que precisa, apresenta o Contrato, tira dúvidas, enfim, dá <b>todo o suporte</b> para o cliente até a concretização do negócio.”</p> <p><b>I:</b> “[...] é sempre muito importante saber que existe um <b>suporte do corretor de imóveis, humano</b>, nem as tecnologias, onde todo o processo pode ser iniciado e concluído digitalmente, até assinatura dos Contratos, porém, isso é ótimo, prático, dinâmico, mas saber que o corretor de imóveis, a <b>pessoa humana</b> está a disposição para qualquer suporte, em todas as etapas.”</p> <p><b>J:</b> “Os aplicativos, os portais imobiliários, vieram com toda a certeza para <b>nos auxiliar</b> e melhorar o nosso trabalho no setor imobiliário. Mas te dou a certeza, não vão substituir o <b>material humano</b>... não vão substituir o corretor de imóveis. [...] A substituição não vai acontecer porque além de um <b>conjunto de valores</b>, além do cliente comprador ter achado o imóvel que ele buscava para comprar, além do vendedor estar satisfeito por estar vendendo o seu imóvel, tem o <b>lado humano, tem pessoas</b>, não são máquinas [...] Sim, aqueles corretores, profissionais do setor imobiliário, gerentes, imobiliárias que não vierem a se inserir dentro da modernidade, dentro desta atualização, de novas tecnologias, sim, eles vão ser substituídos, mas serão substituídos pela não qualificação, vão ficar para trás, que é diferente.”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Nenhum dos entrevistados acredita na substituição total do profissional corretor de imóveis. Conforme comentado pelo respondente A, as plataformas robotizadas podem, num primeiro momento, direcionar o interessado para um atendimento que em algum momento será com a presença de um profissional. De forma semelhante pensa o entrevistado J ao afirmar que tais ferramentas auxiliam no trabalho dos profissionais, mas não podem substituí-lo.

Dentre os motivos que justificam suas opiniões, a questão acerca das negociações serem complexas e precisarem de um profissional experiente aparecem na maioria das respostas, pois cabe ao profissional, corretor de imóveis, dar todo o suporte necessário para a concretização destas. Além disso, a relação pessoal e confiança são reconhecidas como influências determinantes para a busca de um intermediador.

Conforme apresentado no tópico 2.2.1 as tecnologias são ferramentas facilitadoras nos processos de compra e venda, no entanto, não podem substituir a sensibilidade humana e os relacionamentos de confiança, fundamentais para a concretização dos negócios, constatadas nas respostas dos entrevistados. Conhecimentos técnicos do profissional são também citados

quando os respondentes lembram do suporte que o corretor de imóveis dispõe, antes, durante e depois da negociação.

Os entrevistados G e J trazem uma ideia de competitividade, qualificação, valor agregado dos serviços oferecidos pelo profissional para que este tenha espaço no mercado e obtenha diferenciais. Diante deste cenário, os profissionais precisam estar preparados. O tópico seguinte apresenta as novas competências requeridas neste contexto.

#### 4.3 OS PROFISSIONAIS E AS NOVAS COMPETÊNCIAS

Junto com as transformações e mudanças causadas pelas Inovações Tecnológicas, os Novos Modelos de Negócios e as Tendências no setor Imobiliário de Florianópolis tem-se a necessidade de que os corretores de imóveis adquiram novas competências para se adaptarem às novidades do mercado.

Ludwich (2017) cita em sua pesquisa pelo menos seis competências principais que um corretor deve possuir para lidar com as mudanças trazidas pelas inovações: agir de forma ética, conhecer o imóvel que está vendendo, saber inspirar e transmitir confiança, saber o momento certo de propor o fechamento, priorizar a qualidade no atendimento do cliente, atuar com dedicação e perseverança.

Para descobrir se os corretores de Florianópolis concordam com as competências citadas por Ludwich (2017), perguntou-se aos profissionais se eles precisaram adquirir novos conhecimentos e habilidades para vivenciarem adequadamente os novos desafios e quais seriam elas. A seguir, serão expostas as respostas dadas por eles:

Quadro 10 - Novos Conhecimentos e Habilidades

Competência	Evidência
<p><b>Conhecimento Técnico</b></p>	<p><b>A:</b> “O segundo ponto é ele ter conhecimento teórico. [...] Ele tem que entender de Mercado Imobiliário, tem que entender das regras de financiamento dos bancos, taxas de juros, ele tem que entender um pouco de política [...] ter algum curso de Avaliação de Imóveis”</p> <p><b>B:</b> “Eu tenho uma dificuldade com os corretores de venda em questão de idade, a maioria é um pouco mais velha, eles não entendem a tecnologia. Hoje o nosso quadro funcional, a idade média ali é na faixa dos 30 anos de idade, então, com relação a <b>integração de tecnologia</b> eu não tenho problema, mesmo os mais velhos com sistema e tudo. Mas o que... a utilização ela é tranquila, a questão é que, na minha opinião, o gestor tem que...o operador ele tem que <b>saber utilizar</b>, ponto!”</p> <p><b>C:</b> “Para sintetizar, eu digo o seguinte, o corretor de antigamente ele podia só mostrar imóvel, hoje ele tem que ser um assessor, ele tem que fazer um trabalho de assessoria.”</p> <p><b>D:</b> “Não é porque eu tenho 32 anos de mercado que eu sei tudo. Não, muito antes pelo contrário... eu tenho que estar estudando sempre! Em incentivo aos corretores...”</p> <p><b>G:</b> “Conhecer mais o mercado de tecnologia, conhecer mais o cliente dessa área,</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Quadro 10 - Novos Conhecimentos e Habilidades

Competência	Evidência
<p><b>Conhecimento Técnico</b></p>	<p><b>A:</b> “O segundo ponto é ele ter conhecimento teórico. [...] Ele tem que entender de Mercado Imobiliário, tem que entender das regras de financiamento dos bancos, taxas de juros, ele tem que entender um pouco de política [...] ter algum curso de Avaliação de Imóveis”</p> <p><b>B:</b> “Eu tenho uma dificuldade com os corretores de venda em questão de idade, a maioria é um pouco mais velha, eles não entendem a tecnologia. Hoje o nosso quadro funcional, a idade média ali é na faixa dos 30 anos de idade, então, com relação a <b>integração de tecnologia</b> eu não tenho problema, mesmo os mais velhos com sistema e tudo. Mas o que... a utilização ela é tranquila, a questão é que, na minha opinião, o gestor tem que...o operador ele tem que <b>saber utilizar</b>, ponto!”</p> <p><b>C:</b> “Para sintetizar, eu digo o seguinte, o corretor de antigamente ele podia só mostrar imóvel, hoje ele tem que ser um assessor, ele tem que fazer um trabalho de assessoria.”</p> <p><b>D:</b> “Não é porque eu tenho 32 anos de mercado que eu sei tudo. Não, muito antes pelo contrário... eu tenho que estar estudando sempre! Em incentivo aos corretores...”</p> <p><b>G:</b> “Conhecer mais o mercado de tecnologia, conhecer mais o cliente dessa área, conhecer melhor também os meus clientes, conhecer a necessidade da cada cliente.”</p> <p><b>H:</b> “[...] ficou mais dinâmico, mas essa parte dinâmica requer que você tenha um certo conhecimento, algumas outras ferramentas, que você saiba o que ela te possibilita a oferecer, os benefícios, o que se pode trabalhar com essas ferramentas. Sempre temos que estar atualizados, estudando...”</p> <p><b>I:</b> “Ah sim! Tive que começar a me atualizar mais, buscar cursos, inclusive de atualizações pra melhor utilizar as mídias. Inclusive uma nova maneira, desde a publicidade dos imóveis, desde a divulgação dos imóveis, mudou, ficou diferente. [...]</p>
<p><b>Autoconhecimento</b></p>	<p><b>A:</b> “Hoje o corretor tem que estar muito bem preparado, ele tem que conhecer os limites dele, saber quais são suas deficiências e quais são suas forças.”</p>
<p><b>Habilidade Interpessoal</b></p>	<p><b>A:</b> “O corretor tem que se conhecer, tem que entender de relacionamento, tem que gostar de lidar com pessoas, porque a gente lida com todo o tipo de clientes, colegas de trabalho e concorrentes.”</p> <p><b>G:</b> “A competência da gestão humana acho que é o mais importante hoje. A gente preparar as pessoas que estão na linha de frente pra esse público que chega.”</p>
<p><b>Iniciativa</b></p>	<p><b>E:</b> “Vontade, só. Porque quem tem vontade estuda, analisa, atende com amor o cliente, não mede esforços para que o cliente possa ser bem atendido. Então quem tem vontade sempre vai ser bem sucedido.”</p>

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Todos os entrevistados confirmaram que precisaram adquirir novas competências por conta da inserção das novas tecnologias no Mercado Imobiliário. Entre as citadas estão as competências humanas para atender e entender os anseios dos clientes e as competências que envolvem a tecnologia.

As competências citadas pelos corretores estão indo ao encontro das competências comentadas por Ludwich (2017), isso porque muitos deles afirmam que precisam estar em uma busca contínua por novos aprendizados para poderem ir se adequando ao mercado e aos

clientes. Para poder priorizar a qualidade no atendimento do cliente e conhecer o imóvel que está se vendendo, tem-se que entender o que o cliente busca. Essa visão fica bem clara na fala do entrevistado A:

[...] o corretor tem que se conhecer, tem que entender de relacionamento, tem que gostar de lidar com pessoas, porque a gente lida com todo o tipo de clientes, colegas de trabalho e concorrentes. Ele tem que conhecer o produto que ele vende, ele tem que conhecer o que a concorrência tem para oferecer, para que ele possa argumentar porque o produto dele é melhor. [...] (Entrevistado A)

A busca por novas competências se tornou algo imprescindível. Grande parte dos entrevistados comentou que o corretor que deixa de procurar por novos conhecimentos, que deixa de se atualizar, acaba falhando no intuito de assessorar seus clientes. Afinal, como comentado por Lessa (2017) no tópico 2.1.1.2, a profissão do corretor é muito mais que apenas ser um intermediário que trata de questões burocráticas da venda e locação de imóveis. Ele deve ter a capacidade de transmitir segurança para os clientes e demonstrar, de forma ética, o imóvel que melhor se encaixa no perfil desejado.

Esses fatores colaboram para afirmar a Proposição de número 2: Novas competências têm sido requeridas aos corretores de imóveis em virtude das inovações tecnológicas, dos novos modelos de negócios e das tendências para o mercado imobiliário.

#### 4.4 OUTROS RESULTADOS INTERESSANTES

A presente Pesquisa foi delimitada ao Mercado Imobiliário de Florianópolis, que foi apresentado no Tópico 2.1.2. Diante da importância do contexto para o desenvolvimento do setor imobiliário, levantou-se a Proposição Teórica 3:

Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência no país, apresenta um ambiente rico em inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e dita tendências que vem transformando o Mercado Imobiliário.

Para os entrevistados B e C, esta questão está mais explícita na área de locação, pois tem maior flexibilidade para aceitar tais transformações. Os entrevistados D, E e G concordam que Florianópolis dita tendências e inclusive citaram exemplos de empresas inovadoras da região, que participam de seus negócios, conforme descrito a seguir:

[...] como é evidente essa questão da tecnologia em Florianópolis, como ela tá desenvolvida, no setor imobiliário já em tudo, mais no setor imobiliário e... como ela tem influência em torno né?! É... simples quando tu pega empresas como a RD Station e Resultados Digitais. Nós temos parceria com a RD. Tu pega a Isac Seid, que também é daqui. DNA de Vendas não é daqui! Bom, enfim, mas... tem diversas que são daqui. E que elas tão muito avançadas e trabalham sempre no aprimoramento. E isso faz a

diferença, traz... influencia o mercado imobiliário não só de Florianópolis, como do Brasil inteiro. Eu acho que Florianópolis nesse ponto. Claro que São Paulo é um mundo à parte, né? Mas Florianópolis, nesse ponto, ela tá na vanguarda, sem dúvida. (ENTREVISTADO D)

Olha, na verdade a gente tem usado...o nosso programa é local, pessoas daqui, programa de vistoria é de gente daqui, de vistorias de site é de gente daqui e eu vejo que são pessoas que levam para fora. E também eu tenho coisa do Paraná lá de Curitiba, né. Então a gente procura ver o que que é melhor e tal, mas a grande maioria que a gente tem é local, eu acho que Florianópolis por ser um pólo tecnológico acaba, muitas vezes, ditando as normas. Nós somos bastante desenvolvidos nesta parte tecnológica. Florianópolis realmente tem uma diferenciação, sim! (ENTREVISTADO E)

Sim... acredito sim, bastante... Na verdade Floripa lança muita coisa... a gente observa assim... pela nossa rede de locações que tem coisas que acontece muito antes... né... do que... a própria Credipago, que é um sistema de... fiança né... que já é do Brasil... é... começou em Santa Catarina... começou... num projetinho... a ACT em Joinville né... e hoje o Credipago... desse tamanho todo... meu (incompreensível) é um dos sócios né... enfim... um dos investidores. Então, sim, a gente lança muita coisa. Eu não consigo te mensurar porque né... são... idéias de empresas né... então eu não sei se a idéia nasceu lá ou nasceu aqui, mas que a gente sabe que sim... e fora que tudo acontece mais rápido aqui né... por essas empresas estarem aqui. Por exemplo, a Vista tá aqui, hoje a Vista vende pro Brasil inteiro, mas a Vista é aqui do nosso lado (incompreensível). Quero mudar uma ferramenta... né... vou ali e faço com ele e depois a gente vai pra um outro né... (ENTREVISTADO G)

Os demais entrevistados concordam que Florianópolis é referência no setor tecnológico e que muitas startups surgem aqui, inclusive atendendo às demandas do Mercado Imobiliário. Desta forma, pode-se afirmar a Proposição Teórica 3.

Com relação às Tendências para o Mercado Imobiliário, o tópico 2.2.3 apresentou as seguintes modalidades: 1) Aplicativos e Portais de Vendas; 2) Realidade Virtual; 3) Inteligência Artificial; 4) Fotos 360°; 5) Placa Virtual e QR Code e 6) Blockchain.

No decorrer das entrevistas, em certos momentos todos os respondentes reconheceram a importância de estarem presentes no meio digital, através de aplicativos ou portais imobiliários. Sobre as tendências, algumas respostas serão apresentadas a seguir, em que é possível identificar algumas das que foram apresentadas no tópico 2.2.3: Aplicativos e Portais, Realidade Virtual e Inteligência Artificial.

Para as imobiliárias, essa parte de aplicativos, de equipamentos, de Tour Virtual, de Inteligência Artificial, isso realmente tem construtoras, por exemplo, que estão trabalhando com óculos 3D e não precisam fazer apartamentos decorados, num Stand de vendas o cliente já faz uma visita com musiquinha e vendo os ambientes, até com movimentos... O cliente consegue realmente visitar o imóvel decorado, estando em sua própria casa, sem precisar realmente estar num imóvel físico, então as tecnologias já existem e daqui pra frente cada vez mais. (ENTREVISTADO A)

Nas vendas, hoje já... não é mais tendência, hoje tua forma de divulgar é única e exclusivamente em forma digital. Né! Seja pelo portal, seja pelo Face, pelo Instagram... tem gente já usando o Tik Tok. Né!!! (ENTREVISTADO D)



Outras tendências citadas pelos entrevistados dizem respeito à Assinatura digital, Vistoria Online e Vídeos, tanto para visitas como para reuniões.

Eu diria assim, essa questão da tecnologia não tem volta e a tendência é cada vez mais recursos, as pessoas por exemplo assim, hoje já é bem comum a questão de vídeos, não só fotos e vídeos, filmagem com drones para mostrar melhor a localização. [...] (ENTREVISTADO C)

Muda o jeito de tu alugar... muda o jeito de tu fazer uma alteração de cadastro... o jeito de tu assinar o teu documento. Né... hoje tu tem a assinatura digital. Bate foto com o contrato na mão aí tem uma empresa que vai lá e vai confirmar os dados e vai garantir que a pessoa que tá segurando. Então, assim... tá mudando o jeito de assinar o jeito de tu confirmar um documento. (ENTREVISTADO F)

Acho que a principal, que foi feita por nós aqui é a Vistoria... né... a Vistoria Online a... depois da Vistoria Online... a visita... a... a visita por aplicativo. Hoje a Y tem um aplicativo próprio, mas outras empresas trabalham com aplicativos terceirizados, como se fosse o Uber dos imóveis né... hoje nós conhecemos duas empresas que fazem esse serviço. Acho assim que essa é uma das grandes tendências... o cliente não quer mais ter o trabalho de vir pegar a chave... e levar na imobiliária, ele já quer direto conhecer o imóvel. Outra tendência é... a locação por vídeo. Acho que essa vai ser assim... te arrisco dizer que ao longo do próximo ano vai ser uma das tendências muito fortes. (ENTREVISTADO G)

Realmente estão a definir tendências, a exemplo do que eu vejo no Mercado Imobiliário mais comum são as Lives, reuniões que eram antes em salas, em determinado lugar físico, hoje muitas reuniões são realizadas por meio de Lives, são consideradas válidas e são eficientes e inclusive proporcionam até a atingir um maior número de pessoas, que as reuniões físicas não conseguiriam. Então este é um exemplo que eu vejo bem claro e já bem comum, tanto as reuniões dentro das empresas, reuniões virtuais, através de Lives como as reuniões mais públicas, que são as Lives hoje muito utilizadas, por exemplo, por intermédio do Instagram. (ENTREVISTADO I)

De acordo com os respondentes C e G, é possível que ocorram mudanças nas relações de transações imobiliárias, isto porque os clientes decidem com mais rapidez, o que pode gerar arrependimento. Para que isso seja possível, ambos concordam que seriam necessárias mudanças na legislação.

[...] pode ser que daqui a pouco realmente as pessoas mudem um pouco a dinâmica, ah, então tu compra e tem 5 dias para decidir, sei lá, para se arrepender, como existe na relação de consumo, tu vai comprar algo pela internet, tem um prazo para devolução, porque é uma relação de consumo. Na questão da venda de imóvel isso não existe, mas sei lá, pode ser que daqui a pouco, a gente chegue neste ponto, da operação de uma venda ser toda ela, todo o processo virtual, a pessoa comprar, sem conhecer [...] eu não vejo mudanças, acho que só a dinâmica, que cada vez pode ir mais para o virtual, mas eu não consigo imaginar muita coisa além dessa linha, de chegar a um ponto da pessoa comprar, como tem na locação, da pessoa alugar sem fazer a visita, pode ser que chegue num ponto da pessoa comprar, mas aí eu acho que aí também implicaria em toda uma mudança de Lei, porque a gente já falou né, são valores altos, então a pessoa fica com receio de investir, às vezes é o dinheiro de uma vida. (ENTREVISTADO C)

O mercado trouxe muita coisa boa, muita coisa boa né... mas esse processo... dessa ansiedade... de... ser tão rápido e de visita rápido... A gente tem que sempre explicar pro cliente que alugar um imóvel não é como comprar uma roupa que tu vai lá e troca. Talvez esse seja o caminho... talvez a gente compre imóvel como compre roupa. É... pra gente até seria melhor né... mas a gente passa pelos processos burocráticos legais

né... a Lei do Inquilinato... né... Código Civil... Código do Consumidor... Bom! A gente presta serviço pra uma pessoa então... não é dessa forma. Talvez... em pouco tempo seja assim... Eu peguei um imóvel na prateleira, eu não gostei, eu vou lá e devolvo ele né?... mas nesse momento não é assim, então a gente às vezes tem que... explicar tudo isso pro cliente que também tá alugando né... (ENTREVISTADO G)

Assim, pode-se afirmar a Proposição Teórica 6, que afirma que as inovações tecnológicas estão definindo tendências no setor imobiliário.

Ao analisar uma citação apresentada no tópico 2.2.3 Tendências para o Mercado Imobiliário, é possível comparar com a resposta de um dos entrevistados, conforme demonstrado no **Quadro 11** em que ambos convergem em seus discursos, no que diz respeito às tendências.

Quadro 11: Autor x Entrevistado

<b>Autor</b>	<b>Entrevistado</b>
Imagine um potencial comprador navegando no site de sua imobiliária, selecionando um apartamento e acessando uma versão virtual do ambiente. Ele poderia visitar todos os cômodos com a sensação visual de estar no local. Essa tecnologia já está disponível, é só questão de tempo até que se popularize. (BARBOSA, 2019 n.p)	[...] O cliente consegue realmente visitar o imóvel decorado, estando em sua própria casa, sem precisar realmente estar num imóvel físico. (ENTREVISTADO A)

FONTE: Elaborado pelas autoras.

Conforme defende Barbosa (2019), é uma questão de tempo para que as tecnologias que já se encontram disponíveis se espalhem. Enquanto isso, outras surgem e os profissionais percebem a necessidade em se adaptarem e criarem estratégias para prestar serviços melhores para seus clientes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo principal o de analisar como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a atuação dos corretores de imóveis de Florianópolis. Para poder responder este objetivo buscou-se, inicialmente, sedimentar bem os conteúdos que seriam abordados durante a pesquisa através de uma Fundamentação Teórica concisa.

A partir disso, elaborou-se instrumentos de pesquisas e definiu-se os métodos que seriam utilizados para identificar e alcançar as respostas que pudessem atender os objetivos específicos delimitados na Introdução da pesquisa.

As informações obtidas com os corretores entrevistados que atuam na cidade de Florianópolis, demonstraram que o Setor Imobiliário do município realmente vem sofrendo profundas transformações por conta das Inovações Tecnológicas, dos Novos Modelos de Negócios e das Tendências. As principais mudanças estão relacionadas a forma como os imóveis são divulgados, visitados e comprados pelos clientes desses corretores.

Apesar de os clientes terem grande influência nessa transformação, por meio da fala dos corretores foi possível identificar que o fator tecnologia possui uma determinância muito maior sobre essa situação. Isso porque essas inovações afetam o mercado, os clientes, a forma de divulgar e vender, assim como afetam os corretores.

Através da Fundamentação Teórica, durante o tópico 2.2, pode-se descrever por meio de artigos as principais tecnologias que têm sido utilizadas pelas empresas no setor imobiliário nacional. Por meio da análise do resultado feito a partir das respostas dadas durante as entrevistas em profundidade, pode-se identificar e descrever as principais inovações utilizadas pelos corretores imobiliários da cidade de Florianópolis, sendo o uso das visitas virtuais aos imóveis e os Portais on-line (Zap Imóveis, Vila Real, Google Ads) para divulgação dos mesmos os mais citados pelos participantes da pesquisa.

Esses dois também se encontram dentro das práticas utilizadas pelos corretores e pelas imobiliárias como forma de captar os clientes e assim fazer um primeiro contato. Ainda, como forma de conquistar as pessoas, é o uso das mais diversas mídias sociais (Instagram, Facebook). Outra prática, identificada como comum, é o contato com os possíveis clientes feito por meio de aplicativos como o WhatsApp e o Telegram. Em relação a isso, pode-se concluir, por meio dos resultados, que os corretores que atuam com vendas usam as mídias sociais e os meios virtuais mais como forma de divulgar os imóveis e realizar um primeiro contato com os interessados neste. Já os corretores que atuam principalmente com a área de aluguéis costumam

usar os meios virtuais para realizar todo o processo: desde divulgar até o momento em que se assina o contrato.

Com isso, encontrou-se a confirmação de que os corretores têm precisado adquirir novas competências para poder se adaptar às novas tecnologias e aos novos modelos de negócios que têm surgido no setor imobiliário de Florianópolis. Essa conclusão se complementa pelo fato de que grande parte dos entrevistados para pesquisa acreditam que Florianópolis, por ser um pólo tecnológico, tem ditado tendências para o setor imobiliário no todo. Sendo assim, fica evidente um dos motivos pelos quais esses corretores devem buscar por novos conhecimentos e habilidades, afinal, eles atuam em uma região referência quando a questão é tecnologia e novas tendências.

Para tanto, adaptar-se às rápidas atualizações realizadas do mercado de tecnologia para o mercado imobiliário é algo complexo de se realizar. Por isso, sugere-se que tanto os corretores quanto as imobiliárias devem buscar as inovações que considerarem mais prováveis de se tornarem um diferencial competitivo. É importante que se mantenha a mente aberta a novas ideias e experiências, sempre buscando se manter atualizado, seja por meio de cursos de especialização, seja por vídeos tutoriais.

Enfim, levando em consideração todos os resultados e conclusões aqui apresentados, ficam aqui algumas sugestões para trabalhos futuros. Como forma de completar essa pesquisa, seria interessante realizar uma pesquisa quantitativa para que se possa ter uma visão mais concreta sobre o mercado imobiliário de Florianópolis, permitindo uma comparação entre os resultados qualitativos obtidos nesta pesquisa com os resultados obtidos em uma pesquisa quantitativa futura. Assim, seria possível verificar se as conclusões derivadas das entrevistas em profundidade são compatíveis com o pensamento de parte considerável da população de corretores do município de Florianópolis. Outra sugestão é a expansão da pesquisa realizada em outras regiões geográficas permitindo avaliar diferentes contextos.

## REFERÊNCIAS

- ABRAINC. Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias. **Análise das Necessidades Habitacionais e suas Tendências para os Próximos Dez Anos**. 2018. Disponível em: <<https://www.abrainc.org.br/wp-content/uploads/2018/10/ANEHAB-Estudo-completo.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2019
- ABRAINC. Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias. **O Ciclo da Incorporação Imobiliária**. 2015. Disponível em: <[https://abrainc.org.br/wp-content/uploads/2015/08/Abrainc\\_cartilha\\_rev\\_17\\_08.pdf](https://abrainc.org.br/wp-content/uploads/2015/08/Abrainc_cartilha_rev_17_08.pdf)> Acesso em: 04 abr. 2020
- ACATE. **Tech Report 2020: Panorama do Setor de Tecnologia Catarinense**. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/1Swjl-sAVXYgyPbXAd0Is3si\\_yQT2sIHu/view](https://drive.google.com/file/d/1Swjl-sAVXYgyPbXAd0Is3si_yQT2sIHu/view)>. Acesso em: 21 ago 2020.
- AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE. **PIB cresce 1,1% pelo segundo ano seguido e fecha 2018 em R\$ 6,8 trilhões**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23885-pib-cresce-1-1-pelo-segundo-ano-seguido-e-fecha-2018-em-r-6-8-trilhoes>>. Acesso em: 08 out. 2019
- ALBERTIN, Alberto Luiz. **A Realidade dos Negócios na Era Digital no Mercado Brasileiro**. Eaesp/fgv/npp - Núcleo de Pesquisas e Publicações, 2002. 112 p. (Nº 24/2002). Disponível em: [https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/P00242\\_1.pdf](https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/P00242_1.pdf). Acesso em: 21 abr. 2020.
- ALCAUZA, Marcos. **Vale a Pena Investir no Futuro do Mercado Imobiliário da Grande Florianópolis?** 2019. Disponível em: <<https://www.brognoli.com.br/vale-a-pena-investir-no-futuro-do-mercado-imobiliario-da-grande-florianopolis/>>. Acesso em: 13 abr. 2020
- ALGARTECH. **Desintermediação: a tendência que faz uber, netflix, nubank e outras empresas desafiarem gigantes do mercado**. 2019. Disponível em: <<https://algartech.com/pt/blog/desintermediacao-a-tendencia-que-desafia-o-mercado/>>. Acesso em: 20 maio 2020.
- AMORIM, Wagner Vinicius. **A Produção Imobiliária e a Reestruturação Das Cidades Médias: Londrina e Maringá/PR**. 2015. 413 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/127982/000848866.pdf?sequence=1>> Acesso em: 20 abr. 2020.
- ARBEX, Pedro. **Rex, a Startup que é o terror dos Corretores de Imóveis**. 2019. Disponível em: <<https://braziljournal.com/rex-a-startup-que-e-o-terror-dos-corretores-de-imoveis>>. Acesso em: 20 maio 2020.
- ARRAES, R. A.; SOUSA FILHO, E. de. **Externalidades e formação de preços no mercado imobiliário urbano brasileiro: um estudo de caso**. Revista Economia Aplicada, v. 12, n. 2, p. 289-319, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecoa/v12n2/v12n2a06.pdf>> . Acesso em: 01 dez. 2019

BARBIERI, J. C. **A Contribuição da Área Produtiva no Processo de Inovações Tecnológicas**. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 37, n. 1, jan-mar, p.66-77, 1997. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901997000100007>> Acesso em: 15 mai. 2020

BARBOSA, Eduardo. **Inovação no setor imobiliário: o que podemos esperar. o que podemos esperar**. 2019. Disponível em: <<https://transformacaodigital.com/imobiliarias/inovacao-no-setor-imobiliario/>>. Acesso em: 16 abr. 2020.

BARBOSA, Eduardo. **Como acontece a Transformação Digital no Setor Imobiliário**. 2019. Disponível em: <<https://transformacaodigital.com/imobiliarias/transformacao-digital-no-setor-imobiliario/>>. Acesso em: 16 mai 2020.

BAUM, Andrew. **PropTech 3.0: the future of Real Estate**. 2017. Said Business School. University of Oxford. Disponível em: <<https://www.sbs.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-07/PropTech3.0.pdf>> Acesso em: 23 abr. 2020

BECKER, Beatriz Guidarini. **Aspectos Polêmicos da Comissão de Corretagem Imobiliária: obrigatoriedade de registro no Conselho Regional, a prática denominada “comissão em mesa” e a obtenção do resultado útil da aproximação das partes**. 2016. 109 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/166346/TCC%20-%20Beatriz%20Guidarini%20Becker%20-%20Reposito%20rio.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 dez. 2019

BEEMOB. **iBuyer no mercado imobiliário: O que é e como funciona a tendência de compradores instantâneos**. 2019. Disponível em: <<https://www.beemob.app/post/ibuyer-no-mercado-imobili%C3%A1rio-o-que-%C3%A9-e-como-funciona-a-tend%C3%A2ncia-de-compradores-instant%C3%A2neos>> Acesso em: 05 mai. 2020

BORTONE JÚNIOR, Rafael Mota. **Transações Imobiliárias: aspectos fundamentais para a gestão de negócios**. São Paulo: Érica, 2017. 120 p.

BOTELHO, Adriano. **O financiamento e a financeirização do setor imobiliário: uma análise da produção do espaço e da segregação socio-espacial através do estudo do mercado da moradia na cidade de São Paulo**. 2005. 360 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: <[https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-06052014-111413/publico/2005\\_AdrianoBotelho.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-06052014-111413/publico/2005_AdrianoBotelho.pdf)> Acesso em: 05 abr. 2020.

BOTELHO, Diego Nogueira. **Os agentes imobiliários e as transformações intra-urbanas: o caso dos condomínios horizontais fechados em Uberlândia - MG**. Caminhos de Geografia - Revista Online, v. 10, n 32; p. 138 - 153, 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15892/8970>> Acesso em 04 dez. 2019

BRASIL, Lei 6.530. **Regulamentação à Profissão de Corretor de Imóveis**. Art. 6. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/16530.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/16530.htm)> Acesso em: 09 mai. 2020

BRASIL, Lei 13.907 (2015), Capítulo XIV - **Da Profissão de Corretor de Imóveis**, Art. 139. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113097.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113097.htm)> Acesso em: 09 mai. 2020

BRASIL, Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 maio 2016. Seção 1, n. 98, p. 44-46. Disponível em: <[https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/22917581](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/22917581)> Acesso em: 17 set. 2020

CAPELAS, Bruno. **Startup de aluguel de residências Quinto Andar prepara expansão nacional**. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,startup-paulistana-quinto-andar-prepara-expansao-nacional,70002205231>> Acesso em: 14 mai. 2020  
 CAPELAS, Bruno. **Com R\$ 28,9 bi em imóveis sob gestão, QuintoAndar mira eficiência em 2020**. 2020. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/inovacao,com-r-28-9-bi-em-imoveis-sob-gestao-quintoandar-mira-eficiencia-em-2020,70003170480>> Acesso em: 13 mai. 2020

CAPITAL ECONÔMICO, Revista. **Empresa cria plataforma gratuita que conecta corretores imobiliários em todo o Brasil, acelerando o processo de locação**. 2020. Disponível em: <<https://revistacapitaleconomico.com.br/empresa-cria-plataforma-gratuita-que-conecta-corretores-imobiliarios-em-todo-o-brasil-para-acelerar-o-processo-de-locacao/>> Acesso em: 10 mai. 2020

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. Curitiba, PR: Ayará Educação, 2011. 136 p.  
 CAYLAR, Paul Louis; NAIK Kedar; NOTERDAEME Oliver. **Digital In Industry: From Buzzword to Value Creation**. McKinsey Digital, 2016. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-in-industry-from-buzzword-to-value-creation>>. Acesso em: 08 out. 2019.

CELANI, Silvia. **Histórico da Profissão de Corretor de Imóveis**. COFECI, Conselho Federal de Corretores de Imóveis. 2019. 158 p. Disponível em: <[http://www.cofeci.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=93:o-nascimento-da-categoria&catid=67:historico-da-profissao](http://www.cofeci.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=93:o-nascimento-da-categoria&catid=67:historico-da-profissao)> Acesso em: 09 mai. 2020

CHRISTENSEN Clayton M.; OVERDORF Michael. **Meeting the Challenge of Disruptive Change**. Harvard Business Review. OnPoint. 2009. Disponível em: <[http://innovbfa.viabloga.com/files/HBR\\_Christensen\\_meeting\\_the\\_challenge\\_of\\_disruptive\\_change\\_2009.pdf](http://innovbfa.viabloga.com/files/HBR_Christensen_meeting_the_challenge_of_disruptive_change_2009.pdf)>. Acesso em: 08 out. 2019.

CONNECTAIMOBI, Blog. **iBuyer – Entenda o que é e como funciona esse modelo de negócio**. 2019. Disponível em: <<https://blog.conectaimobi.com.br/ibuyer-entenda-o-que-e-e-como-funciona/>> Acesso em: 05 mai. 2020

COSTA, Magnus Amaral da. **Contabilidade da construção civil e atividade imobiliária**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 273 p.

COSTA, Nelson Eduardo Pereira. **Técnico em transações imobiliárias**. Brasília: Projeto Gráfico e Editoração / Equipe ICG, 2003. 101 p. Disponível em: . Acesso em: 08 dez. 2019

COZER, Mateus Tavares da Silva. **Interação com Clientes na Economia Digital: Um Estudo de Caso Múltiplo**. Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação, São Paulo, v. 4, n. 2, p.217-234, ago. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/jistm/v4n2/06.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

CRECI-SC. Conselho Regional dos Corretores de Imóveis de Santa Catarina. **Inscrição Principal de Pessoa Jurídica**. Disponível em: <<https://www.creci-sc.gov.br/p/inscricao-principal-de-pessoa-juridica/677/>> Acesso em: 10 dez. 2019

CRETECH RESEARCH. **2019 End-Year Report**. 2020. Disponível em: <<https://www.cretech.com/product/cretech-2019-end-year-report/>> Acesso em: 05 mai. 2020

DESENROLA. **A Desenrola**. 2019. Disponível em: <<https://www.desenrola.com.br/institucional>> Acesso em: 09 out. 2020

DESIDÉRIO, Mariana. **Startup faz venda de imóvel em 2 dias com processo 100% digital**. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/pme/startup-faz-venda-de-imovel-em-2-dias-com-processo-100-digital/>> Acesso em: 10 mai. 202

DOCUSIGN. **Gestão imobiliária: o que você precisa saber para estar um passo à frente**. 2017. Disponível em: <<https://www.docusign.com.br/blog/gestao-imobiliaria/>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

EMPREENDEDOR, Negócios & Gestão. **Startup nasce com o objetivo de transformar o mercado imobiliário do Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://empreendedor.com.br/noticia/startup-nasce-com-o-objetivo-de-transformar-o-mercado-imobiliario/>> Acesso em: 10 mai. 2020

EXAME, Revista. **Mercado Imobiliário 2019: quais são as tendências e previsões?**. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-imobiliario-2019-quais-sao-as-tendencias-e-previsoes/>> Acesso em: 10 out. 2019

FECOMÉRCIO-SC. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina. **Consultor fala sobre “uberização” da sociedade e impactos no setor imobiliário**. 2017. Disponível em: <<https://www.fecomercio-sc.com.br/noticias/consultor-fala-sobre-%e2%80%9cuberizacao%e2%80%9d-da-sociedade-e-impactos-no-setor-imobiliario/>>. Acesso em: 08 out. 2019

FENACI. **Lançada em SP a Versão em Português do Padrão Internacional de Ética para o Mercado Imobiliário**. 2017. Disponível em: <[http://www.fenaci.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=695:lancado-em-sp-a-versao-em-portugues-do-padrao-internacional-de-etica-para-o-mercado-imobiliario&catid=34:noticias&Itemid=64](http://www.fenaci.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=695:lancado-em-sp-a-versao-em-portugues-do-padrao-internacional-de-etica-para-o-mercado-imobiliario&catid=34:noticias&Itemid=64)> Acesso em 04 dez. 2019

FIA. Fundação Instituto de Administração. **Mercado Imobiliário: o que é, mercado, tendências para 2019**. 2018. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/mercado-imobiliario/>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

FERRONATO, Mariana. **Afinal, como as pessoas buscam imóveis na internet?** 2016. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/pessoas-imoveis-internet/>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

FRABASILE, Daniela. **Blockchain: Como é e como funciona**. 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/blockchain-o-que-e-e-como-funciona.html>>. Acesso em: 03 mai. 2020.



GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 120 p.

**G1 SC. População de Florianópolis atinge mais de meio milhão de habitantes, aponta IBGE.** 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/08/28/populacao-de-florianopolis-atinge-mais-de-meio-milhao-de-habitantes-aponta-ibge.ghtml>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

GIACOMELE, Suelen. **Desintermediação: 3 motivos para apostar no relacionamento direto.** 3 motivos para apostar no relacionamento direto. 2016. Disponível em: <<https://blog.pmweb.com.br/desintermediacao-3-motivos-para-apostar-no-relacionamento-direto/>>. Acesso em: 15 maio 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZAGA, Rogeane Patrícia Camelo; GOMES, Gabrielle Costa Gonzaga. **Legislação Profissional do Corretor Imobiliário**. Montes Claros: Instituto Federal do Norte de Minas Gerais/ Rede E-Tec Brasil, 2015. 61 p. Disponível em: <<http://ead.ifnmg.edu.br/uploads/documentos/v9prPB6Y3x.pdf>>. Acesso em: 02 maio 2020.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **O impacto das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviços**. Revista de Administração de Empresas/EAESP/FGV, São Paulo, Brasil, 1994. Disponível em: <[https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75901994000100008.pdf](https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901994000100008.pdf)> Acesso em: 05 dez. 2019

GOLOVANEVSKY, Alexandre. **Empreendedorismo e Inovação no Mercado Imobiliário:** artigo acadêmico. Bibliomundi Serviços Digitais, 2017. 25 p. Disponível em: <<https://play.google.com/books/reader?id=MR-ODwAAQBAJ&hl=pt-BR&printsec=frontcover&pg=GBS.PP1>>. Acesso em: 02 maio 2020.

GUIMARÃES FILHO, Aldo Cezar Cavalcante. **Análise do processo de compra e venda de imóveis residenciais urbanos no Brasil: uma proposta para redução de atritos.** 2019. 203 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e da Tecnologia da Informação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/bitstream/tede/2652/2/AldoCezarCavalcanteG.FilhoDissertacao2019.pdf>> Acesso em: 07 mai. 2020

GUTIERREZ, Marcelle. **Brasil Brokers lança plataforma digital de locação de imóveis:** Startup Desenrola promete tornar o processo de aluguel menos burocrático. 2019. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/produtos/imoveis/noticia/2019/08/06/brasil-brokers-lana-plataforma-digital-de-locao-de-imveis.ghtml>> Acesso em: 09 out. 2019

HENRIQUE, Pedro. **06 Inovações Tecnológicas no Mercado Imobiliário.** 2017. Disponível em: <<https://blog.universalsoftware.com.br/inovacoes-tecnologicas-no-mercado-imobiliario/>>. Acesso em: 12 jul 2020.

HOME HUNTING. **PropTech: o que são e quais as suas implicações no setor imobiliário?** 2018. Disponível em: <<https://homehunting.pt/blog/2018/11/08/proptech-o-que-sao-e-quais-as-suas-implicacoes-no-setor-imobiliario/>> Acesso em: 10 mai. 2020

HOMER. **Comissão Garantida.** 2018. Disponível em: <<https://www.homer.com.br/landingpages/comissaogarantida/>> Acesso em: 10 mai. 2020

HUBIMOBILIÁRIO. **Homer resolve principais problemas dos corretores de imóveis.** 2019. Disponível em: <<https://hubimobiliario.com/tag/startups/>> Acesso em 09 mai. 2020

IBGE. **Censo Demográfico 2010: Características da População e Domicílios Resultados do Universo.** Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd\\_2010\\_caracteristicas\\_populacao\\_domicilios.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd_2010_caracteristicas_populacao_domicilios.pdf)> Acesso em: 20 nov. 2019.

IBGE. **Cidades e Estados:** Florianópolis. Florianópolis. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sc/florianopolis.html>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

IBGE. **Concla:** Comissão Nacional de Classificação. 2019. Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=secao&tipo=cnae&versao=10&secao=L>> Acesso em: 04 dez. 2019

IBGE. **Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo 2017.** 33. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101671.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2019

IMOB, Ville. **Tecnologia no Mercado Imobiliário: o que temos hoje?. O que temos hoje?.** 2019. Disponível em: <https://www.villeimobiliarias.com.br/tecnologia-no-mercado-imobiliario-o-que-temos-hoje/>. Acesso em: 17 abr. 2020.

INFOMONEY. **O Novo Mercado Imobiliário: Perspectivas, Tendências e Oportunidades.** 2018. Disponível em: <<https://lp.infomoney.com.br/panorama-novo-mercado-imobiliario>> Acesso: 05 nov. 2019

JUNQUEIRA, Fabrício. **Criando autoridade como Corretor Autônomo.** 2019. Disponível em: <<https://www.homer.com.br/blog/2019/08/16/criando-autoridade-como-corretor-autonomo/>> Acesso em: 09 mai. 2020

KEJRIWAL, Surabhi; MAHAJAN, Saurabh **Blockchain in Commercial Real Estate: the future is here!. The Future is here!.** 2017. Tradução: nossa. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-dcfs-blockchain-in-cre-the-future-is-here.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2020.

KOTLER, Philip; BES, Fernando Trías de. **A Bíblia da Inovação: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações.** São Paulo: Leya, 2011.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do Tradicional ao Digital.** Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017, 201p.

KREMER, Joelma. **Mercado Imobiliário.** Indaial: Uniasselvi, 2008. 145 p. Disponível em: <<https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=7973>>. Acesso em: 30 abr. 2020.

KUHN, Eugenia Aumond; PEREIRA, Luis Portella; NERBAS, Patrícia de Freitas. **Avaliação de Imóveis e Perícias.** Curitiba: Iesde Brasil S.a, 2009. 148 p. Disponível em: <<http://www2.videolivriaria.com.br/pdfs/23866.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LAW, Thomas; KUWABARA, Kleber M. **Inteligência Imobiliária: A Alta Valorização do Mercado Brasileiro**. São Paulo: Livrus Negócios Editoriais, 2014

LESSA, Bruno. **Qual a importância do corretor de imóveis em uma sociedade cada vez mais digital?** 2017. Disponível em: <<https://www.portalvgv.com.br/post/pensadores/qual-a-importancia-do-corretor-de-imoveis-em-uma-sociedade-cada-vez-mais-digital>> Acesso: 12 mai. 2020

LUDWICH, Adriano Brognoli. **Elaboração de um plano de desenvolvimento de competências para corretores de imóveis com atuação no segmento alto padrão na cidade de Florianópolis**. 2017. 121 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Ciências da Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/181726/TC\\_VERS%c3%83O%20FINAL\\_PDF\\_5%20DEZ%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/181726/TC_VERS%c3%83O%20FINAL_PDF_5%20DEZ%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 08 ago. 2020.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

**Manual de Oslo**: diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Publicado pela FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), 3ª Edição, 2006. OCDE. Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento. Tradução de: FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos)

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCOS, Marcela. **Ele tentou Inovar na Imobiliária do Avô, não conseguiu. Então abriu a Livima**: digital e sem cobrar comissão. digital e sem cobrar comissão. 2018. Disponível em: <<https://www.projetodraft.com/ele-tentou-inovar-na-imobiliaria-do-avo-nao-conseguiu-entao-abriu-a-livima-digital-e-sem-cobrar-comissao/>>. Acesso em: 20 maio 2020.

MARQUES, Carlos José. **O Fim dos Corretores de Imóveis**. 2019. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/o-fim-dos-corretores-de-imoveis/>>. Acesso em: 20 maio 2020.

MATOS, Débora; BARTKIW, Paula Izabela Nogueira. **Introdução ao mercado imobiliário**. Curitiba: Instituto Federal do Paraná / Rede E-tec Brasil, 2013. 122 p.

MATSUBAYASHI, Marcia Ogawa *et al.* **Insights sobre Transformação Digital e Oportunidades para TICs no Brasil**: relatório e recomendações. 2. ed. Deloitte Brasil, 2018. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/ICT-insights-report-port.pdf>> Acesso em: 13 maio 2020.

MEYER, Natasha. **Glossário Startupês – Conheça os termos usados para falar sobre ramos de atuação**. 2019. Disponível em: <<https://www.inovativabrasil.com.br/tag/tecnologia/>> Acesso em: 07 mai. 2020

MILLENIUM, Instituto. **Sem fiador? Sem problemas! Conheça o Quinto Andar.** 2018. Disponível em: <<https://www.institutomillennium.org.br/sem-fiador-sem-problemas-conheca-o-quintoandar/>> Acesso em: 12 mai. 2020

MINZON, Cláudia N. et al. **Gestão da inovação como um vetor estratégico para a construção de vantagens competitivas.** 2018. Disponível em: <<https://repositorio.itl.org.br/jspui/bitstream/123456789/281/1/Gest%C3%A3o%20da%20inova%C3%A7%C3%A3o%20como%20um%20vetor%20estrat%C3%A9gico%20para%20a%20constru%C3%A7%C3%A3o%20de%20vantagens%20competitivas.pdf>> Acesso em: 15 mai. 2020

MUNARO, Juliana. **Ideia para Investir no Setor de Proptechs.** 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2018/08/26/ideia-para-investir-no-setor-de-proptechs.ghtml>> Acesso em: 10 mai. 2020

MUNIZ, Carolina. **Novos tipos de fiança simplificam contratos de aluguel.** 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/morar/2018/04/1963887-alternativas-ao-fiador-e-ao-seguro-fianca-ganham-espaco-entre-proprietarios-e-inquilinos.shtml>> Acesso em: 14 mai. 2020

NARCIZO, Bruna. **Setor Imobiliário sai do fundo do poço e deve impulsionar a economia em 2020:** Construção cresce o dobro do PIB neste ano e, aliada ao juro menor, puxa fundos atrelados a imóveis. Folha de S. Paulo. Uol, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/12/setor-imobiliario-sai-do-fundo-do-poco-e-deve-impulsionar-economia-em-2020.shtml>>. Acesso em: 07 abr. 2020.

NEWCORE. **Termos e Condições.** 2019. Disponível em: <<https://www.newcore.com.br/blog/termos-de-uso/>> Acesso em: 10 mai. 2020

NSC Total. **Mercado de Imóveis prevê crescimento acima de 10% em SC.** 2019. Disponível em: <<https://www.nsctotal.com.br/noticias/mercado-de-imoveis-preve-crescimento-acima-de-10-em-sc>> Acesso em: 05 dez. 2019

OLIVEIRA, Filipe. **Startup do setor imobiliário quer substituir corretor por relação direta com o proprietário.** 2019. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2019/08/startup-do-setor-imobiliario-quer-substituir-corretor-por-relacao-direta-com-proprietario-cjztephnc012y01n79vwz5eob.html>>. Acesso em: 20 maio 2020.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos.** 5 ed. Pontes: Campinas, 2005.

PATI, Camila. **Floripa, a Ilha do Silício, tem vagas e quer atrair mais gente.** 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/florianopolis-vagas/>> Acesso em: 14 mai. 2020

Pequenas Empresas & Grandes Negócios. **Este jovem abandonou negócio da família para abrir "imobiliária do futuro".** 2018. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2018/12/este-jovem-abandonou-negocio-da-familia-para-abrir-imobiliaria-do-futuro.html>>. Acesso em: 20 maio 2020.

PRADANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PREVOST, Lisa. **Seeking an Edge, Developers and Investors Turn to ‘PropTech’**. 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/05/07/business/proptech-real-estate-technology.html>> Acesso em: 05 mai. 2020

PRIBERAM, Dicionário. **Prática**. 2020. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/pr%C3%A1tica>> Acesso em: 08 nov. 2020

QUINTOANDAR. **Conheça o QuintoAndar. A startup que está transformando o jeito de alugar imóveis no Brasil**. 2016. Disponível em: <<https://noticias.quintoandar.com.br/o-que-%C3%A9-quintoandar-d7e5cf137d16>> Acesso em: 13 mai. 2020

REDAÇÃO GQ. **Nos EUA, a Amazon já avança sobre o mercado imobiliário**. 2019. Disponível em: <<https://gq.globo.com/Prazeres/Poder/noticia/2019/07/nos-eua-amazon-ja-avanca-no-mercado-imobiliario.html>> Acesso em: 09 out. 2019

RESENDE, José M. **Técnico em Transações Imobiliárias: Operações Imobiliárias**. Brasília: Instituto Consciência GO Núcleo de EAD. 2003. Disponível em: <<http://www.celso.lago.nom.br/apostilatti.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2020

RIBAS, Raphaela. **“Uberização” nos Anúncios de Imóveis muda o Mercado de Venda e Aluguel**. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/imoveis/uberizacao-nos-anuncios-de-imoveis-muda-mercado-de-venda-aluguel-23176454>> Acesso em: 10 out. 2019

RIBAS, Rodolfo; FERNANDES, João. **Sobre Mentes Criativas e Empresas Inovadoras**. Editora Brasport. Rio de Janeiro. 2015. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/160690/epub/0>> Acesso em: 03 abr. 2020

RIVEIRA, Carolina. **Empresa conecta corretor a quem quer comprar imóvel**. Startup que conecta corretores de imóveis a compradores tem 19.000 imóveis em São Paulo. 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/imobiliaria-do-futuro-empresa-conecta-corretores-a-quem-quer-comprar-uma-casa/>> Acesso em: 10 mai. 2020

RODRIGUES, L.C.; CIUPAK, C.; RISCAROLLI, V. **Inovação digital disruptiva: um conceito paradoxal à teoria da inovação disruptiva**. In: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, 6., 2017. São Paulo: Uninove, 2017.p. 1-13. Disponível em: <<https://singep.org.br/6singep/resultado/39.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2019.

SANTOS, Monica. **Conheça as iBuyers, startups que dão vida nova a apartamentos encalhados**. 2020. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/ibuyers-startups-apartamentos/>> Acesso em: 05 mai. 2020

SILVA, Anderson. **Florianópolis é o destino brasileiro mais procurado no Airbnb para o Réveillon**. 2019. Disponível em: <<https://www.nsctotal.com.br/colunistas/anderson-silva/florianopolis-e-o-destino-brasileiro-mais-procurado-no-airbnb-para-o#>>. Acesso em: 20 abr. 2020.

SILVA, João Teodoro da. O corretor e a era digital. **Cofeci Notícias**: Publicação do Conselho Federal dos Corretores de Imóveis, Brasília, n. 68, p. 01-01, ago. 2019. Bimestral.

SILVA, Roberto et al. **As Transformações do Mercado Imobiliário Brasileiro no Anos 2000** - Uma Análise do Ponto de Vista Legal e Econômico. Revista da Ciência da Administração Versão Eletrônica v. 6, Ago. - Dez. 2012. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/10384906-As-transformacoes-do-mercado-imobiliario-brasileiro-nos-anos-2000-uma-analise-do-ponto-de-vista-legal-e-economico-resumo.html> > Acesso em: 10 mai. 2020

SIQUEIRA, L. P. R. **A indústria da corretagem no segmento de imóveis usados: características e perspectivas futuras**. In: LARES 2013 - 13<sup>a</sup> Conferência Internacional da Latin America Real Estate Society, 2013, São Paulo. Disponível em: <[https://lares.architexturez.net/system/files/LARES\\_2013\\_806-1047-1-RV.pdf](https://lares.architexturez.net/system/files/LARES_2013_806-1047-1-RV.pdf)> Acesso em: 01 dez. 2019.

SP, Secovi -. **A Tecnologia poderá substituir o Corretor de Imóveis?** 2017. Disponível em: <<https://www.secovi.com.br/noticias/a-tecnologia-podera-substituir-o-corretor-de-imoveis/13383>>. Acesso em: 20 maio 2020.

SP, Secovi -. Anuário do Mercado Imobiliário 2019. 2020. Disponível em: <<http://www.secovi.com.br/downloads/url/2540>> Acesso em: 02 abr. 2020

TADEU, Hugo F. B.; SALUM, Fabian A. **Estratégia, operações e inovação**. Paradoxo do crescimento. Editora CENGAGE. São Paulo. 2013. Disponível em: <<https://cengagebrasil.vitalsource.com/#/books/9788522113774/cfi/0!/4/4@0.00:28.3>>. Acesso em 05 abr. 2020

TAKAHASHI, Sérgio; TAKAHASHI, Vania Passarini. **Estratégia de Inovação: oportunidades e competências**. São Paulo: Manole, 2011.

TEIXEIRA, João Pedro A. X.. **A Empresa da “Nova Economia”: O Impacto das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas**. 2006. Bragança, 2006. Disponível em: [https://www.academia.edu/10717118/A\\_Empresa\\_da\\_Nova\\_Economia\\_O\\_Impacto\\_das\\_Tecnologias\\_de\\_Informa%C3%A7%C3%A3o\\_e\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o\\_nas\\_Empresas](https://www.academia.edu/10717118/A_Empresa_da_Nova_Economia_O_Impacto_das_Tecnologias_de_Informa%C3%A7%C3%A3o_e_Comunica%C3%A7%C3%A3o_nas_Empresas) . Acesso em: 21 abr. 2020.

TCHILIAN, Felipe. **Entendo o Impacto da Tecnologia no Mercado Imobiliário**. 2019. Disponível: <<https://blogbr.clear.sale/entenda-o-impacto-da-tecnologia-no-mercado-imobiliario>>. Acesso em: 09 mai 2020.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no brasil**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 300 p.

TOLEDO, Letícia. **Quinto Andar entra no mercado de compra e venda de imóveis**. 2019. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/negocios/quintoandar-entra-no-mercado-de-compra-e-venda-de-imoveis/>> Acesso em: 13 mai. 2020

VILLE IMOB. **Tecnologia no Mercado Imobiliário: o que temos hoje?**. 2019. Disponível em: <<https://www.villeimobiliarias.com.br/tecnologia-no-mercado-imobiliario-o-que-temos-hoje/>>. Acesso em: 10 jun 2020.

VG. Portal. **Guia do Mercado Imobiliário Santa Catarina:** Novos rumos para a produção de moradias. 2018. Disponível em: <<http://guiadomercadoimobiliariosantacatarina.contato.site/>> Acesso em: 18 abr. 2020

WISSENBACH, Tomás Cortez. **A cidade e o mercado imobiliário:** uma análise da incorporação residencial paulistana entre 1992 e 2007. 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <[https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-24112009-115656/publico/TOMAS\\_CORTEZ\\_WISSENBACH.pdf](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-24112009-115656/publico/TOMAS_CORTEZ_WISSENBACH.pdf)> Acesso em: 05 abr. 2020.

## APÊNDICE A - Roteiro de Entrevista Corretores

### **Inovações Tecnológicas (Ferramentas), Novos Modelos de Negócio e Tendências**

1. Como o (a) senhor (a) percebe o uso das novas tecnologias no mercado imobiliário de Florianópolis? (Realidade Virtual; Inteligência Artificial; QRCode)
2. Como o (a) senhor (a) analisa o uso de novas tecnologias pelas imobiliárias para vender e alugar imóveis? Do seu ponto de vista, o uso de tecnologias nesse setor tem mudado a forma de fazer negócios? Isto é algo positivo ou negativo? E por quê?
3. O (a) senhor (a) faz uso de alguma tecnologia para realizar contato com os clientes? Quais?
4. O (a) senhor (a) utiliza alguma tecnologia para concretizar suas vendas?
5. O (a) senhor (a) acredita que há algum tipo de resistência por parte do Setor Imobiliário em implementar o uso de novas tecnologias (como aplicativos/portais, realidade virtual, inteligência artificial)?
6. O (a) senhor (a) acredita que aplicativos ou portais on-line podem vir a substituir os corretores de imóveis? Por quê?
7. O (a) senhor (a) precisou obter novos conhecimentos e habilidades para se adaptar às novas tecnologias e utilizá-las?
8. O que o (a) senhor (a) fez para se adaptar às inovações tecnológicas e aos novos modelos de negócio do setor imobiliário?
9. Utilizou alguma técnica para fazer isso? Quais? Por quê?
10. O (a) senhor (a) utilizou/utiliza de ferramentas alternativas para se adaptar às Inovações Tecnológicas e aos Novos Modelos de Negócio?

### **Proposições Teóricas**

11. O (a) senhor (a) percebeu mudanças no comportamento de clientes na intermediação e corretagem imobiliária, que foram ocasionados pelas inovações tecnológicas, novos modelos de negócios e tendências para o mercado imobiliário? Quais, por exemplo?
12. O (a) senhor (a) sente que precisou adquirir novas competências por conta da inserção das novas tecnologias, dos novos modelos de negócio e das tendências do mercado? Por quê? Como?
13. O (a) senhor (a) acredita que Florianópolis, por ser um polo tecnológico de referência, tem ditado tendências transformadoras para o mercado imobiliário da região? Por quê? Como o (a) senhor (a) percebe essa influência?



14. Sobre as mudanças que acontecem no setor imobiliário: quem é o maior responsável por determinar essas mudanças?
15. Com a inserção de novas tecnologias, o (a) senhor (a) sente que elas estão proporcionando alguma transformação? Quais?
16. O (a) senhor (a) acredita que as inovações tecnológicas podem estar definindo tendências para o Mercado Imobiliário? Por quê? Como?

## APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) Participante,

Somos Formandas do Curso de Administração da UFSC e gostaríamos de pedir a sua colaboração para a Pesquisa **“GESTÃO ESTRATÉGICA FRENTE ÀS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, OS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E AS TENDÊNCIAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO: Um Estudo de Caso do Setor Imobiliário em Florianópolis/SC”**, desenvolvida por Maiara da Silva e Regiane Balzer, sob orientação da Prof. Dra. Gabriela Gonçalves Silveira Fiates. Para isso, o (a) convidamos para responder a esta Entrevista.

Sua participação é voluntária, isto é, não é obrigatória. O (A) Sr.(a.) tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como retirar sua participação a qualquer momento. Não há penalização de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desistir da mesma. Contudo, gostaríamos de destacar que ela é muito importante para a execução da pesquisa.

Nesse sentido, convidamos o (a) senhor (a) para participar desta Pesquisa devido à sua experiência atuando como profissional do Mercado Imobiliário de Florianópolis. Acreditamos que ouvir sobre sua vivência no setor contribuirá para o alcance de nosso objetivo.

Esta pesquisa tem como objetivo **“Analisar como as inovações tecnológicas, os novos modelos de negócios, e as tendências para o mercado imobiliário estão influenciando a atuação dos corretores de imóveis de Florianópolis.”**

Os resultados fornecerão conhecimentos sobre o assunto abordado, sem benefícios direto para nenhum dos participantes. A sua participação consistirá em responder perguntas de um roteiro de entrevista às pesquisadoras, isso não representa qualquer risco de ordem física ou psicológica, nem tão pouco sua exposição ou de suas respostas.

As entrevistas serão gravadas para que sejam transcritas e armazenadas, em arquivos digitais, mas, somente as pesquisadoras e sua orientadora terão acesso às mesmas. O tempo de duração da entrevista é de aproximadamente uma hora.

Acrescentamos que as informações fornecidas terão sua privacidade garantida, pois em nenhum momento será necessário sua identificação. Os dados serão tratados qualitativamente de forma coletiva e anônima. Ciente e de acordo com o que foi exposto, agradecemos desde já pela sua colaboração. Este termo é redigido em duas vias.