



## Setor Imobiliário: Um Estudo de Caso Sobre o Fechamento de Contratos Durante a Pandemia

### Real Estate: A Case Study on the Closing of Contracts During the Pandemic

Recebido: 07/11/2022 | Revisado: 09/11/2022 | Aceito: 26/11/2022 | Publicado: 28/11/2022

<https://www.doi.org/10.5281/zenodo.7382447>

#### **Echiley Dias Baptista**

Faculdade de Tecnologia de Santana do Parnaíba – CEETEPS

<https://orcid.org/0000-0001-7119-8008>

[echiley.baptista@fatec.sp.gov.br](mailto:echiley.baptista@fatec.sp.gov.br)

#### **Jamylle Prado Oliveira**

Faculdade de Tecnologia de Santana do Parnaíba – CEETEPS

<https://orcid.org/0000-0003-2495-9024>

[jamylle.oliveira@fatec.sp.gov.br](mailto:jamylle.oliveira@fatec.sp.gov.br)

#### **Isabella Silva Marcondes Pereira**

Faculdade de Tecnologia de Santana do Parnaíba – CEETEPS

<https://orcid.org/0000-0002-6935-6975>

[isabella.pereira4@fatec.sp.gov.br](mailto:isabella.pereira4@fatec.sp.gov.br)

#### **Ana Paula Freitas de Lima**

Faculdade de Tecnologia de Santana do Parnaíba – CEETEPS

<https://orcid.org/0000-0001-7617-0047>

[ana.lima18@fatec.sp.gov.br](mailto:ana.lima18@fatec.sp.gov.br)



## Resumo

O setor é composto por imobiliárias, corretoras de imóveis autônomas, corretores, proprietários, 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. O objetivo desta pesquisa foi de analisar o comportamento do setor imobiliário durante o período da pandemia, realizando um comparativo dos últimos seis anos das vendas de contratos, da empresa PRICE BR. A metodologia adotada foi de natureza qualitativa, a metodologia empregada foi o estudo de caso, a coleta de dados será através de análise documental e entrevistas. Os principais resultados obtidos foram a identificação do crescimento de vendas durante a pandemia e a mudança no estilo de vida das pessoas. Foi possível concluir que, mesmo diante de privação devido ao lockdown, 2020 foi considerado o melhor ano de vendas na empresa PRICE BR. As contribuições para a teoria são apresentar informações para servirem de base para a identificação do comportamento do mercado para futuras pesquisas e de apresentar outro impacto a respeito do período da COVID19. A contribuição prática é a de prover informações para gestores e empresas de construção tomarem decisões a respeito do tema.

**Palavras-chave:** Pandemia, Setor Imobiliário, Price BR, Contratos



## Abstract

The sector consists of real estate agents, autonomous real estate brokers, brokers, owners, labor contractors, construction companies and companies providing services in advertising and marketing, which operate in the activities of administration and commercialization of real estate developments. The objective of this research was to analyze the behavior of the real estate sector during the pandemic period, making a comparison of the last five years of contract sales of price BR. The methodology adopted was qualitative in nature, the methodology used was the case study, data collection will be through documentary analysis and interviews. The main results obtained were the identification of sales growth during the pandemic and the change in people's lifestyle. It was possible to conclude that, even in the face of deprivation due to the lockdown, 2020 was considered the best year of sales in the company PRICE BR. The contributions to the theory are to present information to serve as a basis for identifying market behavior for future research and presenting another impact regarding the COVID19. The practical contribution is to provide information for managers and construction companies to make decisions about the subject.

**Keywords:** Pandemic, Real Estate Sector, Price BR, Contracts

## 1. Introdução

A pandemia, causada pela Covid-19, assim que surgiu a notícia de alastramento surgiu vários problemas e reviravoltas. Visando conter a economia diante de uma pandemia, o mercado imobiliário teve que recorrer às mudanças de trabalho.



O novo cenário está fazendo com que o setor se adapte a uma nova realidade na demanda em várias áreas, no ramo imobiliário não foi diferente, a tendência era a diminuição de espaços para diminuir os custos, porém no cenário atual exige o oposto a demanda agora é por espaço, a economia mundial foi abalada e vários setores se prejudicaram, e o setor imobiliário foi um dos mais afetados, eliminando qualquer perspectiva positiva que era esperada para o ano de 2020.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Brain Inteligência Estratégica (2020) com empresários do ramo imobiliário, a busca de imóveis mais afetados pela pandemia foi a presencial (93%), enquanto as modalidades digitais não sofreram tanto quanto a presencial: 45% dos entrevistados relataram que as pesquisas por telefone foram afetadas e 38% afirmaram que as buscas online aumentaram. Os impactos gerados pela pandemia foram negativos e positivos, negativos por questão da procura ter diminuído consideravelmente durante no ano de 2018, mas positivo pois diversificou o setor, com a procura por métodos tecnológicos se de conectar com o cliente ou o cliente se conectar com o vendedor, atraí-lo de forma sucinta.

O objetivo deste estudo é realizar uma análise de levantamento de contratos assinados nos últimos 6 anos da imobiliária PRICE BR e o efeito da pandemia e quarentena sobre eles.

Para isso, foi feito uma pesquisa de campo com os colaboradores do objeto de estudo deste artigo, para registrar o contraste de vendas entre abertura da empresa, período pandêmico, e pós pandemia, ressaltando os resultados positivos e/ou negativos desse período, e como a empresa se comportou para contornar as adversidades.



Esse artigo analisou a demanda e oferta de imóveis durante o período pandêmico, causadas pela necessidade de conforto, segurança e mobilidade com a capital paulista, a fim de ficarem próximo das metrópoles empresariais, sem abrir mão do custo-benefício. O mercado imobiliário brasileiro está passando por um processo de modificação. A digitalização de negócios e a intensificação de uso de canais digitais de interação com os consumidores são exemplos de tendência que já se manifestavam, mas apresentaram uma forte aceleração em questão de meses. Com a pandemia, pessoas passaram a buscar soluções virtuais para comprar e alugar casas e apartamentos, ocorrendo também o impacto com rescisões de contratos, mesmo apesar de todo crescimento na procura de imóveis.

Diante deste cenário, este estudo possui uma questão de pesquisa: “Quais os efeitos da pandemia em uma empresa do setor imobiliário?” e possui como objetivos: (1) identificar os contratos fechados dos últimos 5 (cinco) anos; e (2) analisar o crescimento ou baixa das vendas durante este período.

O presente trabalho está dividido em quatro seções, sendo que a primeira seção trata do surgimento do coronavírus e pandemia, a segunda sobre o setor imobiliário na atualidade da pandemia, a terceira a metodologia de pesquisa e a quarta a análise de resultados.

## 2. Referencial Teórico

### 2.1. Pandemia

O Coronavírus, doença que possui alto potencial de transmissão e contágio por vias respiratórias, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou pandemia de COVID-19, terminologia adotada pela OMS desde fevereiro de 2020, a pandemia iniciou no dia 11 de março de 2020 (Who, 2020).



No Brasil, a Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da infecção humana pelo novo coronavírus foi declarada em fevereiro de 2020, através da Portaria no 188/20 (Brasil, 2020).

O que foi possível identificar que os números de casos 638 milhões e óbitos 6,62 milhões (dados atualizados em novembro de 2022) cresceram exponencialmente e muito rapidamente no mundo inteiro (Who, 2020).

Essa situação nova e inesperada transformou o mundo em poucos dias. Novas formas de comunicação, novas estratégias de trabalho, novas reflexões sobre nossas relações com o mundo foram se apresentando ao longo desses meses de isolamento social. Desta forma é possível conjecturar que a Pandemia impactou diversos setores, sendo um deles o setor imobiliário.

## 2.2. Setor Imobiliário

O setor imobiliário sofreu oscilações recorrentes durante a sua história, o avanço tecnológico, a economia, a indústria e os costumes sociais são alguns dos fatores que contribuem para essas mudanças. Percebe-se então a habilidade que as empresas imobiliárias têm em adaptar, uma vez que o setor permaneceu presente e sobreviveu a diversas crises, como por exemplo, a crise imobiliária dos Estados Unidos, em 2008, que afetou o mundo (Kuhn, Pereira & Nerbas 2009).

As atividades imobiliárias são definidas pelo IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020), como sendo a compra, venda e aluguel de imóveis próprios, que podem ser residenciais, não residenciais, terrenos, vagas de garagem, aluguel de terras para exploração agropecuária; compreendendo também o loteamento de terras, a intermediação na compra, venda e aluguel de imóveis e terrenos por agentes e corretores imobiliários sob contrato, serviços de assessoramento em aluguéis de imóveis de terceiros, bem como a avaliação de imóveis; administração de imóveis com serviços



de gerência operacional e administrativa, atividades administradoras de shopping centers, administração de condomínios prediais.

Matos e Bartkiw (2013) descrevem a composição do mercado imobiliário por meio dos seguintes agentes: (1) imobiliárias, (2) corretoras de imóveis autônomas, (3) o profissional corretor, (4) proprietário, (4) empreiteiras de mão de obra, (5) empresas da construção civil e (6) empresas prestadoras de serviços em propaganda e marketing, que atuam nas atividades de administração e comercialização dos empreendimentos imobiliários.

Os autores caracterizam o setor como sendo responsável por prover o desenvolvimento do espaço urbano das cidades e possibilitar maior qualidade de vida para a sociedade, pois em todas as cidades proporciona um crescimento da economia local ou regional, em função do grande volume de emprego gerado por seus serviços diretos ou indiretos.

Contudo o setor imobiliário é considerado bastante peculiar quando comparado aos demais setores da economia, em função da sua dinâmica de mercado, tendo em vista que a determinação dos preços varia conforme a oferta e a demanda de imóveis, além de ser influenciado pela legislação e por investimentos públicos e privados (Lima, 2015).

O procedimento de locação de imóveis possui três executores principais: (1) locador, dispõe o imóvel para locação, (2) locatário (busca imóvel para locação) e as imobiliárias. Antigamente as imobiliárias atuavam para fazer apenas para auxiliar esta relação e garantir o cumprimento dos direitos e deveres de ambas as partes.

O processo de locação de imóveis possui diferentes tecnologias e contam com várias pessoas de diversos setores, o que se torna ainda mais complexo se levar em consideração que uma imobiliária realiza a conexão de diversos locadores e locatários. O locatário filtra detalhes essenciais de acordo com a sua necessidade (localização, infraestrutura, valor, etc.) para iniciar a busca por imóveis.



É neste ponto que acontece o primeiro contato com imobiliárias, atualmente é frequente via online. Após a seleção dos imóveis mais convenientes às necessidades, o interessado passa a visitá-los e conhecê-los. Após a decisão, o futuro locatário deve apresentar documentos que garantem o pagamento e a imobiliária realiza uma vistoria para verificar com precisão se há necessidade de fazer reparos no imóvel.

Foi realizado um estudo a partir de análises de dados oficiais e de mercado pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRAINC) juntamente com a Deloitte, desenvolveu uma idealização de como estará o comportamento do comprador de imóveis em 2040, os resultados mostraram que o aluguel e espaços compartilhados tenderão a crescer cada vez mais, assim como a busca por valorização de espaço urbano e flexibilidade no momento de negociação (Cordeiro, Baggio & França, 2019).

A transformação da cultura geracional tem grande importância neste contexto de flexibilidade e mobilidade. A agência Today realizou um estudo onde mostram que 80% dos *millennials*, fagueirado como Geração Y (nascidos após o início da década de 1980 e até 1995) tem preferência em imóveis alugados, devido às características desta geração. Morandi (2019) salienta que a Geração Y tende a continuar envelhecendo, com empregos estáveis, a atuação desta geração no mercado imobiliário se tornará ainda mais exponencial.

Algo que para as gerações anteriores era uma meta a ser batida em sua vida, ter a casa própria já não é algo com grande importância atualmente. Essas mudanças estão atreladas a comportamento nas relações profissionais, nos gostos da sociedade, à globalização e o sucesso da tecnologia. As soluções serão cada vez mais rápidas, flexíveis e adaptáveis, por isso o aluguel surge como uma boa alternativa para novas gerações (Ribas, 2019).





O IBGE publicou que a quantidade de imóveis alugados no Brasil aumentou 5,3% em 2018, comparando com o ano de 2017. O aumento mais notável foi no Sudeste, que possui mais de 20% de todos os domicílios alugados. Comprovando que a locação cresceu com o passar dos anos, e que passará a ser mais procurado, essencialmente nas grandes cidades. Conforme artigo escrito para Guarida Imóveis (2019), o SECOVI/RS divulgou informações imobiliárias de maio de 2019, onde o resultado de número de imóveis alugados em março deste ano é maior, comparado ao mesmo período do no passado.

Luiz Antônio França (2020) afirma que ao longo dos anos o Brasil evoluiu em diversos aspectos essenciais para a comercialização crescer: formação de empregos, lançamentos de imóveis, melhora do Produto Interno Bruto (PIB), da engenharia civil e a redução da taxa de juros, propiciando novas ofertas de financiamento onde a população terá chances de adquirir uma moradia. Em janeiro de 2020, as expectativas eram as mais positivas. O que o Brasil e o mundo não imaginavam, entretanto, é que uma pandemia surgiria e iria se espalhar a nível global.

### **2.3. Tecnologias do setor imobiliário**

Os agentes imobiliários utilizam a Internet e outras tecnologias digitais para melhorar a rentabilidade, como atrair novos compradores e firmar contratos de venda a um custo menor e o tempo que leva para vender o imóvel. A inovação no setor imobiliário começa com a conceitualização do desenvolvimento da produção, marketing, gestão e todos os aspectos relacionados ao serviço imobiliário (Mahmutović, 2018).

Segundo Neto (2019) a tecnologia está em constante transformação a si mesma e a todos, e quase todos os segmentos foram afetados de alguma forma. Ela surge na atividade ou setores com o objetivo de facilitar e integrar, cada vez mais os processos e a vida dos seres humanos.



A tecnologia digital pode desempenhar um papel em diferentes partes do processo (Neto, 2019).de locação de imóveis: facilita o processo de locação, pois simplifica a comunicação entre proprietários e inquilinos, questões burocráticas podem ser feitas remotamente, online, como negociar, resolver problemas, transferências bancárias; auxilia na geração e gestão de leads, que são contatos que demonstraram interesse em produtos ou serviços oferecidos por empresas imobiliárias; calcular automaticamente os preços de aluguel de imóveis, para capturar um número cada vez maior de imóveis; onde facilita a visualização de informações gerais e/ou específicas, índices de desempenho da imobiliária, através da criação de um painel gráfico, facilitando enxergar o progresso dos processos; além de possuir um sistema de banco de dados (Elmasri e Navathe, 2018), é maior e mais prático de manipular do que um arquivo físico.

Trazendo isso para dentro do campo da construção civil, foi identificado um nicho que foi pouquíssimo alterado diante de tamanhas transformações tecnológicas no mundo, o estande de vendas. Novos empreendimentos imobiliários tendem hoje a seguir uma receita padrão de estande de vendas que é compor o espaço com uma ou mais maquetes do empreendimento, juntamente com grandes imagens computadorizadas expostas nas paredes e um único apartamento tipo construído e decorado para entendimento do espaço pelos clientes. Apesar de parecer simples, essa logística de construção e manutenção de estande de vendas demanda tempo, dinheiro, gastos de recursos energéticos e de materiais que depois serão descartados. Para as incorporadoras o Estande de Vendas fica locado no orçamento de Marketing e Vendas e pode ser responsável de 6 a 10% do orçamento do Valor Geral de Venda projetado (Magalhães, Macedo & Souza, 2013).



### 3. Metodologia

A metodologia escolhida foi estudo de caso (Yin,2017), pois o estudo deseja acompanhar e documentar os contratos firmados, durante um período Pandêmico em uma empresa do setor imobiliário. Observamos o cenário da empresa nos últimos 5 anos para investigar os impactos que a pandemia ocasionou nas transações venda, compra e locação no setor imobiliário. Utilizamos a natureza qualitativa (Gil, 2022), a coleta de dados será através de análise documental e entrevistas (Teóphilo & Martins, 2016) na Empresa PRICE BR.

#### 3.1. Procedimento Metodológico

Os passos realizados, conforme Figura 1, foram:

**Passo 1: Criar e aplicar o questionário.** Foi criado um questionário e aplicado nos funcionários do setor comercial para coleta de informações.

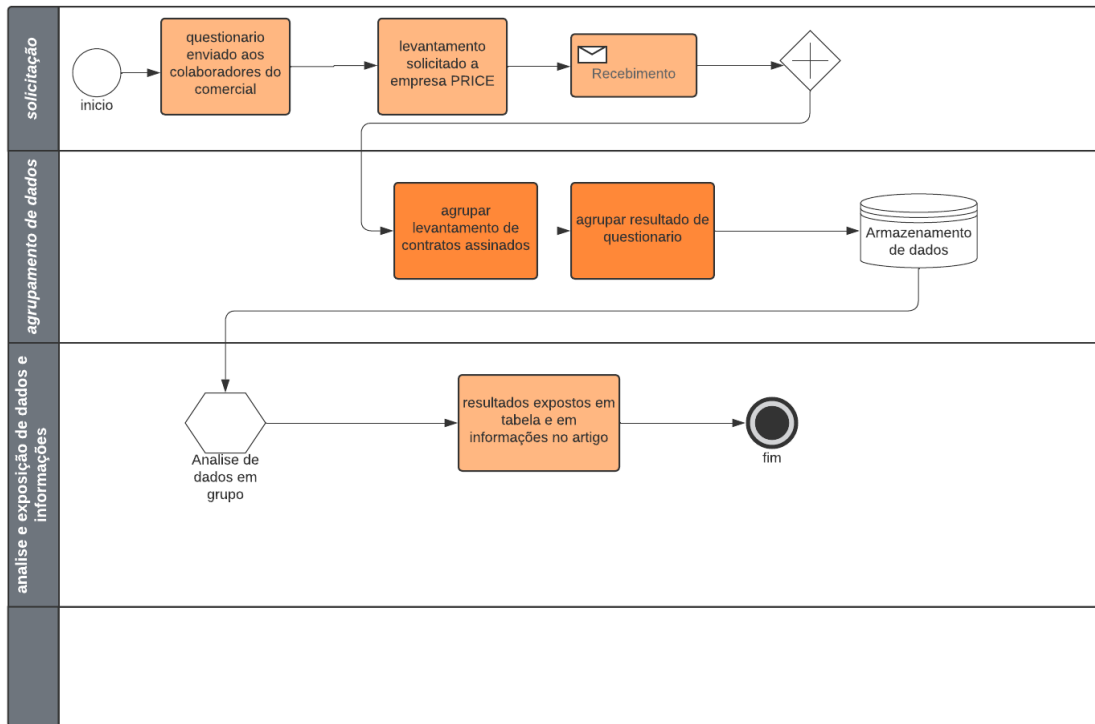
**Passo 2: Levantamento de dados PRICE BR.** Foi realizado uma entrevista com o diretor da empresa para coleta de dados gerenciais sobre os contratos fechados no período de 2017 a 2021.

**Passo 3: Agrupar os dados.** Foi realizado agrupamento dos dados coletados referente aos números de contratos fechados, em entrevista com o diretor.

**Passo 4: Agrupar questionário.** Foi realizado coleta do questionário realizado com os 10 funcionários que trabalhavam na época da pandemia.

**Passo 5: Análise dos resultados.** Foi analisado em grupo as respostas do questionário aplicado aos colaboradores do setor comercial da imobiliária.

Figura 1 – Fluxograma, processo de pesquisa.



Fonte: Elaborado pelas autoras

### 3.2. Objeto de Estudo – Empresa PRICE BR

O objeto de estudo desta pesquisa é uma empresa pertencente ao setor terciário, de prestação de serviço na intermediação imobiliária, comercialização de bens materiais (apartamentos, lotes e casas). A Imobiliária PRICE BR, situada no estado de São Paulo, na cidade de Barueri, foi criada em 2014 com o objetivo de qualificar o atendimento e a intermediação (corretagem) das vendas dos imóveis da Construtora-Alpha e ampliar as vendas dos mesmos.



## Journal of Technology & Information

Com a missão de realizar sonhos e oferecer o melhor empreendimento para você, promovemos um atendimento personalizado capaz de compreender as suas necessidades e encontrar o imóvel ideal, tem o objetivo de ser a empresa líder no mercado de intermediação imobiliária, com tecnologia de ponta, excelência no atendimento ao cliente, qualidade no serviço e sustentabilidade no uso de recursos.

A PRICE BR é hoje a imobiliária exclusiva da Construtora-Alpha, com o objetivo oferecer excelência no atendimento e proporcionar aos clientes e leads uma gama de serviços que vão além de locação e venda de apartamentos. Tem como visão a prestação de serviço de vendas a incorporadoras, serem líderes em tecnologias de atendimento ao cliente, ser referência na gestão de recursos humanos buscando estar entre as 100 melhores empresas para se trabalhar e ser a primeira participação no ranqueamento entre as 500 mais do Brasil.

Com relação a processos tecnológicos, na imobiliária de estudo, ainda há o manuseio de algumas funções manuais, realizadas pessoalmente, ou seja, que não estão ligados a nenhuma rede (nuvem) e as informações não estarão acessíveis de forma remota. Como a distribuição de leads por imóveis de interesse ou localidades. Esses processos caracterizam-se por serem lentos e de difícil personalização, a cada problema que surge, é necessária uma nova forma de se adequar, geralmente gerando no acúmulo de leads parados e comprometendo assim a comunicação entre inquilino ou comprador que poderiam resultar em novas locações e vendas.

O ideal é que todo contato seja através de um sistema de auxílio referente a aquele problema ou venda a ser resolvida/finalizada e que haja uma gestão dos mesmos, desta forma haveria uma integração e interação com o seu *Customer Relationship Management* (CRM), que é a gestão do relacionamento com o cliente (Zenone, 2019).

Outra utilidade de se ter um sistema integrado é a armazenamento deste fluxo de informações, melhorando a gestão do relacionamento. O CRM deve auxiliar em realizar o processo por etapas e a auxiliar melhor que acontece com cada cliente em cada caso.



A imobiliária ter um *Enterprise Resource Planning* (ERP) ordenado é de extrema importância para que as informações que interliguem todos os dados e processos de uma organização em um único sistema (Souza & Saccol, 2003).

Segundo Zenone, (2019) a digitalização é acompanhada de tecnologia, métodos e pessoas e, para que o processo seja feito, é necessário que a imobiliária esteja com os fluxogramas deste processo bem estruturado e utilize seu CRM e seu ERP de maneira correta. Pode-se identificar alguns exemplos de processos: (1) agendamento de visitas pelo próprio site, (2) formalização de propostas, (3) negociação online, (4) definição de valores de fiança, (5) assinatura digital.

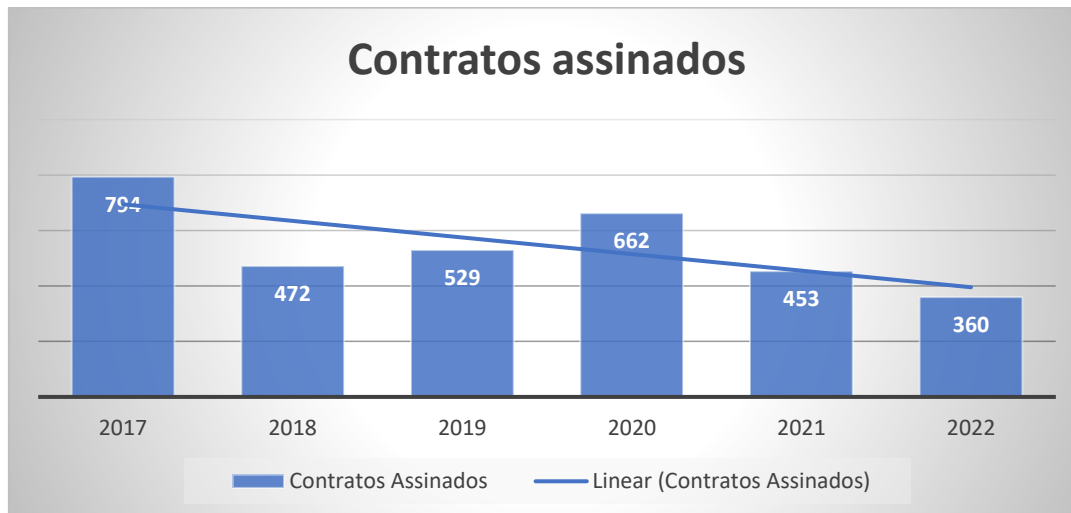
Estes processos, entretanto, se a imobiliária não estiver preparada para realizá-los, pode gerar o efeito inverso do esperado. Um sistema online segundo Souza e Sacool (2003) é a base para que haja a flexibilidade e integração das relações entre locador, locatário e imobiliária. Para que o contato entre esses três atores principais do processo seja eficaz, é preciso que o sistema possua suporte e que seja fácil de interagir.

## **4. Análise e Interpretação dos Resultados**

### **4.1. Contratos efetivados dos últimos 6 anos**

A Figura 2 exibe as quedas e altas dos contratos assinados comparando com os anos anteriores e posteriores, tendo em conta que o ano de 2022 foi contabilizado até o mês de setembro.

Figura 2 – Comparação de quantidade de vendas realizadas, durante os seis anos.



Fonte: Elaborado pelas autoras

É possível identificar por meio gráfico que houve impactos positivos no setor imobiliário durante a pandemia, demonstrado pelo grande número de contratos fechados neste período.

## 4.2. Análise das movimentações

Em 2017 a empresa lançou dois projetos, o Carapicuíba/SP e Arujá/SP, o que impactou nos resultados conforme gráfico 1, com a assinatura de 794 novos contratos, esses projetos são residências de médio a alto padrão com áreas de lazer completas e metragens acima da média para as regiões citadas acima. Devido aos grandes atrativos e preços de lançamento do imóvel na planta, ambos os projetos foram quase 100% vendidos durante suas estreias de vendas.



## Journal of Technology & Information

No ano seguinte não foi realizado nenhum lançamento de empreendimento, apenas foram realizadas vendas de projetos já em andamento, representando assim uma queda significativa de 472 novos contratos.

No ano de 2019 o setor imobiliário voltou a crescer em toda a metrópole paulista, taxas competitivas, preços dos materiais e insumos competitivos, o que aumentou os lançamentos e vendas de unidades em São Paulo. Esse crescimento representou 529 novos contratos criando uma perspectiva melhor para o próximo ano.

No início de 2020 a pandemia COVID-19 afetou o Brasil. Durante a pandemia e lockdown o esperado era queda nas vendas de grandes negócios como carros e imóveis, entretanto houve um efeito contrário, conforme pesquisa realizada, com o aumento do trabalho home office as pessoas foram adotando novos estilos de vidas, mais confortáveis e que exigiam moradias mais qualificadas para atender todos da família. Projetos com área de lazer completa e metragem maior e mais confortável e que fosse próximo a capital eram os mais procurados, e por isso os imóveis da imobiliária PRICE BR eram grandes atrativos, pois atendiam todos os requisitos básicos exigido pelos clientes na época.

Nesse mesmo ano, a empresa registrou 662 contratos, um aumento considerável de vendas em relação ao ano anterior e ainda em plena pandemia. Sem novos lançamentos, tinham apenas dois projetos prontos para morar na região de Barueri, e poucas unidades distribuídas na região de Alphaville, foi realmente um marco histórico na linha de vendas da imobiliária.

Entretanto no ano seguinte, 2021 observamos um declínio de 453 contratos, resultante dos impactos do lockdown, com preços abusivos e taxas de juros acima da margem como o IPCA, INCC e IGPM, não foi um bom para investimentos pois o país precisava se recuperar da crise financeira que adentrou devido as paralisações empresariais durante o período de privação.





Atualmente no ano de 2022 a empresa registra um número de aproximadamente 360 unidades comercializadas, de janeiro à setembro, com uma média mensal de 35 à 40 unidades comercializadas.

### 4.3. Discussão

Com o estudo de caso abordado durante esse artigo, é possível identificar que no primeiro ano de pandemia o reflexo foi positivo, devido aos lançamentos e preços que atendiam a alta demanda de clientes que buscavam por um novo padrão de vida e necessidade devido as fatalidades causadas pela pandemia.

Entretanto como a inflação causada pela paralisação devido a pandemia, que influenciou diretamente no mercado imobiliário, com os preços de matéria prima abusivos, taxas de juros exorbitantes fez com que os valores dos novos lançamentos e imóveis em construção aumentasse, afastando clientes em potenciais e diminuindo as vendas em toda metrópole paulista. Tendo grande reflexo nas vendas da imobiliária PRICE BR.

Para o ano de 2022 a imobiliária busca uma redenção e aumento em suas vendas devido a entrega dos dois projetos lançados em 2017, para driblar as taxas de financiamento e altos preços dos insumos, a empresa usa como chamariz preços mais atrativos de imóveis prontos para morar e facilidades na aquisição e assim recuperar o foco para novos lançamentos, prometidos para o ano de 2023/2024.



## 5. Conclusão

O setor imobiliário tem crescido nos últimos anos, devido a proposta de oferta e demanda do mercado. Aproveitando a alta do setor iniciado em 2014, a grande procura por conforto durante a pandemia, agregou ainda mais as vendas do objeto dessa pesquisa. Conforto, segurança e mobilidade são as palavras chaves para as vendas de sucesso durante o período pandêmico.

Foi possível identificar, após análise dos resultados que houve um crescimento de fechamento de contratos durante 2020, ano de pandemia, comparado ao ano anterior. Mesmo que no ano de 2021 tenha caído um pouco, devido ao aumento das taxas para recuperação da crise econômica causada pela pandemia, nota-se que durante o ano de 2022, ainda em andamento, a empresa já demonstra um número considerável de vendas, tendo comercializado até então, aproximadamente 360 unidades. Estima-se, finalizar o ano com uma média de 500 unidades comercializadas, em um período pós pandemia.

A contribuição da teoria consiste em agregar a pesquisa de estudo sobre o setor imobiliário para futuras empresa do setor visando auxiliar novos pesquisadores interessados no tema, na continuidade da teoria. Mostrando que mesmo durante as adversidades é possível aproveitar-se e ir em busca do sucesso em vendas. E para a prática é direcionada a gestores que desejam se aprofundar no tema.

## Referencial Bibliográfico

CAMPANI, B. J. (2019). A Era Digital E Mercado Imobiliário: Transformação E Oportunidades. Acesso em setembro de 2022. Disponível em: <https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/7074/>



- CORDEIRO, G., BAGGIO, C., & FRANÇA, L. A. (2019). Comportamento do consumidor de imóveis em 2040. Acesso em Maio de 2020. Disponível em: <https://www.abrainc.org.br/wp-content/uploads/2019/09/Abrainc-Pesquisa-v10.pdf>
- ELMASRI, R. NAVATHE, S. B. (2018) Sistemas de banco de dados. São Paulo: Pearson Education do Brasil.
- GIL, A. C. (2016). Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas.
- KUHN, E. A., NERBAS, P. D., & PEREIRA, L. P. (2009). Avaliação de Imóveis e Perícias. Acesso em agosto de 2022. Disponível em: <http://www2.videolivrraria.com.br/pdfs/23866.pdf>
- MAGALHÃES, M. S. C; MACEDO, J. M. A. C; SOUZA, E. F. Ciclo de vida de um standde vendas: uma proposição com base na distribuição do fluxo de interessados ao longo do tempo. In: Conferência Internacional da LARES, 13, 2013, São Paulo. Anais... p. 1 -13. Disponível em: <http://www.mrcl.com.br/artigos/901-1096-1-RV.pdf> . Acesso em: 23 outubro 2022.
- MAHMUTOVIC, K. (2018). Impact Of E-marketing Orientation On Marketing Performance: Case Of European Real Estate Brokerage Industry. Acesso em Maio de 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/325060367>
- MORANDI, C. (2019). Millennials e o mercado imobiliário. Acesso em Maio de 2020. Disponível em: <https://www.today.ag/blog/millennials-e-o-mercado-imobiliario>
- NETO, V. S. (2019). Gestão da Tecnologia da Informação: sustentação e inovação para a transformação digital. Rio de Janeiro: Brasport.
- RIBAS, R. (2019). Saiba como serão as casas do futuro. Acesso em Maio de 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/imoveis/saiba-como-serao-as-casas-do-futuro-23829193>
- SOUZA, C. A. SACCOL, A. Z. (2003) Sistemas ERP no Brasil: Teoria e Casos. São Paulo: Atlas.
- ZENONE, L. C. (2019) CRM (*Customer Relationship Managemet*): Marketing de Relacionamento, Fidelização de clientes e Pós-Venda. São Paulo: Actual.
- YIN, R. K. (2017). Case Study Research and Applications: desing an Methods. Nova York: Sage Publications.



## **Apêndice A – Protocolo de Entrevistas**

Passo 1: Foram formuladas questões via forms e encaminhado por e-mail aos funcionários da empresa PRICE BR, onde obteve 07 respondentes, de um total de 10 funcionários.

Passo 2: Em relação a entrevista com o diretor, explicar o objetivo da pesquisa a ser realizada.

Passo 3: Descrever como será conduzida.

Passo 4: Iniciar a entrevista (Apêndice B).

Passo 5: Finalizar a entrevista.

## **Apêndice B - Questionário via forms para os funcionários**

1. Identificação do corretor, desde quando trabalha na PRICE BR?
2. Qual a média de vendas por mês?
3. Nos últimos 5 anos sentiu mudança de demanda em compra/venda e locação?
4. Se sim, na pergunta anterior. Qual período específico?
5. Na sua percepção junto aos clientes, quais os motivos desta mudança?
6. Sobre sua rotina de trabalho, durante a pandemia, como foi trabalhar home-office?
7. Quais os impactos positivos e negativos desta mudança?

## **Apêndice C – Entrevista com o diretor**

1. Identificação do corretor, desde quando trabalha na PRICE BR?
2. Qual a média de vendas por mês?
3. Nos últimos 5 anos sentiu mudança de demanda em compra/venda e locação?
4. Se sim, na pergunta anterior. Qual período específico?
5. Na sua percepção junto aos clientes, quais os motivos desta mudança?
6. Sobre sua rotina de trabalho, durante a pandemia, como foi trabalhar home-office?
7. Quais os impactos positivos e negativos desta mudança?
8. Qual a quantidade de contratos fechados nos últimos 5 (cinco) anos?