

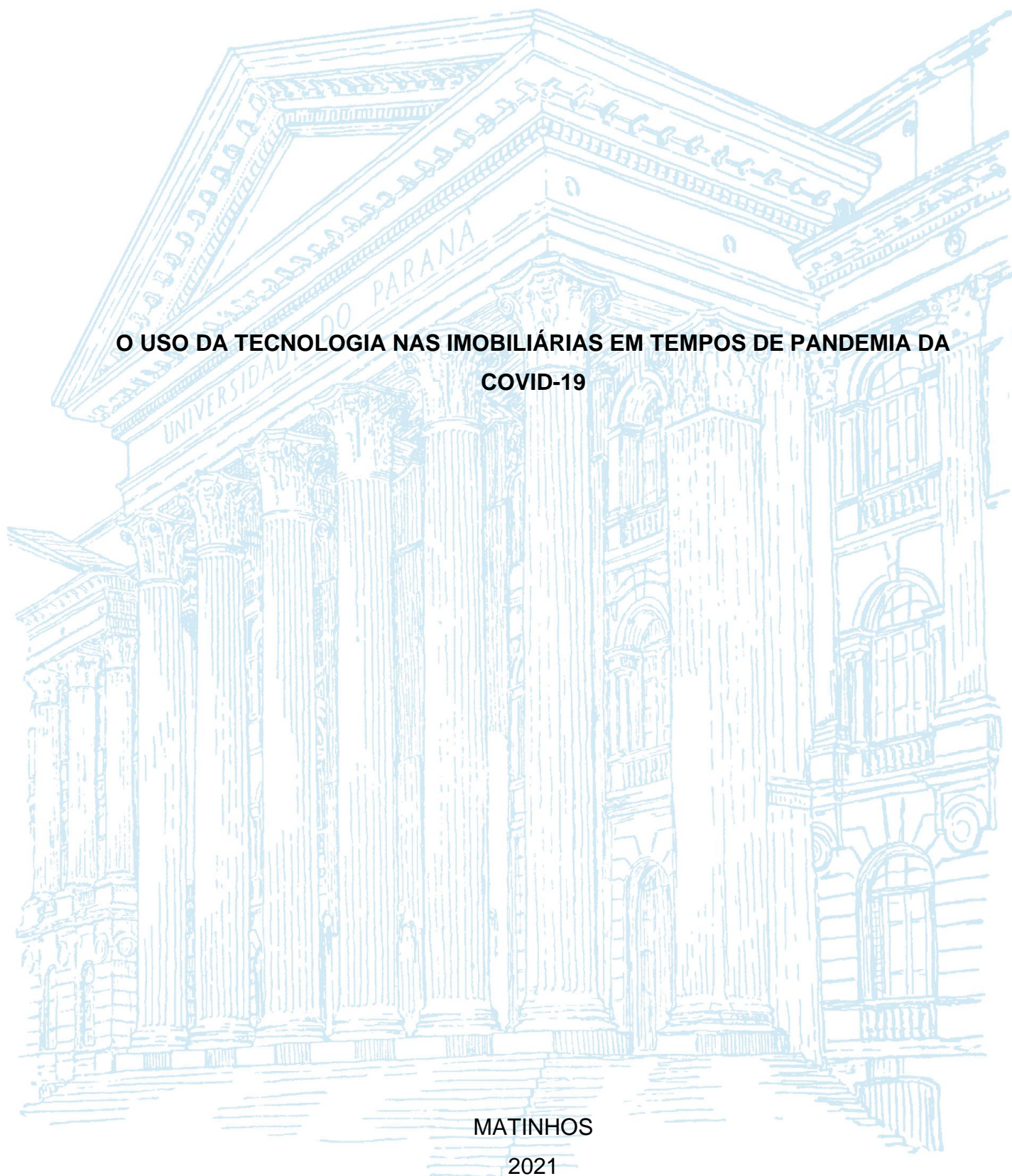
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CRISTIANE DA COSTA SANTOS DA SILVA

**O USO DA TECNOLOGIA NAS IMOBILIÁRIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA DA
COVID-19**

MATINHOS

2021



CRISTIANE DA COSTA SANTOS DA SILVA

**O USO DA TECNOLOGIA NAS IMOBILIÁRIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA DA
COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Tecnologia em Gestão Imobiliária, Setor Litoral, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Imobiliária.

Orientadora: Profa Dra Helena Midori Kashiwagi da Rocha

MATINHOS

2021

TERMO DE APROVAÇÃO

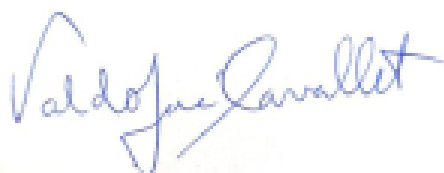
Os membros da Banca Examinadora presidida pela Professora Doutora HELENA MIDORI KASHIWAGI DA ROCHA, realizaram em 16/12/2021 a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante, CRISTIANE DA COSTA SANTOS DA SILVA, sob o título "O USO DA TECNOLOGIA NAS IMOBILIÁRIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA DA COVID-19", como requisito parcial a obtenção do Título de Tecnóloga em Gestão Imobiliária pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo a estudante recebido conceito "APL".

Matinhos, 16 de dezembro de 2021.



HELENA MIDORI KASHIWAGI DA ROCHA

Presidente da banca



VALDO JOSÉ CAVALLET

Membro avaliador da banca



PAULO EDUARDO ANGELIN

Membro avaliador da banca

Dedico este trabalho à minha família, amigos e todo o corpo docente que sempre me ajudaram e me fizeram acreditar que eu seria capaz de realizar meus sonhos e nunca desistir deles.

AGRADECIMENTOS

Após muita luta perseverança e dedicação para realização de um grande sonho, chegando ao rumo final dessa jornada com ajuda da família, amigos e professores maravilhosos e dedicados nada disso seria possível.

Assim deixo meus agradecimentos:

Primeiramente a Deus por me dar força e coragem para persistir, por me dar ânimo nos dias de angústia para seguir em frente e não desistir.

Aos meus familiares que sempre acreditaram em mim e me deram força para realizar meu sonho.

Aos meus colegas da UFPR Litoral turma de 2019 do Curso de Tecnologia em Gestão Imobiliária que sempre me ajudavam nas dúvidas e incertezas.

Aos coordenadores do curso e em especial para minha orientadora, Prof^a Dr^a Helena Midori Kashiwagi da Rocha, pela sua paciência, dedicação e amor pela profissão.

Aos professores que transmitiram seus conhecimentos ao longo desses três anos de dedicação.

E por fim a todos que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho.

“Posso todas as coisas naquele que me fortalece”
(Filipenses, 4,13)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a contribuição do uso das tecnologias para as transações imobiliárias, durante a pandemia da COVID-19. Buscou-se com isso compreender como as imobiliárias do litoral do Paraná, em especial as de Matinhos, estão realizando suas atividades durante essa pandemia. Verificou-se no último ano que a medida restritiva imposta pelo Ministério da Saúde quanto ao isolamento social foi uma das principais causas para a crise econômica do país e em especial no mercado imobiliário constatado pelo fechamento de algumas imobiliárias. Por outro lado, essa crise despertou nos corretores e proprietários de imobiliárias a necessidade de buscar novas soluções para reinventar as formas de atendimento ao cliente e de divulgação de seus produtos. Diante deste cenário, vimos imobiliárias recorrerem aos recursos tecnológicos, investindo em plataformas digitais para o atendimento online dos clientes e equipamentos eletrônicos como “drones” para mostrar aos clientes, em tempo real, as imagens dos imóveis. Os corretores precisaram se capacitar em atendimentos na modalidade remota e trabalhar com a documentação de forma digital. A metodologia da pesquisa se estruturou numa abordagem qualitativa com a coleta de dados realizada por meio de formulários do *google forms*, de forma *online* e posteriormente de forma presencial. Como resultados desta pesquisa constatou-se que a implementação e utilização de recursos tecnológico nas transações imobiliárias, durante a pandemia da COVID-19, possibilitou maior procura pelos clientes e movimentou o mercado de venda de imóveis, principalmente, na região do litoral do Paraná.

Palavras-chaves: Imobiliárias. Tecnologias. Vendas. Pandemia.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the contribution of the use of technologies for real estate transactions during the COVID-19 pandemic. The aim was to understand how real estate companies on the coast of Paraná, especially in Matinhos, are carrying out their activities during this pandemic. It was verified in the last year that the restrictive measure imposed by the Ministry of Health regarding social isolation was one of the main causes of the economic crisis in the country and especially in the real estate market. There were some real estate companies closing their doors, but at the same time, real estate brokers and owners were observed looking for new solutions and reinventing the ways of customer service and promotion of their products. In this sense, real estate companies resorted to technological resources and invested in digital platforms and electronic equipment such as “drones” to record images and show real-time properties to clients. Brokers needed to be trained in remote service and work with the documentation digitally. The research methodology was structured on a qualitative approach with data collection carried out "online", due to the pandemic, using a google forms form. As a result of this research, it was found that the implementation and use of technological resources in real estate transactions, during the COVID-19 pandemic, enabled greater demand by customers and moved the property sales market, mainly in the coastal region of Paraná.

Keywords: Real estate. Technologies. Sales. Pandemic.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MAPA LOCALIZAÇÃO DAS IMOBILIÁRIAS	25
--	----

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	AUMENTO OU NÃO DAS VENDAS COM O USO DAS TECNOLOGIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA	27
QUADRO 2	TIPOS DE TECNOLOGIAS UTILIZADAS NAS VENDAS NA PANDEMIA	28
QUADRO 3	OPINIÃO DOS FUNCIONARIOS SOBRE O USO DAS TECNOLOGIAS	28
QUADRO 4	ATUAÇÃO REMOTA OU PRESENCIAL DO CORRETO DURANTE A PANDEMIA	29
QUADRO 5	MEIOS DE DIVULGAÇÃO DOS IMÓVEIS	29
QUADRO 6	TIPOS DE IMÓVEIS MAIS PROCURADOS NA PANDEMIA	30

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

SEO	- Search Engine optimization
CRM	- Customer Relationship Management
PDF	- Portable Document Format
MRV	- Mensurável, Reportável e Verificável
TR	- Taxa Referencial
CX	- Customer Experience
CBIC	- Câmara Brasileira da Indústria da Construção
ICST	- Índice de Confiança da Construção
OMS	- Organização Mundial da Saúde
COPOM	- Comitê de Política Monetária
UFPR	- Universidade Federal do Paraná
CRECI	- Conselho Regional de Corretores de Imóveis

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	JUSTIFICATIVA.....	14
1.2	OBJETIVOS.....	14
1.2.1	Objetivo geral.....	14
1.2.2	Objetivos específicos.....	15
2.	USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS NA PANDEMIA	16
2.1	MERCADO IMOBILIÁRIO E A PANDEMIA	16
2.2	MEIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL NA PANDEMIA	17
2.3	FERRAMENTAS DIGITAIS PARA O MARKETING IMOBILIÁRIO	18
3.	A PANDEMIA E O MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS.....	21
3.1	IMPACTO DA PANDEMIA NO MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS	21
3.2	ADAPTAÇÕES NO ATENDIMENTO AO CLIENTE	23
3.3	TRANSAÇÕES IMOBILIÁRIAS ADAPTADAS A PANDEMIA	24
4.	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	25
4.1	UNIVERSO AMOSTRAL	25
4.2	DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA	26
5.	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	27
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
	REFERÊNCIAS	32
	APÊNDICE 1 – FORMULÁRIO APLICADO NA PESQUISA	33

1 INTRODUÇÃO

As tecnologias, nos dias atuais, são indispensáveis em quase todos os campos profissionais, mas com a pandemia da COVID-19 e o isolamento social tornaram-se essenciais na vida das pessoas. Com essa pandemia a maioria das pessoas precisou da ajuda das tecnologias para poder trabalhar, estudar e até mesmo usufruir de algum lazer, mesmo que de forma remota.

Neste cenário, a tecnologia tornou-se uma ferramenta de conexão com o mundo exterior, na qual até mesmo aquelas pessoas com pouca intimidade com os recursos tecnológicos viram a necessidade de se adaptar a esse novo “normal”. As tecnologias tornaram-se aliadas no cotidiano das pessoas, presente desde a hora em que o indivíduo acorda até a hora de dormir. Por conta dessa pandemia, as pessoas foram forçadas a se reinventar em uma nova rotina do dia-a-dia para não perder o foco da vida.

No momento atual, quase todo o território nacional está imunizado e a população está retomando, ainda que de forma híbrida, às atividades presenciais. Aos poucos as pessoas estão retornando ao trabalho de forma presencial, usufruindo do lazer coletivo em parques, restaurantes, cinemas, teatros e outros espaços públicos, e, as crianças retornando as atividades escolares presenciais.

Neste estudo, investigou-se como as imobiliárias do município de Matinhos usufruíram das tecnologias para às transações imobiliárias. Constatou-se que as imobiliárias, antes dessa pandemia, já utilizavam algum recurso tecnológico, mas mesmo assim precisaram se capacitar no atendimento ao cliente online para continuar no mercado imobiliário. Numa corrida contra o tempo, os representantes do ramo imobiliário correram para utilizar o que eles tinham disponíveis para não serem “integralmente” prejudicados pela pandemia.

Buscou-se contextualizar de forma breve o impacto da pandemia da COVID-19 no mercado imobiliário, as plataformas digitais utilizadas nas transações imobiliárias em Matinhos, as adaptações no atendimento remoto e até mesmo as visitas nos imóveis por meio de drone para apresentar em tempo real para os clientes.

Por fim, analisou-se por meio de uma pesquisa qualitativa, corretores de 10 imobiliárias de Matinhos para se conhecer a contribuição do uso de tecnologias nas

transações imobiliárias de vendas e no atendimento ao cliente. Os resultados apresentados nos mostraram que o uso de recursos tecnológicos, durante a pandemia, aumentou a procura de imóveis, especialmente no mercado de vendas.

1.1 JUSTIFICATIVA

A pandemia da COVID-19 aumentou a utilização da tecnologia em diversas atividades cotidianas. Mas, foi durante o estágio realizado em uma imobiliária, no início da pandemia, que percebi a importância do uso dos recursos tecnológicos para continuar no mercado imobiliário. Fui orientada pela minha chefia para ficar em casa para atender as medidas protetivas do Ministério da Saúde e isso despertou o interesse em conhecer como as imobiliárias estavam ou não utilizando as tecnologias nesta pandemia. Dessa forma, identificar quais as ferramentas tecnológicas estavam sendo utilizadas e se o uso das tecnologias estaria contribuindo para as transações imobiliárias.

Verificou-se nessa pandemia, que o uso das tecnologias entre os corretores imobiliários tornou-se o diferencial para agilidade no atendimento ao cliente, na demonstração de imóveis em tempo real, e no fechamento de contratos com a documentação integralmente digital. Alguns canais de comunicação já faziam parte do cotidiano dos corretores imobiliários, tais como, *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, mas agora foi incluído no dia-a-dia o atendimento *online* e fechamento de contrato de forma totalmente virtual.

Houve a necessidade de se reinventar as transações imobiliárias, com a adoção de novas modalidades virtuais de atendimento ao cliente e visitas aos imóveis, formas inovadoras que não existiam antes da pandemia. Diante do exposto, essa investigação se justifica pela necessidade de se compreender a importância do uso de tecnologias no mercado imobiliário.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar o uso da tecnologia nas imobiliárias em tempos de pandemia da COVID-19, no município de Matinhos – PR.

1.2.2 Objetivos específicos

- Verificar as tecnologias utilizadas nas imobiliárias de Matinhos durante o período da pandemia.
- Identificar as adaptações no atendimento ao cliente de forma remota.
- Analisar se o uso das tecnologias, em tempos de pandemia, aumentou ou diminuiu as vendas de imóveis.
- Compreender se a pandemia afetou ou não o ramo imobiliário.

2 USO DE PLATAFORMAS DIGITAIS NA PANDEMIA

2.1 MERCADO IMOBILIÁRIO E A PANDEMIA

De acordo com Ana Maria Castelo (2021), Coordenadora de Projetos da Construção do Instituto Brasileiro de Economia (IBRE) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), os primeiros meses da pandemia da COVID-19 assustaram o mercado imobiliário. Apesar do susto inicial, este segmento reagiu com adaptações aos recursos tecnológicos para as transações imobiliárias e manteve-se estável ao longo do ano de 2020, o que tem possibilitado boas expectativas para o ano de 2021.

Segundo Castelo (2021) o Índice de Confiança da Construção (ICST) subiu 5,2 pontos em junho de 2021 e registrou o segundo maior avanço consecutivo no ano. Essa alta foi a maior desde julho de 2020, quando o mercado começa a reagir após os primeiros quatro meses em queda por conta da pandemia. A autora afirma:

Com a maior alta mensal desde julho de 2020, o Indicador de Confiança da Construção recuperou o nível do início do ano. Vale destacar o avanço dos dois componentes, sinalizando uma melhora do ambiente de negócios atual com repercussão muito positiva sobre as expectativas. A pressão dos preços das matérias primas sobre os orçamentos e novos projetos não arrefeceu e continua sendo um dos grandes obstáculos às atividades das empresas. No entanto, prevaleceu a percepção de que a alta dos preços não está afetando a demanda, que voltou a crescer. A grande questão que se levanta é em que medida essa melhora se sustenta, ou seja, se a demanda suportará o repasse dos aumentos de custo.

Por outro lado, para Figueiredo e Rodrigues (2021), o mercado imobiliário no Brasil foi afetado quase que instantaneamente pelo anúncio da pandemia em março de 2020, ocasionando uma desaceleração da economia global. Essa crise teve como causa a paralisação da economia global por conta da quarentena decretada em todo o território brasileiro.

Os autores ressaltam alguns fatores que impactaram negativamente no mercado imobiliário como, por exemplo, a queda no consumo das vendas e de construção das obras, distratos de compromisso de venda e/ou compra, aumento da taxa de desemprego, no eixo das locações verificou-se a necessidade de renegociação de alugueis e conseqüentemente a postergação de lançamentos de novos empreendimentos imobiliários por parte das incorporadoras.

Nesse contexto, corroborando com os autores:

...analisando friamente os impactos causados no mercado imobiliário nacional, que vinha caminhando em uma próspera retomada em 2019 e início de 2020, conseguimos enxergar que o mercado declina, de fato, para uma nova crise, contudo, dependendo do plano de contingência e estratégia tomada por alguns players, podemos ser otimistas para o futuro do setor, que pode reservar boas oportunidades para essas empresas (FIGUEIREDO; RODRIGUES, 2021).

A pandemia gerou uma crise global em todos os eixos econômicos, mas com boa parte da população imunizada, os governantes tem estudado medidas para a retomada das atividades econômicas, respeitando-se as Organização Mundial da Saúde, com retorno gradual das atividades. No setor imobiliário, a queda de taxas de juros como a SELIC, em patamares mais baixo da história recente, traz um cenário promissor para o setor imobiliário. O avanço de Leis como a Lei do Distrato também tem ajudado a impulsionar o mercado imobiliário.

Diante desse cenário, o setor imobiliário se viu obrigado a alinhar planos estratégicos para suportar esse período de “crise”, adaptando-se ao uso de tecnologias para os serviços de transações imobiliárias para continuar com a performance otimista em anos anteriores.

2.2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL NA PANDEMIA

Com a pandemia houve a necessidade das pessoas em recriar, usar novos meios de comunicação digital e adaptar-se ao trabalho de forma remota. De acordo com Volpato (2021) os meios de comunicação, por meio das redes sociais, mais utilizados no Brasil no ano de 2021, em ordem de acesso, são: Facebook; YouTube; WhatsApp; Instagram; Facebook Messenger; LinkedIn; Pinterest; Twitter; TikTok e Snapchat.

As plataformas digitais se tornaram ferramentas de comunicação essenciais na pandemia. No setor imobiliário o uso de ferramentas digitais possibilitou a comunicação com o cliente, de forma online, e assegurar a continuidade nas negociações de vendas de imóveis. As imobiliárias recorreram ao celular como ferramenta de trabalho, muito mais que o próprio computador, utilizando, principalmente, os aplicativos do whatsapp e facebook para o atendimento do cliente.

O cotidiano das pessoas tornou-se integralmente virtual desde a comunicação, o ensino nas escolas e universidades, lives e cursos, lojas, supermercado e até mesmo o lazer. Nos últimos quase dois anos, as pessoas viveram novos tempos, cujas plataformas digitais e redes sociais foram essenciais para se “viver” em meio a pandemia do COVID-19.

Para as imobiliárias o uso de plataformas digitais foi o que assegurou as vendas, pois permitiu continuar com a comunicação entre as partes interessadas. As perdas não foram maiores, porque os corretores se reinventaram na forma de apresentar os imóveis, de atender os clientes e de fechar os contratos de forma digital. Com as plataformas digitais foi possível continuar com a vida num “novo normal”, ressignificando as transações imobiliárias.

2.3 FERRAMENTAS DIGITAIS PARA O MARKETING IMOBILIÁRIO

Com a pandemia o mercado imobiliário teve que recorrer a vários tipos de ferramentas digitais e criatividade para as imobiliárias não fecharem as portas e os negócios continuarem fluindo de forma estável. As ferramentas digitais foram indispensáveis no processo de comunicação e vendas. Qualquer imobiliária, atualizadas com as tendências do mercado imobiliário, está utilizando ferramentas digitais em sua rotina de trabalho.

Segundo Fazio (2021) as ferramentas digitais são:

Softwares, apps, plataformas ou programas que funcionam nos computadores ou smartphones com o intuito de facilitar, ou potencializar tarefas do dia a dia. Para o setor imobiliário, isso abrange qualquer tipo de plataforma que elimine ou diminua, a necessidade de ações analógicas e manuais na rotina. Desde softwares que centralizam a gestão financeira, até o gerenciamento de clientes e propostas.

O autor destaca os benefícios que essas ferramentas digitais podem trazer para uma empresa: Aumento na produtividade da equipe; Mais segurança nos dados; Melhora o fluxo de trabalho dos colaboradores; Ganho nos resultados; Melhora no relacionamento com o cliente; e, se manter atualizado com as tendências do mercado.

No marketing imobiliário podemos citar algumas ferramentas digitais, mas como exemplo, destaca-se a *Inbound Marketing* que gira em torno da inversão do

fluxo tradicional de relacionamento com o cliente, na qual o consumidor vem a imobiliária por conta própria. Para isso as imobiliárias precisam se auto divulgar por meio de ferramentas digitais como as redes sociais. Nessa estratégia, a imobiliária deve planejar ações para quatro etapas: Atração; Conversação; Fechamento do negócio; e, Análise.

Segue alguns exemplos de ferramenta digital *Inbound Marketing*: *RD Station Marketing*; *Hubspot Marketing Hub*; *Active Campaign*; *Mail Chimp*; e, *Ladlovers*. Utilizando-se como referência Fazio (2021), apresenta-se a seguir a descrição de cada uma dessas ferramentas digitais:

RD Station Marketing é um software que auxilia você e sua equipe de Marketing a se comunicar com seus clientes de maneira inteligente. Foi feito para gerar mais contatos e oportunidades de venda e provar que marketing digital funciona.

Hubspot é uma plataforma nas nuvens criada pela empresa de mesmo nome, é uma solução cloud, ou seja roda na nuvem através do seu navegador. É conhecido como uma solução "tudo em um" voltada para *Inbound Marketing*.

Active Campaign é uma plataforma que cria experiências otimizadas do cliente, com a automatização de vários processos internos de marketing, vendas e suporte. Com o *ActiveCampaign*, as empresas otimizam as experiências de seus clientes ao encontrar a combinação certa de automação e toque humano; Orquestrar as ações certas (seja enviando mensagens ou de outra forma) no momento certo; Combinar a inteligência do cliente com o seu negócio;

Mail Chimp é uma excelente ferramenta que dispara e-mail marketing, bom para quem trabalha, por exemplo, com e-commerce e ajuda a criar o layout das mensagens de uma empresa com templates e estrutura prontas, mas que permitem adicionar elementos e imagens.

Lead Lovers é a plataforma "Tudo em Um" para deixar você livre para pensar em negócios, não em ferramentas, muito útil a empreendedores que não dispõem de tempo e de habilidades para executar suas estratégias de marketing digital.

Outra ferramenta digital muito utilizada nessa pandemia para a comunicação tem sido o Whatsapp. Esse aplicativo é uma multiplataforma com mensagens de texto, chamadas de voz e chamadas de vídeo, para celulares smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos PDF,

além de fazer ligações grátis por meio de uma conexão com a internet. Para as imobiliárias, um dos benefícios desse aplicativo é poder mostrar um imóvel para o cliente por meio de uma chamada de vídeo, assim como o envio de documentos.

O Marketplace tem sido uma ferramenta para alcançar mais vendas e clientes de vários estados e cidades, também conhecida como mercado digital do Facebook. O Marketplace é como se fosse um shopping virtual, onde as pessoas vendem itens variados, sendo um deles imóveis.

3 A PANDEMIA E O MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS

3.1 IMPACTO DA PANDEMIA NO MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS

Com a pandemia todos tiveram que se adaptar e renovar suas atividades e no município de Matinhos não foi diferente, as imobiliárias tiveram que se reinventar e usar todos seus recursos para não perderem vendas e lucrarem mesmo em meio a pandemia. Foram usadas várias plataformas, vídeos e até drones para ajudar com as vendas, fazendo com que as vendas em vez de diminuir por causa da situação vivida na verdade elas aumentaram.

Em consulta a três imobiliárias de Matinhos constatou-se uma certa oscilação entre a estabilidade e a queda no número de contratos de locação e vendas. De acordo com o sócio-proprietário da imobiliária Eraldo Imóveis, Wellington Ferreira não houve um grande impacto nas vendas durante a pandemia. Segundo ele, o mercado segue equilibrado, mas foi necessário mudar a forma de atendimento ao cliente.

O corretor de imóveis da imobiliária JREI, Luis Paulo Giordano, explica que a situação atual dessa pandemia não influenciou nos negócios da empresa. A procura por imóveis não se alterou, independentemente desse isolamento social, pois mesmo antes da pandemia a venda de imóveis estava fraca. Por isso que do ponto de vista do corretor não houve grandes influencias no mercado imobiliário.

Diferente da opinião das duas imobiliárias, o gerente da Crescer Imóveis, Michel Wolf, relatou que houve uma queda de 70% nas transações imobiliárias, devido aos efeitos provocados pela pandemia do coronavírus, implicando no fechamento da empresa por algum tempo. Tiveram que se adaptar para retomar as atividades com os devidos cuidados de biossegurança. As expectativas é de que haja uma recuperação do mercado a partir do mês de setembro de 2021.

A imobiliária Crescer Imóveis recorreu as redes sociais e plataformas digitais para atender os clientes seja para vendas, locação e administração de condomínios. Segundo o gerente, é importante manter o canal de contato com os clientes, pois muitos deles são de outros municípios. Relatou que aproximadamente 80% dos clientes são de outras localidades. Então, foram utilizados os recursos oferecidos pelas redes sociais para estar próximo do cliente.

O corretor de imóveis Michel Wolf também é Diretor do Sindicato dos Corretores de Imóveis do Litoral, e afirma que dos 10 mil imóveis disponíveis nas praias do estado do Paraná, neste ano, apenas 3 mil foram locados. Representa uma queda significativa que mostra o quanto essa pandemia tem impactado nas vidas das pessoas.

Segundo estimativa de Carlos Dalberto Freire, presidente da Associação de Hotéis, Pousadas, Restaurantes, Bares e Similares do Litoral Paranaense, a ocupação dos hotéis de Matinhos não deve passar de 50% neste período entre Natal e Ano Novo. E alerta que no início de janeiro de 2022 podemos desencadear uma bomba relógio, caso os veranistas e turistas não mantenham os cuidados de distanciamento mínimo, uso de máscara e álcool gel.

De acordo com o corretor Michel Wolf os valores para locação ficaram até 20% mais superiores em relação ao ano anterior, sendo um dos fatores do aumento as férias escolares mais curtas, concentrando o movimento nas praias apenas no mês de janeiro.

O proprietário da Imobiliária Lada, Luiz Sérgio Lada, no mercado imobiliário de Matinhos há 13 anos, afirma que Caiobá já foi o terceiro metro quadrado mais valorizado do país e recentemente passou a ficar entre os mais baratos. Atualmente, a valorização imobiliária em Matinhos está começando a retomar o preço. De acordo com o diretor da imobiliária Habimar, Amauri Maurutto, com a retomada da movimentação do mercado de vendas, a tendência é valorizar os imóveis em Matinhos, por ser na praia, se igualando aos preços dos imóveis de Curitiba, ressalta que a carta de imóveis para locação despencou em 75% nos últimos 12 meses.

Para o delegado do Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Paraná (Creci) em Matinhos, Michel Wolff, cerca de 20% dos imóveis "flutuantes" que costumam ser ofertados para locação no fim de ano foram vendidos na baixa temporada. "A cidade tem uma demanda alta por imóveis, principalmente por causa daquelas pessoas que são vinculadas à universidade. Parte dos imóveis que era ocupada apenas na temporada passou a ter moradores fixos", diz.

3.2 ADAPTAÇÕES NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

O mercado imobiliário vem sofrendo algumas alterações em função da pandemia do Coronavírus. Alguns métodos foram adaptados para o atendimento ao

cliente, fazendo com que o processo de compra e locação de imóveis seja mais tecnológico. O uso de métodos digitais tem tornado as transações imobiliárias mais simplificadas, permitindo que muitos clientes possam visitar e escolher um imóvel sem a visita presencial.

A visita aos imóveis tornou-se virtual, o cliente não precisa mais ir até a imobiliária para buscar um imóvel, acessa o site da imobiliária que disponibiliza todas as informações relacionadas aos imóveis. Fotos e vídeos com câmera de 360° permite uma visão privilegiada dos cômodos de um imóvel. Essa praticidade pode ser feita de um computador e até mesmo pelo próprio celular.

Segundo Bauken (2021) os drones são outra alternativa para mostrar os imóveis, com imagens altamente valorizadas. As imagens aéreas para as imobiliárias valorizam o imóvel e o trabalho de corretagem, possibilitando mostrar não só a propriedade, mas também o entorno com elementos construtivos e naturais que atribuam mais valor a região. É uma forma de atingir um público maior, captando inclusive clientes de localidades distantes. Todo o processo de atendimento ao cliente é feito de forma remota, sem a necessidade do cliente se deslocar e estar presencialmente, ou seja, não há contato físico, desde a visita ao imóvel até o fechamento do contrato.

Essa adaptação no atendimento ao cliente, possibilitou que empresas imobiliárias e corretores de imóveis continuassem com os seus atendimentos, mas de forma virtual. Entretanto, quando começou a pandemia da COVID-19, alguns contratos com clientes estavam sendo finalizados e o recurso foi adaptar-se a outras maneiras tecnológicas para concluir essas negociações, com segurança e mantendo-se o isolamento entre as partes.

As imobiliárias tiveram que capacitar os corretores de imóveis e demais funcionários da empresa para operar as ferramentas tecnológicas e otimizar e agilizar de forma personalizada o atendimento ao cliente. Sendo um dos maiores desafios adaptar-se rapidamente para continuar no mercado imobiliário.

3.3 TRANSAÇÕES IMOBILIÁRIAS ADAPTADAS A PANDEMIA

Para Mendonça (2021) desde o início da pandemia da COVID-19 o setor imobiliário se deparou com novos desafios e buscou formas para contornar os

problemas. A adaptação aos recursos tecnológicos foi necessária para minimizar os impactos da pandemia. Os corretores de imóveis passaram a trabalhar em home-office e as demandas foram sendo atendidas de forma virtual. Quando necessário o contato presencial com o cliente foi-se respeitado as medidas de biossegurança. Os meios digitais permitiram transmitir os detalhes sobre os imóveis disponíveis e as visitas presenciais, quando desejada pelo cliente, eram agendadas para evitar a aglomeração das pessoas.

Segundo a autora, os avanços rumo à transformação digital impulsionaram o mercado imobiliário a explorar o potencial das tecnologias, utilizando-a não somente para o contato social, mas também para aumentar a visibilidade dos imóveis disponíveis nas imobiliárias. As plataformas online de anúncios foram as mais adotadas para as transações imobiliárias nesta pandemia. A compra e venda de imóveis depois de explorado o potencial das tecnologias, mostrou índices favoráveis, inclusive para as locações de imóveis residenciais.

O estilo de vida das pessoas mudou com a pandemia e as famílias passaram a repensar no modelo “ideal” de moradia para morar e viver bem. Esse novo pensamento motivou para o aquecimento do mercado imobiliário e uma nova leitura sobre a avaliação dos imóveis. Esse dinamismo imobiliário nacional mostrou a verdadeira adaptação da indústria à realidade do distanciamento social, a crescente digitalização dos processos, a novas metodologias de trabalho e uma relação mais próxima com as tecnologias.

O setor imobiliário precisou se reinventar e oferecer atrativos, ajustando os imóveis para atrair os compradores, instalando tecnologias nos imóveis que facilitem a vida dos moradores. Atualmente as tendências dos imóveis seguem a linha da tecnologia e automação, ou seja, os novos imóveis apresentam porteiro remoto, biometria e uso de inteligência artificial dentro dos comandos internos dos imóveis.

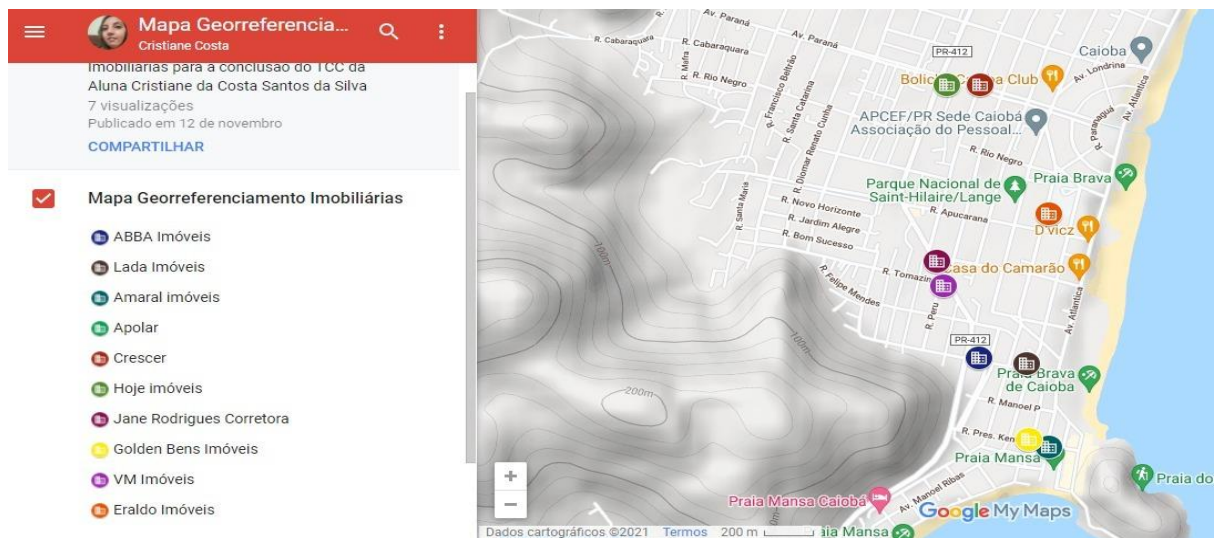
O mercado imobiliário tem se adaptado a esses novos tempos, todas as rotinas das negociações imobiliárias estão se adaptando às mudanças e com os profissionais que trabalham no setor imobiliário não seria diferente, precisaram se adaptar as linguagens digitais e se especializar para poder acompanhar as mudanças atuais. O corretor de imóveis precisou ser criativo, inovador e acima de tudo resiliente para adaptar-se ao novo.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

4.1 UNIVERSO AMOSTRAL

O universo amostral desta pesquisa foi constituído por imobiliárias no município de Matinhos-PR, conforme mostra a Figura 1 com mapa de localização.

FIGURA 1 – MAPA LOCALIZAÇÃO DAS IMOBILIÁRIAS



FONTE: A autora (2021).

Participaram desta pesquisa 10 imobiliárias, escolhidas aleatoriamente, sem critério definido e independente do tempo de atuação no mercado imobiliária. A seguir os nomes das imobiliárias participantes:

- Abba Imóveis
- Lada Imóveis
- Amaral Imóveis
- Apolar Imóveis
- Crescer Imóveis
- Hoje Imóveis
- Jane Rodrigues Corretora
- Golden Bens Imóveis
- VM imóveis
- Eraldo Imóveis

4.2 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Essa pesquisa iniciou com a proposta de eleger imobiliárias dos municípios de Matinhos, Guaratuba, Pontal do Paraná e Paranaguá. Foi elaborado um questionário no google forms (APENDICE 1) e enviado por email para 10 imobiliárias de cada município, totalizando 40 imobiliárias. As questões eram relacionadas ao uso de tecnologias nas imobiliárias em tempos de pandemia e foi dado o prazo de 10 dias para o retorno. Infelizmente, desse universo de 40 imobiliárias nenhuma respondeu o formulário.

Diante do insucesso repensou-se a estratégia de envio dos formulários. Anexou-se uma carta de recomendação da orientadora do TCC no formulário online e ligou-se para cada imobiliária, para confirmar o e-mail da imobiliária e solicitar a colaboração. A maioria das imobiliárias foram solícitas por telefone, mas, infelizmente, apenas duas imobiliárias retornaram o formulário preenchido.

Diante da dificuldade de coletar os dados, decidiu-se recortar o universo amostral apenas para as imobiliárias de Matinhos e decidiu-se pela abordagem presencial. Como tínhamos dois formulários respondidos, selecionou-se 8 imobiliárias de Matinhos, para fechar um universo amostral de 10 imobiliárias. Entregou-se o formulário impresso e deu-se um prazo de dois dias para o preenchimento. Todas responderam o formulário.

5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

As questões levantadas para refletir sobre os objetivos desta pesquisa foram: identificação; cargo na empresa; endereço eletrônico; uso da tecnologia nas vendas; quais tecnologias utilizadas; qual a visão sobre o uso das tecnologias; situação do trabalho remoto ou presencial; meio de divulgação dos imóveis; tipos de imóveis mais procurados nas imobiliárias. As reflexões sobre os conteúdos obtidos nas respostas estão a seguir apresentados nos QUADROS 1 a 6.

QUADRO 1 – AUMENTO OU NÃO DAS VENDAS COM O USO DAS TECNOLOGIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA

ABBA IMÓVEIS	AUMENTOU
LADA IMÓVEIS	AUMENTOU
AMARAL IMÓVEIS	AUMENTOU
APOLAR IMÓVEIS	AUMENTOU
CRESCER IMÓVEIS	AUMENTOU
HOJE IMÓVEIS	AUMENTOU
JANE RODRIGUES CORRETORA	AUMENTOU
GOLDEN BENS IMÓVEIS	AUMENTOU
VM IMÓVEIS	AUMENTOU
ERALDO IMÓVEIS	AUMENTOU

FONTE: A autora (2021)

Podemos observar no Quadro 1, que mesmo em meio a pandemia da COVID-19 as vendas aumentaram ao invés de diminuir. O uso das ferramentas digitais foi essencial para o aumento das vendas nas imobiliárias. Os corretores de imóveis com as linguagens digitais puderam continuar com suas vendas e contatos com clientes, alcançando novos clientes de outras localidades e municípios.

No Quadro 2 observa-se que os tipos de tecnologias utilizadas nas vendas durante a pandemia, destacando-se as seguintes plataformas e aplicativos: whatsapp, Facebook e Instagram além de plataformas de vendas utilizadas no dia a dia dos corretores de imóveis e algumas tecnologias como os drones que começaram a ser utilizados para tirar fotos ou gravar imagens de um imóvel para apresentar aos clientes.

QUADRO 2 – TIPOS DE TECNOLOGIAS UTILIZADAS NAS VENDAS NA PANDEMIA

ABBA IMÓVEIS	Whatsapp, Sites, Portais De Vendas, Vídeos
LADA IMÓVEIS	Redes Sociais, Sites De Busca E Equipamentos Para Fotografia
AMARAL IMÓVEIS	Whatsapp, Portais Imobiliários
APOLAR IMÓVEIS	Plataformas Digitais Pagas
CRESCER IMÓVEIS	Web Site, Portais De Vendas, Google, Instagram, Facebook Whatsapp
HOJE IMÓVEIS	Whatsapp
JANE RODRIGUES CORRETORA	Sites, Instagram, Facebook, OLX, Chaves Nas Mãos
GOLDEN BENS IMÓVEIS	Drones, Whatsapp, Facebook
VM IMÓVEIS	Whatsapp, E-Mail
ERALDO IMÓVEIS	Whatsapp, Facebook, Instagram

FONTE: A autora (2021)

No Quadro 3 pode-se entender que os corretores de imóveis não vivem sem as tecnologias, ainda mais nesse período tão delicado de pandemia e isolamento social, pois a tecnologia se tornou essencial tanto para comunicação com os clientes como para apresentação de imóveis para seus possíveis compradores.

QUADRO 3 – OPINIÃO DOS FUNCIONÁRIOS SOBRE O USO DAS TECNOLOGIAS

ABBA IMÓVEIS	Facilitou muito nas vendas
LADA IMÓVEIS	Muito importante na hora das vendas Um upgrade a mais na hora das vendas, um facilitador
AMARAL IMÓVEIS	
APOLAR IMÓVEIS	Essencial, venda de 80% através dela
CRESCER IMÓVEIS	Não vivem mais sem as tecnologias
HOJE IMÓVEIS	Indispensáveis nos dias atuais
JANE RODRIGUES CORRETORA	Algo essencial nos dias atuais
GOLDEN BENS IMÓVEIS	Essencial
VM IMÓVEIS	Como um progresso, por não ter que ficar correndo atrás de documentos
ERALDO IMÓVEIS	Melhor à oferecer

FONTE: A autora (2021).

No Quadro 4 observa-se que apesar das restrições de distanciamento social impostas pela pandemia da COVID-19, os corretores de imóveis preferiram atender os clientes de forma presencial, mas com as devidas medidas de segurança.

QUADRO 4 – ATUAÇÃO REMOTA OU PRESENCIAL DO CORRETOR DURANTE A PANDEMIA

ABBA IMÓVEIS	Presencial
LADA IMÓVEIS	Presencial
AMARAL IMÓVEIS	Presencial
APOLAR IMÓVEIS	Presencial
CRESCER IMÓVEIS	Presencial
HOJE IMÓVEIS	Presencial
JANE RODRIGUES CORRETORA	Presencial
GOLDEN BENS IMÓVEIS	Presencial
VM IMÓVEIS	Presencial
ERALDO IMÓVEIS	Presencial

FONTE: A autora (2021).

No Quadro 5 pode-se observar quais foram os meios usados pelos corretores para alavancar as transações imobiliárias para que as vendas não viessem a cair em meio a pandemia. E, também continuar negociando e vendendo, sem paralisar os negócios e ainda conseguir fechar mais negócios. Nesse sentido, fazer com que as imobiliárias continuassem a todo vapor mesmo em um momento tão crítico causado pela pandemia do COVID-19.

QUADRO 5 – MEIOS DE DIVULGAÇÕES DOS IMÓVEIS

ABBA IMÓVEIS	Portais, sites, videos
LADA IMÓVEIS	Placas e anúncios online
AMARAL IMÓVEIS	Portais imobiliários, sites e revistas
APOLAR IMÓVEIS	Plataformas digitais de anúncios
CRESCER IMÓVEIS	Web site, mídias digitais e portais de vendas
HOJE IMÓVEIS	Marketplace do Facebook
JANE RODRIGUES CORRETORA	Em várias plataformas da internet
GOLDEN BENS IMÓVEIS	Plataformas digitais
VM IMÓVEIS	Sites de mídias sociais
ERALDO IMÓVEIS	Sites

FONTE: A autora (2021).

QUADRO 6 – TIPOS DE IMÓVEIS MAIS PROCURADOS NA PANDEMIA

ABBA IMÓVEIS	Apartamentos e terrenos para construção
LADA IMÓVEIS	Imóveis novos e apartamentos
AMARAL IMÓVEIS	Apartamentos
APOLAR IMÓVEIS	Apartamentos com 3 quartos, e 2 vagas de garagem
CRESCER IMÓVEIS	Todos os tipos de imóveis
HOJE IMÓVEIS	Casa com quintal
JANE RODRIGUES CORRETORA	Todos os tipos de imóveis
GOLDEN BENS IMÓVEIS	Apartamentos
VM IMÓVEIS	Apartamentos e casas
ERALDO IMÓVEIS	Terrenos

FONTE: A autora (2021).

Podemos ver no Quadro 6 que mesmo em meio a pandemia não parou a procura por diferentes imóveis. Na verdade, a procura aumentou, principalmente, no litoral, onde a contaminação pelo COVID-19 foi menos agressiva em vista de outras cidades do Paraná. Os clientes continuaram negociando e novos clientes também foram surgindo interessados em adquirir um imóvel.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar o uso da tecnologia nas imobiliárias em tempos de pandemia da COVID-19, no município de Matinhos-Paraná. Constatou-se que mesmo com o caos, inseguranças e incertezas, inicialmente provocados por essa pandemia, as imobiliárias e corretores de imóveis de Matinhos se adaptaram as linguagens digitais e conseguiram manter o mercado imobiliário aquecido e com as negociações em alta.

A pesquisa mostrou que as ferramentas tecnológicas usadas foram fundamentais para abordagem aos clientes, de forma remota, e também para a venda dos imóveis, fazendo com que as vendas fossem impulsionadas cada dia mais, evitando que as imobiliárias fossem severamente afetadas pela crise causada pela pandemia.

Enfim, conclui-se que essa pandemia impactou as transações imobiliárias, implicando na incorporação das ferramentas digitais nas negociações imobiliárias, especialmente, no atendimento ao cliente de forma remota e nas visitas aos imóveis de forma virtual. Os corretores de imóveis se reinventaram e inovaram suas práticas profissionais, para adaptar-se a este novo cenário imobiliário, cuja tecnologia trouxe mais agilidade em todo o processo de negociação imobiliária,

REFERÊNCIAS

- Bauken, J. **Adaptações no mercado imobiliário na pandemia**. Disponível em: <https://josebaukenimoveis.com.br/adaptacoes-no-mercado-imobiliario-na-pandemia/> Acesso em: 28 nov. 2021
- Castelo, A. M. **Coordenadora do FGV IBRE destaca crescimento do setor imobiliário brasileiro, mas liga sinal de alerta**. Disponível em: <https://conteudos.quintoandar.com.br/setor-imobiliario-na-pandemia/> Acesso em: 10 set. 2021
- Fazio, I. P. **Conheça as 13 ferramentas digitais essenciais para sua imobiliária**. Disponível em: <https://refera.com.br/blog/ferramentas-digitais-imobiliaria/> Acesso em: 10 out. 2021
- Figueiredo, E. J.; Rodrigues, F. O. **Migalhas: os impactos da covid-19 no mercado imobiliário: crise ou oportunidade?** Disponível em: <https://www.colnotrs.org.br/noticias/visualizarnoticia/9302> Acesso em: 30 out. 2021
- Mendonça, I. **Pandemia x mercado imobiliário**. Disponível em: <https://www.crecies.gov.br/pandemia-e-mercado-imobiliario/> Acesso em: 25 nov. 2021
- Volpato, B. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em: 29 nov. 2021

APÊNDICE 1 – FORMULÁRIO APLICADO NA PESQUISA

1. Qual seu nome?
2. Qual seu cargo na Empresa?
3. E-mail
4. O uso das Tecnologias usadas em tempo de isolamento aumentou ou diminuiu as vendas?
5. Quais são as tecnologias usadas nas vendas de imóveis?
6. Como os funcionários da imobiliária veem o uso da tecnologia?
7. O trabalho dos corretores está sendo feito de modo remoto ou presencial?
8. De que forma está sendo feita a divulgação dos Imóveis?
9. Quais os tipos de imóveis estão sendo mais procurados na pandemia?