

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JOSÉ MARTIMIANO DA SILVA
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

GABRIEL AGNER
ANA JULIA ALVES
MURILLO DE SÁ
VICTOR MARCUS
SAMUEL DOS SANTOS

PROJETO DO TCC

Os desafios e os métodos adotados pelas empresas
imobiliárias
do estado de São Paulo no município de ribeirão preto em
decorrência da pandemia do coronavírus em 2020

Ribeirão Preto - SP
Junho/2021

DEDICATÓRIA

Dedicamos aos nossos pais e cônjuges, principais incentivadores, companheiros e Acreditadores em nosso potencial.

AGRADECIMENTOS

A Deus pela dádiva da vida e sabedoria, quais são as bases das nossas conquistas.

Ao professor Marcelo Alves pereira, por se disponibilizar a todo momento e nos ajudar dando total apoio e confiança.

Da mesma maneira aos alunos do 3ºADM_tarde que nos ajudaram durante toda essa jornada

A toda equipe administrativa da Etec José Martimiano da Silva, principalmente aqueles que sempre foram conselheiros e benevolentes durante toda nossa jornada.

RESUMO

Em decorrência da pandemia do coronavírus, todo o país e mundo foram afetados de diferentes formas e conseqüentemente os diferentes mercados também foram afetados, o setor imobiliário não foi diferente, porém ele conseguiu se sobressair de diferentes formas, esse trabalho traz a perspectiva diferente de todos os mercados, logo que diferente de vários outros esse mercado imobiliário acabou pôr em geral obter lucro em um momento em que vários outros mercados acabaram por fechar no vermelho.

Isso só foi possível por conta da flexibilização e capacidade de renovar de todo o mercado, trazendo à tona inovações não vistas antes no mercado, como trabalhos a distância com home office e compras de imóveis a distância.

O intuito desse trabalho foi trazer análises sobre o mercado de Ribeirão Preto e Região de São Paulo, analisando desempenho de funcionários e novas medidas tomadas durante o enfrentamento da pandemia, desempenho do mercado diante da pandemia, análise de gestão, análise econômica geral onde tudo isso favoreceu e fomentou o mercado imobiliário. Também foi estudada a análise geral da população diante de novos métodos de trabalho e a opinião da dos mesmo sobre o mercado em geral.

ABSTRACT

Due to the Corona Virus Pandemic, the whole country and world was affected from different ways and consequently the different markets around the world too, the real estate market wasn't different, but it stood out from different ways, this work brings a perspective different of all other markets, once different of all the others the real estate commerce in general made a profit in a moment that all the other countries and markets closed got on loss.

This was possible because of the flexibilization and capacity to innovate of this market bringing innovations that was never seen before, like working by distance with home office and buying by distance.

The purpose of this work was to bring an analysis about the commerce of Ribeirão Preto and São Paulo region, analyzing the performance of the collaborators and the new measures that the pandemic brought, the performance in front of the market due to the pandemic, management analysis, analysis of the economy in general and where it fostered the market. Also it was studied a general analysis of the population facing the new methods of work and the opinion of the market in general.

Lista de figuras

Figura 1 Trabalho em home office.....	27
Figura 2 Dispositivos mais utilizados.....	28
Figura 3 Produtividade e home office.....	28
Figura 4 Empecilhos do home office.....	29
Figura 5 Home office será uma tendencia?.....	30
Figura 6 Como o mercado imobiliário foi afetado pela pandemia.....	30
Figura 7 Imóveis de maneira digital.....	31
Figura 8 Aplicativos mais conhecidos.....	32
Figura 9 Mercado de investimento.....	32
Figura 10 Investimento em mercado imobiliário.....	33

Sumário

1. INTRODUÇÃO	9
1.2. Justificativa	10
1.3. Questões de pesquisa.....	10
1.4. Objetivos.....	10
1.4.1. Objetivo geral	10
1.4.2. Objetivos específicos.....	11
1.5. Métodos e técnicas de pesquisa	11
2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	12
2.1 Análise do mercado	12
2.2 O aumento da demanda.....	13
2.3 A Baixa da oferta.....	14
2.4 Transformação Digital	15
2.5 Digitalização do Mercado Imobiliário	16
2.6 Inovações trazidas pela digitalização do mercado	16
2.6.1 Atendimento Virtual	16
2.6.2 Atendentes Virtuais.....	16
2.6.3 Chatbots.....	16
2.6.4 Autoatendimento	17
2.6.5 E- mail.....	17
2.7 Realidade Virtual e Tour de 365°	17
2.8 Assinatura Eletrônica.....	17
2.9 Pandemia e home office.....	18
2.10 Vantagem e desvantagens	19
2.11 Gestão do tempo	19

2.12	Produtividade De vendas no mercado imobiliário	21
2.13	O que é produtividade de vendas no ramo imobiliário?	21
2.14	E o que não é produtividade de vendas?	22
2.15	Por que a produtividade de vendas é crucial para o mercado imobiliário?	22
2.16	Quais são os 4 pilares da produtividade De vendas no ramo imobiliário	22
2.16.1	Processos	22
2.16.2	Gestão	23
2.16.3	Tecnologia	23
2.16.4	Pessoas	23
2.17	Métodos de trabalho no Home office imobiliário	24
2.18	O que é o home office	24
2.19	Uso das ferramentas digitais	24
2.20	O trabalho de campo de um corretor imobiliário	25
2.21	Procure sempre ser organizado	25
2.22	Estabeleça horários - inclusive o de almoço	25
2.22.1	Homer app	26
2.22.2	Avalion	26
2.22.3	Tecimob	26
3	Pesquisa de campo	26
3.1	Entrevista com os candidatos	26
	Referências	35

1. INTRODUÇÃO

A pandemia do Coronavírus provocou diversas mudanças nos hábitos de vida das pessoas, inclusive na forma de trabalhar. Em meio às recomendações dos órgãos de saúde para o isolamento social, a solução encontrada por muitas empresas foi o trabalho remoto, conhecido como home office.

Mas essa medida, adotada com o propósito de resistir à crise pode causar impactos irreversíveis.

O sistema de trabalho *home office* (teletrabalho), adotado por grandes empresas, públicas e privadas, em função da pandemia do novo coronavírus, apresenta tendência de permanência na maioria das companhias, mesmo após uma futura volta à normalidade.

Da Costa (2005, p. 11) chama a atenção para o movimento que o Teletrabalho representa, deslocando o indivíduo dos escritórios para casa. Isso é o contrário do processo ocorrido no século XIX, quando os trabalhadores deixaram suas casas em direção às fábricas, passando a maior parte de seu tempo em suas atividades laborais.

Em 2003 André Brik deixou o emprego em uma agência de publicidade e, para manter a renda, começou a trabalhar de casa. A partir daí, o que era para ser provisório virou rotina. “Percebi que para os clientes não fazia diferença se eu estava em casa ou no escritório, porque o trabalho era entregue com qualidade. E eu tinha uma economia que era até mesmo repassada para os meus preços”, conta.

André Brik - “Trabalho é algo que se faz e não um lugar para onde se vai”. “É preciso haver uma quebra de paradigma. Home office não é mais uma questão de tendência, mas sim uma necessidade para empresas de qualquer porte”, ressalta Marina Brik. Tendo em vista o cenário atual do Brasil e suas mudanças e consequências para melhor desempenho das empresas, visamos buscar na Empresa Classic Imóveis suas renovações para se manter ativo em seu funcionamento e opiniões sobre produtividade dos funcionários com essas mudanças na empresa.

1.2. Justificativa

Vendo que o mundo e as empresas estão tendo que se reinventar e se adaptar com este acontecimento em decorrência da pandemia do coronavírus, vimos a oportunidade de criar um projeto sobre Os desafios e os métodos adotados pela empresa Classic Imóveis do estado de São Paulo no município de ribeirão preto em decorrência da pandemia do coronavírus em 2020.

A pandemia causou muitos transtornos para a sociedade e houve necessidade das empresas se reinventarem-se. Em função desse cenário faz-se necessário compreender os métodos utilizados pelas empresas para superar esses problemas.

1.3. Questões de pesquisa

Os funcionários tiveram produtividade positiva ou negativa em função da mudança de ambiente?

A empresa conseguiu se adaptar a sua nova forma de trabalho?

Como são feitas as reuniões e treinamentos que eram tão importantes antes da Pandemia?

Como ficaram as negociações, se há alguma diferença no online e no presencial?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo geral

Verificar mudanças e consequência das empresas imobiliárias em ribeirão preto em momento pandêmico

1.4.2. Objetivos específicos

1- Examinar se funcionários tiveram produtividade positiva ou negativa segundo mudança de ambiente

2-Verificar como a empresa se adaptou com sua nova forma de trabalho

3-Analisar como passaram a fazer as reuniões e treinamentos da empresa

4-Verificar como ficaram as negociações, se há alguma diferença no online e no presencial

1.5. Métodos e técnicas de pesquisa

Este projeto é um estudo de caso De empresas imobiliárias em Ribeirão Preto – SP. Foi utilizado o método de pesquisa básica, o qual objetivo gerar conhecimentos de suas metodologias para se manter em funcionamento, uma vez que o contexto pandêmico trouxe alterações na forma de trabalhar e locomoção.

A fim de proporcionar maior familiaridade com a situação, a pesquisa foi exploratória envolvendo um levantamento bibliográfico do histórico de metodologias em sua mudança ocasionado pela pandemia na empresa, bem como a inovação de suas mudanças. Tendo o propósito da coleta de dados e a transformação desses em informações, a pesquisa é exploratória e qualitativa por estudar as mudanças ocorridas na empresa com a pandemia da Covid-19.

2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

2.1 Análise do mercado

Em decorrência da pandemia todos os setores da sociedade foram afetados, mas isso se mostrou menor comparado ao setor imobiliário, sendo que em plena pandemia o mercado imobiliário segundo FIPE (Fundação instituto de pesquisas econômicas) cresce 26% se comparado ao mesmo período no ano anterior, Os Números baixos favorecem a contratação de financiamentos imobiliários. Com Juros baixos, mais brasileiros puderam então realizar o sonho da casa ou apartamento próprio. Mas isso não significa uma vida tranquila para as imobiliárias, logo que mesmo que pouco a pandemia ainda sim influência.

Motivado por um ambiente de Juros baixos, a taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e de Custódia) mais baixa da história e um incentivo a aquisição de imóveis para moradia ou investimento o mercado se sustenta e cresce, porém o volume de lançamentos diminuiu consideravelmente, com projetos adiados restrições com as construções por conta de medidas de saúde e sanitárias, somado a incertezas econômicas que preocuparam empresários.

Com mais vendas do que lançamento, o estoque (unidades novas na planta e em obras caíram 12,3% desde o fim de 2019 chegando em 2020 com muitas demandas e com uma oferta saudável na visão da CBIC, sendo necessário (se seguir o mesmo ritmo de vendas) 10 meses para escoar o estoque. Ou seja, se não houver grandes lançamentos de nos próximos 10 meses não haverá oferta para tal demanda.

“O resultado foi muito positivo. Os números de 2020 foram superiores ao que imaginávamos que poderia acontecer no começo da pandemia”. Avaliou o presidente da CBIC (Câmara Brasileira da Indústria da Construção) José Carlos Martins em entrevista para o site Correio Braziliense (2021). “O resultado das vendas de imóveis é extremamente significativo. A maioria dos setores teve queda

no ano passado” como por exemplo o setor industrial (-12,3%) setor de investimentos (-15,4%) consumo das famílias (-12,5%) entre outros.”

2.2 O aumento da demanda

O aumento do Home Office fez com que a procura de imóveis com varandas, vistas desimpedidas e espaços dedicados seja uma das maiores buscas dos clientes. Desde o início da pandemia a procura por apartamentos maiores, com cômodos mais definidos e espaços para trabalho remoto. E o desejo por casas também subiu. Segundo o site Quinto Andar, mostra que ficou mais fácil de se vender imóveis de maiores proporções coisa que antes da pandemia não era tão requisitado.

O que fez com que Imóveis maiores fossem mais requisitados foi a falta de espaço, como exemplo Julia Stabel, de 26 anos que foi vencida pelas limitações de pequenos espaços. Antes Julia morava em um studio de 35m² e afirmou que (2020) em entrevista ao G1 “Antes da quarentena, tudo ia bem. Ambos trabalhavam fora e se encontravam à noite. Com o início da pandemia, e deslocados para o home office, tiveram de encaixar duas estações de trabalho no local, diminuindo ainda mais o espaço.” O que fez com que a designer se mudasse para um apartamento de 64M² sendo que 20m² são apenas a varanda.

Com uma análise simples de mercado é possível analisar que há uma necessidade de imóveis maiores e de áreas de lazer melhores e o mercado se adapta a isso como sempre. “É uma tendência, sim, e corretoras dão indicativos que vão pisar no freio nos lançamentos de apartamentos muito pequenos” Afirma Laudimiro Cavalcanti diretor executivo do CRCRJ (Conselho Regional de Corretores do Rio de Janeiro) em entrevista ao G1 economia (2020).

Além disso outra necessidade que se foi constatada foi que, antes da pandemia as regiões mais procuradas eram dos grandes centros urbanos, depois que pandemia se instaurou a procura se voltou a áreas mais periféricas da sociedade logo que não há mais a necessidade constante de acesso facilitado a transporte público, metro e afins.

2.3 A Baixa da oferta

Com o avanço surpreendente das vendas de imóveis durante a pandemia alguns lugares do Brasil acabam com baixos estoques de imóveis, na cidade de São Carlos- SP os estoques estavam zerados e a precisão de unidades é 311% maiores do que do ano passado (2019) e, 2-2- foram construídas 456 unidades, quantidade que passara para 1873 em 2021.

"Os projetos que lançamos no ano passado estão todos 100% vendidos, então temos bastante espaço para novos empreendimentos e como a cidade tem absorvido bem os negócios, estamos projetando aumento no número de lançamentos. São negócios em várias regiões de São Carlos, temos lançamentos em todas as entradas principais da cidade" relata José Pedro Donadon diretor comercial da empresa José Pedro Donadon em entrevista ao AcidadeOn (2021).

No país, o cenário de avanço nos negócios é impulsionado pela baixa nos juros do financiamento habitacional como já dito anteriormente. Também pode ser explicado pelo ímpeto de investidores que veem no mercado imobiliário um bom negócio que podem render bons dividendos. Longe do sobe e desce da bolsa e do rendimento anêmico da poupança e renda fixa, quem tem dinheiro parado está comprando imóveis.

Logo que com a baixa da oferta e a alta da demanda, investidores que tem vários imóveis podem lucrar e muito nesse mercado, e apesar de ser um bom negócio, há poucos investidores logo que 85% dos que compram é para moradia e apenas 15% para investimento.

O mercado imobiliário movimenta uma longa cadeia, desde a produção do cimento, aço, passando para serviços de engenharia, arquitetura, bancos, fazendo com que o mercado imobiliário puxe para cima todos esses outros setores, e hoje por meio de subsídios do governo por meio da casa verde amarela, sucessor da minha casa minha vida, facilita ainda mais esse mercado ascendente.

"Com a mudança do Minha Casa para o Casa Verde e Amarela houve uma alteração no valor de imóveis aceitos em São Carlos, que passou para o teto de cidades de médio porte, com mais de 250 mil habitantes. Isso favoreceu os nossos negócios em imóveis de R\$ 205 mil que eram desenquadrados no programa do governo". Compara José Pedro Donadon (2020).

2.4 Transformação Digital

Em consequência da chegada e desenvolvimento da pandemia da Covid19, o setor imobiliário igual a diversos outros setores, teve que se adaptar a uma nova realidade de incertezas, adotando medidas para enfrentar alguns desafios, como o distanciamento social e as diversas mudanças ocorridas nesse mercado durante a pandemia para conseguir se manter e evitar maiores prejuízos. Uma das medidas adotadas foi a transformação digital.

A transformação digital trata-se de um processo utilizado pelas empresas visando o aprimoramento do seu desempenho, o aumento da sua área de atuação e a otimização do desenvolvimento do negócio com o uso da tecnologia, que se tornou algo importantíssimo e indispensável na atualidade (SOGALPOES, 2021, on-line).

Está ocorrendo uma grande transformação no mundo, não apenas nas formas de comunicação informais, mas também no ambiente de negócios com aplicativos, plataformas de comunicação, automação com o uso de ferramentas e estratégias inovadoras de marketing digital (SALUTE, 2019).

Afirma Salute (2019) que:

A forma como as pessoas estão sempre conectadas na internet, seja por meio dos celulares, dos notebooks ou dos tablets, faz com que o modo de agir delas modifique-se em diversos aspectos, entre elas na sua maneira de consumir. Assim, as empresas precisam modificar suas formas de lidar com o público, entre elas o seu ambiente geral no mundo dos negócios, de modo a conseguir alcançar melhor os seus clientes e conseguir mais vendas de forma efetiva. Esse conceito vai permitir com que o mercado imobiliário se reinvente por completo, mudando a sua forma de funcionar, tornando ele cada vez mais digital, otimizando as suas diversas áreas, trazendo maior rapidez e qualidade dos serviços prestados e também na sua modernização utilizando novas tecnologias, fazendo assim, com que as empresas imobiliárias avancem cada vez mais nesse nova era digital.

2.5 Digitalização do Mercado Imobiliário

A digitalização das imobiliárias vem crescendo, e se tornando cada vez mais comum junto com muitas outras inovações desenvolvidas nesse mercado. As novas tecnologias estão sendo cada vez mais cobradas pelos clientes, serviços personalizados e conectados com o mundo digital estão se tornando cada vez mais comuns e necessários para se tornar competitivo no mercado, contribuindo ainda mais a digitalização do mercado imobiliário.

Hoje, produzir um bom produto, elaborar ótimas estratégias de venda ou desenvolver um bom serviço de suporte técnico não são suficientes. O relacionamento do consumidor e a empresa mudou, assim como mudou o que ele espera de um produto ou serviço. (UMOV.ME, 2020)

“Segundo dados da Abrainc (Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias), o lançamento de imóveis no primeiro trimestre de 2021 teve um crescimento de 39%, em relação ao mesmo período do ano passado.” (IMPACTO, 2021, online).

As vendas também cresceram com 21% em comparação ao mesmo período de 2020, portanto, não faltaram trabalho e nem demanda nas imobiliárias, o foco agora passou a ser outro, o atendimento de maneira remota.(IMPACTO, 2021).

2.6 Inovações trazidas pela digitalização do mercado

2.6.1 Atendimento Virtual

É um tipo de atendimento em que as empresas utilizaram ferramentas digitais e a inteligência artificial com o intuito de atender os clientes de forma rápida e fácil, os principais tipos são:

2.6.2 Atendentes Virtuais

são programados para responder a mensagens ou dígitos curtos.

2.6.3 Chatbots

“são robôs de atendimento que funcionam por meio de inteligência artificial e podem ser implementados em chats nos sites das empresas e também nas redes sociais”. (ZENDESK, 2021)

2.6.4 Autoatendimento

“Com o autoatendimento os clientes conseguem encontrar sozinhos as soluções para seus problemas sem que haja a necessidade de um terceiro ajudá-lo. As [FAQs](#) são um bom exemplo de autoatendimento. (ZENDESK, 2021).

2.6.5 E- mail

pode ser considerado uma forma de atendimento virtual, pois é possível configurar respostas automáticas, isso automatiza o processo e mantém os clientes atualizados e informados sobre suas requisições. (ZENDESK, 2021).

2.7 Realidade Virtual e Tour de 365°

Em consequência do isolamento social imposto pelos governos de todo o mundo, muitas lojas e comércios fecharam e os atendimentos não puderam mais ser feitos de forma presencial, então tiveram que se adaptar a essa nova realidade. Nas imobiliárias uma das estratégias utilizadas foi a visitação dos imóveis de forma virtual.

O uso de ferramentas tecnológicas como sites e aplicativos junto com a inteligência artificial, permitiu com que os clientes pudessem visitar os imóveis de forma totalmente virtual com qualidade, conforto e praticidade.

2.8 Assinatura Eletrônica

A assinatura eletrônica foi mais uma das estratégias usadas pelas imobiliárias, ela permite com que o cliente faça a assinatura de forma fácil e rápida com menos burocracias, além de economizar tempo e recursos como o papel, evitando assim o desperdício e sendo mais sustentável respeitando o meio ambiente.

2.9 Pandemia e home office

Com o alerta da OMS, o Ministério da Saúde do Brasil definiu uma série de medidas a serem adotadas para o combate ao coronavírus. E, para adequar-se a essas diretrizes, muitas empresas suspenderam total ou parcialmente suas atividades ou, quando foi possível, passaram a operar na modalidade de home office. A interrupção de diversas atividades produtivas teve impactos imediatos na força de trabalho, mas esses impactos atingiram, de forma desigual, o contingente de trabalhadores/as. De acordo com Barbosa, Costa & Hechsher (2020), trabalhadores/as que já se encontravam em condições desfavoráveis, tais como jovens, pretos/as, mulheres, pessoas pouco escolarizadas e informais, foram mais afetados/as pela crise, perdendo emprego e renda em proporções maiores do que os grupos privilegiados.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), o trabalho remoto ou home office -- termo comumente utilizado no Brasil para designar essa modalidade -- pode ser definido como atividades realizadas em espaços diferentes dos escritórios centrais, sendo a integração entre os profissionais mediada por tecnologias digitais como smartphones, laptops e computadores desktop, entre outros. Cabe destacar que as expressões telework, home office, virtual work, telecommuting e remote work são indiscriminadamente empregadas quando se associa o trabalho desenvolvido fora do cenário laboral. Nos últimos anos, o home office ganhou força entre os brasileiros :um levantamento feito pelo InfoJobs, empresa de tecnologia para recrutamentos, mostrou que o número de vagas home office cresceu cerca de 85% no início de 2021.

“Ainda registramos perdas importantes da população ocupada (-3,7%), mas já tivemos percentuais maiores, que chegaram a 12% no auge da pandemia. Estamos observando, portanto, uma redução no ritmo de perdas a cada trimestre. No computo geral, contudo, temos menos 3,3 milhões de pessoas trabalhando desde o início da pandemia”. (Adriana Beringuy, analista da Pnad Contínua, 2021.)

Por afetar de forma desigual a força de trabalho, a pandemia trouxe impactos diversos para diferentes grupos ocupacionais. Se, conforme anteriormente relatado, ampliou a parcela de trabalhadores/as excluídos/as do mercado de trabalho, por outro forçou trabalhadores/as em condições mais favoráveis a adaptarem-se ao trabalho remoto, como forma de manterem seus empregos. A estratégia do trabalho remoto ou home office foi adotada por 46% das empresas brasileiras. Todavia, a iniciativa desse tipo de trabalho acentuou a desigualdade social já mencionada. Uma pesquisa encomendada pela C6 Bank e realizada pelo Datafolha mostra que as classes A e B foram as que mais conseguiram aderir ao home office, configurando 52% dos trabalhadores desse grupo. Na classe C, esse foi o caso de apenas 29% dos profissionais; e os trabalhadores pertencentes às classes D e E representam percentuais ainda menores de adoção do home office: 26%.

2.10 Vantagem e desvantagens

A adoção repentina do home office durante a quarentena obrigou os profissionais e suas famílias a adaptarem-se à nova realidade: os trabalhos domésticos se intensificaram devido à ausência dos serviços habitualmente contratados; escolas e universidades passaram a ter o conteúdo ministrado através de plataformas digitais; os encontros sociais e as atividades físicas passaram a ser feitos à distância. Tais mudanças produziram impactos diversos na vida profissional dos trabalhadores brasileiros, o que motivou a realização de estudos recentes com vistas a analisar os efeitos na produtividade do trabalho da adoção do home office, no contexto da pandemia.

Entre tudo as vantagens de aderirem o Home Office para os profissionais são: Maior liberdade profissional, privacidade desde que planejada, Redução de custos (aluguel, transporte, refeição e infraestrutura básica), Facilidade de obtenção de franquias que não exigem pontos comerciais, definição do próprio horário de trabalho, planejamento dos próprios rendimentos, rendimentos superiores aos níveis convencionais de mercado, autogerenciamento profissional.

Ao contrário as desvantagens são: Falta de atualização profissional em processos gerenciais, ambiente de trabalho confinado (antissocial).

2.11 Gestão do tempo

Para Winter (apud MÖLLER, 2012) o teletrabalho seria uma vantagem para o profissional, pois o mesmo possuiria maior autonomia sobre seu tempo e o modo de realização de suas atividades; no entanto, para Costa e Tremblay (apud BARROS; SILVA, 2010), a disponibilidade do teletrabalhador pode ser parcial, ou seja, não necessariamente estar em casa, com a família, significa que o mesmo conseguirá proporcionar atenção aos seus familiares durante o horário de trabalho. O fato de o indivíduo poder estar em casa e realizar suas funções em seu ambiente pessoal; exige do mesmo uma gestão do seu próprio tempo. Saber dividir e separar o tempo 14 para as atividades profissionais e as atividades com os familiares é fundamental. Os data. Torna-se de extrema importância a associação de tarefas à serem executadas e o tempo limite para cada uma delas. No entanto é considerável resaltar que cada indivíduo é diferente do outro, e cada um deve adotar seu estilo de gerenciamento de tempo que mais lhe beneficiará; como explica Mancini (2007):

Como todas as pessoas são diferentes, cada uma deve adotar o estilo de gerenciamento de tempo que seja mais adequado às suas próprias necessidades. Alguns princípios até se aplicam à maioria de nós (como estabelecer prioridades, planejar com antecedência, delegar responsabilidades), mas outros precisam ser adaptados, levando em consideração as demandas individuais (MANCINI, 2007, p.19).

Outro fato de extrema relevância é o ambiente em que se trabalha. Se o indivíduo possui dentro da sua casa um escritório, ou um ambiente mais “profissional” e calmo, terá maior facilidade em desenvolver suas atividades do que o profissional que não possui tal ambiente. É importante que o profissional procure um bom ambiente, para que fique confortável, e o seu tempo torne-se mais produtivo, como explica Mancini (2007, p.72) “seu ambiente de trabalho é importante na administração do tempo. Se ele for eficiente e confortável, você poderá ser mais produtivo; caso contrário, pode roubar-lhe precisas horas”. Outro fator considerável são as tecnologias que o indivíduo possui no auxílio a realização de suas atividades. Quanto maior as ferramentas tecnológicas utilizadas pelo profissional, maior será seu desempenho. De acordo com Menna (2008) as tecnologias potencializam a forma de controle sobre as atividades executadas pelos profissionais em qualquer ambiente que eles estejam tornando-se possível consequentemente, tanto o profissional que possui ligação a

uma organização externa a trabalhar em casa, quanto um indivíduo que trabalha como autônomo, gerir suas funções em qualquer lugar que achar necessário.

2.12 Produtividade De vendas no mercado imobiliário

Você sabia que grande parte das imobiliárias costuma perder em oportunidades o mesmo número de vendas que realiza? Isso pode significar que seu time poderia ter o dobro de resultados que tem hoje.

Como isso é possível, é fácil tendo uma melhor produtividade de vendas na sua imobiliária.

Times produtivos têm mais chances de apresentar maior previsibilidade de resultados, equipes com desempenhos consistentes e de alta *performance* e menor ramp-up.

É por isso que imobiliárias de todos os portes estão buscando melhorar a produtividade das suas equipes como forma de impactar seus resultados.

No entanto, é importante salientar que aumento de produtividade e aumento de produção não são a mesma coisa!

Bom, neste artigo, nós da DNA de vendas, vamos trazer um pouco da nossa experiência para falar sobre produtividade de vendas no ramo imobiliário, como ela funciona e como pode ser aplicada no seu negócio!

2.13 O que é produtividade de vendas no ramo imobiliário?

Produtividade de vendas no ramo imobiliário é a capacidade de produzir mais resultados (ou seja, vender mais) com menos ou os mesmos recursos (financeiros e de equipe).

Para alcançar esse objetivo, as imobiliárias e corretoras devem alinhar os 4 Pilares da Produtividade: processos, gestão, tecnologia e pessoas

Dessa forma, é possível garantir um time que trabalha de forma otimizada, entregando o máximo de resultados.

O modo mais fácil para fazer isso é implementando novos hábitos de trabalho na cultura organizacional do negócio.

Quando todo o time está engajado e entende que a mudança trará resultados positivos para todos, os resultados são sentidos em pouquíssimo tempo!

2.14 E o que não é produtividade de vendas?

muito fácil confundir produtividade de vendas com aumento de produção, no entanto, são conceitos bem diferentes.

Quando existe aumento de produtividade de vendas quer dizer que tempo e recursos foram mais bem aproveitados e a sua equipe teve um desempenho melhor com os mesmos artifícios que já utilizava.

Um exemplo: dobrar as vendas sem ter aumentado o número de profissionais de vendas na equipe ou a quantidade de leads gerados

2.15 Por que a produtividade de vendas é crucial para o mercado imobiliário?

O ramo imobiliário lida com vendas bastante complexas e, muitas vezes, únicas, já que não é usual que um mesmo comprador volte a fechar negócio novamente. Pensando por esse lado, a produtividade de vendas se torna ainda mais essencial para o ramo imobiliário, não é?

A partir da aplicação das técnicas e ferramentas adequadas, é possível notar rapidamente diversos efeitos no fluxo de trabalho e na Estratégia de vendas, como:

- aumento de resultados
- diminuição de custos
- otimização de tempo
- alcance de metas
- Corretores e equipes mais bem preparados e motivados

Sem esses itens, a equipe não performa bem e, por consequência, a imobiliária não consegue ter um crescimento saudável.

2.16 Quais são os 4 pilares dá produtividade De vendas no ramo imobiliário

2.16.1 Processos

Ter um processo de vendas bem definido é o passo básico de uma equipe de alta performance. No entanto, você sabia que até as grandes empresas podem falhar nesse quesito?

Fluxo de trabalho enxuto, com etapas bem definidas, e aplicação efetiva do funil de vendas são a chave para um processo de vendas com alto nível de entrega.

2.16.2 Gestão

Um dos maiores *gaps* de um líder dessa área é não conseguir identificar os KPLS de vendas de forma adequada ao ramo de imóveis.

Muitas vezes vemos líderes que já passaram por outros negócios de vendas e querem aplicar a mesma estratégia na imobiliária, no entanto, é claro que não vai dar certo. Afinal, esses indicadores irão variar de acordo com estratégia, nicho, objetivo etc.

Por isso, trabalhar a gestão de vendas assertiva ao negócio é crucial para uma produtividade alta.

2.16.3 Tecnologia

Tecnologia, vendas e ramo imobiliário são melhores amigos. Hoje, é impensável ter um processo de vendas totalmente manual, afinal existem infinitas ferramentas que irão otimizar o tempo de trabalho.

Ter um CRM de Vendas, como um Software para divulgações de imóveis, por exemplo, é fundamental, já que ele possibilita acompanhar o *lead* em toda a sua jornada, desde a captação e qualificação até a venda em si e o pós. Essa ferramenta garante a organização e o acompanhamento adequado do potencial cliente, sem deixá-lo esquecido no volume de informações.

2.16.4 Pessoas

O que seriam das vendas sem as pessoas? Elas são a parte principal desse processo. Por isso, é preciso investir na equipe para uma alta produtividade.

Entender o perfil de cada profissional de vendas e saber quais são as habilidades e competências necessárias para compor a equipe e capacitações, como treinamento de vendas, é crucial.

2.17 Métodos de trabalho no Home office imobiliário

O mercado imobiliário nesses últimos anos mudou muito tendo novas demandas e exigências na nossa sociedade.

Então vamos entender um pouco mais sobre isso:

2.18 O que é o home office

Em sua definição home office nada mais é que um escritório em casa. Onde o profissional reserva um cômodo em sua residência que tem espaço para os materiais e moveis necessários para cumprir as suas funções e obrigações.

Esse método de trabalho não era usado por muitas pessoas com algum vínculo com organizações ou empresas, era mais popular pelos chamados “freelancers”, no entanto com o avanço das tecnologias muitos trabalhadores estão apostando nesse conceito, trabalhadores de quase todos os segmentos do mercado.

2.19 Uso das ferramentas digitais

Um corretor home office teve ter como melhor amiga a tecnologia, não tenha medo de investir em uma internet mais rápida e em equipamentos de qualidade, pois eles são recursos importantes para sua comunicação com os clientes e sempre busque atualizar a sua carteira de imóveis.

Também é interessante o uso de softwares imobiliários, pois podem ajudar a automatizar suas tarefas, liberando tempo para que você montar melhores estratégias de relacionamento e marketing para os clientes.

2.20 O trabalho de campo de um corretor imobiliário

Trabalhar em home office não significa que o trabalho de campo não tenha que ser feito, inclua na sua rotina eventos imobiliários, atendimento a clientes, encontros de networking, apresentação de imóveis e as fotografias dos imóveis cadastrados, também procure visitar a região dos seus imóveis converse com moradores locais para saber mais do dia a dia da região, eles podem fornecer informações diferenciadas e preciosas que podem servir na hora da negociação com seus clientes.

Uma novidade são os espaços de coworking, se tiver que realizar um encontro presencial com seus clientes e não tiver espaço no seu local de trabalho, pode usar um desses espaços que são compartilhados com diversas pessoas e tem total infraestrutura, tendo de baias a salas de reuniões, com diversos equipamentos a reserva é feita por hora e costuma compensar pelo valor.

2.21 Procure sempre ser organizado

Tente ser extremamente organizado, criando listas de tarefas semanais e diárias, traçando metas e objetivos e para avaliar a sua performance usa métricas, pois é fundamental para otimizar seus resultados como corretor home office ter uma postura profissional, organização e disciplina.

Também pode ser interessante utilizar os CRM (Customer Relationship Manager) pois eles recolhem dados de todos os visitantes de seu site imobiliário. Conforme o usuário navega por suas páginas, as informações necessárias são recolhidas ajudando você a criar um atendimento personalizado, para auxiliá-lo em suas ações.

2.22 Estabeleça horários - inclusive o de almoço

Um corretor de imóveis home office deve dispor de uma rotina saudável, sem pender para exageros, pode ser um problema acabar trabalhando demais ou de menos por estar em casa e para evitar isso estabeleça horários com uma hora de almoço.

3 ferramentas uteis para um corretor de imóveis home office:

2.22.1 Homer app

Um aplicativo pioneiro no setor imobiliário, utiliza-se de inteligência artificial para realizar conexões entre corretores de imóveis em todo o país.

Para ajudar os corretores a formarem parcerias entre si e a plataforma garante negócios de uma forma rápida, prática e segura com comissão aos corretores.

2.22.2 Avalion

Uma ferramenta que avalia os imóveis, seu acesso e por via website, a avaliação de um imóvel pode ser cara e demorada e o perfil do consumidor exige velocidade e agilidades nas informações que também tem que ser precisas, Após o cadastro do usuário basta escolher o tipo de avaliação, preencher os dados do imóvel e o raio de abrangência da pesquisa.

2.22.3 Tecimob

Uma ferramenta que auxilia o corretor na criação de um site responsivo otimizado para todos os dispositivos, ele oferece sites gratuitos para o corretor seus empreendimentos e imóveis na maioria dos sites sem gastar nada.

3 Pesquisa de campo

O tema central deste trabalho é apresentar o impacto econômico que em decorrência da pandemia do novo coronavírus trouxe para o mercado imobiliário e para o home office medida adotada durante a pandemia na cidade de Ribeirão Preto interior de São Paulo, a pesquisa foi realizada de maneira online por meio da plataforma Google Forms, por conta de medidas de distanciamento social promovido pela OMS (Organização Mundial da Saúde). A pesquisa foi realizada no período do dia 12 ao dia 14 de novembro de 2021 e foram obtidas 56 respostas da população de diferentes classes econômicas e diferentes faixas etárias.

3.1. Entrevista com os candidatos.

O modelo proposto foi distribuído por E-mail e Redes sociais como WhatsApp e Facebook. O levantamento da pesquisa revelou que

- A população acredita q o mercado foi afetado positivamente pela pandemia.
- Home office se mostra um tendencia para os próximos anos.
- Apesar de parecer tendencia, grande maioria das pessoas afirmaram q se tornaram menos produtivas.

Para critério da avaliação de desempenho foi a autoavaliação do entrevistado, de antes da pandemia (2019) para o estado atual (2021). Diante deste cenário 50% dos entrevistados já trabalharam em home office como mostrado na figura 3.1

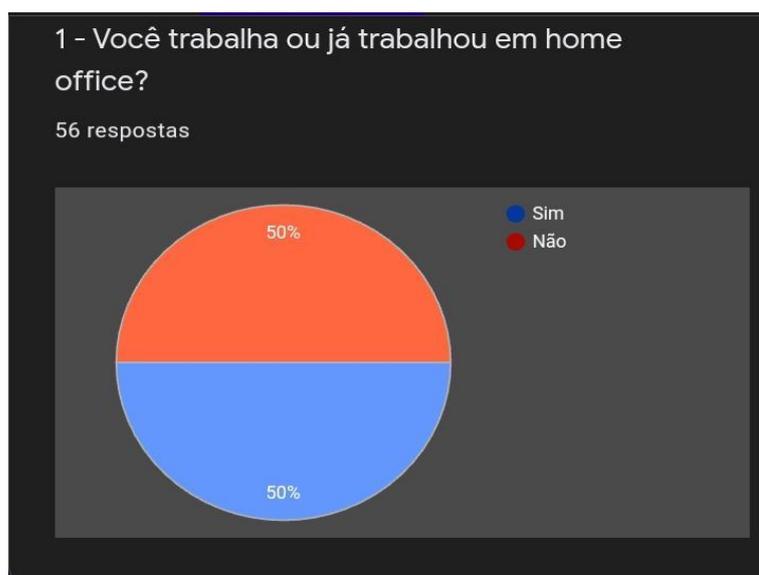


Figura 1 Trabalho em home office.

Fonte: elaborado pelos autores (2021)

Sobre os dispositivos utilizados pelas que pessoas que se juntaram ao trabalho por via remota, em sua maioria estão smartphones (26,8%) seguido de Notebooks (25%) e então seguido de Computadores (19,6%)

Todas as instituições ou a maioria tiveram q se adaptar as mudanças e o home office foi uma dessa mudanças que mais foram visadas pelas grandes empresas.

Porém se mostra na pesquisa q apenas 50% aderiram a mesma, (o resultado pode ser alterado caso usado uma amostragem maior).

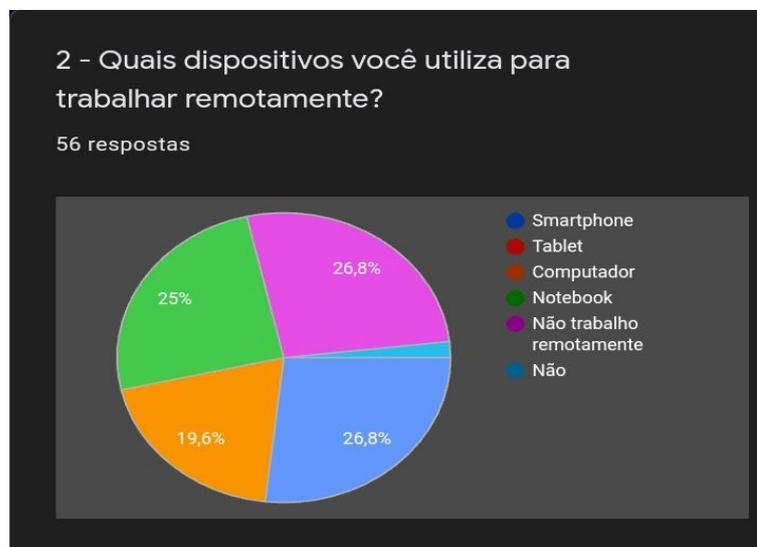


Figura 2 Dispositivos mais utilizados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Na seguinte pergunta é questionado ao entrevistado se houve aumento na produtividade remotamente em relação ao presencial, e as respostas de quem trabalhou remotamente são que em geral se manteve o normal (26,8%) seguido de que a produtividade aumentou com (23,2%).

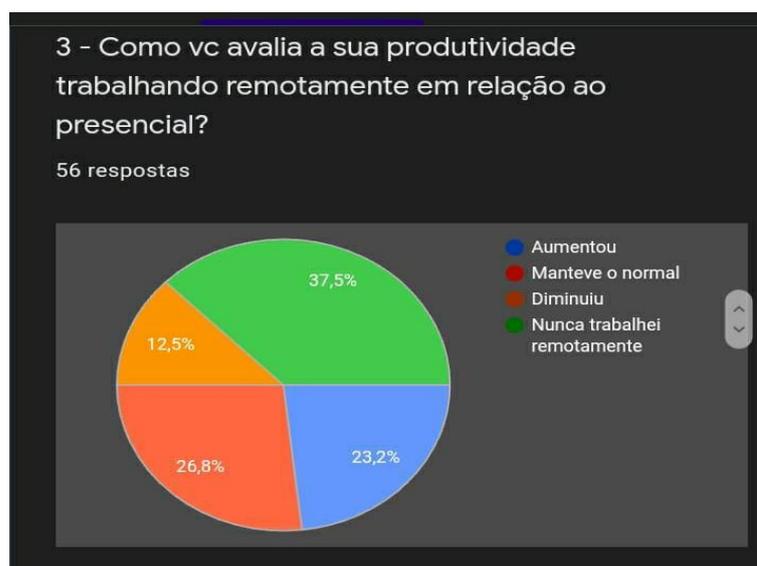


Figura 3 Produtividade e home office

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Os maiores empecilhos que diminuíram a produtividade foram conexões ruins (23,2%), seguido de cansaço (16,1%), barulho (12,5%). Como mostra na figura 3.4.

Sendo o cansaço uma das maiores empecilho que diminui a produtividade pode ser causado por excesso de trabalho que a pandemia causou, na questão anterior é relatado que a produtividade aumentou, logo o excesso de trabalho acaba causando cansaço

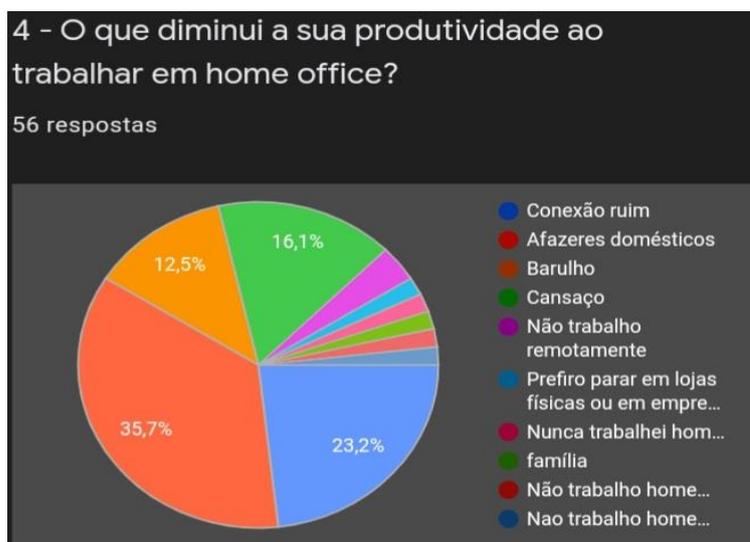


Figura 4 Empecilhos do home office

Fonte: Elaborado pelos autores

Porém mesmo com esses empecilhos, a grande maioria acredita que o home office será uma tendencia (60,7%) sendo seguido de talvez seja um uma grande tendencia (23,2%). Como mostrado na figura 3.5



Figura 5 Home office será uma tendencia?

Fonte: Elaborado pelos autores

Chegando em perguntas a respeito do mercado imobiliário, perguntando a opinião do entrevistado de como o mercado foi afetado pela pandemia do Covid19, sendo a grande maioria respondendo que foi afetado positivamente (42,9%), seguido de afetado negativamente (33,9%). Como mostrado na figura 3.6

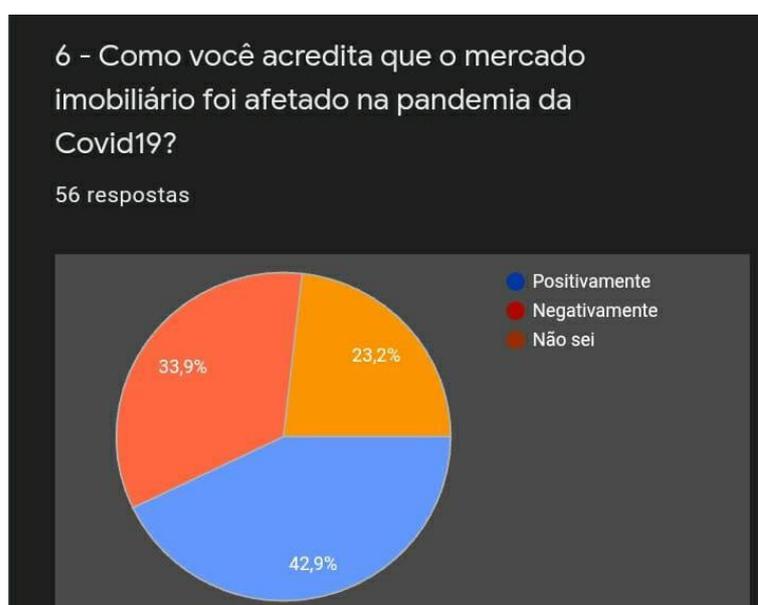


Figura 6 Como o mercado imobiliário foi afetado pela pandemia.

Fonte: Elaborado pelos autores

Em seguida foi questionado para o entrevistado se o mesmo compraria ou alugaria um imóvel de maneira digital, visando que a pandemia forçou imobiliárias a trazer novos métodos de venda remota, 50% dos entrevistados afirmaram que sim, compraria ou alugaria imóveis de maneira digital, seguindo de Não (33,9%). Como mostra a figura 3.7.



Figura 7 Imóveis de maneira digital.

Fonte: elaborado pelos autores.

É questionado ao entrevistado qual a plataforma de vendas imobiliárias mais conhecidas, sendo que a maioria dos entrevistados (44,6%) não conhecia nenhuma plataforma de venda imobiliária online, então os mais conhecidos são respectivamente: Zap Imóveis (21,4%), Viva Real (16,1%), Quinto Andar (14,3%). Como mostra a figura 3.8.

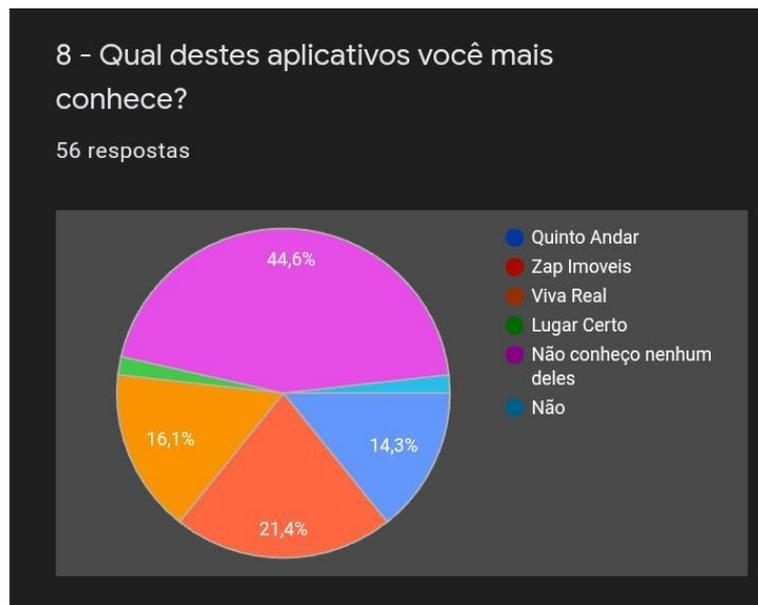


Figura 8 Aplicativos mais conhecidos.

Fonte: elaborado pelos autores.

É perguntado então ao entrevistado, qual é o mercado que o mesmo se sente mais confortável em investir, sendo respectivamente: Ações (44,6%), imobiliário (28,6%) e Criptomoedas (14,3%). Como mostrado na figura 3.8

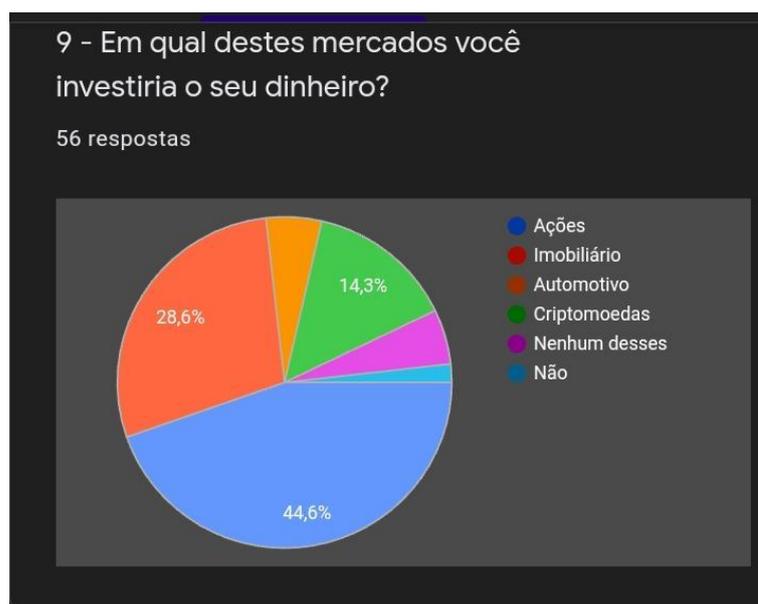


Figura 9 Mercado de investimento.

Fonte: elaborado pelos autores.

E a última pergunta do questionário é feita ao entrevistado se já havia realizado algum investimento no mercado imobiliário, sendo uma minoria apenas que já havia realizado o investimento com apenas 14,3% dos usuários e 85,7% nunca tendo investido no mercado imobiliário. Como mostrado na figura 3.9



Figura 10 Investimento em mercado imobiliário.

Fonte: elaborado pelos autores.

4 Conclusão

Diante da pandemia empresas tiveram que de alguma maneira dar a volta por cima logo que todo o mercado mundial foi afetado de alguma maneira e com o mundo digital que temos hodiernamente é importante de se notar que apesar de tudo é justamente por conta disso que esse mercado diferente de tantos outros conseguiu se manter e até mesmo, superar vendas de anos passados chegando a ter uma baixa de oferta para tanta demanda. E tudo isso foi possível por conta que a flexibilização das empresas analisadas, que adotaram métodos mais tecnológicos e modernos de trabalho logo que atualmente é possível fazer isso graças a tecnologia, adotando como o home office como mencionado durante o trabalho e métodos de vendas a distância como por vídeo chamadas, fazendo possível a realização de venda de imóveis para quem mesmo não estava no país ou na cidade em questão.

Tudo isso vem atrelado com a maior baixa de juros histórica do país que caiu justamente durante a pandemia e outros fatores que também ajudaram a influenciar o meio como a taxa Selic tendo também, uma de suas maiores baixas.

Logo podemos até tomar como conclusão parte da biologia onde Charles Darwin afirma que “não é o mais forte que sobrevive, mas o melhor que se adapta sobre as mudanças.” Ou seja, o mercado que melhor se adaptou na pandemia melhor se sobressaiu.

Referências

Por Sogalpoes, Pandemia acelera digitalização do mercado imobiliário brasileiro. Disponível em: <https://blog.sogalpoes.com.br/pandemia-acelera-a-digitalizacao-do-mercado-imobiliario-brasileiro/>

Acesso em: 22 de Setembro de 2021

Por “Blog da Salute”, Transformações digitais das imobiliárias. Disponível em: <https://blog.saluteimoveis.com/a-transformacao-digital-das-imobiliarias/>

Acesso em: 22 de Setembro de 2021.

Por “blog da Impacto”, Digitalização no mercado imobiliário: use a tecnologia e se destaque!. Disponível em: <https://impac.to/artigos/digitalizacao-no-mercado-imobiliario-use-a-tecnologia-e-se-destaque/>

Acesso em: 22 de Setembro de 2021.

Por Umov.me, Transformações digitais nas imobiliárias. Disponível em: https://mkt.umov.me/transformacao-digital-imobiliarias?_gl=1*6swn24*_ga*YW1wLWVvTXk3cUIGR0FnRXFDTnZfX1VJcjZVeE4b3VPdkJHZ1RRazVjSHpMaVROb1c1NWg4NXo0Q1pvOU9FbUICdmY.

Acesso em: 23 de Setembro de 2021.

Por Silva,D; Web Content & SEO Associate; LATAM, O que é atendimento virtual, quais são as principais formas e vantagens e desvantagens?. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/atendimento-virtual-o-que-e/>

Acesso em: 24 de Setembro de 2021.

por Velti | Segurança, O que esperar do home office no brasil, disponível em: <https://veldi.com.br/o-que-esperar-do-futuro-dohome-office-no-brasil/> acesso em: 06 de junho 2021

DA COSTA, Isabel de Sá Affonso. Controle em Novas Formas de Trabalho: teletrabalhadores e o discurso do empreendimento de si. Cadernos EBAPE.br,

Volume III, Nº 1, março de 2005. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas (EBAPE), 2005.

Por Luísa, trabalho é a tarefa, não o local, diz livro de home office, Disponível em : <https://exame.com/negocios/trabalho-e-a-tarefa-nao-o-local-diz-livro-de-home-office/>
Acesso em: 08 de junho 2021

Por Darlan Alvarenga | Tombo recorde do PIB veja os setores mais afetados na pandemia.
<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/09/01/tombo-recorde-do-pib-veja-setores-mais-e-menos-afetados-na-pandemia.ghtml>
Acesso em: 10 de setembro 2021.

Por “Blog da Arbo” Ao contrário do que muitos especialistas pensaram, a pandemia favoreceu o crescimento do mercado imobiliário 2020. No webinar “Mercado imobiliário cresce mais de 20% em 2020” você confere todas as informações <https://blog.arboimoveis.com.br/mercado-imobiliario/mercado-imobiliario-2020/#:~:text=Mercado%20imobili%C3%A1rio%202020%3A%20o%20panorama%20geral&text=Entretanto%2C%20o%20que%20se%20p%C3%B4de,imobili%C3%A1rio%20cresceu%2026%25%20em%202020>. Acesso em 10 de setembro 2021

Por Estadão conteúdo “Mercado IMobiliario fecha 2020 cm alta de 9,8% nas vendas diz CBIC <https://www.infomoney.com.br/economia/mercado-imobiliario-fecha-2020-com-alta-de-98-nas-vendas-diz-cbic/>

Aceso em 10 de setembro 2021

Por Fernando Righi Pandemia muda perfil de demanda por imóveis na Capital <https://diariodocomercio.com.br/economia/pandemia-muda-perfil-de-demanda-por-imoveis-na-capital/>
Acesso 17 de setembro 2021

Por Bruno Moraes “com estoques baixos, construtoras de são carlos projetam mais lançamentos em 2021”
<https://www.acidadeon.com/saocarlos/economia/NOT,0,0,1580876,com-estoques-baixos-construtoras-de-sao-carlos-projetam-mais-lancamentos-em-2021.aspx>
Acesso 17 de setembro 2021.

Agência Brasil (2020). Covid-19: Veja como cada estado determina o distanciamento social. Recuperado de: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/covid-19-veja-como-cada-estadodetermina-o-distanciamento-social> ACESSO EM: 15 DE SETEMBRO

Barbosa, A. L. N. H.; Costa, J. S.; Hecksher, M. (2020). Mercado de trabalho e pandemia da covid-19: Ampliação de desigualdades já existentes? In: Mercado de

Trabalho: conjuntura e análise, n.69, p.55-63. Recuperado de https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=36187&Itemid=9. doi: 10.13140/RG.2.2.18383.10408

OIT (2017). Relatório da OIT destaca oportunidades e desafios na expansão do trabalho a distância. Recuperado de <https://nacoesunidas.org/trabalhando-a-qualquer-hora-em-qualquer-lugarnovo-relatorio-destaca-oportunidades-e-desafios-na-expansao-dotrabalho-a-distancia/>

POR VITOR NUZZI, DA RBA- Com taxa recorde, país se aproxima de 15 milhões de desempregados e 6 milhões de desalentados. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/economia/2021/06/taxa-recorde-desempregados-desalentados/> ACESSO EM: 12 DE SETEMBRO

Agência Brasil (2020b). Home office foi adotado por 46% das empresas durante a pandemia. Recuperado de: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>

Savic, D. (2020). Covid 19 and work from home: Digital transformation of the workforce. The Grey Journal, 16(2), 101-104.

EMPREENDEDORISMO | ABERTURA DE EMPRESA - Confira as vantagens e desvantagens do home office. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/vantagens-e-desvantagens-do-home-office,78f89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>

MANCINI, Marc. Como administrar eu tempo: 24 lições para se tornar proativo e aproveitar cada minuto no trabalho. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

MARQUES, Carolina Sampaio. Motivação e Qualidade de Vida no Trabalho: um estudo sobre a flexibilização de carga horária em universidades públicas. 2012. Especialização (Especialista em Gestão Pública) - UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

MENNA, Josiane Ribeiro. Trabalho remoto: modos de inserção e adaptação à organização do trabalho numa empresa de tecnologia. 2008. Monografia (Departamento de Ciências Administrativas) - UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. MÖLLER, Millene. Teletrabalho: os efeitos das evoluções tecnológicas nas relações de trabalho. 2012. Monografia (Bacharel em Direito)- UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

Por group software | Produtividade de vendas no mercado imobiliário: como aplicar na sua empresa e melhorar seu negócio. Disponível em: <https://www.groupsoftware.com.br/blog/produktivade-de-vendas-no-mercado-imobiliario/> ACESSO EM: 20 DE SETEMBRO DE 2021