

**FATORES ECONÔMICOS E SÓCIO AMBIENTAIS ELENCADOS NAS  
NEGOCIAÇÕES DE COMPRA DE IMÓVEIS: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO  
USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELO MERCADO IMOBILIÁRIO**

ÁLVARO JOSÉ PERIOTTO <sup>1</sup>

MATEUS XAVIER DE LIMA <sup>2</sup>

TANIA REGINA CORREDATO PERIOTTO <sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Doutorado em Engenharia de Sistemas e Computação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1992), com Especialização em Gestão de Projetos (2021) e graduando em Gestão de Negócios Imobiliários pelo Centro Universitário de Maringá-UNICESUMAR.

<sup>2</sup> Mestrado em Engenharia Civil (PPGEC) pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2018). Professor Mediador do Centro Universitário de Maringá – UNICESUMAR.

<sup>3</sup> Doutorado em Ecologia (2008) e Pesquisadora em pós-doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Maringá-UEM.

## **FATORES ECONÔMICOS E SÓCIO AMBIENTAIS ELENCADOS NAS NEGOCIAÇÕES DE COMPRA DE IMÓVEIS: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PELO MERCADO IMOBILIÁRIO**

### **RESUMO**

O artigo se estabelece no contexto dos processos de compra de imóveis, os quais envolvem diferentes etapas e decisões pautadas por um grupo de fatores alinhados com o viés mercadológico do bem patrimonial além de outros, considerados igualmente fundamentais a princípio, identificados com os aspectos afetos à qualidade de vida e aos valores sócio ambientais. Pontuados exemplarmente, esses fatores são repassados em análise, ponderando-se as estratégias das negociações sob a ótica das aplicações das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), especialmente evidenciadas com as apropriações realizadas pelo setor imobiliário em resposta à crise sinalizada pela pandemia do COVID-19. Nas reflexões a respeito, percebeu-se um claro direcionamento das aplicações para a sustentação de estratégias que abarcam os fatores mercadológicos, refletindo uma prática já convencionada nas abordagens e processos de vendas do setor. Direta ou indiretamente, tais posturas acabam por acentuar a predominância de mecanismos mercadológicos sobre os projetos e empreendimentos que se apoiam nas fragilidades do planejamento urbano, em detrimento dos valores socioambientais. Dessa forma, também desperdiçam a oportunidade do uso dessa tecnologia para conciliar o estabelecimento de diferenciais na dinâmica do Mercado Imobiliário e os valores subjetivos, individuais de seus clientes e coletivos da sociedade, determinados por melhores condições de qualidade de vida, pelo progresso socioeconômico e pelo desenvolvimento sustentável focado na responsabilidade socioambiental.

**Palavras-chave:** Recursos e aplicações da tecnologia digital. Negócios imobiliários. Valores socioambientais. Qualidade de vida.

## 1 INTRODUÇÃO

Considerada uma importante conquista, a compra de um imóvel pode ter outras motivações: adequação a uma nova realidade familiar, busca por melhor qualidade de vida, investimento num bom potencial financeiro, dentre outros.

O processo de negociação do imóvel envolve diferentes etapas e decisões pautadas por suas características específicas, aspectos legais e formas de pagamento, que se somam a outros aspectos potencialmente decisivos: adequação aos valores pessoais, proposta do empreendimento em relação aos bens coletivos, alinhamento com as propostas de desenvolvimento socioambiental, dentre outros. O gerenciamento dessa vasta gama de informações é fundamental para sustentação das estratégias e direcionamento das negociações de venda, seja na forma mais pragmática de avaliar o imóvel, como um bem, ou seja no encaminhamento de propostas para quem procura por um “lar em uma cidade em desenvolvimento” para se morar.

Embora, na busca por maior efetividade para realização dessas ações, seja comum o emprego de recursos e aplicações das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), por favorecem análises críticas mais abrangentes, verificou-se que, mesmo frente à crise sinalizada pela pandemia do Covid-19, o setor imobiliário reagiu rápido, recorrendo a essa tecnologia para alcançar condições viáveis para manutenção de suas atividades nos patamares de competitividade no mercado.

Nesse contexto, esse artigo toma por objetivo posicionar as estratégias e práticas do mercado imobiliário, através dos fatores determinantes nas negociações, considerando a apropriação e uso das TDICs para maior eficiência de seus processos e eficácia de seus propósitos, ponderando em suas estratégias os aspectos econômicos e os valores inerentes ao desenvolvimento socioambiental.

Justifica-se essa proposta pelo fato dos diferentes canais das informações digitais, o compartilhamento e a virtualização já se consolidarem como realidades que se abrem às organizações do setor imobiliário e que também devem ser transparentes aos clientes e cidadãos, que ocuparão os imóveis negociados e que prezam por valores subjetivos em meio ao desenvolvimento das cidades e evolução da ocupação ambiental. Logo, é importante entender as formas de engajamento e como essa tecnologia está sendo usada no nicho de

mercado para analisar como esse movimento pode refletir, de forma sistêmica, no planejamento das cidades, frente às críticas ao chamado capital imobiliário e à pressão que exerce sobre o planejamento do desenvolvimento socioambiental sustentável e aos anseios subjetivos por melhor qualidade de vida.

Esse artigo é pautado por articulações feitas através de consultas a anotações próprias e de textos especializados, com a expectativa de contribuir para o fomento das discussões envolvendo as vertentes do desenvolvimento socioambiental e gestão de negócios imobiliários com o suporte da tecnologia digital.

A revisão da temática, primeiramente trata dos fatores primordiais para as negociações imobiliárias de cunho mercadológico, separados dos fatores fundados nos valores de qualidade de vida e sustentabilidade dos empreendimentos. Trata também do uso recorrente das TDICs pelo setor imobiliário em suas estratégias e posiciona o desenvolvimento socioambiental sob pressão do capital imobiliário. Nas considerações finais discute esses elementos sob as perspectivas do acesso às informações digitais, refletindo sobre as limitações das abordagens de negócios e a relativa desatenção para com os conteúdos alinhados com qualidade de vida, sustentabilidade e desenvolvimento das cidades, itens que desafiam as estratégias de vendas do setor imobiliário.

## **2 O SETOR IMOBILIÁRIO VISTO ATRAVÉS DOS FATORES DETERMINANTES NAS NEGOCIAÇÕES, USO DAS TDICs E PLANEJAMENTO SOCIOAMBIENTAL**

A negociação da compra de um imóvel pode se restringir à busca de um investimento que “caiba no bolso” ou favoreça ganhos futuros e à burocracia da documentação para “precar-se de dores de cabeça”. Entretanto, aqueles que procuram por uma casa ou apartamento ideal para sua família, realizações e melhor qualidade de vida, demandam por informações repletas de significados, que favoreçam experiências e evidenciem valores e que os auxiliem na melhor escolha.

Em levantamento prévio, realizado através de mídia especializada, ficou evidenciado um conjunto de fatores abordados pelo setor imobiliário nos processos de venda de imóveis, alguns agrupados pelo viés econômico do mercado e outros, alinhados com a qualidade de vida e valores sócio ambientais.

## 2.1 FATORES DETERMINANTES NAS NEGOCIAÇÕES DE IMÓVEIS

Nas operações do setor imobiliário, evidencia-se um grupo de fatores identificados com o viés econômico do mercado, que abordam os atributos de valoração do imóvel, enquanto um bem patrimonial: localização e planta do Imóvel; documentação e trâmites; infraestrutura e instalações de serviço e lazer.

A localização estabelece uma referência determinante no padrão, preço e valorização do imóvel para o mercado imobiliário: bairros nobres, em expansão ou próximo da área central das cidades, via de regra, valorizam seus imóveis e têm maior procura em relação aos imóveis localizados em regiões mais distantes ou com menos infraestrutura (RACON, 2021). Em seu entorno a proximidade com comércios, serviços de saúde, parques e opções de lazer também contribuem para essa avaliação. Porém, a presença de terrenos baldios, construções velhas e inóspitas, ocorrências de casos de furtos e riscos, ou mesmo a falta de opções de transporte público desfavorecem o local (ALVES, 2021).

A planta de um imóvel reflete sua estrutura e a distribuição dos cômodos. Os imóveis pequenos oferecem poucas opções para adaptações como os espaços para *home office*, tão demandados. Nos apartamentos, os cômodos que recebem a luz solar, vagas de garagem vinculadas, elevadores e sistema de segurança, são elementos relevantes para a avaliação do imóvel (VISTORIASIMPLES, 2021).

Segundo Alves (2021), a documentação e seus trâmites determina 20% da interrupção nas vendas de imóveis. As normas jurídicas próprias, dispositivos legais, averbações e burocracia de contexto requerem atenção para assegurar as garantias das operações. Dependendo da região e valor negociado, os impostos, documentos e serviços do trâmite formal agregam gastos estimados entre 6% e 8% do valor do imóvel (NORONHA, 2021).

Embora a infraestrutura da construção seja determinada pelos projetos arquitetônico e de engenharia, sua execução e os materiais empregados repercutem na segurança e prevenção de problemas estruturais. Por outro lado, os acabamentos, pisos, louças, metais e instalações de vidros conciliam uma decoração adequada com praticidade e resistência (FRANZOLIN, 2021). Já a tecnologia de automação de operações, comunicação e segurança, inerentes aos condomínios são opcionais importantes para as casas, requerendo infraestrutura e qualidade de serviços de acesso à Internet. De forma análoga, opções comuns nos condomínios -

piscina, academia, playground, salão de jogos e área gourmet– também podem ser agregadas às casas. Contudo, por implicarem em custos de instalações, equipamentos e manutenção, exigem uma análise criteriosa.

Na compra de um imóvel, os aspectos alinhados com a qualidade de vida são levantados a partir do perfil da família e suas necessidades, para serem verificados dentre as características do imóvel para os direcionamentos. Idealmente, os empreendimentos imobiliários deveriam se integrar a uma concepção sistêmica de qualidade de vida, perpassada pela ecologia e suas propostas, pois ao vislumbrar os impactos positivos para as pessoas, também devem considerar seu meio e, além de preservar suas características como um bem social, também precisam absorver as propostas de sustentabilidade de resultados ambientais saudáveis.

Qualidade de vida é um termo amplo e multidisciplinar que, sendo “uma área de pesquisa recente, encontra-se em processo de afirmação de fronteiras e conceitos” (ALMEIDA et al, 2012, p.15). Assim, o senso comum emprega o termo para estabelecer um padrão de bem-estar, concepção que se tornou corrente no meio imobiliário e se tornou referência contemporânea: uma moradia que possui características potencialmente positivas, irá contribuir para incrementar a qualidade de vida. Mas se acumular aspectos desfavoráveis, levam a uma vida estressante. Longe de esgotar a lista dos fatores relacionados a esses aspectos, pontuamos a seguir aqueles que se mostram recorrentes nas negociações: segurança e vida social; proximidade com áreas verdes, de lazer e prática de exercícios ao ar livre; soluções para personalização, sustentabilidade e acesso à tecnologia.

A segurança, inerente às casas e apartamentos em condomínio, é referência para desfrutar de um lar tranquilo com serviços e dispositivos de prevenção, controle de acesso e monitoramento. Contudo, é essencial que se conheça a segurança região, levantando indicadores de riscos e as opções que equacionam a rotina e os deslocamentos de acesso ao trabalho, escola e opções de lazer, comércio, bancos, dentre outros (MUNDORH, 2021).

Almeida et al. (2012, p.40) consideram que, qualquer que seja a concepção sobre qualidade de vida, “existe uma íntima relação entre este campo de conhecimento, a área da saúde e a prática de atividade física”. Desta forma, embora as academias, piscinas e outros espaços sejam alternativas para bem-estar físico, mental e social, a proximidade com locais arborizados, parques, ou a área litorânea, é um contraponto ao estresse da vida urbana e à

agitação do dia a dia, proporcionando tranquilidade e estimulando atividades que harmonizam com o cotidiano e renovam as energias (MUNDORH, 2021).

Como forte tendência, os imóveis deverão absorver múltiplas funcionalidades para atender à “pluralidade de pessoas que viverão em espaços comuns” ABRAIN (2019, p.37). Porém, o conceito de sustentabilidade dos imóveis, que alia o emprego de materiais e tecnologias não convencionais em sua estrutura e seus espaços, determinando proteção à natureza, parece ter penetração apenas junto a um público com pretensões diferenciadas, mesmo que o mercado imobiliário aponte um potencial de valorização sob a perspectiva de certificações ou sinalizadas por fundos de investimento (NEO, 2021; ABRAIN, 2019).

Irreversível mesmo é a tecnologia digital e suas aplicações, que determinam como as pessoas se integram à sociedade contemporânea a partir de suas residências. Além das demandas de serviços como luz, água encanada e coleta de lixo, o acesso à Internet, que já substituiu a telefonia e TV e alternativas para segurança e automação, tornou-se imprescindível para atender a família, com suas especificidades e pluralidades.

## 2.2 RECURSOS E SOLUÇÕES DAS TDICS EMPREGADAS PELO SETOR IMOBILIÁRIO EM SUAS ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO

As transformações econômicas e sociais ganharam novas dimensões com inovações cíclicas das TDICs aderentes ao cotidiano das pessoas, revolucionando a comunicação e a cognição, instigando os diferentes setores a se engajarem na virtualização de seus recursos e aplicações, pela conectividade de seus dispositivos. O comportamento dos consumidores mudou e os ambientes de negócios passaram a depender de aplicações que “rodam” na nuvem para acesso remoto e interação online, orientadas por processos que alcançam todas as etapas de vendas de produtos e serviços, inclusive no controle e integração das operações internas, de parceiros e agentes públicos e nas relações com os clientes (PERIOTTO, 2015).

Essas condições, são igualmente determinantes para que cerca de 56% dos processos de negociação de imóveis sejam realizados online, liberando os gestores para as iniciativas estratégicas e ações próprias do marketing digital imobiliário (PERIOTTO, 2020; VISTORIASIMPLES, 2021). Nesse cenário, o website empresarial assumiu uma condição de aglutinar os canais de informação, interações e experiências virtuais. Sua principal

funcionalidade é ancorar recursos, componentes e aplicações estratégicas e próprias do marketing digital, com responsividade às buscas do Google, integração com as aplicações de redes sociais, ativação do funil de vendas, dentre outras (PERIOTTO, 2020).

Além do posicionamento da marca, de seu staff e portfólio de serviços, website empresarial oportuniza acesso às soluções de um ambiente virtual completo para atender aos aspectos fundamentais das operações e estratégias empresariais de *front office*. Entre os recursos estruturais observados junto aos websites do setor imobiliário, identificamos e passamos a detalhar os mais recorrentes: Blogs; Integração com Redes Sociais e Portais de Vendas; Gestão funcional de relacionamentos; apropriação de Soluções das TDICs.

Os blogs são constituídos por posts frequentes de artigos sob uma temática relevante para o público alvo com vistas a atrair contatos e criar oportunidades de negócio e evoluir no funil de vendas. Conforme Patel (2021, p.20), permitem às empresas “falar” e “serem ouvidas” por interessados, se esclarecerem e serem guiadas por notícias e releases ilustrados com infográficos e outros materiais. A estratégia de “blogging” também se mostra efetiva na prospecção contextualizada dos negócios imobiliários com indicadores de resultados de busca, de tráfego na Web e geração de leads (PATEL, 2021).

Devido à rápida difusão e abrangência, devido ao baixo custo de conexão para a troca de informações entre pessoas e grupos, as redes sociais representam um fenômeno de mídia na Web e alcançaram os setores de negócios em suas estratégias e possibilidades de segmentação e personalização das interações. O WhatsApp, rede consagrada pela troca de mensagens instantâneas, chamadas de vídeo e voz e envio de imagens, vídeos e documentos, também permite potencializar os negócios com uma conta WhatsApp Business, um canal que viabiliza o controle e a personalização no relacionamento com os clientes. Já o Facebook, a rede social de maior engajamento para compartilhamento de posts e construção de stories, se renova e se expande. Suas fanpages constituem soluções recomendadas para os negócios por agregarem recursos próprios do marketing digital, como marcações e check-ins, botões de call-to-action, relatórios de análise de dados, gerenciamento de acesso às contas de anúncios, conexão com Instagram e WhatsApp dentre outros. No setor imobiliário, o uso adequado dessa ferramenta, ajuda o posicionar no nicho de atuação e a gestão de empreendimentos com abordagens direcionadas para o público-alvo (PERIOTTO, 2020).



Complementarmente, as plataformas de vendas coletivas se norteiam pela diversidade de ofertas para atrair interessados para os produtos anunciados, empregando mecanismos intuitivos de busca e escolha. Diferentemente dos produtos que cumprem as etapas para formalização de uma compra, os anúncios de imóveis remetem ao cadastro dos websites das imobiliárias ou interação com os corretores. Dessa forma, portais de vendas como OLX, Mercado Livre, ImovelWeb e o Marketplace do Facebook, se integram ao gerenciamento de oferta de imóveis e se tornam efetivos na prospecção de leads (PERIOTTO, 2020).

Nos processos de venda de imóveis, o relacionamento com o cliente é construído desde as primeiras manifestações de interesse, seguindo-se sucessivos episódios de contatos e encaminhamentos frente a condicionantes e alternativas que vão sendo interpostas. Como empregam contínua análise de informações as aplicações de software CRM (sigla que se traduz em Gestão do Relacionamento com o Cliente) apoiam sistematicamente esses processos a partir de registros captados automaticamente ou lançados mediante observações que se juntam aos dados cadastrais e bancos de dados relacionados, para suporte às funcionalidades tais como: funil de vendas (evolução nas etapas e estratégias pertinentes), dossiê do cliente (informações estruturadas de cadastro, contatos, demandas, condicionantes, etc), portfólio de imóveis compatíveis e documentos (PERIOTTO, 2020).

O advento da pandemia do COVID-19, que estabeleceu o isolamento social e medidas restritivas, instigou uma série de inovações incrementais no campo das TDICs, que reverteram o cenário caótico que se desenhava para o setor imobiliário. Soluções exitosas, que já vinham sendo usadas, tais como assinatura digital, compartilhamento de vídeos pelo YouTube e interação por vídeo chamadas, tiveram seu uso intensificado e aperfeiçoado a partir dos conhecimentos e difusão das “boas práticas”. Outras soluções também passaram a compor o layout dos websites de prospecção, dentre as quais: visão de cômodos inteiros em alta resolução com imagens em 360°; visão contextualizada da localização e estrutura dos imóveis pela filmagens com drones; anúncios em diferentes mídias empregando QR-Code para direcionamento ao website e redes sociais; imersão digital nos diferentes ambientes dos imóveis através de tours virtuais, dentre outros (PERIOTTO, 2020).

## 2.3 DESENVOLVIMENTO SOCIOAMBIENTAL E O CAPITAL IMOBILIÁRIO

Sempre que ouvimos a expressão “país em desenvolvimento” pensamos no seu estágio atual, considerando que já se cumpriu uma trajetória econômica e social não circunstancial, mas que observou algum planejamento. Com o desenvolvimento socioambiental não é diferente, também requer um ordenamento nas ações e práticas sustentáveis que resultem em melhor qualidade de vida das pessoas e adequado uso do meio ambiente.

No Brasil, apenas na primeira metade do século passado emergiu a preocupação com o crescimento urbano desmedido, com a combinação entre áreas verdes e edificações, bem como com as concentrações populacionais (CAMPOS FILHO, 2001). Essas primeiras preocupações com o desenvolvimento de um planejamento urbano determinaram algumas orientações convertidas em termos legislativos. Mas foi sob as influências de resultados do Congresso Internacional de Arquitetura Moderna de 1933, que se propagou o desenvolvimento de um urbanismo menos estético, a favor de quatro funções fundamentais para uma cidade: habitar; trabalhar; circular e cultivar o corpo e o espírito (SAMPAIO, 2019).

Muito mais tarde, conforme Carrasco (2009, p.16), o Estatuto da Cidade (Lei Federal 10257 de 10 de julho de 2001), estabelecia “um novo marco legal para a política urbana brasileira, ao estabelecer diretrizes para “processos de regularização fundiária, operações urbanas e planos diretores estratégicos”. Contudo, conforme considera esse mesmo autor, estabeleceu a mera adoção de “mecanismos legais que transformam o irregular em regular, o desigual em igual”, e, portanto, nada efetivos para gerir as crises determinadas pela expansão das cidades e o surgimento de favelas e loteamentos clandestinos, por exemplo.

Essa não é a única inflexão na trajetória do desenvolvimento socioambiental no Brasil, mas ilustra como nos afastamos do “desenvolvimento das funções sociais da propriedade urbana e da cidade e procurando assegurar o uso socialmente justo e ecologicamente equilibrado” (Carvalho, 2013, p.549). Para a autora, expõe o conflito entre o valor de uso do espaço urbano e os interesses do chamado “capital imobiliário”, em busca de retorno financeiro. Assim, enquanto o planejamento do desenvolvimento socioambiental figurar sob mecanismos aparentes de controle, os interesses do poder público e as pressões dos agentes do capital imobiliário, transformando os espaços em mercadoria, fomentam o crescimento

desregrado, a incapacidade de oferecer condições dignas de moradia à boa parte da população e a degradação ambiental.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Embora as TDICs apoiem as diferentes operações do setor imobiliário, são nas etapas das operações de vendas que se percebem um maior engajamento tecnológico. Essa realidade ficou especialmente acentuada na sinalização de crise para o setor em razão da pandemia do COVID-19, quando a apropriação das inovações em busca de soluções vinculadas ao escopo do Marketing Digital conseguiram reverter esse quadro, propagando aplicações, oportunidades e estratégias de negócios num nicho de mercado de alta competitividade.

Percebe-se que o setor superou o uso de redes sociais e anúncios em portais de vendas de forma dissociada das aplicações ancoradas no website empresarial para alcançar um patamar de maior eficiência, com a integração operacional de seus processos e estratégias advindas do Marketing Digital em franca propagação no setor imobiliário. Dessa forma, as soluções de negócios vinculadas às redes sociais e portais de vendas se integram na prospecção de “potenciais clientes”, via blogs e direcionamentos por QR-Code, além das inovações introduzidas pelas aplicações que permitem vivenciar experiências de imersões em visitas virtuais. Todos esses processos alimentam as abordagens de “clientes pré-qualificados” e, por meio de soluções de CRM, dão dinâmica ao “pensar estratégico” e às diretrizes traçadas pela organização.

Numa avaliação do esforço e do emprego de recursos de suporte pelo setor imobiliário relativamente ao grupo de fatores mercadológicos ou a favor do grupo de fatores relacionados com a qualidade de vida, ecologia e sustentabilidade, verifica-se nítida preponderância dos recursos das TDICs dedicados às aplicações e conteúdos afetos aos primeiros, estabelecendo considerável desigualdade – volume, qualidade, meios tecnológicos – em relação às demandas mais subjetivas das famílias em relação à sua moradia e anseios relacionados ao coletivo de sua cidade.

Esse direcionamento não é uma mera reação imediatista diante de uma crise desenhada, mas se deve aos processos já arraigados na prática cotidiana daqueles que conduzem as negociações de forma padronizada: localização e planta, infraestrutura das

instalações e situação documental. Apenas eventualmente, o suporte das TDICs é demandado para complementar uma exposição ou ilustrar algum aspecto relacionado aos fatores do segundo grupo, somente se isso se mostrar conveniente. É como um “showcase” falho para algumas fases do ciclo de vendas, quando os vazios de projeto exigem contorno elaborado pelo marketing imobiliário. Nessas situações, o andamento das negociações busca justificativas subjetivadas e não em informações transparentes, geradas por um software e bases de dados íntegras. Assim, não é incomum os questionamentos sobre “soluções para personalização, sustentabilidade e acesso à tecnologia” serem contornadas com sugestões improvisadas, justificativas retocados pelo Marketing ou pela habilidade do vendedor, mesmo com alternativas dissociadas do projeto, num lamentável hiato em relação às informações qualificadas e explicações objetivas.

Portanto, embora haja efetivo engajamento tecnológico do setor para atender aos aspectos econômicos de mercado, em medida desigual, o esforço, volume e qualidade de recursos tecnológicos focados nos fatores sócio ambientais, se mostram ineficazes e, a rigor, isso constitui uma demonstração adicional do avanço dos mecanismos mercadológicos sobrepondo-se às fragilidades do planejamento das cidades, decorrentes de sua lenta evolução.

Assim, o ritmo acelerado das aplicações das TDICs com foco unilateral no setor se contrapõe à lenta evolução dos marcos legais de aparente controle sobre o planejamento das cidades, mas que são concepções que se mostram análogas quando, cedendo a interesses, fragilizam a qualidade de vida sistêmica e o equilíbrio ambiental.

Os evidentes avanços dos mecanismos mercadológicos e fragilidades das propostas de uma qualidade de vida sistêmica com equilíbrio ambiental, decorrem das ações (ou omissões) dos gestores e, portanto, essa questão também alcança as organizações imobiliárias, já que por vezes são fontes ou repercutem ações de seus stakeholders ou empreendimentos de loteadoras, construtoras e incorporadoras. A escassez de iniciativas direcionadas para a evolução do aparato dos governos em relação às diretrizes para o desenvolvimento das cidades, não justifica igual inércia no segmento imobiliário, mas requer imediata revisão de seus valores e ações empreendidas, cientes de que as repercussões são sistêmicas e afetam o equilíbrio saudável para todos.

Na perspectiva do setor imobiliário, a pandemia do COVID-19 não estabeleceu mudanças apenas pelo engajamento e a apropriação de inovações relacionadas às TDICs para

operacionalização de suas atividades, mas cumpre considerar que os próprios clientes, vivenciando as contingências decorrentes, também evoluíram em seus desejos e valores e passaram a manifestar novas motivações e demandas, que refletiram e aqueceram o mercado imobiliário: ambientes adaptados para *home office* ou aulas remotas, além de maior uso e atenção para outros cômodos como a sala e cozinha, enquanto espaços de convívio, acentuando uma crítica construtiva pelas famílias, de que “não vale a pena comprar a todo custo”, ou ao sabor do mercado. Portanto, como ocorreu com as TDICs, será preciso que o setor também perceba, se importe, se engaje e se abasteça de soluções que atendam ao novos “gostos dos clientes”.

Ainda que consideradas suas limitações, o texto procurou contribuir para as discussões acerca da lenta evolução dos aparatos e diretrizes que “sustentam” o desenvolvimento das cidades, responsabilidade social do segmento imobiliário, qualidade de vida vista sistemicamente e, mais especificamente, para as mudanças no mercado imobiliário determinadas pelas “lições” decorrentes da pandemia do COVID-19.

## REFERÊNCIAS

ABRAIN - Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias. **Comportamento do consumidor de imóveis em 2040**. Deloitte Brasil, 2019.

ALMEIDA, M.A.B.; GUTIERREZ, G.L.; MARQUES, R. **Qualidade de vida: definição, conceitos e interfaces com outras áreas, de pesquisa**. São Paulo: Escola de Artes, Ciências e Humanidades – EACH/USP, 2012.

ALVES, Renan. **Fatores que mais influenciam na compra de um imóvel**. Publicado em: 23 dez. 2019. Tá em Casa. Disponível em <<http://taemcasa.casafy.com.br/7-fatores-decisao-comprar-imovel>>. Acesso em: 27 fev. 2021.

CARRASCO, André O. T. **O caráter crítico do planejamento urbano no Brasil**. In: XII Encontro de Geógrafos da América Latina, 2009, Montevideo. ANAIS XII Encontro de Geógrafos da América Latina, 2009.

CARVALHO, I.M. Moreira de. **Capital imobiliário e desenvolvimento urbano**. Caderno CRH, Salvador, v.26, n.69, p.545-562, 2013

FRANZOLIN Engenharia. **Sete itens que valorizam um empreendimento**. Publicado em: 07 jul. 2019. Disponível em <<https://franzolin.eng.br/post/7-itens-que-valorizam-um-empreendimento>>. Acesso em: 15 mar. 2021.

MUNDORH. **Moradia, qualidade de vida e bem-estar, descubra a relação entre eles**. Publieditorial. Publicado em 17 jul 2019. Disponível em

<<https://www.mundorh.com.br/moradia-qualidade-de-vida-e-bem-estar-descubra-a-relacao-entre-eles/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

NEO – Neo Next Generation. **Imóveis-Sustentáveis** (Ebook). Publicado em 27 jan 2017. Acesso em: 14 abr. 2021.

NORONHA, Isabela. **Gasto com tributos e papéis na compra de imóvel**. Publicado em: 10 jun. 2013. UOL/Economia. Disponível em <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/10/gasto-com-tributos-e-papeis-na-compra-de-imovel.htm> >. Acesso em: 14 mar. 2021.

PATEL, Neil. **Guia Completo do Marketing Digital**.pdf. Disponível em <<https://neilpatel.com/br/> >. Acesso em: 4 mai. 2021.

PERIOTTO, Álvaro José. **Informática Aplicada–Publicidade e Propaganda no Mercado Imobiliário**. Maringá: Treiningá, 2020. 68p.

PERIOTTO, Álvaro José. Saberes e Fazeres com as TICs. In: Vilmar Malacarne (Org.). **Educação, tecnologias de informação e comunicação e outros olhares**. 1ed.Curitiba: CRV, 2015, v. 1, p. 91-104.

RACON. **Avaliação de imóveis: 9 fatores que influenciam na compra e venda**. Artigo publicado em: 9 abr. 2018. Blog.RACON. Disponível em <<https://blog.racon.com.br/avaliacao-de-imoveis-fatores-que-influenciam-na-compra-e-venda>>. Acesso em: 27 fev. 2021.

SAMPAIO, André C.F. **Planejamento Urbano e Meio Ambiente**. Maringá: UniCesumar, 2017. Reimpresso em 2019. 273 p

VISTORIASIMPLES. **Os 6 fatores mais importantes para a escolha do imóvel**. Publicado em: 30 out. 2015. Blog.Vistoriasimples. Disponível em <<https://blog.vistoriasimples.com.br/6-fatores-mais-importantes-para-a-escolha-do-imovel/> >. Acesso em: 28 fev. 2021.