

INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO – CAMPUS GUARAPARI
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

DANIELE MARIANO FERREIRA

**COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO CORRETOR DE IMÓVEIS: ESTUDO DE
CASO EM QUATRO IMOBILIÁRIAS DE GUARAPARI-ES**

GUARAPARI

2022

DANIELE MARIANO FERREIRA

**COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO CORRETOR DE IMÓVEIS: ESTUDO DE
CASO EM QUATRO IMOBILIÁRIAS DE GUARAPARI-ES**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenadoria do Curso de Bacharelado em
Administração do Instituto Federal do Espírito Santo, como
requisito para o título de Bacharel em Administração.

Orientadora do projeto: Prof.^a M.Sc. Carla Regina de
Sousa

Guarapari

2022

*“Que os nossos esforços desafiem as impossibilidades. Lembrai-vos de que as
grandes proezas da história foram conquistadas do que parecia impossível”.*

Charles Chaplin

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Instituto Federal do Espírito Santo – *Campus* Guarapari

F383c Ferreira, Daniele Mariano
Competências profissionais do corretor de imóveis: estudo de caso em
quatro imobiliárias de Guarapari-ES. / Daniele Mariano Ferreira – 2022.
70 f. : il.

Orientador : Carla Regina de Sousa.
Monografia (Graduação) – Instituto Federal do Espírito Santo,
Bacharelado em Administração, 2022.

1. Competências. 2. Corretor De Imóveis. 3. Imobiliárias. I. Sousa, Carla
Regina de. II. Instituto Federal do Espírito Santo. III. Título.

CDD: 658



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

TERMO nº 15/2022-GUA-CCTA
Protocolo nº 23183.002624/2022-80

Guarapari-ES, 25 de novembro de 2022

DANIELE MARIANO FERREIRA
CORRETOR DE IMÓVEIS E COMPETÊNCIAS
PROFISSIONAIS: UM
ESTUDO DE CASO EM IMOBILIÁRIAS DE
GUARAPARI-ES

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração do IFES (Campus Guarapari), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 22 de novembro de 2022

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. M. Sc. Carla Regina de Sousa
Instituto Federal do Espírito Santo
Orientador

Prof. M. Sc. Helliene Soares Carvalho
Instituto Federal do Espírito Santo
Membro Interno

Prof. M. Sc. Marcelo Tedoldi Machado
Instituto Federal do Espírito Santo
Membro Interno

Assinaturas da Comissão Examinadora

(Assinado digitalmente em 29/11/2022 17:37)
CARLA REGINA DE SOUSA
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
GUA-CCTA (11.02.22.01.08.01.05)
Matrícula: 1823309

(Assinado digitalmente em 25/11/2022 15:16)
HELLIENE SOARES CARVALHO
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
GUA-CCTA (11.02.22.01.08.01.05)
Matrícula: 2193323

(Assinado digitalmente em 09/12/2022 09:21)
MARCELO TEDOLDI MACHADO
PROFESSOR DO ENSINO BÁSICO TÉCNICO E TECNOLÓGICO
REI-DPLA (11.02.97.12.02)
Matrícula: 1813585

Para verificar a autenticidade deste documento entre em
<https://sipac.ifes.edu.br/public/documentos/index.jsp>
informando seu número: 15, ano: 2022, tipo: TERMO, data de
emissão: 25/11/2022 e o código de verificação: f3cdca2ddd

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus Primeiramente, que me possibilitou chegar até esse momento tão esperado, me guiando e sustentando em meio às adversidades encontradas.

A minha família pelo apoio e o amparo que me deu durante essa jornada, sendo minha base, refúgio nos momentos que mais precisei.

A Prof.^a M.Sc. Carla Regina de Sousa, que acreditou no meu projeto, que viu potencial e força em mim quando eu já não mais conseguia enxergar, que me orientou, acompanhou e acolheu.

RESUMO

Considerando as constantes mudanças dos perfis profissionais no mercado de trabalho globalizado e as recentes e profundas mudanças vivenciadas pela população mundial por ocasião da grave crise sanitária mundial resultante do contágio espreado pelo Coronavírus, o presente artigo tem por objetivos evidenciar as competências profissionais necessárias aos corretores de imóveis considerando, perspectiva, a percepção que estes próprios profissionais desenvolveram sobre as demandas relacionadas às competências necessárias para que os profissionais corretores se mantenham e também ampliem sua empregabilidade e crescimento profissional no segmento de corretagem de imóveis. O percurso metodológico da pesquisa adota como estratégia a pesquisa qualitativa. A pesquisa em questão foi aplicada por meio de um questionário online, o qual possibilitou a coleta de dados em quatro imobiliárias no bairro Praia do Morro, na cidade de Guarapari-ES, que permite afirmar que na percepção dos entrevistados, a partir da análise dos dados coletados que esses corretores de imóveis percebem a importância de se manterem atualizados em relação às competências desejáveis para atuação no segmento de corretagem de imóveis, bem como, destacam como competências relevantes aquelas relacionadas. Não se pode generalizar para todo o segmento, devido ao fato de ser uma pequena amostra da população, mas que possa servir de incentivo a pesquisas em âmbitos de expansão para as demais localidades.

PALAVRAS-CHAVE

Competências, Corretor De Imóveis, Imobiliárias.

ABSTRACT

Considering the constant changes in professional profiles in the globalized labor market and the recent and profound changes experienced by the world's population due to the serious global health crisis resulting from the widespread contagion of the Coronavirus, this article aims to highlight the professional skills necessary for stockbrokers. real estate considering, perspective, the perception that these professionals themselves have developed about the demands related to the skills necessary for professional brokers to maintain themselves and also expand their employability and professional growth in the real estate brokerage segment. The methodological route of the research adopts qualitative research as a strategy. The research in question was applied through an online questionnaire, which made it possible to collect data in four real estate agencies in the Praia do Morro neighborhood, in the city of Guarapari-ES, which allows us to state that in the perception of the interviewees, based on the analysis of the collected data that these realtors realize the importance of keeping up to date in relation to the desirable skills to work in the real estate brokerage segment, as well as highlight related skills as relevant. It cannot be generalized to the entire segment, due to the fact that it is a small sample of the population, but that it can serve as an incentive for research in areas of expansion to other locations.

KEYWORDS

Skills, Realtors, Real Estate

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS	10
2.2 O CORRETOR DE IMÓVEIS E SUAS RESPONSABILIDADES LEGAIS PERANTE SEUS CLIENTES E PARCEIROS EMPRESARIAIS	10
2.2.1 - A atuação do Corretor de imóveis no contexto do Código Civil e Processo Civil brasileiros	16
2.2.2 Quanto à legislação consumerista	17
2.3- CORRETOR DE IMÓVEIS: PERFIL E COMPETÊNCIAS DESEJÁVEIS	20
3 METODOLOGIA	27
3.1 TIPO DE PESQUISA	27
3.2 PLANO DE PESQUISA	27
3.2.1 Universo e Amostra	27
3.2.2 Tipo de Amostragem e coleta de dados	28
3.2.3 Tratamento dos dados e limitação do método	30
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	32
4.1 CONHECIMENTOS	35
4.2 HABILIDADES	38
4.3 ATITUDES	44
4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS	63
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	66

1 INTRODUÇÃO

As profundas mudanças vivenciadas mundialmente pela grave crise sanitária ainda em curso, entre muitos desafios, fez com que os segmentos profissionais e seus recursos humanos ressignifiquem suas preferências em se tratando do perfil profissional desejável para os corretores de imóveis e sua atuação no segmento imobiliário.

Neste sentido a oportunidade de se propor uma reflexão tanto do ponto de vista acadêmico, como também considerando as práticas e tendências dos recursos humanos e suas competências profissionais no segmento imobiliário, o desafio se impõe considerando que este segmento vivencia constantes mudanças tais como as mudanças sobre preferências dos consumidores, tendências do setor imobiliário, impacto das crises econômicas no contexto das vendas do setor imobiliário, sustentabilidade, entre outros fenômenos que impactam este segmento de mercado.

Segundo pesquisadores adiante mencionados, estudar competências profissionais é um tema relevante por se tratar de um conceito em constante construção e mudanças. Autores como (GRAMIGNA 2001; RESENDE 2000) divergem de pesquisadores como Le Boterf (2000), Zarifian (2001) ao afirmarem que a conceituação do tema está distante de apenas listar comportamentos desejáveis para os perfis profissionais, mas, para além destas características, é importante considerar as contribuições da corrente de pesquisadores franceses que afirmam que este conceito é mais amplo e envolve aspectos tais como habilidades e competências, bem como, as diversas e complexas vertentes que envolvem o conceito de competência profissional conforme a seguir se verá.

Considera-se para este estudo a vertente francesa como norte para as reflexões propostas e neste sentido, conforme afirma Bitencourt (2001, p.1) não agregam valores nem as pessoas e as organizações e nem contribuem para uma gestão por competências adequada.

Verifica-se, que parte significativa dos estudos realizados a respeito da abordagem ao tema competências ter se distanciado de sua lógica, estabelecendo apenas listagens genéricas de competências, de acordo com o estudo realizado por Godoi, Rosa e Cortivo (2004, p.2), ignorando o conceito “competência-em-ação”, elaborado

pelos mentores franceses nos permite reconhecer que parte da literatura sobre competência tornou clássica a ênfase nos recursos.

O estudo em questão adota como norte o ponto de vista de Bitencourt (2004, p.13), a partir de suas contribuições e reflexões sobre competência considerando que existe uma tipologia específica para a definição de competência profissional em cada empresa ou cargo exercido, neste sentido, há uma interpretação do tema que se volta para as especificidades de cada organização considerando seus valores, princípios, métodos de trabalho e de avaliação para a construção do conceito particularizado de competência, ainda que existam proposituras comuns em relação ao conceito geral do tema, entres estas, a definição do perfil de profissionais que a empresa considera que seja um perfil ideal de profissional para integrar a equipe de profissionais da organização que busca recursos humanos.

Neste sentido o presente estudo tem como objetivo identificar quais são as competências eleitas como desejáveis pelos próprios corretores de imóveis para sua permanência e também para o aumento de seu grau de empregabilidade no segmento de corretagem e avaliação de imóveis.

Neste sentido, buscou-se por meio do presente estudo, a identificação de habilidades e competências profissionais que idealizam, sob a ótica dos próprios corretores, os perfis profissionais ideais para o recrutamento e seleção de profissionais que atuam no ramo de corretagem de imóveis. Por se tratar de um estudo qualitativo, que tem como objetivo entender o processo de formação e construção conceitual considerando a percepção do que os líderes das corretoras imobiliárias elegeram como competências profissionais desejáveis para a contratação ou ainda ideação dos profissionais que já integram o quadro de recursos humanos que são reconhecidos como talentos profissionais.

Em relação ao percurso metodológico considerou-se para a realização da pesquisa científica visando a compreensão do caráter histórico presente na formação das competências, vinculou-se o estudo à abordagem construtivista. Abordagem que ressalta a ações humanas no mundo vivido pelos sujeitos, privilegiando as percepções dos indivíduos. Para viabilizar essa identificação, a definição, o estabelecimento da associação das competências profissionais com os recursos nela associados, e a identificação das características consideradas elegíveis para o

perfil desejável em se tratando da competência profissional idealizada para o exercício da atividade de corretagem de imóveis, foi realizada uma pesquisa de caráter qualitativo, com abordagem construtivista.

O trabalho foi dividido em três capítulos que objetivam oferecer o arcabouço teórico que sustenta as alegações e reflexões que norteiam o trabalho em questão, são estes: (i) primeiro capítulo - O corretor de Imóveis e suas responsabilidades perante seus clientes e parceiros empresariais; (ii) o segundo capítulo que trata, dentre os diversos possíveis conceitos oferecidos por pesquisadores, a conceituação de competência profissional que norteia esta pesquisa. (iii) o terceiro capítulo trata da Metodologia e Análise da pesquisa de campo. A seguir são oferecidas as considerações finais.

O estudo de caso foi realizado com corretores de quatro imobiliárias do bairro Praia do Morro na cidade de Guarapari, Estado do Espírito Santo. Para a coleta de dados foi utilizado como instrumento um questionário dividido em blocos de perguntas direcionadas aos entrevistados, com questões abertas e fechadas para apurar a percepção dos entrevistados quanto ao tema proposto.

O estudo termina por concluir que a ideação de um perfil desejável é um pensamento constante entre os corretores de imóveis que elegem comportamentos tais como agir sempre de forma ética, ter foco no cliente, atuar com dedicação e perseverança, ser proativo e inovador, ser capaz de resolver problemas e lidar com situações inusitadas. Estas habilidades e competências profissionais são destacadas como posturas que devem ser adotadas pelos profissionais que são considerados os perfis elegíveis entre os profissionais que melhor desempenho têm em suas carreiras profissionais. Considerando o fato de que este segmento está em constante mudanças e as preferências dos consumidores também influenciam os métodos de trabalho e atuação profissional dos corretores de imóveis importa, para discussão e reflexão proposta, que entre os diversos conceitos sobre competências profissionais, aqueles que norteiam o presente estudo conforme a seguir.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS

Segundo afirma Wittorski (2004, p.75) o conceito de competências, na perspectiva contemporânea, aduz que há um objeto de discursos e práticas variadas, nas quais os trabalhos disponíveis limitam-se a definir os ingredientes sem propor uma teoria para a construção dessas competências.

2.2 O CORRETOR DE IMÓVEIS E SUAS RESPONSABILIDADES LEGAIS PERANTE SEUS CLIENTES E PARCEIROS EMPRESARIAIS

Segundo relatam fatos históricos, vem da França as primeiras experiências escritas sobre os trabalhos do corretor de imóveis, ainda que informalmente fossem realizadas as suas atividades da aproximação entre as pessoas interessadas em um objetivo comum quando se trata das possíveis negociações em torno de imóveis como relatam Esteves e Fradera (2014, p.112-113)

O direito francês há muito tempo conhece a figura do *courtier*, um comerciante, cuja atividade consistia em aproximar pessoas que desejavam contratar. Ele se incumbia de transmitir a cada uma das partes as condições de negócios oferecidas, esforçando-se para chegar a uma conciliação entre os dois interesses, aconselhava a conclusão do contrato e, algumas vezes, colaborava na redação do ato confirmatório do negócio.

Segundo Melo (2021, p.13), o setor imobiliário é constituído por muitos parceiros entre os quais os incorporadores - aqueles que coletivamente e com responsabilidades delineadas para a integralização do negócio interagem para a construção, compra e venda de bens imóveis, há também os corretores de imóveis, as corretoras, as empresas de construção civil entre muitos outros parceiros diretos e indiretos que interagem desde a ideação do bem imóvel até a sua realização final de comercialização de serviços.

Os corretores de imóveis podem ser pessoas físicas ou jurídicas que trabalham de forma individualizada ou ainda trabalham em parceria com empresas e corretoras tanto para a compra, venda, captação ou aluguéis de bens imobiliários.

Segundo Lopes Sá (2019, p. 115):

Uma classe profissional caracteriza-se pela homogeneidade do trabalho executado, pela natureza do conhecimento exigido

preferencialmente para tal execução e pela identidade de habilitação para o exercício da mesma. A classe profissional é, pois, um grupo dentro da sociedade, específico, definido por sua especialidade de desempenho de tarefa.

Ainda segundo a origem da profissão de Corretores de imóveis, segundo a COFEDI (2022, p. 6):

Com o advento das Ordenações do Reino, a propriedade era adquirida por “tradição”, ou seja, pelo fato material da entrega da coisa, pela transferência da posse ao adquirente, não sendo registrada a presença formalizada de um intermediador na comercialização de imóveis. A transação era realizada pelo proprietário e, esporadicamente, por um comerciante local, que em sua venda fazia a divulgação de imóveis para compra, venda ou alugueres, a pedido do proprietário.

Relatos do mesmo livro de informações históricas nos dão conta (2022, p.6) - conforme “livro Seleta do Agenciador Imobiliário, um roteiro de informações úteis sintetizadas e explicadas, escrito por Gildásio Lopes Pereira, o desenvolvimento urbano tornou-se realidade apenas depois da transferência da família real” para o Brasil e foi então que surgiram relatos do primeiro cidadão que intermediou negociações em território nacional “Antonio Armando Mariano de Arantes Costa” terá sido o primeiro corretor de imóveis do Brasil, conforme registros.

Importa considerar, portanto, que à época em questão, não se consideraram os trabalhos e as interações que eram advindas de pessoas negras por exemplo, neste sentido, o senhor Antônio foi aquele cidadão do qual se tem registro das primeiras negociações, mas sabemos todos que existe uma história não contada pelos povos colonizados.

Quanto aos registros mais antigos disponíveis na Biblioteca Nacional, os jornais “O Sentinela” e “O Tamoio”, ambos do Rio de Janeiro, foram as primeiras publicações que trouxeram anúncios de imóveis, segundo registros aos quais temos acesso na atualidade. E ainda segundo os mesmos relatos sobre a história da profissão de corretores de imóveis que a expansão desta profissão no Brasil se deu por conta do “surgimento da fábrica como unidade produtiva” onde o urbano se define e a partir daí, demanda a compra, venda e alugueres em função da força de trabalho fabril. (COFEDI, 2002, p.8 e 12).

Entre as leis que consideram legalmente a atuação do Corretor de Imóveis, direta ou indiretamente, cita-se a Constituição Cidadã - assim comumente conhecida a Constituição da República Federativa do Brasil (1988) que alargou seus artigos e a

compreensão em relação aos deveres e direitos tanto de particulares quanto do Estado brasileiro para estabelecer limites e também normas de enfrentamento de conflitos em busca de ideais tais como a construção de uma sociedade mais justa ampliando o acesso de todos aos seus direitos aos cidadãos.

Importa também considerar que para além das normas constitucionais, existem outras diretrizes legais – as chamadas infraconstitucionais, que também tratam das relações entre particulares e o estado, como é o caso dos Códigos brasileiros entre estes o Código Civil, Processo Civil, Código de Defesa do Consumidor entre outros. Considerando que a atividade do Corretor de Imóveis é uma atividade regulamentada no Brasil.

A primeira legislação da qual se tem notícia, a respeito da atuação profissional dos corretores de imóveis – assim conhecidos contemporaneamente, foi a criação da Lei nº 4.116, que foi sancionada em 27 de agosto de 1962, objetivou essa lei foi a primeira a regulamentar a profissão dos intermediadores imobiliários, no entanto, posteriormente foi revogada por ter sido julgada como parcialmente inconstitucional, devido incompletude a não apresentar de uma grade curricular suficiente para abarcar necessária para que houvesse uma formação técnica específica para esta profissão. No entanto, esta data estabeleceu como marco a data comemorativa do dia nacional do corretor de imóveis.

A criação da Lei nº 6.530, de 12 de maio de 1978, foi exitosa quanto ao preenchimento da lacuna deixada pela lei anterior e com essa lei preencheu-se o espaço que ficou após a revogação da Lei nº 4.116, o que trouxe deu uma nova regulamentação para a profissão de corretor de imóveis, disciplinando o funcionamento de seus órgãos de fiscalização e tratando de outras providências a partir de sua, e foi regulamentação no pelo Decreto nº 81.871, de 29 de junho de 1978.

A lei mencionada e seu respectivo decreto estabeleceram importantes e emblemáticos institutos de reconhecimento para os O estabelecimento dessa lei, fez com que os corretores de imóveis, entre os tais, oportunizaram a criação de que passaram a contar com sua própria entidade de classe que tem como escopo de atuação a, ou seja, organização que visa disciplinar, orientar e fiscalizar o exercício de sua profissão em todo o território nacional. Esses órgãos reguladores e

fiscalizadores são os Conselhos Federal (COFECI, 2022) e Conselhos Regionais de Corretores de Imóveis (CRECI, 2022).

Estes organismos que norteiam e também fiscalizam a atuação dos profissionais da corretagem de imóveis contam com o amparo de um código de condutas éticas que pautam sua atuação profissional considerando seus atos desde a captação de imóveis seja para compra e venda, ou ainda para alugueres, bem como, sua conduta durante o processo de comercialização ou prestação de serviços de corretagem de imóveis assim como o pós-venda. Trata-se de um pacto que a classe profissional realiza com os mais diversos interessados nos negócios, sejam eles os ofertantes de imóveis, ou ainda, os interessados em adquiri-los ou em sua locação.

Ainda sobre a conduta dos profissionais em corretagem de imóveis, de acordo com Lopes de Sá (2019, p.117), entre os negociadores interessados nos imóveis e seu agenciamento existe uma espécie de contrato de classe que gera o Código de Ética Profissional de profissões regulamentadas na legislação brasileira vigente e consecutivamente seus organismos e os órgãos de federais de fiscalização do exercício com a finalidade de passam a controlar a execução de tal peça magna.

A Resolução COFECI nº 326 de 25 de junho de 1992, é a responsável pela aprovação do Código de Ética dos profissionais Corretores de Imóveis, que tem por objetivo basilar estabelecer a conduta adequada dos profissionais inscritos nos CRECIs. Entre os principais artigos mencionados no referido Código de Ética Profissionais dos Corretores de Imóveis Lei nº 6.530/1978, menciona-se a desejável conduta dos profissionais, tais como:

Art. 1º – Este Código de Ética Profissional tem por objetivo fixar a forma pela qual deve se conduzir o Corretor de Imóveis, quando no exercício profissional.

Art. 2º- Os deveres do Corretor de Imóveis compreendem, além da defesa do interesse que lhe é confiado, o zelo do prestígio de sua classe e o aperfeiçoamento da técnica das transações imobiliárias.

Art. 3º – Cumpre ao Corretor de Imóveis, em relação ao exercício da profissão, à classe e aos colegas:

I – Considerar a profissão como alto título de honra e não praticar nem permitir a prática de atos que comprometam a sua dignidade;

II – Prestigiar as entidades de classe, contribuindo sempre que solicitado, para o sucesso de suas iniciativas em proveito da profissão, dos profissionais e da coletividade;

III – manter constante contato com o Conselho Regional respectivo, procurando aprimorar o trabalho desse órgão;

IV – Zelar pela existência, fins e prestígio dos Conselhos Federal e Regionais, aceitando mandatos e encargos que lhes forem confiados e cooperar com os que forem investidos em tais mandatos e encargos;

V – Observar os postulados impostos por este Código, exercendo seu mister com dignidade;

VI – Exercer a profissão com zelo, discrição, lealdade e probidade, observando as prescrições legais e regulamentares;

VII – defender os direitos e prerrogativas profissionais e a reputação da classe;

VIII – zelar pela própria reputação mesmo fora do exercício profissional;

IX – Auxiliar a fiscalização do exercício profissional, cuidando do cumprimento deste Código, comunicando, com discrição e fundamentadamente, aos órgãos competentes, as infrações de que tiver ciência;

X – Não se referir desairosamente sobre seus colegas;

XI – relacionar-se com os colegas, dentro dos princípios de consideração, respeito e solidariedade, em consonância com os preceitos de harmonia da classe;

XII – colocar-se a par da legislação vigente e procurar difundi-la a fim de que seja prestigiado e definido o legítimo exercício da profissão.

Art. 4º – Cumpre ao Corretor de Imóveis, em relação aos clientes:

I – Inteirar-se de todas as circunstâncias do negócio, antes de oferecê-lo;

II – Apresentar, ao oferecer um negócio, dados rigorosamente certos, nunca omitindo detalhes que o depreciem, informando o cliente dos riscos e demais circunstâncias que possam comprometer o negócio;

III – recusar a transação que saiba ilegal, injusta ou imoral;

IV – Comunicar, imediatamente, ao cliente o recebimento de valores ou documentos a ele destinados;

V – Prestar ao cliente, quando este as solicite ou logo que concluído o negócio, contas pormenorizadas;

VI – Zelar pela sua competência exclusiva na orientação técnica do negócio, reservando ao cliente a decisão do que lhe interessar pessoalmente;

VII – restituir ao cliente os papéis de que não mais necessite;

VIII – dar recibo das quantias que o cliente lhe pague ou entregue a qualquer título;

IX – Contratar, por escrito e previamente, a prestação dos serviços profissionais;

X – Receber, somente de uma única parte, comissões ou compensações pelo mesmo serviço prestado, salvo se, para proceder de modo diverso, tiver havido consentimento de todos os interessados, ou for praxe usual na jurisdição.

Art. 5º – O Corretor de Imóveis responde civil e penalmente por atos profissionais danosos ao cliente, a que tenha dado causa por imperícia, imprudência, negligência ou infrações éticas.

Art. 6º – É vedado ao Corretor de Imóveis:

I – Aceitar tarefas para as quais não esteja preparado ou que não se ajustem às disposições vigentes, ou ainda, que possam prestar-se a fraude;

II – Manter sociedade profissional fora das normas e preceitos estabelecidos em lei e em Resoluções;

III – promover a intermediação com cobrança de "over-price";

IV – Locupletar-se, por qualquer forma, à custa do cliente;

V – Receber comissões em desacordo com a Tabela aprovada ou vantagens que não correspondam a serviços efetiva e licitamente prestados;

VI – Angariar, direta ou indiretamente, serviços de qualquer natureza, com prejuízo moral ou material, ou desprestígio para outro profissional ou para a classe;

VII – desviar, por qualquer modo, cliente de outro Corretor de Imóveis;

VIII – deixar de atender às notificações para esclarecimento à fiscalização ou intimações para instrução de processos;

IX – Acumpliciar-se, por qualquer forma, com os que exercem ilegalmente atividades de transações imobiliárias;

X – Praticar quaisquer atos de concorrência desleal aos colegas;

XI – promover transações imobiliárias contra disposição literal da lei;

XII – abandonar os negócios confiados a seus cuidados, sem motivo justo e prévia ciência do cliente;

XIII – solicitar ou receber do cliente qualquer favor em troca de concessões ilícitas;

XIV – deixar de cumprir, no prazo estabelecido, determinação emanada do órgão ou autoridade dos Conselhos, em matéria de competência destes;

XV – Aceitar incumbência de transação que esteja entregue a outro Corretor de Imóveis, sem dar-lhe prévio conhecimento, por escrito;

XVI – aceitar incumbência de transação sem contratar com o Corretor de Imóveis, com que tenha de colaborar ou substituir;

XVII – anunciar capciosamente;

XVIII – reter em suas mãos negócio, quando não tiver probabilidade de realizá-lo;

XIX – utilizar sua posição para obtenção de vantagens pessoais, quando no exercício de cargo ou função em órgão ou entidades de classe;

XX – Receber sinal nos negócios que lhe forem confiados caso não esteja expressamente autorizado para tanto.

Art. 7º – Compete ao CRECI, em cuja jurisdição se encontrar inscrito o Corretor de Imóveis, a apuração das faltas que cometer contra este Código, e a aplicação das penalidades previstas na legislação em vigor.

Art. 8º – Comete grave transgressão ética o Corretor de Imóveis que desatender os preceitos dos artigos 3º, I, V, VI e IX; 4º, II, III, IV, V, VII, VIII, IX e X; 6º, I, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII, XIII, XIX e XX, e transgressão de natureza leve o que desatender os demais preceitos deste Código.

Art. 9º – As regras deste Código obrigam aos profissionais inscritos nos Conselhos Regionais.

Art. 10º – As Diretorias dos Conselhos Federal e Regionais promoverão a ampla divulgação deste Código de Ética.

O Código de Ética do Corretor de Imóveis se constitui em instrumento balizador das atitudes, bem como, das responsabilidades e obrigações que tange o exercício da

profissão de corretor de imóveis. Nele estão descritas de forma bem clara qual deve ser o proceder do corretor de imóveis perante o exercício da sua profissão.

2.2.1 - A atuação do Corretor de imóveis no contexto do Código Civil e Processo Civil brasileiros

A legislação brasileira vigente, quanto ao Código Civil(2022) também traz considerações que permitem analogias sobre a atuação do Corretor de Imóveis e conseqüentemente devem ser observadas em se tratando da corretagem conforme preconizam os artigos 722 a 729 a seguir mencionados:

Art. 722. Pelo contrato de corretagem, uma pessoa, não ligada a outra em virtude de mandato, de prestação de serviços ou por qualquer relação de dependência, obriga-se a obter para a segunda um ou mais negócios, conforme as instruções recebidas.

Art. 723. O corretor é obrigado a executar a mediação com diligência e prudência, e a prestar ao cliente, espontaneamente, todas as informações sobre o andamento do negócio. (Redação dada pela Lei nº 12.236, de 2010.)

Parágrafo único. Sob pena de responder por perdas e danos, o corretor prestará ao cliente todos os esclarecimentos acerca da segurança ou do risco do negócio, das alterações de valores e de outros fatores que possam influir nos resultados da incumbência. (Incluído pela Lei nº 12.236, de 2010.)

Art. 724. A remuneração do corretor, se não estiver fixada em lei, nem ajustada entre as partes, será arbitrada segundo a natureza do negócio e os usos locais.

Art. 725. A remuneração é devida ao corretor uma vez que tenha conseguido o resultado previsto no contrato de mediação, ou ainda que este não se efetive em virtude de arrendimento das partes.

Art. 726. Iniciado e concluído o negócio diretamente entre as partes, nenhuma remuneração será devida ao corretor; mas se, por escrito, for ajustada a corretagem com exclusividade, terá o corretor direito à remuneração integral, ainda que realizado o negócio sem a sua mediação, salvo se comprovada sua inércia ou ociosidade.

Art. 727. Se, por não haver prazo determinado, o dono do negócio dispensar o corretor, e o negócio se realizar posteriormente, como fruto da sua mediação, a corretagem lhe será devida; igual solução se adotará se o negócio se realizar após a decorrência do prazo contratual, mas por efeito dos trabalhos do corretor.

Art. 728. Se o negócio se concluir com a intermediação de mais de um corretor, a remuneração será paga a todos em partes iguais, salvo ajuste em contrário.

Art. 729. Os preceitos sobre corretagem constantes deste Código não excluem a aplicação de outras normas da legislação especial.

Importante considerar que a corretagem - atividade de natureza jurídica contratual, pode ser realizada por quaisquer espécies de pessoa de seu credenciamento ou não, ressalvadas portanto algumas categorias profissionais, entre estas a do

Corretor de Imóveis que tem sua atividade regulamentada e desta forma incita os eventuais compradores de imóveis a verificarem se os prestadores de serviços de corretagem de imóveis estão devidamente credenciados e com registro no Conselho Regional de Corretores de Imóveis - CRECI (2022) para o exercício de sua atividade.

Entre as últimas alterações do Código de Processo Civil brasileiro, restaram observações sobre a atividade do Corretor de Imóveis quanto a atuação de seu Conselho Regional, entre outros artigos:

Art. 6º - As pessoas jurídicas inscritas no Conselho Regional de Corretores de Imóveis sujeitam-se aos mesmos deveres e têm os mesmos direitos das pessoas físicas nele inscritas. § 1º As pessoas jurídicas a que se refere este artigo deverão ter como sócio gerente ou diretor um Corretor de Imóveis individualmente inscritos (BRASIL, 2015).

2.2.2 Quanto à legislação consumerista

O Código de Defesa do Consumidor previsto na Lei nº 8078/1990, é um instituto legal que tem como objetivo maior proteger o consumidor que de forma geral está em situação de vulnerabilidade em relação aos fornecedores - estes são entendidos neste código de leis, em sentido amplo, como aqueles que fornecem produto ou serviços, ou ainda os representam e também comercializam.

Diante do reconhecimento dessa vulnerabilidade, os legisladores nacionais preocuparam-se em estabelecer regras claras para a proteção do consumidor principalmente nos casos em que os consumidores certamente teriam dificuldades em comprovar a responsabilidade ou mesmo a culpa dos fornecedores.

Os Artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1990) tratam da relação de consumo:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial (BRASIL, 1990).

O Art.1º do CDC (1990) traz a definição de consumidor, enquanto o Art. 2º Da legislação consumerista traz a definição de fornecedor. A relação de consumo só é

possível quando existem esses dois elementos em um processo. No que tange às responsabilidades do fornecedor perante o consumidor na relação de consumo o Art. 14º da mesma norma diz o seguinte:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - O modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - Que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - A culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Entre as possibilidades de interface da legislação brasileira vigente importa mencionar as vantagens que foram conquistadas pelos consumidores de forma geral, e em específicos pelos clientes que negociam contratualmente os serviços de um Corretor de Imóveis devidamente credenciado pelo CRECI (2022) o fato de que no CDC(1990) o consumidor tem à sua disposição aspectos tais como a inversão do ônus da prova e a nulidade contratual nos casos em que os contratos comprovadamente forem injustos, inconstitucionais ou violarem a lei em suas cláusulas contratuais.

Neste sentido do contrato justo e constitucionalmente resguardado quanto aos direitos do consumidor o Corretor de Imóveis deve prestar um serviço adequado considerando a inexistência de vícios e defeitos quanto ao serviço prestado, ou ainda, quando aos possíveis vícios e defeitos dos quais o imóvel tenha como características que não tenham sido previamente informados ao consumidor considerando a má fé em relação ao serviço prestado e ao imóvel vendido.

Importante considerar aqui que não se trata de defeitos futuros ou incertos no sentido de defeitos desconhecidos, mas da atuação de má fé do Corretor de Imóveis. Há também que se considerar caso a caso a atuação de má fé de quem do

proprietário que de má fé cause prejuízos a terceiros, sem que o corretor de imóveis saiba de tais intenções.

Neste sentido, a prestação de serviços seja pelo corretor de imóveis em sua atuação independente ou ainda por uma Corretora de Imóveis, considerada insuficiente pelo corretor de imóveis, salvaguardando o que foi contratado entre as partes, poderá gerar para o prestador de serviços o dever de indenizar ao cliente. Considerando, portanto, a responsabilidade civil, o Corretor de Imóveis como intermediador responderá por vícios do serviço:

Art. 20 – O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir [...]

Para salvaguardar o direito de arrependimento, o art., 49 do CDC também preconiza que:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Outras evoluções relativas aos direitos do consumidor também estão respaldadas no CDC, entre estas, o direito à devolução, desistência da compra, garantias quanto a troca ou conserto de produtos com defeitos e vícios, ainda que ocultos que descobertos depois do período pré-estabelecido para a evidenciação destas circunstâncias, todas estas questões baseadas no Código de Defesa do Consumidor. Outra perspectiva interessante está resguardada neste mesmo código que trata das possíveis enganosas e duvidosas propagandas que possam levar o comprador ou locatário de bens imóveis a erro conforme expõe a Resolução 485/95 do Conselho Federal dos Corretores de Imóveis (COFECI, 2022):

Art. 1º - Somente poderá anunciar publicamente o Corretor de Imóveis, pessoa física ou jurídica, que tiver, com exclusividade, contrato escrito de intermediação imobiliária.

Art. 2º - Dos anúncios e impressos constará o número da inscrição de que fala o Artigo 4º da Lei nº 6.530/78, precedido da sigla CRECI, acrescido da letra J quando se tratar de pessoa jurídica.

Art. 3º - Nos anúncios de loteamentos e imóveis em condomínios colocar-se-á em destaque, também, o número do registro ou da incorporação no respectivo cartório imobiliário.

A legislação brasileira trata também, considerando a seara de atuação dos Conselhos Regionais e suas resoluções, do estabelecimento de normas de atuação que contemple a oferta dos imóveis e a publicidade em torno desta oferta visando a proteção do consumidor em relação à publicidade e a propaganda em torno da oferta de compra, venda ou ainda da locação de imóveis. Importa considerar ainda que a cada dia mais a atuação dos corretores de imóveis enfrenta inovações e sua atuação se amplia para cenários como a assessoria patrimonial, a avaliação de imóveis para fins de perícias, entre outras oportunidades e a legislação brasileira vigente busca nortear as relações entre clientes e corretores e demais pessoas físicas ou jurídicas que interagem no contexto dos interesses que envolvem bem imobiliários.

2.3- CORRETOR DE IMÓVEIS: PERFIL E COMPETÊNCIAS DESEJÁVEIS

Segundo publicações do Conselho Regional de Imóveis do Estado do Espírito Santo o Corretor de Imóveis tem um abrangente papel e exige qualificação profissional, ainda que esta não seja uma exigência legal, para o exercício da atividade de interação e aproximação entre interessados em um mesmo objeto - por exemplo a compra e venda de imóveis. O perfil desejável segundo o CRECI-ES descreve o perfil desejável e atuação do Corretor de imóveis:

Comprar, vender, alugar e permutar imóveis não são transações simples de serem realizadas. Apesar da pretensa facilidade de se colocar em contato, por exemplo, pessoas que querem vender e outras que têm intenção de adquirir imóveis residenciais, comerciais ou mesmo rurais, a responsabilidade do corretor vai bem além do fato de mostrar ao cliente a propriedade na qual este estiver interessado.

Segundo a Lei nº 6.530/78, que disciplina o exercício da profissão, “competete ao corretor exercer a intermediação na compra, venda, permuta e locação de imóveis, podendo, ainda, opinar quanto à comercialização imobiliária”.(CRECI/ES, 2022)

O CRECI-ES ressalta ainda que “apenas o corretor de imóveis é autorizado a intermediar transações imobiliárias em todo o país, assim como estabelece a legislação que regulamentou a profissão (Lei 6.530/78 e Decreto 81.871/78).”.

Neste sentido as entidades que fiscalizam o trabalho do profissional de corretagem de imóveis enfatizam que estes profissionais, para que conquistem suas licenças de atuação, reconhecidas como registro CRECI de cada estado brasileiro ou Distrito Federal evidenciando que antes da década de 70, qualquer pessoa poderia mediar uma negociação de compra e venda, mas atualmente esta atividade de corretagem de imóveis, de forma específica, está regulamentada e fiscalizada considerando inclusive a formação técnica suplementar a que se submete o Corretor de Imóveis para que obtenha seu registro no Conselho Regional de cada ente federado no Brasil e suas informações sobre para a assessoria patrimonial que os negociantes têm à sua disposição para a orientação das tramitações cartoriais e impostos referentes a transação do imóvel. Atualmente se pode denunciar¹ o trabalho (in)adequado de um Corretor de Imóveis consultar o registro e habilitação de profissionais no próprio site do CRECI².

Segundo o site do CRECI/ES, são características ideais do Corretor de Imóveis:

O corretor é um profissional pronto para compreender as suas necessidades. Cada vez mais qualificado, ele vai usar seus conhecimentos para orientá-lo, fornecer com clareza informações precisas e alertá-lo sobre qualquer possível risco, tornando a negociação mais segura. A imobiliária e/ou o corretor têm a responsabilidade de pesquisar e apresentar o imóvel aos interessados, facilitando o nem sempre simples encontro da moradia ideal. Eles também têm a obrigação de assessorar as partes em toda transação imobiliária até o seu desfecho (CRECI/ES, 2022).

Para contribuir com o desempenho de habilidades e competências desejáveis para a atuação profissional do corretor de imóveis os Conselhos Regionais específicos recomendam a formação dos corretores de imóveis no curso Técnico de transações imobiliárias (TTI) ou ainda a formação superior em Tecnólogo de Gestão Imobiliária. Importa considerar que a formação técnica não é obrigatória, mas o ensino médio é basilar para registro no CRECI, e os conhecimentos do curso de (TTI) são também exigidos para o registro do Corretor de Imóveis. A formação superior não é uma exigência, mas uma orientação para os profissionais desta área de atuação.

¹ Ouvidoria do Conselho Regional do Estado do Espírito Santo - CRECI/ES: <<https://area-restrita.crecies.gov.br/site/ouvidoria>>.

² CRECI/ES - Para consultar um profissional ou imobiliária nesse conselho, basta acessar este link: www.crecies.gov.br/pesquisa-de-corretorimobiliaria

Quanto às habilidades e competências desejáveis para os corretores de imóveis, considerando a idealização do perfil profissional desejável e as competências exigidas para que estes profissionais desenvolvam sua atividade profissional é necessário que se destaque, entre a multiplicidade de possíveis conceitos formulados por autores e pesquisadores, sobre competências. Conforme afirma Durand (1998) apud Vieira (2002, p.23), conceitua as competências individuais em três dimensões:

- C – Conhecimentos: informação, saber o quê e o porquê fazer;
- H – Habilidades: técnica, capacidade, destreza, saber como fazer;
- A – Atitudes: interesse, identidade, determinação, querer fazer.

A competência individual é a soma dessas competências, que por sua vez afeta a maior parte de um trabalho, tendo em vista que elas estão relacionadas com o desempenho deste indivíduo, a qual pode ser mensurada através de conceitos/padrões aceitos, podendo esses serem melhorados por meio de treinamento e desenvolvimento.

Segundo Chiavenato (2009, p.408;409) a respeito das competências pessoais que as pessoas devem desenvolver para atuar nos novos ambientes de negócios:

- **Aprender a aprender:** cada vez mais é exigido que as pessoas contribuam de maneira construtiva em tudo, para tal é necessário que tenham condições de utilizar um conjunto de técnicas, a fim de que possam analisar situações, fazer questionamentos, procurar conhecer o que não compreendem e pensar de maneira criativa e assim gerar opções. Seu objetivo é que a atitude de aprender a aprender seja algo natural, que faça parte do modo como as pessoas pensam e se comportam no trabalho;
- **Comunicação e colaboração:** ao contrário de alguns anos atrás onde o bom desempenho significava a execução de um conjunto de tarefas repetitivas onde estava associada a qualificação profissional a tarefa específica, hoje a eficiência das pessoas está mais ligada a suas habilidades interpessoais de comunicação e colaboração.
- **Raciocínio criativo e solução de problemas:** As pessoas precisam pensar de maneira criativa, desenvolvendo habilidades de resolução de problemas e analisando situações, indagar, buscando esclarecer o que não conhecem/sabem e sugerindo melhorias.
- **Conhecimento tecnológico:** antes o conhecimento de tecnologia se limitava apenas a saber operar um computador pessoal a fim de processar textos ou análises financeiras. Agora o computador passa a ser a principal plataforma de trabalho nas organizações, desta maneira é necessário se conectar com profissionais em todo o mundo, para que possam compartilhar de melhorias e recomendar melhorias em seus processos de trabalho.
- **Conhecimento global dos negócios:** necessidade de aprender novas habilidades técnicas e comerciais, as quais levem em conta o ambiente competitivo global, o qual não permite que seja previsto com certeza o que virá no futuro para o mercado ou para a organização. A capacidade de ver o todo de maneira sistêmica onde a organização opera torna-se indispensável para que seja cumprida a exigência de agregar continuamente mais valor à organização.

- **Liderança:** desenvolvimento da liderança, identificação e desenvolvimento de pessoas que sejam capazes de liderar a organização a novos horizontes. O sucesso das organizações está cada vez mais atrelado a pessoas.
- **Autogerenciamento da carreira:** Com as organizações transferindo para as pessoas o autodesenvolvimento e o autogerenciamento, as pessoas assumem o controle de suas carreiras e passam a gerenciar o seu próprio desenvolvimento.

O mercado não é estático, as constantes modificações nos cenários das organizações a nível global e da inovação de como fazer negócios, faz-se necessário aos indivíduos desenvolver suas competências e habilidades a fim de se manter competitivos para atuar no mercado.

Na concepção das competências pessoais, fundamentais e de maior significação na vida social, profissional e interior das pessoas de acordo com Resende (2000) são:

- a) Competência da informação – é estar bem informado ou deter informações, registrando-as, assimilando-as, elaborando-as e utilizando-as adequadamente.
- b) Competência do conhecimento - é o produto de experiência, de aprendizagem, de busca de informações e de elaborações mentais desenvolvidos e adquiridos através de cursos e outras atividades educacionais formais e informais.
- c) Competências técnico-operacionais - são aplicações de conhecimentos específicos relacionados a determinadas atividades profissionais.
- d) Competência intelectual - é a capacidade de combinar raciocínios, associar ideias e conhecimentos para encontrar soluções e resolver problemas pessoais ou profissionais.
- e) Competência emocional - a ação ou a influência da inteligência, ou da razão, sobre a emoção determina a competência emocional, isto é, as formas como as emoções serão explicitadas ou não.
- f) Competência espiritual - é a capacidade de sobrepor-se às forças contrárias à espiritualidade e controlá-las.
- g) Competências físicas – é saber respeitar seu corpo e seu físico, mudar de hábitos prejudiciais à saúde para uma vida mais saudável.
- h) Competências de vida – é a associação simbiótica das competências emocionais, espirituais e físicas.

As competências são um conjunto no qual juntamos conhecimentos, habilidades, julgamentos e atitudes a fim de desempenhar uma tarefa ou função, o conhecimento, bem como as habilidades devem estar sempre em constante ciclo de aprendizagem e desenvolvimento, para que o julgamento com base neles sejam sempre pautados de informações suficientes para a realização das tarefas, fazendo com que as atitudes sejam o mais acertadas possíveis.

Quadro:01 - As 4 competências necessárias aos corretores de imóveis

Competência	Conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes necessários para que um indivíduo:
Técnica	exerça atividades relativas a um trabalho específico
Humana	se relacione com outras pessoas, de forma humana, educada, ética
Política	tenha consciência que seu comportamento, valores e crenças podem interferir no meio em que está inserido e vice versa
Comportamental	a partir da sua autopercepção, de seus pontos fortes e fracos, possa ter um comportamento assertivo diante das circunstâncias do seu dia a dia

Fonte: Ludwich (2017) adaptado de Rodrigues (2014)

O Quadro 01, traz o conjunto das competências que segundo o autor são necessárias ao corretor de imóveis, de maneira que se analisando de maneira isolada observasse que abrangem áreas diferentes, no entanto complementares. A competência técnica sem de as demais pode até funcionar para um ou outro, no entanto a junção de todas elas tendem a tornar mais fluido para o indivíduo a sua maneira de performar.

Quadro: 02- As 7 competências desejáveis aos corretores de imóveis

Competência	Contexto
Aprender a aprender	Para ampliação de seus conhecimentos, de forma a poder aplicar técnicas, analisar situações, questionar, e pensar criativamente para gerar opções e melhorias no serviço prestado
Comunicação e colaboração	Na medida em que a eficiência pessoal está cada vez mais vinculada à habilidade interpessoal de comunicação e colaboração com clientes e parceiros
Raciocínio criativo e solução de problemas	Necessário para agilizar o trabalho e melhorar a habilidade na análise e resolução de diferentes situações, em sua operação diária
Conhecimento tecnológico	Utilização de tecnologia da informação não só para as tarefas relacionadas com o trabalho, mas para contatos profissionais visando compartilhamento de experiências e melhorias
Conhecimento global dos negócios	Necessidade de visão holística para melhor compreensão do ambiente competitivo no qual atua.
Autogerenciamento da carreira	É fundamental que o profissional assuma o controle sobre a sua carreira e gerencie seu próprio desenvolvimento

Fonte: Ludwich (2017) adaptado de Rodrigues (2014)

O quadro acima oferece a visão das competências que são desejáveis ao corretor de imóveis, sendo essas um pouco mais complexas que as citadas no quadro 01, onde exige do indivíduo não apenas os conhecimentos técnicos, humanos, políticos,

comportamentais. Estão ligados à disposição do indivíduo de gerenciar sua carreira de maneira a sempre está aprendendo, agregando valor ao seu trabalho, buscando melhor comunicação e colaboração com seus clientes e parceiros.

Coda (2016, p.8) As competências podem ser divididas do geral para o particular nas seguintes categorias:

- **Organizacionais** – capacidades únicas que garantem a competitividade e a sobrevivência de uma empresa – exemplo: foco na inovação;
- **Gerais** – capacidades consideradas essenciais para todos os colaboradores da organização, independentemente de seu cargo ou nível hierárquico – exemplo: agregação de valor;
- **Profissionais** – capacidades que o colaborador tem que demonstrar para ser considerado eficaz em seu trabalho e/ou poder desempenhar um cargo, um papel, uma tarefa, ou assumir uma responsabilidade em determinada área da organização – exemplo: domínio técnico. Podem também receber a denominação de competências técnicas, funcionais ou específicas;
- **Gerenciais** – capacidades consideradas essenciais para todos os colaboradores com responsabilidades administrativas ou de supervisão em qualquer área da organização e nos diferentes níveis hierárquicos existentes – exemplo: tomada de decisão;
- **Individuais ou comportamentais** – capacidades ou atributos pessoais que o colaborador tem e que influenciam sua eficácia no trabalho. Referem-se a um padrão de conduta ou a ações valorizadas pelo indivíduo ao desempenhar seu cargo ou função – exemplo: flexibilidade (Grifos nossos).

Ao analisar essa divisão de Coda (2016), temos a percepção do quão amplo é o sentido de competências. O corretor de imóveis é um indivíduo que pode atuar sozinho, em parceria com uma construtora em stands de venda, atuar dentro de imobiliária, ser proprietário de uma imobiliária, em suma, existem várias possibilidades de atuação para o corretor. Tendo em vista esses cenários de atuação, é necessário que o mesmo seja capaz de reunir competências que o possibilitem desempenhar o seu trabalho, agregar valor e se desenvolver.

Segundo Chiavenato (2016, p.129;130), discorre que as competências individuais resultam da conjugação de quatro fatores:

1) **Conhecimento: saber.** É incorporado por meio da aprendizagem. Assim, o segredo está em aprender a aprender e a aprender continuamente. Um processo sem fim, mas com o objetivo de crescer individual e continuamente. O conhecimento é a riqueza da Era da Informação, a moeda corrente que leva à sabedoria. É a maneira pela qual a pessoa armazena, organiza, estrutura e utiliza informações a respeito de determinada área ou campo de atividade.

2) **Habilidade: saber fazer.** O conhecimento precisa necessariamente ser aplicado, transformado em resultado concreto e devidamente rentabilizado por meio da ação. Em outros termos, deve proporcionar as habilidades para fazer, realizar, solucionar problemas e criar inovação. Habilidade é a capacidade de fazer e fazer bem determinada atividade. Se as pessoas não sabem como fazer, elas simplesmente não podem fazer.

As habilidades não são desenvolvidas apenas ouvindo alguém explicar como se deve fazer, mas desenvolvidas e fortalecidas com a prática por meio da efetiva realização das atividades. Contudo, só a habilidade não é suficiente para garantir o desempenho. É preciso que haja facilitação, oportunidade para atuar, incentivo e apoio no local de trabalho para que a pessoa possa fazer o que aprendes e da maneira como aprendeu.

3) **Julgamento: saber analisar, ponderar e julgar.** De nada valem o conhecimento a habilidade se a pessoa não sabe exatamente como utilizá-los adequadamente. O julgamento define o que, como, quando e onde aplicar melhor o conhecimento e a habilidade e alcançar resultados. O julgamento significa discernimento de oportunidade para escolher determinado curso de ação. Envolve raciocínio, intuição, perspicácia e visão antecipatória dos eventos.

4) **Atitude: saber fazer acontecer.** Tipo de comportamento ativo, proativo e empreendedor que enfrenta desafios, obstáculos, dificuldades, resistências e faz as coisas acontecerem por meio de seu conhecimento, habilidade e julgamento. Atitude quase sempre significa garra, ânimo, vontade, perseverança e insistência no alcance de seus objetivos até que eles sejam alcançados (Grifos nossos).

Analisando a conjugação dos quatro fatores para as competências individuais de Chiavenato (2016, p.129-130), o entendimento que se tem é que as competências individuais são uma somatória: CHA (Conhecimentos, Habilidades, Atitudes) Durand (1998) apud Vieira (2002, p.23), no entanto acrescentasse a essa somatória mais um campo, o julgamento, o qual Chiavenato (2016) descreve como a saber analisar, ponderar e julgar. Pode-se assim assumir que mesmo que o indivíduo possua conhecimentos, habilidades e atitudes, mas não for capaz de fazer uma análise, ponderação ou mesmo o julgamento diante de uma situação em que seja necessário discernimento para tomar uma decisão, as suas outras competências podem ser afetadas.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Para Gil (2017, p.26), as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis.

A pesquisa assume, como características, o método descritivo, pois deriva da percepção dos corretores a respeito do tema proposto. O método qualitativo foi estabelecido como fundamento para se conhecer, considerando a aproximação maior da realidade que possa ser conhecida cientificamente pela entrevista e análise de seu conteúdo, a compreensão dos corretores de imóveis sobre os ideais em torno de sua compreensão sobre competências profissionais nos dias atuais, considerando inclusive, as mudanças observadas a partir da pandemia da Covid-19.

3.2 PLANO DE PESQUISA

A possibilidade de realização deste trabalho considerando a seara de atuação da pesquisadora, como observadora participante, permite que se considerem as entrevistas que foram realizadas há quatro imobiliárias conhecidas pela observadora,. Assim como permite que inferências sejam feitas considerando a realidade deste segmento onde a pesquisadora atua. Para trazer o ponto de vista dos entrevistados, considerando realidades próximas, porém diferentes da organização onde a pesquisadora atua, foram convidadas quatro empresas de corretagem de imóveis diversas , entretanto, do mesmo segmento e também da mesma região (considerando municípios circunvizinhos que não foram identificados para que a impessoalidade e também a privacidade dos respondentes fossem preservados).

3.2.1 Universo e Amostra

Considerou-se no universo da pesquisa, ou população, o conjunto de elementos possuidores de características que são objetivos de estudo. Considerou-se, ainda, a amostra como uma parte selecionada de um universo pesquisado, a partir de um critério, para representar um todo, segundo Vergara (1997).

O universo de pesquisa deste estudo foi corretores de imóveis, mais precisamente corretores de quatro imobiliárias no bairro Praia do Morro, na Cidade de Guarapari/ES, tendo como amostra corretores de 4(quatro) imobiliárias do bairro, o critério para escolha das mesmas se deu pela conveniência e facilidade de acesso às mesmas.

Entre os entrevistados, que após livre e esclarecido consentimento participaram da pesquisa, 7(sete) eram do gênero masculino, 6(seis) do gênero feminino. A faixa etária predominante foi entre 32 a 37 anos de idade. Dos entrevistados cerca de 46,2% declararam que estão atuando no ramo há menos de 5 anos.

Para que se mantenha a privacidade das imobiliárias para as quais foram encaminhados os questionários aos seus corretores, a partir de agora as mesmas serão nomeadas por letras do alfabeto tais como A, B, C, D.

Foram convidadas cerca de 20 pessoas, das quais 13 responderam ter interesse em participar da pesquisa.

3.2.2 Tipo de Amostragem e coleta de dados

O estudo considerou para fins de amostra a perspectiva não probabilística, de cunho exploratório descritivo, considerando o perfil dos entrevistados.

O presente estudo coletou os dados por meio da técnica de amostragem não probabilística por conveniência, visto que nem toda a população está disponível para ser sorteada. De acordo com as pesquisadoras Lakatos e Marconi (2007, p.65):

(...) o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Objetivando a escolha metodológica, foi aplicado o método estruturado e não disfarçado, visando a padronização das respostas e maior clareza no momento da compilação e análise de dados. O instrumento utilizado para realizar a coleta dos dados foi por meio de questionário *online*, que foi adaptado de um questionário já existente, conforme modelo em anexo (Apêndice A).

A coleta de dados foi feita por meio de questionário aplicado com corretores, construído a partir de um roteiro semiestruturado de perguntas e respostas das quais parte das perguntas foram objetivas e outra parte foram subjetivas para permitir que os entrevistados pudessem oferecer suas opiniões particularizadas. Foi oferecido aos entrevistados a oportunidade de desenvolvimento de uma conversa pessoal para desenvolvimento do tema de pesquisa e respectiva entrevista, entretanto, devido a agenda incerta de horários e os compromissos uma vez que os clientes aparecem muitas vezes sem agendamento, os mesmos preferiram responder ao questionário e alguns concordaram em desenvolver uma conversa informal sobre o tema de pesquisa por meio de ligação telefônica utilizando o aplicativo de WhatsApp.

Para facilitação de acesso do questionário de pesquisas um formulário utilizando a plataforma Google, do tipo *survey*³, foi utilizado para que os respondentes entrevistados pudessem oferecer suas opiniões e percepções considerando a não identificação dos mesmos ou da corretora de imóveis em que atuam.

A pesquisa foi desenvolvida em quatro imobiliárias que estão instaladas na região metropolitana da cidade de Guarapari (considerando também o seu entorno).

O questionário é composto por 4(quatro) blocos de perguntas, nos quais foram abordados os enfoques quanto à formação e tempo de atuação no mercado imobiliário no primeiro bloco de perguntas, nos blocos subsequentes foram abordadas perguntas que tange quantos aos conhecimentos, habilidades e atitudes que foram pressupostas através deste estudo, como sendo necessárias para o corretor de imóveis ou para quem deseja desempenhar a função de corretor. O questionário teve por objetivo analisar a percepção dos entrevistados a respeito das competências elencando-as em uma escala de 1 a 5 em grau de importância para cada um dos entrevistados conforme a Tabela 1 a seguir:

Tabela 1 - Escala de Likert aplicada na pesquisa

Classificação	Escala de Likert
----------------------	-------------------------

³ Questionário que é distribuído entre os possíveis participantes convidados por meio de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - (TCLE) para resposta à pesquisa. Este formulário é encaminhado por meio de plataforma ou outro mecanismo eletrônico para a coleta de dados.

1	Nada importante
2	Pouco importante
3	Medianamente importante
4	Muito importante
5	Extremamente importante

Fonte: Elaborado pela Autora (2022)

3.2.3 Tratamento dos dados e limitação do método

A etapa de análise e organização dos dados percorreu o seguinte caminho de etapas proposta por Bardin (1977, p. 95) “1) a pré-análise; 2) a exploração do material; e 3) o tratamento dos resultados, inferência e interpretação”. Das análises, considerando a possibilidade de inferência do pesquisador a partir da importância das respostas, foram consideradas todas as respostas por sua relevância e importância para o tema de pesquisa.

Tendo em conta que todos os procedimentos têm limitações, buscou-se a partir do método qualitativo de pesquisas e tratamento de dados baseados nas etapas de Bardin a aproximação dos dados em busca das afirmações para uma aproximação da verdade dos fatos que foram relatados pelos entrevistados, considerando as bases teóricas que pautam esta pesquisa.

A pré-análise consistiu na organização do material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, possibilitando sistematizar as ideias iniciais. Essa organização consistiu na leitura dos documentos da coleta de dados, seguida da demarcação do que seria analisado, formulou-se então as hipóteses e objetivos, e foi realizada a referenciação dos índices e elaboração de indicadores.

A exploração do material se deu por meio de três passos: definição de categorias, ou seja, os sistemas de codificação, a identificação das unidades de registro, ou seja a identificação de unidade de significação a ser codificada que corresponde ao segmento de conteúdo a ser considerado como unidade base, buscando categorizar e contar frequencialmente, e unidades de contexto nos documentos, ou seja, a unidade de compreensão, a fim de codificar a unidade de registro correspondente ao

segmento da mensagem, com o intuito de compreender a significação exata da unidade de registro em questão.

O tratamento dos resultados, inferência e interpretação, que corresponde à última etapa do processo, se destina a tratar os dados obtidos através do questionário que foi aplicado utilizando-se da escala de Likert para a formulação dos conceitos principais aqui abordados neste estudo. Foi através dela que foi possível realizar a análise do conteúdo apresentado, onde ocorreu a condensação das informações e destaque das informações que propiciaram as interpretações inferenciais, a intuição a análise reflexiva e crítica.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O questionário de pesquisa foi aplicado de forma online entre 28 e 31 de outubro de 2022, com corretores de 4(quatro) imobiliárias do bairro Praia do Morro, na cidade de Guarapari, no Estado do Espírito Santo. Teve como objetivo compreender a percepção dos corretores de imóveis a respeito das competências necessárias ao exercício da profissão.

Na Tabela 2 identificou-se as 4(quatro) imobiliárias para as quais foram direcionados os questionários aos corretores e a quantidade de respondentes em cada uma delas.

Tabela 2 - Respondentes por imobiliária

Descrição	Frequência	Percentual (%)
Imobiliária A	9	69,2
Imobiliária B	2	15,4
Imobiliária C	1	7,7
Imobiliária D	1	7,7
Total	13	100

Fonte: Elaborado pela Autora (2022)

Em relação à faixa etária dos respondentes da pesquisa, conclui-se que a maior segmentação dos respondentes corresponde às pessoas entre 32 e 37 anos, sendo cerca de 38,5%. Em seguida, foram as pessoas entre 38 e 43 anos, que representaram cerca de 23,1%. Em terceiro lugar, houve um empate entre a segmentação de pessoas entre 20 e 25 anos e 26 e 31, que representaram cerca de 15,4% e, por fim, as pessoas que possuem entre 50 e 55 anos, que representam cerca de 7,7% dos respondentes, não houve respondente nas segmentações de 44 a 49 anos e acima de 55 anos. A maioria dos respondentes é, portanto, composta de pessoas entre 20 a 43 anos de idade.

Tabela 3 - Faixa Etária

Descrição	Frequência	Percentual (%)
Entre 20 e 25 anos	2	15,4
Entre 26 e 31 anos	2	15,4
Entre 32 e 37 anos	5	38,5
Entre 38 e 43 anos	3	23,1

Entre 44 e 49 anos	0	0,0
Entre 50 e 55 anos	1	7,7
Acima de 55 anos	0	0,0
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Quando perguntado sobre qual era a área que atuavam antes de ingressar no mercado imobiliário, as respostas foram diversas. Dos 13 respondentes, 2 responderam trabalhar na área administrativa, 1 respondeu que atuava com Gestão administrativa, 1 respondeu atuar como gerente de logística, 1 respondeu atuar com marketing, 1 era estudante, 1 atuava como pastor evangélico, 1 era empresário, 1 respondeu que atuava como personal training, 1 atuava como professor, 1 atuava como secretária em uma imobiliária, 1 era vendedor de gás, 1 atuava no comércio da família. Com base nas respostas obtidas pode-se concluir que a área de atuação anterior nem sempre tem relação com o setor imobiliário. Nos dá a percepção que é uma profissão que está aberta para qualquer pessoa que tenha interesse em segui-la, desde que se dedique.

Tabela 4 - Tempo de atuação no mercado imobiliário

Descrição	Frequência	Percentual (%)
Menos de 5 anos	6	46,2
Acima de 5 até 9 anos	3	23,1
Acima de 9 até 15 anos	3	23,1
Acima de 15 até 20 anos	1	7,6
Acima de 20 até 30 anos	0	0,0
Acima de 30 anos	0	0,0
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Em relação ao tempo de atuação no mercado por parte dos respondentes da pesquisa, conclui-se que a maior segmentação dos respondentes corresponde às pessoas que atuam no mercado imobiliário a menos de 5 anos, sendo cerca de 46,2%. Em seguida, houve um empate entre os respondentes que atuam acima de 5 até 9 anos no mercado imobiliário com os que atuam acima de 9 até 15 anos, ambos aparecem com 23,1% das respostas. Em terceiro temos acima de 15 até 20 anos, que obteve 7,6% das respostas. Não houve respondentes nas seguintes

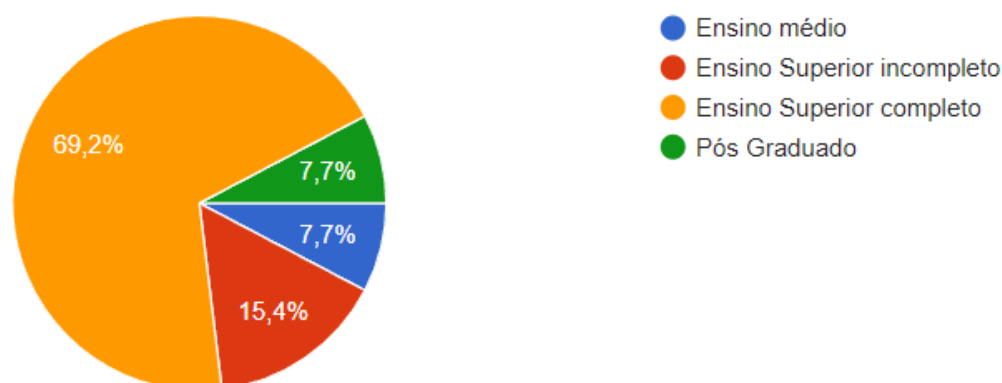
classificações: acima de 20 até 30 anos e acima de 30 anos. Pode-se assim concluir que a maioria dos respondentes é, portanto, composta de pessoas que atuam no mercado imobiliário há menos de 5 anos.

Tabela 5- Nível de formação acadêmica

Descrição	Frequência	Percentual (%)
Ensino Médio	1	46,2
Ensino Superior Incompleto	2	23,1
Ensino Superior Completo	9	23,1
Pós Graduação	1	7,6
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Gráfico 1- Nível de formação acadêmica:



Fonte: Tabela 5, 2022.

Em relação ao nível de formação acadêmica dos respondentes da pesquisa, conclui-se que a maior segmentação dos respondentes possui nível superior completo, correspondendo a 69,2% das pessoas que se dispuseram a responder, em segundo ficou o nível superior incompleto com 15,4% das respostas em terceiro lugar temos empatadas com ensino médio 7,7% e pós-graduação 7,7%. A maioria dos respondentes é, portanto, composta de pessoas que concluíram o nível superior.

Quando perguntado quanto ao fato de terem feito algum curso voltado para a área de corretagem imobiliária, além do curso de TTI (Técnico em Transações

Imobiliárias) que é pré-requisito básico para o exercício da profissão. Dos 13 respondentes 7 declararam não ter feito nenhum curso, 2 declararam ter feito o curso de perito avaliador imobiliário, 1 declarou ter feito direito imobiliário, 1 declarou ter feito Técnicas de venda, 1 declarou ter feito cursos de administração e logística, 1 declarou ter feito curso técnico em Administração, além de mentorias e cursos motivacionais. Com base nas respostas obtidas percebe-se que a maioria dos entrevistados até a data da pesquisa ainda não haviam feito outros cursos que visassem complementar ou mesmo auxiliar no exercício da profissão.

4.1 CONHECIMENTOS

Conhecimentos dentro da gama de competências são as informações, o saber do quê e o porquê o fazer, com base nesses conhecimentos em conjunto com as habilidades desempenhamos nossas ações.

Das Tabelas de 6 a 10 foram analisadas as respostas pertinentes aos Conhecimentos na percepção dos entrevistados, em uma escala de 1 a 5, na qual estão escalados como: (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) medianamente importante; (4) muito importante e (5) extremamente importante.

Tabela 6- Ter conhecimento sobre avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos. Conhecer o imóvel que está vendendo, dos seus atributos construtivos e de seu diferencial frente aos imóveis concorrentes em oferta.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	1	7,7
5- Extremamente importante	12	92,3
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes, 1 classificou como muito importante representando o percentual de 7,7% das respostas e 12 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 92,3% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a

Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 7- Conhecer bem a cidade, mercado imobiliário local - especialmente os locais mais valorizados em termos de oferta/ demanda/ preço. Ter conhecimento aprofundado em algum segmento ou nicho – tipo de imóvel ou região.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	2	15,4
5- Extremamente importante	11	84,6
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Das 13 respostas obtidas, 2 classificou como “muito importante” representando o percentual de 15,4% das respostas e 11 classificou como “extremamente importante”, ficando respectivamente o percentual de 84,6% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 8- Ter conhecimento de Economia - saber das vantagens/desvantagens e de resultados do investimento em imóveis versus aplicações financeiras; do contexto macroeconômico e seus reflexos no mercado imobiliário, conhecer matemática financeira.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	1	7,7
4- Muito importante	5	38,5
5- Extremamente importante	7	53,8
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 1 classificou como “medianamente importante”, correspondendo a 7,7% das respostas, 5 classificou como “muito importante” representando o percentual de 38,5% das respostas e 7 classificou como “extremamente importante”, ficando respectivamente o percentual de 53,8% das respostas obtidas. Não houve respostas

nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante e Pouco Importante.

Tabela 9- Conhecer o processo e técnicas de venda, ter conhecimentos jurídicos e tributários pertinentes à corretagem, da análise documental aos trâmites da venda (certidões, contratos, registros, etc.), e das taxas e impostos que recaem sobre a compra/venda do imóvel.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	4	30,8
5- Extremamente importante	9	69,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Das 13 respostas obtidas, 4 classificou como “muito importante” representando o percentual de 30,8% das respostas e 9 classificou como “extremamente importante”, ficando respectivamente o percentual de 69,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 10- Ter conhecimento de marketing, de mídias digitais, tecnologia da informação e comunicação, ter conhecimento em termos de cultura geral.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	3	23,1
4- Muito importante	6	46,2
5- Extremamente importante	4	30,7
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 3 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 23,1% das respostas, 6 classificaram como muito importante representando o percentual de 46,2% das respostas e 4 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 30,7% das respostas obtidas. Não houve respostas

nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante, pouco importante.

4.2 HABILIDADES

As habilidades dentro da gama de competências estão relacionadas a capacidade, técnica e destreza, é saber como fazer, como realizar algo. Em conjunto com o os conhecimentos, informações são preditivas as atitudes.

Das Tabelas 11 a 22 foram analisadas as respostas pertinentes às Habilidades na percepção dos entrevistados, em uma escala de 1 a 5, na qual estão escalados como: (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) medianamente importante; (4) muito importante e (5) extremamente importante.

Tabela 11- Saber inspirar e transmitir confiança. Comunicar-se – de forma clara, objetiva e usando os canais possíveis e adequados.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	2	15,4
5- Extremamente importante	11	84,6
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como muito importante representando o percentual de 15,4% das respostas e 11 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 86,4% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 12- Saber organizar-se quanto a agenda de compromissos quanto ao controle dos clientes atendidos. Ser metódico para agir sempre com um método, com uma sequência.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0

2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	6	46,2
5- Extremamente importante	7	53,8
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 6 classificaram como muito importante representando o percentual de 46,2% das respostas e 7 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 53,8% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 13- Saber negociar. Saber conduzir todas as etapas do processo de vendas.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	1	7,7
5- Extremamente importante	12	92,3
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 1 classificou como muito importante representando o percentual de 7,7% das respostas e 12 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 92,3% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 14- Saber entrevistar o cliente. Ter flexibilidade para lidar com pessoas de diferentes perfis, bem como com situações inusitadas.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0

4- Muito importante	4	30,8
5- Extremamente importante	9	69,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 4 classificaram como muito importante representando o percentual de 30,8% das respostas e 9 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 69,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 15- Saber criar e manter redes de relacionamento. Saber articular recursos e parcerias - promovendo engajamento e sinergia com outros corretores ou profissionais que possam participar/contribuir direta ou indiretamente na venda de imóveis. Saber coletar dados e informações – para atender demanda específica ou prospectar novos negócios, identificando e acessando os canais necessários.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	2	15,4
4- Muito importante	3	23,1
5- Extremamente importante	8	61,5
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 15,4% das respostas, 3 classificaram como muito importante representando o percentual de 23,1% das respostas e 8 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 61,5% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante, pouco importante.

Tabela 16- Saber fotografar e filmar os imóveis, para produzir conteúdo de qualidade.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0

2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	2	15,4
4- Muito importante	6	46,2
5- Extremamente importante	5	38,4
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 15,4% das respostas, 6 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,4% das respostas e 5 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 38,4% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante, pouco importante.

Tabela 17- Saber “enquadrar o cliente” = saber argumentar com cliente que suas expectativas estão desalinhadas com o mercado (ou quer pagar menos ou receber mais do que vale o imóvel), Saber argumentar e persuadir.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	5	38,5
5- Extremamente importante	8	61,5
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 5 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,5% das respostas e 8 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 61,5% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 18- Ser capaz de resolver problemas, saber lidar com momentos críticos e ou tensos.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
------------------	-------------------	-----------------------

1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	3	23,1
5- Extremamente importante	10	76,9
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 3 classificaram como muito importante representando o percentual de 23,1% das respostas e 10 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 76,9% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 19- Ser capaz de criar empatia com o cliente. Conversar simpaticamente sobre assuntos diversos (não só no início do atendimento, na fase do “quebra-gelo”, como ao longo do processo de vendas).

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	5	38,5
5- Extremamente importante	8	61,5
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 5 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,5% das respostas e 8 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 61,5% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 20- Saber inovar – no processo ou nas estratégias de vendas. Ser capaz de antecipar-se – no sentido de “pensar na frente”, prever.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
------------------	-------------------	-----------------------

1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	7	53,8
5- Extremamente importante	6	46,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 7 classificaram como muito importante representando o percentual de 53,8% das respostas e 6 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 46,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 21- Ter visão estratégica – no sentido de ter capacidade de enxergar oportunidades e alternativas. Saber aplicar técnicas de vendas de maneira oportuna e espontânea.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	2	15,4
4- Muito importante	6	46,2
5- Extremamente importante	5	38,4
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 15,4% das respostas, 6 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,4% das respostas e 5 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 38,4% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a “nada importante”, “pouco importante”.

Tabela 22- Saber auto avaliar seu desempenho, reconhecendo e aprendendo com os próprios erros. Saber aprender e a se autodesenvolver.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	4	30,8
5- Extremamente importante	9	69,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 4 classificaram como muito importante representando o percentual de 30,8% das respostas e 9 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 69,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

4.3 ATITUDES

As atitudes dentro do conceito de competências são os comportamentos, a maneira como colocamos em prática os conhecimentos e habilidades. As atitudes têm relação com a motivação, o querer fazer, os conhecimentos e habilidades dão suporte para que essas ações sejam feitas de maneira a desempenhar com êxito a ação pretendida.

Das Tabelas 23 a 32 foram analisadas as respostas pertinentes às Atitudes na percepção dos entrevistados, em uma escala de 1 a 5, na qual estão escalados como: (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) medianamente importante; (4) muito importante e (5) extremamente importante.

Tabela 23- Agir sempre de forma ética, íntegra, honesta. Atuar com dedicação e perseverança.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	0	0,0

5- Extremamente importante	13	100
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidos, a seguinte classificação de respostas: 13 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 100% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2, 3 e 4 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante, Muito Importante.

Tabela 24- Cuidar da aparência. Ter preocupação com a construção de uma “marca pessoal” - buscando se aprimorar de forma contínua e visando ser bem percebido enquanto pessoa/profissional.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	3	23,1
5- Extremamente importante	10	76,9
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 3 classificaram como muito importante representando o percentual de 23,1% das respostas e 10 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 76,9% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 25- Ter foco no cliente, priorizar a qualidade no atendimento ao cliente. Saber obter feedback do cliente – em relação ao atendimento prestado.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	2	15,4

5- Extremamente importante	11	84,6
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como muito importante representando o percentual de 15,4% das respostas e 11 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 84,6% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 26- Apresentar-se com bom humor e otimismo. Agir com autoconfiança e automotivação.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	5	38,5
5- Extremamente importante	8	61,5
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 5 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,5% das respostas e 8 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 61,5% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 27- Agir de forma diplomática – no sentido de perceber e respeitar as crenças e valores dos outros. Ser humilde perante o cliente, pois “o cliente sempre tem razão”.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	4	30,8
4- Muito importante	2	15,4

5- Extremamente importante	7	53,8
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 4 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 30,8% das respostas, 2 classificaram como muito importante representando o percentual de 15,4% das respostas e 7 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 53,8% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante, pouco importante.

Tabela 28- Ser paciente. Usar de controle emocional = ter autocontrole sobre suas emoções, praticar a resiliência (no sentido de recuperar-se e reerguer-se psicologicamente; após a perda de um negócio, por exemplo).

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	1	7,7
4- Muito importante	2	15,4
5- Extremamente importante	10	76,9
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 1 classificou como medianamente importante, correspondendo a 7,7% das respostas, 2 classificaram como muito importante representando o percentual de 15,4% das respostas e 10 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 76,9% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante e Pouco Importante.

Tabela 29- Ter iniciativa e ser proativo. Ser ousado e inovador – sem medo de inovar e ou de correr maiores riscos.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
------------------	-------------------	-----------------------

1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	2	15,4
4- Muito importante	5	38,4
5- Extremamente importante	6	46,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 2 classificaram como medianamente importante, correspondendo a 15,4% das respostas, 5 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,4% das respostas e 6 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 46,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante, pouco importante.

Tabela 30- Não se intimidar diante de pessoas arrogantes, não se intimidar diante de pessoas ricas ou famosas.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	1	7,7
4- Muito importante	5	38,5
5- Extremamente importante	7	53,8
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 1 classificou como medianamente importante, correspondendo a 7,7% das respostas, 5 classificaram como muito importante representando o percentual de 38,5% das respostas e 7 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 53,8% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante e Pouco Importante.

Tabela 31- Saber o momento certo de “propor o fechamento” do negócio. Ter foco em resultados - na finalização das etapas, no fechamento do negócio, etc.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
------------------	-------------------	-----------------------

1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	0	0,0
4- Muito importante	4	30,8
5- Extremamente importante	9	69,2
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 4 classificaram como muito importante representando o percentual de 30,8% das respostas e 9 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 69,2% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1, 2 e 3 que correspondem respectivamente a Nada Importante, Pouco importante e Medianamente importante.

Tabela 32- Manter-se atualizado nos assuntos pertinentes aos negócios e ou naqueles de relevância social. Ter preocupação em ir além da transação/venda - buscando estabelecer uma relação duradoura com o cliente.

Descrição	Frequência	Percentual (%)
1- Nada importante	0	0,0
2- Pouco importante	0	0,0
3- Medianamente importante	1	7,7
4- Muito importante	4	30,8
5- Extremamente importante	8	61,5
Total	13	100

Fonte: Coleta de dados, 2022.

Dos 13 respondentes foram obtidas, a seguinte classificação de respostas: 1 classificou como medianamente importante, correspondendo a 7,7% das respostas, 4 classificaram como muito importante representando o percentual de 30,8% das respostas e 8 classificaram como extremamente importante, ficando respectivamente o percentual de 61,5% das respostas obtidas. Não houve respostas nas escalas de 1 e 2 que correspondem respectivamente a Nada Importante e Pouco Importante.

4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base nas respostas obtidas através do questionário foi possível fazer uma classificação dos conhecimentos, habilidades e atitudes, que na percepção dos entrevistados são considerados como extremamente importantes, não desprezando as demais respostas obtidas e suas classificações. No entanto, preferiu-se focar na classificação deste critério de extremamente importante.

O Quadro 03 e o Gráfico 02, trazem a ocorrência de respostas de acordo com o critério adotado para classificação das respostas.

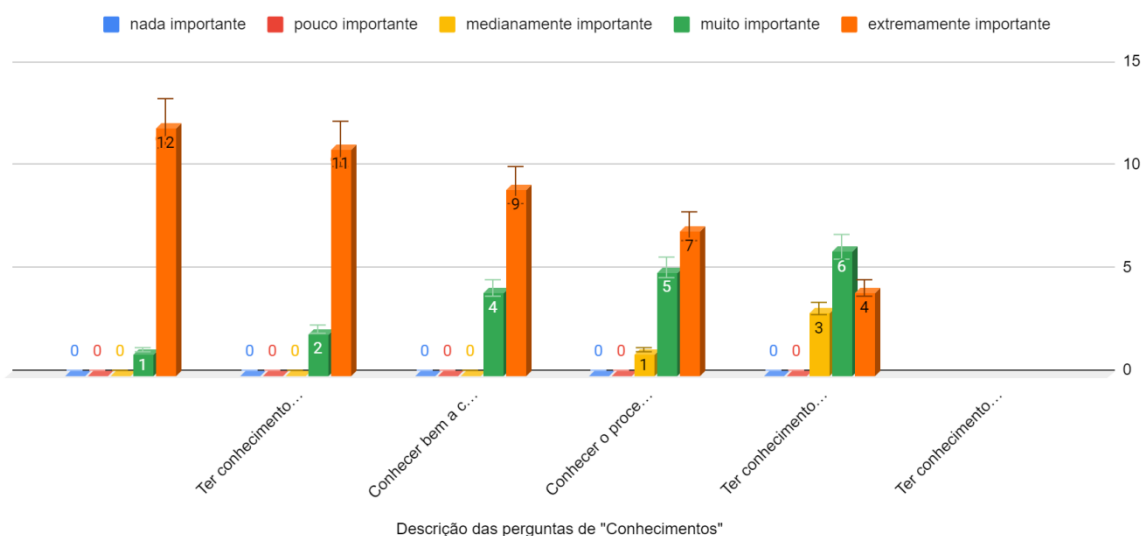
Quadro 03- Conhecimentos

Descrição das perguntas de "Conhecimentos"	Ocorrência das respostas de acordo com o grau de importância				
	nada importante	pouco importante	medianamente importante	muito importante	extremamente importante
Ter conhecimento sobre avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos. Conhecer o imóvel que está vendendo – dos seus atributos construtivos e de seu diferencial frente aos imóveis concorrentes em oferta.	0	0	0	1	12
Conhecer bem a cidade, mercado imobiliário local - especialmente os locais mais valorizados em termos de oferta/ demanda/ preço. Ter conhecimento aprofundado em algum segmento ou nicho – tipo de imóvel ou região.	0	0	0	2	11
Conhecer o processo e técnicas de venda, ter conhecimentos jurídicos e tributários pertinentes à corretagem - da análise documental aos trâmites da venda (certidões, contratos, registros, etc.), e das taxas e impostos que recaem sobre a compra/venda do imóvel.	0	0	0	4	9
Ter conhecimento de Economia - saber das vantagens/desvantagens e de resultados do investimento em imóveis versus aplicações financeiras; do contexto macroeconômico e seus reflexos no mercado imobiliário, conhecer matemática financeira.	0	0	1	5	7
Ter conhecimento de marketing, de mídias digitais, tecnologia da informação e comunicação, ter conhecimento em termos de cultura geral.	0	0	3	6	4

Fonte: Elaborado pela Autora (2022)

Gráfico 02

Conhecimentos



Fonte: Coleta de dados, 2022

O Quadro 03- Conhecimentos, traz a classificação da incidência de respostas em cada uma das perguntas relacionadas aos conhecimentos, que com base no critério de importância foi feita uma classificação das respostas na qual foi possível fazer a análise da percepção dos entrevistados acerca do assunto abordado, e o Gráfico 02- Conhecimentos os números correspondentes às respostas nesse quesito.

De acordo com o critério de "extremamente importante", a classificação dos conhecimentos na percepção dos entrevistados foi essa:

1ª Ter conhecimento sobre avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos. Conhecer o imóvel que está vendendo – dos seus atributos construtivos e de seu diferencial frente aos imóveis concorrentes em oferta. Dos 13 entrevistados, 12 responderam ser "extremamente importante".

2ª Conhecer bem a cidade, mercado imobiliário local - especialmente os locais mais valorizados em termos de oferta/ demanda/ preço. Ter conhecimento aprofundado em algum segmento ou nicho – tipo de imóvel ou região. Dos 13 entrevistados, 11 responderam ser "extremamente importante".

3ª Conhecer bem a cidade, mercado imobiliário local - especialmente os locais mais valorizados em termos de oferta/ demanda/ preço. Ter conhecimento aprofundado em algum segmento ou nicho – tipo de imóvel ou região. Dos 13 entrevistados, 9 responderam ser "extremamente importante".

4ª Ter conhecimento de Economia - saber das vantagens/desvantagens e de resultados do investimento em imóveis versus aplicações financeiras; do contexto econômico e do mercado.

macroeconômico e seus reflexos no mercado imobiliário, conhecer matemática financeira. Dos 13 entrevistados, 7 responderam ser “extremamente importante”.

5ª Ter conhecimento de marketing, de mídias digitais, tecnologia da informação e comunicação, ter conhecimento em termos de cultura geral. Dos 13 entrevistados, apenas 4 responderam ser “extremamente importante”.

Chiavenato (2016), define que o conhecimento é incorporado por meio da aprendizagem, e seu segredo está em aprender a aprender e a aprender continuamente. Discorre ainda que o saber constitui uma riqueza da Era da Informação, como moeda corrente que leva à sabedoria.

Ao analisar as respostas, podemos assim entender que na percepção dos corretores entrevistados os conhecimentos que são considerados “extremamente importantes” pela maioria são aqueles ligados à avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos, conhecer a cidade onde atuam, e o mercado de atuação. Quanto ao quesito ligado aos conhecimentos relacionados a economia, vantagens/desvantagens, contexto macroeconômico, conhecimento de matemática financeira, 7 julgaram como “medianamente importante” e 5 como “muito importante”. No que diz respeito a conhecimentos ligados a marketing, mídias sociais a resposta que predominante foi o quesito “muito importante”, com 6 respostas. Conclui-se que são importantes, porém que muitos ainda não tem esses dois quesitos como “extremamente importante” para a sua atuação, no entanto vale salientar que o mercado está em constante modificação de cenários e que conhecimentos nessas áreas é de suma importância para se manter sempre atualizados e competitivos.

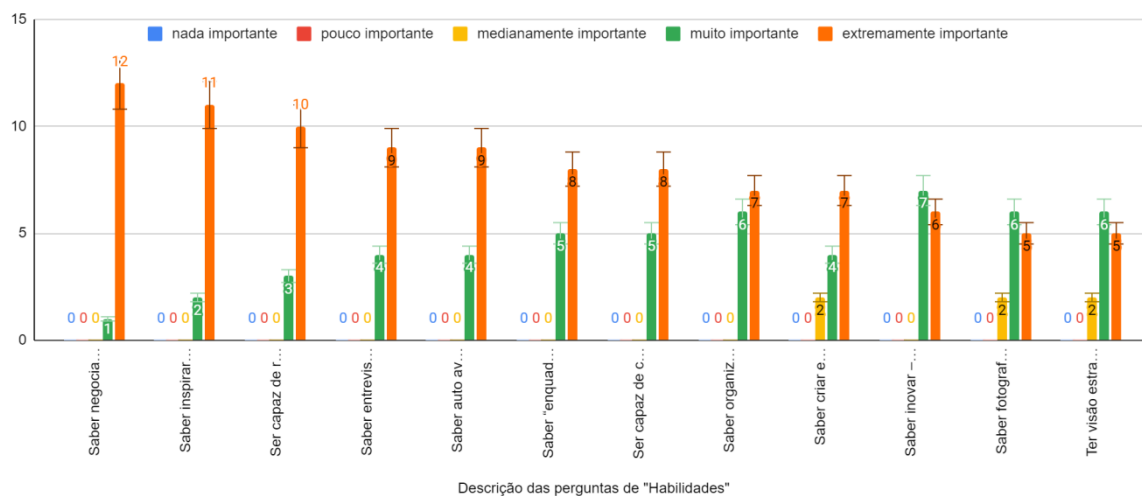
Quadro 04- Habilidades

"Habilidades"	Ocorrência das respostas de acordo com o grau de importância				
	(1) nada importante	(2) pouco importante	(3) medianamente importante	(4) muito importante	(5) extremamente importante
Saber negociar, Saber conduzir todas as etapas do processo de vendas.				1	12
Saber inspirar e transmitir confiança. Comunicar-se – de forma clara, objetiva e usando os canais possíveis e adequados.				2	11
Ser capaz de resolver problemas, Saber lidar com momentos críticos e ou tensos.				3	10
Saber entrevistar o cliente. Ter flexibilidade para lidar com pessoas de diferentes perfis, bem como com situações inusitadas.				4	9
Saber auto avaliar seu desempenho, reconhecendo e aprendendo com os próprios erros. Saber aprender e a se autodesenvolver.				4	9
Saber "enquadrar o cliente" = saber argumentar com cliente que suas expectativas estão desalinhadas com o mercado (ou quer pagar menos ou receber mais do que vale o imóvel), Saber argumentar e persuadir.				5	8
Ser capaz de criar empatia com o cliente. Conversar simpaticamente sobre assuntos diversos (não só no início do atendimento, na fase do "quebra-gelo", como ao longo do processo de vendas).				5	8
Saber organizar-se quanto a agenda de compromissos quanto ao controle dos clientes atendidos. Ser metódico para agir sempre com um método, com uma sequência.				6	7
Saber criar e manter redes de relacionamento. Saber articular recursos e parcerias - promovendo engajamento e sinergia com outros corretores ou profissionais que possam participar/contribuir direta ou indiretamente na venda de imóveis. Saber coletar dados e informações – para atender demanda específica ou prospectar novos negócios, identificando e acessando os canais necessários.			2	4	7
Saber inovar – no processo ou nas estratégias de vendas. Ser capaz de antecipar-se – no sentido de "pensar na frente", prever.				7	6
Saber fotografar e filmar os imóveis, para produzir conteúdo de qualidade.			2	6	5
Ter visão estratégica – no sentido de ter capacidade de enxergar oportunidades e alternativas. Saber aplicar técnicas de vendas de maneira oportuna e espontânea.			2	6	5

Fonte: Elaborado pela Autora (2022)

Gráfico 03- Habilidades

Habilidades



Fonte: Coleta de dados, 2022

O Quadro 04- Habilidades, traz a classificação da incidência de respostas em cada uma das perguntas relacionadas às habilidades, que com base no critério de importância foi feita uma classificação das respostas na qual foi possível fazer a análise da percepção dos entrevistados acerca do assunto abordado, e o Gráfico 03- Habilidades os números correspondentes às respostas nesse quesito.

De acordo com o critério de “extremamente importante”, a classificação das habilidades na percepção dos entrevistados foi essa:

1ª Saber negociar, saber conduzir todas as etapas do processo de vendas. Dos 13 entrevistados, 12 responderam ser “extremamente importante”.

2ª Saber inspirar e transmitir confiança. Comunicar-se – de forma clara, objetiva e usando os canais possíveis e adequados. Dos 13 entrevistados, 11 responderam ser “extremamente importante”.

3ª Ser capaz de resolver problemas, saber lidar com momentos críticos e ou tensos. Dos 13 entrevistados, 10 responderam ser “extremamente importante”.

4ª Saber entrevistar o cliente. Ter flexibilidade para lidar com pessoas de diferentes perfis, bem como com situações inusitadas. Dos 13 entrevistados, 9 responderam ser “extremamente importante”.

5ª Saber auto avaliar seu desempenho, reconhecendo e aprendendo com os próprios erros. Saber aprender e a se autodesenvolver. Dos 13 entrevistados, 9 responderam ser “extremamente importante”.

6ª Saber “enquadrar o cliente” = saber argumentar com cliente que suas expectativas estão desalinhadas com o mercado (ou quer pagar menos ou receber mais do que vale o imóvel), Saber argumentar e persuadir. Dos 13 entrevistados, 8 responderam ser “extremamente importante”.

7ª Ser capaz de criar empatia com o cliente. Conversar simpaticamente sobre assuntos diversos (não só no início do atendimento, na fase do “quebra-gelo”, como ao longo do processo de vendas). Dos 13 entrevistados, 8 responderam ser “extremamente importante”.

8ª Saber organizar-se quanto a agenda de compromissos quanto ao controle dos clientes atendidos. Ser metódico para agir sempre com um método, com uma sequência. Dos 13 entrevistados, 7 responderam ser “extremamente importante”.

9ª Saber criar e manter redes de relacionamento. Saber articular recursos e parcerias - promovendo engajamento e sinergia com outros corretores ou profissionais que possam participar/contribuir direta ou indiretamente na venda de imóveis. Saber coletar dados e informações – para atender demanda específica ou prospectar novos negócios, identificando e acessando os canais necessários. Dos 13 entrevistados, 7 responderam “extremamente importante”.

10ª Saber inovar – no processo ou nas estratégias de vendas. Ser capaz de antecipar-se – no sentido de “pensar na frente”, prever. Dos 13 entrevistados, apenas 6 responderam ser “extremamente importante”.

11ª Saber fotografar e filmar os imóveis, para produzir conteúdo de qualidade. Dos 13 entrevistados, apenas 5 responderam ser “extremamente importante”.

12ª Ter visão estratégica – no sentido de ter capacidade de enxergar oportunidades e alternativas. Saber aplicar técnicas de vendas de maneira oportuna e espontânea. Dos 13 entrevistados, apenas 5 responderam ser “extremamente importante”.

Chiavenato (2009, p.408) trata das competências pessoais que os indivíduos devem desenvolver para atuar nos ambientes de negócio, nesse contexto aqui analisado destaca-se a comunicação e colaboração, antes para ter um bom desempenho a qualificação profissional era voltada para a tarefa específica, hoje a eficácia está mais ligada às habilidades interpessoais a comunicação e colaboração.

Analisando a classificação e a incidência das respostas de acordo com a percepção dos corretores entrevistados, as habilidades que são consideradas “extremamente importantes” pela maioria são aquelas que estão ligadas à saber negociar, conduzir as etapas dos processos de vendas, inspirar e transmitir confiança, ter comunicação clara, ter capacidade para lidar com a resolução de problemas e lidar com momentos

de tensão, ser capaz de identificar as necessidades do cliente, saber argumentar e persuadir quando necessário, e saber lidar com os diferentes perfis e situações inusitadas, ser empático com o seu cliente. Ser organizado com a sua agenda e compromissos e saber criar redes de relacionamento com parceiros e saber coletar dados e informações para atendimento de uma demanda específica também aparecem como extremamente importantes para a maioria dos entrevistados. No entanto, quanto aos quesitos ligados às habilidades relacionados à inovação nos processos e estratégias de vendas, capacidade de antecipar-se no sentido de “pensar na frente”, prever, 7 julgaram como “muito importante”, saber fotografar e filmar os imóveis, a fim de produzir conteúdo de qualidade, ter visão estratégica e saber aplicar técnicas de vendas de maneira oportuna e espontânea, não obteve maioria das respostas como “extremamente importante”, 2 julgaram como “medianamente importante” e 6 como “muito importante”.

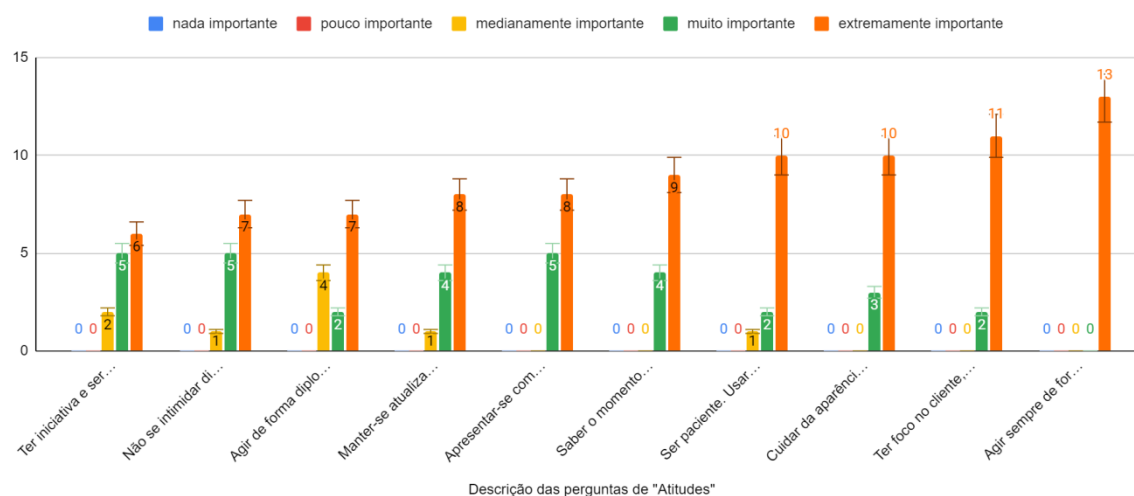
Quadro 05- Atitudes

"Atitudes"	Ocorrência das respostas de acordo com o grau de importância				
	(1) nada importante	(2) pouco importante	(3) medianamente importante	(4) muito importante	(5) extremamente importante
Agir sempre de forma ética, íntegra, honesta. Atuar com dedicação e perseverança.					13
Ter foco no cliente, priorizar a qualidade no atendimento ao cliente. Saber obter feedback do cliente – em relação ao atendimento prestado.				2	11
Cuidar da aparência. Ter preocupação com a construção de uma "marca pessoal" - buscando se aprimorar de forma contínua e visando ser bem percebido enquanto pessoa/profissional.				3	10
Ser paciente. Usar de controle emocional = ter autocontrole sobre suas emoções, praticar a resiliência (no sentido de recuperar-se e reerguer-se psicologicamente; após a perda de um negócio, por exemplo).			1	2	10
Saber o momento certo de "propor o fechamento" do negócio. Ter foco em resultados - na finalização das etapas, no fechamento do negócio, etc.				4	9
Apresentar-se com bom humor e otimismo. Agir com autoconfiança e automotivação.				5	8
Manter-se atualizado nos assuntos pertinentes aos negócios e ou naqueles de relevância social. Ter preocupação em ir além da transação/venda - buscando estabelecer uma relação duradoura com o cliente.			1	4	8
Agir de forma diplomática – no sentido de perceber e respeitar as crenças e valores dos outros. Ser humilde perante o cliente, pois "o cliente sempre tem razão".			4	2	7
Não se intimidar diante de pessoas arrogantes, não se intimidar diante de pessoas ricas ou famosas.			1	5	7
Ter iniciativa e ser proativo. Ser ousado e inovador – sem medo de inovar e ou de correr maiores riscos.			2	5	6

Fonte: Elaborado pela Autora (2022)

Gráfico 04- Atitudes

Atitudes



Fonte: Coleta de dados, 2022

O Quadro 05- Atitudes, traz a classificação da incidência de respostas em cada uma das perguntas relacionadas às atitudes, que com base no critério de importância foi feita uma classificação das respostas na qual foi possível fazer a análise da percepção dos entrevistados acerca do assunto abordado, e o Gráfico 04- Atitudes os números correspondentes às respostas nesse quesito.

De acordo com o critério de extremamente importante, a classificação das atitudes na percepção dos entrevistados foi essa:

1ª Agir sempre de forma ética, íntegra, honesta. Atuar com dedicação e perseverança. Todos os 13 responderam “extremamente importante”.

2ª Ter foco no cliente, priorizar a qualidade no atendimento ao cliente. Saber obter feedback do cliente em relação ao atendimento prestado. Dos 13 entrevistados, 11 responderam ser “extremamente importante”.

3ª Cuidar da aparência. Ter preocupação com a construção de uma “marca pessoal” buscando se aprimorar de forma contínua e visando ser bem percebido enquanto pessoa/profissional. Dos 13 entrevistados, 10 responderam ser “extremamente importante”.

4ª Ser paciente. Usar de controle emocional, ter autocontrole sobre suas emoções, praticar a resiliência (no sentido de recuperar-se e reerguer-se psicologicamente; após a perda de um negócio, por exemplo). Dos 13 entrevistados, apenas 10 responderam ser “extremamente importante”.

5ª Saber o momento certo de “propor o fechamento” do negócio. Ter foco em resultados - na finalização das etapas, no fechamento do negócio, etc. Dos 13 entrevistados, 9 responderam ser “extremamente importante”.

6ª Apresentar-se com bom humor e otimismo. Agir com autoconfiança e automotivação. Dos 13 entrevistados, 8 responderam ser “extremamente importante”.

7ª Manter-se atualizado nos assuntos pertinentes aos negócios e ou naqueles de relevância social. Ter preocupação em ir além da transação/venda - buscando estabelecer uma relação duradoura com o cliente. Dos 13 entrevistados, 8 responderam ser “extremamente importante”.

8ª Agir de forma diplomática – no sentido de perceber e respeitar as crenças e valores dos outros. Ser humilde perante o cliente, pois “o cliente sempre tem razão”. Dos 13 entrevistados, 7 responderam ser “extremamente importante”.

9ª Não se intimidar diante de pessoas arrogantes, não se intimidar diante de pessoas ricas ou famosas. Dos 13 entrevistados, 7 responderam ser “extremamente importante”.

10ª Ter iniciativa e ser proativo. Ser ousado e inovador sem medo de inovar e ou de correr maiores riscos. Dos 13 entrevistados, apenas 6 responderam ser “extremamente importante”.

Chiavenato (2016) a respeito das atitudes afirma que essas estão ligadas ao quer fazer, Resende (2000) discorre sobre as competências individuais ou comportamentais como a capacidade ou atributo pessoal que indivíduo tem e que influenciam sua eficácia no trabalho, está ligado a um padrão de conduta e/ou ações que são valorizadas pelo indivíduo ao desempenhar sua função ou cargo.

Analisando a classificação e a incidência das respostas de acordo com a percepção dos corretores entrevistados, as atitudes que são consideradas “extremamente importantes” por todos os entrevistados dizem respeito ao agir de forma ética, íntegra e honesta, atuando com dedicação e perseverança. A maioria considera como “extremamente importante” as atitudes ligadas ao foco no cliente, cuidado com a aparência, em construir uma “marca pessoal”, ter controle emocional, agir com

autoconfiança, ter foco em resultados, manter-se atualizado no que é pertinente ao escopo de sua atividade, agir de forma diplomática, respeitando as crenças e valores dos outros e a não se intimidar diante de pessoas independente de sua posição social. Quanto a ter iniciativa e a ser proativo, ousado, inovador 6 responderam ser “extremamente importante”, 5 responderam ser “muito importante” e 2 responderam ser “medianamente importante”, nesse quesito em específico ainda existe uma certa insegurança, podemos assim dizer na maioria dos entrevistados, o mercado não é estático muda o tempo todo, e se faz necessário acompanhar essas evoluções que surgem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da exposição e análise dos dados coletados, conclui-se que, os respondentes, corretores de imóveis de 4 imobiliárias A, B, C e D, do bairro Praia do Morro, cidade de Guarapari, estado do Espírito Santo, demonstraram ter uma percepção bem definida quanto a importância das competências profissionais ao exercício de sua profissão, tendo em vista que todos os quesitos de perguntas e proposições a respeito de conhecimentos, habilidades e atitudes alcançaram em sua maioria de respostas o quesito de “medianamente importante”, enquanto em sua maioria os quesitos propostos tiveram como resposta o quesito “extremamente importante”.

Entre as competências eleitas pelos Corretores de imóveis, destacam-se competências consideradas relevantes e outras consideradas muito relevantes. Entre as competências relevantes menciona-se os indícios resultantes das pesquisas, que demonstram na percepção dos profissionais, como competências relevantes os conhecimentos com relação a avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos, o conhecer a cidade onde atuam e o mercado de atuação.

Entre as competências consideradas muito relevantes, ou ainda, ideais e desejáveis para os corretores de imóveis considerando a realidade de profissionais que lidam, no contexto da corretagem de imóveis para compra, venda, aluguel, avaliação, assessoria patrimonial e outras demandas e inovações do segmento de atuação dos corretores de imóveis, as habilidades ligadas ao saber negociar, a condução das etapas dos processos de vendas, a inspirar e transmitir confiança, a comunicação clara e a capacidade de resolução de problemas e lidar com momentos de tensão, bem como a capacidade de identificar as necessidades do cliente, saber argumentar e persuadir quando necessário, e saber lidar com os diferentes perfis e situações inusitadas, organização e as atitudes de agir de forma ética, íntegra e honesta, atuando com dedicação e perseverança, o foco no cliente, o cuidado com a aparência, em construir uma “marca pessoal”, o controle emocional, agir com autoconfiança, focar em resultados, manter-se atualizado no que é pertinente ao escopo de sua atividade, ser diplomático, respeitando as crenças e valores dos outros, dentre outras atitudes listadas no questionário são de extrema importância

para atuação no mercado.

Neste sentido, contemporaneamente, em um mundo globalizado onde os profissionais lidam com investidores locais e internacionais, considerando empreendimentos cada dia mais versáteis e a diversidade e pluralidade dos clientes que constantemente estão em constantes mudanças em relação às suas preferências, importa refletir sobre as competências do corretor de imóveis tanto do ponto de vista de suas demandas basilares para o atendimento aos consumidores, tais como o curso de Técnicas de Transações Imobiliárias e inscrição no CRECI, como a necessária ampliação de seus conhecimentos e habilidades para a conquista de competências que o subsidiem para sua permanência, bem como, para o crescimento de sua empregabilidade no contexto dos negócios imobiliários

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.

_____. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL, 2022. Site Planalto - Portal da Legislação. Disponível em <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/portal-legis/legislacao-1>>. Acesso em out. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos - **O capital humano das organizações**. 9ª Ed. Elsevier, Rio de Janeiro, 2009.

(----.) - **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa**. 8ª ed. rev. e atual. Barueri, SP, Manole, 2016.

CODA, Roberto. **Competências Comportamentais: como mapear e desenvolver competências pessoais no trabalho**. São Paulo: Atlas, 2016. E-book. ISBN 9788597008746. Disponível em:< <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008746/>> Acesso em: 10 nov. 2022.

Conselho Federal dos Corretores de Imóveis – (COFEDI, 2019a) Disponível em <<https://www.cofeci.gov.br/>>. Acesso em 01 de set. 2022.

_____. (COFEDI, 2019b). Histórico da Profissão: Corretor de Imóveis. Org. Sílvia Celani. Sistema COFEDI-CRECI. E-book disponível em <<https://www.cofeci.gov.br/historia-do-corretor-de-imoveis>>. Acesso em 03 de ago. 2022.

ESTEVEZ, André Fernandes; FRADERA, Vera Maria Jacob. **Contratos Empresariais**. 1ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6ª edição. Editora Atlas. p. 26, 2017.

GODOI, C.K., ROSA, A.P., DAL CORTIVO, L. **Competências organizacionais: uma análise bibliométrica da produção científica brasileira**. In: ENCONTRO ANUAL DO SLADE. Itapema. 2004, Anais... Itapema, 2004.

GRAMIGNA, M.R. M. **Modelos de competências e gestão de talentos**. São Paulo. Makron Books, 2001;

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Metodologia do trabalho científico** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. Lei nº 6.530/1978. - Dá nova regulamentação à profissão de Corretor de Imóveis, disciplina o funcionamento de seus órgãos de fiscalização e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6530.htm. Acesso em: 17 out. 2022.

_____. Lei nº 8.078/1990 - Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 17 out. 2022.

_____. Lei nº10.403/2002 - Institui o Código Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/2002/L10406.htm. Acesso em: 17 out. 2022.

_____. Lei nº 12.236/2010 - Altera o art. 723 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, para adequá-lo às exigências da Lei Complementar no 95, de 26 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/L12236.htm Acesso em: 17 out. 2022.

LUDWICH, Adriano Brognoli - **Elaboração de um plano de desenvolvimento de competências para corretores de imóveis com atuação no segmento de alto padrão na cidade de Florianópolis**. Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade Federal de Santa Catarina. - Santa Catarina. Disponível em https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/181726/TC_VERS%c3%83O%20FINAL_PDF_5%20DEZ%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em 03 out. 2022.

MELO, Gabriel Machado de. **Responsabilidade civil do corretor de imóveis**. Trabalho de Conclusão de Curso na Pontifícia Universidade Católica - PUC -Goias. Disponível em <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2365/1/GABRIEL%20MACHADO%20DE%20MELO.pdf>. Acesso em 16 out. de 2022.

MOURA, M.C. BITENCOURT, C. C. A Articulação entre Estratégia, Desenvolvimento de Competências e Aprendizagem: da Teoria à Realidade Organizacional. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 28., 2004, Curitiba**. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004.

RESENDE, E. **O Livro das competências: o desenvolvimento das competências: a melhor autoajuda para as pessoas, organizações e sociedade**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2000.

SÁ, Antônio Lopes De. **Ética Profissional**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597021653. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021653/>. Acesso em: 03 out. 2022.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Ed. 3 revisada e atualizada. Universidade Federal de Santa Catarina Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção Laboratório de Ensino a Distância. Florianópolis. 2001. Disponível em <http://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a-edicao.pdf> Acesso em 08 jun. 2022.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

VIEIRA, Francisco Pedro. **Gestão, baseada nas competências, na ótica dos gestores, funcionários e clientes, na empresa de assistência técnica e extensão rural do estado de Rondônia** – Emater, RO. Dissertação de mestrado apresentada na Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

ZARIFIAN, P. **Objetivo competência**. São Paulo: Atlas, 2001;

WITTORSKI, R. Da fabricação das competências. In TOMASI, A. (Org.) **Da qualificação à competência**. Campinas: Papirus, 2004.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Questionário- Competências do Corretor de Imóveis

1)Qual a sua idade?

- 20 a 25 anos
- 26 a 31 anos
- 32 a 37 anos
- 38 a 43 anos
- 44 a 49 anos
- 50 a 55 anos
- Acima de 55 anos

2)Qual o seu nível de formação acadêmica?

- Ensino médio
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Outro: _____

3)Além do curso de TTI (Técnicas em Transações Imobiliárias) que é obrigatório para o exercício da profissão, possui alguma outra formação voltada para a área de corretagem imobiliária? Qual?

R:

4)Há quantos anos atua no mercado imobiliário? *

- Menos de 5 anos
- Acima de 5 até 9 anos
- Acima de 9 até 15 anos
- Acima de 15 até 20 anos
- Acima de 20 até 30 anos
- Acima de 30 anos

5)Qual era a área que atuava antes de ingressar no setor imobiliário?

R:

6)Ter conhecimento sobre avaliação de imóveis, técnicas, normas e procedimentos. Conhecer o imóvel que está vendendo – dos seus atributos construtivos e de seu diferencial frente aos imóveis concorrentes em oferta.

1 2 3 4 5

7)Conhecer bem a cidade, mercado imobiliário local - especialmente os locais mais valorizados em termos de oferta/ demanda/ preço. Ter conhecimento aprofundado em algum segmento ou nicho – tipo de imóvel ou região.

1 2 3 4 5

8)Ter conhecimento de Economia - saber das vantagens/desvantagens e de resultados do investimento em imóveis versus aplicações financeiras; do contexto macroeconômico e seus reflexos no mercado imobiliário, conhecer matemática financeira.

1 2 3 4 5

9)Conhecer o processo e técnicas de venda, ter conhecimentos jurídicos e tributários pertinentes à corretagem - da análise documental aos trâmites da venda (certidões, contratos, registros, etc.), e das taxas e impostos que recaem sobre a compra/venda do imóvel.

1 2 3 4 5

10)Ter conhecimento de marketing, de mídias digitais, tecnologia da informação e comunicação, ter conhecimento em termos de cultura geral.

1 2 3 4 5

11)Saber inspirar e transmitir confiança. Comunicar-se – de forma clara, objetiva e usando os canais possíveis e adequados.

1 2 3 4 5

12)Saber organizar-se quanto a agenda de compromissos quanto ao controle dos clientes atendidos. Ser metódico para agir sempre com um método, com uma sequência.

1 2 3 4 5

13)Saber negociar, saber conduzir todas as etapas do processo de vendas.

1 2 3 4 5

14) Saber entrevistar o cliente. Ter flexibilidade para lidar com pessoas de diferentes perfis, bem como com situações inusitadas.

1 2 3 4 5

15) Saber criar e manter redes de relacionamento. Saber articular recursos e parcerias - promovendo engajamento e sinergia com outros corretores ou profissionais que possam participar/contribuir direta ou indiretamente na venda de imóveis. Saber coletar dados e informações – para atender demanda específica ou prospectar novos negócios, identificando e acessando os canais necessários.

1 2 3 4 5

16) Saber fotografar e filmar os imóveis, para produzir conteúdo de qualidade.

1 2 3 4 5

17) Saber “enquadrar o cliente” = saber argumentar com cliente que suas expectativas estão desalinhadas com o mercado (ou quer pagar menos ou receber mais do que vale o imóvel), Saber argumentar e persuadir.

1 2 3 4 5

18) Ser capaz de resolver problemas, saber lidar com momentos críticos e ou tensos.

1 2 3 4 5

19) Ser capaz de criar empatia com o cliente. Conversar simpaticamente sobre assuntos diversos (não só no início do atendimento, na fase do “quebra-gelo”, como ao longo do processo de vendas).

1 2 3 4 5

20) Saber inovar – no processo ou nas estratégias de vendas. Ser capaz de antecipar-se – no sentido de “pensar na frente”, prever.

1 2 3 4 5

21) Ter visão estratégica – no sentido de ter capacidade de enxergar oportunidades e alternativas. Saber aplicar técnicas de vendas de maneira oportuna e espontânea.

1 2 3 4 5

22) Saber auto avaliar seu desempenho, reconhecendo e aprendendo com os próprios erros. Saber aprender e a se autodesenvolver.

1 2 3 4 5

23) Agir sempre de forma ética, íntegra, honesta. Atuar com dedicação e perseverança.

1 2 3 4 5

24) Cuidar da aparência. Ter preocupação com a construção de uma “marca pessoal” - buscando se aprimorar de forma contínua e visando ser bem percebido enquanto pessoa/profissional.

1 2 3 4 5

25) Ter foco no cliente, priorizar a qualidade no atendimento ao cliente. Saber obter feedback do cliente – em relação ao atendimento prestado.

1 2 3 4 5

26) Apresentar-se com bom humor e otimismo. Agir com autoconfiança e automotivação.

1 2 3 4 5

27) Agir de forma diplomática – no sentido de perceber e respeitar as crenças e valores dos outros. Ser humilde perante o cliente, pois “o cliente sempre tem razão”.

1 2 3 4 5

28) Ser paciente. Usar de controle emocional = ter autocontrole sobre suas emoções, praticar a resiliência (no sentido de recuperar-se e reerguer-se psicologicamente; após a perda de um negócio, por exemplo).

1 2 3 4 5

29) Ter iniciativa e ser proativo. Ser ousado e inovador – sem medo de inovar e ou * de correr maiores riscos.

1 2 3 4 5

30) Não se intimidar diante de pessoas arrogantes, não se intimidar diante de pessoas ricas ou famosas.

1 2 3 4 5

31) Saber o momento certo de “propor o fechamento” do negócio. Ter foco em resultados - na finalização das etapas, no fechamento do negócio, etc.

1 2 3 4 5

32) Manter-se atualizado nos assuntos pertinentes aos negócios e ou naqueles de relevância social. Ter preocupação em ir além da transação/venda - buscando estabelecer uma relação duradoura com o cliente.

- 1 2 3 4 5