

A IMOBILIÁRIA DO FUTURO

Dados, tecnologia, automação e IA na
transformação da gestão imobiliária



Mais do que um relatório de mercado

Este e-book combina dados de mercado, tendências comportamentais, transformações tecnológicas e aplicações práticas para discutir a evolução da operação imobiliária.

DADOS DE MERCADO	TENDÊNCIAS	TECNOLOGIA	APLICAÇÕES	MATURIDADE DIGITAL
------------------	------------	------------	------------	--------------------

Para quem foi produzido

para gestores, diretores, proprietários de imobiliárias e profissionais que desejam compreender as transformações que estão remodelando o setor.

O objetivo não é apenas discutir tecnologia. É mostrar como diferentes ferramentas, quando integradas, podem gerar eficiência, produtividade e inteligência operacional.

Sumário

PARTE 1 - O NOVO MERCADO

Mercado mais complexo

Demanda e jornada

Tecnologia fragmentada

PARTE 2 - A IMOBILIÁRIA INTELIGENTE

A evolução

Dados e CRM

Automação e IA

As 7 transformações da imobiliária

PARTE 3 - O FUTURO

O Corretor

Gestão em tempo real

Modelo 2030 e Checklist

O modelo da imobiliária inteligente

PARTE 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Ideiaimobi

Fontes e metodologia



O futuro da imobiliária não será definido apenas pelo comportamento do mercado.

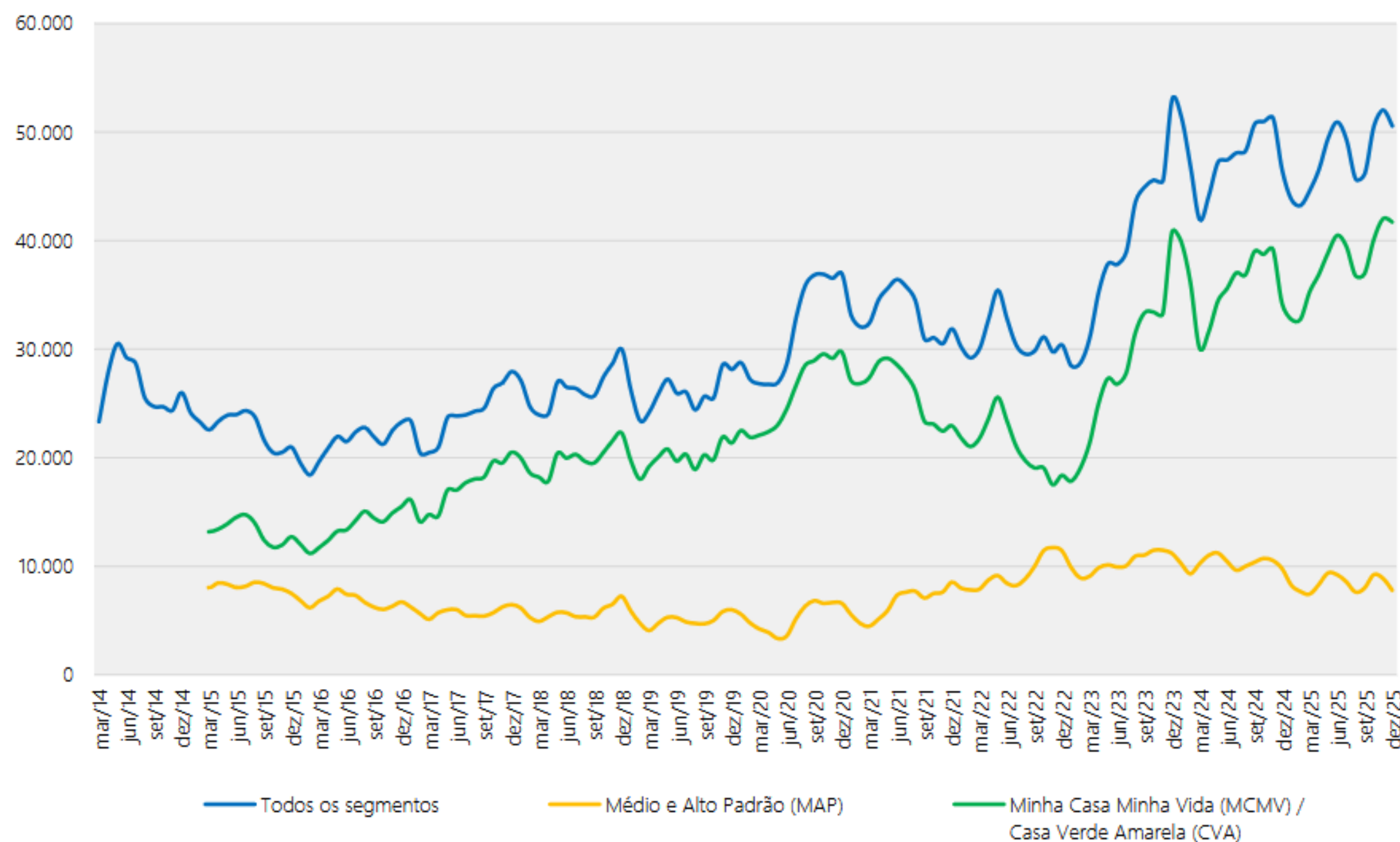
Consumidores mais digitais, jornadas fragmentadas, múltiplos canais e um volume crescente de informações mudam a natureza da competição.

O futuro será definido pela capacidade de conectar dados, automação e relacionamento em uma única operação

Dados de mercado.

Vendas - Série histórica

Série histórica do número de unidades vendidas, total e por segmento (trimestre móvel)



Composição (%)



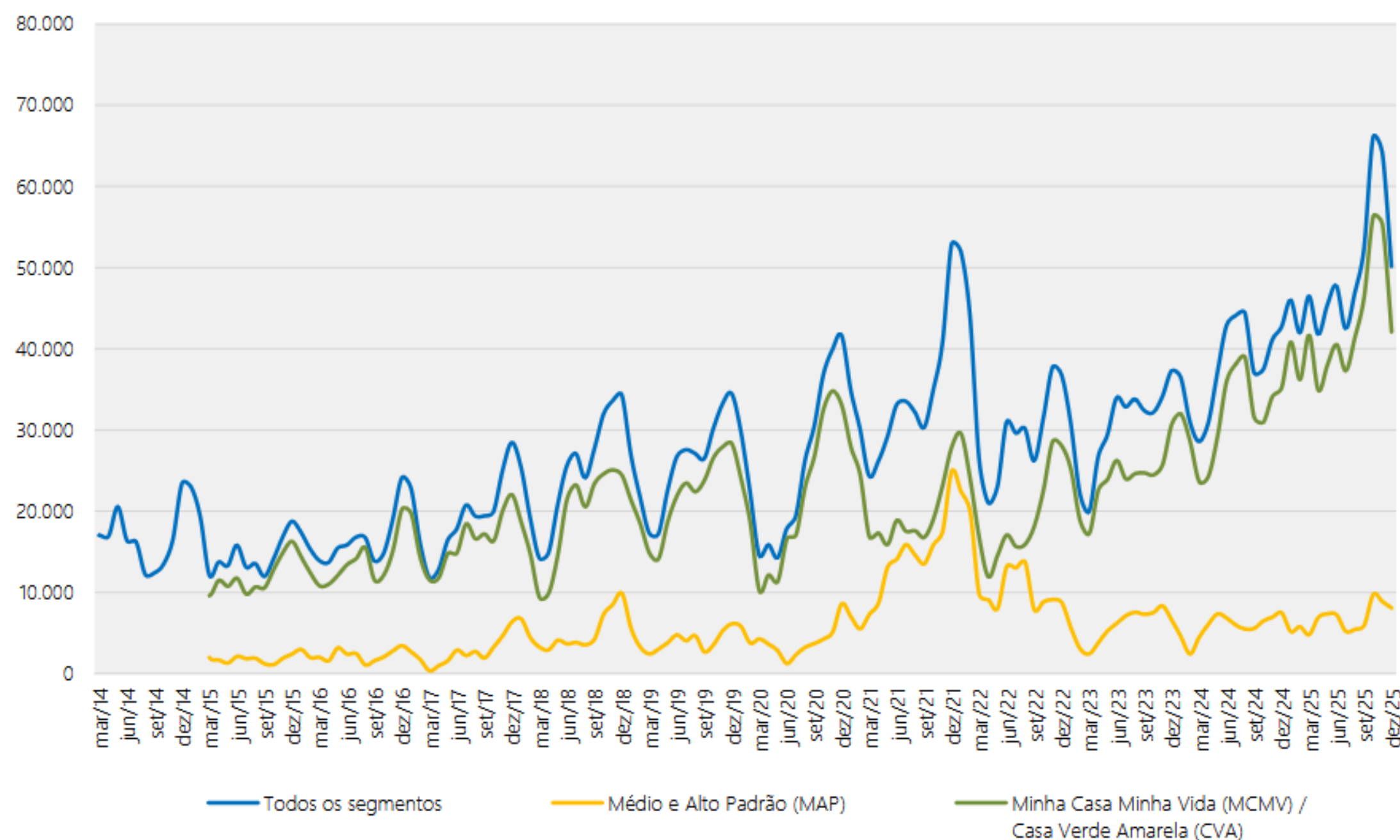
Outros segmentos/sem informação

Fonte: Indicadores ABRAINC/Fipe, referência dezembro de 2025.

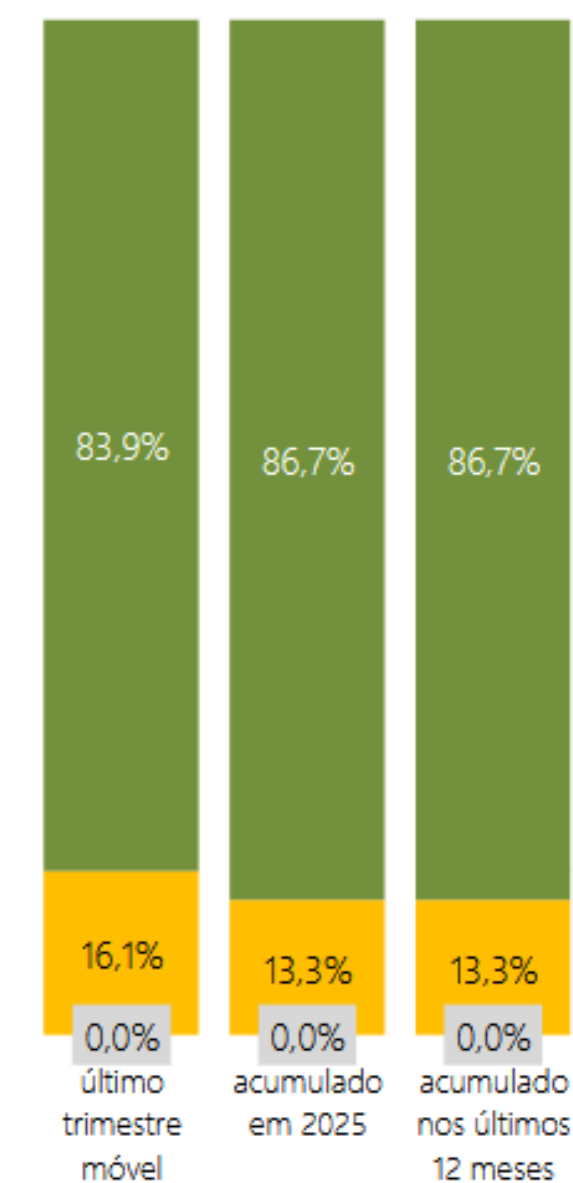
Dados de mercado.

Lançamentos - Série histórica

Série histórica do número de unidades lançadas, total e por segmento (trimestre móvel)

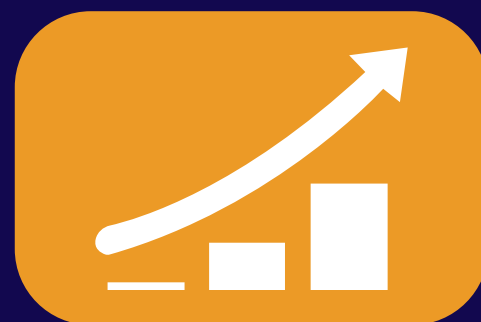


Composição (%)



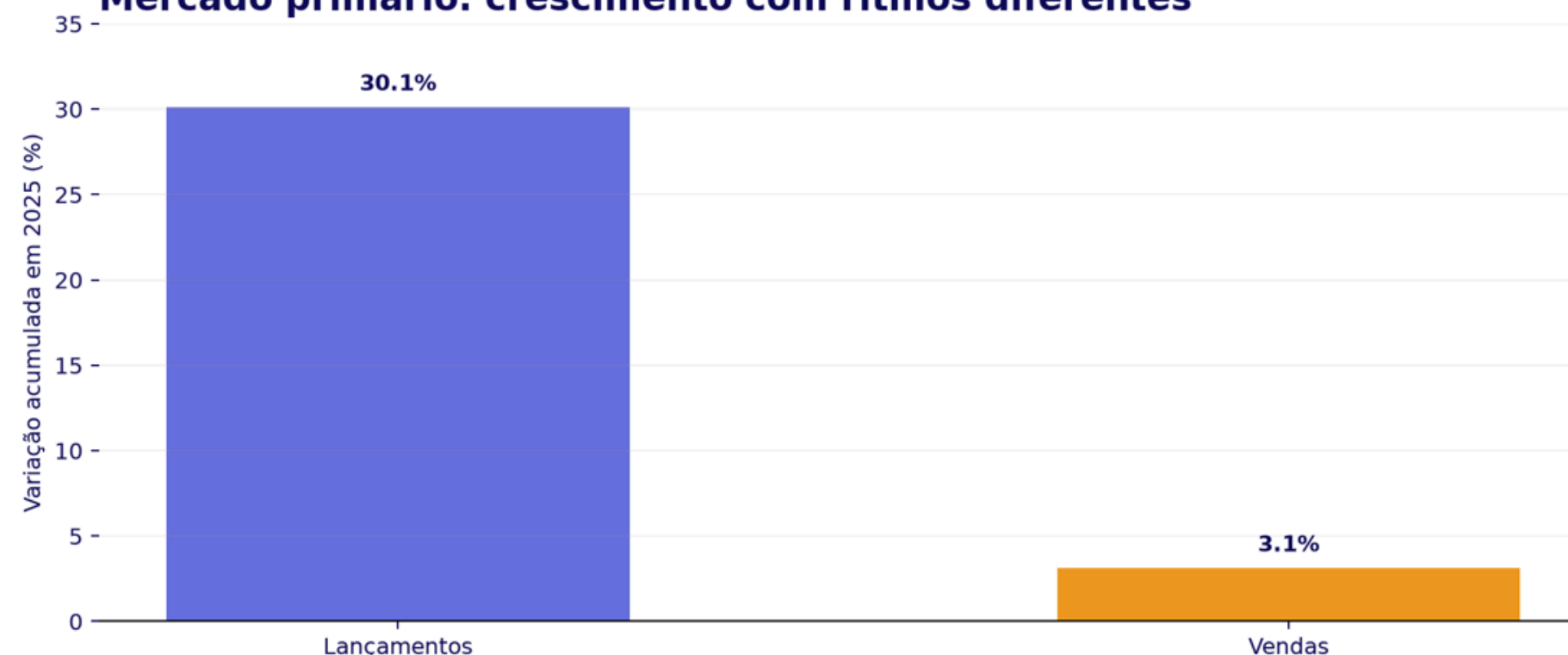
Fonte: Indicadores ABRAINC/Fipe, referência dezembro de 2025.

O mercado não parou. Ele ficou mais complexo.



Juros elevados não significam necessariamente um **mercado imobiliário** paralisado. Os dados mostram uma realidade mais complexa: o mercado continua ativo, mas se reorganiza entre segmentos, perfis de comprador e modelos de negócio.

Mercado primário: crescimento com ritmos diferentes



Fonte: Indicadores ABRAINC/Fipe, referência dezembro de 2025.

Os **lançamentos em número de unidades** cresceram 30,1% em 2025, enquanto a **soma das unidades vendidas** entre janeiro e dezembro de 2025 avançaram 3,1% no acumulado do ano.

Essa diferença indica uma transformação na composição da demanda e reforça a necessidade de compreender o mercado com mais profundidade.

Em um ambiente mais heterogêneo, informação passa a ter valor estratégico.

O MERCADO NÃO ESTÁ SIMPLEMENTE CRESCENDO OU ENCOLHENDO. ESTÁ SE REORGANIZANDO.

Em cenários mais complexos, decisões baseadas apenas em percepção tendem a gerar mais riscos.

Empresas orientadas por dados conseguem compreender melhor a dinâmica do mercado e identificar oportunidades antes que elas se tornem evidentes para todos.

A autoridade não vem do gráfico isolado. Vem da sequência lógica que transforma evidência em decisão.

DADO →

INTERPRETAÇÃO
→

INSIGHT →

APLICAÇÃO

Existe demanda. Mas a jornada mudou.

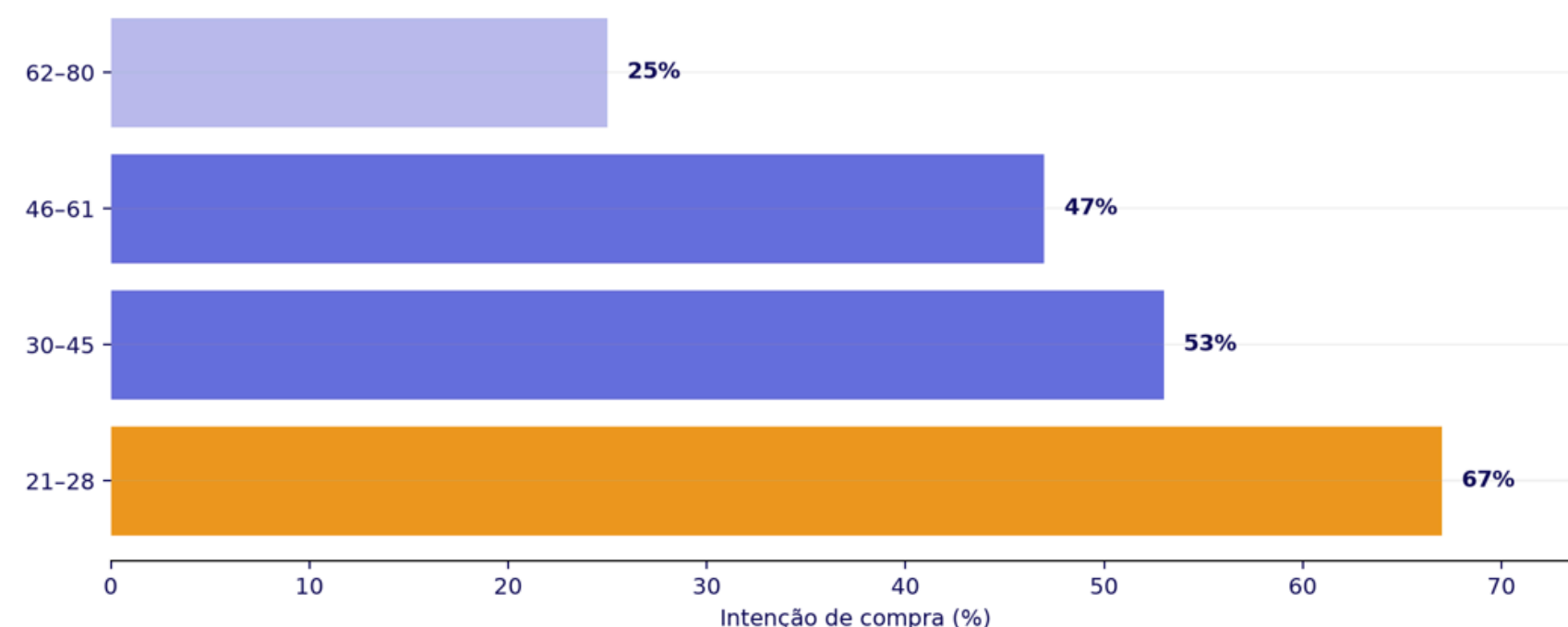
A pesquisa da Brain Inteligência Estratégicas ouviu 1.200 pessoas em todo o país em junho de 2026.

A intenção de compra foi especialmente elevada entre os mais jovens.

A Geração Z lidera a intenção de compra e tende a iniciar a jornada em canais digitais. Isso amplia o intervalo entre descoberta, pesquisa, contato e visita.

52% dos brasileiros pretendem comprar um imóvel, segundo pesquisa do segundo trimestre de 2026.

Intenção de compra por faixa etária



Intenção não significa compra imediata. Ela representa uma oportunidade de relacionamento para empresas capazes de acompanhar diferentes momentos da jornada.

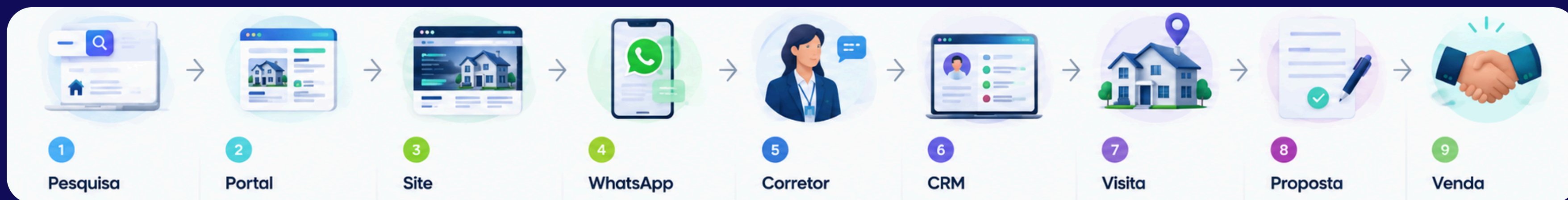
O levantamento da Brain Inteligência Estratégicas aponta que:

- 38% dos que demonstraram intenção ainda não haviam iniciado a busca;
- 10% estavam pesquisando
- 4% já haviam iniciado visitas.

Em volume, 4,3 milhões de famílias já haviam iniciado a busca online.

Isso significa que existe uma grande **oportunidade para as imobiliárias** que conseguem **acompanhar e nutrir relacionamentos ao longo do tempo**.

A jornada digital do comprador de imóveis



Uma única operação deve preservar contexto, histórico e próxima ação em cada etapa.

O cliente enxerga uma única jornada.

A imobiliária também deve enxergá-la assim.

Assistente de Decisão
Sobre a temperatura

Todos (6) Muito quente (3) Morno (1) Frio (2)

Fabio Eduardo Pereira
fabio@ideiamais.com.br
Assinou a newsletter
Ligar agora

Muito quente

WhatsApp Entender

Guilherme
Avançou na negociação
Ligar agora

Muito quente

WhatsApp Entender

Marcelo Medeiros
contato@mm.com.br
Pedi informações sobre um imóvel
Visualizou imóveis no site
Ligar agora

Muito quente

WhatsApp Entender

João Pereira
ideiamais@gmail.com
Sem sinais recentes.
Manter em nutrição

Frio

WhatsApp Entender

João Medeiros
ideiamais@gmail.com
Sem sinais recentes.
Manter em nutrição

Frio

WhatsApp Entender

Fábio Pereira
contato@ideiaimobi.com.br
Assinou a newsletter
Visualizou imóveis no site
Manter em nutrição

Frio

WhatsApp Entender

Quando cada ponto de contato funciona isoladamente, histórico, contexto e oportunidades são perdidos.

Quando os canais trabalham conectados, a empresa acompanha a jornada completa, independentemente de onde ela começou.

O problema não é ter tecnologia. É ter tecnologia fragmentada.

A transformação digital trouxe uma consequência inesperada: muitas empresas passaram a acumular ferramentas. Um sistema para o **site**. Outro para **CRM**. Outro para **marketing**. **Portais diferentes**. **Planilhas**. **WhatsApp**. **Dashboards**. Cada solução pode resolver um problema específico.

Mas quem conecta tudo?

O CUSTO INVISÍVEL DA FRAGMENTAÇÃO

- Dados duplicados
- informação perdida
- retrabalho
- processos manuais
- leads sem acompanhamento
- falta de histórico
- baixa visibilidade da jornada
- dificuldade de medir resultados

Quantas ferramentas
sua imobiliária utiliza
para fazer uma única
venda acontecer?

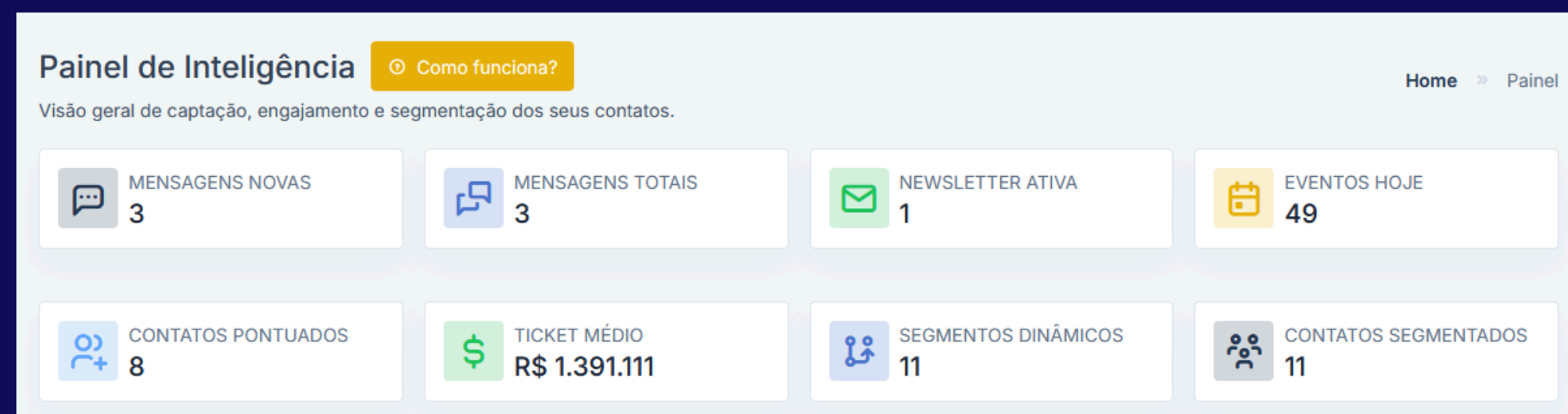
Tecnologia fragmentada aumenta o custo de coordenação e reduz a capacidade de agir com contexto.

Integração é o que transforma ferramentas em sistema.

Digitalizar processos é o começo. Integrá-los é o próximo passo. Torná-los inteligentes é a nova fronteira.

OS 4 ESTÁGIOS DA EVOLUÇÃO IMOBILIÁRIA

- 1. Imobiliária tradicional** — Processos predominantemente manuais, informações espalhadas e decisões baseadas principalmente em experiência.
- 2. Imobiliária digital** — A empresa incorpora ferramentas digitais: site, portais, CRM, marketing digital e comunicação online.
- 3. Imobiliária integrada** — As ferramentas passam a conversar. Dados e processos são conectados e a jornada começa a ser acompanhada de ponta a ponta.
- 4. Imobiliária inteligente** — Dados, automação e IA apoiam análise e decisões. A empresa não apenas registra o que aconteceu: começa a identificar o que está acontecendo e qual ação deve ser tomada.

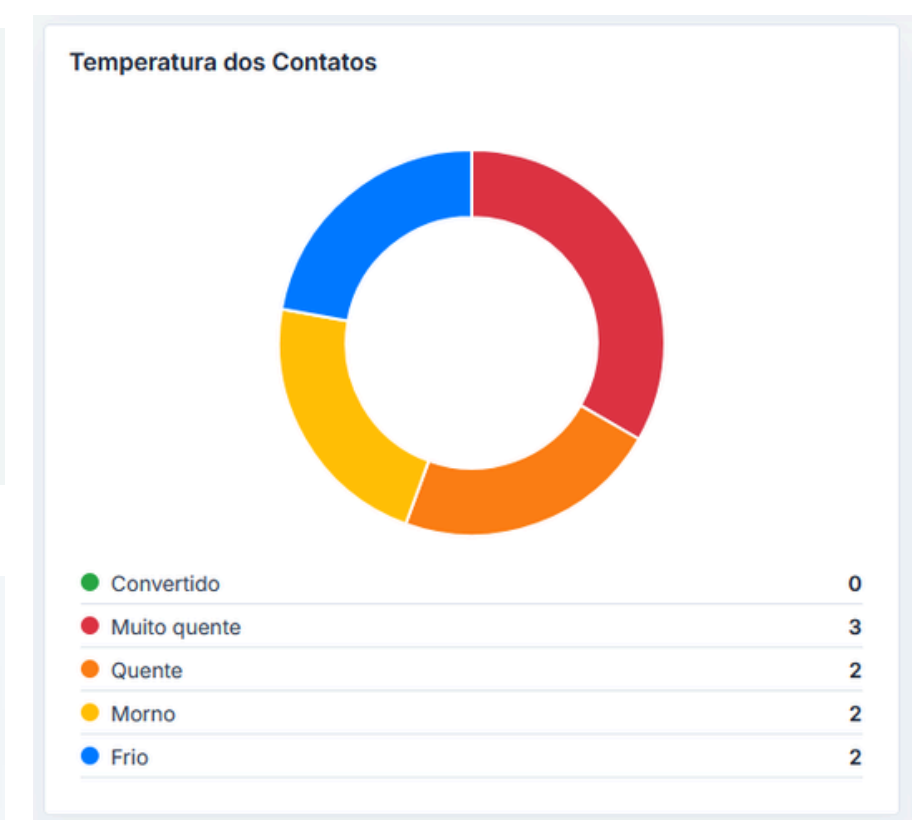
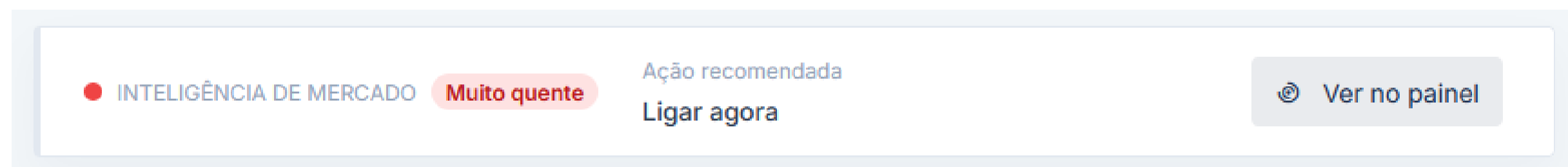


Dados: o novo ativo estratégico

Toda imobiliária possui dados. Mas nem toda imobiliária consegue transformar esses dados em inteligência.

Uma base pode conter milhares de contatos e ainda responder muito pouco sobre os clientes:

- quantos realmente estão ativos, quais imóveis despertam maior interesse, quais canais geram melhores oportunidades, quais leads estão esfriando e quais clientes podem ser reativados.



O CRM deixa de ser cadastro

Durante muito tempo, CRM foi tratado como um lugar para armazenar contatos. Nome, telefone, e-mail, imóvel e status.

Mas a transformação digital alterou esse papel. Um **CRM inteligente** precisa gerar relacionamento, contexto e ajudar a empresa a responder:

- quem é esse cliente?
- de onde veio?
- o que procura?
- qual imóvel despertou interesse?
- em que estágio está?
- quando foi o último contato?
- quem o atendeu?
- qual deveria ser o próximo passo?

A MUDANÇA DE PARADIGMA

CRM tradicional: “Onde está meu cliente?”  CRM inteligente: “O que eu deveria fazer agora com este cliente?”

DADO NÃO É INTELIGÊNCIA

**Dado organizado gera informação. Informação analisada gera conhecimento.
Conhecimento aplicado gera decisão.**

Use as setas para navegar entre as fases do funil.

Nova (1)

Venda Apartamento 3 quartos

Fernanda Santos (Lead)

Data da oportunidade:

21/05/2026

Valor: R\$ 900.000,00

Tipo: Venda

Origem: Website próprio

Previsão de fechamento:

21/05/2026

Situação SLA: Vencido

Limite de atendimento:

28/06/2026 10:41

⊕ Nova Oportunidade

Qualificada (0)

Sem oportunidades nesta fase.

⊕ Nova Oportunidade

Em atendimento (0)

Sem oportunidades nesta fase.

⊕ Nova Oportunidade

Em negociação (0)

Sem oportunidades nesta fase.

⊕ Nova Oportunidade

Em fechamento (0)

Sem oportunidades nesta fase.

⊕ Nova Oportunidade

Finalizado (0)

Sem oportunidades nesta fase.

⊕ Nova Oportunidade

A vantagem competitiva não está em possuir mais dados. Está em conseguir transformá-los em ação.

Automação: menos tarefa, mais relacionamento

Automação não deveria significar substituir o corretor. Deveria significar retirar do corretor tarefas que não precisam depender exclusivamente de intervenção humana.

Uma jornada automatizada pode identificar um lead, direcioná-lo, iniciar a comunicação adequada, programar follow-ups, nutrir o relacionamento e sinalizar oportunidades de reativação.

O CICLO DA AUTOMAÇÃO



Automatizar não é afastar o humano. É retirar tarefas repetitivas e liberar o humano para atendimento, análise e negociação.

IA aplicada ao negócio imobiliário

A **Inteligência Artificial** ganha valor quando está **integrada a dados, processos e decisões reais**. Sozinha, ela gera possibilidades. Conectada à operação, ela produz capacidade.

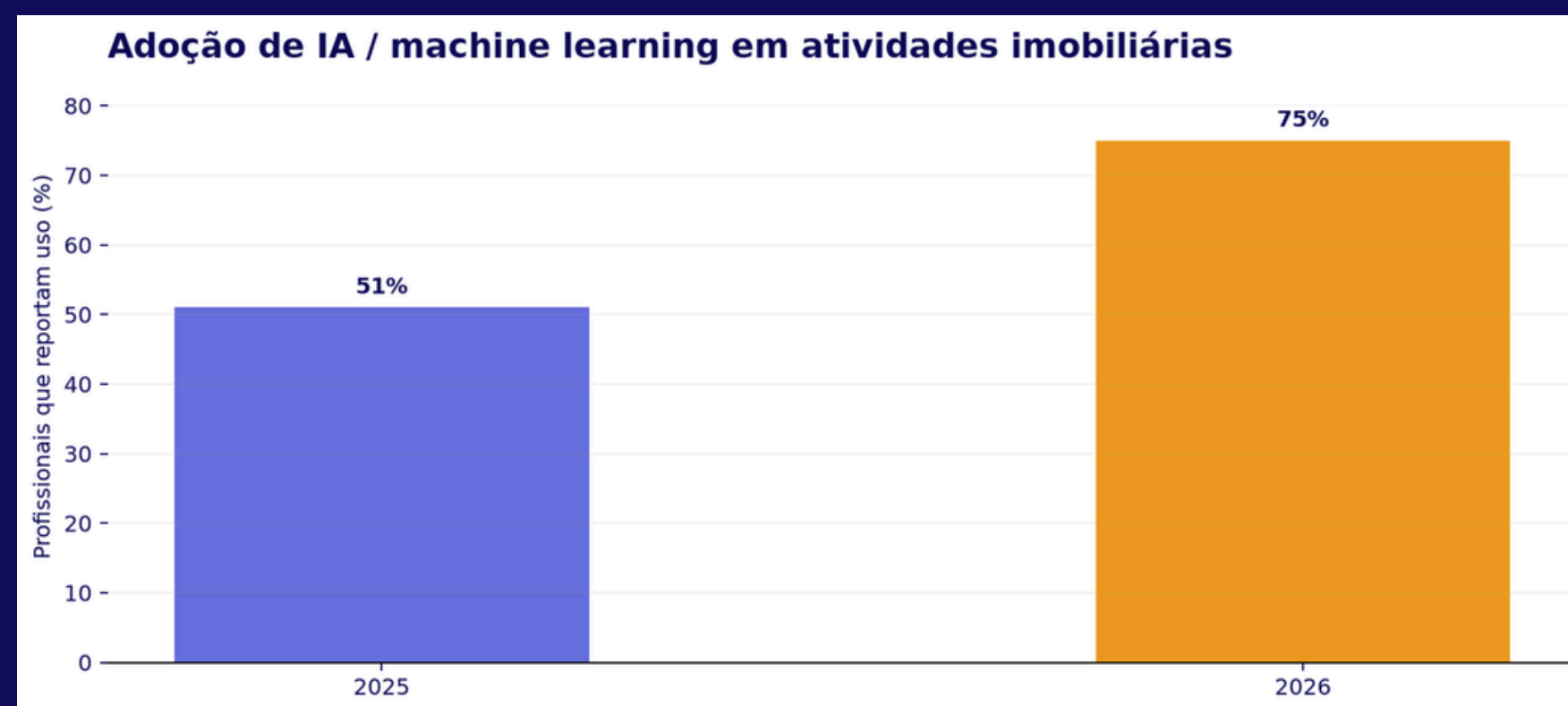
O diferencial não será simplesmente adotar IA. Será criar uma operação preparada para utilizá-la com eficiência.

No mercado imobiliário, sua aplicação pode apoiar atendimento, análise de dados, classificação de oportunidades, geração de conteúdo, recomendações e tomada de decisão.

Na pesquisa Europeia (2026), 75% dos entrevistados afirmam utilizar IA ou *machine learning* em atividades imobiliárias, contra 51% no ano anterior.

O DIFERENCIAL NÃO SERÁ “TER IA”

Será ter dados organizados, processos estruturados, integração e capacidade de aplicar IA sobre essa base.



Fonte: PwC/ULI, Emerging Trends in Real Estate Europe 2026.

As 7 transformações da imobiliária do futuro



01 — Dados como ativo estratégico

A base de clientes deixa de ser apenas um cadastro e passa a ser uma fonte de conhecimento sobre comportamento e oportunidade.

02 — CRM como inteligência de relacionamento

O CRM passa a indicar contexto e próximos passos, e não apenas armazenar informações.

03 — Automação como ganho de produtividade

Processos repetitivos podem ser executados de maneira consistente, liberando a equipe para atividades de maior valor.

04 — IA integrada à operação

A IA passa a apoiar análise, comunicação, atendimento, classificação e tomada de decisão.

As 7 transformações da imobiliária do futuro



05 — Jornada omnichannel

O cliente não pensa em canais. Ele pensa em resolver sua necessidade. A empresa precisa conectar os diferentes pontos de contato.

06 — Plataformas substituindo ecossistemas fragmentados

A tendência não é ter menos tecnologia, mas ter tecnologia mais integrada.

07 — Gestão orientada por indicadores

A gestão deixa de olhar apenas para o resultado final e passa a acompanhar os sinais que antecedem o resultado.

O corretor não desaparece. O trabalho dele muda.

Toda transformação tecnológica gera uma pergunta:

- A tecnologia vai substituir o corretor?

Mas a pergunta é outra:

- quais tarefas do corretor podem ser automatizadas para que ele se concentre mais no relacionamento?

O papel do Corretor

DA OPERAÇÃO MANUAL À ATUAÇÃO ESTRATÉGICA



Mais inteligência, mais resultados.

Gestão em tempo real: decidir antes do resultado

Muitas empresas analisam apenas os resultados finais.

- Vendas realizadas.
- Contratos fechados.
- Recebimentos.

Mas operações mais maduras acompanham indicadores anteriores ao resultado.

- Quantos leads chegaram?
- Quantos leads qualificados?
- Qual foi o tempo médio de resposta?
- Quantas oportunidades evoluíram?
- Quantas converteram?
- Qual canal gerou melhor desempenho?

AO MONITORAR ESSES SINAIS, A GESTÃO PASSA A AGIR ANTES QUE OS PROBLEMAS APAREÇAM NOS RESULTADOS FINAIS.

Como será a imobiliária de 2030?

Não é possível prever com precisão como será o mercado imobiliário em 2030.

Mas é possível identificar tendências que já estão em curso.



- **Mais integrada** — menos sistemas isolados.
- **Mais orientada por dados** — mais decisões baseadas em evidências.
- **Mais automatizada** — menos tarefas repetitivas.
- **Mais personalizada** — comunicações adequadas ao perfil e ao momento do cliente.
- **Mais inteligente** — IA aplicada a processos e decisões.
- **Mais conectada** — integração com o ecossistema imobiliário.
- **Mais humana onde importa** — tecnologia para liberar tempo para relacionamento, negociação e confiança.

Checklist: sua imobiliária está preparada?

- ☐ Minha empresa possui uma base organizada de clientes.
- ☐ Consigo identificar a origem dos meus leads.
- ☐ Tenho histórico dos contatos e interações.
- ☐ Minha equipe utiliza o CRM de maneira consistente.
- ☐ O CRM ajuda a orientar o próximo passo com o cliente.
- ☐ Tenho processos automáticos de follow-up.
- ☐ Consigo reativar leads sem depender exclusivamente de ações manuais.
- ☐ Meu site está integrado ao CRM.
- ☐ Minha operação de portais está integrada.
- ☐ Meus canais de marketing e relacionamento compartilham informações.
- ☐ Acompanho indicadores além das vendas.
- ☐ Consigo identificar quais canais geram melhores oportunidades.
- ☐ Tenho visão do desempenho da equipe.
- ☐ Já utilizo IA em alguma etapa da operação.
- ☐ Tenho dados estruturados para ampliar o uso de IA.
- ☐ Tenho minha operação imobiliária em uma única plataforma integrada.

- **0–6 SIM:** Operação tradicional.
- **7–13 SIM:** Operação em transformação.
- **14–16 SIM:** Operação preparada.

O objetivo não é marcar todas as respostas “SIM”. É saber qual deve ser o próximo passo.

O modelo da imobiliária inteligente

Integração transforma
ferramentas em operação.

Dados transformam
operação em inteligência.

PARTE 03 - O modelo da imobiliária inteligente



Onde entra a Ideiaimobi?

À medida que a operação imobiliária se torna mais complexa, cresce a necessidade de conectar dados, processos, equipes e tecnologia.

É nesse contexto que a **Ideiaimobi** se posiciona: não como mais uma ferramenta, mas como uma plataforma que integra as diferentes dimensões da jornada imobiliária, reunindo site, CRM, portais, marketing, automação, dados e inteligência em um único ecossistema conectado.

MENOS FERRAMENTAS ISOLADAS. MAIS INTELIGÊNCIA CONECTADA.

CONHEÇA A PLATAFORMA

Teste gratuitamente em www.ideiaimobi.com.br.

FONTES UTILIZADAS

- ABRAINC/Fipe: Indicadores calculados com base em informações de 20 empresas associadas à ABRAINC. A série acompanha lançamentos, vendas, entregas, oferta e distratos do mercado primário de incorporação. - [ABRAINC/Fipe — indicadores](#) e [Release ABRAINC/Fipe — dezembro de 2025](#)
- Brain Inteligência Estratégica: pesquisa do segundo trimestre de 2026, com 1.200 pessoas em todo o Brasil, divulgada pelo Registro de Imóveis do Brasil. - [Brain / Registro de Imóveis do Brasil — intenção de compra](#)
- PwC / Urban Land Institute: estudo Emerging Trends in Real Estate Europe 2026, baseado em pesquisa com participantes do setor imobiliário europeu. - [PwC / ULI — Emerging Trends 2026](#)
- Plataforma Ideiaimobi - [Ideiaimobi — plataforma oficial](#)

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Este material foi desenvolvido para apoiar corretores e gestores imobiliários na compreensão das transformações que estão redefinindo o mercado.

Mais do que prever o futuro, o objetivo é ajudar as empresas a identificar quais capacidades precisam desenvolver para continuar competitivas em um ambiente cada vez mais digital, integrado e orientado por dados.

As informações apresentadas foram obtidas a partir de fontes públicas, documentos oficiais e pesquisas setoriais disponíveis até 2026. Os indicadores apresentados utilizam metodologias diferentes e não devem ser tratados como equivalentes.

Os gráficos quantitativos reproduzem indicadores divulgados pelas respectivas instituições.

Os infográficos conceituais foram desenvolvidos especificamente para este e-book com o objetivo de facilitar a interpretação dos dados e tendências apresentados.