

TÉCNICAS ÉTICAS DE PERSUASÃO APLICÁVEIS Á ATUAÇÃO DE CORRETORES DE IMÓVEIS NO BRASIL

ETHICAL PERSUASION TECHNIQUES APPLICABLE TO THE ACTION OF REAL ESTATE AGENTS IN BRAZIL

WILLIAN ROBERTO SANTALPIO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:

Meus agradecimentos ao SINGEP 2025 pela oportunidade de submeter e apresentar o pôster neste importante evento acadêmico. É uma honra poder compartilhar a pesquisa e contribuir para o avanço do conhecimento na área.

TÉCNICAS ÉTICAS DE PERSUASÃO APLICÁVEIS À ATUAÇÃO DE CORRETORES DE IMÓVEIS NO BRASIL

Objetivo do estudo

Apresentar técnicas de persuasão aplicáveis à atuação de corretores de imóveis no Brasil, discutindo sua aplicação ética com base no Código de Ética Profissional do Corretor de Imóveis.

Relevância/originalidade

O estudo aborda o encontro entre a persuasão e a ética profissional do contexto imobiliário, oferecendo uma abordagem prática e normativa para a atuação responsável.

Metodologia/abordagem

Adotou-se uma abordagem qualitativa através de análise documental de legislações, materiais didáticos e literatura especializada sobre persuasão e ética aplicando-os ao contexto do mercado imobiliário brasileiro.

Principais resultados

As técnicas de reciprocidade, prova social, autoridade, consistência, afeição e escassez podem ser aplicadas de forma ética, desde que respeitem princípios legais como honestidade, respeito e transparência à autonomia do cliente, conforme código de ética do COFECI

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho organiza um modelo de análise para aplicação de técnicas de persuasão de forma ética, contribuindo para a literatura sobre comunicação estratégica e ética profissional no setor de serviços e vendas.

Contribuições sociais/para a gestão

Promove uma prática profissional responsável e transparente no mercado imobiliário, elevando o padrão de conduta de corretores de imóveis, fortalecendo a confiança do cliente e evitando práticas abusivas.

Palavras-chave: ÉTICA, COMPORTAMENTO, PERSUASÃO, RELACIONAMENTO, TÉCNICA

ETHICAL PERSUASION TECHNIQUES APPLICABLE TO THE ACTION OF REAL ESTATE AGENTS IN BRAZIL

Study purpose

Present persuasion techniques applicable to the work of real estate agents in Brazil, discussing their ethical application based on the Real Estate Agent's Code of Professional Ethics.

Relevance / originality

The study addresses the intersection between persuasion and professional ethics in the real estate context, offering a practical and normative approach to responsible action.

Methodology / approach

A qualitative approach was adopted through documentary analysis of legislation, teaching materials and specialized literature on persuasion and ethics, applying them to the context of the Brazilian real estate market.

Main results

The techniques of reciprocity, social proof, authority, consistency, affection, and scarcity can be applied ethically, as long as they respect legal principles such as honesty, respect, and transparency regarding customer autonomy, according to the COFECI code of ethics.

Theoretical / methodological contributions

The work organizes an analysis model for the application of persuasion techniques in an ethical manner, contributing to the literature on strategic communication and professional ethics in the service and sales sector.

Social / management contributions

Promotes responsible and transparent professional practices in the real estate market, raising the standards of conduct for real estate agents, strengthening client trust, and preventing abusive practices.

Keywords: ETHICS, BEHAVIOR, PERSUASION, RELATIONSHIP, TECHNIQUE

TÉCNICAS ÉTICAS DE PERSUASÃO APLICÁVEIS Á ATUAÇÃO DE CORRETORES DE IMÓVEIS NO BRASIL

1 Introdução

A atuação no mercado imobiliário brasileiro demanda do corretor de imóveis não apenas conhecimentos técnicos, mas também competências de comunicação e comportamental. Neste contexto, a persuasão se destaca como uma habilidade essencial para guiar os clientes nestas decisões financeiras. No entanto, esta influência deve ser exercida dentro dos limites da ética profissional, promovendo o respeito, a confiança e a transparência à autonomia do cliente.

Este trabalho tem como objetivo apresentar técnicas de persuasão aplicáveis à atuação de corretores de imóveis, discutindo sua aplicação ética, fundamentada dentro do Código de Ética dos Corretores de Imóveis.

2 Referencial Teórico

A persuasão ética é caracterizada pela utilização de práticas honestas, respeitosas e transparentes na influência de decisões. Cialdini (2001; 2016) sistematizou seis princípios universais de persuasão: reciprocidade, prova social, autoridade, consistência, afeição e escassez. Aplicadas com integridade, tais técnicas contribuem para o fortalecimento da confiança e para a reputação profissional.

Complementarmente, Kotler e Keller (2012) defendem o marketing de relacionamento como estratégia para construir vínculos de longo prazo com clientes, fundamentados em credibilidade, valor e ética.

No Brasil, a Lei nº 6.530/78 e as resoluções do COFECI estabelecem normas que regulamentam a profissão e determinam a conduta ética, incluindo a obrigação de fornecer informações precisas, a recusa de transações imorais e a proibição de propaganda enganosa. O CRECI-SP, por sua vez, reforça essas diretrizes por meio de fiscalizações e publicações que orientam a conduta ética do corretor de imóveis.

Assim, enquanto Cialdini fornece fundamentos clássicos sobre os mecanismos de influência e Kotler e Keller ressaltam a importância do relacionamento ético e duradouro, o contexto normativo brasileiro direciona a aplicação dessas práticas de forma responsável e transparente.

3 Metodologia

Este trabalho adota abordagem qualitativa de caráter exploratório e descritivo, com base em análise documental de fontes bibliográficas sobre persuasão, ética profissional e legislação aplicável ao setor imobiliário.

O estudo também se baseia na revisão de programas de treinamento voltado para corretores de imóveis e materiais educacionais, observando a ética nas práticas de comunicação e negociação em vendas.

4 Análise dos resultados

A aplicação ética das técnicas de persuasão no cotidiano do corretor de imóveis pode ser exemplificada da seguinte forma:

Princípio de Cialdini	Código de Ética (art.)	Aplicação prática do corretor
Reciprocidade	Art. 4º	Oferecer informações úteis (ex.: análises de mercado) antes de propor negócio
Prova Social	Art. 3º e 6º	Compartilhar depoimentos reais de clientes satisfeitos
Autoridade	Art. 3º	Evidenciar expertise com certificações e histórico profissional
Consistência	Art. 4º	Alinhar ofertas às preferências previamente declaradas pelo cliente
Afeição	Art. 3º	Criar empatia e atendimento humanizado
Escassez	Art. 4º e 6º	Informar sobre disponibilidade real, sem manipulação ou pressão

O alinhamento entre os princípios de Cialdini, o marketing de relacionamento de Kotler e Keller e as diretrizes do Código de Ética promove ganhos significativos, tais como: maior confiança do cliente, fortalecimento da reputação profissional e redução de riscos de conflitos éticos ou jurídicos.

5 Conclusões/Considerações finais

Quando aplicada com ética, as técnicas de persuasão se tornam uma poderosa aliada na atividade de intermediação imobiliária. O equilíbrio entre conhecimento técnico, a influência e a responsabilidade ética valorizam a profissão e fortalece a profissão e contribui para a construção de relacionamentos duradouros com clientes.

A formação contínua com ênfase em comunicação eficaz, ética e marketing de relacionamento, é fundamental para elevar o padrão de atendimento e aprimorar a atuação dos corretores no mercado imobiliário brasileiro.

6 Referências

- BRASIL. Lei nº 6.530/78. Dispõe sobre a regulamentação da profissão de Corretor de Imóveis.
- CIALDINI, R. B. Influence: Science and Practice. Boston: Allyn & Bacon, 2001.
- CIALDINI, R. B. Pre-suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade. New York: Simon & Schuster, 2016.
- COFECI. Código de Ética Profissional do Corretor de Imóveis. Disponível em: <https://www.cofeci.gov.br/codigo-de-etica>
- CRECI-SP. Código de Ética do Corretor de Imóveis. Disponível em: <https://www.crecisp.gov.br/>
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- TECIMOB. A ética na corretagem de imóveis: analisando o Código de Ética Profissional. 2025. Disponível em: <https://tecimob.com.br/blog/>