

OLIVEIRA; Viviane Marques de <sup>1</sup>, BARBOSA; Mariana Ricken <sup>2</sup>

## RESUMO

O modelo atual de mercado tem exigido preços acessíveis, abordagem de diferentes formas de inovações e uma maior qualidade dos produtos de empresas. Dessa forma, cabe a cada uma buscar mecanismos que proporcionam o aprimoramento de seus serviços e processos produtivos visando atender às necessidades do cliente. Nesse contexto nascem as *startups*, que substituem os processos engessados por métodos repetíveis e escaláveis, sendo amparados por técnicas que visam a mensuração, análise e proposição de soluções para os problemas que interferem no bom desempenho dos processos, como o caso das *startups* imobiliárias, que auxiliam os corretores, imobiliárias e seus colaboradores na organização de atividades, conversão de clientes, geração de *leads* e gestão de dados. Devido a importância do setor imobiliário no Brasil, este trabalho propôs a implementação de ferramentas de gestão de qualidade numa *startup* do setor imobiliário, localizada na cidade de São Paulo/SP, que tinha como uma de suas principais problemáticas a baixa taxa de conversão entre os *leads* prospectados e reuniões agendadas. Para isso, foram realizadas análises de dados e uso de ferramentas da qualidade objetivando a identificação dos principais motivos dos *leads* serem classificados como perdidos e, com isso, realizar a proposição das devidas ações para minimizar esse efeito. Dentre os problemas identificados destacam-se a dívida quitada ou o acordo realizado, dívida baixa e imóvel vendido. Após essa análise, as soluções propostas através de ferramentas de qualidade, como 5S, PDCA, Ishikawa, diagrama de Pareto, matriz GUT corroboraram para reduções significativas desses impasses, com diminuição de 34%, 7% e 6%, respectivamente, números estes que representam resultados satisfatórios para empresa. Assim, as análises de dados bimestrais permitiram trocas de experiências e identificação dos potenciais problemas enfrentados pela organização e a proposição de estratégias para realizar as modificações sobre os principais efeitos que dificultam conversão de *leads*. Com a implantação dessas ferramentas, a empresa saiu de uma proposta aceita no início do ano de estudo para vinte e seis propostas aceitas até ao final desse trabalho, sendo que, caso todas as propostas aceitas forem concretizadas as compras e vendas dos imóveis, representarão um aumento de, aproximadamente, 20 milhões de reais no faturamento da empresa, superando as expectativas do planejado para o ano. Por fim, faz-se válido mencionar que por se tratar de ferramentas de melhoria contínua, é necessário que a empresa mantenha a constância na realização de análises e acompanhamento na utilização das ferramentas apresentadas e outras que julgar pertinente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Startup, Imobiliário, Conversão de leads, Ferramentas de qualidade

<sup>1</sup> Universidade Federal do Espírito Santo, vivianemarquesolv@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal do Espírito Santo, mariana.r.barbosa@ufes.br