Cavalo de Troia

A uberização das negociações imobiliárias

Os movimentos da proptech QuintoAndar: limites éticos, autofagia mercadológica e concorrência desleal

Diego Henrique Gama
Diretor Nacional de Fiscalização do Sistema COFECI-CRECI · Advogado (OAB/DF 43.453) · Corretor de imóveis (CRECI/DF 11.960)
Brasília, novembro de 2026

Em síntese

O mercado imobiliário brasileiro movimenta cerca de R$ 1,9 trilhão por ano em vendas e aluguéis — perto de 15% do PIB — e é operado, na ponta, por 650 mil corretores e 74 mil imobiliárias, quase todos de porte local. O Grupo QuintoAndar, que captou mais de US$ 700 milhões de capital de risco desde 2013 e foi avaliado em US$ 5,1 bilhões em 2021, transaciona R$ 20 bilhões por ano: pouco mais de 1% desse mercado. A conta do investidor exige crescimento de outra ordem. Encerrada a era do capital barato, o caminho escolhido foi comprar os portais em que os concorrentes anunciam (Imovelweb, Wimoveis) e, a partir deles, migrar automaticamente os anúncios das imobiliárias para a operação de corretagem do próprio grupo, oferecendo a "parceria" só depois da apropriação. É o cavalo de Troia: o contrato de anúncio como porta de entrada no negócio alheio. Este artigo mede o fenômeno, demonstra por que ele viola a Lei nº 6.530/78, o Código de Ética Profissional, a Lei de Propriedade Industrial, a Lei de Defesa da Concorrência e a LGPD, e expõe a sua contradição central: uma plataforma que precisa das imobiliárias que pretende dissolver. Ao final, anuncia as providências que serão adotadas e convoca o mercado a documentar, registrar e representar.

I. O que está em jogo: o tamanho do mercado

Toda discussão sobre concentração começa pela medida do mercado. Em levantamento recente, estimei o volume anual de negócios imobiliários no Brasil a partir de três indicadores públicos: o ITBI arrecadado pelos municípios, que revela o valor das transações escrituradas; o estoque de domicílios alugados e o aluguel médio, que revelam o valor geral de aluguéis residenciais; e o número de empresas

SHIS QI 03 CONJUNTO 06 CASA 21, LAGO SUL – BRASÍLIA / DF, CEP: 71.605-260 Tel.55 61 98418-0360, e-mail: diegogama.adv@gmail.com

com sede física alugada e o aluguel comercial médio, que revelam o valor geral de aluguéis comerciais. O resultado — R$ 1,60 trilhão por ano, o equivalente a 12,6% do PIB de 2025 — considera apenas o que passa pela escritura.[1]

Há, porém, uma parcela relevante de negócios que não aparece no ITBI no ano em que se realiza: os lançamentos do mercado primário, cujo imposto só incide na escritura definitiva, anos depois do contrato; e as transações informais de imóveis irregulares, que simplesmente não são escrituradas. Uma estimativa conservadora dessa parcela é de 30% sobre o valor geral de vendas. Com esse ajuste, o mercado anual de negócios imobiliários aproxima-se de **R$ 1,9 trilhão** — cerca de **15% do PIB**.

Quadro 1 — Mercado anual de negócios imobiliários no Brasil (estimativa)

Componente	Base de cálculo	Valor anual
VGV — compra e venda escriturada	ITBI de R$ 27,0 bi (2025) ÷ alíquota média de 2,5%	R$ 1,08 tri
VGV — mercado primário e informal (+30%)	Lançamentos sem escritura no ano e imóveis irregulares	R$ 0,32 tri
VGA — aluguel residencial	24,7 mi de lares alugados × R$ 1.500 × 12	R$ 0,445 tri
VGA — aluguel comercial	2,32 mi de sedes alugadas × R$ 2.580 × 12	R$ 0,072 tri
Total do mercado	**≈ 15% do PIB de R$ 12,7 tri (2025)**	**≈ R$ 1,92 tri**

A esse fluxo soma-se o estoque de crédito: R$ 1,43 trilhão em financiamentos imobiliários às famílias (11,3% do PIB), com R$ 324 bilhões concedidos em 2025 e crescimento projetado de 16% para 2026 pela Abecip — e já de 23% no primeiro semestre.[2] Trata-se de um dos maiores mercados de serviços do país, e um dos mais pulverizados: 650 mil corretores ativos, 74 mil imobiliárias registradas e uma média de R$ 2,5 milhões movimentados por profissional, por ano. A pulverização não é acidente: é consequência da lógica regional do imóvel, bem que não se transporta, não se padroniza e cuja negociação depende de conhecimento local, confiança e presença.

II. A tese que vendeu o QuintoAndar — e no que ela se converteu

O QuintoAndar nasceu em 2013 com uma tese simples e eficaz: a imobiliária tradicional era lenta, burocrática, opaca e exigia fiador; a plataforma faria tudo em poucos cliques, sem fiador, com garantia própria. A tese era verdadeira em parte — havia, e há, muita ineficiência no setor — e foi financiada como poucas no país.

Entre 2013 e 2021 a empresa captou mais de US$ 700 milhões, o equivalente a cerca de R$ 4 bilhões, e, na extensão da Série E, em agosto de 2021, foi avaliada em US$ 5,1 bilhões — mais do que Cyrela e MRV somadas, segundo a imprensa especializada da época.[3]

O que a tese omitia é que a corretagem imobiliária não é um problema de software. É um serviço de intermediação sobre bens heterogêneos, regulado por lei, exercido por profissionais inscritos em conselho, e que depende de capilaridade física. À medida que cresceu, o QuintoAndar foi obrigado a se tornar aquilo que combatia: passou a operar com milhares de "corretores associados", a captar imóveis com visita e avaliação, a administrar contratos, a cobrar comissões e taxas de administração — e, não raro, a apresentar as mesmas deficiências que atribuía aos concorrentes, com a agravante da impessoalidade. Em 2022 cortou cerca de 20% do quadro; em 2025 encerrou o QuintoCred, sua garantia locatícia para imobiliárias parceiras, com aviso prévio de sessenta dias a cerca de duas mil imobiliárias; em 2026 terceirizou a reorganização de seu *back office*.[4] São movimentos típicos de uma empresa que já não cresce por tese, mas por aquisição.

O ponto não é moral, é econômico. A narrativa contra a "imobiliária tradicional" serviu para deslocar clientes; cumprida essa função, a mesma imobiliária passou a ser necessária — como fornecedora de estoque, de visitas, de conhecimento local. O discurso mudou de "substituir" para "ser parceira". A pergunta que este artigo responde é: parceira em que termos?

III. A conta que não fecha: a pressão por retorno

Em junho de 2025 a empresa divulgou ter ultrapassado R$ 20 bilhões em valores transacionados em doze meses — soma do valor dos imóveis vendidos e dos aluguéis pagos pela plataforma —, com 300 mil contratos de locação sob gestão e cerca de 2.100 vendas por mês.[5] A empresa não abre a composição. Mas os próprios indicadores permitem uma reconstrução: 300 mil contratos a um aluguel médio da ordem de R$ 2.500 geram perto de R$ 9 bilhões anuais em aluguéis administrados; 25 mil vendas por ano a um tíquete médio de R$ 400 mil geram perto de R$ 10 bilhões em VGV. A divisão aproximada de 50/50 entre venda e locação é, portanto, consistente com o que a companhia publica.

Quadro 2 — Exercício de estimativa da geração de resultado (premissas explícitas)

Linha	Premissa	Valor
Valor transacionado (12 meses)	Divulgação da empresa, jun/2025	R$ 20,0 bi

Linha	Premissa	Valor
— em vendas	50% do total	R$ 10,0 bi
— em aluguéis administrados	50% do total	R$ 10,0 bi
Receita de corretagem (vendas)	5% sobre o VGV	≈ R$ 0,50 bi
Receita de administração (locação)	≈ 10% sobre os aluguéis	≈ R$ 1,0 bi
Receita bruta estimada		≈ R$ 1,5 bi
Resultado antes de juros e impostos	**margem EBITDA de 30% (hipótese otimista)**	**≈ R$ 0,45 bi**

Com todas as ressalvas de um exercício sobre dados não auditados, a ordem de grandeza é eloquente: um resultado operacional de algumas centenas de milhões de reais sustenta um *valuation* de US$ 5,1 bilhões — cerca de R$ 27 bilhões — apenas sob a promessa de uma expansão de outra escala. O múltiplo implícito, perto de 60 vezes o EBITDA estimado, é o de uma empresa que ainda precisa "provar" o tamanho do seu mercado endereçável. E R$ 20 bilhões transacionados, diante de um mercado de R$ 1,9 trilhão, são pouco mais de 1%.

A onda do capital de risco, que financiava crescimento com prejuízo, passou. Desde 2022 o investidor cobra caixa, não narrativa. A operação precisa gerar o *payback* por si — e a única forma de multiplicar por dez uma fatia de 1% num mercado pulverizado e regionalizado é absorver, de algum modo, a carteira dos concorrentes. **É dessa pressão que nasce o perigo para o mercado.**

IV. O cavalo de Troia: do portal de anúncios ao marketplace

1. Comprar o canal em que os concorrentes anunciam

Em dezembro de 2021, dias antes do fechamento da janela de capital, o QuintoAndar anunciou a aquisição das operações imobiliárias do Grupo Navent: Imovelweb, Wimoveis e Union Softwares no Brasil, mais Zonaprop, Inmuebles24, Plusvalia, Adondevivir, Urbania e o CRM Tokko em outros cinco países.[6] No mesmo ano havia comprado a Casa Mineira (imobiliária), a Atta (crédito) e a Velo (garantia). A sinalização era inequívoca: a plataforma passava a controlar, simultaneamente, o balcão de anúncios de que dependem as imobiliárias e uma imobiliária concorrente de todas elas.

O Wimoveis é, há décadas, o principal portal de classificados do Distrito Federal; nele anunciam, mediante planos pagos, praticamente todas as imobiliárias e corretores da praça. Quem controla esse canal detém o insumo essencial do

concorrente: a vitrine. E quem detém a vitrine pode, a qualquer momento, decidir quem aparece primeiro — e de quem é o anúncio.

2. A migração automática dos anúncios

Em outubro de 2026 o grupo lançou oficialmente a plataforma "QuintoAndar para Negócios", que integra os portais Imovelweb e Wimoveis, o "Marketplace QuintoAndar", o CRM Univen e uma assistente de inteligência artificial, declarando reunir mais de dez mil imobiliárias e seis milhões de imóveis.[7] Nas semanas anteriores, corretores e imobiliárias do Distrito Federal que mantinham planos de anúncio no Wimoveis constataram que os imóveis por eles anunciados — e cuja autorização de venda lhes pertence — figuravam no site quintoandar.com.br como se integrassem o estoque da própria empresa: sem identificação do anunciante original, sem número de CRECI, com os botões "Agendar visita" e "Converse conosco agora" direcionando o interessado ao atendimento do QuintoAndar.

A escala afasta qualquer hipótese de erro. O estoque de imóveis à venda em Brasília exibido pelo próprio site do QuintoAndar saltou de **457 unidades em 15 de setembro de 2026 para 6.494 em 6 de outubro e 8.689 poucos dias depois** — dezenove vezes em três semanas. Captação própria exige visita, avaliação, documentação e contrato, imóvel a imóvel; só a importação em massa do acervo de outro portal explica a curva. Em levantamento amostral realizado em 19 de outubro de 2026, cruzei 64 anúncios do QuintoAndar com as buscas por quadra no Wimoveis: em 17 deles (26,6%) o mesmo imóvel — mesma área, mesmos quartos, mesmo preço — estava anunciado por imobiliárias locais identificáveis, entre elas Moni Imóveis, Beiramar, 61 Imóveis, Thais Imobiliária, RE/MAX Jota, Bordalo, Bloco, Massuh, Ferola, Serra Negra e My House; em outros 11, o imóvel já só aparecia no Wimoveis como anúncio "QuintoAndar".[8]

3. "Apenas clientes que fecharam o contrato Marketplace"

Confrontado por um corretor anunciante que perguntou se seus anúncios estavam sendo replicados no site do QuintoAndar, o representante comercial do Wimoveis respondeu por escrito: *"Apenas clientes que fecharam o contrato Marketplace"*. O corretor não havia assinado contrato algum; os imóveis estavam lá. A resposta confessa duas coisas: que a replicação depende de contrato específico e que ela ocorreu sem ele. Outro profissional relatou a orientação recebida do portal: *"se você não quiser, se desativa — mas já estão lá"*. Publicação primeiro, consentimento depois. É o avesso do que a Lei nº 6.530/78 exige: autorização escrita **antes** do anúncio.

A própria central de ajuda do QuintoAndar descreve a regra que diz seguir: a imobiliária firma contrato de parceria; depois da assinatura, os sistemas são integrados e os imóveis passam a ser anunciados; a imobiliária confirma deter autorização dos proprietários; os anúncios destacam que o imóvel provém de parceira.[9] Nenhuma dessas etapas foi observada nos casos documentados. O descumprimento da regra que a empresa publica é a medida exata da conduta.

4. O círculo se fecha dentro do próprio portal

Há um segundo movimento, menos visível e mais grave. Os anúncios importados são republicados **dentro do Wimoveis** como anúncios do QuintoAndar — logomarca própria, selo "Agendar visita no QuintoAndar", posição de "Super destaque" — competindo, no portal pago pelo anunciante, com o anúncio original desse mesmo anunciante. Na amostra de outubro, entre os trinta primeiros resultados do Wimoveis, os anúncios "QuintoAndar" ocupavam 30% em Asa Norte e 33% em Águas Claras, Guará, Taguatinga, Ceilândia e Samambaia.[8] O grupo vende destaque aos concorrentes, concede destaque a si mesmo e absorve o acervo desses concorrentes para a sua corretagem. O cavalo de Troia não entrou apenas na cidade: instalou-se na praça do mercado.

A contradição é completa quando se recorda que, em abril de 2026, a mesma empresa anunciou um "Programa de Proteção de Dados dos Imóveis", pelo qual descredenciou mais de 120 corretores por uso de dados de imóveis sem autorização do proprietário.[10] A regra que a plataforma impõe ao corretor associado — não usar dado de imóvel sem autorização — é exatamente a que ela própria descumpre em relação ao mercado inteiro.

V. Uberização: o que significa para a corretagem

Chamo de uberização o processo pelo qual uma plataforma se interpõe entre o profissional e o seu cliente, passa a controlar a demanda, fixa unilateralmente as condições de remuneração e converte o profissional autônomo em prestador dependente, sem vínculo e sem voz. No transporte, o motorista continuou dirigindo; o que mudou foi quem decide a corrida, o preço e a avaliação. Na corretagem, o desenho é idêntico: o corretor continua captando, visitando e negociando; a plataforma decide quem recebe o contato, quanto custa e quem fica com a comissão.

Os sinais já estão nos produtos. O marketplace permite que uma imobiliária "detenha o imóvel" e outra "detenha o comprador", sob termos que a plataforma

define; o monitoramento de *bypass* — negócios fechados fora da plataforma — é apresentado como proteção e rende, segundo a empresa, dezenas de milhões recuperados em comissões; a assistente de IA responde ao cliente, pré-agenda visitas e registra tudo no CRM do grupo.[7] Cada uma dessas funções é útil isoladamente. Juntas, sob um único controlador que também é concorrente, elas transferem para a plataforma o ativo mais valioso da corretagem: a relação com o cliente e com o proprietário.

A lógica regional do mercado imobiliário é uma barreira robusta a esse avanço — o imóvel não se transporta, o comprador quer o corretor que conhece a quadra — e explica por que a plataforma, depois de doze anos e R$ 4 bilhões, não passa de 1% do mercado. Os movimentos recentes indicam que a barreira será contornada não pela conquista do cliente, mas pela captura do canal: tornar-se a "parceira" obrigatória de um setor que antes demonizou, de modo que o anúncio, o contato e a comissão passem por ela. Se isso prosperar, o resultado não é a modernização da corretagem; é a sua conversão em mão de obra de plataforma, com a riqueza do negócio local migrando para um único balanço.

VI. Limites éticos e jurídicos

Não se trata de opinião de mercado. A conduta descrita infringe normas precisas, de quatro ordens distintas, e o Quadro 3 as resume.

Quadro 3 — Enquadramento normativo da replicação não autorizada de anúncios

Conduta	Norma infringida	Consequência
Anunciar imóvel sem contrato escrito de intermediação com o proprietário (ou de parceria com quem o detém)	Lei nº 6.530/78, art. 20, III; Decreto nº 81.871/78, art. 38, IV; Res.-COFECI nº 458/95, art. 1º; Res. nº 1.504/23 (contrato-padrão de parceria)	Multa de 1 a 3 anuidades por anúncio (Res. nº 492/96), em dobro na reincidência; uma penalidade por ilícito (CPD, art. 29)
Anunciar sem identificar o anunciante e sem número de inscrição no CRECI	Lei nº 6.530/78, art. 20, IV; Res. nº 458/95, art. 2º; Res. nº 1.065/07, arts. 5º e 7º; CDC, art. 37, §§ 1º e 3º	Infração disciplinar; publicidade enganosa por omissão
Angariar serviços com prejuízo a outro profissional; desviar cliente; concorrência desleal; anúncio capcioso	Código de Ética Profissional (Res. nº 326/92), art. 6º, VI, VII, X e XVII; art. 3º, I e VI	Transgressão ética grave (art. 8º); multa de 2 a 6 anuidades (Res. nº 315/91); suspensão até 90 dias (Lei nº 6.530/78, art. 21, IV)

Conduta	Norma infringida	Consequência
Empregar meio fraudulento para desviar clientela; utilizar dados obtidos por relação contratual	Lei nº 9.279/96, art. 195, III e XI; art. 209	Crime de concorrência desleal (ação penal privada); perdas e danos; infração grave (Lei nº 6.530/78, art. 20, IX)
Usar o controle do portal dominante para absorver o acervo dos concorrentes e subordinar a exibição à adesão ao marketplace	Lei nº 12.529/11, art. 36, I e IV; § 3º, IV, V e XVIII	Infração à ordem econômica, apurável pelo CADE independentemente de culpa
Reaproveitar dados pessoais de anunciantes, proprietários e interessados para finalidade diversa da publicação do anúncio	Lei nº 13.709/18, arts. 6º, I, II e VI; 7º; 8º, § 4º; 10	Tratamento com desvio de finalidade; sanções da ANPD (art. 52); responsabilidade civil (art. 42)

Dois pontos merecem destaque. O primeiro é que a autorização para anunciar é do **proprietário**, formalizada em contrato de corretagem (Código Civil, arts. 722 e 723), de natureza pessoal: o proprietário escolheu a imobiliária em quem confia, não o grupo que controla o portal em que ela anuncia. O contrato de veiculação de anúncios com o portal é contrato de publicidade — confere o direito de **exibir** o anúncio como anúncio do anunciante, nunca o de transferi-lo à carteira de uma concorrente. O próprio Sistema COFECI-CRECI instituiu o contrato-padrão de parceria para intermediação (Res. nº 1.504/23) e o Contrato de Parceria no Sistema de Governança e Registro (Res. nº 1.487/22) justamente para que a coparticipação entre inscritos se dê por escrito, com a anuência de quem detém a autorização. Sem contrato de parceria não há autorização derivada; sem autorização do proprietário não há autorização originária. O anúncio é, pura e simplesmente, ilegal.

O segundo é que o abuso de direito, no plano civil, está configurado com nitidez: comete ato ilícito quem, ao exercer um direito, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social e pela boa-fé (Código Civil, art. 187). O fim do contrato de anúncio é divulgar o anúncio do anunciante. Empregá-lo para alimentar a operação de corretagem de uma empresa do mesmo grupo — e, de fato, condicionar a retirada à adesão a um novo contrato — é o exemplo de manual do exercício que ultrapassa o fim.

VII. Autofagia mercadológica

Há uma contradição estrutural na estratégia, e é ela que a condena no médio prazo. A plataforma que importa o acervo das imobiliárias precisa que essas imobiliárias continuem captando, visitando e documentando imóveis — é o trabalho delas que

alimenta o marketplace. Ao mesmo tempo, retira delas o contato com o cliente, a identificação pública e a comissão integral. Uma imobiliária que perde o cliente que captou deixa de captar; um corretor que vê seu anúncio aparecer com a logomarca de um concorrente cancela o plano, como fizeram os profissionais cujos relatos instruem este artigo. O portal esvazia a fonte que o abastece. A isso chamo autofagia mercadológica: o grupo devora o próprio ecossistema de anunciantes que o sustenta.

A concentração que daí resulta não é hipótese acadêmica. Reduzido o número de imobiliárias viáveis, reduz-se a concorrência em preço e em serviço; o proprietário passa a ter um único balcão, o comprador uma única fila, o corretor um único empregador sem vínculo. Os empregos de uma imobiliária de bairro — recepção, administrativo, vistoria, jurídico, corretores — são riqueza local, e migram para uma estrutura centralizada que, como se viu com o QuintoCred, pode ser desligada por decisão de portfólio, com sessenta dias de aviso. A fragilidade que a plataforma denunciava na imobiliária tradicional é, em escala, a fragilidade que ela própria impõe ao sistema.

Não há nisso hostilidade à tecnologia. O Sistema COFECI-CRECI vem construindo o registro eletrônico de contratos, a fiscalização virtual e o contrato-padrão de parceria precisamente para que a cooperação entre inscritos seja rápida, segura e remunerada. Marketplace, CRM, assistente de atendimento e integração de portais são ferramentas legítimas — quando o profissional escolhe usá-las, sabe o que entrega e é pago pelo que entrega. O problema não é a plataforma; é a plataforma que se impõe pelo controle do canal e pela apropriação do acervo alheio.

VIII. O que faremos — e o que o mercado deve fazer

Diante desse cenário, três linhas de ação são imediatas:

1. **Consulta ao CADE**, com a descrição da integração vertical entre portal dominante e imobiliária concorrente, da migração automática de anúncios e da autopreferência nos resultados, para apuração de infração à ordem econômica (Lei nº 12.529/11, art. 36).
2. **Consulta à SENACON** e comunicação à ANPD, quanto à publicidade sem identificação do fornecedor (CDC, arts. 36 e 37) e ao tratamento de dados de anunciantes, proprietários e interessados com desvio de finalidade (LGPD, arts. 6º e 7º).
3. **Orientação às imobiliárias e corretores lesados** para que formulem representação ética aos respectivos Conselhos Regionais, na forma dos

SHIS QI 03 CONJUNTO 06 CASA 21, LAGO SUL – BRASÍLIA / DF, CEP: 71.605-260 Tel.55 61 98418-0360, e-mail: diegogama.adv@gmail.com

arts. 43 e 44 do Código de Processo Disciplinar. Para isso, foi elaborada minuta de representação — com fundamentação completa, pedidos e *checklist* de provas mínimas — disponibilizada a todos os profissionais potencialmente prejudicados.[11]

Ao mercado, quatro recomendações objetivas, que valem independentemente de qualquer providência institucional:

- **Documente antes de reclamar.** Capture, com URL e data visíveis, o anúncio replicado e o anúncio original; lavre ata notarial para os casos relevantes; guarde o contrato de anúncio e os termos de uso vigentes na contratação. A prova digital se perde em dias.
- **Leia o que assinou.** Verifique se houve adesão, ainda que por aceite eletrônico, a termo de "marketplace" ou "parceria" que autorize a replicação. Se houve aceite viciado ou adesão automática, descreva-o.
- **Registre seus contratos.** A autorização de venda e o contrato de parceria registrados no SGR são a prova de quem detém o imóvel — e o fundamento da representação.
- **Represente.** O anúncio sem autorização escrita é infração à Lei nº 6.530/78, punível por anúncio. A fiscalização do Sistema COFECI-CRECI realizou, em 2025, 520 mil diligências e lavrou 53 mil autos de infração;[12] ela existe para isso. Mas a representação começa por quem foi lesado.

Corretagem é profissão regulamentada. O número do CRECI em um anúncio não é formalidade: é a garantia, para quem compra e para quem vende, de que existe um profissional identificado, autorizado por escrito e responsável. Quando uma plataforma suprime esse número e se coloca no lugar do profissional, não está inovando — está retirando do consumidor a única informação que o protege. O mercado imobiliário brasileiro é grande demais, local demais e importante demais para ser entregue, por um contrato de anúncio, a um único balanço. **A prosperidade está na terra — e ela pertence a quem a trabalha.**

Diego Henrique Gama
Diretor Nacional de Fiscalização do Sistema COFECI-CRECI
Advogado (OAB/DF 43.453) · Corretor de imóveis (CRECI/DF 11.960) · Sócio-fundador de Rodrigues & Gama Advogados e da 4D Imóveis
@dhgimoveis

Notas e fontes

1. Diego Henrique Gama, *Quanto o Brasil movimenta em imóveis em um ano?* (série publicada em @dhgimoveis, 2026): VGV de R$ 1,08 tri (ITBI de R$ 27,0 bi em 2025, Tesouro Nacional/Finbra, ÷ alíquota média de 2,5%); VGA residencial de R$ 445 bi (77,3 mi de domicílios × 32% alugados × R$ 1.500 × 12); VGA comercial de R$ 72 bi (24,2 mi de empresas ativas × 30% com sede física × 32% alugadas × R$ 2.580 × 12, com aluguel médio de 50 m² × R$ 51,63/m², FipeZAP Comercial); PIB de 2025 de R$ 12,7 tri. O ajuste de 30% sobre o VGV para mercado primário e informal é estimativa do autor.

2. Banco Central do Brasil, saldo de crédito imobiliário às famílias; Abecip, coletiva de 27/01/2026 (projeção de +16% nas concessões para 2026) e balanço do 1º semestre de 2026 (R$ 180,9 bi, +23%, revisão em curso para 2026).

3. Bloomberg Línea, 18/08/2021: extensão de US$ 120 mi da Série E (Greenoaks e Tencent), Série E total de US$ 420 mi, mais de US$ 700 mi captados desde 2013, *valuation* de cerca de US$ 5,1 bi; NeoFeed, maio/2021 (US$ 300 mi, US$ 4 bi, "mais que Cyrela e MRV juntas").

4. Bloomberg Línea e Diário do Comércio, abril/2022 (corte de cerca de 160 funcionários, ≈ 20% em áreas de produto e tecnologia, segundo a imprensa); Times Brasil, 03/06/2025 (encerramento do QuintoCred Garantia, 43 demissões em Blumenau, aviso de 60 dias às imobiliárias parceiras; estimativa de impacto sobre cerca de 2 mil imobiliárias); TI Inside, 05/10/2026 (Concentrix na reorganização do *back office*).

5. QuintoAndar Newsroom, 27/06/2025: "QuintoAndar ultrapassa R$ 20 bilhões em valores transacionados em um ano" — soma do valor dos imóveis vendidos e dos aluguéis pagos; 300 mil contratos de locação sob gestão; cerca de 2.100 vendas por mês; mais de 5 mil corretores associados. As estimativas de receita e margem do Quadro 2 são do autor, com premissas explícitas, e não refletem dados divulgados pela empresa.

6. Diário do Comércio e Mercado & Consumo, 23/12/2021: aquisição das operações imobiliárias do Grupo Navent (Imovelweb, Wimoveis, Union Softwares, Tokko Broker e portais em Argentina, México, Peru, Equador e Panamá).

7. Canaltech, 16/10/2026: lançamento da plataforma "QuintoAndar para Negócios" (anúncio de 08/10/2026), reunindo Imovelweb, Wimoveis, Marketplace QuintoAndar, CRM Univen e a assistente Domi; declaração de mais de 10 mil imobiliárias e 6 milhões de imóveis; monitoramento de *bypass* com mais de R$ 20 mi recuperados e mais de 120 corretores descredenciados.

8. Levantamento do autor em 19/10/2026: 201 anúncios de venda do QuintoAndar no DF coletados em 20 páginas de bairro; 64 cruzados por busca de quadra no Wimoveis; 17 com anunciante original identificado (26,6%); 11 presentes no Wimoveis apenas como anúncio "QuintoAndar"; presença de anúncios "QuintoAndar" entre os 30 primeiros resultados de 11 páginas regionais do Wimoveis (média de 20%; 30% a 33% em Asa Norte, Águas Claras, Guará, Taguatinga, Ceilândia e Samambaia). Contagens de estoque do site do QuintoAndar (457, 6.494 e 8.689 imóveis) a partir de capturas de 15/09, 06/10 e outubro de 2026. O levantamento é amostral e indicativo; cada caso exige prova documental própria.

9. QuintoAndar, Central de Ajuda, "Como o imóvel captado por uma imobiliária é anunciado no QuintoAndar?" (consulta em 19/10/2026).

10. Portal Publicidade Imobiliária, 19/04/2026: "QuintoAndar descredencia mais de 120 corretores e acende alerta sobre uso de dados no mercado imobiliário".

11. *Minuta de Representação Ética* ao CRECI/DF em face de GRPQA Ltda. (QuintoAndar), elaborada pelo autor (outubro/2026), com fundamentação na Lei nº 6.530/78, no Decreto nº 81.871/78, no Código de Ética Profissional (Res.-COFECI nº 326/92), no Código de Processo Disciplinar (Res.-COFECI nº 146/82) e nas Resoluções-COFECI nºs 315/91, 458/95, 492/96, 1.065/07, 1.487/22 e 1.504/23, e com Anexo de provas mínimas (contrato de anúncio, lista de imóveis, capturas, links, contratos de intermediação).

12. Relatório da Diretoria Nacional de Fiscalização (DINAF) do Sistema COFECI-CRECI, exercício de 2025, divulgado pela Folha de S.Paulo e Portas, set./2026: 520.491 diligências, 390.743 autos de constatação, 53.488 autos de infração, 53.010 notificações e 23.250 casos de exercício ilegal da corretagem; cerca de 650 mil corretores ativos, alta de ≈ 60% em cinco anos.

SHIS QI 03 CONJUNTO 06 CASA 21, LAGO SUL – BRASÍLIA / DF, CEP: 71.605-260 Tel.55 61 98418-0360, e-mail: diegogama.adv@gmail.com