

VIVER CASA

ARQUITETURA,
DECORAÇÃO
E MERCADO
IMOBILIÁRIO

PAISAGISMO
EM TOTAL
SINTONIA COM
A ARQUITETURA

CRESCE PROCURA
POR IMÓVEIS
DE LUXO PARA
TEMPORADA
EM BH

CASA DE
CONDOMÍNIO
COM VISTA PARA
AS MONTANHAS

DESTAQUES DA
EDIÇÃO MINEIRA
DO MORAR MAIS
POR MENOS



VB

Do piso ao teto

Tudo impressiona nessa residência em um condomínio de luxo em Brasília, dos materiais de revestimento às obras de arte e mobiliário

TECNOLOGIA

Visita virtual

Construtoras e imobiliárias investem em sites com fotografias em 360 graus, que permitem ver casas e apartamentos em diferentes ângulos, simulando um *tour* dentro e fora dos imóveis

Márcia Queirós

Em tempos de vidas regidas por novas tecnologias, não é surpresa que a primeira procura dos clientes pelos imóveis, hoje, seja pela internet. De olho nesse comportamento, construtoras e imobiliárias apostam em ferramentas na *web* para tornar produtos mais atraentes aos olhos dos consumidores. Um dos recursos utilizados são as fotografias em 360 graus, em que internautas podem ver casas, apartamentos, por dentro e por fora, em diferentes ângulos. Basta clicar na foto em diversas direções para percorrer sala, cozinha, banheiros, jardins e áreas de lazer, visualizando do teto ao chão.

"É como se você estivesse dentro do imóvel", descreve Wagner Esteves, um dos sócios da Judice & Araujo, imobiliária carioca que comercializa casas e apartamentos em bairros nobres da capital e na região serrana do Rio de Janeiro. Filiada à inglesa Christie's International Real Estate, rede mundial de imobiliárias de alto luxo, a Judice & Araujo incorporou a ferramenta no site em abril deste ano. Hoje 72 imóveis estão expostos em imagens 360 graus, e a empresa já colhe resultados. A ferramenta, diz Wagner, aguça a curiosidade dos clientes, que procuram a imobiliária com uma ideia do produto. "No entanto, não deve substituir a visita", pondera o empresário, cuja imobiliária também comercializa fazendas no interior de Minas e de São Paulo.

No mercado mineiro, o uso da ferramenta ganha adesão das construtoras. Uma delas, a Patrimar Imóveis, utiliza o recurso há um ano. Diretor de comercial e de marketing da empresa, Lucas Guerra Martins diz que, além de dar ao internauta uma boa visualização dos imóveis prontos, as fotos 360 graus são eficazes para saber detalhes sobre empreen-

dimentos que ainda estão na planta: O consumidor pode conferir, por exemplo, qual será a paisagem da futura janela do imóvel a ser construído.

A Tetum Engenharia, empresa mineira do Grupo Somattos, adotou a tecnologia há 40 dias para divulgar o empreendimento Jardim Jaraguá, na região da Pampulha. Um *tour* virtual apresenta o apartamento decorado. Assim como o carioca Wagner Esteves, a coordenadora de marketing da Tetum Engenharia, Patricia Freitas, diz que a visita virtual não pode substituir o *tour in loco*. "O recurso 360° ajuda a informar as principais características do empreendimento, explorá-los de forma objetiva e demonstrar os atributos do prédio. Ao mesmo tempo, aguça o interesse em conhecer o local e o apartamento pessoalmente, uma vez que por mais real que seja não transmite a sensação do lugar onde se deseja morar, nem a noção dos espaços estando dentro do imóvel", considera Patricia. Ela diz que a ferramenta também é disponibilizada em *tablet* e ações promocionais em locais como restaurantes e academias. Prova de que o velho *folder* deixa, aos poucos, de ser o único meio de divulgação do mercado imobiliário.



Wagner Esteves: "É como se você estivesse dentro do imóvel"

